

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**DIAGNÓSTICO DEL USO DE HERRAMIENTAS WEB 2.0 DEL SECTOR DE
ALQUILER DE MAQUINARIA PESADA, CHICLAYO 2021**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR

Luis Leonardo Rodriguez Ruiz

ASESOR

Jorge Augusto Mundaca Guerra

<https://orcid.org/0000-0002-6793-3257>

Chiclayo, 2022

**Diagnóstico del uso de herramientas web 2.0 del sector de alquiler de
maquinaria pesada, Chiclayo 2021**

PRESENTADA POR:

Luis Leonardo Rodriguez Ruiz

A la Facultad de Ciencias Empresariales de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
para optar el título de

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

APROBADA POR:

Fernando Antonio Arriola Jimenez

PRESIDENTE

Jessica Karin Solano Cavero

SECRETARIO

Jorge Augusto Mundaca Guerra

VOCAL

Dedicatoria

A mis padres por haberme dado su apoyo y confianza en todo momento; a ustedes les dedico mis logros.

Me formaron con reglas y con algunas libertades pero a fin de cuentas, me motivaron constantemente para alcanzar mis anhelos.

Agradecimiento

Agradezco a los docentes de la Escuela profesional de Administración de Empresas por sus enseñanzas permitiendo formarme profesionalmente, en especial a mi asesor de tesis Dr. Jorge Augusto Mundaca Guerra, por el asesoramiento y el tiempo para compartir sus conocimientos.

DIAGNÓSTICO DEL USO DE HERRAMIENTAS WEB 2.0 DEL SECTOR DE ALQUILER DE MAQUINARIA PESADA, CHICLAYO, 2021.

INFORME DE ORIGINALIDAD

21%

INDICE DE SIMILITUD

20%

FUENTES DE INTERNET

5%

PUBLICACIONES

10%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	tesis.usat.edu.pe Fuente de Internet	3%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	2%
3	documentop.com Fuente de Internet	2%
4	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	Submitted to Sharda University Trabajo del estudiante	1%
6	Submitted to Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo Trabajo del estudiante	1%
7	www.slideshare.net Fuente de Internet	1%
8	repositorio.unh.edu.pe Fuente de Internet	1%

Índice

Resumen	5
Abstract	6
Introducción.....	7
Revisión de Literatura	9
Materiales y métodos	13
Resultados y discusión	17
Conclusiones	21
Recomendaciones	22
Referencias.....	24
Anexos	26

Resumen

En los últimos años, la idea de conocer las necesidades o preferencias de los clientes es de suma importancia hoy en día para las empresas, de tal modo que así se podría dar mayor uso al excedente de las redes sociales o blogs que ayuden a cubrir sus necesidades o expectativas de los consumidores. Por otro lado esta investigación, pretende ser explícito en el uso de las herramientas web 2.0, para tener una mejor concatenación con el cliente, con el fin de atribuir al servicio y marca un buen posicionamiento en las mentes de los clientes al momento de elegir el producto o servicio. Así mismo, en el trabajo de investigación se tiene como objetivo diagnosticar el uso de las herramientas Web 2.0 en el Sector de Alquiler de Maquinaria Pesada, Chiclayo. El tipo de investigación es descriptivo, enfoque cuantitativo por lo que los resultados se expresaron en datos numéricos con diseño no experimental, teniendo como variable de estudio: herramientas web 2.0. Para la recolección de datos se elaboró una encuesta como instrumento, tras su realización se obtuvo resultados eficaces considerando que se puede ofrecer el servicio o producto a los clientes, mediante diversas herramientas. Finalmente se logró concluir que el uso de las herramientas web 2.0 es importante para dar a conocer nuestro servicio y también llegar a más personas, de esta manera obtendrán más clientes y mayores ingresos.

Palabras Clave: Herramientas Web 2.0, Redes Sociales, Blogs.

JEL: M15

Abstract

In recent years, the idea of knowing the needs or preferences of customers is of utmost importance today for companies, in such a way that greater use could be made of the surplus of social networks or blogs that help to cover their consumer needs or expectations. On the other hand, this research aims to be explicit in the use of web 2.0 tools, to have a better concatenation with the client, in order to give the service and brand a good positioning in the minds of the clients when choosing. the product or service. Likewise, the objective of the research work is to diagnose the use of Web 2.0 tools in the Heavy Machinery Rental Sector, Chiclayo. The type of research is descriptive, quantitative approach, so the results were expressed in numerical data with a non-experimental design, having as study variable: web 2.0 tools. For data collection, a survey was developed as an instrument, after its completion, effective results were obtained considering that the service or product can be offered to customers, through various tools. Finally, it was concluded that the use of web 2.0 tools is important to publicize our service and also reach more people, in this way they will obtain more customers and greater income.

Keywords: Web 2.0 Tools, Social Networks, Blogs.

JEL: M15

Introducción

En España, debido a la situación excepcional presentada por la pandemia del COVID-19, ha habido diferentes cambios en el sector de alquiler de maquinaria pesada, que está dentro del sector construcción. Cabe mencionar que dicho sector trabajó hasta el 30 de marzo del año 2020, por lo que supuestamente solo le afectó 15 días. Sin embargo, la realidad fue otra, ya que la gran mayoría de empresas constructoras tuvieron que cerrar su actividad porque les era imposible trabajar con las prohibiciones dadas por las municipalidades. Se considera que esta crisis ha traído consigo disminución de liquidez de las empresas del sector en mención. Por ello muchas empresas del sector construcción que presentaban mayores dificultades para operar han optado por implementar en el alquiler de maquinaria pesada herramientas tecnológicas como las herramientas web 2.0, para que de esta manera se dé a conocer dicho servicio y llegue a potenciales clientes (Rent, 2020).

Hoy en día las empresas en países como España están empleando las técnicas de la Web 2.0 mediante entidades y con reuniones externas. Particularmente, estas últimas son el impulso trascendente cuando se quiere adoptar herramientas como SharePoint, LinkedIn y Salesforce. En un estudio el 92% de empresas indican que el requerimiento de verse como una organización que puede actuar y adecuarse a novedosas realidades es importante para conseguir la permanencia de la empresa en el mercado (Moradillo, 2016). También, en España el sector de alquiler de maquinaria pesada continúa siendo importante para avanzar económicamente y evidencia positiva de ello es que las compañías de dicho sector fueron uno de los pilares trascendentales para reactivación económica en dicho país. Esto se ha debido a que ha contado con el apoyo de empresas que han creado plataformas para ofrecer los servicios de las empresas de dicho sector, es decir herramientas web 2.0, lo que sin duda ha logrado que las dificultades y la baja liquidez de las empresas sea cada vez menor (Interempresas, 2020)

El sector alquiler de maquinaria pesada empezó sus actividades, recién en la segunda etapa de reactivación económica o empresarial. Dentro de dicho sector se encuentran el arrendamiento y alquiler logístico de otras clases de equipos, máquinas, y bienes materiales, cuyo protocolo fue dado por el Ministerio de Salud. Es así que se dispuso el resurgimiento de obras públicas y sus acuerdos respectivos de inspecciones fijadas de acuerdo al régimen general de contrataciones del Estado, estancadas por haberse declarado Emergencia Nacional por el coronavirus (LP, 2020).

En Perú, a raíz de la crisis prevalecen una gran cantidad de empresas que usan las redes sociales, principalmente las consultoras; sin embargo, hasta el día de hoy no se ha encontrado una estadística formal al respecto. Y son precisamente estas organizaciones que se encuentran afectadas por la paralización de la economía, ocasionada por el covid-19. Es así que el país para mejorar su economía se ve obligado, en ciertos sectores, en hacer uso de las herramientas 2.0, teniendo en consideración que los empleados (clientes internos), necesitan de una buena administración del capital personal y de esa manera, la elección de los trabajadores sea eficiente, aplicando herramientas que contribuyan a las ventas de las empresas y al reclutamiento 2.0, en donde se puede usar: Facebook, LinkedIn, Twitter, etc. (BID, 2020).

En Chiclayo el sector de alquiler de maquinaria pesada viene presentando dificultades al momento de operar, ya que a pesar de que estamos ya en la etapa tres de resurgimiento empresarial, aún empresas del mencionado sector no terminan de recuperarse, y por lo tanto no adquieren la liquidez que antes alcanzaban en el mercado, además se han presentado problemas cuando se dio la reanudación de actividades, porque muchos de los trabajadores de las empresas enfermaron, y por esta razón tuvieron que cerrar o suspender sus actividades por un mediano plazo, y así sucedía cada vez que había un caso de coronavirus, por lo que dichas actividades no remontaban del todo.

Con dicho problema en dichas empresas dedicadas al alquiler de maquinaria pesada para el rubro de la construcción y agrario empezaron a observar que otras empresas de diferentes sectores ofrecían sus servicios de manera virtual y así se podía solventar en parte los gastos propios de su producción, entre dichas maneras en que ofrecían sus servicios se encuentran las herramientas web 2.0, que como se sabe hoy en día son muy utilizadas en diferentes sectores para expandir sus ventas de productos o servicios, entonces se tomó la medida de ir poco a poco ofreciendo sus productos, es decir maquinarias pesadas vía web, en redes sociales principalmente. Dichas herramientas se cree que han hecho que las empresas del sector alquiler de maquinaria pesada vayan recuperándose, sin embargo, como se sabe la crisis sanitaria aún persiste, lo que dificulta las actividades en el sector construcción, afectándose con ello el sector de alquiler de maquinarias pesadas. De esta manera se formuló el problema: ¿Cuál es el diagnóstico del uso de las herramientas web 2.0 en el Sector de Alquiler de Maquinaria Pesada, Chiclayo, 2021?

Por ello, en función a las consideraciones presentadas en el escenario global nacional y local, el fin principal de esta investigación es diagnosticar el uso de herramientas web 2.0 en el sector de

alquiler de maquinaria pesada, Chiclayo-2021. Por lo tanto, el propósito de este estudio es encontrar, cual es el diagnóstico del uso de las herramientas web 2.0 en el sector de alquiler de maquinaria pesada. Sus objetivos específicos son: describir el uso del Social Networking, describir los contenidos que se utilizan, describir la Organización social e inteligencia de la información y describir las aplicaciones y servicios usados en el sector alquiler de maquinaria pesada Chiclayo-2021. Es por ello, que la presente investigación podría beneficiar a las empresas del sector de Alquiler de Maquinaria Pesada, ya que mostrará una manera de afrontar las pérdidas y dificultades que está causando el COVID-19, usando las herramientas web 2.0. Además, esta investigación es importante porque nos dará una amplia mirada a la actualidad que presenta el sector de alquiler de maquinaria pesada, respecto a las mencionadas herramientas.

Esta investigación se realizó para dar una visión más exacta del uso de herramientas web 2.0 en el sector de alquiler de maquinaria pesada, y saber la situación del uso de estas tecnologías en dicho sector. Fue importante de realizar porque será evidencia de lo necesario que es hoy en día el uso de estas herramientas, ya que, en el contexto actual, se han vuelto aún más trascendentes, porque no se puede tener contacto físico con los clientes y han llegado a ser una gran ventana de posibilidades para las empresas del mencionado sector, ya que vienen ayudando a que varios de los negocios se mantengan y no lleguen a cerrar. Es así que esta investigación será de suma utilidad para el sector, ya que se brindó propuestas específicas que contribuirán a que este siga permaneciendo activo en el mercado. Además, contribuye para obtener conocimientos teóricos sobre las herramientas web 2.0 basados en el modelo de Cobo & Pardo.

Revisión de Literatura

Solís (2017) en su investigación su objetivo fue hacer un sistema metodológico que ayude a las áreas de comunicación a lograr datos de los planes lanzados mediante la Web 2.0 en un breve plazo, su metodología con enfoque cuantitativo tradicional a partir de entrevistas o focus group. Se concluye que la financiación de las empresas en la Web 2.0 es viable, y no sólo debe dedicarse a incrementar el coste en esta materia, sino que las empresas actuales tienen que incorporarse a la novedosa situación 2.0. De tal manera que, Irbo & Mohammed (2020) tuvieron por objetivo explorar y analizar en qué medida las redes sociales tienen un impacto en la organización. Tuvo por metodología una revisión de literatura, se empleó una guía documental para analizar 39

artículos mediante motores de búsqueda como Google Scholar y Science direct. Se obtuvo por resultado que las redes sociales tienen un impacto positivo en el crecimiento empresarial y rendimiento. Las redes sociales permiten llegar a más clientes y atender sus necesidades. Así mismo, Alvia (2017) tuvo por fin describir tácticas para la reactivación empresarial del rubro hoteles en la Parroquia Tarqui de la Ciudad de Manta, su metodología fue cuantitativa, documental, descriptiva y no experimental. Se empleó por mecanismo la encuesta y como herramienta un cuestionario que se aplicó a las poblaciones más afectadas por el terremoto. Llegándose a obtener que las estrategias, tales como la implementación de una campaña de uso de herramientas web 2.0 presentada, son viables en las zonas estudiadas. Al igual que, Schlagwein & Hu (2016) tuvo por objetivo determinar la vinculación entre la utilización de las redes sociales y la habilidad de reactivación de las organizaciones. Fue de metodología cualitativa, puesto que se elaboraron entrevistas a 20 organizaciones. Se llegó a concluir que las organizaciones utilizan las redes sociales. Se identificaron cinco medios de comunicación social (difusión, diálogo, colaboración, gestión del conocimiento y sociabilidad). En segundo lugar, se analiza cómo estas redes sociales se relacionan con la capacidad de reactivación de las organizaciones. De tal manera López (2017) tuvo por objetivo producir saberes sobre el procedimiento de aceptación de TIC en el rubro español agroalimentario, en específico herramientas web 2.0. Su metodología fue cuantitativa, ya que se empleó una encuesta dirigida a una muestra conformada por empresas agroalimentarias. Llegándose a obtener que el 60% de las empresas agroalimentarias tardaron en adoptar un sitio web, aproximadamente entre 1 y 8 años, en función de la fecha en que surgió la tecnología o desde que se formó la empresa. Por consecuente, Vargas (2019) tuvo por objetivo precisar de qué manera se vincula la pericia digital con la utilización de aplicaciones Web 2.0 en una universidad privada – 2018, su metodología tuvo enfoque cuantitativo, tipo no experimental, alcance correlacional y se aplicó encuestas, las respuestas dicen que hay una relación afirmativa importante entre la pericia digital y la utilización de aplicaciones Web 2.0 en una universidad privada – 2018.

En cuanto a las herramientas web 2.0 son una agrupación de tecnologías y aplicaciones a la vanguardia como son los wikis, la tecnología, los ‘mashups’, redes sociales y blogs. La Web 2.0 se basa en que la gente es capaz de crearla. Desde edificar aplicaciones específicas, sencillas y livianas que se puedan acceder fácilmente desde cualquier dispositivo por medio de cualquier navegador, simples de usar y con un verdadero objetivo. La Web 2.0 se basa en brindar la web como tal, ofrecerles herramientas convenientes a las personas, con diálogos para aproximar

información entre ellas. El manejo de las herramientas, formalidad y los cientos de siglas o acrónimos que se emplean en la actualidad son una consecuencia de la web 2.0, mas no lo contrario (Cobo & Pardo, 2011).

De esta manera se describe que el “concepto de Web 2.0 apareció de una reunión con ideas creativas de Tim O’really y Media Live International realizada en el 2004”, con el descubrimiento de que la Web se había fortalecido con nuevas aplicaciones y servicios de grandes empresas que tenían iguales características que compartir. Es decir, se avanzó a pasos agigantados con páginas web como Flickr, Wikipedia, sitios personalizados (blogs), etc. (Cobo & Pardo, 2011).

La web 2.0 y las aplicaciones, fueron tomadas por los usuarios en sus obligaciones de todos los días en los tiempos recientes. Sin embargo, hasta el día de hoy existen organizaciones que no conocen su aplicación y los pros que les pueden aportar. Las grandes empresas mediante la observación de red, estudio de diversos autores, están implementando estos mecanismos de forma interna como externa, como una ayuda a las fases comunicativas, administración de la razón y, por último, como soporte de ayuda (Cobo & Pardo, 2011)

La web 2.0 cambia constantemente y está en evolución. Las estrategias se deben adaptar a cada ideología de empresa, a su organización interna, así como a sus deseos y modelo de clientes. Para los RR. HH, estas herramientas 2.0 permiten transmitir, motivar e incluir al equipo. Se trata de comprometer al personal de la empresa en esa mejora y la estrategia a nivel global. Conseguir la colaboración y desarrollo del personal de manera que se pueda comunicar y explicar cierta adaptación, política e integración 2.0. La web 2.0 es más que un planteamiento tecnológico actual, es colaboración e ilustración, es importante que los ejecutivos creen, innoven y que estos formen parte de la estrategia en la organización (Castaño & Jurado, 2016).

Según el modelo de Cobo & Pardo (2011) las herramientas web 2.0 están conformadas por: organización social e inteligencia de la información, aplicaciones y servicios, contenidos y redes sociales. Seguidamente se definen las herramientas.

Las llamadas redes sociales incluyen los mecanismos realizados para la elaboración de sitios que hagan fácil su uso (Cobo & Pardo, 2011). Dentro de esta categoría se puede encontrar a las redes sociales horizontales y verticales: Redes sociales horizontales: dejan entrar autónomamente a todos los que así lo quieren, tales como Facebook, Instagram, etc. (p.63). Redes sociales

verticales: son para usuarios particulares, son redes especializadas debido a que los usuarios entran por un motivo en específico. Entre estas se tiene a: LinkedIn, Xing, Wayn, Minube, etc. (p.63).

Los contenidos son los mecanismos que contribuyen la lectura y redacción en línea. A este tipo pertenecen wikis, los blogs procesadores de texto, calendarios online y las plataformas para guardar, compartir, postear y editar presentaciones digitales, fotografías y vídeos (Cobo & Pardo, 2011). Conformada por Blogs en el cual es donde se publican constantemente productos o reseñas con asuntos actuales, ideales para empresas que desean mostrar sus prestaciones o productos (p.64). Así mismo, Plataformas digitales, que son aquellas que sirven para guardar, mostrar, compartir y editar fotografías videos y manifestaciones digitales (p.64).

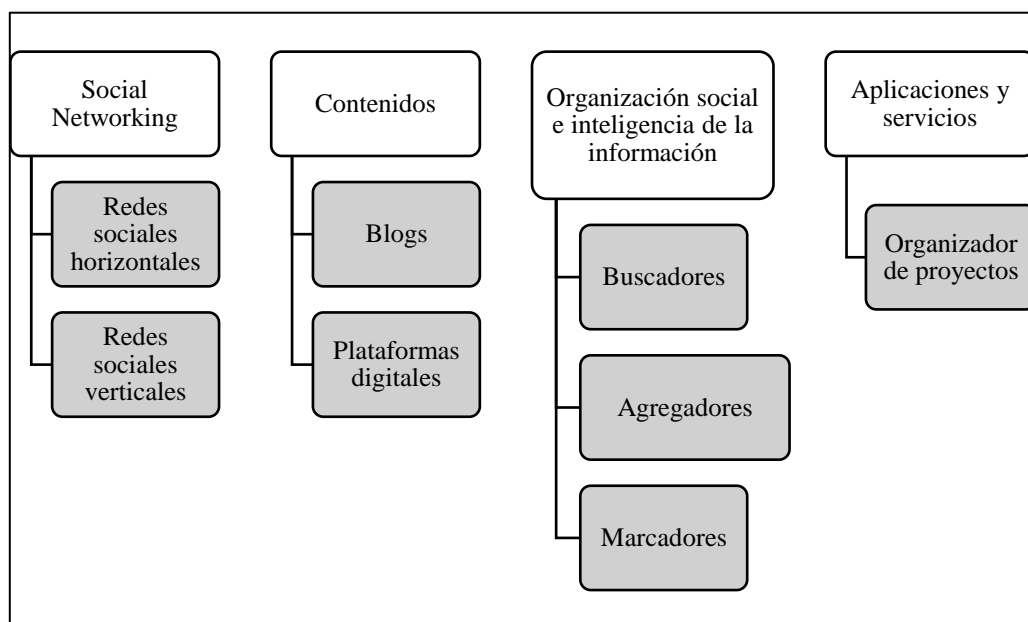
La organización social e inteligencia de la información son mecanismos y bienes para encasillar, afiliarse e indexar, que hacen fácil el ordenamiento y guardado de los datos, así como de otros productos libres en la Red. En este rango se incluyen a los lectores de RSS, los buscadores y los marcadores sociales (Cobo & Pardo, 2011). Y conforma los llamados buscadores que es un procedimiento informático que indaga todo tipo de datos ya sean vídeos, documentos, o imágenes guardándola en una gran base de datos para buscar lo solicitado. Es decir, dan ocasión de ubicar en internet los datos que requieren de una manera veloz y fácil (p.66). También contiene agregadores, los cuales agrupan los sucesos mostrados en los lugares con expansión web seleccionados, y enseñan los cambios que se han dado en esas fuentes web (p.66). Y por último Marcadores, los cuales dejan agregar enlaces a un sitio público, de forma que siempre estén accesibles en cualquier computador con entrada a internet. Entre estos están los marcadores de Firefox Beta o los Favoritos de Google Chrome (p.66).

Las aplicaciones y servicios tienen incluido diversos mecanismos, programas, sitios online y una mezcla de bienes elaborados para brindar la valoración agregada al usuario final. Es la más complicada de abarcar, pero, pese a las aplicaciones mixtas que la contienen sobresalen las que son para ordenar y administrar planes, que son utilizadas principalmente en los negocios y empresas (Cobo & Pardo, 2011). Y organizador de proyectos, las cuales se dedican a las prestaciones de dirección de planes en la Web tienen el tipo más completo, debido a que conforman un conjunto de mecanismos para laborar, ya que se vuelve más fácil la estructuración de conjuntos que laborar de forma repartida, apoyadas en la utilización de internet. Entre las trascendentes acciones hechas

mediante esta clase de páginas se encuentran: la escritura colaborativa y servicio de correo electrónico (p.80).

A continuación, se puede observar la figura del modelo de herramientas web 2.0:

Figura 1. Modelo de los 4 pilares de la web 2.0



Fuente: (Cobo & Pardo, 2011).

Materiales y métodos

El presente estudio se aplicó en base a un enfoque cuantitativo ya que según Hernández, Fernández & Baptista (2014) se usó la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica. Por ende el tipo de estudio fue aplicado, se le denominó práctico o empírico, se indagó la utilización de los saberes logrados, a la vez que otros se consiguen, después de dar y estructurar la praxis que se basa en indagación. El uso del conocimiento y los resultados dan por resultado una manera inflexible, estructurada y ordenada de entender la situación (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014). Entonces el presente estudio fue aplicado, ya que se empleó en la situación natural en la que se desarrolla el percance del sector en Chiclayo. Por lo tanto, debido a la evidencia mostrada, la investigación recibió el nivel descriptivo, la cual buscó identificar las características o cualidades

de la variable en estudio. Entonces se puede decir que la investigación es de nivel descriptivo, porque se describirá la variable herramientas web 2.0 detallando sus dimensiones e indicadores.

El diseño de investigación fue considerado no experimental-transversal, debido a que se quiso; mirar sucesos sin alteraciones, más no la posible manipulación de variables, por otro lado, se recopiló la información o datos correspondientes en un determinado periodo de tiempo sin la probabilidad de emplear un seguimiento al objeto de estudio. De esta manera, el trabajo es no experimental, ya que no se manejó el constructo herramientas web 2.0, es decir se trató de una investigación en la cual no se varió en modo premeditado el constructo herramientas web 2.0 para observar su situación y ahondar en sus cualidades. De tal manera, la población fue la cantidad de empresas en el sector de servicio de maquinaria pesada, que son 40 empresas encontradas en la región de Lambayeque (Cámara de Comercio de Lambayeque, 2020). Además, por ser la población finita y pequeña la muestra es igual a la población, es decir es una muestra censal. Asimismo se utilizó un muestreo “no probabilístico por conveniencia”, ya que se tomó a empresas específicas del sector en estudio, y quienes estuvieron dispuestas a contestar el cuestionario respectivo.

La técnica que se empleó fue la encuesta, la cual es definida según Arias (2006) se entiende como técnica a la forma de obtención de datos e información, como parte de una disciplina y complemento del método científico. Por ello se considera en este caso a la encuesta, que es una técnica que apoya en la búsqueda de datos e información de una muestra específica. Para este instrumento se ha hecho en base a la escala de Likert, y se consideró cinco niveles ordinales de medición, donde el valor más bajo es (1) al más alto (5); para el cuestionario sobre herramientas web 2.0, el cual fue elaborado de acuerdo a los indicadores del modelo los pilares de la web 2.0 de los autores Cobo & Pardo (2011) y consistió de 13 preguntas.

Para el procedimiento de recolección de datos, se brindó el cuestionario diseñado en Google Forms, a un experto en herramientas web 2.0 de cada empresa (40) de alquiler de maquinaria pesada. Aproximadamente se aplicó el cuestionario, durante todo el mes de mayo, compartiendo a dichos expertos el formulario correspondiente, el cual contó con un tiempo indeterminado, siendo flexible, y poderlo resolver en el mejor tiempo posible. De esta manera se usó el software SPSS, luego de los resultados, se hizo una tabulación, representación gráfica y análisis de datos. Con ayuda del instrumento mencionado se obtuvo los resultados del diagnóstico del uso, la descripción y propuestas adecuadas sobre herramientas web 2.0 para el sector.

Tabla 1

Cuadro de Operacionalización de las variables.

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores
HERRAMIENTAS WEB 2.0	Las herramientas web 2.0 son una agrupación de tecnologías y aplicaciones a la vanguardia como son los wikis, la tecnología, los ‘mashups’, redes sociales y blogs (Cobo & Pardo, 2011).	Social Networking	Redes Sociales Horizontales Redes Sociales Verticales
		Contenidos	Blogs Plataformas Digitales
		Organización social e inteligencia de la información.	Buscadores Agregadores Marcadores
		Aplicaciones y servicios	Organizador de Proyectos

Fuente: Cobo & Pardo (2011).

Tabla 2:

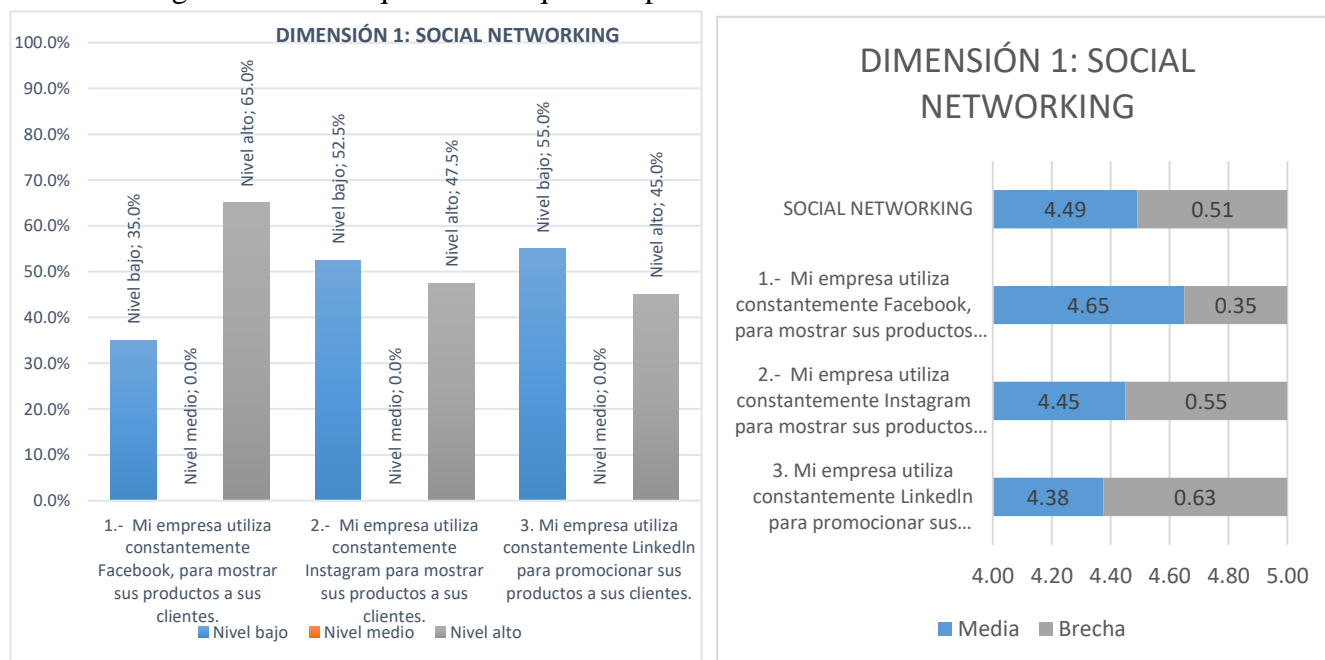
Matriz de Consistencia.

Problema Principal	Objetivo Principal	Hipótesis	Variables	
¿Cuál es el diagnóstico del uso de las herramientas web 2.0 en el Sector de Alquiler de Maquinaria Pesada, Chiclayo-2021?	Diagnosticar el uso de las herramientas Web 2.0 en el Sector de Alquiler de Maquinaria Pesada, Chiclayo-2021.	Por ser de nivel descriptivo, la presente investigación no presenta hipótesis.	Herramientas Web 2.0	
	Objetivos específicos		Dimensiones	Indicadores
	Describir el uso del Social Networking en el sector alquiler de maquinaria pesada Chiclayo-2021.		Social Networking	Redes Sociales Horizontales Redes Sociales Verticales
	Describir los contenidos que se utilizan en el sector alquiler de maquinaria pesada Chiclayo-2021.		Contenidos	Blogs Plataformas Digitales
	Describir la Organización social e inteligencia de la información en el sector alquiler de maquinaria pesada Chiclayo-2021.		Organización social e inteligencia de la información.	Buscadores Agregadores Marcadores
Describir las aplicaciones y servicios usados en el sector alquiler de maquinaria pesada Chiclayo-2021.	Aplicaciones y servicios	Organizador de Proyectos		
Diseño y Tipo de investigación	Población, muestra y muestreo	Instrumento de recolección de datos	Procedimiento y procesamiento de datos	
Enfoque Cuantitativo, Diseño No Experimental-Transversal, Nivel Descriptivo.	Población: 40 empresas del sector de servicio de maquinaria pesada. Muestra Censal: 40 empresas.	Cuestionario	Procedimiento: Se aplicará un cuestionario de las 40 empresas del sector, en una fecha determinada.	Procesamiento: Tabulación, procesamiento, representación y análisis se realizará en SPSS.

Fuente: Cobo & Pardo (2011).

Resultados y discusión

Objetivo n°1: en relación con el objetivo específico, determinar el nivel de uso del Social Networking en el sector alquiler de maquinaria pesada.



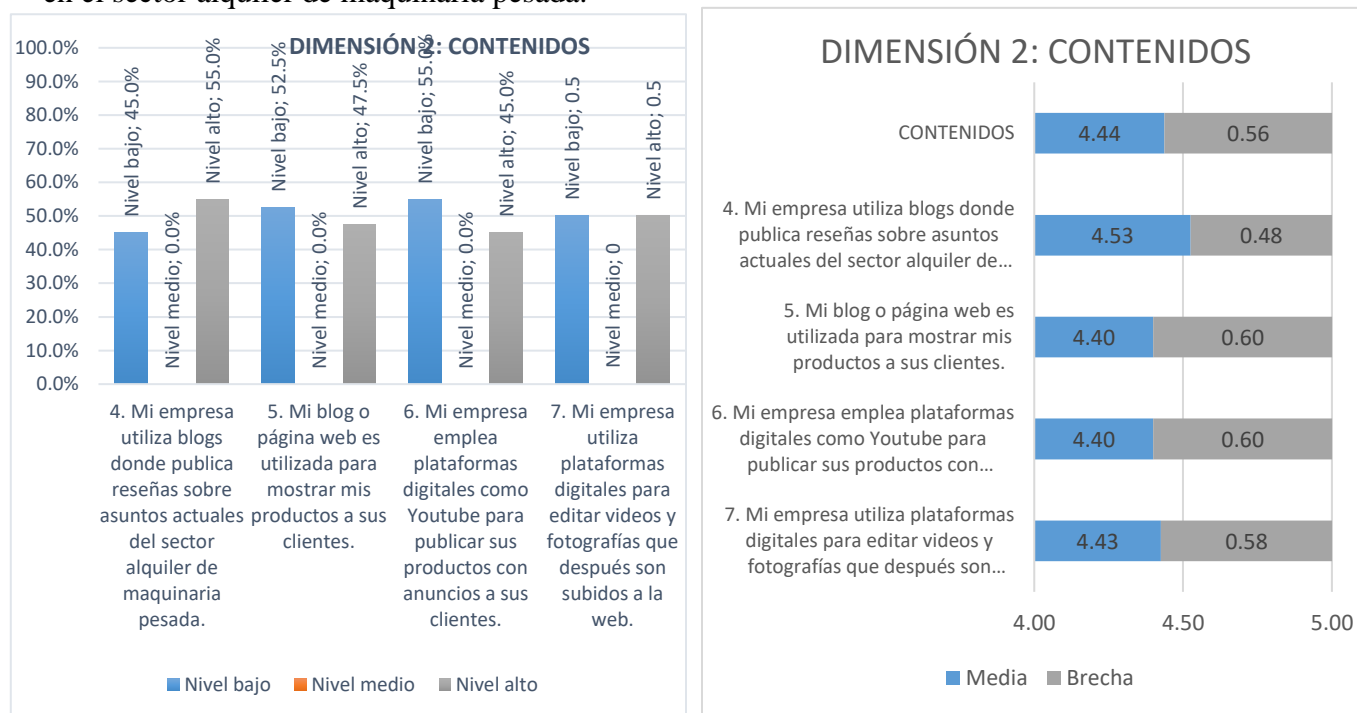
Fuente: Encuesta realizada a las 40 empresas de sector de alquiler de maquinaria pesada.

Mediante la encuesta realizada a las 40 empresas de alquiler de maquinaria pesada, en la dimensión de social networking, las mayores brechas se presentan en Instagram y LinkedIn; en donde las empresas que promocionan sus productos mediante Instagram se considera que el uso es bajo con promedio de 4.45 y una brecha del 0.55, LinkedIn con un promedio de 4.38 y con una brecha del 0.63, en las herramientas web 2.0. De esta manera las empresas que muestran sus productos mediante Facebook se considera que el uso es mayor con un promedio de 4.65 y con una brecha de 0.35.

Poniendo en evidencia los resultados, el social networking cumple un rol fundamental al momento de mostrar sus productos o servicios a sus clientes. Así mismo Solís (2017) en su investigación su objetivo fue hacer un sistema metodológico que ayude a las áreas de comunicación a lograr datos de los planes lanzados mediante la Web 2.0, y nos menciona que la financiación y el uso de las herramientas web 2.0 son viables, ya que debido a la coyuntura, las redes sociales han sido de uso prioritario, además de ser los protagonistas, en dar a conocer el servicio o producto de

las empresas. Por lo que las organizaciones de alquiler de maquinaria pesada les resulta positivo que continúen con el uso, tanto de facebook como de Instagram o LinkedIn. De esta manera Cobo & Pardo (2011) afirma que las llamadas redes sociales incluyen los mecanismos realizados para la elaboración de sitios que hagan fácil su uso.

Objetivo n°2: en relación con el objetivo específico, determinar el nivel de uso de los Contenidos en el sector alquiler de maquinaria pesada.



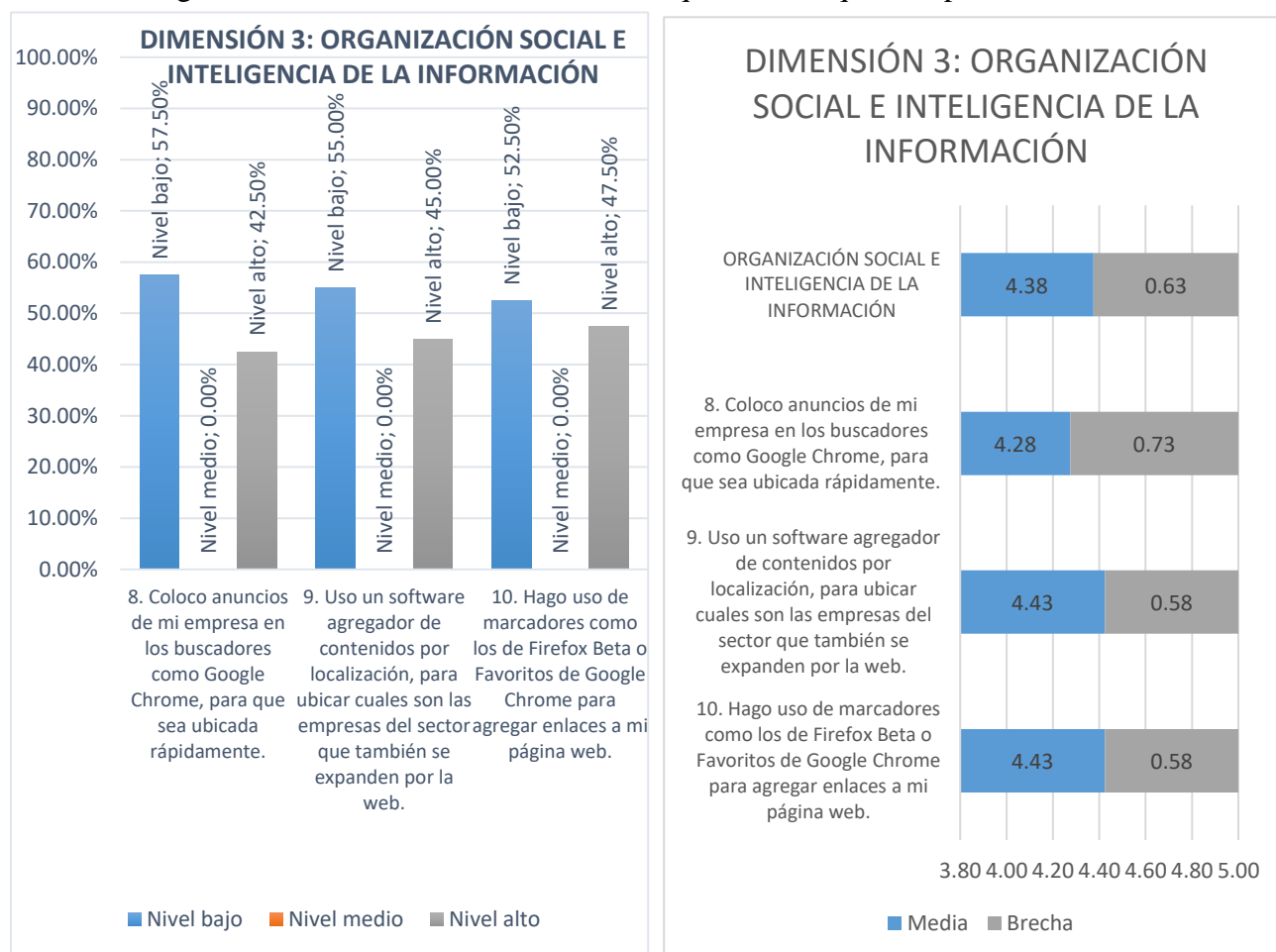
Fuente: Encuesta realizada a las 40 empresas del sector de alquiler de maquinaria pesada.

Mediante la encuesta realizada a las 40 empresas de alquiler de maquinaria pesada, en la dimensión de contenidos, las mayores brechas se presentan en la Página web y Plataformas digitales; en donde las empresas que promocionan sus productos mediante Página web se considera que el uso es bajo con promedio de 4.40 y una brecha del 0.60 y Plataforma digitales con un promedio de 4.40 y con una brecha del 0.60 en las herramientas web 2.0, de esta manera las empresas que muestran sus productos mediante Blogs se considera que el uso es mayor con un promedio de 4.53 y con una brecha de 0.48.

Poniendo en evidencia los resultados, los contenidos cumplen un rol fundamental cuando se muestran los videos, fotografías o anuncios publicitarios del servicio o producto. De esta manera Alvia (2017) su objetivo fue la implementación de uso de herramientas web 2.0, la cual demostró

que las estrategias, tales como la implementación de una campaña de uso de herramientas web 2.0 presentada, son viables en el rubro. Por lo que las organizaciones de alquiler de maquinaria pesada han tenido resultados positivos y menos brechas en el uso tanto de blogs como de plataformas digitales. De esta manera Cobo & Pardo (2011) afirma que los Blogs son ideales para empresas que desean mostrar sus prestaciones o productos.

Objetivo n°3: en relación al objetivo específico, determinar el nivel de uso de la organización social e inteligencia de la información en el sector alquiler de maquinaria pesada.



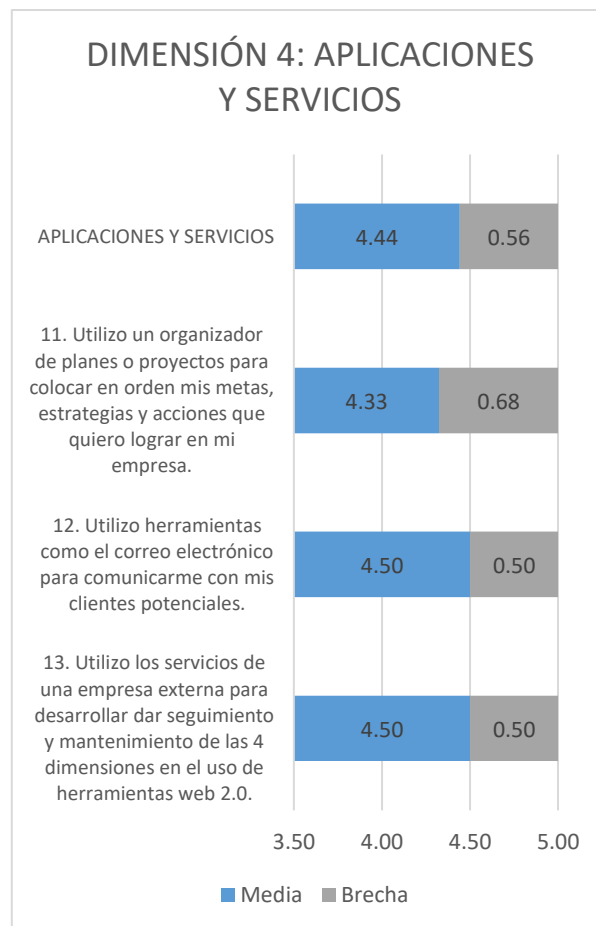
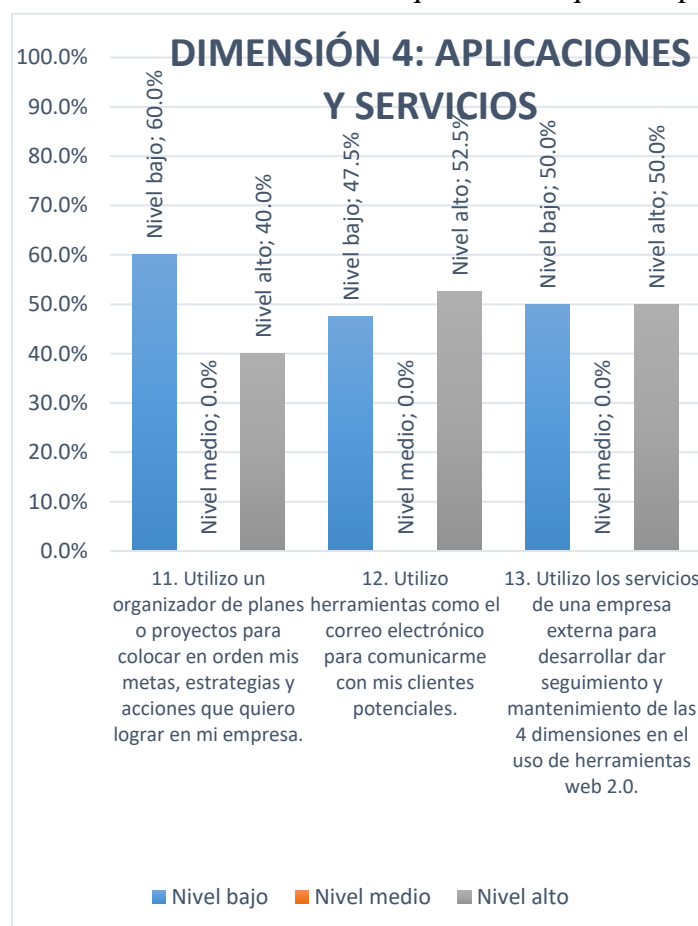
Fuente: Encuesta realizada a las 40 empresas del sector de alquiler de maquinaria pesada.

Mediante la encuesta realizada a las 40 empresas de alquiler de maquinaria pesada, en la dimensión de Organización social e inteligencia de la información, la mayor brecha se presenta en buscadores; en donde las empresas que colocan anuncios en Google Chrome se considera que el uso es bajo con promedio de 4.28 y una brecha del 0.73 en las herramientas web 2.0, de esta manera

las empresas que usan un Software agregador o marcador se considera que el uso es mayor y similar con un promedio de 4.43 y con una brecha de 0.58.

Poniendo en evidencia los resultados, la organización social e inteligencia de la información, cumplen un rol fundamental cuando se usa Google Chrome, Firefox, para los anuncios del servicio que se ofrece. De esta manera Vargas (2019)) tuvo por objetivo precisar de qué manera se vincula la pericia digital con la utilización de aplicaciones Web 2.0, además dio a conocer que existe una relación afirmativa importante entre la pericia digital y la utilización de aplicaciones Web 2.0. En tanto que las organizaciones de alquiler de maquinaria pesada han tenido resultados positivos y menos brechas en el uso tanto de software agregador y marcadores, como en buscadores. De esta manera Cobo & Pardo (2011) afirma que la organización social e inteligencia de la información son mecanismos y bienes para encasillar, afiliar e indexar, que hacen fácil el ordenamiento y guardado de los datos, así como de otros productos libres en la Red.

Objetivo n°4: en relación al objetivo específico, determinar el nivel de uso las aplicaciones y servicios usados en el sector alquiler de maquinaria pesada.



Fuente: Encuesta realizada a las 40 empresas del sector de alquiler de maquinaria pesada.

Mediante la encuesta realizada a las 40 empresas de alquiler de maquinaria pesada, en la dimensión de Aplicaciones y Servicios, la mayor brecha se presenta en organizador de planes o proyectos; en donde las empresas colocan en orden sus metas, estrategias y acciones considera que el uso es bajo con promedio de 4.33 y una brecha del 0.68 en las herramientas web 2.0, de esta manera las empresas que usan un correo electrónico y servicios de una empresa externa para el seguimiento a las 4 dimensiones se considera que el uso es mayor y similar con un promedio de 4.50 y con una brecha de 0.50.

Poniendo en evidencia los resultados, las aplicaciones y servicios cumplen un rol fundamental al usar organizadores de proyectos o correos electrónicos para la comunicación con los clientes. De esta manera Schlagwein & Hu (2016) tuvo por objetivo determinar la vinculación entre la utilización de las redes sociales y la habilidad de reactivación de las organizaciones, asimismo dio a conocer que la vinculación entre la utilización de las redes sociales y la habilidad de reactivación de las organizaciones son positivas. En tanto que las organizaciones de alquiler de maquinaria pesada han tenido buenos resultados y menos brechas tanto en el uso del correo electrónico y servicios de mantenimiento de las 4 dimensiones, como el uso de organizador de planes o proyectos. De esta manera Cobo & Pardo (2011) afirma que las prestaciones de dirección de planes en la Web tienen el tipo más completo, debido a que conforman un conjunto de mecanismos para laborar, ya que se vuelve más fácil la estructuración de conjuntos que laborar de forma repartida, apoyadas en la utilización de internet.

Conclusiones

Se ha concluido en este trabajo de investigación en el rubro de alquiler de maquinaria pesada, mediante las encuestas realizadas, que el uso de herramientas web 2.0 son eficientes, ya que mediante las herramientas más usadas, se puede dar a conocer el servicio que ofrecen, maquinaria disponible, servicios brindados, etc. Así mismo captar a futuros clientes o consumidores aplicando el uso a las mismas.

Referente a los objetivos específicos, en el social networking se pudo concretar una sólida aceptación por parte de las empresas de alquiler de maquinaria pesada, en base al uso de Facebook,

debido a que fue la opción con mayor porcentaje de utilización, en cambio en el uso de Instagram y LinkedIn, obtuvieron un menor porcentaje de uso, para la promoción de sus productos o servicios.

Así mismo con los contenidos, se pudo concretar que las empresas tienen una mejor adaptación al uso de Blogs y/o plataformas digitales como un blog propio de la empresa, o mediante página de YouTube, en donde publican sus productos, acerca del servicio que brindan, y también de sus productos hacia sus clientes potenciales.

Además, con la organización social e inteligencia, se encontró que las empresas presentan mayor uso en el software agregador de contenidos por localización que se encarga de ubicar cuales son las empresas que se expanden por la web y marcadores como los Favoritos de Google Chrome que sirve para agregar enlaces a su página web.

De esta manera, los clientes usan mecanismos de comunicación con las empresas de alquiler de maquinaria pesada, como la mensajería empresarial, correo electrónico, teléfono, etc., las cuales pueden leerse anticuadas, pero hoy en día son muy utilizadas estas herramientas, para transmitir información o comunicar sobre el servicio brindado, ofertas, productos disponibles, quejas, etc. Finalmente, con las aplicaciones y servicios, se concluyó que las empresas tienen mayor uso del correo electrónico, ya que permite enviar o recibir contratos, órdenes de servicio, pagos, facturas. Así mismo obtienen servicios de una empresa externa para el seguimiento y mantenimiento de las 4 dimensiones en el uso de las herramientas web 2.0.

Recomendaciones

Se recomienda a las empresas de alquiler de maquinaria pesada realizar planes de uso de las herramientas tecnológicas, , así mismo dar mayor uso a las mismas, que menos manejo tienen actualmente en sus organizaciones, planificando tiempo, inversión y capital humano, de esta manera las organizaciones obtendrán mayor información sobre su competencia, clientes, proveedores y su entorno laboral.

A los expertos en el manejo de las herramientas web 2.0 de cada empresa de alquiler de maquinaria pesada se les recomienda implementar estrategias para el uso de las redes sociales Instagram y LinkedIn, ya que ahí también puede dar a conocer su producto o servicio y alcanzar a más consumidores o clientes.

Así mismo, se recomienda a las empresas, obtengan servicio de marketing sobre sus blogs o plataformas digitales, ya que además de obtener más clientes, también sean reconocidas por el servicio o producto que brindan mediante las mismas.

Además, se sugiere a las empresas, exhortar a los especialistas de cada una de las organizaciones, generar estrategias de uso sobre los buscadores, en la cual se encuentra mayor información o base de datos; ya que estos como Google Chrome o Firefox, que son los más usados hoy en día, y en donde se puede dar a conocer su producto o servicio a los clientes potenciales.

Finalmente se recomienda a cada empresa de alquiler de maquinaria pesada, hacer constante mantenimiento de las 4 dimensiones, de esta manera las empresas de alquiler de maquinaria pesada tendrán mayor información sobre redes sociales, plataformas digitales o buscadores, y estas estén siempre actualizadas, así mismo los especialistas de cada organización

Referencias

- Alvia, Y. (2017). *Estrategias para la reactivación económica del sector hotelero de la Parroquia Tarqui en la Ciudad de Manta*. Manta: Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.
- BID. (21 de Marzo de 2020). *Coronavirus: ¿Cómo apoyar desde el sector de fomento a la innovación y las pymes?* Recuperado el 3 de Noviembre de 2020, de <https://blogs.iadb.org/innovacion/es/innovacion-coronavirus-pymes-emprendimientos/>
- Cámara de Comercio y producción de Lambayeque. (2020). Recuperado el 2020, de <http://www.cclam.org.pe/beneficios-institucionales/>
- Castaño, J., & Jurado, S. (2016). *Entornos web 2.0 (Comercio electrónico)*. Editex.
- Cobo, C., & Pardo, H. (2011). *Planeta web 2.0: Inteligencia colectiva o medios fast food*. México: FLACSO MÉXICO.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Mc-Graw Hill.
- Interempresas. (18 de Mayo de 2020). *Smopyc, principal apoyo para un sector que ha cejado en su voluntad de ser esencial para la reactivación económica*. Recuperado el 3 de Noviembre de 2020, de <https://www.interempresas.net/Alquiler-OP/Articulos/304434-Smopyc-principal-apoyo-sector-no-ha-cejado-voluntad-ser-esencial-reactivacion-economica.html>
- Irbo, M., & Mohammed, A. (2020). Social media, business capabilities and performance: A review of literature. *Academic Journals*.
- López, E. (2017). *La web 2.0 en las empresas agroalimentarias. Un Modelo explicativo de sus antecedentes y consecuencias*. España: Universidad Politécnica de Cartagena.
- LP. (4 de Junio de 2020). *¡Aprueban fase 2 de reactivación económica! Estas son las actividades que se reanudan*. Recuperado el 3 de Noviembre de 2020, de <https://lpderecho.pe/fase-2-reactivacion-economica-actividades-reanudaran-decreto-supremo-101-2020-pcm/>
- Moradillo, J. (Junio de 2016). *La we 2.0 y redes sociales son fundamentales para el éxito de las empresas*. Recuperado el Noviembre de 2020, de <https://jesusmoradillo.wordpress.com/category/uncategorized/>
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. *International Journal of Morphology*, 227-232.
- Rent, M. (20 de Abril de 2020). *El sector de la construcción y la pandemia del COVID-19*. Recuperado el 30 de Octubre de 2020, de

<https://www.interempresas.net/Alquiler-OP/Articulos/302051-El-sector-de-la-construccion-y-la-pandemia-del-COVID-19.html>

Schlagwein, D., & Hu, M. (2016). *Cómo y por qué las organizaciones utilizan redes y medios: cinco tipos de uso y su relación a la capacidad de absorción*. Australia: Revista de tecnología de la información.

Solís, R. (2017). *Impacto de la Web 2.0 en el mensaje corporativo*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

Vargas, C. (2019). *La competencia digital y el uso de aplicaciones web 2.0 en docentes de una universidad privada-2018*. Lima: Universidad Tecnológica del Perú.

Voigt, K., & Ernst, M. (2010). Use of web 2.0 applications in product development: an empirical study of the potential for knowledge creation and exchange in research and development. *International Journal Of Engineering, Science and technology*. Obtenido de <https://www.ajol.info/index.php/ijest/article/view/63859>

Anexos



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Escuela de Administración de Empresas

OBJETIVO:

Objetivo General: Diagnosticar el uso de las herramientas Web 2.0 en el Sector de Alquiler de Maquinaria Pesada, Chiclayo – 2021

INSTRUCCIONES:

Lea detenidamente las preguntas, y marque con equis dentro del paréntesis (X), la respuesta que usted considere conveniente que responda al criterio que mejor expresa su conocimiento, recordación y participación al respecto:

Anticipadamente se agradece su aporte y comprensión al responder clara y precisamente a las preguntas, realizadas a continuación:

Instrucciones: Lea cuidadosamente cada proposición y marque con un aspa (x) solo una alternativa, la que mejor refleje su punto de vista al respecto. En donde:

- (1) Totalmente en desacuerdo
- (2) En desacuerdo
- (3) Indiferente
- (4) De acuerdo
- (5) Totalmente de acuerdo

HERRAMIENTAS WEB 2.0	Totalmente en desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Dimensión 1: Social Networking					
Redes sociales verticales					
1. Mi empresa utiliza constantemente Facebook, para mostrar sus productos a sus clientes.					
2. Mi empresa utiliza constantemente Instagram para mostrar sus productos a sus clientes.					

Redes sociales horizontales					
3. Mi empresa utiliza constantemente LinkedIn para promocionar sus productos a sus clientes.					
Dimensión 2: Contenidos					
Blogs					
4. Mi empresa utiliza blogs donde publica reseñas sobre asuntos actuales del sector alquiler de maquinaria pesada.					
5. Mi blog o página web es utilizada para mostrar mis productos a sus clientes.					
Plataformas digitales					
6. Mi empresa emplea plataformas digitales como Youtube para publicar sus productos con anuncios a sus clientes.					
7. Mi empresa utiliza plataformas digitales para editar videos y fotografías que después son subidos a la web.					
Dimensión 3: organización social e inteligencia de la información					
Buscadores					
8. Coloco anuncios de mi empresa en los buscadores como Google Chrome, para que sea ubicada rápidamente.					
Agregadores					
9. Uso un software agregador de contenidos por localización, para ubicar cuales son las empresas del sector que también se expanden por la web.					
Marcadores					
10. Hago uso de marcadores como los de Firefox Beta o Favoritos de Google Chrome para agregar enlaces a mi página web.					
Dimensión 4: Aplicaciones y servicios					
Organizador de proyectos					
11. Utilizo un organizador de planes o proyectos para colocar en orden mis metas, estrategias y acciones que quiero lograr en mi empresa.					
12. Utilizo herramientas como el correo electrónico para comunicarme con mis clientes potenciales.					
13. Utilizo los servicios de una empresa externa para desarrollar dar seguimiento y mantenimiento de las 4 dimensiones en el uso de herramientas web 2.0.					

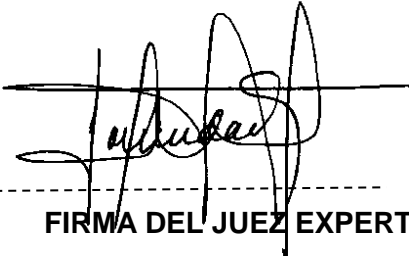


CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe, **Dr. Jorge Augusto Mundaca Guerra**, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de **Licenciado en Administración de Empresas**, titulado “**DIAGNÓSTICO DEL USO DE HERRAMIENTAS WEB 2.0 DEL SECTOR DE ALQUILER DE MAQUINARIA PESADA, CHICLAYO, 2021**”, elaborado por la Est. **Luis Leonardo Rodríguez Ruiz**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 23 de abril de 2021.



FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Nombre : Dr. Jorge Augusto Mundaca Guerra

Cargo Actual : Docente de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe, **Mg. César Luis Olivos Villasis**, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de **Licenciado en Administración de Empresas**, titulado “**DIAGNÓSTICO DEL USO DE HERRAMIENTAS WEB 2.0 DEL SECTOR DE ALQUILER DE MAQUINARIA PESADA, CHICLAYO, 2021**”, elaborado por la Est. **Luis Leonardo Rodríguez Ruiz**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 23 de abril del 2021.

FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Nombre : **Mg. César Luis Olivos Villasis**
Cargo Actual : **Profesor tiempo completo Dpto. CC.E.E. – Coordinador Impulsat - USAT**



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe, **Mg. Pedro Antonio Pérez Arboleda**, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de **Licenciado en Administración de Empresas**, titulado **“DIAGNÓSTICO DEL USO DE HERRAMIENTAS WEB 2.0 DEL SECTOR DE ALQUILER DE MAQUINARIA PESADA, CHICLAYO, 2021”**, elaborado por la Est. **Luis Leonardo Rodríguez Ruiz**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 23 de abril del 2021.



FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Nombre : **Mg. Pedro Antonio Pérez Arboleda.**
Cargo Actual : **Docente EPG UCV**