

Redes Sociales y Gestión del Conocimiento: Un análisis exploratorio de factores

*Social Networking and Knowledge Management:
An exploratory factor analysis*

Marcelo de Jesús Pérez Ramos

Universidad Autónoma de Aguascalientes
marcelo.perez@edu.uaa.mx

Juan Manuel Gómez Reynoso

Universidad Autónoma de Aguascalientes
jmgr@correo.uaa.mx

Resumen

Las redes sociales en línea en la actualidad han tenido un gran impacto en la manera en la que las personas se comunican y comparten información, pero al estar basadas en internet las dimensiones de la seguridad y confianza surgen como una preocupación ya que mucha de esta información debe tener ciertas restricciones de seguridad y privacidad. El presente estudio mediante un análisis exploratorio de factores buscó lo que los usuarios consideran como los factores más importantes a tomar en cuenta para considerar si una red social para la gestión del conocimiento es de calidad. Los factores y variables expuestas fueron tomados de modelos de calidad del software, de la información y de servicios. Los resultados obtenidos fueron una serie de 26 variables que se agruparon en 5 factores distintos.

Abstract

In recent years online social networks have had a great impact in the way people communicate and share information, however this social networks are based on internet, security and trust are a big concern due the nature of the information so that this information have security restrictions and privacy. The present study searched by an exploratory factor analysis what factors are the most

important from the user's perspective to consider quality in a knowledge management online social network. Factors and variables exposed were taken from software, information and services quality models. The results of the study were 26 variables grouped in 5 different factors.

Palabras Clave / key words: Redes sociales en línea, Gestión del Conocimiento, Calidad / Social Networks, Knowledge Management, Quality

Introducción

El uso de las redes sociales en la actualidad ha tenido una gran difusión y aceptación por gran parte de la población usuaria de internet en el mundo; por ejemplo, un estudio de 2011 revela que 9 de cada 10 internautas utilizan las redes sociales para comunicarse con sus seres queridos (AMIPCI, 2014b). Existe una gran diversidad de redes sociales, pero en México hay 3 que se destacan, las cuales son : Facebook, Youtube, Twitter (AMIPCI, 2014a). La rapidez con la que las personas se comunican a través de estos medios, la adquisición y difusión de información es impresionante, desafortunadamente la mayor parte del uso de esta poderosa herramienta está orientada al ocio. ¿Podrá generarse una red social que esté orientada a la difusión de conocimiento formal? ¿Cómo debería ser esta red social?

En el presente trabajo de investigación se centra en conocer los elementos, que desde el punto de vista de los usuarios, son los más importantes a considerar en la construcción de una Red Social para a la Gestión del Conocimiento (RSGC). Para lograr este objetivo, se recurrió al análisis de estándares de la calidad del software como el ISO/IEC 9126 (ISO, 2001), y el modelo de McCall et al. (McCall, Richards, & Walters, 1977); modelos de calidad de la información (Wang & Strong, 1996) así como consideraciones en el área de servicios (Grönroos, 1984; Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985, 1988).

La literatura existente al momento de realizar la presente investigación no reporta la existencia de un estudio similar que involucre los elementos de calidad de las redes sociales y la gestión del conocimiento.

MARCO TEÓRICO

Para el estudio de los factores que impactan una Red Social se tomó como referencia el modelo de Éxito en los Sistemas de Información (DeLone & McLean, 2003) en donde se consideran 3 dimensiones principales que afectan el éxito de un sistema de información que son la calidad del sistema, la calidad de la información y la calidad en el servicio.

Se realizó una revisión de literatura previa y lo primero que se consideró es el estudio de los items más importantes que puede evaluar un usuario final y que están plasmadas en modelos de calidad de software (ISO, 2001; McCall et al., 1977; Pressman, 2010), de la información (Keeton, Mehra, & Wilkes, 2009; Klein, 2001; Knight & Burn, 2005; McGilvray, 2008; Popovic, Cohelo, & Jaklic, 2009; Wang & Strong, 1996) y de servicios (Grönroos, 1984; Parasuraman et al., 1985, 1988; Perez & Gomez, 2011), una vez que se obtuvieron los aspectos más relevantes se creó un modelo propuesto a partir de esta revisión (figura 1).

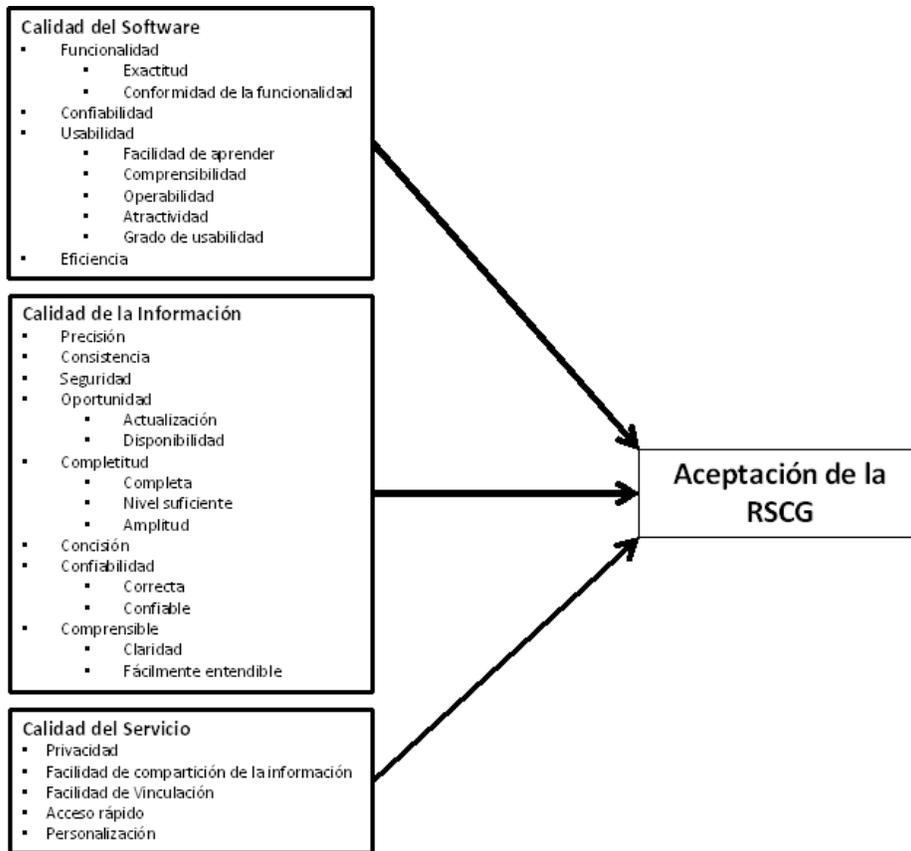


Figura 1. Modelo de Investigación Propuesto

Calidad Del Software

La calidad de software se explica como la concordancia con los requerimientos funcionales y de rendimiento explícitamente definidos, los estándares de desarrollo explícitamente documentados y características implícitas que se esperan de todo software desarrollado profesionalmente (Pressman, 2010). La calidad del software es una compleja mezcla de factores que variarán a través de diferentes aplicaciones y según los clientes que las pidan. Existen distintos modelos de calidad del software como el propuesto por McCall et al. (McCall et al., 1977), o bien o estándares de calidad como el ISO/IEC 9126 (ISO, 2001). Dado que los dos modelos tratan de evaluar la calidad de un producto de software se realizó un mapeo de los items considerados con el objetivo de identificar aquellas que están relacionadas con el usuario final, una vez realizado esto, se tomaron los factores relacionados con la experiencia del usuario del producto de software para considerarlos para la evaluación de la Red Social por lo que los factores y los items relacionados con la calidad del software propuestos para la presente investigación y que consideramos que impactan positivamente en la aceptación de una RSGC.

La funcionalidad (ISO, 2001; Pressman, 2010) de una RSGC la definimos como la capacidad del software para ofrecer los servicios necesarios para satisfacer las necesidades del usuario, es decir, que cumpla con todo lo que espera el usuario que realice la RSGC. Este factor considera varios aspectos para determinar el grado con el que se cumple la funcionalidad, los aspectos que están relacionados directamente con el usuario es la **exactitud computacional** (ISO, 2001; Pressman, 2010) que se define como la relación existente entre la obtención de resultados con una precisión completa esperada por parte del usuario (ISO, 2001; Pressman, 2010); y la **conformidad de la funcionalidad** (ISO, 2001; Pressman, 2010) que indica el grado de satisfacción del usuario con respecto a las características del software que satisfacen las necesidades establecidas o implícitas del uso de la RSGC. La **confiabilidad** (ISO, 2001; Pressman, 2010) la podemos definir como la cantidad de tiempo en que el software está disponible para su utilización (ISO, 2001; Pressman, 2010), es decir, el tiempo que la RSGC le permita al usuario realizar las tareas deseadas considerando las posibles fallas que pudieran surgir. Otro factor considerado es el de la **usabilidad** (ISO, 2001; Pressman, 2010) que se define como la facilidad con la que el usuario utiliza la RSGC. Este factor considera varios aspectos que tienen que ver directamente con el usuario, estos aspectos son: Facilidad de aprendizaje, Comprensibilidad, Operabilidad, atraktividad. La **facilidad de aprendizaje** (ISO, 2001; Pressman, 2010) se refiere a la capacidad del producto de permitirle al usuario aprender su aplicación. La **comprensibilidad** (ISO, 2001; Pressman, 2010) es la capacidad de la RSGC para permitirle al usuario entender si el software es idóneo y cómo puede usarse para las tareas y condiciones de uso particulares del usuario. La **operabilidad** (ISO, 2001; Pressman, 2010) se entiende como la capacidad de la RSGC para permitirle al usuario operarlo y controlarlo. La **atraktividad** (ISO, 2001; Pressman, 2010) se refiere a la capacidad de la RSGC para ser atractiva o amigable para el usuario. Finalmente se considera un **grado de usabilidad en general** (ISO, 2001; Pressman, 2010) referido al grado en que el usuario considera que el sistema es usable. La **eficiencia** (ISO, 2001; Pressman, 2010) la definimos como la cantidad de tiempo que el usuario considera suficiente que la RSGC se tome para dar respuesta a sus peticiones.

Calidad de la Información

La información posee varias características que nos permiten emitir alguna calificación o evaluación de la misma. No existe una definición única para **la calidad de la información**, McGilvray (McGilvray, 2008) la define como el grado en el que la información y los datos pueden ser una fuente confiable para cualquier persona. Otros autores (Keeton et al., 2009; Popovic et al., 2009) coinciden en que la calidad de la información es una medida de la utilidad de la información para un propósito, como tomar decisiones o realizar alguna acción. Wang y Strong (Wang & Strong, 1996) utilizan el término de Calidad de Datos (Data Quality, DQ) de manera sinónima a la Calidad de la Información, aunque destacan que la Calidad de la Información es relativa ya que lo que puede ser considerado como suficiente para un uso, puede resultar insuficiente para otras aplicaciones. Además, Wang y Strong (Wang & Strong, 1996) propusieron un modelo conceptual de la calidad de la Información. Este modelo ha sido ampliamente aceptado en la literatura y de donde se ha desprendido una serie de estudios y modelos orientados a diferentes tipos de aplicaciones que involucran la Calidad de la Información.

En estos estudios previos (Klein, 2001; Wang & Strong, 1996) se han definido varias dimensiones que permiten establecer la calidad de la información. Knight y Burn (Knight & Burn, 2005) realizaron un resumen de las distintas dimensiones consideradas en distintos modelos. Para este estudio se tomaron en cuenta solamente aquellos aspectos que son consideradas de mayor importancia por su repetida aparición en la literatura previa (Knight & Burn, 2005).

La **precisión** (Knight & Burn, 2005) de la información se define como la medida en que los datos son correctos, confiables y certificados como libres de error. La **consistencia** (Knight & Burn, 2005) es la medida en que la información es presentada en el mismo formato y compatible con datos previos. La seguridad se establece como la medida en que el acceso a la información está restringido apropiadamente para mantener su seguridad. La **oportunidad** (Knight & Burn, 2005) que se define como la medida en la que la **información actualizada** es suficiente, es decir, que la información no sea antigua y que sea la necesaria para comprenderla, y de su **facilidad de acceso** que se refiere a que el usuario pueda encontrar a través de la RSCG la información que busca. La **completitud** (Knight & Burn,

2005) es la medida en la que la información no falta y es suficiente en profundidad y amplitud. La **información completa acorde a las necesidades personales** se refiere a que la información mostrada sea la que requiere el usuario sin extenderse en detalles o que sea tan genérica que no le sea de utilidad, el **nivel de información suficiente para comprenderla**, es decir, que contiene todos los datos así como el detalle necesario para poder entenderla, y finalmente la **amplitud de la información** que se refiere al nivel de detalle que ofrece la RSGC en caso de requerirlo. La **Concisión** (Knight & Burn, 2005) es la medida en que la información es representada de manera compacta sin ser abrumadora. La **Confiabilidad** (Knight & Burn, 2005) es la medida en que la información es **correcta y confiable**, es decir, que tenga validez y respaldo en cuanto a la veracidad de la misma. La **Comprensibilidad** (Knight & Burn, 2005) es la medida en la que los datos son claros sin ambigüedad y fácilmente comprensible, esto es, la **claridad de la información** se refiere a que la información no permita confusiones al usuario, y la **facilidad de entendimiento** de la información que cualquier usuario de la RSGC pueda entender de una manera sencilla lo que se le presenta.

Calidad del Servicio

En literatura previa se encuentra que uno de los primeros en conceptualizar la calidad del servicio fue Grönroos quien propuso que la calidad del servicio se define como lo que el cliente recibe y cómo lo recibe (Grönroos, 1984). En el modelo Servqual (Parasuraman et al., 1985, 1988) establece que es la diferencia entre la calidad esperada por el usuario del servicio y la calidad percibida por el usuario.

Para este estudio establecemos que la **calidad del servicio** se define como la diferencia entre los servicios ofrecidos por la RSGC y la percepción del usuario sobre los servicios.

De acuerdo a un estudio previo (Perez & Gomez, 2011) en el que se buscaron las razones principales del uso de las Redes Sociales así como las características más importantes desde la perspectiva de los usuarios, se identificaron algunos items con respecto de los servicios que se desarrollan a continuación.

El **Manejo de la Privacidad** se refiere a las opciones que tiene el usuario para decidir si permite que pueda ser contactado por cualquier usuario o sólo por ciertas personas. La privacidad de acuerdo a la

Real Academia de la Lengua Española (RAE, 2011) es el “ámbito de la vida privada que se tiene derecho a proteger de cualquier intromisión”, Hildebrandt (Hildebrandt, 2006) menciona que la autonomía es un factor importante concerniente a la privacidad ya que las personas preferimos tener control sobre los límites en relación de los demás y en la web se traduce en la capacidad que tiene el usuario de controlar sus propios datos. El **Manejo de la Compartición de información** se refiere a las formas que el usuario puede compartir la información que puede ser de manera individual, en grupos o completamente pública. La compartición de archivos es una de las actividades más importantes hoy en día, gracias al crecimiento de las redes de telecomunicaciones y el internet, nos permite fortalecer la colaboración en ambientes soportados por la computadora (Shami, Muller, & Millen, 2011; Stephen, Edwards, Mark, Rebecca, & Nicolas, 2006). La **Facilidad de vinculación** se define como las herramientas disponibles para poder conectarse con otros usuarios conocidos o con propuestas acordes a los intereses en común con el objetivo de compartir información. Como se ha mencionado anteriormente en la gestión del conocimiento la manera de difundir el conocimiento es mediante la socialización (Nonaka, 1991, 1994; Nonaka & Toyama, 2003), En la socialización, un campo de interacción está construido donde los individuos comparten experiencias y espacio al mismo tiempo. La **Velocidad de la adquisición de información** se refiere a la facilidad y rapidez percibida por el usuario para el acceso y obtención de información mediante la red social. Se debe de cuidar la manera en la que se representa la información. De acuerdo a Vessey y Galletta (Vessey & Galletta, 1991) la manera en la que se representa un problema influye en la manera en la que se va a ser resuelto por lo que la rapidez de la adquisición de información dependerá de la manera en la que será presentada o solicitada. Y finalmente la **Personalización** se refiere a las opciones que tiene el usuario para decidir sobre lo que la gente puede ver o no, o si solamente desea que algunos puedan ver determinada información personal. Una de las principales preocupaciones de los internautas es sobre el uso de la información personal proporcionada por el usuario (Teltzrow & Kobsa, 2003) por lo que la definición de una política de uso y privacidad en los sitios web (Montuschi, 2005; Teltzrow & Kobsa, 2004) brinda una mayor confianza al usuario ya que se tiene un previo conocimiento sobre el manejo de la información y el usuario podrá decidir qué tipo de información colocará en esos sitios de acuerdo sus conveniencias (Gross & Acquisti, 2005).

METODOLOGÍA

En base a los resultados obtenidos en el estudio piloto previo y a la revisión de la literatura se realizó el estudio final a base de reducción de items por medio de análisis de factores. Se desarrolló un cuestionario en línea tomando en cuenta cada una de los items analizadas con respecto de la calidad del software, de la información y de los servicios.

Se realizó un estudio piloto para validar el cuestionario. En primera instancia, el instrumento fue revisado por un grupo de expertos para verificar que no existieran problemas de redacción. Una vez resueltos los problemas encontrados, se aplicó el cuestionario a un grupo de 30 personas a nivel universitario. Todos ellos fueron invitados y participaron de forma voluntaria y podían no concluir el estudio piloto en cualquier momento, sin embargo, todos ellos lo terminaron. El análisis demostró que el instrumento tiene un diseño adecuado para su aplicación.

Recolección de datos

El cuestionario se puso disponible a través de un portal web con el fin de minimizar los potenciales problemas de transcripción de datos así como facilitar el acceso al mismo por parte de los participantes.

Debido a que formalmente los usuarios de las redes sociales deben cumplir la restricción que tienen los mismos sitios de tener una edad mayor a 13 años, se realizó una selección de grupos de distintos niveles educativos comenzando desde la enseñanza media superior, superior y posgrado así como también a profesionistas relacionados con el desarrollo, utilización y aplicación de las Tecnologías de la Información. Las invitaciones fueron realizadas vía correo electrónico así como a través de las redes sociales, enviando el vínculo hacia la encuesta en línea a los profesores de los grupos relacionados con la educación, así como a los profesionales de las TI.

Se realizó un muestreo por conveniencia por lo que se generaron invitaciones a grupos de estudiantes y maestros del Centro de Enseñanza Media de la Universidad Autónoma de Aguascalientes, grupos de carreras diversas de nivel profesional y posgrado de la Universidad Autónoma de Aguascalientes, de la

Universidad Politécnica de Aguascalientes, del Instituto Tecnológico de Aguascalientes, así como también profesionistas que ejercen en distintos puntos de México.

La muestra obtenida de las encuestas respondidas fue de 220 encuestas completas, todas ellas utilizables, la cual de acuerdo a la distribución de la población Mexicana publicada por el Instituto Nacional de Estadística (INEGI, 2010) el 49% son hombres y 51% son mujeres. Los datos recabados para la presente investigación cumplen con esta representatividad.

La muestra indica que el 62.3% son personas de 20 o menos años, el 27.3% de edades entre 21 a 35, de 26 a 30 se tiene un 2.7%, el 4.1% está representado por edades entre 36 a 40, y el resto tienen menos del 1%. Esto se muestra en la Tabla 1.

Tabla I. Representatividad por edades

Años	Frec.	%	% válido	% acumulado
Válidos 20 ó menos	137	62.3	62.3	62.3
21 a 35	60	27.3	27.3	89.5
26 a 30	6	2.7	2.7	92.3
31 a 35	4	1.8	1.8	94.1
36 a 40	9	4.1	4.1	98.2
41 ó más	4	1.8	1.8	100.0
Total	220	100.0	100.0	

Con respecto a su nivel de escolaridad actual, en la Tabla 2 podemos ver que el 46.8% son personas que tienen bachillerato, 45% Licenciatura que juntos representan el 91.8 % de la muestra.

Tabla II. Representatividad por escolaridad

Escolaridad actual	Frec.	%	% Válido	% acumulado
Válidos Bachillerato	103	46.8	46.8	46.8
Licenciatura	99	45.0	45.0	91.8
Especialidad	4	1.8	1.8	93.6
Maestría	14	6.4	6.4	100.0
Total	220	100.0	100.0	

En la tabla 3 podemos visualizar la diversidad de áreas a las que pertenecen los encuestados. Cabe hacer mención que el 37.7% no respondió lo cual se puede relacionar a los alumnos de bachillerato que al momento de contestar

no habían elegido un área de estudio, el 25.9 % pertenecen a las áreas económicas y administrativas y el 11.4% a tecnología.

Tabla III. Representatividad por especialidad

Área de especialidad de su carrera	Frec.	%	% válido	% acumulado
Válidos No respondió	83	37.7	37.7	37.7
Económico-Administrativo	57	25.9	25.9	63.6
Tecnología	25	11.4	11.4	75.0
Industria Textil	9	4.1	4.1	79.1
Industria Automotriz	13	5.9	5.9	85.0
Gobierno	1	.5	.5	85.5
Otra	32	14.5	14.5	100.0
Total	220	100.0	100.0	

En relación a la experiencia en el uso de las computadoras en la Tabla 4, se tiene que el 27.3 % reporta que tiene mucha experiencia y el 52.7% reporta que tienen suficiente experiencia sumando el 80% de las personas entrevistadas. Muy pocas personas reportan tener poca experiencia en el uso de las computadoras.

Tabla IV. Representatividad de la experiencia del uso de computadoras

¿Cómo considera su experiencia con el uso de computadoras?	Frec	%	% válido	% acumulado
Válidos Mucha	60	27.3	27.3	27.3
Suficiente	116	52.7	52.7	80.0
Regular	39	17.7	17.7	97.7
Poca	5	2.3	2.3	100.0
Total	220	100.0	100.0	

La tabla 5 contiene los resultados sobre la frecuencia del uso de las redes sociales y hay que hacer notar que el 87.3% los encuestados reportan que utilizan diario las redes sociales.

Tabla V. Representatividad de la frecuencia de uso de las Redes sociales

¿Con qué frecuencia hace uso de las Redes Sociales?	Frec.	%	% Válido	% Acumulado
Válidos Todo el día	26	11.8	11.8	11.8
Varias veces al día	132	60.0	60.0	71.8
1 vez al día	34	15.5	15.5	87.3
3 ó más veces a la semana	16	7.3	7.3	94.5
1 ó 2 veces a la semana	3	1.4	1.4	95.9
Ocasionalmente	9	4.1	4.1	100.0
Total	220	100.0	100.0	

El promedio de uso de las redes sociales (Tabla 6) reporta además que por lo menos la mitad de los encuestados invierten más de 1 hora en promedio, mientras que el 25% reporta que utiliza las redes sociales entre 30 minutos y 1 hora.

Tabla VI. Representatividad del tiempo promedio de uso de las Redes sociales

¿Cuál es el tiempo promedio que hace uso de las Redes Sociales?	Frec.	%	% Válido	% Acumulado
Válidos 0	11	5.0	5.0	5.0
Menos de 5 minutos	2	.9	.9	5.9
Entre 5 y 10 minutos	13	5.9	5.9	11.8
Entre 11 y 30 minutos	28	12.7	12.7	24.5
Entre 31 minutos y 1 hora	55	25.0	25.0	49.5
Más de 1 hora	111	50.5	50.5	100.0
Total	220	100.0	100.0	

Finalmente podemos ver en la tabla 7 que el 97.7% de los encuestados cuenta con alguna cuenta o página dentro de alguna red social, lo que indica que el uso de las redes sociales es cada vez más extenso.

Tabla VII. Representatividad de perfiles en una Red Social

¿Cuenta con un perfil o página en al menos una Red Social?	Frec.	%	% Válido	% Acumulado
Válidos Sí	215	97.7	97.7	97.7
No	5	2.3	2.3	100.0
Total	220	100.0	100.0	

Con estos datos demográficos podemos ver que casi todos los encuestados han tenido contacto y utilizan alguna red social por lo que sus opiniones están basadas en experiencias previas y tienen conocimiento suficiente para emitir juicios sobre las características que debería tener una Red Social para la Gestión del Conocimiento.

ANÁLISIS DE DATOS

Para el análisis de factores la literatura recomienda que la muestra debe tener al menos 200 observaciones (Guilford, 1954); o bien, al menos 5 observaciones por cada item estudiado (J.F. Hair, Anderson, Tatham, & Black, 1998). Se estudian 27 items extraídos de literatura previa relacionada con la Calidad del Software (ISO, 2001; McCall et al., 1977), Calidad de la Información (Klein, 2001; Knight & Burn, 2005; Wang & Strong, 1996) y la Calidad en el Servicio (Perez & Gomez, 2011); se tiene una proporción de 8 observaciones por item; asimismo, la presente investigación tiene un tamaño de 220 observaciones, por lo tanto, se cumple con ambas recomendaciones. Adicionalmente, Everitt (Everitt, 1975) y Linacre (Linacre, 2002) recomiendan que debe haber al menos una relación de 10 observaciones por cada factor analizado. En el presente estudio se tiene una relación de 44:1 (220 observaciones; 5 factores).

Validez de la Muestra Obtenida

Antes de realizar el análisis de factores, se aplicó una serie de pruebas para verificar la validez del cuestionario. Previo al análisis, se utilizó el índice de adecuación de la muestra de Kaiser-Meyer-Olkin (0.926) y la prueba de esfericidad de Bartlett ($p < 0.001$). Ambos mostraron una buena adecuación muestral y una apropiada correlación entre los items, indicando que los datos son adecuados para la aplicación del análisis factorial (ver Tabla 8). Adicionalmente, el valor del determinante es mayor a cero (5.28×10^{-8}), en consecuencia, la muestra es adecuada para aplicarle análisis de factores.

Tabla VIII. Tabla 1. KMO y prueba de Bartlett

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		.926
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	3801.814
	Gl	351
	Sig.	.000

La Figura 2 muestra la gráfica de sedimentación, en esta se puede observar un comportamiento adecuado para reducción de datos. En este se puede observar que el punto de inflexión se da a partir del valor 5, por lo tanto, el número correcto de factores es ese punto según lo recomienda la literatura (J.F. Hair et al., 1998; Kline, 2002).

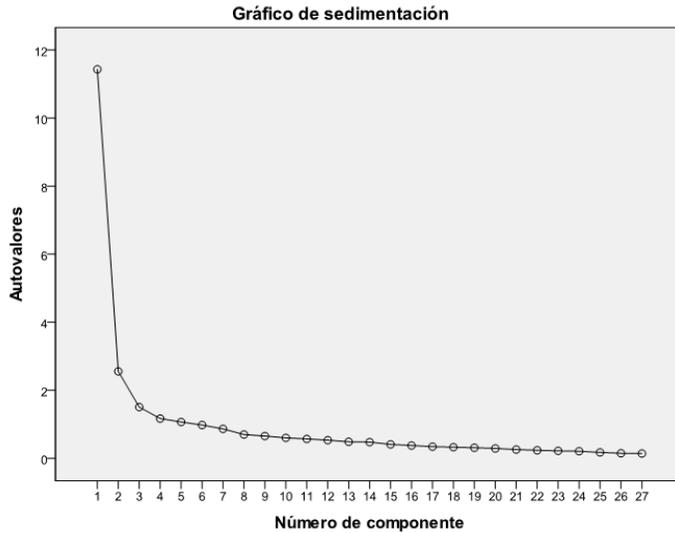


Figura 2. Gráfico de Sedimentación

Análisis de Factores.

La Tabla 9 muestra los resultados obtenidos en el análisis de factores. Para el análisis se utilizó como valor de corte 0.5 según se reporta en la literatura previa (J.F. Hair, Anderson, Tatham, & Black, 2005; Kerlinger & Lee, 2000) Adicionalmente, la literatura (J.F. Hair et al., 2005; Kerlinger & Lee, 2000; Kline, 2002) indica que para que un factor sea considerado como tal este se encuentre formado por al menos 3 items. En consecuencia, los resultados obtenidos indican que se tienen un total de cinco factores que cumplen con las características establecidas en la literatura. Asimismo, una variable debió eliminarse del resultado final ya que o no cumplen con el valor de carga establecido, la variable desechada es la de eficiencia en el sistema ya que tuvo un valor de carga de 0.490.

Tabla IX. Análisis de Factores

Items	Componente				
	1	2	3	4	5
Confiabilidad de la información	.813				
Precisión de la información	.801				
Claridad de la información	.744				
Exactitud de la información	.705				
Entendimiento de la información	.698				
Consistencia de la información	.696				
Privacidad	.642				
Compartición de Información	.635				
Amplitud de la información	.572				
Concisión de la información	.543				
Completitud de la información		.758			
Nivel suficiente de Información		.751			
Actualización de la información		.724			
Disponibilidad de la Información		.683			
Atractividad de la RS		.584			
Usabilidad de la RS		.552			
Facilidad de Aprendizaje de la RS			.704		
Comprensibilidad de la RS			.622		
Seguridad de la información			.620		
Operabilidad de la RS			.556		
Conformidad de la funcionalidad de la RS				.816	
Confiabilidad de la RS				.727	
Exactitud de la RS				.661	
Eficiencia del sistema				.490	
Personalización					.637
Velocidad de Adquisición					.608
Facilidad de Vinculación					.584

Método de extracción: Análisis de componentes principales.

Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.

a. La rotación ha convergido en 8 iteraciones.

Adicionalmente, se realizó un análisis de confiabilidad a través del alfa de Cronbach que en literatura previa (J.F. Hair et al., 1998) establece que el valor mínimo aceptable para un factor en un estudio exploratorio es de 0.60; valor utilizado en el presente estudio dada sus características.

La Tabla 10 muestra los factores identificados junto con su valor de confiabilidad así como el nombre definido para el mismo.

Tabla X. Resultados del α de Cronbach

Factor	Componentes	# de Comp.	α de Cronbach
Credibilidad de la Información	Confiabilidad de la información Precisión de la información Claridad de la información Exactitud de la información Entendimiento de la información Consistencia de la información Privacidad Compartición de Información Amplitud de la información Concisión de la información	10	.932
Utilidad de la Información	Complejidad de la información Nivel suficiente de la información Actualización de la información Disponibilidad de la información Atractividad de la RS Usabilidad de la RS	6	.882
Usabilidad del software	Facilidad de Aprendizaje Comprensibilidad del Sistema Seguridad de la información Operabilidad de la RS	4	.680
Precisión del Software	Conformidad de la funcionalidad de la RS Confiabilidad de la RS Exactitud de la RS	3	.756
Servicios de la Red Social	Personalización Velocidad de Adquisición Facilidad de Vinculación	3	.711

Las variables planteadas con anterioridad son aceptadas todas excepto la Eficiencia del Sistema ya que no alcanzó el valor mínimo de aceptación según lo sugiere la literatura (J.F. Hair et al., 1998; Kline, 2002). Por otro lado, el resto de las variables consideradas fueron aceptadas ya que se encontró evidencia suficiente en el análisis de datos de que los usuarios consideran importantes los items estudiados y que podrían intervenir en la aceptación de una RSGC.

CONCLUSIÓN

Las redes sociales en línea han tenido un innegable impacto en la vida de las personas que las utilizan, si bien es cierto que la mayoría de las veces se utilizan para publicar cosas sin la mayor importancia o

relevancia, también hay que considerar que es una herramienta con un potencial grandísimo para que las personas se puedan allegar de conocimiento que sea de su interés y utilidad.

Se considera que la investigación realizada podría tener un fuerte el impacto en los desarrolladores de una red social para la gestión del conocimiento ya que les permite conocer, de acuerdo a este estudio, los factores de calidad más importantes para los usuarios así como los items que lo componen. Cabe hacer mención que también se identificaron dos dimensiones inherentes a los sistemas que manejan conocimiento, los cuales son la calidad de la información así como su utilidad. Aunque estas dimensiones no puedan ser programables en sí mismas, pueden diseñarse mecanismos de validación que permitan a los usuarios evaluar la información así como también la confiabilidad de la opinión de usuarios expertos; de tal manera, que pueda cumplirse con las características resultantes en estas dos dimensiones.

Los resultados de este estudio deben tomarse con precaución ya que están limitados, si se prueba el estudio en otras condiciones y escenarios los resultados podrían ser diferentes.

Bibliografía

- AMIPCI. (2014a). Estudio de Marketing Digital y Social Media (2014 ed.): Asociación Mexicana de Internet AMIPCI.
- AMIPCI. (2014b). Estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México 2014: Asociación Mexicana de Internet.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9-30.
- Everitt, B. S. (1975). Multivariate analysis: The need for data, and other problems. *British Journal of Psychiatry*, 126, 237-240.
- Gross, R., & Acquisti, A. (2005). *Information revelation and privacy in online social networks*. Paper presented at the Proceedings of the 2005 ACM workshop on Privacy in the electronic society, Alexandria, VA, USA.
- Grönroos, C. (1984). A Service Quality Model and its Marketing Implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44.
- Guilford, J. P. (1954). *Psychometric methods (2nd ed.)*. New York: McGraw-Hill.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). *Multivariate Data Analysis. Fifth edition*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (2005). *Multivariate Data Analysis. (Sixth Edition ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Hildebrandt, M. (2006). Privacy and Identity. In P. a. t. C. Law (Ed.), (pp. 43-58). Oxford: Erasmus University of Rotterdam.
- INEGI. (2010). Censo de Población y Vivienda 2010. 2012, from www.inegi.gob.mx
- ISO. (2001). ISO 9126-1:2001 Software engineering-Product quality. *Part 1-2-3-4 Quality Model*.
- Keeton, K., Mehra, P., & Wilkes, J. (2009). Do you know your IQ: A research agenda for information quality in systems. *ACM SIGMETRICS Performance Evaluation Review*, 37(3), 1-6.
- Kerlinger, F. N., & Lee, H. B. (2000). *Foundations of Behavioral Research. Fourth Edition*. New York: Harcourt College Publishers.
- Klein, B. D. (2001). User Perceptions of Data Quality: internet and Traditional Text Sources. *Journal of Computer Information Systems*, 41(4), 5-15.
- Kline, P. (2002). *An Easy Guide to Factor Analysis*. New Fetter Lane, London: Rutledge.
- Knight, S.-a., & Burn, J. (2005). Developing a framework for assessing information quality on the World Wide Web. *Informing science journal*, 8.
- Linacre, J. M. (2002). Optimizing Rating Scale Category Effectiveness. *Journal of Applied Measurement*, 3(1), 85-106.
- McCall, J., Richards, P., & Walters, G. (1977). Factors in Software Quality. Volumes I, II and III: RADIC Reports.
- McGilvray, D. M. (2008). *Executing data quality projects: Ten steps to quality data and trusted information*. Burlington, MA: Morgan Kaufmann Publishers.
- Montuschi, L. (2005). Cuestiones éticas problemáticas en la era de la información, internet y la World Wide Web. In C. W. Papers. (Ed.), *Serie Documentos de trabajo: Universidad del CEMA*.
- Nonaka, I. (1991, Nov-Dec 1991). The knowledge-creating company. *Harvard Business Review*, 96-104.
- Nonaka, I. (1994). A dynamic theory of organizational knowledge creation. *Organization Science*, 5(1), 14-37.
- Nonaka, I., & Toyama, R. (2003). The knowledge-creating theory revisited: Knowledge creation as a synthesizing process. *Knowledge Management Research & Practice*, 1, 2-10.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for future research. *Journal of Marketing*, 49(1), 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 61(1), 12-40.
- Perez, M., & Gomez, J. (2011). Why do people use social networks? *Communications of the International Information Management Association*, 11(2), 41-49.
- Popovic, A., Cohelo, P. S., & Jaklic, J. (2009). The impact of business intelligence system maturity on information quality. *Information Research*, 14(4).
- Pressman, R. S. (2010). *Software Engineering: A practitioner's approach (Seventh ed.)*: McGraw Hill.
- RAE. (2011). Diccionario de la Lengua Española - Vigésima Segunda Edición. Retrieved Jun-2011, 2011, from www.rae.es
- Shami, N. S., Muller, M., & Millen, D. (2011). *Browse and discover: social file sharing in the enterprise*. Paper presented at the Proceedings of the ACM 2011 conference on Computer supported cooperative work, Hangzhou, China.
- Stephen, V., Edwards, W. K., Mark, W. N., Rebecca, E. G., & Nicolas, D. (2006). *Share and share alike: exploring the user interface affordances of file sharing*. Paper presented at the Proceedings of the SIGCHI conference on Human Factors in computing systems, Montrécal, Québec, Canada.
- Teltzrow, M., & Kobsa, A. (2003). *Impacts of User Privacy Preferences on Personalized Systems - a comparative Study*. Paper presented at the CHI-2003 workshop "Designing Personalized User Experiences for eCommerce: Theory, Methods and Research", Fort Lauderdale, FL.

- Teltzrow, M., & Kobsa, A. (2004). *Communication of Privacy and Personalization in E-Business*. Paper presented at the WHOLES: A multiple view of individual privacy in a Networked World, Stockholm, Sweden.
- Vessey, I., & Galletta, D. (1991). Cognitive Fit: An Empirical Study of Information Acquisition. *Information Systems Research*, 2(1), 63-84. doi: 10.1287/isre.2.1.63
- Wang, R. Y., & Strong, D. M. (1996). Beyond Accuracy: What Data Quality Means to Data Consumers. *Journal of Management Information Systems*, 12(4), 5-34.