

**Novática**, revista fundada en 1975 y decana de la prensa informática española, es el órgano oficial de expresión y formación continua de **ATI** (Asociación de Técnicos de Informática), organización que edita también la revista **REICIS** (Revista Española de Innovación, Calidad e Ingeniería del Software).

< <http://www.ati.es/novatica/>  
< <http://www.ati.es/reicis/>

ATI es miembro fundador de **CEPIS** (Council of European Professional Informatics Societies) y es representante de España en **IFIP** (International Federation for Information Processing); tiene un acuerdo de colaboración con **ACM** (Association for Computing Machinery), así como acuerdos de vinculación o colaboración con **AdaSpain**, **AIZ**, **ASTIC**, **RITSI** e **Hispalinux**, junto a la que participa en **Prolinova**.

#### Consejo Editorial

Guillem Alsina González, Rafael Fernández Calvo (presidente del Consejo), Jaime Fernández Martínez, Luis Fernández Sanz, José Antonio Gutiérrez de Mesa, Silvia Leal Martín, Didac López Vilas, Francesc Noguera Puig, Joan Antoni Pastor Collado, Andrés Pérez Payeras, Viktu Pons i Colomer, Moisés Robles Gener, Cristina Vigil Díaz, Juan Carlos Vigo López

#### Coordinación Editorial

Llorenç Pagés Casas < [lpages@ati.es](mailto:lpages@ati.es) >

#### Composición y autedición

Jorge Lácer Gil de Ranales

#### Traducciones

Grupo de Lengua e Informática de ATI < <http://www.ati.es/gt/lengua-informatica/> >

#### Administración

Tomás Brunete, María José Fernández, Enric Camarero

#### Secciones Técnicas - Coordinadores

##### Acceso y recuperación de la información

José María Gómez Hidalgo (Optenet), < [jmgomez@yaho.com](mailto:jmgomez@yaho.com) >

Manuel J. María López (Universidad de Huelva), < [manuel.maria@diehsa.uhu.es](mailto:manuel.maria@diehsa.uhu.es) >

##### Administración Pública electrónica

Francisco López Crespo (MAE), < [flc@ati.es](mailto:flc@ati.es) >

Sebastià Justicia Pérez (Diputación de Barcelona) < [sjusticia@ati.es](mailto:sjusticia@ati.es) >

##### Arquitecturas

Enrique F. Torres Moreno (Universidad de Zaragoza), < [enrique.torres@unizar.es](mailto:enrique.torres@unizar.es) >

José Filich Cardo (Universidad Politécnica de Valencia), < [jfilich@disca.upv.es](mailto:jfilich@disca.upv.es) >

##### Auditoría SITIC

Marina Tourinho Troilillo, < [marinatourinho@marinatourinho.com](mailto:marinatourinho@marinatourinho.com) >

Sergio Gómez-Landero Pérez (Endesa), < [sergio.gomezlandero@endesa.es](mailto:sergio.gomezlandero@endesa.es) >

##### Derecho y tecnologías

Isabel Hernando Collazos (Fac. Derecho de Donostia, UPV), < [isabel.hernando@ehu.es](mailto:isabel.hernando@ehu.es) >

Elena Davara Fernández de Marcos (Davara & Davara), < [edavara@davara.com](mailto:edavara@davara.com) >

##### Enseñanza Universitaria de la Informática

Cristóbal Parsja Flores (DSIP-UCM), < [cparsja@sip.ucm.es](mailto:cparsja@sip.ucm.es) >

J. Ángel Velázquez Iturbide (DLSI1, URJC), < [angel.velazquez@urjc.es](mailto:angel.velazquez@urjc.es) >

##### Entorno digital personal

Andrés Marín López (Univ. Carlos III), < [amarin@it.uc3m.es](mailto:amarin@it.uc3m.es) >

Diego Gachet Pérez (Universidad Europea de Madrid), < [gachet@uem.es](mailto:gachet@uem.es) >

##### Estándares Web

Encarna Quesada Ruiz (Virati), < [encarna.quesada@virati.com](mailto:encarna.quesada@virati.com) >

José Carlos del Arco Prieto (TOP Sistemas e Ingeniería), < [jcarco@gmail.com](mailto:jcarco@gmail.com) >

##### Gestión del Conocimiento

Juan Baiget Solé (Cap Gemini Ernst & Young), < [joan.baiget@ati.es](mailto:joan.baiget@ati.es) >

##### Gobierno corporativo de las TI

Manuel Palao García-Suñeto (ATI), < [manuel@palao.com](mailto:manuel@palao.com) >

Miguel García-Monreal (ITI) < [mgarciamonreal@ititrends.institute.org](mailto:mgarciamonreal@ititrends.institute.org) >

##### Informática y Filosofía

José Ángel Olivares Varela (Escuela Superior de Informática, UCLM), < [joseangel.olivares@uclm.es](mailto:joseangel.olivares@uclm.es) >

Roberto Feltrero Dreja (UNED), < [rfeltrero@gmail.com](mailto:rfeltrero@gmail.com) >

##### Informática Gráfica

Miguel Chover Sellés (Universitat Jaume I de Castellón), < [mchover@lsi.uji.es](mailto:mchover@lsi.uji.es) >

Roberto Vivó Hernández (Eurographics, sección española), < [rvivo@dsic.upv.es](mailto:rvivo@dsic.upv.es) >

##### Ingeniería del Software

Javier Dotado Cosin (DLSI-UPV), < [ddotado@si.uhu.es](mailto:ddotado@si.uhu.es) >

Daniel Rodríguez García (Universidad de Alcalá), < [daniel.rodriguez@uah.es](mailto:daniel.rodriguez@uah.es) >

##### Inteligencia Artificial

Vicente Boti Navarro, Vicente Julián Inglada (DSIC-UPV), < [vbotti.vinglada@dsic.upv.es](mailto:vbotti.vinglada@dsic.upv.es) >

##### Interacción Persona-Computador

Pedro M. Latorre Andrés (Universidad de Zaragoza, AIPO), < [platorre@unizar.es](mailto:platorre@unizar.es) >

Francisco L. Gutiérrez Vela (Universidad de Granada, AIPO), < [fgutierrez@ugr.es](mailto:fgutierrez@ugr.es) >

##### Lengua e Informática

M. del Carmen Ugarte García (ATI), < [cugarte@ati.es](mailto:cugarte@ati.es) >

##### Lenguajes Informáticos

Oscar Belmonte Fernández (Univ. Jaime I de Castellón), < [obelfern@lsi.uji.es](mailto:obelfern@lsi.uji.es) >

Inmaculada Coma Tarray (Univ. de Valencia), < [inmaculada.coma@uv.es](mailto:inmaculada.coma@uv.es) >

##### Lingüística computacional

Xavier Gómez Guinovart (Univ. de Vigo), < [xgog@uvigo.es](mailto:xgog@uvigo.es) >

Manuel Palomar (Univ. de Alicante), < [mpalomar@disi.ua.es](mailto:mpalomar@disi.ua.es) >

##### Mundo estudiantil y jóvenes profesionales

Federico G. Mon Trotti (ATI), < [fgmon@ati.es](mailto:fgmon@ati.es) >

Mikel Salazar Peña (Área de Jóvenes Profesionales, Junta de ATI Madrid), < [mikelbo\\_uni@yahoo.es](mailto:mikelbo_uni@yahoo.es) >

##### Profesión Informática

Rafael Fernández Calvo (ATI), < [rfcalvo@ati.es](mailto:rfcalvo@ati.es) >

Miguel Sarrías Grijó (ATI), < [miguel@sarrias.net](mailto:miguel@sarrias.net) >

##### Redes y servicios telemáticos

José Luis Marzo Lázaro (Univ. de Girona), < [joseluis.marzo@udg.es](mailto:joseluis.marzo@udg.es) >

Juan Carlos López López (UCLM), < [juancarlos.lopez@uclm.es](mailto:juancarlos.lopez@uclm.es) >

##### Robótica

José Cortés Arenas (Sopra Group), < [joscortea@gmail.com](mailto:joscortea@gmail.com) >

Juan González Gómez (Universidad CARLOS III), < [juan@iearobotics.com](mailto:juan@iearobotics.com) >

##### Seguridad

Javier Arellano Bertolin (Univ. de Deusto), < [jaarell@deusto.es](mailto:jaarell@deusto.es) >

Javier López Muñoz (ETSI Informática-UMA), < [jlm@lcc.uma.es](mailto:jlm@lcc.uma.es) >

##### Sistemas de Tiempo Real

Alejandro Alonso Muñoz, Juan Antonio de la Puente Alfaro (DIT-UPM), < [falonso.puente@dit.upm.es](mailto:falonso.puente@dit.upm.es) >

##### Software Libre

Jesus M. González Barahona (GSYC - URJC), < [jgb@gsyc.es](mailto:jgb@gsyc.es) >

Israel Hénarez Tabernero (Universidad Politécnica de Madrid), < [isra@herraz.org](mailto:isra@herraz.org) >

##### Tecnología de Objetos

Jesus Garcia Molina (DIS-UM), < [jmolina@um.es](mailto:jmolina@um.es) >

Gustavo Rossi (LIFIA-UNLP Argentina), < [gustavo@sol.inf.unlp.edu.ar](mailto:gustavo@sol.inf.unlp.edu.ar) >

##### Tecnologías para la Educación

Juan Manuel Dodero Berardo (UC3M), < [dodero@inf.uc3m.es](mailto:dodero@inf.uc3m.es) >

César Pablo Córcoles Briongo (UOC), < [ccorcoles@uoc.edu](mailto:ccorcoles@uoc.edu) >

##### Tecnologías y Empresa

Didac López Vilas (Universitat de Girona), < [didac.lopez@ati.es](mailto:didac.lopez@ati.es) >

Alonso Álvarez García (TID), < [agag@tid.es](mailto:agag@tid.es) >

##### Tendencias tecnológicas

Gabriel Martí Fuentes (Interbits), < [gabi@atinet.es](mailto:gabi@atinet.es) >

Juan Carlos Vigo (ATI) < [juancarlosvigo@atinet.es](mailto:juancarlosvigo@atinet.es) >

##### TIC y Turismo

Andrés Aguayo Maldonado, Antonio Guevara Plaza (Univ. de Málaga), < [aguayo.guevara@lcc.uma.es](mailto:aguayo.guevara@lcc.uma.es) >

##### Coordinación Editorial, Redacción Central y Redacción ATI Madrid

Plaza de España 6, 2ª planta, 28008 Madrid

Tfno. 91 4029391; fax: 91 3093685 < [novatica@ati.es](mailto:novatica@ati.es) >

##### Composición, Edición y Redacción ATI Valencia

Av. del Reino de Valencia 23, 46005 Valencia

Tfno. 96 374 01 73 < [novatica\\_valencia@ati.es](mailto:novatica_valencia@ati.es) >

##### Administración y Redacción ATI Cataluña

Calle Avila 50, 3a planta, local 9, 08005 Barcelona

Tfno. 93 4125235; fax: 93 4127173 < [secretgen@ati.es](mailto:secretgen@ati.es) >

##### Redacción ATI Andalucía

< [secretand@ati.es](mailto:secretand@ati.es) >

##### Redacción ATI Galicia

< [secretgal@ati.es](mailto:secretgal@ati.es) >

##### Subscripción y Ventas

< [novatica.subscripciones@atinet.es](mailto:novatica.subscripciones@atinet.es) >

##### Publicidad

Plaza de España 6, 2ª planta, 28008 Madrid

Tfno. 91 4029391; fax: 91 3093685 < [novatica@ati.es](mailto:novatica@ati.es) >

Imprenta: Derra S.A., Juan de Austria 66, 08005 Barcelona.

Depósito legal: B. 15.154-1975 - ISSN: 0211-2124; CODEN NOVAEC

Portada: "Contorno natural" - Concha Alzas Pérez / © ATI

Diseño: Fernando Agrestia / © ATI 2003

## editorial

**En el proceso de cambios**

> 02

**en resumen**

**Fin de año en clave optimista**

> 02

*Llorenç Pagés Casas*

**noticias de CLEI**

**Resumen del Congreso y de la Asamblea de CLEI 2013**

> 03

*Ramon Puigjaner Trepal*

**noticias de CEPIS**

**Francisco López Crespo galardonado con el ICT Professionalism Award**

> 03

**noticias de IFIP**

**Reunión del TC1 (Foundations of Computer Science)**

> 04

*Jacques Sakarovitch, Joaquin Gabarró Vallés*

**actividades de ATI**

**Entrega del Premio Novática 2012**

> 04

## monografía

**Empresa 2.0: Últimos resultados de I+D**

Editores invitados: *Joaquín Peña Siles, Manuel Resinas Arias de Reyna*

**Presentación. Empresa 2.0: Últimos resultados de I+D en RRHH, Marketing, Comunicación y Software**

> 05

*Joaquín Peña Siles, Manuel Resinas Arias de Reyna*

**Estrategia de marketing para el ingreso de la pequeña empresa en las redes sociales**

> 08

*Joaquín Martín-Albo Mateos-Aparicio, Coral Calero Muñoz*

**Incidencia de las TIC como estrategia de comunicación en organizaciones culturales**

> 15

*Luz Madelén Ramírez Guzmán, Luisa Fernanda Henao Castaño*

**Percepción de valor de marca online en compañías aéreas de low cost.**

**El caso de Vueling, Easyjet y Ryanair**

> 18

*Ana María López Fernández, Ángela Escobar Ubrega, Ángel Francisco Villarejo Ramos*

**Los códigos de conducta como elemento facilitador en la difusión de la Web 2.0**

> 23

*Salvador Bueno Avila, María Dolores Gallego Pereira, David López Jiménez*

**Un estudio de la confianza inicial hacia el líder de equipos de trabajo virtuales**

> 29

*Miguel Guinaliu Blasco, Pau Jordan Blasco*

**Confianza y desconfianza en redes sociales: Detección de trolls**

> 34

*F. Javier Ortega, Fermín L. Cruz, José A. Troyano, Carlos G. Vallejo, Fernando Enriquez*

## secciones técnicas

**Profesión informática**

**Participación de la mujer en Computación: su presencia e influencia en la Universidad Simón Bolívar**

> 40

*Rosseline Rodríguez, Soraya Carrasquel*

**Redes y servicios telemáticos**

**VQoS: Una herramienta visual para la evaluación de protocolos de enrutamiento ad hoc**

> 48

*Amaia Aguirregoitia, Begoña Blanco Jauregui*

**Tecnologías y Empresa**

**Automatizando la gestión del riesgo tecnológico**

> 56

*Santiago Moral Rubio, Juan Manuel Vara Mesa, Marcos López Sanz,*

*Rosa María Quintanar Leal, Esperanza Marcos Martínez*

**TIC y Turismo**

**Sistemas de recomendación basados en grupo para su aplicación en realidad aumentada**

> 63

*José L. Leiva Olivencia, Antonio Guevara Plaza, Carlos Rossi Jiménez,*

*Andrés Aguayo Maldonado*

**Referencias autorizadas**

> 68

## sociedad de la información

**Distinciones profesionales**

**Laudatio a Mateo Valero Cortés**

> 75

*Francisco Tirado Fernández*

**Discurso de investidura**

> 77

*Mateo Valero Cortés*

**Programar es crear**

**El problema de las tablas (Competencia UTN-FRC 2012, enunciado)**

> 80

*Julio Javier Castillo, Diego Javier Serrano, Marina Elizabeth Cárdenas*

**El problema de la carrera de autos**

> 81

**(Competencia UTN-FRC 2012, solución)**

*Julio Javier Castillo, Diego Javier Serrano, Marina Elizabeth Cárdenas*

## Asuntos Interiores

**Coordinación editorial / Programación de Novática / Socios Institucionales**

> 83

**Tema del próximo número:**

**"Eficiencia energética en centros de procesos de datos"**

Joaquín Peña Siles, Manuel Resinas Arias de Reyna  
Universidad de Sevilla

<joaquinp@us.es>, <resinas@us.es>

# Presentación. Empresa 2.0: Últimos resultados de I+D en RRHH, Marketing, Comunicación y Software

## 1. Introducción

En los últimos años se ha producido una verdadera revolución en lo que a software empresarial se refiere. El impacto de este cambio, fomentado por el mundo 2.0 y las redes sociales, más allá de una tendencia o un conjunto de nuevos sistemas más sociales", está suponiendo un cambio en la forma de actuar de las personas dentro de las organizaciones y en los mecanismos para gestionar las mismas [1].

Estos cambios, cuando se refieren al mundo de la empresa, se les da el nombre de "Empresa 2.0".

La "Empresa 2.0" [2] no es la unión de los términos "web 2.0" y "Empresa", sino que es un término acuñado en 2006 en la *Sloan Business School* del MIT que supone un conjunto de mejoras y técnicas de gestión que hacen a la empresa más ágil, innovadora, creativa y que aumenta la coordinación y alineación de sus integrantes [3] (columna izquierda de la **figura 1**).

Como se observa en la **figura 1**, las mejoras se consiguen tanto en el interior de la empresa (fila superior de la ilustración), como en el exterior, fila inferior de la ilustración, llevándonos por ejemplo este aspecto a lo que se conoce como marketing en redes sociales, *social media marketing*, marketing 2.0, etc.

En la ilustración también se puede observar que las herramientas no hacen más que ayudar a que estos cambios se puedan producir actuando como catalizador (columna derecha de la **figura 1**), del mismo modo que el teléfono supuso numerosos avances en el mundo de los negocios respecto a la utilización del teléfono.

Datos publicados por Ibermatica – Social Business (<http://www.ibermaticasb.com/blog/>)

Lo interesante de este nuevo tipo de *intranets* es que permiten acceder a un conjunto de mejoras de un modo que no sería posible sin el software 2.0 surgido en los últimos años [1]. Como prueba de los avances que se pueden conseguir, según un reciente informe realizado por la empresa Ibermática, los principales beneficios de las empresas al utilizar herramientas de Empresa 2.0 es el mostrado en la **tabla 1**.

## Editores invitados

**Joaquín Peña Siles** es profesor contratado doctor por la Universidad de Sevilla y miembro del grupo de investigación ISA. Además, es CEO y Fundador de la red social corporativa <[www.foulders.com](http://www.foulders.com)> (*spinoff* de la U. Sevilla) y del Congreso Nacional de Empresa 2.0 y Social Business <[www.e20biz.es](http://www.e20biz.es)>. Es MBA y DEA en Dirección de Operaciones por la Universidad de Sevilla y autor de numerosas publicaciones en revistas internacionales de prestigio. Sus principales áreas de investigación son la empresa 2.0, los procesos de negocio y los cuadros de mando e indicadores 2.0, y la dirección de operaciones en la gestión del conocimiento.

**Manuel Resinas Arias de Reyna** es profesor contratado doctor por la Universidad de Sevilla y miembro del grupo de investigación ISA. Ha publicado trabajos en numerosos congresos y revistas como IEEE Transactions on Service Computing, Information Systems o International Journal on Electronic Commerce. Actualmente sus principales intereses de investigación son los acuerdos de nivel de servicio y la gestión de procesos de negocio, en particular su relación con los indicadores de rendimiento, los recursos humanos y la gestión de la conformidad.

## 2. Últimos resultados de I+D en la Empresa 2.0

Una de las características principales de la Empresa 2.0 es que tiene un marcado carácter multidisciplinar en el que convergen distintas áreas como el marketing, la comunicación o la ingeniería del software. Es por esto que hemos procurado que la selección de artículos incluida en este monográfico sea fiel reflejo de esta realidad y aglutine trabajos de distintas áreas con el fin de tratar de dar una perspectiva lo más completa posible.

Estos artículos son una versión extendida de los mejores trabajos presentados en las dos primeras ediciones del *Congreso Nacional de Empresa 2.0 y Social Business* que tuvieron lugar los años 2012 y 2013 <<http://www.e20biz.es/>>.

En el primer trabajo del monográfico, **Joaquina Martín-Albo Mateos-Aparicio** y **Coral Calero Muñoz** realizan una revisión de las redes sociales enfocado principalmente desde el prisma del marketing en el contexto de las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMEs). En este sentido, los autores analizan la evolución de las redes sociales en España y proponen unas guías generales que pueden seguir las pymes a la hora de utilizar las redes sociales en beneficio del negocio.

El segundo trabajo se enmarca también en una perspectiva de mejora de los aspectos de comunicación externos de la organización. En concreto, el trabajo de **Luz Madelén**

**Ramírez Guzmán** y **Luisa Fernanda Henao Castaño** analiza la incidencia de las Tecnologías de la Información y la Comunicación y, en particular, de las tecnologías relacionadas con la Web 2.0 en el contexto de las organizaciones culturales, ilustrándolo con un caso práctico de la ciudad de Medellín (Colombia).

Uno de los aspectos que las redes sociales ha transformado con mayor profundidad es el valor de marca. Las empresas han reconocido la importancia de la recomendación electrónica y su influencia en las decisiones del consumidor. Es por esto que se han diseñado numerosas estrategias basadas en el uso de redes sociales como una forma de comunicación bidireccional con sus clientes actuales y potenciales. El trabajo de **Ana María López Fernández**, **Ángela Escobar Ubreva** y **Ángel Francisco Villarejo Ramos** se centra en este contexto y estudia la relación entre el valor de marca en función del esfuerzo de marketing *online*. Para ello, los autores analizan los casos de las tres compañías aéreas de *low cost* con mayor volumen de pasajeros en España en 2012.

El cuarto trabajo del monográfico toma como eje principal los nuevos modelos de negocio basados en el comercio electrónico que aporta la Web 2.0 y la incertidumbre que éstos pueden dar origen en el usuario por cuestiones como la privacidad, la seguridad en las transacciones electrónicas, o la jurisdicción competente en caso de litigio. Para aliviar esta incertidumbre, las empresas adoptan códigos de conducta acreditados mediante

# monografía Empresa 2.0: Últimos resultados de I+D



Figura 1. Esquema conceptual de la empresa 2.0.

sellos de calidad incorporados a los sitios web.

En este contexto, los autores del trabajo, **Salvador Bueno Ávila**, **María Dolores Ga-**

**llego Pereira** y **David López Jiménez** analizan los efectos de la adhesión a los códigos de conducta de las empresas que operan en Internet, obteniendo como resultado una clasificación de las organizaciones con res-

pecto a sus percepciones sobre los efectos de los códigos de conducta en las variables específicas de gestión de la empresa.

Los cuatro trabajos descritos anteriormente analizan el uso de las redes sociales y de las tecnologías 2.0 como mecanismos de interacción con el cliente, es decir, con la perspectiva desde fuera de la empresa" de acuerdo con la **figura 1**.

A diferencia de éstos, el trabajo presentado por **Miguel Guinalfu Blasco** y **Pau Jordán Blasco** toma un enfoque desde dentro de la empresa". En concreto, una de las características más significativas de la Empresa 2.0 es la que se refiere a las capacidades ofrecidas en el contexto de creación de equipos virtuales. En estos equipos, uno de los factores clave para su éxito es el desarrollo de la confianza entre sus miembros y, en particular, con respecto al líder del equipo.

En su artículo, los autores analizan los determinantes de la confianza hacia el líder de un equipo de trabajo virtual en la etapa inicial de desarrollo del equipo, centrando la atención en los rasgos físicos y el género del líder.

Finalmente, la tecnología ha jugado desde el principio un papel habilitador fundamental en el contexto de la Empresa 2.0. Sin embar-

39% <b>incremento</b> en conexión entre empleados	28% <b>disminución</b> de llamadas al soporte
25% <b>disminución</b> en tiempo de aprendizaje	33% <b>incremento</b> de la satisfacción del cliente
29% <b>incremento</b> en la comunicación corporativa	31% <b>incremento</b> en la fidelización de clientes
34% <b>disminución</b> en tiempo de acceso a información	34% <b>incremento</b> del feed back y de las ideas de clientes
27% <b>reducción</b> en e-mails enviados	34% <b>incremento</b> en la reputación de la marca
26% <b>reducción</b> en tiempo de reuniones	27% <b>incremento</b> de ventas a nuevos clientes
27% <b>reducción</b> en tareas duplicadas	27% <b>incremento</b> de ventas a clientes existentes
32% <b>incremento</b> en ideas internas generadas	34% <b>incremento</b> de tráfico Web de clientes nuevos
23% <b>incremento</b> en tiempo disponible	34% <b>incremento</b> de tráfico Web de clientes existentes
32% <b>reducción</b> en tiempo para encontrar respuestas	26% <b>incremento</b> en ventas online
37% <b>incremento</b> en colaboración en proyectos	31% <b>incremento</b> en embajadores de las marcas
30% <b>incremento</b> en satisfacción de los empleados	33% <b>incremento</b> en clicks de búsquedas en Google
24% <b>reducción</b> en viajes	27% <b>incremento</b> en la efectividad del canal de ventas
42% <b>incremento</b> en comunicación con clientes	26% <b>disminución</b> del coste de soporte al canal

Tabla 1. Ventajas de la Empresa 2.0<sup>1</sup>.

go, pese a todos los avances realizados hasta la fecha, aún existe un amplio margen de mejora que puede permitir sacar mucho más partido a las herramientas software disponibles actualmente.

En concreto, para el caso de las redes sociales, han surgido recientemente numerosas técnicas que permiten analizar la información derivada de ellas como por ejemplo en campos como el análisis de redes sociales o el análisis de sentimientos (también conocido como minería de opiniones).

En este contexto se enmarca la sexta contribución incluida en el monográfico. En ella, **F. Javier Ortega, Fermín L. Cruz, José A. Troyano, Carlos G. Vallejo y Fernando Enríquez** proponen una técnica para calcular automáticamente la reputación *online* de los usuarios de una red social detectando los comportamientos deshonestos que pueden llevar a cabo éstos para alterar esta reputación.

### Referencias

[1] Manuel Mendes da Cruz, Hélder Fanha. *WEB 2.0 and its Impact on Knowledge and Business Organizations*. Instituto Politécnico de Lisboa, 2009. <<http://repositorio.ipl.pt/bitstream/10400.21/478/1/Web%20.0%20and%20its%20impact%20on%20knowledge%20and%20business%20organizations.pdf>>. Último acceso: 12-12-2013.

[2] Andrew P. McAfee. Enterprise 2.0: The Dawn of Emergent Collaboration". *Sloan Management Review* 47 (3): pp. 21–28, 2006.

[3] McKinsey&Company. *How companies are benefiting from Web 2.0: McKinsey Global Survey results*, 2009. <[http://www.mckinsey.com/insights/business\\_technology/how\\_companies\\_are\\_benefiting\\_from\\_web\\_20\\_mckinsey\\_global\\_survey\\_results](http://www.mckinsey.com/insights/business_technology/how_companies_are_benefiting_from_web_20_mckinsey_global_survey_results)>. Último acceso: 12-12-2013.

### Nota

<sup>1</sup> Datos publicados por Ibermática – *Social Business*: <<http://www.ibermaticasb.com/blog-ibermaticasb>>.

# JENUI

XX Jornadas sobre la Enseñanza Universitaria de la Informática  
2014 Oviedo, del 9 al 11 de julio

<http://jenui2014.uniovi.es>  
[@jenui2014](https://twitter.com/jenui2014)

El objetivo de las Jornadas sobre la Enseñanza Universitaria de la Informática, promovidas por la Asociación de Enseñantes Universitarios de la Informática (AENUI) y organizadas en 2014 por la Escuela de Ingeniería Informática de la Universidad de Oviedo, es promover el contacto, el intercambio y la discusión de conocimientos y experiencias entre profesores universitarios de Informática y grupos de investigación, debatir sobre el contenido de los programas y los métodos pedagógicos empleados, así como materializar un foro de debate en el que presentar temas y enfoques innovadores que permitan mejorar la docencia de la Informática en las universidades.

Las Jenui se articulan mediante contribuciones de tipo ponencia completa, póster y demostraciones de recursos docentes, así como tertulias y otras actividades que estimulan el contacto personal entre los docentes.

#### Fechas de interés

26 de Enero de 2014: Fecha límite para la entrega de resúmenes.

16 Febrero de 2014: Fecha límite para la entrega de los trabajos.



Imagen por mothabox (CC-BY)

Organiza:



Universidad de Oviedo

Colaboran:

