

El impacto de las redes sociales

Las redes sociales están viviendo su gran explosión y las organizaciones no pueden quedarse ajenas a ella. Mejorar el posicionamiento, la imagen de marca, la comunicación empresarial, la creatividad, la participación, la gestión del conocimiento,... múltiples procesos de negocio pueden salir beneficiados gracias a su utilización.

Sitios como Facebook y Orkut, con más de 300 millones de usuarios, MySpace con 210, Hi5, Twitter, Tuenti, con respectivamente más de 80, 50 ó 40, con seguridad le son ya familiares. Por supuesto hay muchos más, cientos en el universo de Internet y la gran mayoría con unos números tan asombrosos o más que estos.

Pero, ¿por qué? ¿Qué hace que millones de personas en todo el mundo estén enganchados a las redes sociales? Personas que pertenecen a diferentes escalas sociales y económicas, con niveles culturales muy distintos, de casi cualquier franja de edad, en todos los continentes.

Seguramente la respuesta sea tan simple como que las redes sociales a través de Internet únicamente han supuesto una extensión de lo que todos venimos

haciendo desde que nacemos: relacionarnos con nuestra familia, posteriormente con nuestros amigos y a continuación con nuestro entorno profesional, conformando así a nuestro alrededor una red de contactos con la que de modo más o menos intermitente vamos interactuando en el transcurso de nuestra existencia.

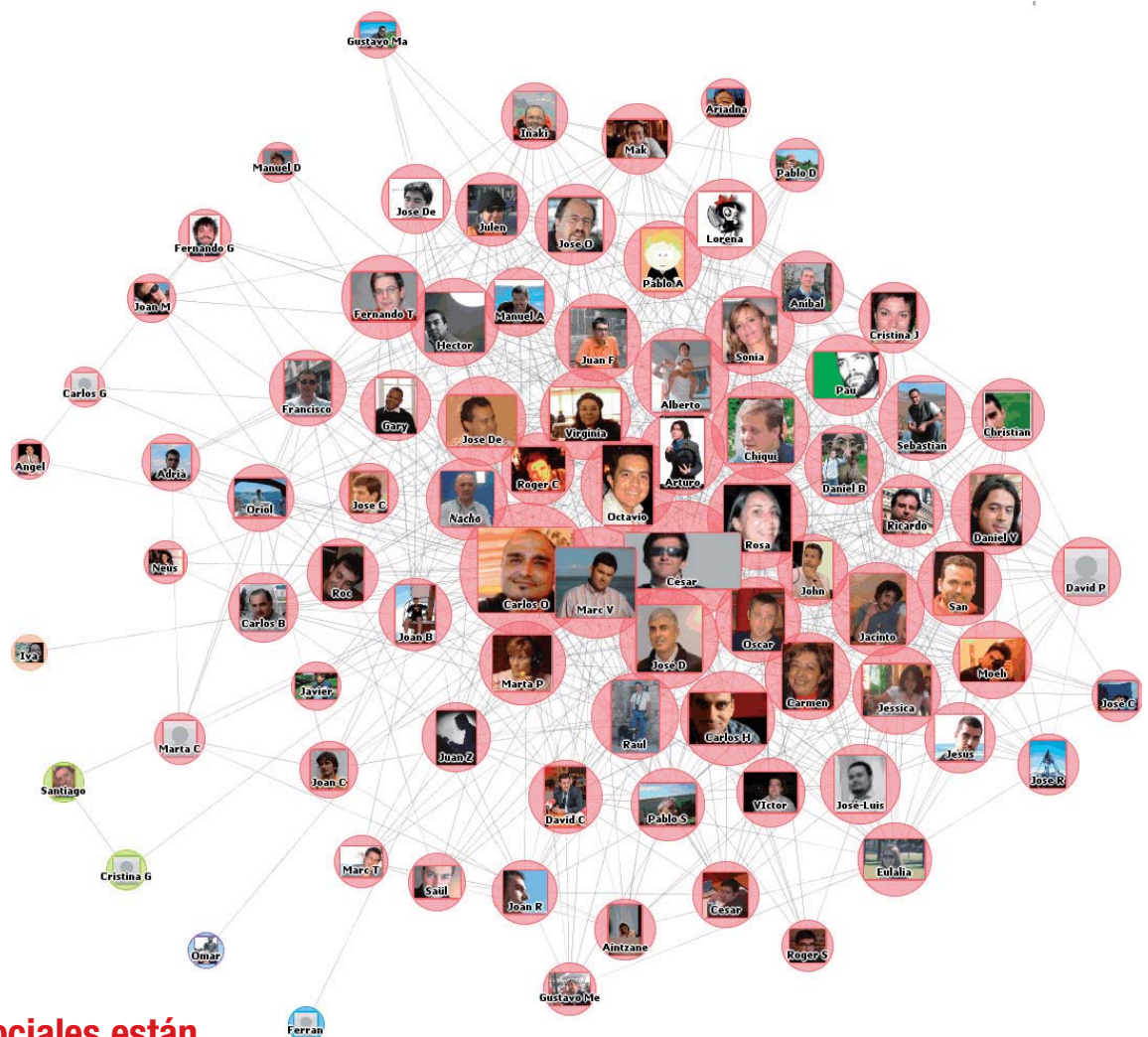
Si al hecho conocido de las relaciones humanas le unimos la madurez de la tecnología y de los nuevos interfaces de usuario, que permiten a cualquier persona integrarse y participar en cualquiera de estas redes con unos mínimos conocimientos del uso de Internet, podremos ya comprender el porqué de su gran auge.

Los beneficios a nivel individual que perciben aquellos que participan de las redes sociales son varios. Entre ellos están el entrar a formar parte de una comunidad con la que se identifican y con la que tienen intereses comunes, compartir experiencias vitales, comunicarse y hacer o renovar amistades, colaborar y compartir conocimientos, buscar trabajo, etc.

Pero, el uso y provecho de las redes sociales no tiene porqué quedar sólo para los individuos, también puede y debe alcanzar a nuestras organizaciones.



Manuel Porrúa García
Diplomado en Estadística, experto en redes sociales



Las redes sociales están cambiando nuestra realidad social y económica más de lo que Internet lo hizo nunca

Son muchos los caminos que se nos brindan para ello aunque todo arranca por ocupar nuestro espacio en la red antes de que lo haga otro y por supuesto no conformarnos con hacerlo en una sola red sino en varias.

Es obvio que una empresa debe estar donde están sus clientes actuales o aquellos que pueden llegar a serlo, y hoy en día - las cifras así lo indican - estos están en Facebook, o en Twitter, en YouTube,... Es ahí donde hay que hacer un especial hincapié en cuidar y difundir nuestra marca.

En el campo de la comunicación empresarial vemos que ésta, tal cual la conocíamos a través de los medios tradicionales y de modo unidireccional, va dejando paso a otras modalidades más específicas, que hacen uso de las redes sociales como vehículo expansivo a través del cual compartir y referenciar sus mensajes. Esto está permitiendo a los consumidores entrar a formar parte de esa comunicación, participar pasando de ser simples espectadores a convertirse en productores de contenidos que pueden traspasar a otras redes en una labor, impagable para nosotros, de **marketing viral**.

Y ya en el ámbito interno de nuestras organizaciones disponemos de un canal por el que puede discurrir la creatividad y la iniciativa de nuestros empleados, incentivar la participación, generar y administrar tanto el conocimiento como el

talento, comunicar la imagen de la organización, su identidad y su marca.

Si logramos que estas nuevas herramientas penetren en nuestras organizaciones integrándolas en los procesos de negocio y les hacemos entender el gran poder de la red social con la que cuentan, estaremos en disposición de alcanzar ventajas competitivas que serán muy difíciles de copiar por nuestra competencia, en la medida en la que estarán integradas en las relaciones sociales que se establecen en el quehacer diario de la organización y que conforman sus procesos de trabajo.

Las redes sociales no son una moda juvenil o algo pasajero, están cambiando nuestra realidad social y económica así como el mundo laboral más de lo que lo ha hecho Internet desde sus orígenes. Usémoslas pues, hagámoslo con acierto, y obtendremos sin duda beneficios de ello. ●