


Las redes sociales corporativas como soporte profesional de las empresas

10/02/2010

Martín Durán

- ➔ *Las redes sociales evolucionarán hacia el establecimiento de redes sociales dinámicas corporativas.*
- ➔ *Los servicios de redes sociales reemplazarán los correos electrónicos como vehículo principal para las comunicaciones interpersonales en el 20% de los usuarios empresariales.*
- ➔ *Para el año 2012 cerca de 50% de las empresas usarán microblogging.*
- ➔ *Para el año 2015, 25% de las empresas utilizarán rutinariamente el análisis de las redes sociales para mejorar su desempeño y productividad.*




-  Actualmente, distintas corporaciones con más de 1.000 trabajadores y más de 30 oficinas repartidas en más de 20 países han adoptado sistemas de gestión de relaciones. Dichos sistemas pueden catalogar entre 600.000 y 1.000.000 de relaciones individuales de 30.000-50.000 empresas en todo el mundo. De esta manera, estas corporaciones pueden encontrar las mejores relaciones posibles para cada una oportunidad de negocio que surja¹.
-  Gracias a estos sistemas se reduce el riesgo de perder relaciones importantes para diferentes proyectos y se puede definir una mejor estrategia del uso de cada relación en el marco de los planes corporativos de expansión y consolidación. No obstante, su dinamismo, a pesar de ser seguro y controlable para la empresa, deja de ser el deseable ante la velocidad de los cambios del mundo de los negocios y la migración de los contactos dentro y entre las empresas.
-  El crecimiento de plataformas como Twitter y Facebook está cambiando la visión empresarial sobre las plataformas de software social para los negocios.
-  El futuro de **las redes sociales** como software comunicacional de colaboración dentro de las empresas **evolucionará hacia** el establecimiento de **redes sociales dinámicas corporativas**.
-  Las tendencias de los próximos cinco años serán de consolidación de estas plataformas como soporte profesional de las empresas. Según Gartner, entre otros, para el período 2011-2015, se registrarán las siguientes tendencias:

Tendencias de las redes sociales como soporte profesional de las empresas (2011-2015)	
Tendencias	Evolución
<p style="text-align: center;">2011</p> <p><u>Sustitución parcial del e-mail</u></p>	<p>Los servicios de redes sociales reemplazarán los correos electrónicos como vehículo principal para las comunicaciones interpersonales en el 20% de los usuarios empresariales. Las redes sociales demostrarán ser más efectivas que el correo electrónico para ciertas actividades empresariales tales como la capacidad de actualizar en tiempo real contactos y localización de responsable de unidad o negocio.</p>
<p style="text-align: center;">2011-2012</p> <p><u>Construcción de redes sociales internas</u></p>	<p>La mayor parte de las compañías estarán construyendo redes sociales internas. Esto implicará una inversión adicional en términos de seguridad y la forma de integrarla de tal manera que aporte más valor a la empresa y sea del gusto de los equipos de trabajo.</p>

¹ Estos sistemas analizan los datos corporativos internos a través de CRM (Customer Relationships Management), los libros de direcciones, las citas en el calendario o los e-mails. Luego, compila y administra el mapa de las redes de relaciones de toda la empresa de manera automática permitiendo una mejor gestión de vínculos a través de una búsqueda de contactos en tiempo real y en forma sencilla.

Tendencias de las redes sociales como soporte profesional de las empresas (2011-2015)	
Tendencias	Evolución
2012 <u>Microblogging corporativo</u>	Cerca de 50% de las empresas usarán microblogging, pero lograrán solo un 5% de penetración para esa fecha mientras se pueda adaptar en seguridad y tamaño a la corporación. La alta popularidad de los servicios de microblogging como Twitter, ha permitido a las organizaciones a buscar un Twitter empresarial que suministre funcionalidad de microblogging (con más control y seguridad), como uso de soporte interno entre los empleados. Los usuarios empresariales buscan el microblogging para mantenerse en contacto constante con lo que hacen los colegas y obtener rápida respuesta a requerimientos y preguntas.
2013 <u>Soluciones tecnológicas adaptadas a la empresa</u>	Se diseñarán plataformas tecnológicas (tales como e-mail, IM, Web-conference) integradas a las redes sociales de cada corporación. Así, las empresas TIC harán más énfasis en la solución individualizada. Hasta que eso pase, la transición supondrá la desaparición o adaptación de herramientas TIC empresariales ya creadas para procesos de comunicación interna.
2014-2015 <u>Telefonía inteligente integrada a las redes sociales corporativas</u>	El 70% de la colaboración en aplicaciones de comunicación diseñada para ordenadores estará completamente integrada al uso de la telefonía inteligente y sus aplicaciones. Se espera una utilización masiva empresarial recurriendo a los crecientes beneficios de las herramientas de redes sociales aplicables a los mismos. Las empresas TIC continuarán buscando la utilización de telefonía inteligente para hacer pruebas y acumular conocimiento sobre las aplicaciones de colaboración de tales equipos en las tareas propiamente empresariales.
2015 <u>Analítica de las redes sociales corporativas</u>	Solo 25% de las empresas utilizarán rutinariamente el análisis de las redes sociales para mejorar su desempeño y productividad. El análisis de las redes sociales será una metodología útil para examinar los patrones de interacción y el flujo de información que ocurre entre los trabajadores y los grupos en una organización, así como los socios y clientes. El buen manejo de esta analítica debe estar acompañado de la mayor confianza y seguridad posible con el fin de potenciar estratégicamente la red.

Fuente: Elaboración propia basado en datos de Gartner, 2010.

-  Hoy en día, el uso de las redes sociales está volcado hacia el exterior de las empresas en actividades de marketing o de prospección/verificación de los departamentos de recursos humanos. De acuerdo a Cocktail Analysis, en España un 12% de los internautas en general acude a las redes sociales para encontrar nuevos contactos profesionales, 11% solo por interés profesional, 2% por ver el perfil profesional de gente que no conoce y otro 2% para ver el perfil de gente que conoce y 1% para actividades de selección de personal.
-  Sin duda las redes sociales se consolidarán en mucho más ámbitos a nivel corporativo². Las futuras tendencias que se podrán materializar entre 2011 y 2015, harán que las redes terminen siendo parte de la dinámica comunicacional interna y externa de las empresas.
-  Algunas empresas serán más flexibles, otras más rígidas, pero sin duda la integración de las redes sociales a las nuevas soluciones TIC aplicadas al ámbito corporativo, dinamizarán el desempeño de las empresas y aportarán valor a aquellas con clara vocación innovadora.

² Según Business Week, cerca del 25% de los empleados de las compañías norteamericanas contribuyen con regularidad en blogs, redes sociales, wikis y otros servicios de la Web 2.0. Ya compañías como Apple, P&G (Connect and Develop), Innocentive (Innovation Marketplace, Eli Lilly) o la española Vivesa han instaurado redes sociales dentro de su organización e incluso, en algunos casos, han optado por abrirlas también a sus clientes. Sin duda es un ámbito en el que se debe incursionar.