

El empleo de las redes sociales como herramienta de colaboración prolifera en las empresas

Lanza - 10/02/2010

Cisco ha publicado los resultados de un estudio mundial, orientado a evaluar cómo utilizan las empresas las redes sociales para colaborar de forma externa. Entre las conclusiones del estudio, destaca el aumento de las redes sociales en el entorno empresarial y la necesidad de un sistema de control y una implicación más directa por parte de los departamentos de TI en las empresas. El estudio, llevado a cabo por el IESE, el Instituto tecnológico Rochester de EEUU y la escuela de negocios Henley de Reino Unido entre abril y septiembre de 2009, ha contado con la participación de 105 personas y representantes de 97 organizaciones de 20 países de todo el mundo.

"El aumento de usuarios conectados está impulsando un cambio de actitud ante el mercado en la empresa, generando "negocios impulsados por las personas", donde las herramientas de redes sociales y tecnologías de cooperación son el combustible en la productividad de próxima generación", afirma Nick Earle, vicepresidente senior en Cisco Services. "En la adopción de la tremenda capacidad de las redes sociales triunfarán las empresas que sean capaces de diseñar una arquitectura informática colaborativa que respalde el uso de esas tecnologías, protegiéndose ante los riesgos que plantean".

Redes sociales, herramienta de colaboración

Las conclusiones del estudio indican que el mundo empresarial está en las primeras fases de adopción de las redes sociales como herramientas de colaboración. El uso de redes sociales, como Facebook y Twitter, como plataformas de colaboración, está conectando a las organizaciones con el mundo exterior en multitud de formatos. Estas herramientas acercan la tecnología a las empresas, proporcionando nuevas experiencias de colaboración, nuevos canales de información para las personas y estableciendo potenciales herramientas de venta, que mejoran la percepción de marca y la confidencialidad de los usuarios.

Asimismo, el estudio pone de relevancia que las organizaciones se encuentran en la actualidad ante la necesidad de aumentar el control sobre el uso de las redes sociales y de lograr una implicación más directa de los departamentos informáticos que pueden afectar a la integración y adopción de estas nuevas plataformas y tecnologías.

"Las conclusiones del estudio destacan que no se valora lo suficiente la capacidad y la influencia de las redes sociales en las empresas, y las transformaciones que tienen que hacer éstas, no sólo para protegerse, sino para fomentar y aprovechar los métodos de cooperación que ofrecen esas herramientas y las redes sociales", afirma Evgeny Kaganer, investigador jefe y profesor ayudante en el IESE. "No tener en cuenta el uso y la influencia creciente de las redes sociales y las herramientas Web 2.0 expone a las organizaciones a un riesgo de mala utilización, que puede llevar a la divulgación de información y al deterioro de la imagen de las propias compañías".

Puntos destacables del estudio

Este es el primer estudio de una serie en dos partes que Cisco ha encargado para explorar el impacto de las redes sociales y las aplicaciones de colaboración en el seno de la empresa. Algunos de los datos relevantes de este primer barómetro son:

- El 75% de las organizaciones entrevistadas identifica las redes sociales como las herramientas de difusión social que más utilizan, mientras que apenas el 50% identifica también el uso extendido del microblog.
- Las herramientas de redes sociales están llegando a las áreas fundamentales de la cadena de valor, como los departamentos de marketing, comunicaciones, relaciones humanas y servicio al cliente. En marketing y comunicaciones, estas herramientas ya forman parte integral de las iniciativas de las organizaciones; y los departamentos de comunicación han comprendido y empezado a actuar en torno a unas comunicaciones centradas en la "difusión" que se basan en la "conversación", y en una interacción mucho más rica.
- Las pequeñas y medianas empresas usan activamente los canales de redes sociales para generar clientes potenciales, pero aún sigue siendo una posibilidad de crecimiento reservada para las empresas más grandes.

Necesidad de más control e implicación de TI ante los medios sociales

- Sólo una de cada siete empresas participantes en la investigación expresa que cuenta con un proceso formal asociado a la adopción de herramientas de redes sociales para fines corporativos, e indica que los riesgos potenciales de esas herramientas están siendo ignorados o mal comprendidos.
- Uno de cada cinco participantes identifica algún tipo de normativa existente, en lo que se refiere al

uso de tecnologías de redes sociales en la empresa. Entre los participantes, el control de las redes sociales suele conllevar la existencia de más partes interesadas que en las iniciativas corporativas, pues esas organizaciones tienen que definir aún quién posee las estrategias de medios sociales externos.

- Debido a la naturaleza no estructurada de las redes sociales, las empresas siguen batallando con la creación y adopción de políticas adecuadas, pues copiar los procesos de control ya establecidos en otras áreas más estructuradas (por ejemplo, de Tecnología de la Información), a menudo no funciona con las redes sociales. Las empresas también aprecian lo difícil que es conseguir el equilibrio adecuado entre la naturaleza personal y la social de esas herramientas, mientras se trata de mantener un cierto grado de perspectiva corporativa.

- Sólo uno de cada 10 participantes reconoce una implicación directa de TI a la hora de afrontar las iniciativas en torno a las redes sociales. Aunque el departamento de TI no suele estar involucrado inicialmente en la toma de decisiones, los encuestados reconocen la necesidad de que esas herramientas puedan escalarse e integrarse adecuadamente en los procesos empresariales existentes, con el fin de sacarles mayor partido.

El futuro de las redes sociales y las herramientas de colaboración en la empresa

- En general, los encuestados asumen que las redes sociales y las herramientas de colaboración continuarán evolucionando, así como su complejidad. Asimismo, esas herramientas seguirán influyendo en el modo en que se desarrollan actualmente las actividades de las empresas. La clave para las organizaciones será el modo en que se adopten e integren esas herramientas en el entorno de TI de la empresa.

- Con respecto a la adopción, despliegue y control de las redes sociales en la empresa, es preciso abordar cuándo, cómo y qué iniciativas van a lanzarse (o no), cómo deben manejarse las tecnologías habilitadoras, y cómo se gestionará el uso de esas tecnologías por parte del empleado.