Es hora de mejorar la gestión de la web 2.0

12 de enero de 2010

A pesar de la mayor presencia de las redes sociales en las empresas, muchas organizaciones carecen de la capacidad de gestión y la implicación tecnológica suficientes para integrar este tipo de herramientas.

Un estudio internacional sobre las aplicaciones de comunicación social y web 2.0 en las empresas revela la necesidad de emplear más recursos de gestión y tecnológicos para hacer un uso eficiente de las mismas.

La investigación, encargada por Cisco y realizada por el IESE, el E. Philip Saunders College of Business del Rochester Institute of Technology (Nueva York) y la Henley Business School (Reino Unido), se basa en entrevistas en profundidad a 105 participantes de 97 empresas en 20 países distintos. El objetivo del estudio es entender mejor cómo las empresas emplean las herramientas de comunicación social y web 2.0 para sus colaboraciones externas, según afirma el profesor del IESE Evgeny Káganer, investigador principal del estudio.

Estas innovadoras herramientas pueden ayudarles a conectar su negocio con el mundo exterior. Si proporcionan experiencias dinámicas e información adecuada a sus clientes, las empresas pueden llegar a establecer nuevas entradas al mercado, estrechar lazos con los consumidores y reforzar el reconocimiento de marca.

El 75% de los entrevistados utilizan las redes sociales, como Facebook o Twitter, como principales herramientas comerciales de comunicación social. Un 50% utilizan también los blogs.

Las herramientas de comunicación social se están extendiendo hacia las principales áreas de la cadena de valor, como marketing y comunicaciones, recursos humanos y los departamentos de atención al cliente. Así, estas herramientas se han convertido ya en una parte esencial de las iniciativas de marketing y comunicación, que han comprendido y aceptado que las comunicaciones han dejado de ser "emitidas" a convertirse en "conversacionales" o interacciones enriquecidas.

©IESE Business School

Si bien algunas pequeñas y medianas empresas emplean de forma activa las redes sociales para generar contactos, suelen ser las grandes empresas las que aprovechan más estas oportunidades de crecimiento.

La gran carencia de políticas

A pesar de su uso, el estudio revela que el mundo empresarial se encuentra en las primeras fases de la adopción de estas herramientas. Las organizaciones topan con una gran falta de gestión e implicación tecnológica que podría afectar negativamente al éxito de la integración y adopción de estas nuevas plataformas.

Las empresas a menudo pasan por alto las implicaciones empresariales de las redes sociales, y sólo una de cada siete organizaciones entrevistadas ha formalizado su uso. Sólo uno de cada cinco participantes identificó políticas establecidas sobre el uso de redes sociales en la empresa. En las organizaciones entrevistadas, aún está por determinar a quién "pertenecen" las redes sociales. Y, cuando no existe un único propietario en las organizaciones, resulta muy complicado controlar y gestionar estas iniciativas.

Las empresas siguen mostrando dificultades para crear y adoptar una política concreta, puesto que copiar procesos de gestión de otras áreas, como TI o Comunicación, no suele funcionar cuando se trata de redes sociales. Las organizaciones también tienen dificultades para establecer un equilibrio adecuado entre el carácter personal y social de estas herramientas y, a la vez, mantener cierta visión empresarial.

Sólo una de cada 10 entrevistadas detectó una implicación directa de TI en las iniciativas de redes sociales. Aunque las tecnologías de la información no suelen ser un factor principal en la toma de decisiones, es necesario tener en cuenta aspectos como la escalabilidad, así como el hecho de que, para obtener el máximo beneficio, es necesario integrar las herramientas entre sí y con la arquitectura de la empresa existente.

Las empresas deben afrontar cuestiones clave

En general, las organizaciones entrevistadas reconocieron que las herramientas de redes sociales y colaboración, así como su complejidad, seguirán evolucionando dentro de la empresa y que herramientas influirán en la manera de dirigirla. En el futuro, será muy importante la forma en que las organizaciones adopten e integren estas herramientas dentro del ámbito de las tecnologías de la información de su empresa.

Por lo que respecta a la adopción, el uso y la gestión de las redes sociales, las empresas deberían platearse las siguientes cuestiones:

- ¿Cuándo, cómo y qué iniciativas deben llevarse o no a cabo?

©IESE Business School

- ¿Cómo se deben gestionar las tecnologías necesarias?
- ¿Cómo deben los trabajadores gestionar el uso de estas tecnologías?

Para Evgeny Káganer, director del estudio y profesor visitante de Sistemas de Información del IESE, "el estudio demuestra que se subestima el poder e influencia de las redes sociales sobre las empresas". Además, pone de relieve la transformación que las empresas deben llevar a cabo, no sólo para protegerse, sino para "fomentar y beneficiarse de la colaboración que proporcionan estas redes y herramientas sociales".

Y concluye advirtiendo que "no se puede ignorar el uso e influencia en aumento de las herramientas de redes sociales y de Web 2.0. De lo contrario, las organizaciones se arriesgan a hacer un mal uso de ellas, y a hacer pública una información que representaría de forma incorrecta a la empresa".

www.iese.edu/es/insight

©IESE Business School