

¿Aprovecha todo el potencial de su red de contactos?

Visualizar su red social le ayudará a entender su posición en la empresa y si esta es coherente con sus objetivos a corto y largo plazo.

3 de marzo de 2014

Una imagen vale más que mil palabras y, por eso, elaborar un gráfico de su red personal de contactos y de la de su empresa puede tener muchas ventajas, más allá de descubrir quiénes son sus amigos.

En la nota técnica "[Visualizing Your Social Network](#)" (Visualizar su red de contactos) los profesores del IESE [Fabrizio Ferraro](#) y **Marco Tortoriello** sostienen que dibujar un mapa de sus redes le permitirá ver con más claridad las conexiones entre las personas de su empresa y cuál es su sitio dentro de ella.

Visualice su red

Un gráfico de su red de contactos bastante simple consiste en utilizar **círculos para representar a los individuos y líneas para representar las relaciones**, ya sean de amistad, alianza, apoyo o asesoramiento.

El nodo central deberá ser usted mismo y de él deben partir el resto de conexiones, de las más próximas o directas a las más lejanas o indirectas. Deben figurar tanto los compañeros de trabajo con los que habla más a menudo o mantiene una relación más estrecha como quienes le ayudan a alcanzar sus objetivos.

Estos pueden ser personas que, por su posición en la empresa, ostentan un **poder o autoridad formal**. Otros, a pesar de no tener una posición de mando, pueden actuar como

"**guardianes**" al controlar el acceso a recursos o información importantes. Por último, hay ciertas personas que actúan como **líderes de opinión** y son muy apreciados por sus consejos.

Al diseñar su gráfico, asegúrese de disponer de varios recursos para representar visualmente relaciones y roles diferentes. Por ejemplo, use líneas más gruesas para mostrar conexiones más fuertes o más frecuentes.

Cómo interpretar su red

Una vez dibujado el gráfico, los autores recomiendan que se analicen las siguientes características:

- **Tamaño.** Un mayor número de contactos no implica necesariamente que la red sea mejor: tal vez incluya un menor número de conexiones sólidas, ya que es muy difícil mantener relaciones eficaces y significativas con cientos de personas.
- **Alcance.** ¿Le ayudan sus conexiones a llegar a diferentes áreas de su empresa o están concentradas en una sola? ¿Tiene acceso a todas las divisiones y unidades que necesita para llevar a cabo su función de manera eficaz? En caso contrario, pregúntese cuál es la mejor forma de llegar a la gente que necesita.
- **Diversidad.** La diversidad de contactos, por ejemplo a nivel departamental, generalmente implica una red social saludable. Tener contactos en distintas áreas de la empresa, como marketing, finanzas u operaciones, le permitirá acceder a diferentes tipos de conocimientos y recursos. La desventaja de tener una red demasiado heterogénea es la dedicación que requieren tantos contactos.
- **Densidad.** Una red densa es lo contrario de una red diversa. Está formada por un conjunto de vínculos cercanos y estrechamente unidos, lo cual puede conllevar un menor acceso a información y variedad de conocimientos. Sin embargo, la cooperación y confianza que generan puede ser de ayuda en momentos de necesidad.
- **Subgrupos y facciones.** La mayoría de redes sociales se dividen en facciones de algún tipo. Su empresa puede estar fragmentada en subgrupos muy bien cohesionados pero carentes de conexiones con otros grupos, lo cual entorpece la comunicación y colaboración entre ellos.
- **Intermediarios.** Son personas que conectan áreas que no tendrían relación de no ser por ellas. Convertirse en un intermediario es una fuente de ventaja informativa y poder.

Aproveche su posición

El gráfico de su red de contactos le ayudará a **visualizar su posición en la empresa** y hasta qué punto es coherente con sus metas a corto, medio y largo plazo.

Si el esquema resulta demasiado intrincado, existen una serie de programas informáticos y herramientas online basadas en plataformas sociales que ayudan a analizar y visualizar redes muy complejas.

Tener a la vista el gráfico que ha elaborado le puede ayudar a **descubrir la manera de llegar a un intermediario con poder**, al cual creía no tener acceso, o ser consciente de que es usted mismo el nexo de unión entre áreas de la compañía, algo que puede usar en beneficio propio.

www.iese.edu/es/insight