

AGENDA PERSONAL

informe

Negocios 2.0: ¿Una moda o una necesidad?

Cada vez se habla más de redes sociales. La prensa informa del boom de estas herramientas y de cómo influyen sobre nuestro comportamiento y en el de los negocios. Al respecto, comenta el especialista Pablo Bermúdez.

Las empresas no son ajenas a este nuevo escenario de interacción que se está creando y también piden estar presentes en Facebook y Twitter. Pablo Bermúdez se pregunta si esto responde a una necesidad de comunicación o simplemente a una moda tecnológica y se plantea otra interrogante: ¿cuál es la razón por la que una empresa o entidad pública debería desarrollar su presencia en las redes sociales?

Lo primero que recomienda a las empresas este especialista en redes sociales es hacer en el propio sitio web corporativo la mayor parte de la transformación web 2.0, que es la interacción que se logra con todos los grupos de interés (stakeholders) a partir de diferentes aplicaciones para compartir información y “no ir corriendo a Facebook y Twitter para llevarlo de contenidos”.

Lo correcto

Las denominadas web 2.0 y web 1.0 no son dos redes separadas, puntualiza el



CAROLINA URRA

En el propio sitio web corporativo se debe hacer la mayor parte de la transformación web 2.0, señala Pablo Bermúdez.

consultor en sistemas de información.

“Lo correcto es desarrollar estrategias de comunicación para las redes sociales porque allí también están los públicos, pero es en el sitio web de la empresa donde deberán generarse y publicarse estos contenidos y no a la inversa”, puntualiza.

Considera, entonces, que las redes sociales son las cajas de resonancia de los sitios web corporativos, que harán que “de forma totalmente transparente fluyan las conversaciones y los contenidos desde el sitio web hacia las redes sociales y luego regresarán”.

Por otro lado, señala que si solo se van a usar las redes so-

identikit

Nombre: Pablo Bermúdez Mogni.

Especialidad: Consultor en sistemas de información.

Experiencia: Creador de la Oficina de Gobierno Electrónico del Perú.

Cargo: Profesor de postgrado y consultor en tecnologías de la Información y redes sociales.

El verdadero poder de las empresas en las redes sociales

Añada a su sitio web elementos web 2.0 como un blog, marcadores sociales, mecanismos para que sus visitantes comenten y califiquen sus contenidos. Desarrolle aplicaciones que integren contenidos multimedia y funciones interactivas de forma dinámica. El objetivo: obtener un mejor feedback de sus diversos públicos.

El verdadero poder de las redes sociales y los ambientes web 2.0 radica en la gran capacidad que tiene la empresa para escuchar a su entorno a través de estos canales, para conversar con su ecosistema de stakeholders que estará compuesto por todas aquellas personas que están

interesadas en su nombre, sus marcas, sus productos, sus servicios, su reputación y hasta sus empleados.

Estas conversaciones siempre han existido, pero a la empresa o institución pública le costaba mucho formar parte de ellas.

Gracias a las redes sociales y los blogs ahora pueden escuchar, conversar, y si son suficientemente inteligentes en su aproximación a su entorno, pueden incluso, co-innovar con él.

Esa es la máxima promesa del ambiente web 2.0: la co-innovación, cuando el consumidor se transforma en prosumidor (productor + consumidor).

ciales como si fueran los populares sistemas de tablón de anuncios de los años 80, en realidad ocurrirá una involución y no una evolución.

“Vemos que un gran número de empresas solo usan las redes sociales como otra herramienta más de marketing para llevarle ofertas a su clientela. Así no estamos logrando mucho”, enfatiza.

Nose precipite

Bermúdez recalca que “la próxima vez que considere si su empresa debe estar en Facebook o Twitter medite detenidamente por qué y para qué quiere estar en las redes sociales”.

Manifiesta que lo primero que debe preguntarse una

empresa o una institución pública es si sabe escuchar, y si al escuchar sabrá adaptarse a las cambiantes demandas de su entorno, y agrega que lo más importante es determinar si está lista para ceder parte de su poder y si sabrá co-innovar con sus stakeholders.

“Si está lista a ser transparente, horizontal, rápida, creativa, inquieta, proactiva y dinámica; si sabrá pensar y actuar globalmente, y aprender a bailar al ritmo de su entorno. Si logra hacerlo, le aseguro que su organización o empresa seguirá siendo competente y competitiva en, esta, la Sociedad de la Información en que vivimos”, enjuicia.

tribuna universitaria

María Paz Ramírez Grandez
10° ciclo de
Economía de
la USMP



La inversión y las regiones

¿Qué pensaría usted si le dijese que tiene que sacrificar su servicio de agua y desagüe para tener un lindo parque al lado de su casa? Sí, ya sé, pensaría que estoy loca. Pero algo así es lo que sucedió en el Centro Poblado de Huayre - Junín, en donde en el 2006 se inauguró una colorida plaza de armas en honor al poder afrodisíaco de la maca, con un costo de casi medio millón de soles. Supuestamente, esta obra pública atraería más turistas a este humilde poblado de 1,800 personas, que no contaba con un servicio adecuado de agua y desagüe. Recién en el 2009, se decidió atender estos últimos problemas. ¿Quién hizo la evaluación social del proyecto en el 2006? ¿Dónde quedó el concepto de prioridad?

¿Es que las transferencias son tan altas que ya no se sabe qué hacer con ellas?, o ¿el SNIP no es capaz de asegurar la eficiencia de la inversión pública, debido a que no todos los proyectos son analizados, sobre todo los más chicos? ¿Acaso nos podemos dar el lujo de hacer proyectos chicos e ineficientes? Claramente, hay que ser cuidadosos con la descentralización y asegurar la eficiencia del gasto público. En este campo, los cofinanciamientos ofrecidos por el Foniprel y, sobre todo, el hecho que constituye un buen filtro sobre la calidad e importancia de los proyectos, es un instrumento muy importante pero que no ha sido suficientemente difundido.

marketing personal

La resolución de conflictos II

¿Cómo actuar ante los conflictos que surgen en el trabajo?, ¿qué actitudes debemos asumir para hacerles frente? Vanessa Palomino, Principal Consultant de TASA Worldwide Perú nos da sus ideas.

Como mencionamos en el artículo anterior, el conflicto es un fenómeno normal y natural al interactuar unos con otros, por tanto, así como en cualquier ámbito de nuestra vida, también en el entorno laboral pueden manifestarse.

La semana pasada vimos por qué razones pueden generarse los conflictos, hoy, le sugerimos algunos consejos para tener en cuenta al mo-

mento de hacerle frente a los conflictos.

No tomar las cosas en forma personal. Esto es difícil de recordar cuando nuestras emociones se están abriendo a la ira, frustración, impotencia, o confusión sobre las acciones de otro. Usted no puede controlar el comportamiento de otras personas, pero se puede

cambiar a sí mismo con relación a los demás.

Centrarse en las posiciones no en los intereses. Un problema básico de la comunicación radica en el conflicto entre las necesidades, deseos, preocupaciones y temores de cada persona. Tendemos a asumir que porque la posición de alguna persona es opuesta a la nuestra sus intereses también son opuestos.

Las percepciones bloquean nuestra visión.

Todos sabemos lo difícil que es lidiar con un problema sin que la gente se comprenda entre sí. Las personas tienden a ver lo que ellos quieren ver y, de todos los hechos y la información disponibles, seleccionarán los que confirman sus percepciones previas y desconocerán o malinterpretarán los que ponen sus percepciones en tela de juicio.

Importancia de saber escuchar. Para escuchar bien tenemos que contener lo que queremos decir y contro-

lar la urgencia de interrumpir y discutir. Esto requiere una voluntad de escuchar con un mínimo de defensiva, crítica o impaciencia, de esta forma está dando el don de la comprensión y ganándose el derecho a la reciprocidad.

Importancia de los sentimientos. Las emociones juegan un papel importante en toda conducta y no existe un pensamiento, una idea o acción que no tenga una contraparte emocional relacionada.