

Evolucionando junto a los medios sociales

Esta no es la primera, ni va a ser la última vez, que hable sobre los medios o redes sociales en este espacio. Ya lo he hecho en un par de oportunidades y la última vez fue hace poco tiempo. Sin embargo, dado su auge y ante todo en la forma vertiginosa como cambian, es casi una obligación abordarlos con cierta periodicidad.

En los medios sociales se puede hablar de una gran constante o de una certeza, y es que son inciertos. Con esto no me refiero a que no se pueda saber cuáles son, cómo usarlos o cómo sacarles provecho como organización. No, esto se sabe relativamente bien, me refiero a que es tan rápida su evolución que las empresas están obligadas a examinar y replantear su estrategia en estos medios de manera constante.

Para poner un ejemplo, a finales del año pasado pocas personas (y empresas) tenían en el radar a una pequeña red llamada *Pinterest*. Hoy en día hablar de esta red es casi una obligación,

ANDRÉS JULIÁN GÓMEZ MONTES
CONSULTOR EN
INNOVACIÓN Y
ESTRATEGIAS
EMPRESARIALES Y DE
INTERNET



pues está causando furor a nivel mundial y su explosión ha cogido a muchos por sorpresa. Según informes del sector, *Pinterest* es la tercera red social a nivel mundial con mayor número de usuarios, superada únicamente por *Facebook* como líder absoluto, y en un segundo lugar *Twitter*.

Los medios sociales han traído a las empresas nuevas reglas en la forma como se abordan las relaciones con los clientes, la consecución de nuevos clientes, las ventas y en general toda la dinámica empresarial. Todavía existen organizaciones renuentes a aceptar esta realidad, pero quienes han sabido capitalizar estas nuevas condiciones están teniendo grandes beneficios. Si su em-

presa todavía esta relegada en estos medios, es importante que los tome en serio y empiece a crear una presencia en los mismos. Sin embargo, (y hago énfasis en esto) la idea no es crear presencia en medios sociales simplemente por hacerlo, por que es una moda o tendencia, por no quedarse relegado de la competencia o incluso por que los clientes lo solicitan. Esta presencia debe responder a una necesidad claramente definida en la estrategia, donde se entiendan los riesgos, pero donde a la vez, se sepa los múltiples beneficios a obtener. Si este no es el caso, quizás sea mejor no tener presencia en medios sociales, aunque créame, estará perdiendo grandes oportunidades.

Una de las razones por las cuáles sugiero que no ingrese a los medios sociales por seguir una tendencia o una moda, es por que considero que estás no se ajustan a esa descripción. Hace unos 10 o 12 años cuando empezaron a aparecer las primeras redes sociales e incluso 8 o 6 años cuan-

do aparecieron las principales como *Facebook* y *Twitter*, evidentemente se hablaba de una moda. Aunque ha pasado relativamente poco tiempo, hoy es difícil hablar de estas redes como una moda o tendencia. Estos medios han entrado a responder a necesidades humanas, como la de comunicarse y aunque se pueden transformar y cambiar de nombre, su esencia perdurará.

ESTOS MEDIOS HAN ENTRADO A RESPONDER A NECESIDADES HUMANAS COMO LA DE COMUNICARSE Y AUNQUE CAMBIAN, SU ESENCIA PERDURARÁ.

Puede que en algunos años no se habló de medios sociales, sin embargo la posibilidad de compartir información con otros seguirá existiendo. Las principales redes han tenido una rápida evolución y esa incertidumbre del

rumbo hacia donde irán, nos obliga a las empresas, a los empresarios y a los encargados de administrar estos temas a estar inmersos en las mismas. Para lograr mantenerse vigente, la organización debe evolucionar casi en paralelo a los medios sociales. Son muchas las oportunidades que están creando estos medios, pero solo las empresas que evolucionen y estén preparadas (desde el punto de vista organizacional, de recursos y de iniciativa, entre otros), podrán sacarles provecho a esta situación.

En la próxima entrega de esta serie, profundizaré sobre cambios puntuales que han llevado a cabo en los últimos meses los principales medios sociales, como *Facebook* y *Twitter*. También daré algunas recomendaciones sobre la forma como se deben usar redes nacies pero con gran potencial, como *Pinterest* e *Instagram*. Aunque estas redes fueron concebidas para ser usadas por el usuario final, las empresas tienen mucho que decir.