



Tirada: **80.733**
Difusión: **51.174**
(O.J.D)
Audiencia: **179.109**
(E.G.M)
Ref: **2584379**

Expansión **Empleo**
Expansión

Nacional **Semanal**
Economía
2ª Edición **06/06/2009**

Superficie: **574,00 cm²**
Ocupación: **50.75%**
Valor: **6.288,12**
Página: **1**



1 / 2

TENDENCIAS Las redes sociales ganan posiciones en el plano personal y profesional de los empleados. Las firmas más avispidas comienzan a comprender las ventajas de un medio basado en la cooperación y la comunicación. **Por Tamara Vázquez y Ángela Méndez**

Bienvenido a la era de la colaboración

Ha apenas cinco minutos que ha llegado a la oficina y, como cada mañana, decide conectarse unos instantes a Facebook antes de comenzar su jornada. Actualiza su estado, contesta un par de comentarios, ve alguna foto del día anterior y cierra sesión antes de que su jefe decida pasearse por su sitio. Este comportamiento, repetido por millones de profesionales varias veces al día, está revolucionando las organizaciones de todo el mundo y supone la base de una nueva forma de entender las relaciones sociales.

Es algo más que una moda pasajera. Estamos en la era de la colaboración, de la constante conexión a la Red para compartir ideas, sentimientos e inquietudes. En este sentido, por ejemplo, el hecho de estar desconectado produce una sensación de angustia en los *nativos digitales*, aquellos nacidos a partir de 1980. "El no saber qué hace su entorno les resulta incómodo, porque las redes son ya parte de su vida", dice Enrique Dans, profesor de Sistemas y Tecnologías de la Información de IE Business School.

Debate abierto

Sin embargo, esta necesidad interactiva es todavía entendida por muchas compañías como una amenaza que puede perjudicar el rendimiento de sus plantillas y la reputación

REDES SOCIALES DOS PUNTOS DE VISTA

EMPLEADOS:

1. El 53% de los trabajadores cree que las redes sociales no deberían preocupar a los directivos.
2. El 74% opina que son una vía sencilla para dañar la reputación de la firma.
3. Sin embargo, un 63% considera que las organizaciones no deberían tener control sobre el uso que se hace de dichos medios.

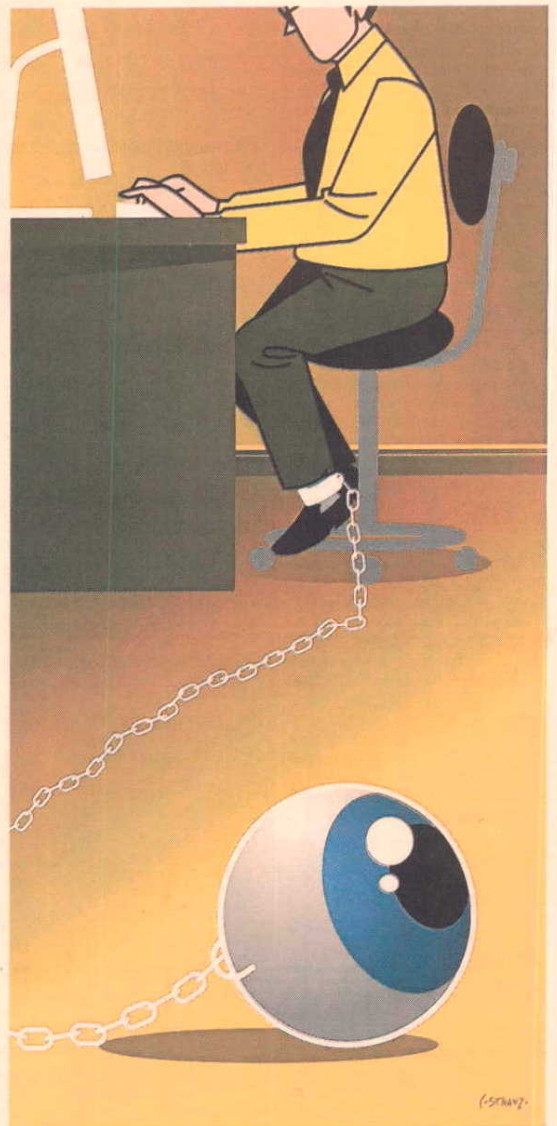
DIRECTIVOS:

4. El 60% de los ejecutivos considera que tiene derecho a conocer la opinión que sus empleados comparten sobre la empresa a través de las redes sociales.
5. El 17% indica que su empresa ya tiene implantados sistemas para identificar y minimizar los posibles daños a la reputación de la firma.

Datos del estudio *Social Networking and reputation risk in the workplace*, realizado por Deloitte.

digital de su marca. Un estudio publicado recientemente por la consultora Deloitte indica que uno de cada seis directivos defiende su derecho a controlar las opiniones sobre la compañía que sus empleados vierten en redes sociales como Tuenti, Twitter o Facebook, la comunidad que actualmente cuenta con más usuarios en España. Y la mejor manera de hacerlo es restringir su acceso desde el lugar de trabajo o, lo que quizá resulta más efectivo, agregar a sus propios trabajadores como más usuarios en España. Y la mejor manera de hacerlo es restringir su acceso desde el lugar de trabajo o, lo que quizá resulta más efectivo, agregar a sus propios trabajadores como

amigos -palabra que en la era digital pierde parte de su valor- en estas redes sociales. Sin embargo, los expertos consultados por *Expansión & Empleo* consideran que, a medio plazo, estos comportamientos perjudican tanto a trabajadores como a directivos. "Prohibir el uso de redes sociales en las organizaciones sería como impedir que los empleados utilizaran el teléfono porque les puede distraer de su trabajo", explica Dans. En su opinión, uno de los principales problemas de las comunidades online es la falta de un protocolo de uso. "Como sucedió con los móviles, al principio creíamos que debíamos contestar cada llamada, porque todas nos parecían urgentes. Nadie nos enseñó a normalizar esta situación, sino que poco a poco fuimos desa-



SIGUE EN PÁGINA SIGUIENTE

Augusto Costhanzo



Tirada: **80.733**
 Difusión: **51.174**
 (O.J.D)
 Audiencia: **179.109**
 (E.G.M)
 Ref: **2584379**

Expansión **Empleo**
Expansión

Nacional **Semanal**
Economía
2ª Edición **06/06/2009**

Superficie: **966,00 cm²**
 Ocupación: **85.41%**
 Valor: **10.588,40**
 Página: **2**



2 / 2

VIENE DE PÁGINA ANTERIOR

rollando unas normas básicas". Para Dans, en las redes sociales "un jefe jamás debería pedirte que lo agregaras a Facebook". Un ejemplo con nombre y apellidos es el de Kimberley Swann, una británica de 16 años que fue despedida por decir en esta comunidad que su trabajo le aburría.

Estos nuevos hábitos y canales de comunicación están transformando el entorno de trabajo, una realidad que ninguna empresa puede obviar. Para Jesús Vega, autor de *La empresa sensual* y experto en recursos humanos, "las redes sociales se están convirtiendo en la forma más poderosa de comunicación. Las organizaciones tienen que asumir que su crecimiento es imparable y, si son inteligentes, obtendrán un gran provecho de ellas en términos de reclutamiento, imagen de marca, lealtad a la firma, ahorro de costes y generación de ideas".

Creatividad + productividad

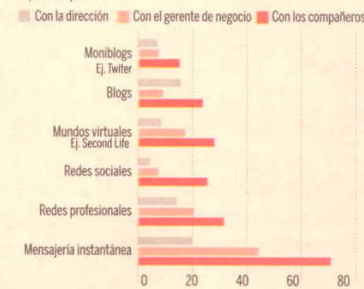
Los parámetros que mueven el mercado laboral se centran en anticiparse a las necesidades de los clientes y, en esta dinámica, la creatividad es la reina. En una época como la actual, el foco no está en los medios de producción, sino en el talento y la capacidad de innovación de los colaboradores. "Hoy la clave está en las habilidades sociales, en la capacidad de compartir y de colaborar con los demás en redes abiertas y globales. Y ése es, precisamente, el objetivo de la web social", dice José Cabrera, socio de InnPersonas. La capacidad de resolución y la flexibilidad son otros valores que marcarán el futuro de las empresas. Un análisis publicado recientemente por la Universidad de Melbourne concluye que las personas que navegan por redes sociales durante su jornada de trabajo incrementan en un 9% su rendimiento laboral. Brent Cocker, autor de esta investigación, asegura que la razón es muy sencilla: si queremos potenciar nuestra concentración, necesitamos hacer varios paréntesis, des-

¿CÓMO IMPACTAN LAS REDES SOCIALES EN LAS ORGANIZACIONES?

> Acceso desde el puesto de trabajo, por sectores



> Redes más utilizadas para contactar con otros empleados de mi empresa



> Razones por las que las organizaciones prohíben su acceso



> Sitios cuyo acceso ayudaría a que mejorara mis resultados



Fuente: The Work Foundation

Expansión

El acceso moderado a redes sociales puede aumentar en un 9% la productividad

"Estas comunidades online revolucionarán los planes de negocio en los próximos años," según Cabrera

conectar unos minutos, y volver a trabajar. "Las organizaciones invierten millones de euros en bloquear los ordenadores de sus empleados, pero son los propios profesionales los que deberían moderar su uso de la Red", recomienda.

Y es que cada vez son más los expertos en gestión de personas que tildan de "retrogradas" las reticencias de algunas empresas y que apuestan abiertamente por integrar las aplicaciones 2.0 (que no sólo comprenden redes sociales, sino blogs, wikis, mundos virtuales, programas de mensajería instantánea, etcétera) en las estrategias motivacionales y de negocio de las organizaciones. En este sentido, Alfonso Alcántara, con-

sultor y psicólogo laboral en el Servicio Andaluz de Empleo, considera que "la presencia de empleados en comunidades online genera beneficios tangibles para la empresa. Estos están relacionados con la fidelización de clientes y de proveedores, la difusión de acciones de marketing viral, la búsqueda y selección de personal y, en definitiva, el diseño de la reputación digital de la compañía".

José Cabrera coincide con el planteamiento de Alcántara. "Las redes de colaboración interactiva condicionarán los planes, los programas y las iniciativas de negocio de las organizaciones en los próximos años" y advierte de que "retrogradar su desarrollo supondrá un alto

riesgo frente a los competidores".

Para no quedarse atrás, las organizaciones han empezado a crear figuras profesionales centradas en el uso y desarrollo de estas redes sociales. Hace dos semanas, *The New York Times* nombró a la reportera Jennifer Preston como la primera periodista del medio encargada de consolidar la reputación del diario americano en Internet. Su misión, además de enseñar a sus compañeros cómo obtener beneficio de estos sitios, es expandir la marca del periódico online a través de comunidades como Facebook o Twitter.

Pero las profesiones que nacen al calor de las redes sociales no son exclusivas de los medios de comunicación. El sector de las telecomunicaciones se sitúa en la vanguardia de la creación de este tipo de perfiles. Es el caso del *community manager* -responsable del marketing social e interactivo de la empresa- y del *chief social media officer*, ejecutivo encargado de reportar a la dirección general sobre la influencia de la firma en estos medios sociales.

En los últimos años, esta tendencia se está expandiendo por todo el tejido productivo y cada vez son más las compañías de cualquier sector en las que el uso profesional de las redes sociales cobra una importancia relevante en áreas como recursos humanos, marketing y ventas. "La función comercial encuentra en la Red canales gratuitos en los que interaccionan potenciales clientes, y recursos humanos localiza candidatos en redes profesionales -como LinkedIn y Xing- y accede a su perfil personal en comunidades como Facebook y Twitter", dice Alcántara. Y es que, como recuerda Jesús Vega, "las redes aportan ideas, contactos, opiniones, valoraciones. ¿Quién no los necesita?".

Expansión **EMPLEO.com**

AMPLÍE INFORMACIÓN

Consulte informes y otros artículos en: www.expansionyempleo.com/contenidos

COMUNIDADES ONLINE

Claves para no perder el control

■ Las redes sociales han dejado de ser un inocente lugar en la Red donde reencontrarse con gente conocida (o no) sin más. Se han convertido en una gran puerta abierta para saber más de nosotros. Entonces, ¿hay que estar o no en ellas?, ¿puede tener efectos negativos en nuestra carrera?

1. Seleccione la red (social) más adecuada a sus intereses. El número de redes crece cada día. Seguro que cualquier tema que necesite está cubierto. Antes de registrarse, piense, investigue, analice y escoja aquellas que puedan ser más útiles y productivas. No todo se termina en Facebook. Si necesita ayuda, utilice alguna recopilación ya realizada o algún buscador de redes sociales como, por ejemplo, Find A Social Network* (<http://findasocialnetwork.com>).

2. Inicie y cierre sus sesiones de forma inteligente. Muchos de los accesos que registran las redes sociales vienen de ordenadores públicos. Tenga cuidado y no se lo ponga fácil a las personas que quieren jugar con su identidad virtual. Casillas como el 'Recordarme' de Facebook es mejor que no estén marcadas. Y, sobre todo, al

salir nunca lo haga por el botón de cruz superior, busque siempre el vínculo 'Cerrar sesión' o 'Salir' para desconectar totalmente.

3. Utilice una dirección de correo neutral. Piense para qué va a usar su red social. Su registro y posterior acceso se basará en la dirección de correo electrónico. Es mejor no usar el de su empresa y crear específicamente uno para la ocasión.

4. Cree (y actualice) su perfil con información real, pero básica. Las redes sociales son un escaparate abierto a todo el mundo, aunque no lo parezca, y aunque pensemos que sólo nuestros amigos pueden ver la información publicada. El perfil es su tarjeta de presentación y debe crearlo para destacar. Eso sí, no hace falta exponer toda su vida privada. Deje los datos más personales para su círculo más cercano.

5. Tenga cuidado con sus opiniones políticas, religiosas o sexuales. Aportar contenido, noticias relevantes y participar en grupos estratégicamente seleccionados puede hacerle ganar visibilidad en la red e incluso convertirte en experto en una

determinada materia. No obstante, hay temas que pueden convertir esa visibilidad en polémica. ¿Vale la pena?

6. Configure su privacidad. Debe saber que, si no lo indica, los niveles de privacidad de su perfil y de otras informaciones -e, incluso, de las búsquedas sobre usted en la Red- son, por defecto, muy bajos. Dedique el tiempo necesario a estudiar y personalizar al máximo este importante elemento que puede llegar a ocasionarle verdaderos quebraderos de cabeza. Si hace falta, bloquee e informe sobre posibles infracciones. La seriedad de una plataforma (tanto social como profesional) se construye entre todos.

7. No suba fotografías o videos comprometidos a ninguna comunidad online. Subir (y, sobre todo, compartir) un elemento gráfico en una red social es muy fácil y rápido. Piense que es uno de los elementos que más pueden llegar a mirar los seleccionadores. Además, una imagen vale más que mil palabras. Un buen consejo que ya circula por la Red es el de que no publique aquellos materiales que su madre no quisiera ver sobre usted.

8. Siga de cerca el comportamiento de sus amigos. Hay que saber si las personas que forman parte de nuestra red tienen los mismos objetivos que nosotros. Su manera de actuar puede llegar a ocasionarnos problemas si no lo tenemos controlado. ¿Se ha encontrado alguna vez en Google con alguna foto de grupo colgada por alguno de sus amigos sin saberlo? Eso también forma parte de su identidad digital profesional.

9. Cultive su red y no acepte a cualquier persona. Aceptar todas las invitaciones sin más no tiene ningún sentido. Trace una estrategia y unos objetivos y, sobre todo, analice los perfiles antes de aceptar.

10. Integre alguna aplicación externa de carácter profesional. Son pequeños programas desarrollados por empresas externas que aportan valor al perfil. Buscar, analizar e integrar alguna que pueda profesionalizar nuestro perfil puede ser muy positivo. Un ejemplo para incorporar a nuestro currículo: EasyCV en Facebook (www.easy-cv.es/cv-sobre-facebook/).

Rosaura Alastruey, directora de Proyectos TIC.