

## Los orígenes de las redes sociales y los medios de comunicación

### Boletín Gobierno Corporativo | Invierno 2014

#### Contenido

“Actualmente existen más de 200 sitios de redes sociales”

¿Cómo funcionan las redes sociales?

Los medios de comunicación y las redes sociales empresariales como respaldo profesional de las empresas

Conclusiones

A través de la historia de la humanidad, los seres humanos hemos utilizado diversas formas para comunicarnos, desde la comunicación con señas, hasta la comunicación a distancia por medio de dispositivos tecnológicos avanzados. El primer medio de comunicación considerado moderno, fue la telegrafía<sup>1</sup>, seguido rápidamente por la telefonía, la radio, la televisión, la transmisión por cable y satélite, y por supuesto Internet. El desarrollo de estos medios de

comunicación, ocurrió en los últimos 150 años, aunque fue durante la última década en que el Internet llegó a su auge.

Fue así como surgieron las redes sociales, cuyo “origen se remonta a 1995, cuando Randy Conrads<sup>2</sup> crea el sitio web classmates.com, con el fin de que la gente pudiera recuperar o mantener el contacto con antiguos compañeros del colegio, universidad<sup>3</sup>”, etc.



<sup>1</sup> Telegrafía, es la transmisión a larga distancia de mensajes escritos sin el transporte físico de cartas, originalmente sobre cables.

<sup>2</sup> Randy Conrads, fue a la Universidad de Oregon, se graduó en 1971 con licenciatura en Ingeniería Industrial. Antes de fundar Classmates.com Conrads trabajó para Boeing durante 21 años.

<sup>3</sup> <http://escritoriofamilias.educ.ar/datos/redes-sociales.html>

### “Actualmente existen más de 200 sitios de redes sociales”.

A principios del año 2002 aparecieron los primeros sitios web promocionando las redes de círculos de amigos en línea y fue hasta el año siguiente que las redes sociales se hicieron populares con la llegada de sitios tales como MySpace<sup>4</sup> y Xing<sup>5</sup>. La popularidad de estos sitios creció rápidamente incitando a que también muchas compañías abrieran un espacio para dar cabida a las redes sociales de Internet.

No todas las redes sociales son positivas para las compañías, muchas veces la información que se publica en ellas, no es verídica, ya que es publicada por gente que, o bien, trata de hacerle una mala reputación a la empresa o bien no conoce lo que hay dentro de ella y difunde información falsa.

### ¿Cómo funcionan las redes sociales?

En comunidades como Facebook, Twitter, My Space etc., un número inicial de participantes envía mensajes a miembros de su propia red social invitándoles a unirse al sitio. Los nuevos participantes repiten el proceso, creciendo el número total de miembros y los enlaces de la red. Los sitios ofrecen diferentes servicios tales como, actualización automática de la libreta de direcciones, perfiles visibles, la capacidad de crear nuevos enlaces mediante servicios de presentación y otras maneras de conexión social en línea. Las redes sociales también pueden crearse en torno a las relaciones comerciales.

Para potenciar la eficiencia de las redes sociales en línea, las herramientas

<sup>4</sup> Myspace (escrito antes por la empresa como MySpace) es un servicio de red social propiedad de Specific Media LLC.

<sup>5</sup> XING, es una red social de ámbito profesional. También se denomina plataforma de networking online, ya que su principal utilidad es la de gestionar contactos y establecer nuevas conexiones entre profesionales de cualquier sector.

informáticas operan en tres ámbitos, por lo que son mejor conocidas como “las 3Cs”, que trabajan de forma cruzada<sup>6</sup>:

#### Comunicación

Ayudando a poner en común conocimientos

#### Comunidad

Ayudando a encontrar e integrar comunidades

#### Cooperación

Haciendo cosas juntos

Fuente: RHEINGOLD, H. (2005) Multitudes Inteligentes. Editorial Gedisa. Barcelona. (Electrónico)

### Los medios de comunicación y las redes sociales empresariales como respaldo profesional de las empresas

Hoy en día, una gran cantidad de empresas con miles de empleados y oficinas en todo el mundo han adoptado el uso de las redes sociales y medios de comunicación para eficientar las relaciones y el contacto con los clientes, así como con cualquier oportunidad de negocio.

Gracias a estas formas de interacción, se ha logrado reducir el riesgo de perder relaciones importantes para los diversos proyectos y facilitar la definición de estrategias de expansión empresarial a seguir. De igual forma y a pesar de estos beneficios, las organizaciones se han dado cuenta que una red social también es dinámica y se puede convertir en un punto desfavorable debido a la velocidad del cambio en el negocio y al desplazamiento de los contactos dentro y fuera de las empresas. Aun así, podemos notar que son más los beneficios que las redes sociales y los medios de

<sup>6</sup> Extraído del Informador.com.mx el día 25 de octubre de 2013.  
<http://www.informador.com.mx/7703/redes-sociales>

comunicación aportan a las compañías que los daños que pueden llegar a ocasionar.

Es importante considerar en las empresas los daños que se pueden generar por el impacto negativo que se produzca del mal uso de las redes sociales, los *cyber* ataques, el robo de información o mal uso de la información por parte de los empleados. Por ello, la Securities and Exchange Commission (SEC) recomienda a las empresas evaluar los riesgos de seguridad cibernética y tener en cuenta toda la información pertinente disponible, incluyendo ciber-incidentes tales como corrupción de datos o interrupción de operaciones.<sup>7</sup>

El Consejo de Administración debe considerar el impacto de estar presentes en las redes sociales y prepararse en caso de algún incidente cibernético, aprobando planes de contingencia y evaluando los sistemas de seguridad con los que cuentan para la protección de la información

sensible de la empresa. A partir de esto, el Consejo también podrá determinar los riesgos y sus actividades para mitigarlos, así como concientizar al personal sobre la importancia del resguardo de la información sensible y estratégica de la empresa.

Las empresas están cambiando su concepto acerca de redes sociales como Twitter<sup>8</sup> y Facebook<sup>9</sup> para los negocios, y su evolución como medio de comunicación dentro de las empresas logrará el establecimiento de redes corporativas. La decisión de publicar videos, fotos, pensamientos, experiencias y observaciones en las redes sociales es personal. Sin embargo, un acto aislado puede generar graves consecuencias éticas tanto para los individuos como para las organizaciones. Por lo tanto, es importante que los ejecutivos y consejeros sean conscientes de las implicaciones y abran discusiones a los más altos niveles de liderazgo, acerca de los riesgos asociados a las redes sociales.

Tendencias <sup>7</sup>	
<b>2014</b> Se espera el uso generalizado de aplicaciones de comunicación diseñadas para ordenadores. Las cuales estarán integradas al uso de la telefonía inteligente.	<b>2015</b> Se estima que aproximadamente el 25% de las empresas basarán el mejoramiento de su eficacia y productividad en el análisis de las redes sociales, que será de utilidad para conocer los patrones de interacción y circulación de información que se produce entre los trabajadores, los grupos dentro de la empresa, los socios y los clientes.

<sup>7</sup> Secretaría de Comunicación Pública. <http://www.medios.gov.ar/> Consultado el 19 de octubre de 2013.

<sup>8</sup> "Everything about Twitter". BBC. Consultado el 22 de octubre de 2013.

<sup>9</sup> Facebook, es un sitio web de redes sociales creado por Mark Zuckerberg y fundado junto a Eduardo Saverin, Chris Hughes y Dustin Moskovitz.

<sup>7</sup> Riesgo Cibernético: Responsabilidad del Consejo

En la actualidad, las empresas utilizan las redes sociales hacia afuera, ya sea como herramientas de marketing, para encontrar nuevos contactos profesionales, entre otros. No cabe duda que las redes sociales forman parte de la comunicación interna y externa de muchas empresas, lo que llevará a que se intensifique y fortalezca su desempeño y les dará un valor agregado a aquellas con espíritu innovador.

Una tarea de los órganos de gobierno de las organizaciones es definir lineamientos para regular la forma en que la organización se comunica con el exterior entre otros canales, por medio de las redes sociales; de ahí la importancia de los nuevos esfuerzos por establecer políticas corporativas que delimiten en los colaboradores las conductas o comportamientos dentro de las mismas.

Otra muestra inminente de la relevancia de las redes sociales hoy en día en las corporaciones, es la generación o adaptación de funciones específicas dentro

de las empresas que monitoreen constantemente e interactúen con el exterior por medio de las redes sociales; tal es el caso de los Community Managers<sup>10</sup>

### Conclusión

La velocidad de la tecnología y el impacto de sus efectos reflejan la necesidad de las organizaciones y sus líderes para tener uno o varios expertos en medios de comunicación y redes sociales, ya que son importantes vías para divulgar de manera directa y eficaz la información que la empresa quiere dar a conocer dentro y fuera de ella, no sin tomar en cuenta que no siempre se puede tener un control sobre la información que se publique en la red, así como el hecho de que todo el que visita el sitio puede poner algún comentario u opinión sobre la compañía.

---

<sup>10</sup> **Community Manager** o **Social Media Manager** es la persona encargada de gestionar, construir y moderar comunidades en torno a una marca en Internet.

**Aguascalientes**

Universidad 1001, piso 12-1, Bosques del Prado  
20127 Aguascalientes, Ags.  
Tel: +52 (449) 910 8600, Fax: +52 (449) 910 8601

**Cancún**

Avenida Bonampak SM 6, M 1, lote 1, piso 10  
77500 Cancún, Q. Roo  
Tel: +52 (998) 872 9230, Fax: +52 (998) 892 3677

**Celaya**

Edificio Deloitte, pisos 1 y 2, Blvd. A. López Mateos 1206 Ote.,  
Colonia Las Insurgentes  
38080 Celaya, Gto.  
Tel: +52 (461) 159 5300, Fax: +52 (461) 159 5333

**Chihuahua**

Centro Ejecutivo Punto Alto II  
Av. Valle Escondido 5500, Fracc. Des. El Saucito E-2, piso 1,  
31125 Chihuahua, Chih.  
Tel: +52 (614) 180 1100, Fax: +52 (614) 180 1110

**Ciudad Juárez**

Baudelio Pelayo No. 8450  
Parque Industrial Antonio J. Bermúdez  
32400 Ciudad Juárez, Chih.  
Tel: +52 (656) 688 6500, Fax: +52 (656) 688 6536

**Culiacán**

Calz. Insurgentes 847 Sur, Local 3, Colonia Centro Sinaloa  
80128 Culiacán, Sin.  
Tel: +52 (667) 761 4339, Fax: +52 (667) 761 4338

**Guadalajara**

Avenida Américas 1685, piso 10, Colonia Jardines Providencia  
44638 Guadalajara, Jal.  
Tel: +52 (33) 3669 0404, Fax: +52 (33) 3669 0469

**Hermosillo**

Francisco Eusebio Kino 309-9, Colonia Country Club  
83010 Hermosillo, Son.  
Tel: +52 (662) 109 1400, Fax: +52 (662) 109 1414

**León**

Paseo de los Insurgentes 303, piso 1, Colonia Los Paraísos  
37320 León, Gto.  
Tel: +52 (477) 214 1400, Fax: +52 (477) 214 1405

**Mazatlán**

Avenida Camarón Sábalo 133, Fraccionamiento Lomas  
de Mazatlán  
82110 Mazatlán, Sin.  
Tel: +52 (669) 989 2100, Fax: +52 (669) 989 2120

**Mérida**

Calle 56 B 485 Prol. Montejo Piso 2  
Colonia Itzimna 97100 Mérida, Yuc.  
Tel: +52 (999) 920 7916, Fax: +52 (999) 927 2895

**Mexicali**

Calzada Justo Sierra 1101-A, Fraccionamiento Los Pinos  
21230 Mexicali, B.C.  
Tel: +52 (686) 905 5200, Fax: +52 (686) 905 5231

**México, D.F.**

Paseo de la Reforma 489, piso 6, Colonia Cuauhtémoc  
06500 México, D.F.  
Tel: +52 (55) 5080 6000, Fax: +52 (55) 5080 6001

**Monclova**

Ejército Nacional 505, Colonia Los Pinos  
25720 Monclova, Coah.  
Tel: +52 (866) 635 0075, Fax: +52 (866) 635 1761

**Monterrey**

Lázaro Cárdenas 2321 Poniente, PB, Residencial San Agustín  
66260 Garza García, N.L.  
Tel: +52 (81) 8133 7300, Fax: +52 (81) 8133 7383

**Nogales**

Apartado Postal 384-2  
Sucursal de Correos "A"  
84081 Nogales, Son.  
Tel: +52 (631) 320 1673, Fax: +52 (631) 320 1673

**Puebla**

Edificio Deloitte, vía Atlixayotl 5506, piso 5, Zona Angelópolis  
72190 Puebla, Pue.  
Tel: +52 (222) 303 1000, Fax: +52 (222) 303 1001

**Querétaro**

Avenida Tecnológico 100-901, Colonia San Ángel  
76030 Querétaro, Qro.  
Tel: +52 (442) 238 2900, Fax: +52 (442) 238 2975, 238 2968

**Reynosa**

Carr. Monterrey-Reynosa 210-B, PA  
Fracc. Portal San Miguel  
88730 Reynosa, Tamps.  
Tel: +52 (899) 921 2460, Fax: +52 (899) 921 2462

**San Luis Potosí**

Carranza 2076-22, piso 2, Colonia Polanco  
78220 San Luis Potosí, S.L.P.  
Tel: +52 (444) 1025300, Fax: +52 (444) 1025301

**Tijuana**

Misión de San Javier 10643, Piso 8,  
Zona Urbana Rio Tijuana, Tijuana B.C., 22010  
Tel: +52 (664) 622 7878, Fax: +52 (664) 681 7813

**Torreón**

Independencia 1819-B Oriente, Colonia San Isidro  
27100 Torreón, Coah.  
Tel: +52 (871) 747 4400, Fax: +52 (871) 747 4409

# deloitte.com/mx

Esta publicación es para uso exclusivo de clientes y personal de la firma.  
Se prohíbe su distribución, copia y/o reproducción total o parcial sin previa autorización por escrito.

Deloitte se refiere a Deloitte Touche Tohmatsu Limited, sociedad privada de responsabilidad limitada en el Reino Unido, y a su red de firmas miembro, cada una de ellas como una entidad legal única e independiente. Conozca en [www.deloitte.com/mx/conozcanos](http://www.deloitte.com/mx/conozcanos) la descripción detallada de la estructura legal de Deloitte Touche Tohmatsu Limited y sus firmas miembro.

Deloitte presta servicios profesionales de auditoría, impuestos, consultoría y asesoría financiera, a clientes públicos y privados de diversas industrias. Con una red global de firmas miembro en más de 150 países, Deloitte brinda capacidades de clase mundial y servicio de alta calidad a sus clientes, aportando la experiencia necesaria para hacer frente a los retos más complejos de los negocios. Los aproximadamente 195,000 profesionales de la firma están comprometidos con la visión de ser el modelo de excelencia.

Tal y como se usa en este documento, "Deloitte" significa Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S.C., la cual tiene el derecho legal exclusivo de involucrarse en, y limita sus negocios a, la prestación de servicios de auditoría, consultoría fiscal, asesoría financiera y otros servicios profesionales en México, bajo el nombre de "Deloitte".

Esta publicación sólo contiene información general y ni Deloitte Touche Tohmatsu Limited, ni sus firmas miembro, ni ninguna de sus respectivas afiliadas (en conjunto la "Red Deloitte"), presta asesoría o servicios por medio de esta publicación. Antes de tomar cualquier decisión o medida que pueda afectar sus finanzas o negocio, debe consultar a un asesor profesional calificado. Ninguna entidad de la Red Deloitte, será responsable de pérdidas que pudiera sufrir cualquier persona o entidad que consulte esta publicación.