

Negocios Sociales

¿Una oportunidad inmediata?

**Octubre
2013**





“MIT Sloan Management Review” y “Deloitte Social Business Study”



MIT Sloan Management Review y Deloitte realizaron un estudio para conocer la visión de los ejecutivos sobre los **Negocios Sociales** y la forma en la que las empresas están aprovechando su valor.



2.545

Entrevistados



25

Industrias involucradas



99

Países

¿ Qué son los Negocios Sociales ?

Es el uso de medios de comunicación social, software social y redes sociales para permitir conexiones más eficientes, eficaces y mutuamente útiles entre las personas, la información y los activos. Estas conexiones pueden conducir a decisiones, acciones y resultados en toda la empresa.

Para comprender la práctica de los negocios sociales y las problemáticas vinculadas, se entrevistó a 33 especialistas en el tema. Sus ideas contribuyeron a una mejor comprensión de los datos obtenidos.

A continuación presentamos alguno de los principales resultados.

Negocios Sociales una Oportunidad Inmediata

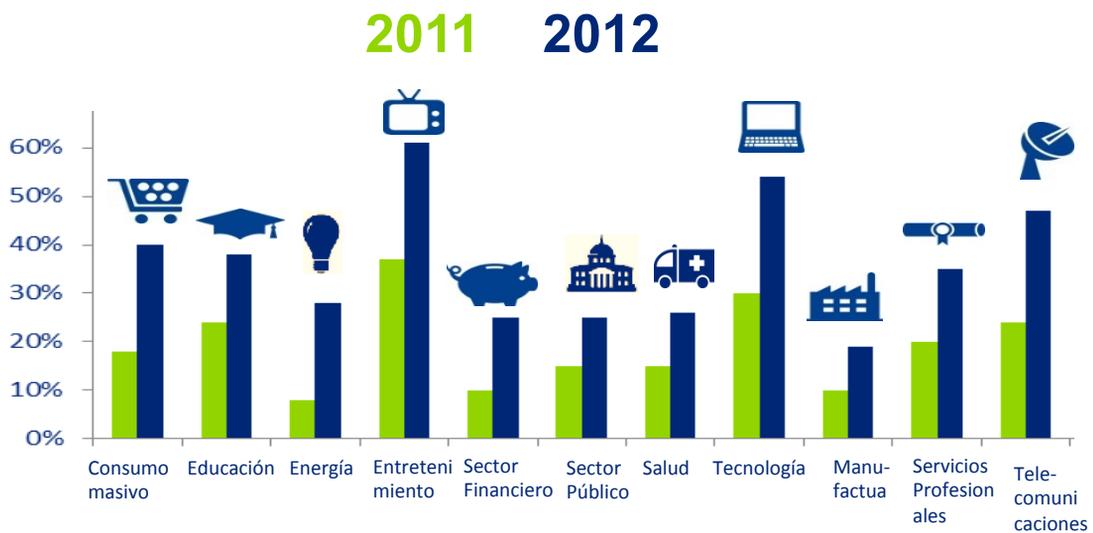
La importancia de los Negocios Sociales está creciendo

Porcentaje de entrevistados que creen que los Negocios Sociales son importantes.



Y crece en todas las industrias

El crecimiento más importante se vió en los sectores de Consumo masivo, Tecnología y Telecomunicaciones



28%

Falta de estrategia global

26%

Competencia de prioridades

21%

Falta de casos de prueba y propuestas de valor sólidas

Las principales barreras que están experimentando las empresas hoy en día son

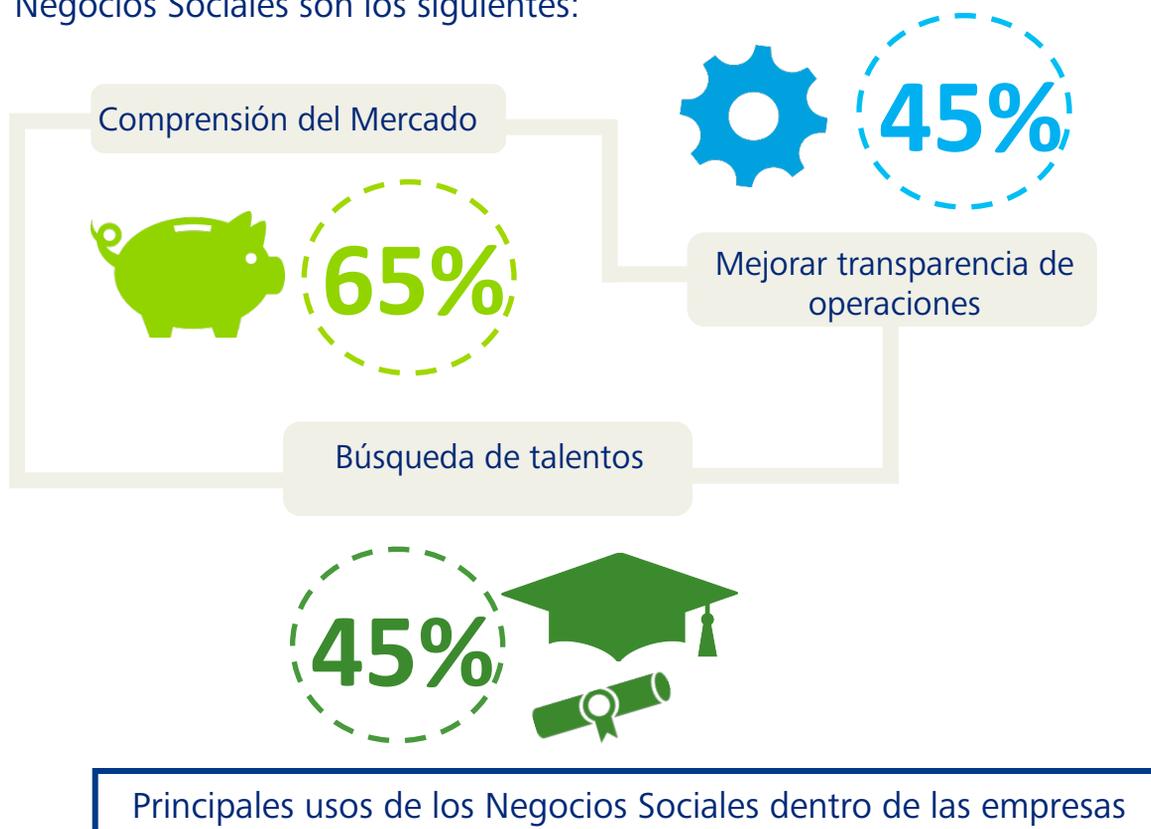
- Falta de estrategia global
- Competencia de prioridades
- Falta de casos de prueba y propuestas de valor sólidas

Barreras comunes de las empresas frente a los Negocios Sociales

Las empresas están desarrollando su visión de los Negocios Sociales

Los Negocios sociales han evolucionado más allá de las primeras incursiones de marketing que buscaban “Likes” en Facebook, y las empresas están construyendo su propio camino en los Negocios Sociales para enfrentar distintas problemáticas.

Hoy en día los principales usos que las empresas le están dando a los Negocios Sociales son los siguientes:



Buenas prácticas en los Negocios Sociales



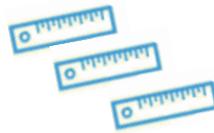
Estableciendo el Foco

Las empresas que están enfocando sus esfuerzos para estar socialmente conectadas se interesan principalmente en cuatro áreas: cultura social, medir lo importante, mantener los contenidos “frescos” y cambiar la forma en que se hacen las cosas.



Cultura social

La gerencia tiene que colaborar, y asegurarse que las personas comprendan la importancia de los Negocios Sociales. Además es esencial que esté alineado con los objetivos empresariales.



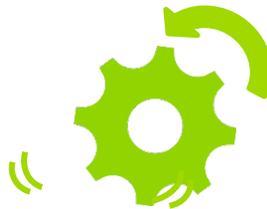
Medir lo importante

Vincular las herramientas sociales a los indicadores operacionales y financieros implica una serie de desafíos. Los Negocios Sociales mejoran la performance, mejorando los indicadores de operación, resultando en un aumento de los indicadores financieros.



Mantener los contenidos “frescos”

El éxito de los Negocios Sociales yace sobre la calidad del contenido. A medida que aumenta el uso de los Negocios Sociales se genera una mayor demanda por contenido fresco y único. El objetivo es crear conversaciones dinámicas con los consumidores a través de distintas plataformas sociales.



Cambiar la forma en que se hacen las cosas

Las empresas pueden cambiar la forma de trabajo mediante la mejora de procesos y la incorporación de los Negocios Sociales al flujo de trabajo.

¿Qué opinan los CxO?

La investigación encontró que, mientras para los ejecutivos la importancia de los Negocios Sociales va en aumento, la percepción de su valor varía entre los distintos perfiles.



CEO

Uso más frecuente

Generar afinidad por la marca



Segundo uso más frecuente

Aumentar las ventas



CFO

Uso más frecuente

Aumentar las ventas



Segundo uso más frecuente

Selección de personal y gestión del talento



CIO

Uso más frecuente

Gestión de Proyectos



Segundo uso más frecuente

Generar afinidad por la marca



CMO

Uso más frecuente

Generar afinidad por la marca



Segundo uso más frecuente

Aumentar las ventas



Referencias:

CEO – Chief Executive Officer, **CFO** – Chief Financial Officer, **CIO** – Chief Information Officer, **CMO** – Chief Marketing Officer

Contáctenos



Fernando Oliva
Socio
[@luisfoliva](mailto:foliva@deloitte.com)
foliva@deloitte.com



Miguel Silva
Gerente Senior
[@msfromuy](mailto:msilva@deloitte.com)
misilva@deloitte.com



Isabel Rodríguez
Gerente
[@isabeltwittea](mailto:isabel.rodriguez@deloitte.com)
isabel.rodriguez@deloitte.com



Sobre **Deloitte**

Deloitte se refiere a una o más de las firmas miembros de Deloitte Touche Tohmatsu Limited, una compañía privada del Reino Unido limitada por garantía, y su red de firmas miembros, cada una como una entidad única e independiente y legalmente separada. Una descripción detallada de la estructura legal de Deloitte Touche Tohmatsu Limited y sus firmas miembros puede verse en el sitio web www.deloitte.com/about.

Deloitte presta servicios de auditoría, impuestos, consultoría y asesoramiento financiero a organizaciones públicas y privadas de diversas industrias. Con una red global de firmas miembros en más de 150 países, Deloitte brinda sus capacidades de clase mundial y su profunda experiencia local para ayudar a sus clientes a tener éxito donde sea que operen. Aproximadamente 195.000 profesionales de Deloitte se han comprometido a convertirse en estándar de excelencia.