



UNIDAD 3

GESTIÓN, ÉTICA Y SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES



OBJETIVO ESPECÍFICO DE LA UNIDAD

Que el alumno aprenda a utilizar de forma responsable y segura la información que viaja por la red.

INTRODUCCIÓN

A nadie sorprende en esta época, estar informado minuto a minuto, poder comunicarse con gente del otro lado del mundo o trabajar en un equipo sin estar en un mismo sitio, las Tecnologías de la Información y Comunicación toman un lugar cada vez más importante en nuestra vida diaria

El desarrollo de internet ha significado que la información esté ahora en todos lados; ya no se encuentra centralizada gracias a la tecnología. Hoy se han roto estas barreras. Pero el principal problema es la calidad de esta información. No se puede confiar en todo lo que se lee o escucha, debido a que la información a hora es generada por un sinfín de personas que pueden o no estar adecuadamente informados. Por esta razón es imprescindible tener cuidado de donde se obtiene, verificar que el sitio web que se revisa sea confiable y fidedigno.

Se ha agilizado la manera en que se hacen los negocios. Ahora basta con un sencillo clic para realizar transacciones en diferentes ciudades del mundo, la forma en que las empresas trabajan, tomando en cuenta el gran poder de este medio hasta los políticos tienen su blog o Twitter, dejando claro que desde su surgimiento, pero especialmente los últimos diez (2000-2010) han modificado todos los aspectos de la vida diaria, modificando nuestro comportamiento y trabajo.



Unidad 2. Gestión, ética y seguridad de la información en las Organizaciones



LO QUE SÉ

Antes de comenzar con el estudio de la asignatura es importante definir qué es lo que sabes, para ello: Elabora un mapa conceptual con tus conocimientos previos, tomando en cuenta el temario de la asignatura (esta actividad no se evaluará por lo que te pido no revises apuntes, que todo fluya de tu conocimiento previo).

TEMARIO DETALLADO (6 HORAS)

3. Gestión, ética y seguridad de la información en las Organizaciones

- 3.1. Redes sociales
- 3.2. Blogs
- 3.3. Foros
- 3.4. Mensajería
- 3.5. Plataformas tecnológicas
- 3.6. Casos de éxito



Unidad 2. Gestión, ética y seguridad de la información en las Organizaciones



TECNOLOGIAS QUE APOYAN A LAS REDES SOCIALES

La historia de las redes sociales inicio aproximadamente desde el año 2003, se habla de software social como una nueva rama de programas informáticos que permiten que la gente realice cosas conjuntamente, o como coloquialmente utilizamos el término "colaborativamente".

Los primeros pasos o el surgimiento de la web 2.0, ha venido de la mano de las redes sociales. Las aplicaciones sociales se pueden clasificar de muchas formas, aunque las tipologías más simples es la que las divide en función de que los usuarios socialicen por afinidad o porque comparten un interés común; de esta manera los usuarios de van agrupando y siempre se reúnen en el mismo lugar con internautas afines.

Las tecnologías y herramientas principales de la web 2.0 son múltiples y cada día aparecen nuevas maneras de compartir y construir información. Podemos enumerar algunas de ellas.

3.1. Redes sociales

A finales del siglo XVIII Émile Durkheim y Ferdinand Tönnies argumentaron que los grupos sociales pueden existir bien como lazos sociales personales y directos que vinculan a los individuos con aquellos con quienes comparte valores y creencias. (Félix, 2011)

Las redes sociales son sistemas que se componen por grupos de personas o usuarios, que se encuentran conectados con los otros por algún parentesco: amistad, familiar, interés común o amigos mutuos, permiten a estos usuarios establecer comunicación entre ellos, en cualquier parte del mundo donde se encuentren, no es necesario que se conozcan en la realidad, algunas redes en mayor o menor grado permiten delimitar el grado de conocimiento. ¿Cuál es la utilidad de estas redes sociales?, establecer una relación de personas conocidas y de esta manera obtener números telefónicos,



Unidad 2. Gestión, ética y seguridad de la información en las Organizaciones



direcciones, vínculos con otras personas, (amigos de sus amigos). Todas estas redes sociales están pensadas con diversas funcionalidades, las cuales están destinadas únicamente uso y disfrute de sus usuarios.

El insólito desarrollo de las redes sociales genera definitivamente un cambio en la mentalidad del los internautas, así como en sus hábitos. Hoy en día se contabiliza la cantidad de visitas diarias que hacen los usuarios y el medio en que permanecen en ciertos sitios.

La gente está en las redes sociales para socializar, justamente. Para compartir fotos, comentarios, saber sobre sus amigos y dejarles mensajes, enterarse de las últimas novedades, comentar los hechos recientes, buscar opiniones y pedir consejos. La premisa de este tipo de redes es definitivamente, el ocio. Sin embargo se les llena con publicidad y se les generan necesidades, pero ¿cómo hacerlo de la mejor manera? la clave está en presentar material de calidad, ofrecer un servicio extra a los usuarios, crear temas de interés, que hagan que los visitantes y contactos estén interesados en lo que tenemos que decirles. Para lograr esto, la premisa es dejar de pensar un poco en vender, o en lograr más tráfico para nuestro sitio. El ejercicio a realizar, en un primer momento, es aprender a escuchar. Saber registrar las necesidades y deseos de los usuarios. Detectar y anticiparse a sus necesidades. (Pérez, 2009)

No todo es miel sobre hojuelas, definitivamente como todo, las redes sociales también tienen su parte oscura, de los cual mencionaremos sólo 3 aspectos, los más relevantes.

- ♦ La **privacidad**: es la principal preocupación, especialmente por el acceso de terceros a la información que el usuario publica.
- ♦ En el caso de los **menores de edad**, la preocupación inicial es que “alguien” con malas intenciones pueda aprovecharse y abusar de su confianza. Esta generación de usuarios, es muy usual que coloque información importante, que muestre datos personales, tanto de ellos mismos como de su familia.



Unidad 2. Gestión, ética y seguridad de la información en las Organizaciones



- ♦ Los **ciberdelincuentes**, entre tanto intercambio de información (datos personales, enlaces, ficheros, etc), utilizan sus artimañas para el robo de identidad.

Podríamos decir que las redes sociales tienen un gran impacto en la sociedad y han invadido el internet, y para muestra, una imagen:



Imagen 1: Las redes sociales, una realidad en nuestros días.

3.2. Blogs

Un *blog*, en español conocido también como bitácora, es un sitio web elaborado por uno o varios autores, que publican textos o artículos y los presentan de manera cronológica, apareciendo del más reciente al más antiguo; el responsable de cada blog tiene la capacidad de decidir que deja publicado. El nombre de bitácora hace referencia a las



Unidad 2. Gestión, ética y seguridad de la información en las Organizaciones



bitácoras de viaje que se utilizaban en los barcos para relatar el desarrollo de la travesía o se utiliza preferentemente cuando el autor escribe sobre su propia vida como si fuese

un diario. En este tiempo la bitácora tiene un uso diferente, sin embargo son recursos que se han utilizado desde siempre.



Las empresas han hecho uso de este recurso también como parte de publicidad, es una buena estrategia para potenciar una marca, ya sea personal o empresarial.

Imagen 2: Blog.-Sitio web periódicamente actualizado, que recopila diversos textos o artículos de manera cronológica.

Algunas de las noblezas del blog.

1. Se puede participar en un blog sin necesidad de registrarse en ningún servicio (aunque puedas hacerlo), lo que facilita la conversación fluida con tus clientes.
2. Si lo alojas en tu dominio y el mismo alude a tu marca haces *branding* desde la barra de direcciones del navegador.
3. *Google ama WordPress* y posicionarás tu marca de manera rápida y natural.
4. Te será más fácil relacionarte con *bloggers* si eres “uno de ellos”.
5. Puedes modificar el diseño de tu blog para adaptarlo a necesidades puntuales o coyunturales de posicionamiento o *branding*.
6. Vas a poder incorporar nuevas funcionalidades sin esperar a que ninguna empresa lo decida, especialmente si usas un software de publicación *Open Source*.
7. Dispones de multitud de formas de que tus visitantes se suscriban al contenido, ya sea por RSS, email o incluso socializando en Twitter o Facebook.
8. Puedes cumplir con facilidad la legislación sobre protección de datos personales de tus lectores, algo que no garantizan las redes sociales.



Unidad 2. Gestión, ética y seguridad de la información en las Organizaciones



9. Dispones de multitud de herramientas de medición de tráfico, *fidelización* y tendencias de tus visitas.
10. Es el *target* perfecto al que dirigir las visitas desde las redes y herramientas sociales, centralizando la conversación y el posicionamiento de tu marca.
11. Puedes mostrar tu perfil, habilidades y, de paso, tu capacidad de comunicación y uso de herramientas web.
12. En cualquier momento puedes hacer copia de seguridad de tu contenido si fuera necesario, no como en la inmensa mayoría de las redes y servicios sociales.
13. Puedes crear una comunidad alrededor de tu blog, gestionada en todo momento por ti y sin intervención ni criterios ajenos a tu decisión.
14. La existencia de tu blog depende de ti, no de que una empresa decida mantener su servicio activo.

3.3. Foros

Los *foros en internet* son unas aplicaciones web que dan soporte a discusiones en línea, este tipo de recursos existen por lo general como un complemento a un sitio web, para incitar a los usuarios aunque participen en algún tema o discusión de manera libre e informal. Con esta acción se generan diversas comunidades con personas que comparten un interés común. Este tipo de comunicación aunque es de manera libre, es

moderada por un coordinador quien generalmente es el responsable de introducir los temas, estimula, guía, otorga la palabra, pide fundamentos, explicaciones y sintetiza lo expuesto antes de cerrar la discusión. Permite una gran cantidad de usuarios y las discusiones están anidadas, con una gran diversidad de temas.





Unidad 2. Gestión, ética y seguridad de la información en las Organizaciones



Imagen 3: Foro.-Aplicación web que da soporte a discusiones u opiniones en línea.

Existen dos clasificaciones dentro de los foros: se dividen en aquellos que requieren registrarse para participar y aquellos en los que se puede aportar de manera anónima. En el primer tipo, los usuarios eligen un *nick*, al que le asocian una contraseña y probablemente, una dirección de correo electrónico para poder confirmar su deseo de unirse al foro. Los miembros, generalmente, tienen ciertas ventajas como las de poder personalizar la apariencia del foro, sus mensajes y sus perfiles (con información personal, *avatares*, etc.). Es muy común que los foros tengan una serie de normas que sus miembros deben seguir para integrar el grupo, las que tienen como finalidad mantener un clima ameno entre sus integrantes para poder intercambiar opiniones e información de la mejor manera posible.

Algunos usuarios pueden llegar a obtener privilegios en el foro o parte de él, se los denomina Moderadores. Dichos privilegios pueden llegar a incluir la modificación y/o eliminación de *posts ajenos*, mover discusiones de foro, eliminarlas y otros mecanismos designados para mantener el clima cordial y amistoso dentro del foro según las normas designadas por el administrador. La decisión de quién será el moderador es tomada, generalmente, por el administrador o algún proceso específicamente diseñado para tal fin. Los sistemas de moderación son muy variados y es el administrador quien decide cuál usar así también como las normas generales del foro.

Por lo general los foros disponen de formas de personalizar la apariencia a la que le resulte más cómoda al usuario e inclusive algunas formas mixtas, son muchos los soportes disponibles para crear un foro en internet.

Algunos temas:

- ♦ Arte, Cultura & Ocios
- ♦ Deportes & Pasiones
- ♦ Foros RPG



Unidad 2. Gestión, ética y seguridad de la información en las Organizaciones



- ♦ Juegos
- ♦ Naturaleza & Evasión
- ♦ Ciencias & Saberes
- ♦ Economía, Derecho & Finanzas
- ♦ Informática & Internet
- ♦ Música & Radio
- ♦ Sociedad

Actualmente es tan normal la utilización de los foros que muchas páginas web poseen como complemento un foro para discutir sobre un tema referido al contenido del sitio.

3.4. Mensajería

La mensajería (IM) es un tipo de comunicación en tiempo real entre dos o más personas basada en texto. El texto es enviado a través de dispositivos conectados a una red como *internet*.

Una primera forma de mensajería instantánea se dio en 1970. Más tarde, el sistema *talk* usado por ingenieros y académicos en las décadas de 1980 y 1990 para comunicarse a través de internet. En 1996 el ICQ, primer sistema de mensajería instantánea, diseñado para sistema operativos más comunes como *Windows*. A partir de su aparición, un gran número de tipos de mensajería instantánea han surgido y han sido desarrollados en paralelo, recientemente podemos hablar de los más comunes como: *Messenger*, *Yahoo!*, *Skip*. Estos servicios ahora han integrado audio y video.



Unidad 2. Gestión, ética y seguridad de la información en las Organizaciones



Esta mensajería comúnmente se le conoce como *chat* y agrupa a todos los protocolos destinados a entablar una comunicación escrita, hablada o videoconferencia entre dos o más personas.

3.5. Plataformas tecnológicas

Este tipo de plataformas puede ser de varios tipos y orientadas a diversas cuestiones, educativas, empresariales, etc. Estos programas se basan en un proceso continuado de retroalimentación de la información generada como consecuencia del dialogo entre la empresa y sus clientes. De esta forma, con cada interacción, las compañías mejoran el conocimiento de sus clientes.

Para el desarrollo de una estrategia relacional es necesario una plataforma tecnológica que ayude a capturar, asimilar, interpretar y explotar toda la información derivada de la relación empresa - cliente. Así, la aplicación de este conocimiento se está convirtiendo en una poderosa ventaja competitiva y en la mejor manera de reducir el riesgo asociado a la toma de decisiones.

Hablemos de manera concreta sobre algunos ejemplos:

Plataformas tecnológicas educativas, ellas generan un Ambiente Educativo Virtual las más conocidas o más importantes dentro del mercado académico, en este momento son dos.

1. **Moodle** es una plataforma open source o de código abierto, lo cual quiere decir que es una herramienta gratuita, los ingenieros e informáticos pueden modificar el código del mismo. Esta plataforma es exactamente en la cual te encuentras en este momento estudiando tu asignatura.

“La primera versión del Moodle apareció en el año 2002 y, a partir de ahí han aparecido nuevas versiones de forma regular. Hasta julio de 2008, la base de



Unidad 2. Gestión, ética y seguridad de la información en las Organizaciones



usuarios registrados incluye más 21 millones, distribuidos en 46.000 sitios en todo el mundo y está traducido a más de 85 idiomas”. (Wikipedia, 2011)

2. Blackboard, esta plataforma educativa es un software de licencia, lo que quiere decir que hay que pagar por utilizarla.

“A fecha del 2005, *Blackboard* desarrolló y licenció aplicaciones de programas empresariales y servicios relacionados a más de 2200 instituciones educativas en más de 60 países. Estas instituciones usan el programa de BlackBoard para administrar aprendizaje en línea (*e-learning*). (Wikipedia, 2011)

En cuanto a plataformas tecnológicas empresariales tenemos:

1. SharePoint: es una plataforma de colaboración empresarial con ella es posible aumentar la productividad y administrar los contenidos a través de una interfaz de Office.

Es una de tantas herramientas administradoras de contenidos que permite compartir información dentro de una organización creando páginas web de forma muy rápida y sencilla; además, en la versión 2007 cuenta con nuevas funcionalidades que lo hace diferente a un administrador común del mercado como: *Excel Services* ofrece las funcionalidades de Excel a través de la web, servicio indizador que permite hacer búsquedas dentro del contenido del portal, contenido externo, servidores de archivos y cualquier otra información de la empresa incluso de otros sistemas con los que cuenta la organización.

La facilidad para publicar noticias y crear flujos de trabajo es tan simple que lo puede hacer cualquier asistente de gerencia o practicante de informática sin tener ningún conocimiento de programación ya que la interfaz es muy amigable, la creación de formularios InfoPath es muy simple y es tan fácil como crear un



Unidad 2. Gestión, ética y seguridad de la información en las Organizaciones



documento en Word o Excel, luego el proceso de publicación es sólo cuestión de seguir algunos pasos que son detallados en otra entrada de este blog. (Carrillo, 2010)

Los beneficios de *Sharepoint* radica en sus herramientas administradoras de contenido, tienen algunas funcionalidades comunes como son: Compartir documentos, encuestas, foros, creación de blogs, *wikis*, búsquedas en el portal y creación dinámica de páginas sin mucho esfuerzo.

2. SAP

Líder en el mercado de software para aplicaciones empresariales, SAP (acrónimo de "*Systems, Applications, and Products in Data Processing*" [Sistemas, aplicaciones y productos para el procesamiento de datos]).

Actualmente, dispone de sedes de venta y desarrollo en más de 50 países. Las aplicaciones y servicios de SAP permiten a más de 109,000 clientes a escala internacional a operar de forma rentable, a adaptarse continuamente y a crecer de modo sostenible.

Desde el back office hasta la sala de juntas, desde las bodegas hasta el punto de venta, desde dispositivos de escritorio a dispositivos móviles, SAP proporciona a las personas y a las organizaciones la capacidad de trabajar de forma conjunta y eficiente, y de utilizar más efectivamente una visión informada del negocio para llevarles la delantera a los competidores. Hacemos esto ampliando la disponibilidad del software a través de instalaciones en la planta, despliegues por demanda y dispositivos móviles. (SAP, 2011)

Alguno Módulos de aplicación

- ♦ Gestión Financiera (FI): Libro mayor, libros auxiliares, *ledgers* especiales, etc.



Unidad 2. Gestión, ética y seguridad de la información en las Organizaciones



- ♦ Controlling (CO): Gastos generales, costes de producto, cuenta de resultados, centros de beneficio, etc.
- ♦ Tesorería (TR): Control de fondos, gestión presupuestaria, flujo de caja.
- ♦ Sistema de proyectos (PS): Grafos, contabilidad de costes de proyecto, etc.
- ♦ Gestión de personal (HR): Los Submódulos de Recursos Humanos son:
 - Gestión de Personal: PA
 - Gestión de la Organización: OM
 - Gestión de Eventos
 - Reclutamiento RC
 - Capacitación
 - Evaluación del Desempeño
 - Desarrollo de Personal PD
 - Planificación de Costo PC
 - Cálculo de la nómina PY
 - Gestión de tiempo TM
- ♦ *Business Warehouse (BW) o Business Intelligence (BI): Datawarehousing.*
- ♦ Ventas y Distribución (SD): Pedidos de ventas, solicitudes, pedidos abiertos.
- ♦ Ejecución Logística (LE): Gestión de entregas y necesidades



Unidad 2. Gestión, ética y seguridad de la información en las Organizaciones



- ♦ Gestión de Materiales (MM)
- ♦ Gestión de Almacenes (WM)
- ♦ Plan de mantenimiento (IA)
- ♦ Planificación de Producción (PP)

No hay que olvidar que la tecnología se utiliza como apoyo, como una herramienta imprescindible que favorece la comunicación relacional, donde lo relevante son los contenidos, las ideas, la intuición, la experiencia y el aprendizaje continuo. Una tecnología cuyo poder reside, básicamente, en su simplicidad, flexibilidad y eficacia.

3.6. Casos de éxito

Casos de éxito: Redes Sociales en el Turismo en español (-----, 2010)

En la era de las redes sociales, los usuarios tienen mayor oportunidad de compartir su realidad cuando se trata de viajar a otro lugar, e incluso, de conectarse con otro grupo de personas para compartir una opinión sobre el destino, el medio de transportación a utilizar, los atractivos de cada lugar y el propósito del viaje a realizar.



Imagen 4: Las redes sociales y su impacto en la empresa.

En la actualidad, el sector turístico se caracteriza por tener una gran variedad de posibilidades en línea. Tanto para los viajeros, como para las empresas que ofrecen sus servicios, las redes sociales han logrado un incremento vertiginoso en este sector económico.

A continuación presentamos 5 de los 8 casos de éxito en el turismo en español (<http://www.cancunreservas.com/destinos/noticias/8-casos-de-exito-redes-sociales-en->



Unidad 2. Gestión, ética y seguridad de la información en las Organizaciones



el-turismo-de-habla-hispana), un promisorio sector que se extiende paulatinamente de forma universal:

1.- Volaris

La línea aérea surcó el cielo de México por primera vez el 13 de marzo de 2006, y sólo tres años después, en junio del 2009, la empresa inició su proyecto de redes sociales, convirtiéndose en uno de los más exitosos en la industria de viajes en el país.

Después de un año y medio con el proyecto, la aerolínea ha llegado a los **100,000 fans en Facebook** y **35 000 seguidores en Twitter**. Las redes sociales le han servido a la empresa como una estrategia para acercarse a sus clientes, haciéndoles sentir su cercanía y brindándoles además, promociones constantes, no sólo para viajar, sino para asistir a los eventos que patrocinan.



Imagen 5: Paulina Castellanos, responsable de Redes Sociales en Volaris.

Paulina Castellanos, responsable de **Redes Sociales** en **Volaris**, considera importante su labor por la necesidad generada en el mercado, además de que su trabajo sirve como una herramienta de comunicación eficaz, libre e inmediata.

*“Un buen manejo de las mismas, puede reflejar un lado positivo de la empresa. Con las **redes sociales** se le da accesibilidad y acercamiento a los clientes, y con la empresa, se dan a conocer las*

noticias y actividades en tiempo casi inmediato, ofreciendo promociones atractivas y además, contestando a las necesidades de los usuarios oportunamente los siete días de la semana”.



Unidad 2. Gestión, ética y seguridad de la información en las Organizaciones



2.- Experiencias Xcaret

Experiencias Xcaret, gran compañía líder en recreación turística sustentable y responsabilidad social en México, ha sido capaz de responder a las necesidades de más de 6 millones de turistas que visitan el Caribe Mexicano cada año.

En Experiencias Xcaret, las **redes sociales** son la herramienta más efectiva para compartir lo que hay detrás del nombre de los parques: *“interés por conservar nuestras tradiciones mexicanas, propuestas reales y exitosas para un turismo sustentable y la promoción de la gran riqueza cultural y natural de México”*, señala Angélica B. Galicia, ejecutiva de las **redes sociales**.



Imagen 6: Angélica B. Galicia, ejecutiva de las redes sociales Xcaret.

*Consideramos un éxito gratificante el que los fans no sólo hagan click en el botón de like en **Facebook**, sino que compartan su experiencia en cada parque, que nos envíen fotografías y videos, y que en **Twitter** utilicen los hashtags o etiquetas que determinamos para nuestros acontecimientos más trascendentes como **La Travesía Sagrada Maya**, el **Festival de Vida y Muerte en Xcaret** o el **Triatlón Sprint en Xel-Há**”.*

3.- Tips de Viajero



Imagen 7: Verónica Marmolejo Garduño, creadora de Tips de Viajero.

*“Una iniciativa personal comienza por el simple gusto de compartir experiencias sobre viajes”. Así lo expresa **Verónica Marmolejo Garduño**, conocida en el mundo*



Unidad 2. Gestión, ética y seguridad de la información en las Organizaciones



Twittero, en sus blogs y página en Facebook como “**Tips de Viajero**”. En el año 1997, Verónica contrató su primera conexión a internet y ahora, el internet, la web, el blog, y las **redes sociales Twitter y Facebook** son parte de su vida. El proyecto no tomó fuerza al principio, sino hasta 6 meses después de haberlo iniciado, cuando la vida le da una sacudida y decide dejar su trabajo para iniciar un proyecto sobre viajes y tips que se convertiría en su actividad principal para seguir recorriendo el mundo y compartir el proyecto con su familia, especialmente con su hija, que la acompañaría a todos lados.

*“Reconozco que un gran aliado del crecimiento de **mi blog** (<http://www.tipsdeviajero.com/>) han sido las redes sociales, en las que estoy desde abril del 2009. Por primera vez es posible que de una forma sencilla y rápida el prestador de servicios pueda estar en contacto directo con el posible visitante o comprador, y también con el que ya le ha comprado o lo visitó. No concibo la idea de que un hotel, ciudad, restaurante o tienda no esté aún en redes sociales y se pierda esta maravillosa herramienta que a la fecha a mí, me ha permitido hacer amigos, tener contacto con profesionales de la industria turística en todo el mundo y además hacer negocios.*

4.- Social Media Club México (SMCMX TURISMO)

La comunidad **SMCMX TURISMO** (<http://socialmediacub.mx/turismo/>), agrupa a profesionales de la **industria turística**, interesados en experimentar los beneficios de los **medios sociales**, compartir sus experiencias, así como desarrollar mejores prácticas sobre el uso de la industria turística en México.

*“En México, **las redes sociales** serán cada vez más importantes para el **turismo**, puesto que las personas en las que más confiamos son los que pertenecen a nuestra propia red de amigos, familiares o conocidos. El hecho de que la tecnología facilite compartir experiencias hace que*



Imagen 8: Karla Núñez, Community Director de SMCMX Turismo.



Unidad 2. Gestión, ética y seguridad de la información en las Organizaciones



*estas lleguen más rápido a muchas más personas. Esto, aunado al tiempo real, serán factores críticos que deberían estar aprovechando las **empresas turísticas.***”

Karla Núñez, Community Director de SMCMX TURISMO, nos comparte un dato interesante sobre los internautas en México: “Según datos del Estudio de Consumo de Medios lanzado por IAB México en 2010, 3 de cada 10 internautas en México, son fans o seguidores de una marca en **Medios Sociales.** El reto es lograr ser relevante para estos usuarios”.



Unidad 2. Gestión, ética y seguridad de la información en las Organizaciones



5.- Blog de Viajes

Uno de los **blogs** más exitosos y mejor posicionado sobre viajes surge de un proyecto individual argentino con el objetivo de compartir **reflexiones sobre viajes, turismo, comunicación y ciencias sociales.**



Imagen 9: Blog de Viajes, surge de la iniciativa de Jorge Gobbi.

El **blog** comenzó y continúa como un proyecto personal a iniciativa de **Jorge Gobbi** (@morrisey)

Para posicionar el **sitio web Blog de Viajes**, Jorge ha utilizado una estrategia integral de **redes sociales** incursionando en distintas plataformas como: **Flickr**, **Del.icio.us**, **Youtube**, **Facebook**, **Twitter**, **Blip.FM**, **Dopplr** y **Friendfeed**. Jorge comenta también que el uso de las redes sociales es muy importante como parte de una estrategia descentralizada de difusión y

marketing para su trabajo.

Ahora revisemos **otros casos de éxito**, con el uso de las redes sociales, con diferentes orientaciones, no sólo viajes como los que vimos anteriormente, estos nuevos casos han sido tomados de **Social Media Wiki**.

Los medios sociales se han convertido en un arma de doble filo para empresas y marcas. Muchas de ellas se han visto afectadas por contenido publicado en medios sociales, viéndose obligadas a retirar anuncios o introducir mejoras en sus productos; o, por el contrario, han visto como participar en redes sociales, como utilizar aplicaciones 2.0. Les ha reportado beneficios en su imagen, en su reputación, y una mejoría en las relaciones con sus públicos.

Los ejemplos de empresas que deciden utilizar estratégicamente los medios y las aplicaciones sociales son numerosos, pero también las malas prácticas o las malas experiencias sufridas por no haberlo hecho. Las empresas necesitan desarrollar



Unidad 2. Gestión, ética y seguridad de la información en las Organizaciones



relaciones con sus clientes y públicos; escuchar lo que se habla de ellas; conversar con sus públicos allí donde éstos hablan, comentan, crean y distribuyen contenido sobre ellas; etc. Este wiki colaborativo nace con la intención de recopilar ejemplos de acciones negativas, positivas y el simple uso de los Social Media y su influencia en entornos corporativo

s.

Empresa	Caso	Más información
BBVA	Lanzamiento de Actibva, una comunidad <i>online</i> financiera que ofrece tres tipos de funcionalidades: Actualidad económica similar a marcadores y agregadores como 'digg' o 'menéame'; Guías de Educación Financiera; y La Comunidad, con funcionalidades de red social. La comunidad tiene también un perfil en twitter: @actibva	http://www.actibva.com/
Bimbo	Bimbo detectó que una parte importante de los consumidores de la gama de pastelitos infantiles (Bony, Pantera Rosa y Tigretón), son adultos a los que el sabor de los pastelitos les hace recordar etapas de su infancia. Para potenciar este segmento de consumidores creó “Wikirecuerdos” una web donde los visitantes pueden recordar aspectos lúdicos, culturales o de consumo de su infancia. Una “enciclopedia nostálgica”. A través de diversos apartados (cromos, juguetes, televisión...) se expone información sobre lo más emblemático de cada uno, con la posibilidad de que los usuarios participen aportando sus conocimientos en formato Wiki. La acción tenía una duración prevista de un año pero debido al éxito (el tiempo de permanencia medio por visita es de casi 7 minutos), se decidió prorrogarlo.	www.wikirecuerdos.com ,



Unidad 2. Gestión, ética y seguridad de la información en las Organizaciones



Dell	Lanza un blog interesante blog corporativo sobre productos, servicios y clientes. Cuenta con cinco versiones adaptadas a sus diferentes mercados y con diferentes contenidos: Español; Inglés; Chino; Noruego y Japonés. http://es.community.dell.com/	Dell en Directo Español
Ferrero	Grupo en Facebook sobre sus bombones Ferrero Rocher que ha tenido un éxito de fans tremendo -749.010, a día 12 de diciembre de 2008- desde su creación. http://www.facebook.com/FerreroRocher?ref=s	Grupo de Ferrero Rocher
Obra Social Caja Madrid	Grupo en Facebook de jóvenes artistas y creadores que está siendo todo un éxito en cuanto a colaboración, con un número de seguidores que supera los 5.100 (a día 5 de octubre 2009) y con innumerables colaboraciones de fotos, vídeos, eventos.	http://www.facebook.com/jovenesartistasycreadores
Nike	Lanzamiento de la red social Nike+ (versión española: http://nikeplus.nike.com/nikeplus/index.html) Ha sido todo un éxito para la compañía, de hecho las ventas de productos exclusivos (Nike+ iPod Sport Kits y Nike+ SportBands) a través de la red le han supuesto un beneficio de 56 millones de dólares y crear una comunidad de corredores en torno a la red. Sólo en el mes de agosto se dieron de alta 800.000 corredores de todo el mundo para una carrera simultánea en 25 países.	How Nike's Social Network Sells to Runners