

Las redes sociales

¿Qué riesgos representan para las empresas?

Jesús Marcín

Desde la creación del fenómeno llamado Facebook, en febrero de 2004, las relaciones interpersonales tuvieron un cambio que posiblemente no veamos en muchos años. Las redes sociales significan un parteaguas en la industria de la tecnología, pero sólo con el paso del tiempo sabremos si traerá mayores beneficios y si se les darán diferentes usos a los conocidos hasta el momento.

La red social más popular del mundo posee más de 500 millones de usuarios. La lista de países con mayores integrantes a nivel global se compone de la siguiente manera:

- Primer lugar: Estados Unidos, con más de 111 millones usuarios
- Segundo lugar: Gran Bretaña, con más de 23 millones
- Tercer lugar: Indonesia, con 19 millones
- Cuarto lugar: Turquía, con alrededor de 18 millones
- Quinto lugar: Francia, con 15 millones



- Sexto lugar: Italia, con 14 millones
- Séptimo lugar: Canadá, con 13 millones
- Octavo lugar: Filipinas, con 10 millones
- Noveno lugar: España, con 8.8 millones
- Décimo lugar: México, con 8.5 millones de cuentas abiertas en Facebook

En lo que respecta a Twitter, nuestro país no se encuentra en el top ten de tráfico. La lista en estos términos la encabeza Estados Unidos, con 33.3%, le sigue India con 8.2%, Japón con 7.1%, Alemania con 6.5%, Reino Unido con 5.9%, Brasil con 3.1%, Canadá con 2.4%, Indonesia con 2.0%, Australia con 1.8% y España con 1.7%. Sin embargo, México es el segundo país latinoamericano con más tráfico después de Brasil.

Con estas estadísticas, podemos ver que el fenómeno de las redes sociales, especialmente Facebook, ha impactado en nuestro país de manera considerable, al grado de ser la entidad de Latinoamérica con el mayor número de usuarios en Facebook.

¿Pero qué significado tiene todo esto para las organizaciones? Es claro que la forma de hacer negocios está cambiando, las grandes empresas empiezan a usar sistemas informáticos de gestión de contactos, que permiten a sus trabajadores compartir sus “tarjeteros” para que todos, dentro de la organización, se puedan beneficiar de esa red social al momento de afrontar un determinado proyecto.

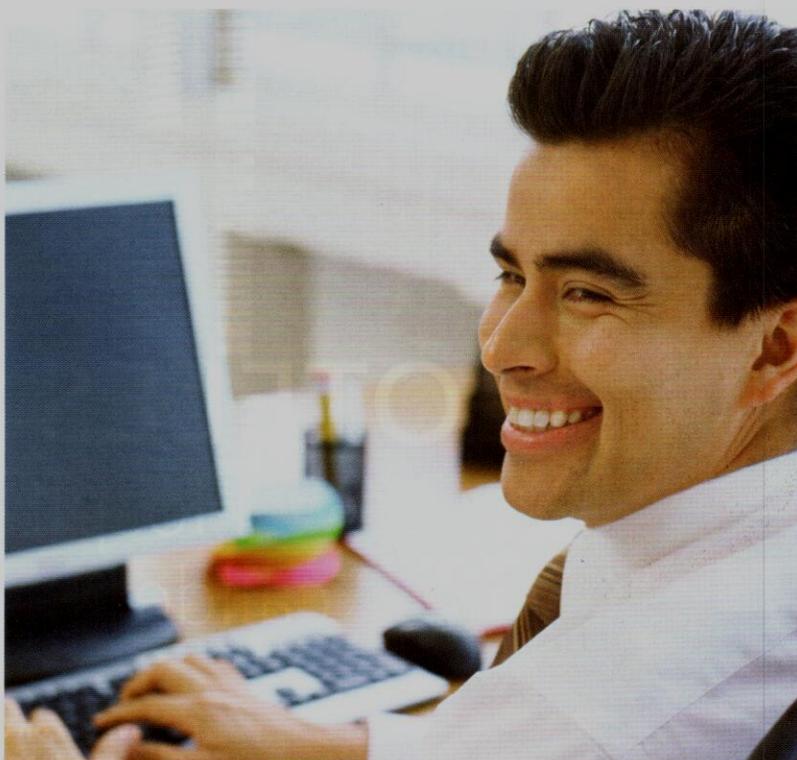
Por otro lado, la dedicación de los empleados a gestionar su perfil en Facebook o redes similares en horas de trabajo, puede perjudicar la productividad, pero las empresas más avanzadas están convencidas de que integrar la tecnología de las redes sociales en su vida cotidiana, facilita el trabajo y aumenta la productividad.

Según cifras dadas a conocer por la Unión Europea, en 2010 las empresas invirtieron 15% más en programas de redes sociales para sus empleados. El gasto calculado para ese año fue de más de \$660 millones de dólares (€500 millones de euros); en 2011 crecerá 16% y para el 2014 supondrá un negocio de \$2,000 millones de dólares (€1,500 millones de euros).

Por todo lo anterior, me parece que nadie podrá cuestionar que la introducción de estas herramientas supone un cambio en la cultura profesional de las empresas y agiliza el trabajo colaborativo, particularmente en compañías grandes que tienen sedes en diferentes partes del mundo.

Los responsables de las áreas de sistemas de las grandes corporaciones no escatiman a la hora de enumerar las ventajas de la importación de las redes sociales a las empresas. En este rubro destacan:

1. Reducción de costos de formación.



2. Almacenamiento gratuito del conocimiento que existe en las compañías (un patrimonio que de otra manera corre peligro de desperdigarse o perderse).
3. La localización de expertos en un tema dentro de una gran corporación.

En contra de todas las ventajas que implica el uso de las redes sociales en las compañías, está el riesgo de un mal manejo de la reputación de las personas y de las corporaciones, porque se pueden ver afectadas cuando no se establecen los mecanismos necesarios para que los empleados preserven la información confidencial de éstas. Por eso, si se establecen parámetros, no se verán afectados ni los particulares ni se cometerán infracciones de carácter legal.

De ahí que sea recomendable que las empresas establezcan políticas de uso de redes sociales, acompañadas de reglas para el uso de la información confidencial y de datos personales en posesión de los particulares. Una forma de comenzar a pensar en realizar una política sobre este tema es consultando a un especialista. De lo contrario, lo que pudiera ser una herramienta virtuosa y de gran ayuda para las corporaciones, se podría convertir en una fuga de información delicada y confidencial, en posibles violaciones a la Ley de Protección de Datos, en multas, responsabilidades legales y, en algunos casos, en faltas a códigos de ética por parte de sus empleados. ■

Jesús Marcín es socio fundador del despacho Marcín Abogados y Consultores, S.C. (www.marcinabogados.com), abogado especialista en materia laboral y seguridad social desde hace 15 años, miembro del Comité de Relaciones Laborales de la AMEDIRH y asesor del Club de Inversionistas de México, A.C. jmarcin@marcinabogados.com