ANÁLISIS

Logrando el éxito en las redes sociales (Parte V)

ANDRÉS JULIÁN GÓMEZ MONTES
CONSULTOR EN INNOVACIÓN Y ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

Para el último artículo de esta serie, se analizará cómo las redes sociales han evolucionado en su corta existencia, cómo continúan evolucionando y lo que implica esto para las organizaciones y empresas que tienen presencia activa en este medio o que están pensando en tenerla.

Dentro de un esquema amplio, las primeras redes sociales tuvieron sus precursores hace más de 30 años, con la aparición de los foros a finales de la década de 1970.

Estos foros, conocidos como BBS (Bulletin Board Systems) permitían a las personas compartir información, hacer preguntas y recibir respuestas, de forma similar a los millones de foros que hoy se encuentran en Internet. Aunque eran sistemas más sencillos, recogían elementos básicos de las redes sociales "modernas", como el compartir información con otros usuarios a través de un espacio virtual.

En estos 30 años las redes sociales (de forma más precisa, medios sociales) han evolucionado mucho. Expertos coinciden en afirmar que las primeras redes sociales modernas aparecieron hace al menos unos 10-11 años y en este relativo corto tiempo, han llevado a cabo una gran transformación, que se percibe no solo en la forma como entendemos a Internet, sino en las mismas plataformas.

En sus inicios, hace unos cuantos años, estas redes sociales en general ofrecían servicios y funcionalidades sencillas.

En estos pocos años, la mayoría ha llevado a cabo grandes transformaciones que han cambiado en buena parte su definición, aunque dicho de paso, usualmente rescatan los elementos esenciales con los cuáles nacieron.

Por ejemplo *Facebook* en un inicio era una plataforma relativamente sencilla, cuyo gran objetivo era unir a amigos y conocidos y permitirles conocer que hacían unos y otros.

Esta característica sigue estando presente en *Facebook* y de hecho, sigue siendo parte vital de su atractivo. Sin embargo, desde el 2004, año en el que fue creada esta red, ha llevado a cabo una gran transformación que, entre otras cosas, le ha abierto la puerta a empresas, a desarrolladores y ha ampliado su visión.

Hoy en día *Facebook* no solo es un lugar para conectarse con amigos, sino un sitio donde se puede jugar en línea, gastar dinero, participar de concursos y mucho más.

Aunque Facebook es el ejemplo "tradicional" para mostrar, esta tendencia se encuentra presente en diferentes tipos de medios sociales. Algunos como *Facebook* han evolucionado a grandes velocidades y otros, como *Twitter*, han tenido una evolución menos drástica.

En el caso específico de *Twitter*, aunque existe una gran diferencia entre el servicio que se lanzó hace cinco años al que existe hoy, gran parte de su desarrollo se encuentra en ofrecer un mejor servicio y mayor disponibilidad al mismo (esta red debido a su popularidad ha sufrido de problemas de acceso y disponibilidad).

SI EN TAN POCO TIEMPO LAS REDES EVOLUCIONARON A ESTE RITMO, ¿QUÉ SE PUEDE ESPERAR A FUTURO?, ¿QUÉ PUEDEN ESPERAR LAS EMPRESAS?

La pregunta que uno se puede hacer en este momento, es si en tan poco tiempo estas redes evolucionaron a este ritmo, ¿qué se puede esperar a futuro? Incluso, ¿qué se puede esperar para las empresas que están dentro de los medios sociales? Es arriesgado proveer una respuesta tajante a estos interrogantes, ya que seguramente hace 10 años pocas personas pudieron anticiparse a lo que sucedería y hoy mirando a 10 años a futuro sucede lo mismo.

Lo que es cierto es que los medios sociales llegaron para quedarse. Definitivamente seguirán evolucionando y la competencia cada vez es más dura. Como sucede en muchas industrias y como claramente se está perfilando en este momento, habrá unos líderes y otros seguidores. Hoy todos quieren ser líderes y solo el tiempo dirá quiénes lo lograron y quiénes no. Esto llevará a que algunos actores desaparezcan o se fusionen con otros.

Para las empresas este medio será cada vez más y más interesante. Las redes sociales encuentran sustento económico principalmente en las empresas, de forma que es posible prever que cada vez tendrán más importancia en estos medios. Algunas cosas serán gratis, otras no, pero con una estrategia dinámica será posible adaptar y aprovechar al máximo las redes.