

Relatos de Viaje: Certificado de Administradora de redes sociales, Georgetown University....¿Qué significa?

1

Prof. Yvonne L. Huertas, JD, MBA, CPA, CMA, CIRA
Catedrática
Facultad Administración de Empresas
UPRRP
Ivonne.huertas1@upr.edu

Instructores: ¡Profesionales con credenciales impresionantes!

- ▶ **Brittany Brown**, Ex-Directora de Medios Sociales del Pentágono, actual directora de medios sociales de NPR
 - ▶ NPR is an internationally acclaimed producer and distributor of noncommercial news, talk, and entertainment programming. A privately supported, not-for-profit membership organization, NPR serves a growing audience of 27.1 million Americans each week in partnership with more than 900 independently operated, noncommercial public radio stations.
- ▶ **Stephanie Schierholz**, Directora de medios sociales de la NASA
- ▶ **Sarah Kaczmarek**, digital communications manager for GAO (Government Accountability Office)
- ▶ **David Lipscomb**, Director of the Writing Center at Georgetown University, CSR Spokesperson of Kellogs
- ▶ **Jack Holt**, Strategic Communication, Public Affairs and Public Relations counselor for the DOD (Department of Defense)
- ▶ **Henry Makembe**, Partner at Beekeeper Group, Specialties: Blogging engines, social networks, advocacy tools, e-mail marketing, online videos, analytics tools, solution architecture, web development, programming languages, databases.

Participantes... diversidad

- ▶ Abu Dhabi
- ▶ Argentina, Colombia, República Dominicana
- ▶ Canada
- ▶ Hong Kong
- ▶ USA
- ▶ Agencias Federales USA:
 - ▶ Seguro Social
 - ▶ Inmigración
 - ▶ G.I. Bill
 - ▶ Army Corps of Engineers

Impacto Proyecto de investigación:

Facilitar primeros pasos de investigación con estudiantes...

- ▶ ¿Puede el uso estratégico las redes sociales ayudar a las organizaciones a posicionarse competitivamente?
- ▶ ¿Cuáles son los “outcomes” de fomentar una **identidad robusta digital corporativa**?

Demostrar que...

Social Media es más que compartir fotos y opiniones. Puede ayudar a las empresas a crecer en múltiples formas:

- ▶ ...educar a consumidores sobre productos y servicios
- ▶ ...mercadear productos y servicios a los consumidores
- ▶ ...desarrollar productos y servicios internos
- ▶ ...organizar y promover debates internos
- ▶ ...ayudar a empresas a comunicarse con eficacia y eficiencia con el fin de ayudar a agilizar las acciones inter- departamentales

¿Cómo repetir estos éxitos? Las redes sociales han trastocado los modelos tradicionales de obtener donaciones - Caso For Love of Children (FLOC)

- ▶ El otoño pasado, FLOC dedicó UN SOLO DÍA accediendo su cuenta de FACEBOOK
- ▶ Al final del día: USA\$114,000 fondos recaudados. Participaron en iniciativa GIVE TO THE MAX DAY: GREATER WASHINGTON. Habían convocado a sus partidarios a donar \$87,000
- ▶ La convocatoria dirigida a sus partidarios incentivó nuevos donante: amigos convocando a amigos.

<https://www.floc.org/about-us>

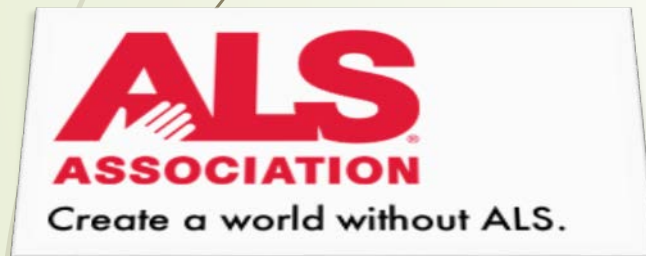
For Love of Children (FLOC – Por el Amor de Niños) provides educational services beyond the classroom to help students succeed from first grade through college and career. FLOC brings together students, volunteers, families, and community partners in proven programs that teach, empower, and transform.

¿Cómo apalancar las potencialidades de las redes sociales para beneficio?

El Reto Asociación ALS*: campaña viral contra la enfermedad Lou Gehrig

► **2014**

¡La campaña consistía en filmar un video y subirlo a las redes donde donaba USA\$100 o se echaba un balde de agua fría por la cabeza! En el mismo video retaban a sus amigos a hacer lo mismo. Esto provocó una explosión de videos y donaciones que alcanzó USA\$115 millones.



<http://www.inc.com/peter-roesler/6-ways-social-media-changed-the-world.html>

¿Cómo enfrentar una crisis?

Respuesta a un desastre de la naturaleza...

- ▶ Luego del terremoto de magnitud 7.0 en Haití, los “social media” movilizaron esfuerzos de rescate y apoyo a la comunidad. Amigos y parientes usaron los “social media: para buscar a los desaparecidos. El uso de campañas de donativos mediante mensajes de texto se popularizaron desde ese momento. La Cruz Roja aprovecha los “social media” para organizar grupos de rescate y solicitar donaciones.



¿Cómo integrar al cliente y al empleado a la búsqueda del éxito?

Impacto uso de social media en rentabilidad negocio

- ▶ Red Robin tiene 400+ gerentes. Pre-social media...toda la información se comunicaba por escrito a los 50 estados de la nación. Gerentes tenían que viajar por todo el país para obtener “feedback”. Cambios tomaban entre 6 meses a 1 año.
- ▶ Con “social media”: cambios ocurren en semanas o días. Ejecutivos y gerentes en continua comunicación. Uso de redes sociales, videos, **habilitaron a empresa con flujo de información** de gerentes, clientes y otros.



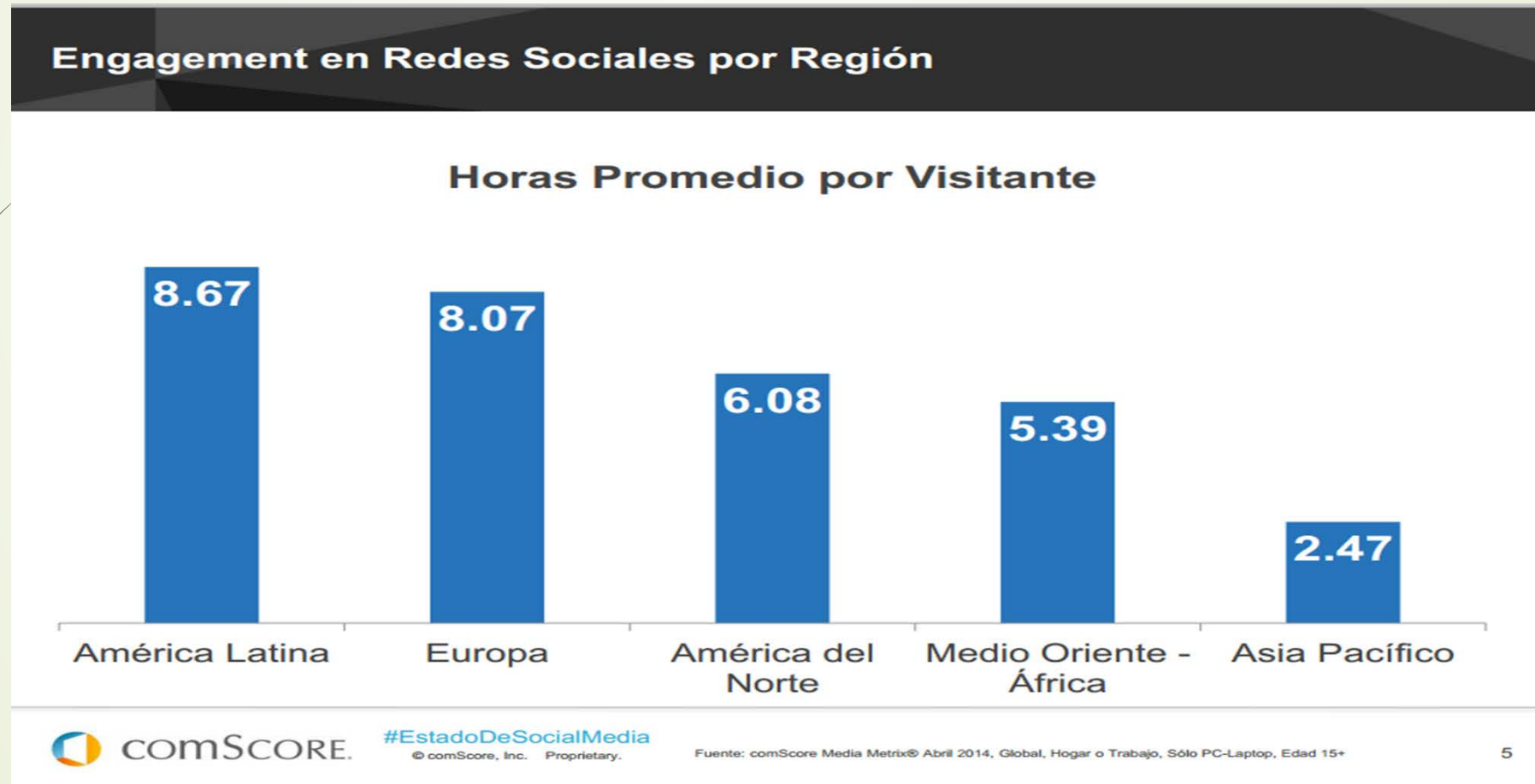
¿Por qué investigar?

- El consumidor – EL CLIENTE - cambió forma adquirir productos o servicios.
- Decisión compra es premeditada; no compulsiva.
- Más tiempo dedicado a la búsqueda de información.
- Internet: uno de los medios más utilizados por “consumidor investigador”. (¡NO LE CUESTA!!!!)

Investigar si las redes sociales pueden:

- Atraer nuevos clientes
- Crear lealtad entre los clientes de siempre
- Conocer mejor a los clientes
- Desarrollar estrategias de negocios enfocadas en lo que el cliente desea
- Detonar la rentabilidad de la empresa a niveles insospechados

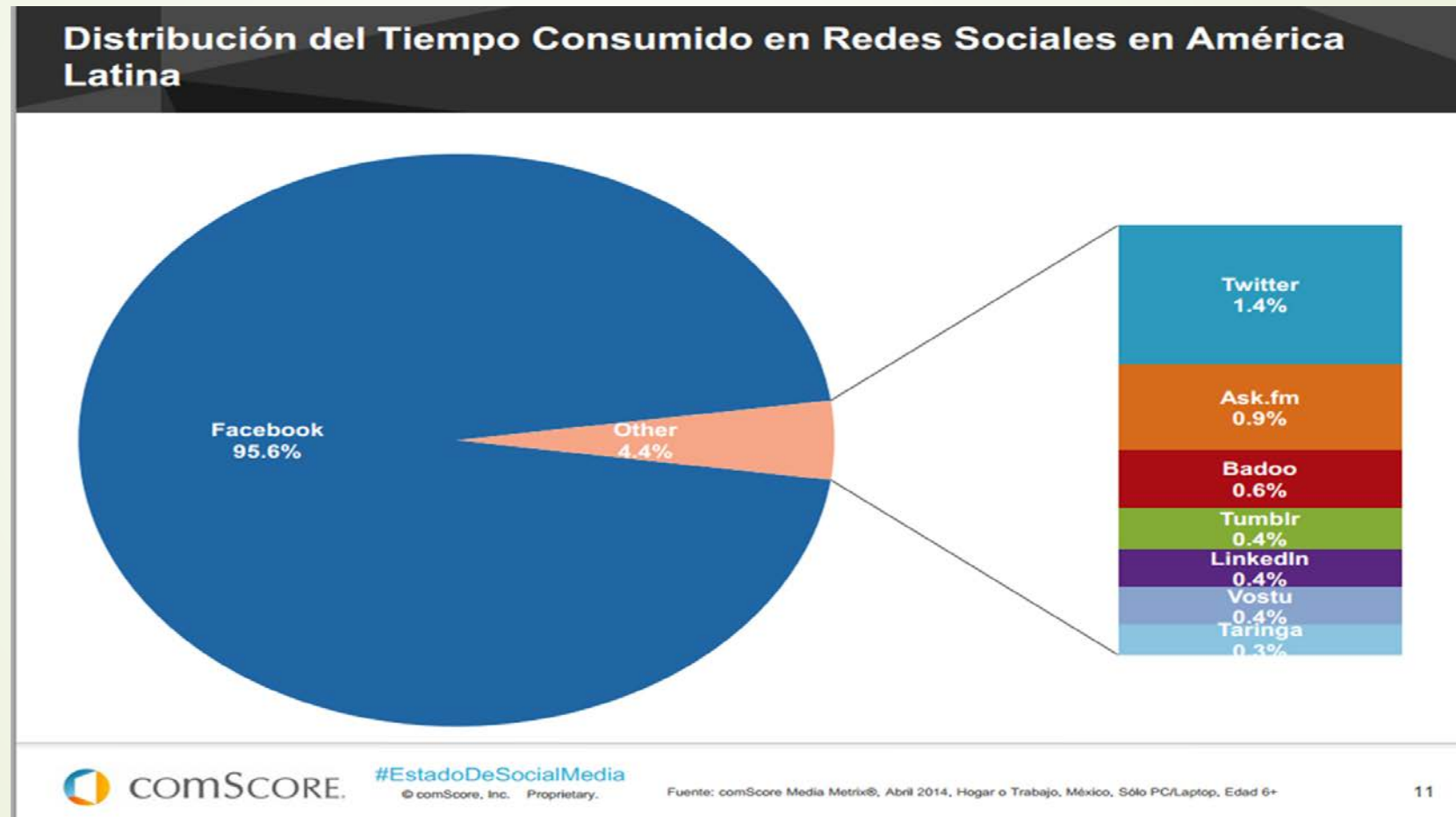
Región de América Latina y el Caribe... Impacto redes sociales



¿Impacto de esta información sobre la investigación?



Impacto sobre las conclusiones a las que se llegarán en las investigaciones



¿Métricas tradicionales? ¿Siguen vigentes? ¿Qué nos dirá la investigación?

- ¿Impulsará la infraestructura digital el potencial y necesidad de la innovación empresarial?
- ¿Dará paso a la Colaboración a distancia entre usuarios geográficamente distantes, diseñadores y proveedores como estándar de operación?

The Big Shift: Measuring the Forces of Change by [John Hagel III](#), [John Seely Brown](#), [Lang Davison](#)

From the July–August 2009 Issue

<https://hbr.org/2009/07/the-big-shift-measuring-the-forces-of-change>

¿Cuál es el impacto de las redes sociales sobre el flujo de Nuevo conocimiento?

TEORÍA: El Nuevo conocimiento es el activo más importante de las empresas exitosas del Siglo XXI.

- ▶ ¿Dirigirán los medios sociales la transferencia de conocimiento, talento y capital?
- ▶ ¿Qué rol tendrán Facebook, Twitter, LinkedIn, y otros medios sociales en esta transferencia de conocimiento?
- ▶ ¿Qué rol tendrán las comunidades virtuales y los foros de discusión en línea en el flujo de Nuevo conocimiento?

Are these the new rules of engagement?

- Escucha,
- observa,
- mide,
- analiza,
- evalua.

Expected outcomes

- ▶ Experiencia de aprendizaje de uso de base de datos de la Biblioteca de la FAE: ¿Cuáles serán las fuentes preferidas de bibliografía? Una experiencia para los estudiantes sub-graduados aterradora!!!! ... arghhhhhhhhhhhhh!!!!
- ▶ Trabajo en equipo
- ▶ Expectativa de producir un trabajo de alta calidad que sea seleccionado por IINA para compartirlo.
- ▶ Satisfacción de dejar huella, de crear Nuevo conocimiento... entre otros

Metas trazadas

- ▶ Provocar curiosidad intelectual entre estudiantes sub-graduados hacia la investigación
- ▶ Asegurar que lo investigado se comparta, se difunda, y cree una ola de Nuevo conocimiento
- ▶ Dar los primeros pasos hacia el desarrollo de un case study.

Social Media al servicio de la UPRRP, IINAS, estudiantes sub-graduados, PR

