

Web 2.0 ¿Para qué?

¿Cómo nos puede ayudar la web 2.0 a cambiar las organizaciones?



Web 2.0



Autor: Adriana M. Perera González

Bibliografía, BMN

La web 1.0 ha permitido recibir comprar y buscar información, a diferencia de las innumerables potencialidades que ofrece la tecnología Web 2.0 evolucionando la información del mundo estático a la dinámica de la comunicación.



La Web 2.0 no es más que la evolución de la Web en la que los usuarios dejan de ser usuarios pasivos para convertirse en usuarios activos, que participan y contribuyen en el contenido de la red siendo capaces de crear, dar soporte y formar parte de una sociedad y/o comunidades tanto a nivel local como global; que se informan, generando conocimientos y contenidos.

La **Web 2.0** facilita la interacción de los usuarios que participan generando contenidos y valorando aplicaciones y servicios, fundamentalmente en las organizaciones que poseen grandes cantidades de información, y aportar conocimientos que pueden resultar una herramienta muy útil para innovar todo tipo de productos y servicios. Permite además, crear contenidos (textos, fotos, audio, vídeo) sin tener conocimientos de programación.



Existen diferentes tipos de herramientas de colaboración según los objetivos de los usuarios, por ejemplo:

- Mensajería instantánea
- Foro, Redes sociales
- Microblogging
- Wiki
- Blogs, noticias, etc.

Web 2.0 ¿Para qué?

- Instruir, Investigar, Publicar, Informar, Orientar.
- Afirmar, Avisar, Notificar, Reportar, Denunciar, Prevenir.
- Diseminar e Innovar.
- Favorecer la retroalimentación de Usuarios-Clientes.
- Permite el lanzamiento y promoción de nuevos productos y servicios.



El 2.0 más que un enfoque tecnológico, es colaboración y aprendizaje, donde es necesario que los directivos participen, creen, innoven y que formen parte de la organización, que contemple: Entrenamiento, Adiestramiento, Capacitación, implementando una estrategia que planifique, marque objetivos, organice y mida los resultados.



Una Organización 2.0 es aquella que:

- Usa herramientas 2.0 en el entorno profesional.
- Mantiene una actitud colaborativa.
- Brinda información transparente, redistribuible e interactiva.
- Convierte al usuario en agente activo en la elaboración de productos y servicios.



-¿Cómo nos puede ayudar la web 2.0 a cambiar las Organizaciones?

•Posibilita a la organización el **Fácil acceso** a la información:

Con sólo un computador con conexión a Internet, se puede tener disponible **cualquier tipo de información**; desde cualquier lugar, las 24 horas del día, los 7 días a la semana y los 365 días del año.



- Proporciona a la organización **Ahorro de tiempo**:



El mercado global está en constante evolución y cambio. Por lo que, todos los acontecimientos que allí ocurren se caracterizan por **requerir una respuesta o solución urgente e inmediata**. En este sentido, a través de los medios interactivos (e-mail, sms, llamadas masivas, chats, etc...) se puede llevar a cabo una comunicación que permita que la información se envíe y llegue al receptor de manera instantánea.

- Desaparece las fronteras entre los medios masivos y servicios de comunicación:

Convergencia mediática

Es la **integración de varios medios tradicionales** (radio, televisión, prensa, etc.) en uno sólo; con la finalidad de que se pueda transmitir una información o un mensaje comunicacional de diferentes formas y de la manera más eficiente posible.



- **Logra una participación más activa de la organización:**

El fenómeno de la globalización ha permitido el desarrollo de mecanismos de interacción que logren mantener el contacto y tener una mejor comunicación con las demás personas.

A través de medios como el chat, los foros, las comunidades virtuales, las redes sociales, los blogs, los buzones de sugerencias, etc; se puede tener un constante **intercambio de conocimientos y de contenidos mediáticos en la toma de decisiones.**



- Permite realizar en la organización un **Servicio Personalizado:**

Las organizaciones se enfrentan a una mayor competencia, por ello, se hace imprescindible la individualización de las comunicaciones; de modo que permitan a las organizaciones **mantener una relación directa con sus clientes o usuarios.**

- Aporta a la Organización ciertos valores “**Más económico**”:

Publicar un mensaje en la Web, utilizando los medios interactivos, es más barato que la difusión de un mensaje a través de los medios de comunicación tradicionales; por ello, suelen usarse ampliamente para la promoción y publicidad de productos y/o servicios. Igualmente, se **reducen los costos operativos** al automatizar los procesos y al tener un mantenimiento menor al de otros medios.



- **Expansión del mercado:**

La globalización tecnológica ha permitido que los medios interactivos puedan acceder a los mercados locales, regionales, nacionales e internacionales. Las fronteras se han desvanecido y las distancias se han hecho cada vez menores; por lo que, la interconexión entre los países a través de Internet, ha llevado que estos medios puedan ampliar su alcance para mantener una **influencia mundial**.

- Brinda un **Mayor conocimiento** sobre los intereses de los **usuarios-clientes**:

A través de la creación de bases de datos, se puede obtener y registrar información valiosa; para poder evaluar el comportamiento de las personas. Asimismo, la utilización de medios interactivos ha permitido la realización de estudios de mercado, que puedan **identificar las necesidades** de las personas y los hábitos de consumo presentes en la sociedad.

- **Segmentación:**

Es la identificación y división del mercado en grupos de **personas con necesidades e intereses comunes**. Estos intereses afines y homogéneos, hacen que un segmento sea distinto a todos los demás; por lo tanto, cada uno tiene que ser tratado de manera diferente.



- **Fácil monitoreo:**

Internet permite que podamos medir el impacto de todas las estrategias comunicacionales y de mercadeo; de una forma cómoda, sencilla y práctica. De igual manera, nos proporciona **estadísticas en tiempo real**; para poder evaluar el comportamiento y analizar los cambios en los hábitos de consumo de los usuarios.

Sólo las organizaciones que se adapten de manera eficaz a estas condiciones, podrán conseguir las ventajas diferenciales que les permitirán sobrevivir en un mercado globalizado.

Algunas desventajas de la web 2.0 en el entorno organizacional:



- Al permitirse el intercambio de información digital se puede correr el riesgo de plagios.
- El constante intercambio de información y la carencia de un sistema adecuado de seguridad, puede provocar el robo de datos e identidad generando pérdidas económicas y propagación de virus.
- Capacitación tecnológica inadecuada de las organizaciones.
- Excesiva o ausente participación y volumen de información por parte del usuario, entre otras.

Conclusiones

- La incorporación de la nueva tecnología Web 2.0 requiere de retos a vencer y la definición de nuevas estrategias.
- El aprovechamiento de las potencialidades de las tecnologías Web 2.0 por parte de la empresa u organizaciones sin duda alguna se traducirá en ventajas competitivas con respecto a aquellas que no la utilicen.
- Permite a la comunidad de usuarios trabajar en forma colaborativa para mejorar y crear nuevos productos y servicios.

Requiere de un líder y especialistas para la solución de problemas, gestión del conocimiento, distribución de mejores prácticas, comunicación y coordinación de actividades.

Implica una Identidad de la Organización, cuanta mayor identificación exista entre los colaboradores en la organización, mayor fluidez existirá y mayor eficacia y rentabilidad se obtendrán.



- Bibliografía:

- Giraldo Marín LM, Joyanes Aguilar L, Medina García VH. Estrategias de colaboración 2.0 para la transferencia de conocimiento. Revista Ingenierías Universidad de Medellín [Internet]. 2013 [citado 01 Feb 2017]; 12(23): [aprox. 18 p.]. Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/rium/v12n23/v12n23a12.pdf>
- Cañedo Andalia R, Urra González P, Martín Díaz O, Kourí Cardellá G, Nodarse Rodríguez M, Celorrio Zaragoza I, et al . Infomed, sus recursos y el Web 2.0. ACIMED [Internet]. 2011 [citado 01 Feb 2017]; 22(1): [aprox. 17 p.]. Disponible en: [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352011000100004&lng=es.](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352011000100004&lng=es)
- Ramos A, Román A. WEB 2.0 y su camino hacia la empresa 2.0. Universidad, Ciencia y Tecnología [Internet]. 2009 [citado 01 Feb 2017]; 13(51): [aprox. 16 p.]. Disponible en: [http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S131648212009000200013&lng=es&tlng=es.](http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S131648212009000200013&lng=es&tlng=es)
- Graells Costa J. Web 2.0 ¿Para qué? Cómo nos puede ayudar la web 2.0 a cambiar las organizaciones. La biblioteca accesible [Internet]. [citado 01 Feb 2017]; [aprox. 16 p.]. Disponible en: http://travesia.mcu.es/portalnb/jspui/bitstream/10421/541/1/com_228.pdf
- Bernal Jurado E, Mozas Moral A. Posibilidades y aplicaciones de la Web 2.0: un caso de estudio aplicado a la economía social. CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa [Internet] 2012 [citado 01 Feb 2017]; [aprox. 19 p.]. Disponible en: <http://ddd.redalyc.org/articulo.oa?id=17423124010>
- Vinicio Caballero Uribe C. La Web 2.0, Salud 2.0 y el futuro de la Medicina. Salud Uninorte. Barranquilla [Internet]. 2011 [citado 01 Feb 2017]; 27 (2): [aprox. 17 p.]. Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/sun/v27n2/v27n2a02.pdf>