



San Juan, Puerto Rico - Martes 27 Marzo 2007. Actualizado a las 7:28:30 PM

[clasificados endi](#)
[Bienes Raíces](#)
[Empleos](#)
[Vehículos](#)
[Otros](#)

[» NOTICIAS](#)
[» DEPORTES](#)
[» FLASH](#)
[» POR DENTRO](#)
[» OPINIÓN](#)
[» BLOGS](#)
[» EDICIÓN IMPRESA](#)
[» ÚLTIMA HORA](#)
Regresar a: [homepage](#) / [Negocios](#)

El 'blog' como aliado de la empresa



Por Mariam Ludim Rosa Vélez / Especial para Negocios

Los altos ejecutivos pueden acortar la distancia que tradicionalmente ha existido con los clientes.

La interactividad que ofrecen los blogs o bitácoras electrónicas los han convertido en un recurso valioso utilizado por muchos directivos de importantes empresas para comunicarse con sus clientes. Con esta disponibilidad de "conversar" virtualmente, las organizaciones construyen lazos de credibilidad con sus clientes al tiempo que realzan su imagen institucional.

De acuerdo a una encuesta realizada por la firma de relaciones públicas Makovsky & Co. de Nueva York, el 32% de los ejecutivos que laboran en empresas Fortune 100 consideran que los blogs han aumentado su credibilidad como medio de comunicación. Mientras, un 22% los visualizan como una forma excelente para generar ideas y desarrollar nuevas marcas.

Sin embargo, para lograr esa conexión con la audiencia, los bloggers ejecutivos deben demostrar su compromiso de mantener una bitácora activa, seria y respetuosa. Incluso, deben poseer la habilidad de manejar las críticas, quejas y rumores que pueden también circular en la sección de comentarios. De acuerdo a Debbie Weil, autora del libro The Corporate Blogging Book, "hasta las quejas deben ser tomadas como oportunidades, no como riesgo".

Por su parte, Michael Gartenberg, vicepresidente de la compañía de investigación en tecnología Jupiter en Nueva York, en su artículo Lessons of a Corporate Blogger ofrece algunos consejos para que las bitácoras empresariales cumplan con el propósito de favorecer la imagen corporativa.

En primer lugar, recomienda hacer entradas o posts en el blog con frecuencia. "Si piensas que no puedes hacer una entrada interesante, al menos una vez a la semana -e idealmente una vez al día- entonces tal vez los blogs no son el medio apropiado para tu empresa", sostiene.

Agrega que es importante "conversar y enlazar". Explica que es imperativo contestar los comentarios de los usuarios a la brevedad posible. Igualmente, recomienda ser precavido y tener discreción en el contenido de las entradas y contestaciones "ya que una vez presionas el botón de publicar millones de personas tendrán acceso a ese contenido". Asimismo, sugiere omitir los temas de política y religión en los blogs corporativos. Eso crearía conflicto con algunos de los usuarios.

Aunque las bitácoras empresariales podrían representar una ventaja para las organizaciones, todavía el renglón de crecimiento en éstas es lento. De acuerdo al lugar electrónico Fortune 500 Blogging Wiki, hasta octubre de 2006 escasamente el 8% de las empresas denominadas Fortune 500 tenían blogs corporativos.

No encontramos datos en el ciberespacio o en la blogósfera boricua que registren el movimiento de bitácoras empresariales en Puerto Rico. Precisamente, la Asociación de Ejecutivos de Venta y Mercadeo (SME, por sus siglas en inglés) llevó a cabo el año pasado el Primer Simposio de la Industria de Internet en Puerto Rico con el objetivo de promover el internet en estrategias asociadas con ventas y mercadeo, entre otras iniciativas empresariales.

Posiblemente, este foro sirva como precursor para un siguiente simposio en el que también se aborde el uso de blogs corporativos y se comience a generar datos sobre su uso en la Isla.

Mientras, los directivos empresariales no deben perder de perspectiva que los blogs corporativos son una opción para cortar la distancia que tradicionalmente ha existido entre los clientes y los altos ejecutivos organizacionales. Utilizados adecuadamente, son un activo para incrementar la presencia institucional.

La autora labora en el Recinto Universitario de Mayagüez y es colaboradora de la firma de consultoría organizacional People's Advantage Inc. Para más información, puede acceder a <http://www.blogfesor.org/generaciones> o escribir a mariamludim@gmail.com.

LAS MÁS COMENTADAS

LAS MÁS LEÍDAS

Muere otro soldado boricua [1948]
 Fortuño niega respaldo a Rosselló [669]
 Señala al FBI por diseminar rumores [575]
 Drástico registro para entrar a salas de cine [479]
 Sal y agua la transformación [275]

ÚLTIMO COMENTARIO

Los encontré y son gratis. Cuentos ilustrados para enseñar a nuestros niños la necesidad de proteger el ambiente. Están en <http://edulect.org>

Pipo

sondeo

¿Favorece que la nueva Casa Alcaldía de Guánica lleve el nombre de la ex gobernadora Sila María Calderón?

- Sí
 No
 Me es indiferente

<http://carlosarroyo.holsumpr.com>
Holsum
 Hacerlo Nos Llena

CONOCE A CARLOS
