

Noticias



Monitorear la web social

» Ideas 2.0 | Por Alejandro Suárez Sánchez-Ocaña*

Alejandrosuarez.es

El fenómeno del Social Media ha llegado como un vendaval y lo ha hecho para quedarse, y el mundo empresarial no es una excepción; poco a poco las empresas tienden a prestar una mayor atención al uso de blogs y redes sociales, un fenómeno que anteriormente despreciaban.

La web social ha dado el poder al usuario y muchas veces, eso puede generar algún quebradero de cabeza en nuestra propia compañía; empleados infieles, filtración e intoxicación de información, bulos que entorno a nuestros productos y/o servicios recorren la red y pueden, si no son rápidos de atajar, resultar un enorme problema al que nos tendremos que enfrentar.

Internet se ha convertido en pocos años en el medio de medios. La anarquía y la libertad del sistema, el halo de anonimato que se disfruta y la rapidez con la que fluye la información, que circula de usuario en usuario en segundos, hace que haya que estar especialmente atentos a lo que sucede en torno a nuestra marca.

Comercialmente o simple y llanamente a nivel de imagen, los daños pueden ser graves si no se ataja el problema, si se minimiza, o se desprecia. A este respecto podemos destacar un caso que sucedió en España hace algún tiempo: Ikea, que seguramente habrá pasado con alguna otra compañía en algún otro país. Durante varios años, un post en uno de los blogs



de referencia en España dentro del ámbito de la web 2.0, Microsiervos, era el primer resultado en Google al buscar "Ikea", por encima de la web de la firma.

Ese post hacía una cruel crítica a la compañía en base a la experiencia de un único usuario bajo el título "Ikea, como mienten a los clientes". Aun hoy si se busca en Google sale entre los primeros resultados del buscador. Durante los últimos años esta incómoda situación ha sido un quebradero de cabeza para la firma

sueca y los comentarios negativos de otros usuarios participando de ese artículo se han ido sucediendo sin parar, retroalimentándose unos a otros.

Finalmente la compañía logró por fin cuanto menos posicionar su propio web por encima del contenido perjudicial. Una solución parcial, una batalla ganada. Pero un único usuario, hábil en el uso de las herramientas 2.0, había puesto en jaque la estrategia de comunicación de Ikea durante más de un año. Esa erosión aún hoy continúa.

EN EL MUNDO hay millones de internautas; una percepción negativa en la red, no hay duda, nos afecta y es un golpe directo a nuestra línea de flotación. **La información positiva es un pequeño goteo, pero la información negativa, incluso siendo errónea, es viral por naturaleza.** Por ello, en los últimos meses empiezan a florecer empresas dedicadas a escuchar y gestionar el buzz, los rumores y ecos de internet en foros, redes sociales, blogs, y twitter. Se trata de captar tendencias, no sólo negativas sino también positivas (¿Qué mejor focus group que éste?), de encontrar problemas y también de localizar fugas de información e incluso empleados desleales.

Tenemos que cuidar nuestra imagen y para ello es imprescindible empezar por escuchar y monitorizar lo que sucede, atajar muy rápido y escalar internamente los problemas, por pequeños que parezcan, y nunca subestimar el medio.

CEO Ocio Networks



+ Indicadores Económicos

PRODUCCIÓN

	DIC-10	FEB-11	MAR-11
IGAE (Var. % anual)	4.1	4.7	3.6
Agropecuario	12.5	-6.2	5.0
Industria	4.9	5.2	4.2
Servicios	3.3	4.8	3.1
	2010	2010-I	2011-I
PIB (Var. % anual)	5.4	4.5	4.6
Agropecuario	3.3	-1.0	1.2
Industria	6.0	5.1	5.2
Servicios	5.0	4.3	4.4

EMPLEO Y DESEMPLEO

	DIC-10	MAR-11	ABR-11
Asegurados IMSS ¹	14,739	15,004	15,023
Permanentes	12,826	12,973	13,003
Eventuales	1,913	2,031	2,020
	DIC-10	FEB-11	MAR-11
Tasa desocupación ²	4.9	5.4	4.6
Tasa de subocupación ³	6.8	8.1	8.1
	2010	2010-I	2011-I
Tasa desocupación ²	5.4	5.3	5.2
Tasa de subocupación ³	8.5	9.3	8.2

INFLACIÓN (%)

	DIC-10	MAR-11	ABR-11
Mensual	0.50	0.19	-0.01
Acumulada	4.40	1.06	1.05
Anual	4.40	3.04	3.36

1/ Miles de trabajadores

2/ Porcentajes de la PEA

3/ Porcentajes de la población ocupada

FINANZAS PÚBLICAS

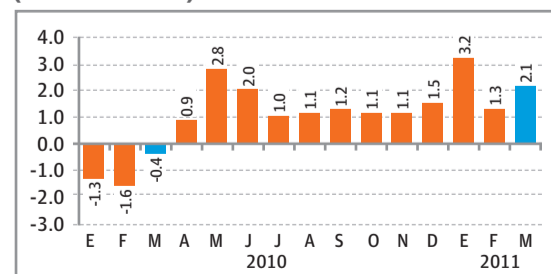
	2010	2010-I	2011-I
Balance público ⁴	-370.6	11.3	1.3
Ingresos públicos	2,960.3	735.8	773.6
Petroleros	973.0	227.8	240.2
No petroleros	1,987.3	507.9	533.4
Tributarios	1,314.3	368.7	385.2
No tributarios	178.1	139.2	148.1
Gasto público	3,333.6	733.2	779.4
Programable	2,618.5	550.8	594.3
No programable	715.1	182.4	185.1
Deuda neta ⁵	4,217.9	4,224.8	4,534.9
Interna	2,921.0	3,018.6	3,216.3
Externa	1,296.9	1,206.2	1,318.7
Deuda externa bruta ⁶	110.4	96.8	110.2

4/ Flujos acumulados en miles de millones de pesos

5/ Saldos en miles de millones de pesos

6/ Saldos en miles de millones de dólares

Empleo, sector servicios (Variación % anual)



BALANZA DE PAGOS⁷

	2008	2009	2010
Cuenta Corriente	-16,349	-6,228	-5,690
Bienes y servicios	309,382	244,550	313,804
Renta	7,566	5,269	5,390
Transferencias	25,591	21,592	21,590
Cuenta Financiera	28,519	17,919	33,942
Inversión directa	24,707	8,187	5,032
Inversión de cartera	2,705	19,087	39,411
Otras inversiones	1,106	-9,354	-10,501
Errores y omisiones	-4,090	-7,103	-7,637
Reserva bruta	8,093	4,590	20,695

RESERVAS INTERNACIONALES⁸

	DIC-10	06-MAY	13-MAY
Reserva bruta	120,588	130,436	129,739
Pasivos hasta 6 meses	6,991	4,788	3,902
Reserva neta	113,597	125,648	125,838

EXPECTATIVAS ECONÓMICAS

	DIC-10	MAR-11	ABR-11
Crecimiento 2011	3.59%	4.25%	4.37%
Crecimiento 2012	4.04%	4.07%	4.07%
Empleo 2011/9	557	628	646
Empleo 2012/9	599	627	627
Inflación 2011	3.82%	3.92%	3.87%
Inflación 2012	3.78%	3.84%	3.80%
Dólar 2011	\$12.53	\$12.15	\$12.00
Dólar 2012	\$12.75	\$12.46	\$12.32

7/ Flujos acumulados en millones de dólares

8/ Saldos en millones de dólares

9/ Miles de trabajadores asegurados en el IMSS