

## 01. Documentación

### Artículos

## Web 2.0 también en las empresas

Parece evidente que las nuevas tecnologías son la clave para el desarrollo de las empresas. La Web 2.0 y todos los recursos que ofrece pueden emplearse para mejorar la productividad de las compañías. Todos lo tienen claro; todos menos las empresas, que aún se resisten a invertir en una tecnología que, aunque permite desarrollar miles de posibilidades, también otorga "voz" a todos los trabajadores.

04/03/2008 [Institución Futuro](#). Think tank [independiente](#)

Las herramientas que ofrece la Web 2.0 permiten la puesta en común de conocimientos y facilitan la interacción y la creación de redes sociales. Las aplicaciones y páginas de Internet que utilizan la inteligencia colectiva prestan servicios interactivos en los que los usuarios pueden participar. Mediante la participación ciudadana se consigue la puesta en común de ideas. Hasta hace poco no se pensaba que estas herramientas pudieran emplearse en las empresas; pero esa idea ha cambiado. El empleo de blogs, vídeos online y descargas de archivos audiovisuales se impone cada vez más en las compañías, aunque aún queda mucho camino por recorrer. Así lo pone de manifiesto "How businesses are using Web 2.0", elaborado por The McKinsey Quarterly.

El estudio recoge una encuesta realizada a casi 3.000 ejecutivos de empresas internacionales. De ésta se concluye que "existe un gran interés en esta tendencia, pero al mismo tiempo hay mucha prevención". La herramienta señalada como más importante fue los servicios web, que incluye software que facilita la comunicación interna y externa. La sindicación de contenidos web (RSS) y los podcast (archivos de audio) también parecen ser populares. De hecho, más de la mitad de los encuestados afirmaron estar satisfechos con los resultados de sus inversiones en tecnologías de Internet y prevén mantenerlas o aumentarlas. Es más, preguntados sobre qué hubieran hecho diferente respecto a la implantación de estas tecnologías, muchos consideran que deberían haber apostado antes por ellas.

Por países, China y la India, como países emergentes en materia económica, prevén desarrollar la inversión en tecnologías Web 2.0 más ambiciosa. En concreto, pretenden desarrollar las "peer to peer networks", redes que permiten compartir archivos a través de Internet o a un número de usuarios limitado. En el extremo opuesto, los países latinoamericanos no terminan de valorar la importancia de la Web 2.0 para sus negocios.

En general, estas herramientas se emplean para mejorar la comunicación de la compañía con sus clientes y socios empresariales y fomentar la colaboración dentro de la empresa. Sin embargo, llama la atención el poco uso que se hace de los blogs para mejorar el servicio al cliente. Tampoco parece que las posibilidades de la Web 2.0 se empleen en diseñar y desarrollar nuevos productos.

## Temores

El estudio añade que "aunque las compañías expresan satisfacción con sus inversiones en Internet y admiten que las tecnologías de la Web 2.0 resultan estratégicas, no todas confían en las herramientas más conocidas, como blogs, sino que le prestan más atención a tecnologías que permiten la automatización y el networking". Tal y como publicaba Jacques Bughin en

BusinessWeek, la razón por la que no se está explotando todo el potencial empresarial de los blogs es que las compañías aún tienen **miedo**. El experto opina que la puesta en común de información no siempre es ventajosa, puesto que no todo el mundo tiene cosas relevantes que aportar; de ahí que las empresas teman poner en marcha sistemas en los que varias personas contribuir. Según Bughin, otra barrera para implantar esta tecnología es la estructura jerárquica de las compañías, donde la información es poder. "El problema es que la gente que posee mucho conocimiento tiende a mantenerlo para sí mismo". Al compartirlo, temen perder su estatus dentro de la organización.

Precisamente una de las herramientas que podría ser de gran utilidad en la empresa, a pesar de los mencionados temores de los directivos, son los "wiki". E-Commerce Times publicaba cómo los wikis corporativos se están poniendo de moda. Un wiki es una web que puede ser modificada por varios usuarios. Esta idea, extrapolada a la empresa, puede coordinar el flujo de ideas dentro de la empresa, lo que ya se ha demostrado en varias empresas como efectivo a la hora de aumentar la productividad. Además, el wiki puede convertirse en una herramienta útil para recortar el uso del email. Tanto la finlandesa Nokia como el banco Dresdner Kleinwort lo pusieron en práctica hace dos años, y desde entonces reconocen que la productividad se ha incrementado de manera visible. En esta misma línea se están desarrollando los "twitter", una comunidad web que pretende responder a una sencilla pregunta: ¿qué estás haciendo? Al igual que con los wikis, su aplicación empresarial puede convertirse en un buen canal de comunicación.

#### **Institución Futuro.**

Think tank Independiente