Centro UC
Gobierno Corporativo

DOCUMENTOS DE OPINIÓN

42.2020

Directorios y Redes Sociales

Luis Hernán Paúl[1]

Las redes sociales generan visiones encontradas en los directorios. Por una parte les generan preocupación por los efectos negativos que pueden tener las opiniones contrarias y las críticas que pueden aparecer en las redes sobre las empresas y el impacto que ello puede tener sobre la imagen pública de éstas. Por otra parte tienen la percepción que el adecuado uso de las redes sociales por parte de las empresas ofrece a éstas diversas oportunidades.

Sin embargo, hay muchos directores que todavía no comprenden bien cómo funcionan las redes sociales, el cómo son utilizadas exactamente por las compañías, sus beneficios y riesgos asociados y, lo que es fundamental para los directorios, el cómo ejercer una adecuada supervisión para que las empresas que dirigen hagan el debido uso de las redes sociales.

Pero a muchos les surgirá la duda sobre que exactamente necesitan los directores para hacer una adecuada supervisión del adecuado uso de las redes sociales. Lo primero creo es aprender como su compañía las utiliza, ya que las diferentes empresas las ocupan de diferentes formas. Hay que saber que las compañías las usan no sólo para hacer marketing digital sino que también para otros aspectos relevantes de su operación. Por ejemplo es muy importante el tipo de data o información que obtienen las empresas de las redes y cómo éstas utilizan dicha data.

Asimismo, requieren entender bien como los stakeholders de las empresas usan las redes sociales, incluyendo las plataformas que utilizan fundamentalmente (Facebook, Instagram, Twitter, etc.) el que y como comunican y las tendencias y sentimientos que se observan en sus interacciones.

Otro aspecto importante son los sistemas de monitoreo que ocupan las empresas para seguir las redes sociales, la información que estos proveen y los responsables de accionarlas y reaccionar frente a lo que ocurre en estas. Los directores debieran sentirse, independientemente de quienes asuman la responsabilidad sobre las redes, que las empresas cuentan con el debido equipo, infraestructura y herramientas para dar un adecuado uso de las redes.

Las compañías requieren también contar con políticas de uso de las redes. Estas políticas abordan temas como quién esta autorizado a postear a nombre de la empresa, si los empleados y ejecutivos cuentan con autorización para hacer comentarios sobre la empresa en sus cuentas personales en las redes y cómo la empresa reacciona frente a las críticas que se le hacen en las redes. También es conveniente entender y revisar como las políticas de redes sociales se diseminan, monitorean y revisa su cumplimiento.

En conclusión, ya quedo atrás el tiempo en el que los directorios se mantenían ajenos a lo que ocurría en las redes sociales suponiendo que era suficiente la información que entregaban los medios tradiciones sobre las empresas. De aquí la conveniencia de que los directores que no entienden bien lo que ocurre y el rol que cumplen las redes sociales se capaciten al respecto. No se trata, en todo caso, que los directores necesariamente requieran asumir un rol activo en las redes a nivel personal, pero si introducirse y conocer la terminología propia y los usos,

[1]Luis Hernán Paúl, Director de Empresas, Senior Advisor Montblanc Consulting

oportunidades y riesgos que éstas traen para las empresas que dirigen.

[1]Luis Hernán Paúl, Director de Empresas, Senior Advisor Montblanc Consulting