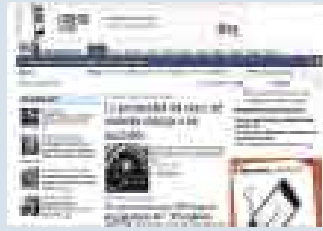


EN LA WEB



> <http://www.buscafinanzas.com/> Directorio y buscador de bolsa, economía y finanzas. Incluye recomendaciones, centrales de datos, indicadores, estadísticas, biblioteca financiera, en software especializado y oportunidades en formación y educación del inversor.

> <http://www.finanzas.com/> Portal informativo sobre los movimientos financieros en el mundo. Las movidas de la bolsa al detalle y una abundante cantidad de blogs que simplifica el lenguaje del mundo financiero y ofrece consejos para desenvolverse en él y no morir en el intento.



> <http://finanzasperu.com/> Portal sobre el mundo financiero peruano, que incluye además de un foro de discusión, documentos de capacitación y actualización.

> <https://www.finanzasforex.com/> Consejos y oportunidades para acceder a los beneficios de las inversiones en el mercado internacional de las divisas.

EL CHAT



ZONA TECNOLÓGICA



Flickr, You Tube, Facebook, y Twitter son algunas de las herramientas gratuitas que pueden popularizar o destruir un producto en Internet. ¿Los ha probado? Anímese, pero recuerde que todo funciona con un plan de comunicación digital.



Christian Loveday

[Gerente de Márketing de Crossland Motors]

Redes sociales en los negocios

Escribe **JUAN CARLOS LUJÁN**

Las redes sociales se han puesto de moda. Hoy prácticamente las vemos incorporadas en sitios web, blogs, wikis y diversas aplicaciones que en pocas palabras permiten a cualquier persona escribir un texto, subir una fotografía o video e incluso crear un programa de radio o TV en línea para informar sobre un tema, promocionar una marca, producto o simplemente generar una campaña hacia un público muy específico.

Grandes empresas como Microsoft, Intel, Kodak, Dell, Yell Perú y otras ligadas al sector educación, telecomunicaciones, tecnología, entretenimiento, gastronomía, entre otros, han recurrido de diversas formas a estos espacios para experimentar todo lo que encierra la llamada Web 2.0. Este término—acuñado en el 2004 por el editor de libros Tim O'Reilly— permite identificar los sitios web donde los usuarios podían acceder a información y al mismo tiempo crear contenidos en diversos formatos. El mejor ejemplo de este concepto teórico está en

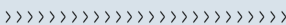
You Tube, Flickr o Facebook por decir algunos. El éxito de estos espacios está basado en la participación de los usuarios y en el diálogo. Pero tener una cuenta en algunos de estos sitios no significa que uno adquiera de inmediato una ventaja competitiva frente a otras empresas. Por el contrario, hacer uso de estas aplicaciones requiere de un plan de comunicación, actuar con honestidad, ser transparente y, sobre todo, escuchar a los clientes. Adicionalmente, la producción de contenidos es vital para posicionar una marca, productos o servicios que usted desee difundir.

Los blogs juegan un rol aparte. La experiencia en consultorías en comunicación digital determina que estos espacios, al igual que las páginas web, ejercen funciones vitales al momento de crear una campaña en las redes sociales. Facilitan la divulgación de promociones, ofertas, artículos, consejos y novedades gracias a los enlaces de hipertexto y al empleo de material multimedia en espacios gratuitos, donde podrá alojar fotografías, audios o videos.

El caso del blog Dell Community (<<http://en.community.dell.com/>) es muy interesante. Allí, esta empresa estadounidense aloja blogs de diverso tipo para interactuar con toda clase de clientes. Si alguno de estos escribe un comentario criticando una mala experiencia en el servicio de atención, de inmediato un representante de la compañía saldrá con una respuesta solicitando al afectado el envío de un mensaje privado con toda la información que ayude a conocer su caso a fin de resolverlo. Esto genera un nuevo canal de comunicación entre la empresa y sus clientes.



NUEVO ESCENARIO. LAS REDES SOCIALES PUEDEN SER POTENTES HERRAMIENTAS DE NEGOCIO.



¿Quiere saber más?

Conseguir un libro sobre redes sociales en el Perú resulta complicado. Puede comprar uno en Amazon, o apelar a opciones gratuitas para conseguir libros digitales en formato .pdf, imprimirlos y empastarlos. Textos como Planeta Web 2.0, We Media podría descargarlos desde www.juancarloslujan.blogspot.com

community.dell.com/blogs/>) es muy interesante. Allí, esta empresa estadounidense aloja blogs de diverso tipo para interactuar con toda clase de clientes. Si alguno de estos escribe un comentario criticando una mala experiencia en el servicio de atención, de inmediato un representante de la compañía saldrá con una respuesta solicitando al afectado el envío de un mensaje privado con toda la información que ayude a conocer su caso a fin de resolverlo. Esto genera un nuevo canal de comunicación entre la empresa y sus clientes.

La interacción desarrollada en un blog puede además repetirse en sitios como Facebook, Twitter, Hi5 (según el tipo de producto que desee colocar) y en You Tube. Experimente. Estos son ejemplos que vale la pena revisar y explorar. Pero recuerde que detrás de eso debe haber una estrategia de comunicación.

- >> **SU ALIAS EN INTERNET**
Cucho.
- >> **SU SOFTWARE FAVORITO**
eMule.
- >> **SU PÁGINA WEB**
www.pulsar.com.pe
- >> **SU JUGUETE TECNOLÓGICO**
Mi móvil Sony Ericksson P11.
- >> **SU SUEÑO TECNOLÓGICO**
Quelatecnología bluetooth se masifique.
- >> **SI FUERA UN HACKER, ¿A QUÉ SISTEMA INGRESARÍA?**
A la base de datos de Facebook.
- >> **¿QUÉ LE PROPONDRÍA A BILL GATES, SI ESTUVIERA FRENTE A ÉL?**
Desarrollar mejores estrategias para cerrar la brecha tecnológica con el primer mundo.
- >> **¿CON QUIÉN LE GUSTARÍA CHATEAR Y POR QUÉ?**
Con Rubén Blades, para hablar de música y sociedad.
- >> **¿SUS WEBS FAVORITAS?**
Google y You Tube.