

Abril 2018

Las tecnologías de la información han traído consigo múltiples desarrollos que generan cambios en los modelos y dinámicas sociales en todos los ámbitos. Un ejemplo de esto son las redes tecnológicas, las cuales se agrupan en redes sociales y en mensajería instantánea, la modalidad más utilizada por la sociedad a nivel internacional y cuyo formato más común es el SMS.

La popularidad de las redes tecnológicas radica en el alcance que tienen para difundir información en comparación con los medios tradicionales, así como la posibilidad de estar conectado en todo momento, gracias a la diversidad y portabilidad de dispositivos electrónicos, como lo son los smartwatches, smartphones, tablets y laptops. Esto ha propiciado que cada vez sean más las actividades convencionales que solían realizarse de manera presencial o face to face y que ahora pueden llevarse a cabo por medio de estas herramientas y diferentes plataformas, incluyendo relaciones de tipo personal y laboral.

Hoy en día, alrededor del 50% de la población a nivel mundial es usuaria de internet (ICT Facts & Figures, 2017), participación que ha aumentado gracias al interés que generan las redes más populares, como lo son Facebook, Whatsapp, Youtube y Twitter. En México, el 59.5% de la población mayor a 6 años es usuaria de internet, aunque la tendencia es al alza. Es por ello que empresas mexicanas de tecnologías de la información encuentran una oportunidad de negocios alrededor de las redes tecnológicas, ya sea en el desarrollo de aplicaciones que cubran las necesidades de los usuarios; en el diseño y manufactura de dispositivos electrónicos que resulten más baratos para los compradores; y en la proveeduría de servicios de conectividad, llegando a lugares de difícil acceso, brindando mayor velocidad y reduciendo costos. Actualmente en el mundo, los avances tecnológicos no han sido lo suficientes para garantizar el acceso de toda la población a estas redes, por lo que, de ser exitosos, estos negocios podrían internacionalizarse, principalmente en América Latina.

De acuerdo con el Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet de México (Asociación de Internet, 2017), del total de usuarios mexicanos, 73% declaró que el uso de internet ha modificado sus hábitos, principalmente alrededor de las actividades de ocio y finanzas; así como también en actividades referentes a la publicidad de productos y servicios, compras en línea; y, actualmente, en actividades relacionadas con la oferta político-electoral.

Dado este panorama, debe tomarse en cuenta la importancia que tienen las redes tecnológicas como herramientas de colaboración y vinculación social. Por un lado, marcan una nueva estructura en las relaciones humanas a nivel personal, considerando que permiten acercar a las personas en cualquier lugar y en cualquier momento, a la vez que, en el ámbito laboral, facilitan el compartimiento de información de cualquier tipo y modifican la forma de trabajo y negociación entre las partes. Ejemplo de esto, son los mensajes escritos y de voz que se generan en WhatsApp, los videos transmitidos en vivo de plataformas como Periscope (que han sido adoptadas también por redes como Facebook y WhatsApp), los conferencias en vivo como es el caso de Skype y WebEx, la recepción de noticias por SMS, entre otras.

El uso de las redes tecnológicas irá en aumento, pero el éxito de las plataformas dependerá de la forma en que aborden los cambios en el mercado y que logren satisfacer las necesidades de los usuarios. En este sentido, las empresas deben generar estrategias que brinden un valor agregado para el usuario; es decir, el otorgamiento de servicios a la medida de los clientes, bajo condiciones de reducción costos y mejora de la conectividad.

