

Facebook, futuro de las empresas

Un proyecto estudia las posibilidades de las redes sociales

Richard

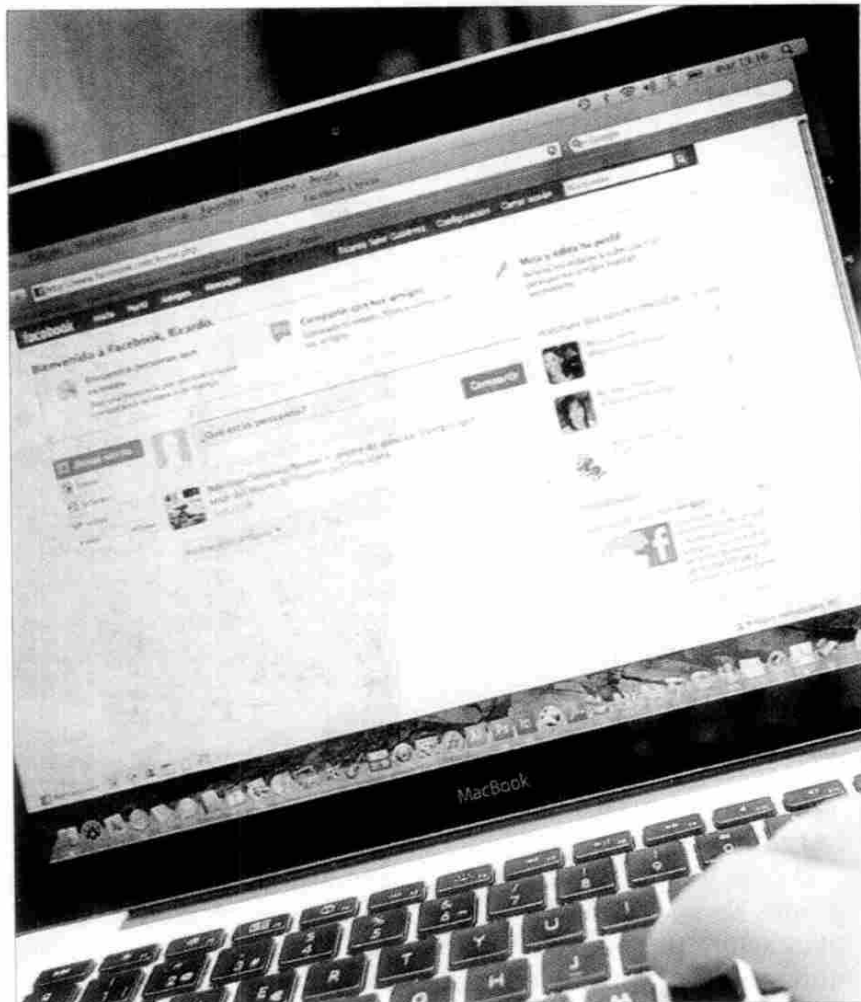
El Instituto Tecnológico Metalmeccánico es el encargado del estudio, aunque se dirige a todas las empresas.

Ana G. Andrés

VALENCIA- Algo tan sencillo como abrir una cuenta en una de las redes sociales tan de moda en la actualidad, puede ser crucial para el marketing de una empresa. Eso es lo que se quiere difundir con el Proyecto Metal 2.0, puesto en marcha por el Instituto Tecnológico Metalmeccánico (Aimme). El responsable, Santiago Bonet, explicó ayer que lo que se pretende es que las compañías aprovechen las inercias de las nuevas tecnologías e inviertan en las mismas.

Estar presente en una de estas redes, como el Facebook, puede ayudar a darse a conocer entre cientos de personas. Además, el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), como la Web 2.0, el e-marketing o el software libre puede ayudar también a reducir gastos -eliminando el papel y digitalizando todos los procesos, por ejemplo algo que en un momento de crisis como el actual resulta muy beneficioso para cualquiera.

Bonet recomienda a las empresas, en primer lugar, que estén alerta sobre la actividad en internet «de sus socios, clientes, proveedores y, sobre todo, de su competencia para conocer el es-



Facebook es una de las redes sociales más de moda

El proyecto intenta que las empresas inviertan más en nuevas tecnologías

tado y los cambios que se producen en su entorno».

En segundo lugar, propone reducir las inversiones de la empresa destinadas al marketing tradi-

cional y destinarlas al marketing por internet. Una vez se empiecen a notar los beneficios económicos de estas medidas, Aimme aconseja destinar las ganancias adicionales a incrementar el nivel de digitalización de los procesos de la empresa con el objetivo de eliminar ineficiencias. Aunque el proyecto lo lleve a cabo el Instituto del Metal, Bonet asegura que se pretende llegar a todos los sectores productivos.