



INTERNET CON Ñ: JUGADORES DE LA RED EN ESPAÑOL

Entrevista Isabel Soria, Directora de la Universidad Corporativa de La Salle IGS Campus Madrid

“La clave para mantener una comunidad online es la constancia”

Isabel Soria es la Directora de Universidad Corporativa de La Salle IGS Campus Madrid. En su mi trabajo dentro de la Escuela de Negocios se encarga de grandes proyectos en empresa, normalmente relacionados contienen con Universidades corporativas o Escuelas corporativas, donde se hacen planes a medida y se trabaja todo el aspecto estratégico de la formación en empresa.

¿Cómo se aplican en la escuela de negocios de La Salle las nuevas tecnologías?

En la Escuela lo que hacemos es utilizar las nuevas tecnologías de apoyo, sobretodo para como herramienta de networking, aunque también de apoyo para proporcionar mejor formación y mayor contenido al alumno.

¿Qué papel desempeñan los medios sociales en este contexto?

Nuestra estrategia se está basando en utilizar los medios sociales que están al alcance de todo el mundo. Tenemos la propia plataforma de formación pero para este tipo de movimientos utilizamos redes como LinkedIn y utilizamos mucho Wordpress, creemos que es la manera más sencilla y mejor de llegar a las personas que componen el mundo de La Salle IGS.

¿Cuál es la estrategia comunicativa y los objetivos en medios sociales?

Ahora mismo, estamos trabajando en dos ámbitos; la Escuela, es una Escuela pequeña, que por filosofía tiene pocas personas en el aula y eso pedagógicamente es muy bueno pero cuando la gente va a buscar una formación de posgrado o cuando alguien está haciendo una formación específica dentro de su empresa, con esta metodología hay una pata que se nos queda corta, que es el networking y lo que estamos intentando es potenciar ese networking a través de la Red.

Tenemos por un lado, un networking organizado por nosotros, que es lo que llamamos el Networking Day. Así, invitamos a todos los alumnos, antiguos alumnos, profesores y, en general, amigos de la escuela, a una sesión presencial en la Escuela, donde suele haber una charla, una presentación de un libro, un monólogo, lo que se nos ocurra siempre que podamos aportar valor y contenido. Y luego todos estos encuentros tienen su continuidad en la Red. Invitamos a todas las personas que han venido al Networking Day (o que no han podido venir) a unirse a nuestra red de LinkedIn y que vayan aportando lo que les ha parecido en la Red ya creada de la Escuela, que pronto alcanzará los 400 miembros, y que se sientan libres de comunicarse unos con los otros, porque de hecho es uno de los condicionantes que ponemos: si alguien quiere estar en nuestra Red, a lo mejor otros miembros del grupo le van a contactar.

Por otro lado, tenemos un blog que suele acompañar a cada uno de los programas y a los Networking Day en especial, y en él, además de explicar todo lo que pasó, lo que hicimos o todo lo que vamos a hacer, buscamos mucho movimiento de comentarios de los asistentes o de las personas que nos han seguido en remoto.

La gestión de estos medios, ¿se realiza de forma interna o por un equipo externo a la escuela?

Lo hacemos todo internamente, en concreto yo soy la webmaster de los blogs y de LinkedIn y luego tenemos otra persona interna que se dedica a mover todo el resto de los blogs; en concreto, yo gestiono todo el tema del Networking Day y mi compañera Laura López a lo que se dedica es a mantener vivos y a mantener los blogs y participar en foros.

Desde su experiencia, ¿cuál es la clave para mantener activa una comunidad online?

La constancia, básicamente. Lo hemos aprendido en su momento con la formación de Retelur, que nos ayudó mucho y ahora ya que lo hacemos nosotros, hemos visto que la constancia es lo más importante, porque si publicas una cosa y te olvidas de que tienes ahí una red hasta que tienes una idea feliz, es lógico que la gente pierda el interés.

Otra cosa que sería muy buena, pero que nos cuesta mucho, es que la gente participara más, aunque poco a poco vamos animando a la gente y si que es verdad que ya empezamos a tener participación espontáneas proponiendo debates, proponiendo historias diversas. De momento, no hemos metido filtro alguno a las aportaciones de la gente. La gente que está ahí dentro es bastante comedido y es una red muy libre donde cada uno está aportando lo que quiere y opinando lo que quiere.

¿Ve necesaria una formación específica para la gestión corporativa de medios sociales?

Sería maravilloso. La persona que me ayuda Laura López, sí que se ha formado, en parte para hacer estas labores y se va a seguir formando. En mi caso, soy totalmente autodidacta aparte de las cosas que sí que Retelur nos enseñó en su momento y nos ayudaron un montón. Pero yo creo que una formación en este campo sería muy buena. De hecho, nosotros ahora estamos pensando en sacar un programa superior para formar sobretodo en habilidades Web 2.0.

¿El futuro de la educación pasa por el e-learning o la presencialidad seguirá siendo necesaria para una formación completa?

La verdad es que tengo opiniones encontradas al respecto. He ido variando de opinión a medida que han ido pasando los tiempos, como le ha pasado a casi todo el mundo. Al principio cuando salió el e-learning todo el mundo pensaba que era la bomba, que iba a proponer un ahorro increíble, que los días en el aula estaban contados ...y sí, y no. Es decir, yo creo que la formación presencial es muy importante y siempre va a ser la piedra angular de la formación. En lo que sí que creo es en fórmulas mixtas, pero bueno no descubro la pólvora con esto, todo el mundo creo que está ahora en ese input.

Y lo cierto es que nosotros tenemos un máster 100% online que funciona maravillosamente bien que es Máster en Project Management de Cooperación Internacional, donde tenemos a alumnos que están en todos los puntos del planeta y cuando digo todos los puntos del planeta, me refiero a que están en Asia, en África en América, en España, en otros países de Europa... y es un máster que funciona francamente bien y que cada vez tenemos más gente, pero también es verdad que ahí la clave está en la tutorización, que es una manera de hacerse muy presente y que la gente no se sienta sola.

Por eso, a raíz de este máster, hemos creado a su vez en nuestro grupo de LinkedIn un subgrupo sólo dedicado a estas personas que están haciendo este máster o que lo han terminado, ya que aparte de la plataforma online, ellos han pedido seguir teniendo un medio abierto para seguir en contacto y contactar con otros profesionales.

¿Qué uso hace Isabel Soria de Internet en su vida diaria?

Yo soy una Internet adicta, ya no entiendo la vida sin Internet, la utilizo en mi vida personal y profesional. En mi vida profesional es tan importante como que el día que no hay red estoy como perdida, es fundamental el tema para comunicarte con los clientes, con los compañeros, con los alumnos. Se ahorra muchísimo tiempo, es una herramienta de optimización de trabajo increíble. Y en mi vida personal, la verdad que soy muy creída en estos medios. Yo creo que soy de las personas que cuando nadie tecleaba su tarjeta de crédito en la Red yo ya lo estaba haciendo. Me he comprado hasta un toldo para mi casa por Internet, con esto te lo digo todo, lo considero un avance fantástico.

¿Qué hace falta en España para que despegue definitivamente el comercio electrónico?

Te voy a dar una opinión personal, yo creo que la gente todavía está desconfiada hacía quien le está vendiendo. Quizá el que las personas tengan más fe en que no les van a engañar, que hay empresas muy serias, -siempre hay empresas que no lo son- ¿no?, pero en general no pasa nada, que uno puede comprar y es maravilloso. Mira yo soy una amante de la gimnasia deportiva y en este país no hay nada, es maravilloso que yo mañana vea un maillot para mi hija que también lo practica y lo compre en EE.UU. y en menos de siete días lo tenga aquí, eso antes era impensable.

Entonces yo creo que lo que hace falta es que las personas entren y se eduquen y que se apueste más. Yo he estado leyendo estadísticas del crecimiento que había tenido el comercio electrónico en España y era impresionante el salto que había dado en muy poco tiempo, aunque aún estamos muy, muy, a la cola con respecto a otros países, pero creo que es una cuestión de tiempo y no muy lejano.

¿Ha hecho alguna vez la compra por Internet?

Siempre. Hace alrededor de cuatro años que no pierdo una hora más de mi vida en un supermercado, quitando la fruta o cosas que me gusta ver y comprar, pero en general la compra "gorda" la hago siempre por Internet.

¿Qué ventajas le ofrecen los supermercados online frente a los establecimientos físicos?

Primero el tiempo, que para mí es muy importante, porque aparte de trabajar tengo tres hijos, un marido y además me gusta hacer otras cosas con lo cual no me gusta pasar la mañana del sábado en un supermercado. No me importa irme a una frutería o un mercadillo, pero no para comprar el rollo de papel higiénico.

Me parece que la mayor ventaja fundamentalmente es la del tiempo y luego el control del dinero, porque yo voy viendo lo que estoy gastando en el ticket de la compra. Si voy a un supermercado, yo no estoy con una calculadora para ver lo que llevo y luego cuando voy a la caja me llevo la sorpresa. Es decir, comprando online puedo controlar perfectamente mi presupuesto, por lo que es una ventaja muy importante. Además, es una ventaja que me lo traen a casa y no tengo que estar cargando con bolsas y bultos y me lo van a entregar cuando me venga bien y sepa que voy a poder colocarlo.

¿Crees que son útiles para el consumidor comunidades de ahorro para comprar, mejor como MundoOfertas?

Sí, yo he de confesar que en mi voy a cosas muy concretas y no suelo ir buscando la oferta, pero a mí me consta por compañeras y por familia, amigos que la gente compara muchísimo. Y tener un entorno donde ya tienes reunidas ofertas que pueda haber en el mercado, pues fenomenal, creo que sólo suma. Creo que es una ventaja que tenemos y que hay que usar.

¿Nos ayuda entonces Internet para comprar de una forma más racional?

Creo que lo que ayuda es a que el consumidor esté más informado, es decir, hay muchas veces que tú vas a comprar algo y sabes más de lo que quieres comprar que el propio vendedor, porque te has informado; esto antes era imposible porque antes sabías de un producto lo que el vendedor era capaz de transmitirme o te quería transmitir. Ahora, igual si es físicamente o a través de Internet, es raro el que no se informa antes de ir a comprar. Cuando se trata de decisiones importantes, como una televisión o una cámara de vídeo, es raro la persona que no entra en la red y compara, ve precios, ve características, se mete en foros, ve opiniones. Yo creo que para los consumidores es maravilloso en general tener esa opinión.

¿Cuáles cree que son los factores diferenciales que aporta Internet a la hora de elegir un producto?

Básicamente mayor información de los productos, poder contrastar con otros consumidores su experiencia con el producto o el servicio. Aunque aquí también hay paradoja, uno le hace más caso a una opinión de Internet de una persona que no sabe quien es que a una persona experta en el producto, pero bueno, quitando esas características, se puede contrastar experiencias con otras personas, que en una experiencia normal no podrías tener. Y sobretodo también ha hecho que las empresas tengan más homogeneidad en el precio, incluso bajar márgenes. Porque en el momento que tú puedes comparar de una forma sencilla, también puedes rechazar a quien te está intentando tomar el pelo.

En este sentido, ¿han “obligado” los medios sociales a las marcas a ser más transparentes?

Sí, yo no estoy muy metida en el mundo del consumo pero yo creo que ahora es tonta la empresa que no hace caso de lo que en la Red se dice o se opina y cuida mucho la información que generan los usuarios. De hecho ahora, las mismas marcas, los mismos comercios te están dando más información sobre sus productos, sobre sus características sobre sus servicios post venta, antes o preguntabas o nadie te informaba. En Internet lo tienes ahí, lo puedes consultar y además queda por escrito por lo cual es una garantía para el consumidor.