¿Organizaciones online?[1]

En el campo de la administración, en las épocas actuales, es común hablar tanto del accionar físico como del online de las diferentes áreas de actividad que componen la cadena de valor de una organización –pública, de negocios o promotora del desarrollo-. De ahí que, nos es raro escuchar, por citar un ejemplo, de marketing físico y marketing digital, de procesos físicos y procesos virtuales, de relaciones públicas físicas y relaciones públicas online, etc.

Ahora, lo que si queda claro es que cada uno de esos espacios –físico y online- tienen formas diferentes de ser administrados, por ejemplo en el campo del marketing, cuando estamos en aquel de carácter "físico" hablamos de las famosas 4 "p" –producto, precio, plaza y promoción-, en cambio en el marketing "digital" hablamos de las 4 "c" –canal de comunicación, contenido, comercio y comunidad-.

Dentro de esta última forma de ver al marketing –la online-, debemos resaltar que el factor clave sobre el cual se debe poner mayor esfuerzo es en la creación y fortalecimiento de una comunidad virtual; el mejor ejemplo de una comunidad virtual potente es "Facebook" o "Twitter", pues, a través de estas se soportan la mayoría de relaciones sociales virtuales entre millones de personas y organizaciones de todas los países del mundo.

Ahora es clave que, a pesar de las diferencias significativas que existen en lo operativo y estratégico de una organización, el trato que se dé a las personas que intervienen en las relaciones soportadas en los medios digitales sea el mismo que se le da cuando está junto a nosotros de forma física, pues, no es aceptable que, como se ha visto en la práctica mala de varias organizaciones, se identifique a las personas iniciando con los apellidos.

Esta práctica mala a lo único que conduce es a crear confusiones u omisiones el momento que llegan los mensajes originados en la cuenta de correo electrónico de la persona que ahora, por arte de magia de los administradores de sistemas, es llamada por el apellido y no por el nombre como normalmente en sus relaciones físicas tiende a ser llamada.

Otro aspecto que debemos recordar es que cuando se lleve a cabo una acción táctica o estratégica, la organización no debe eliminar, de forma total, sus prácticas buenas de acción física y se deje llevar, más bien, por una sustitución total de lo digital por lo físico. Este comentario surge ya que, dependiendo del bien y/o servicio que se ofrece, lo digital puede ser un buen sustituto de lo físico, caso contrario se debe mantener el accionar físico o un modelo híbrido –combinación de lo físico y lo digital-.

---

[1] Wilson Araque Jaramillo. Director del Área de Gestión y Coordinador Fundador del Observatorio de la PyME. E-mail: wilson.araque@uasb.edu.ec. Fecha de publicación: 28 de agosto de 2013. Sección Artículos de opinión: www.uasb.edu.ec/observatoriodelapyme.

Las opiniones expresadas en este documento son responsabilidad del autor o autores y no necesariamente reflejan un punto de vista del Observatorio de la PyME de la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.

Un ejemplo, en donde el funcionamiento cien por ciento de lo digital ha significado una práctica exitosa, es “Amazon.com”, cuyo producto principal ha sido la venta libros, en donde el comprador para tomar su decisión de compra, básicamente, requiere del acceso a un resumen breve y a la exposición del temario general del texto; aunque ahora “Amazon” comercializa, además de libros, una gama más amplia de productos.

En cambio, en otros sectores de actividad económica los resultados no han sido los mejores para aquellas empresas que decidieron dejar lo físico y embarcarse a la aventura de lo cien por ciento digital. Dentro de estos sectores están, por citar un par de casos, el de muebles –la gente quiere mirar y palpar en vivo y en directo la calidad de la madera, por ejemplo- y el automotriz –la gente además de mirar los acabados del vehículo, está comprobado que se ve atraída y motivada a comprar por el olor a nuevo que siente cuando se acerca a un auto totalmente nuevo-.