E

l ritmo exponencial de cambios en la tecnología - incluyendo la computación en la nube, los dispositivos móviles y las redes sociales, es la constante con vigor actualmente. Los líderes de negocios, incluyendo CEOs, CFOs y Directores de Riesgos, tienen que prever y utilizar estos cambios en su beneficio, en lugar de ser arrasados por ellas, según MACPA un artículo reciente: [Social Media and the CFO](http://www.macpa.org/blog/5663/social-media-and-the-cfo?utm_source=feedburner&utm_medium=email&utm_campaign=Feed%3A+typepad%2Fcpasuccess+%28CPA+Success%29): *Massive changes in technology have not only changed the way we do business, but swept in new forms of competitors, resulting in entire industries looking to become “Uberized."*

Algunos pueden preguntarse: ¿No son estas redes sociales para compartir información trivial como lo que alguien almorzó? ¿No son sólo una distracción? A pesar de que cualquier herramienta puede ser mal utilizada, las herramientas de medios sociales, utilizadas correctamente, son ahora una función clave para alcanzar a los clientes, proveedores y otros, así como de alcance interno dentro de las empresas y las comunidades.

*In fact, there is a business case for social media. Some studies have examined the impact of social media on revenue. These include “*[*How is Social Media Driving Revenue*](http://www.adweek.com/socialtimes/social-research-revenue/488327)*?” published by Adweek in 2013, and a series of studies published by McKinsey Global Institute in 2012: “*[*Demystifying Social Media*](http://www.mckinsey.com/insights/marketing_sales/demystifying_social_media)*,” “*[*The Social Economy: Unlocking Value and Productivity Through Social Technologies*](http://www.mckinsey.com/insights/high_tech_telecoms_internet/the_social_economy)*,” and “*[*Capturing Business Value with Social Technologies*](http://www.mckinsey.com/insights/high_tech_telecoms_internet/capturing_business_value_with_social_technologies)*.” The latter study in particular noted that the potential for social media to create value through collaboration is greatest for professional services.*

La analítica y monitoreo de redes sociales están entre las 25 tendencias que crean apertura y oportunidades en esta era de la información.

En el ADN de los Directores Financieros esta medir el retorno de la inversión (ROI); sin embargo, en la inversión en medios sociales puede ser un poco difícil medir los beneficios, tales como visibilidad positiva de una compañía para conseguir clientes, *the question should be this: In considering what the ROI is on higher engagement with employees, customers and potential customers, the question should be: What’s the ROA – the return on attention?*

*“In today’s rapidly changing and complex world, getting people’s attention – whether customers, suppliers, investors or others - may be the most valuable tool you have to cut through the clutter”.*

Las reglas de negocios han cambiado y como dijo el CEO de Oracle, Safra Catz, *“People love change … as long as it doesn’t happen to them.”*

*Luis Eduardo Olaya A., PMP*