

Módulo 1. Herramientas de comunicación



Internet cambió el modo en que nos comunicamos, tanto en nuestra vida personal como en la laboral. Por eso, en un campo que está en permanente evolución, debemos conocer las distintas herramientas que nos permitirán gestionar de manera adecuada nuestras comunicaciones. Además, desarrollaremos sobre las nuevas formas de interacción entre los usuarios, y de ellos con sus computadoras, smartphones y tablets. Nos detendremos en las redes sociales, los fundamentos y características particulares de cada una. Por supuesto, también abordaremos la relevancia que tiene la mensajería como canal instantáneo, y la oportunidad que representan las llamadas de voz y videoconferencias para acortar distancias.

- ☰ Video de inmersión
- ☰ Unidad 1.1 Relaciones entre los usuarios en Internet
- ☰ Unidad 1.2 Canales de interacción de texto y voz
- ☰ Video de habilidades
- ☰ Cierre
- ☰ Referencias

 Descargá la lectura

Video de inmersión

Verify to continue

We detected a high number of errors from your connection. To continue, please confirm that you're not a bot (not a spambot).



I'm not a robot 
reCAPTCHA
Privacy - Terms

CONTINUAR

Unidad 1.1 Relaciones entre los usuarios en Internet

Internet, las redes sociales y las nuevas tecnologías nos han dado una nueva manera de interactuar. Es muy importante entender cómo sucede esto y con qué supuestos y reglas, para que al momento de desarrollar una actividad laboral o personal aprovechamos al máximo las herramientas disponibles y optimicemos nuestro tiempo.

1.1.1 Diseño de interacción

Comprender cómo se relaciona el ser humano con la computadora se ha transformado en objeto de estudio. Este campo abarca aspectos multidisciplinarios que van mucho más allá del diseño del **software** en sí y que engloban desde cuestiones psicológicas hasta cognitivas. Como estamos hablando de un elemento que ha cambiado para siempre la forma de relacionarnos, permitiendo o acelerando nuevas formas de interacción personal, no podemos verlo únicamente en su componente técnico.

Esta interacción se da sobre elementos de **hardware**, redes sociales, **browsers**, contenidos y otros, que buscan mejorar ese vínculo para hacerlo lo más natural y eficiente posible.

En resumen, por medio de las herramientas de comunicación se logra lo siguiente.

- Minimizar tiempos y costos, partiendo de una premisa en la cual el usuario es el centro de atención. El avance del **software** hoy en día nos permite enfocarnos distinto, ya que como

se han abstraído tanto los conceptos técnicos podemos concentrarnos en las reales necesidades de las personas que lo van a utilizar.

- Mejorar los procesos de entrenamiento pensando desde un inicio en los elementos de las aplicaciones, con la mente puesta en el usuario. De esta forma, el uso y mantenimiento de los programas se dará con mucha más fluidez y serán comprendidos en menor tiempo.

Es muy importante entender cuáles son los beneficios que cada funcionalidad le aportará al usuario, ya que resulta clave para abordar un proyecto y elegir las herramientas de comunicación web adecuadas. Por otro lado, al optar por una aplicación de gestión específica que será utilizada por distintos tipos de usuarios, se deberá tener en cuenta que la misma puede perfilarse, es decir, adaptarse al tipo de usuario.

En las herramientas de comunicación que se describirán durante este curso, encontraremos las siguientes características comunes:

1

Usabilidad intuitiva, sin capacitación previa. La mayoría de las herramientas de comunicación están desarrolladas para que se usen sin la necesidad de haber estudiado antes o de ser un experto en el tema.

2

Amplitud cultural. Las mismas contienen lenguajes, horarios y particularidades propias de cada región. Salvo raras excepciones, siempre existe la posibilidad de ajustar las herramientas al gusto del usuario que las empleará.

3

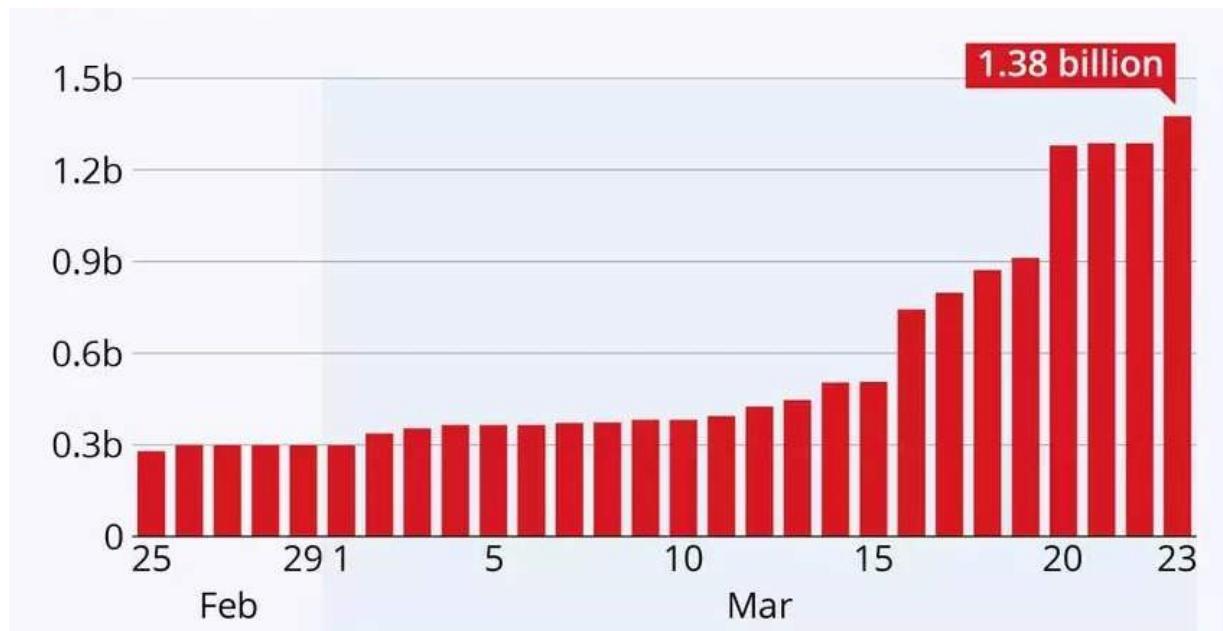
Suministro de producto y servicio. Los proveedores, más allá de brindar el producto requerido por el usuario, cuentan con el soporte para la asistencia del mismo. Ante dudas o un problema de uso, el usuario no quedará desprotegido.

Figura 1: Comportamiento de usuarios en Internet. ¿Cómo comparten contenidos y se comunican los usuarios actualmente en Argentina?



Fuente: [Imagen intitulada sobre Comportamiento de usuarios en Internet]. (s/f). Recuperada de <https://yiminshum.com/social-media-argentina-2020/>

Figura 2: Uso de plataformas digitales para la educación



Fuente: Adaptada de Campaña, 2020, recuperada de <https://www.itconsultors.com/la-pandemia-de-covid-19-ha-cambiado-la-educacion-para-siempre>

1.1.2 Medios de interacción

Las aplicaciones que la tecnología actual ofrece al usuario para relacionarse son infinitas. Algunas de ellas son las siguientes.

- **Plataformas de redes sociales:** aplicación donde se comparten juegos, videos y fotografías. Por ejemplo Facebook, Instagram.
- **Microblogging:** aplicación donde se difunden noticias y contenidos en formato breve. Por ejemplo Twitter, Tumblr, etcétera.
- **Blogs y sitios de contenidos:** aplicación conocida como diario personal **online**, con comentarios y citas cruzadas a otros blogs. Por ejemplo Techcrunch, Mashable, Medium, etc.
- **Redes profesionales:** sitios que permiten compartir experiencias de trabajo y armar búsquedas laborales. Por ejemplo Linkedin, Infojobs, etcétera.
- **Plataformas de video:** espacios para subir y compartir videos, ya sea personales o profesionales como Youtube, Vimeo, Twitch, TikTok, entre otras.
- **Música y podcasting:** archivos de sonido en línea o que se descargan y pueden escucharse y reproducirse en cualquier momento. Por ejemplo Soundcloud, Spotify, Youtube Music, etcétera.
- **Wikis:** aplicación donde se coeditan de forma participativa enciclopedias en línea. Por ejemplo Wikipedia.
- **Aplicaciones de video conferencia:** Skype, Hangouts, Zoom, entre otras, son aplicaciones que dejan establecer comunicaciones de voz y video, compartir pantalla, archivos y chatear con usuarios de todo el mundo.
- **Mensajería:** aplicaciones que permiten el envío y recepción de mensajes. También existen opciones de intercambio de mensajes en muchas otras herramientas, con marcada similitud en la forma. Por ejemplo Whatsapp, Snapchat, WeChat, etcétera.
- **Telefonía IP:** nueva versión del teléfono fijo, con la que cuentan muchas de las empresas más modernas. Por ejemplo RingCentral, 8x8, etcétera.

Esta lista es cada vez más amplia y específica al mismo tiempo, es decir a medida que se avanza comienzan a aparecer combinaciones de estos medios de interacción, los cuales van utilizando estas en función de las necesidades del nicho o segmento que atacan. Algunos ejemplos de estas soluciones son:

Slack/Hipchat

Grupos de trabajo y comunicación interna/externa, que facilitan la interacción entre los miembros de una empresa.

Coachme

Permite tener o ser un **coach** de cualquier especialidad y parte del mundo. Se pueden establecer objetivos y recordatorios, ayudando a tener una medición de tu progreso y ver el de otros.

Moocs

Gran categoría que busca compartir conocimiento y educación. Este segmento busca consolidar la categoría de educación on line, entregando soluciones de e-learning como servicio

Estos son algunos ejemplos de una vasta red de aplicaciones que crece y se reinventa día a día y por otro lado se complementa, dado que empiezan a tomar fuerza los sistemas de mensajería de una red social y un mecanismo muy potente de comercialización como Instagram/Facebook, o las redes de video se convierten en medios de comunicación; en definitiva todos aprovechan la potencia de lo digital para avanzar. Es por esto que comprender las generalidades de estas herramientas es clave para que cuando aparezcan nuevas o evolucionen las actuales, la adaptación a ellas se dé sin mayores problemas.

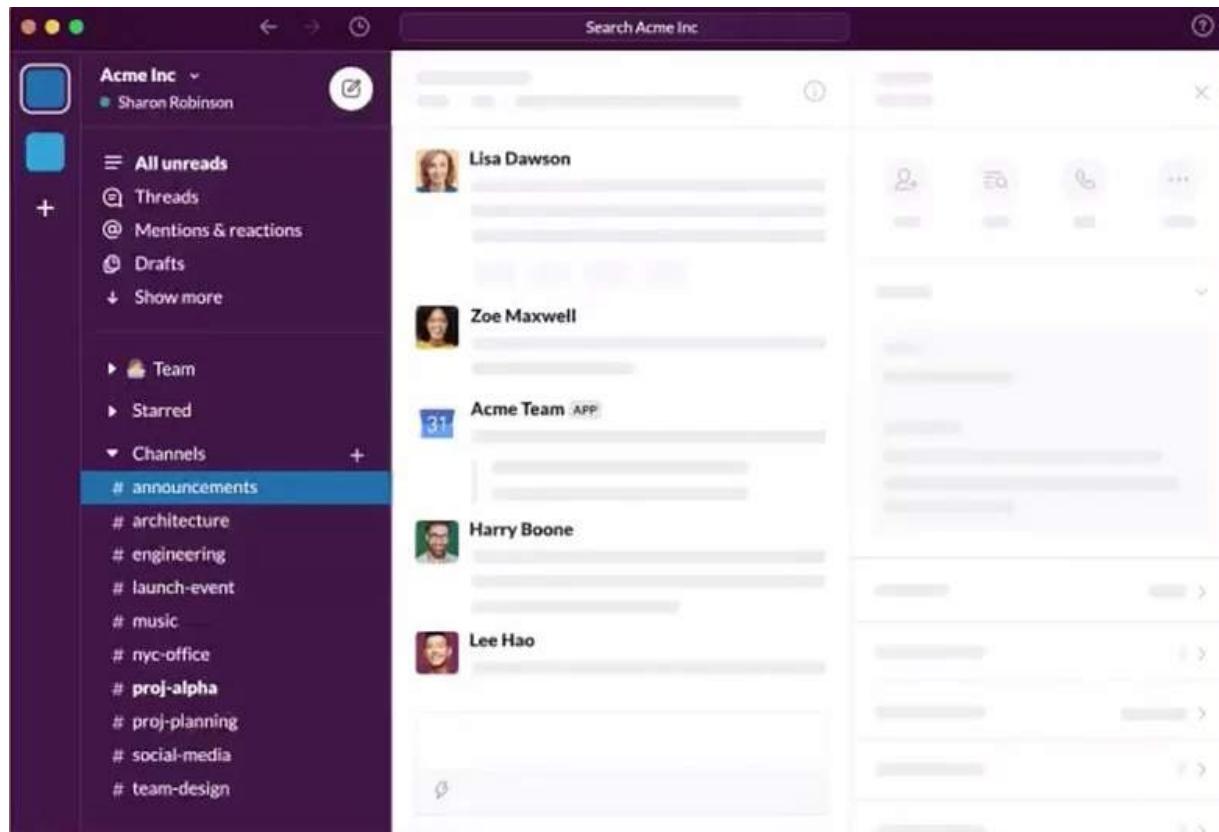
Comparativo herramientas de comunicación

Figura 3: Hipchat



Fuente: Captura de pantalla de Hipchat (<https://bit.ly/3fJUiyW>)

Figura 4: Slack



Fuente: Captura de pantalla de Slack (<https://bit.ly/2JeCTIZ>)

Tabla 1: Comparativo herramientas de comunicación

	HIP CHAT VS. SLACK	
	Slack FTW	Hip Chat FTW
Notificaciones	X	-
Interfaz	-	X

	HIP CHAT VS. SLACK	
	Slack FTW	Hip Chat FTW
Velocidad	X	-
Buscador	X	-
Barra lateral	-	X
Estados	-	X
Integraciones	X	-
Slackbot	X	-
Móvil	X	-
Confiabilidad	X	-

Fuente: Adaptado de Jeffrey Funk Business Models, 2015, recuperada de <https://goo.gl/kBMQk1>

—

¿Sabías que Slack se convirtió en una compañía de 4 billones de dólares en tan solo 3 años, sin tener un equipo de ventas?

Esto fue posible porque sus creadores comprendieron la potencia de las herramientas de comunicación, con chat, video,

grupos, etc. y pusieron a disposición de los usuarios una interfaz simple que concentraba todo lo que un equipo de trabajo necesitaba con el objetivo principal de reducir el envío de mails y trabajar de manera colaborativa.

1.1.3 Fundamentos de las redes sociales

Las redes sociales se han convertido en medios comunicacionales característicos de la sociedad actual y en poderosas herramientas de gestión. Estas han ido más allá de lo tecnológico y digital, cambiando la forma en la que se interactúa.

En este capítulo se intentará reflejar cuáles son las claves tecnológicas para que estas puedan desarrollarse con éxito en el ámbito laboral.

Para lograr esto, es crucial entender qué aportan las redes sociales a los usuarios.

Integración

Posibilidad que da a cualquier tipo de usuario de conectarse de manera directa con cualquier persona, de cualquier parte del mundo.

Amplificación

Facebook, Twitter, Google+, Youtube, Pinterest, Instagram, LinkedIn, etcétera, brindan llegada directa a distintos grupos de usuarios con diferentes intereses. Deben utilizarse de acuerdo al tipo de producto a

publicar, pero siempre teniendo presente que el rol y el tono de comunicación en cada una de ellas es diferente.

Reutilización

Una vez generado un determinado contenido, las RRSS facilitan la posibilidad de distribuirlo en un periodo de tiempo muy corto y a un precio realmente bajo. Esto, con la particularidad de que tanto las acciones positivas como las negativas pueden difundirse en pocos minutos.

Contacto con los clientes y potenciales

Al generar contenidos, reutilizarlos y amplificarlos, se toma contacto cercano con los usuarios y potenciales. Es por ello que resulta imprescindible ensamblar las RRSS con la actividad laboral.

Feedback

Las RRSS, por medio de la conversación y la escucha, constituyen el medio a través del cual tomar el verdadero **feedback** de los clientes. Y si a esto se le suman los **bloggers** y seguidores, obtendremos la data necesaria para mejorar el producto o servicio.

Comercialización

Durante los últimos años, a través de las tiendas virtuales de las propias redes o de muchas compañías que generan aplicaciones para cada una de estas se ha logrado generar múltiples nuevas canales para la venta de todo tipo de productos y servicios.

1.1.4 Herramientas de las redes sociales

Todo profesional del **marketing** digital conoce la importancia que las herramientas de gestión de **social media** tienen, por el tiempo que hacen ahorrar y, sobre todo, por la información que proporcionan.

Las redes sociales acaparan gran parte del tiempo que los usuarios están conectados a internet, por lo que se han convertido en la vidriera perfecta para exhibir productos y servicios. Ahora bien, después de entender y asimilar los aportes que las redes hacen a los usuarios (integración, amplificación, reutilización, contacto con los clientes y potenciales y **feedback**), se está en condiciones de determinar la estrategia de RRSS a implementar y, una vez expuesta esta, llega el momento de buscar la tecnología a asociar y de elegir las herramientas más convenientes para gestionar perfiles y estrategias.

Tecnología de integración a redes sociales

La integración de un **website** con las redes sociales es primordial, puesto que permite promoverlas desde el mismo sitio y, de este modo, precisar y formalizar los canales oficiales en las redes sociales, cuestión de evitar el plagio.

Si bien el objetivo perseguido por el sitio web determinará la clase de integración del mismo con los distintos canales de **social media**, existen ciertas integraciones de gran uso y popularidad, necesarias de tener en cuenta para alcanzar ventajas comerciales concretas.

Figura 5: Ejemplo implementación de integración



Fuente: Captura de pantalla de <https://www.esthersola.com/wp-content/uploads/2016/01/redes-sociales-web.jpg>

Principales tipos de integraciones del sitio Web con las redes sociales:

1

“Síguenos en”: se trata de la integración más común en internet y su principal objetivo es el fortalecimiento de la marca o **branding**. Este elemento puede estar ubicado en la parte superior o destacada del portal o en la parte inferior o menos visible del mismo. Ahora bien, se debe tener mucha precaución con el uso en lugares que puedan disipar el objetivo de la comunicación.

2

Botones de propagación: esta integración se ha convertido en un elemento fundamental para propagar contenido y, si bien es de gran relevancia para todos los sitios, resulta particularmente importante en los portales de contenido especializado y blogs. Estos botones, combinados con los contadores de la cantidad de veces que fueron compartidos, generan excelentes resultados cuando lo que se busca es aumentar el volumen de vistas y visitas, a la vez que ranquean muy bien en los buscadores.

Tecnología de gestión de redes sociales

Cuando los perfiles crecen y los usuarios, interacciones y requerimientos se incrementan, resulta imposible administrarlos desde cada una de las herramientas que nos dan los proveedores de redes sociales. Las plataformas de gestión de redes sociales existen, justamente, para resolver este escenario y contar con ellas se torna prioritario.

Dichas plataformas ayudan a aumentar la productividad, ahorrar tiempo y evitar la pérdida de información relevante. Además, contribuyen con el análisis de la actividad social desarrollada, el incremento del tráfico hacia los sitios, la programación de las publicaciones y la interacción con comunidades y audiencia.

Puesto que en el mercado existe un sinnúmero de estas, resulta muy importante conocer algunos aspectos que permitirán abordar la selección desde otro lugar.

Los aspectos a considerar para la elección de una plataforma de gestión de RRSS son los siguientes.

Tamaño del equipo

Las herramientas de gestión de redes sociales a menudo se ofrecen en planes con escalas armadas, en relación a la cantidad de usuarios que tiene la cuenta. Es importante identificar cuántos usuarios tendrán acceso a la plataforma, para que se puedan evaluar los costos aproximados.

Gratis frente a pago

Muchas herramientas de gestión de redes sociales ofrecen una opción gratuita para pequeñas empresas o para las funciones menos sofisticadas. Es trascendental explorar las opciones gratuitas disponibles

para ver si alguna satisface nuestras necesidades, antes de comprometernos con una herramienta paga.

Canales sociales

Puesto que algunos productos admiten solo ciertas redes sociales (Facebook, Twitter, LinkedIn, etcétera), es necesario considerar las redes que se utilizarán antes de elegir un producto.

Los beneficios clave de utilizar un software de gestión de redes sociales son los siguientes.

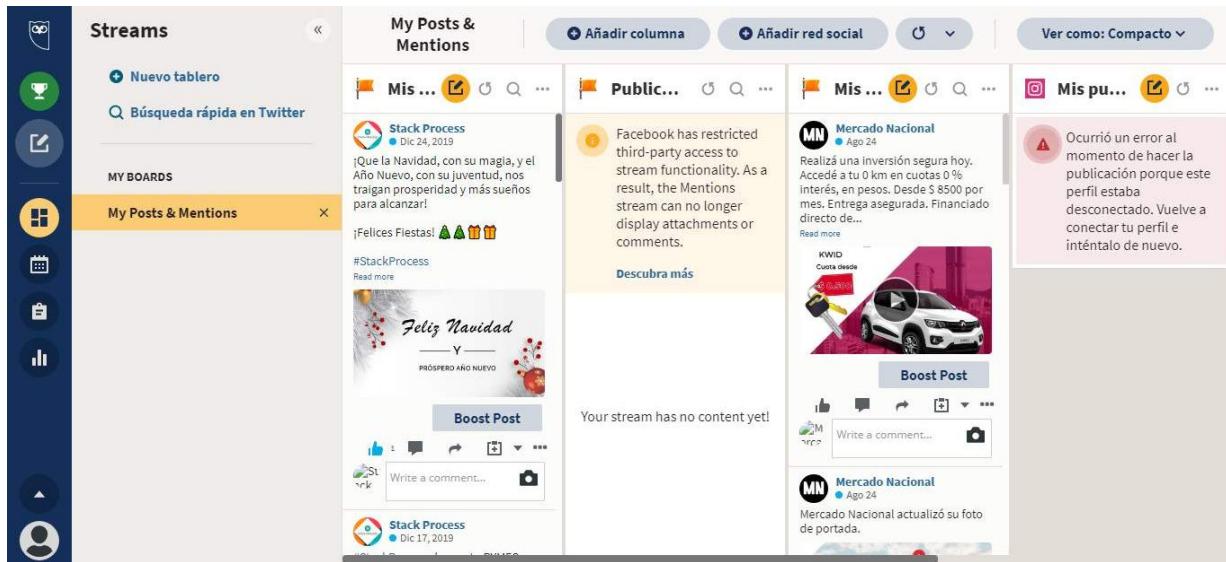
- Reducir el tiempo y el esfuerzo de publicar simultáneamente en múltiples plataformas. Al publicar un texto, la herramienta lo envía a las RRSS de acuerdo a como se haya programado.
- Responder rápidamente las consultas de los clientes sin perderlas de vista entre la masa de comentarios.
- Reducir los esfuerzos duplicados a través de la colaboración de múltiples usuarios.
- Encontrar temas, contenidos y contactos en los canales sociales para compartir y mejorar la participación.
- Horarios de entrada y calendarios para la participación sin que se requiera ningún esfuerzo manual.

i Si se tienen en cuenta estas características, seguramente se terminará por optar por alguna plataforma existente. A continuación se adjuntan diversos links útiles para investigar sobre el tema:

- <https://goo.gl/v6OUXS>
- <https://goo.gl/Nrxn25>
- <https://goo.gl/1gl8bl>

El problema concreto que se presenta a la hora de escoger las herramientas de gestión de redes sociales que ayudarán en la implementación de la estrategia, es la gran oferta que existe en torno a ellas, puesto que no solo el número se ha incrementado, sino que también las particularidades que cada una de ellas ofrece.

Figura 6: Pantalla de Hootsuite para administrar varias redes al mismo tiempo



Fuente: Captura de pantalla de Hootsuite (<https://hootsuite.com/es/>)

Herramientas como las de la Figura 6, nos dan la posibilidad de gestionar todos los perfiles de redes sociales desde una sola interfaz. Cuando se trabaja en escala sobre los distintos canales, se hace muy complejo el administrar el volumen de publicaciones y las respuestas de usuarios, por lo que en estas plataformas tenemos la posibilidad de:

1

Replicar una publicación en los distintos perfiles: como se muestra en la imagen, podemos armar un post y seleccionar en los lugares que deseamos postearlo.

2

Armar un calendario de contenidos y dejar programadas las publicaciones: esto es muy frecuente en la operación de RRSS, en general se busca tener una frecuencia determinada por lo que si nuestros diseñadores y analista de contenido, dejan las piezas listas, solo tendremos que diagramar en un momento del año, mes o la semana las distintas salidas.

3

Desarrollar tableros de seguimiento de indicadores: cuando trabajamos con las herramientas de cada red social, debemos mirar los indicadores en cada una de ellas y consolidarlos en un reporte. En estas aplicaciones tenemos la posibilidad de una vista integrada de como están preformando de manera integral.

4

Los equipos: en grandes compañías se arman células de trabajo para atender las redes sociales. Es decir que puede haber cientos de agentes respondiendo los mensajes. Esto no se puede llevar a cabo de manera directa en los perfiles ya que es incontrolable. En estas herramientas podemos crear perfiles, niveles, tipos de respuesta, etc. Se convierten en el CRM (herramienta de relacionamiento con los clientes) para estos canales.

El universo de aplicaciones es muy amplio. Analicemos a continuación las alternativas.

Figura 7: Principales plataformas de gestión de social media, por conjunto de aplicación



Fuente: [Imagen sin título sobre plataformas de gestión de social media]. (s/f). Recuperada de <https://bit.ly/3ii26ri>

Figura 8: Plataformas para RRSS, grandes *vendors* por categoría

Herramientas	Características				
	Plan gratuito	Diseño	Usabilidad	Redes Sociales	Analítica
Hootsuite	✓	Bueno	Muy buena		✓
AgoraPulse	✗	Excelente	Excelente		✓
Sendible	✗	Excelente	Buena		✓
SproutSocial	✗	Excelente	Excelente		✓
Buffer	✓	Bueno	Excelente		✓
SocialOomph	✓	Regular	Regular		✓
EveryPost	✓	Muy bueno	Excelente		✓
ManageFlitter	✓	Bueno	Muy buena		✓
Postcron	✓	Muy bueno	Excelente		✗
Tiempo	✓	Excelente	Excelente		✗
Wailux	✗	Muy bueno	Regular		✗
Jollor	✓	Excelente	Muy buena		✓
MavSocial	✓	Muy bueno	Buena		✓

Fuente: Adaptado de Digital Marketing Tool, s/f, <https://goo.gl/XX6n76>

Como podemos apreciar en la figura 8, las variantes para la gestión de RRSS son muy amplias por lo que al momento de iniciar el análisis debemos ver qué herramienta encaja mejor en nuestra operación. Por esto, debemos revisar bien qué redes incluye cada herramienta, si posee un plan gratis y todo lo referido a la usabilidad de la misma.

Se estima, según encuestas, que más del 45% de los ejecutivos considera que las redes sociales han favorecido al desarrollo de la actividad laboral. El 41% indicó que ayuda al clima de trabajo y el

46% restante, asevera que mejora las relaciones con los clientes.

Recuperada de <https://goo.gl/opS8qn>

¡Ahora, a practicar!

¿Cómo funciona Hootsuite?

- **Paso 1 – Ingresá o registrate**

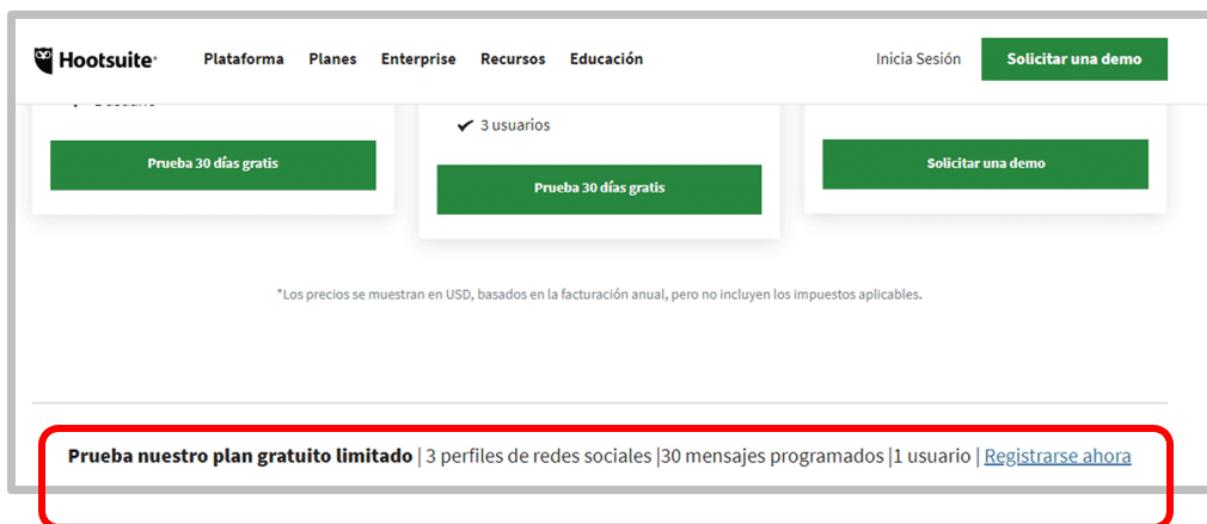
Accedé a través de <https://www.hootsuite.com/es/planes/free-account> Como en la mayoría de estas herramientas, tendrás un periodo de prueba y si querés acceder a más funciones tendrás que pasarte a un plan pago. En general esto lo realizarán desde la administración si estás en una empresa. Para realizar la práctica, podrás acceder a través del *link* y creándote tu cuenta podrás generar tu usuario de prueba.

Figura 9: Interfaz de Hootsuite



Fuente: Captura de pantalla de Hootsuite (<https://hootsuite.com/es/>)

Figura 10: Plan gratuito Hootsuite



Fuente: Adaptación propia de captura de pantalla de Hootsuite (Holmes, 2020).

- **Paso 2 – Configurá**

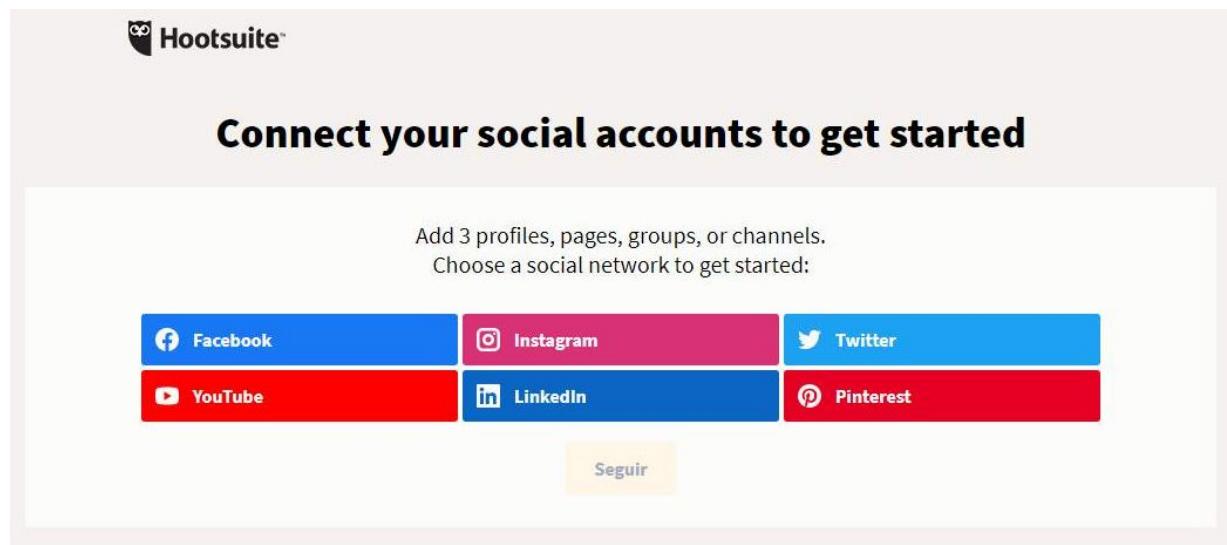
Para configurar el Hootsuite es necesario cumplir ciertos requerimientos de acuerdo a la App, a continuación, algunos ejemplos:

Facebook: requiere que tengas una Página creada

Instagram: la cuenta debe estar creada como empresa,

Twitter: solo necesitas tu usuario y contraseña.

Figura 11: Configuración de Hootsuite



Fuente: Captura de pantalla de Hootsuite (Holmes, 2020).

Figura 12: Configuración de Hootsuite



Fuente: Adaptación propia de captura de pantalla de Hootsuite (Holmes, 2020).

Hootsuite se conectará automáticamente a tu perfil y comenzarás a ver las interacciones de la siguiente forma:

Figura 13: Interacciones en Hootsuite

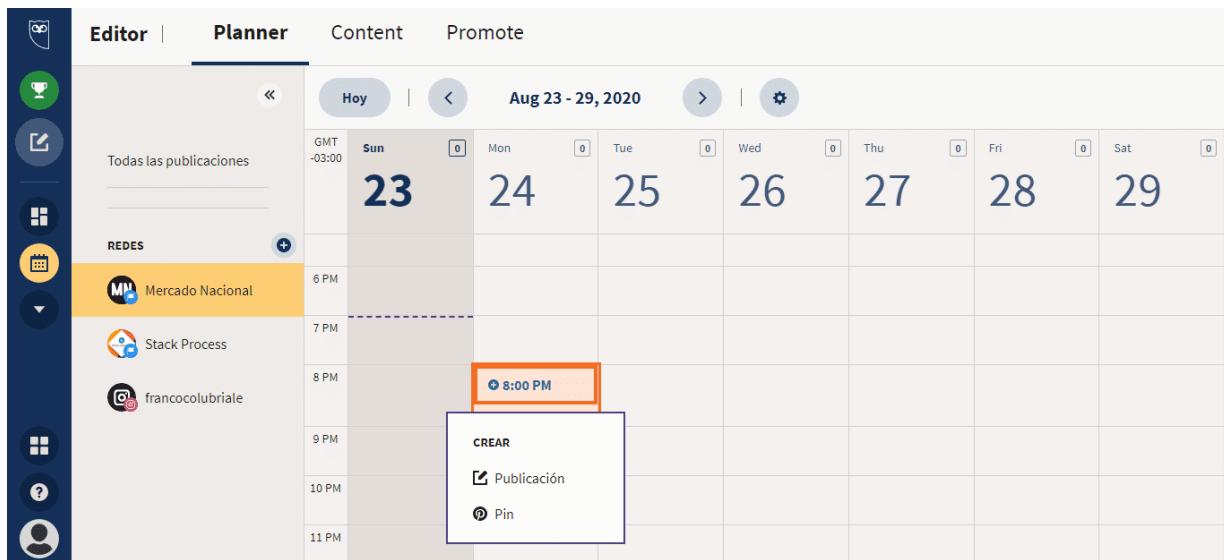


Fuente: Captura de pantalla de Hootsuite (Holmes, 2020).

- **Paso 3 – Ejecutá**

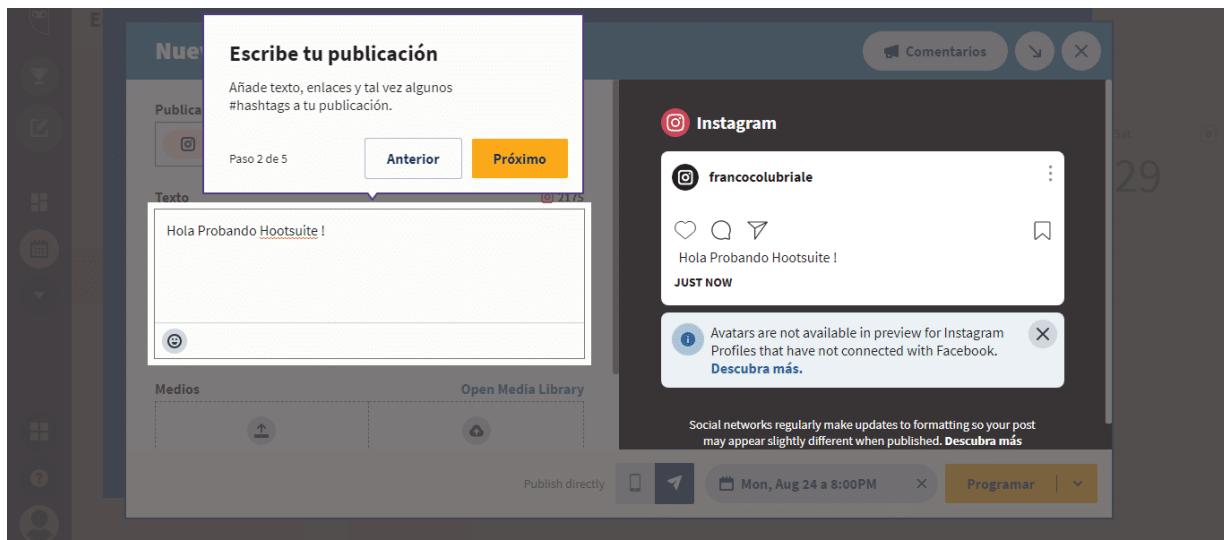
Llegó el momento de enviar, tweets, post y demás interacciones. Aquí tenés alternativas para enviar un mensaje a la vez. Pero lo que se vuelve atractivo para mejorar la productividad es poder enviar mensajes masivos, inclusive a distintas redes, con procesos de aprobación, calendarización y herramientas de corrección como se muestra a continuación.

Figura 14: Ejecución de Hootsuite



Fuente: Captura de pantalla de Hootsuite (Holmes, 2020).

Figura 15: Ejecución de Hootsuite

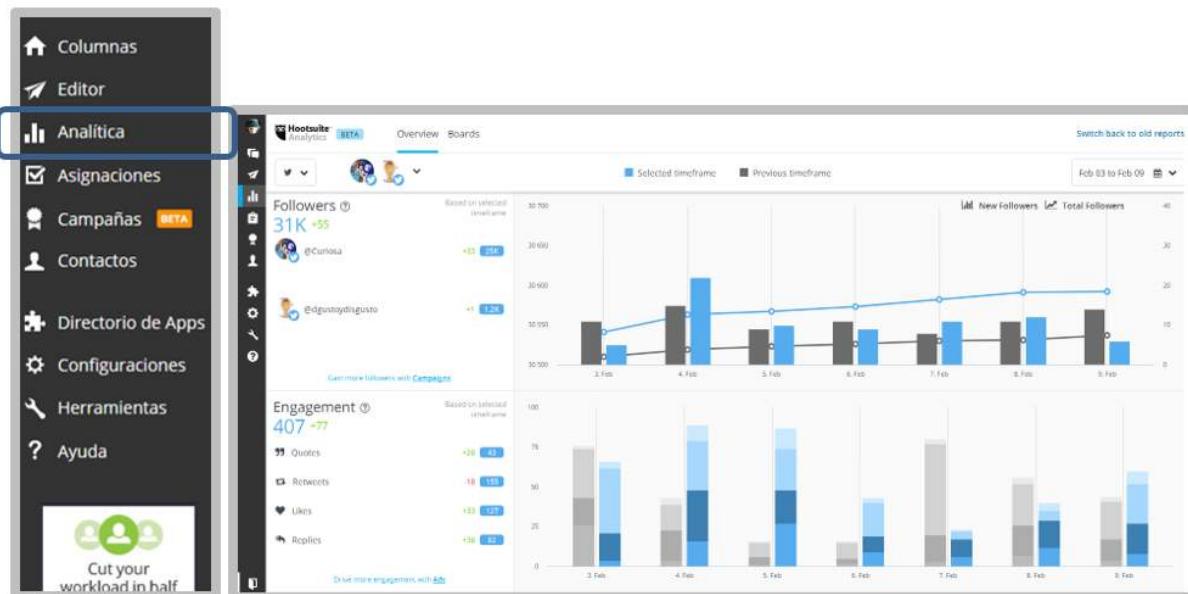


Fuente: Captura de pantalla de Hootsuite (Holmes, 2020).

- **Paso 4 – Analizá**

Todas estas herramientas presentan reportes e informes automáticos que te permiten analizar cómo es el comportamiento de los usuarios y de los clientes. Ingresá a las siguientes opciones. En la mayoría de los casos estas funciones ya son parte de la versión paga. De todas maneras podrás optimizar tu gestión mirando varios perfiles al mismo tiempo y analizando cómo se comportan tus usuarios y seguidores.

Figura 16: Analítica de Hootsuite



Fuente: Adaptación propia de captura de pantalla de Hootsuite (Holmes, 2020).

 Podés seguir profundizando el uso de esta herramienta en su propio sitio de capacitación: <https://education.hootsuite.com/>

CONTINUAR

Unidad 1.2 Canales de interacción de texto y voz

La mensajería instantánea ha evolucionado exponencialmente a través del tiempo, volviéndose un medio de comunicación con más capacidades de lo que se pudo haber soñado hace décadas.

1.2.1 Fundamentos de mensajería

IM: Concepto y funcionamiento

Los servicios de mensajería instantánea (IM) proveen comunicación bidireccional entre dos dispositivos y para que estos funcionen es necesario que cuenten, en ambos extremos de la comunicación, con el **software** necesario para establecer el diálogo.

Estos, en todos sus formatos, han reemplazado a sistemas de comunicaciones tradicionales como la llamada de voz vía teléfono fijo o móvil, y se han convertido en los medios de comunicación favoritos de las nuevas generaciones.

En líneas generales, todas las plataformas necesitan de lo siguiente para funcionar.

1

Software/dispositivo con permisos de usuario/operador.

- 2 Los usuarios se conectan a un servidor por medio de internet o a algún protocolo de comunicación específico, encargado de realizar los controles de acceso, las verificaciones de usuarios y los estados de estos.
- 3 A partir de allí, se habilitan los envíos bidireccionales que pueden ser síncronos o asíncronos, dependiendo del estado de conexión y del tipo de plataforma.
- 4 Cuando se cierra el chat o se apaga el dispositivo, el servidor registra el cambio y actualiza los estados. En algunas plataformas, los servidores mantienen los mensajes por un determinado período.

Sobre estas bases se han desarrollado todas las plataformas como Snapchat, Wechat, Whatsapp, Telegram y otras, pero por otro lado, como citamos en el capítulo de redes sociales, estas también tienen sus sistemas de mensajes, por lo cual la multicanalidad se ha extendido hacia todos los ámbitos. Estas plataformas agregan funciones, modos de uso, video llamadas, imágenes y estados, pero, en esencia, siempre siguen estos pasos.

IM: Utilización en el ámbito laboral

Es una realidad que la mensajería es clave en la comunicación y que las nuevas generaciones no conocen otras formas de interacción. Por lo tanto, en breve todos los proveedores de IM deberán contar con conexiones que permitan a los sistemas usados en las actividades de una empresa, como un CRM, utilizar el servicio de IM.

Actualmente, las plataformas y el **software** han colaborado con el manejo de estos canales. Así, el **multichannel** contempla SMS, redes sociales, Whatsapp y otros.

Escenarios para usar IM en el trabajo, como parte de la estrategia comunicacional:

- servicio al cliente;

- alarmas y estados de las transacciones o trámites;
- publicidad;
- encuestas y testimonios;
- envío de recordatorios;
- agradecimientos y comunicaciones de fidelización.

Ahora bien, el uso de IM dentro de la estrategia de comunicación debe estar estructurado, sino la misma perderá efectividad y los mensajes, importancia. Por otro lado, siempre es conveniente generar y mantener la base de datos de usuarios de manera ordenada y metódica, a los efectos de poder hacer el seguimiento en el ciclo de vida del cliente.

Claves para estructurar el uso de IM dentro de la estrategia de comunicación:

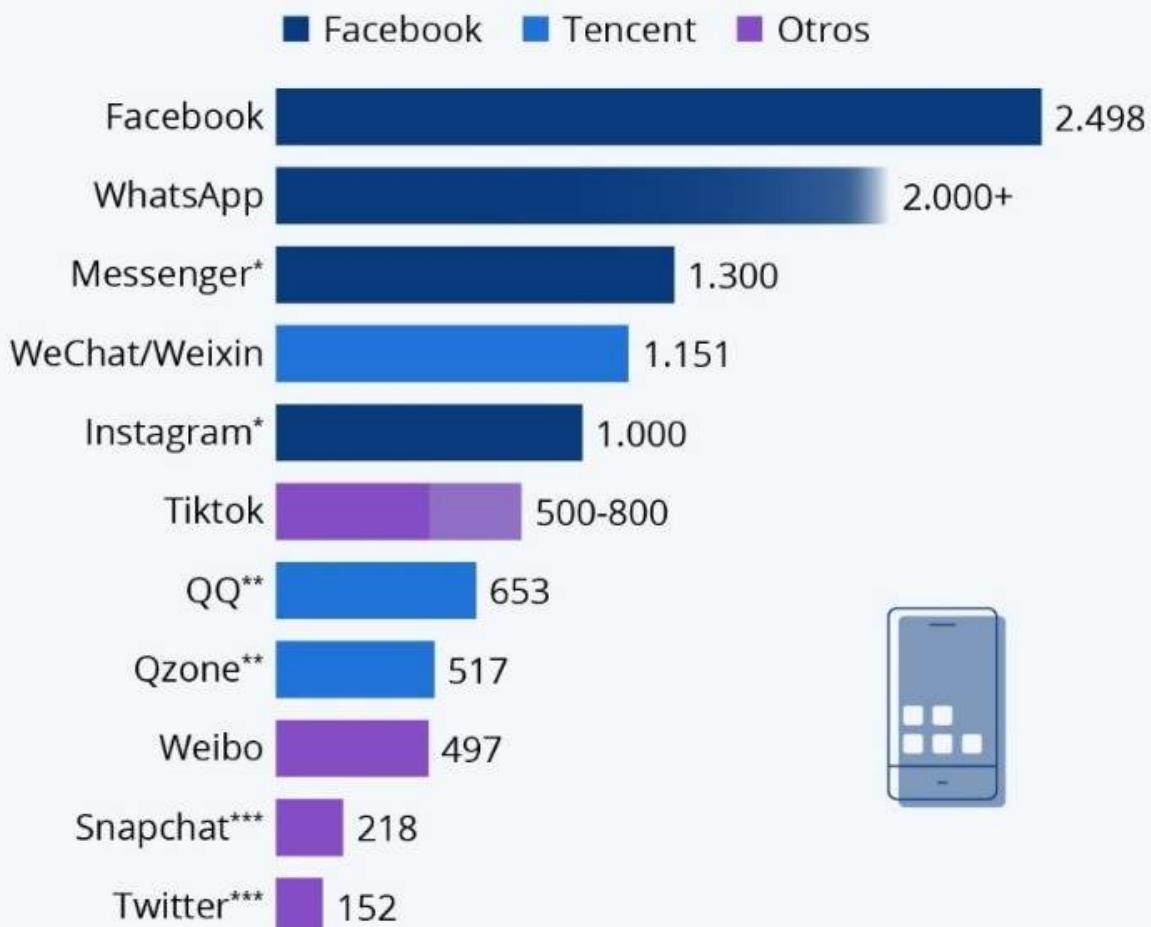
- establecer un calendario de comunicaciones, teniendo en cuenta horarios, aspectos culturales y regionales;
- depurar los mensajes a enviar, apuntando a la efectividad;
- seleccionar audios, imágenes o videos a enviar y anexar a los textos;
- crear un esquema de seguimiento de las comunicaciones, con una cadencia que sea medible;
- ordenar las vías de contacto para que los clientes o usuarios internos puedan identificar cuándo es mejor utilizar la mensajería;
- tener expectativas claras: IM requiere de respuestas claras. Si los sistemas y estructuras no se adaptan a esto, el canal no será efectivo.

La mensajería y las notificaciones son mecanismos de comunicación que se han posicionado como las principales funciones a explotar del móvil. Las empresas líderes de mensajería tienen como objetivo crear aplicaciones simples y accesibles para mantener el liderazgo. Los dueños de la telefonía móvil también están al tanto de esto y se están moviendo rápidamente para sacar ventaja de esta función, que resultará vital para sobrevivir en el mercado.

Figura 17: Millones de usuarios activos por canal de mensajería

Facebook, empresa líder de las redes sociales

Usuarios activos mensuales de redes sociales/servicios de mensajería en 2020 (en mill.)



Últimos datos disponibles el 13 de enero de 2020

* No han publicado nuevos datos en el último año

** Solo usuarios de dispositivos inteligentes

*** Snapchat: usuarios diarios activos; Twitter: usuarios diarios activos monetizables

Fuentes: Empresas, We Are Social, medios de comunicación



statista

1.2.2 Herramientas de mensajería

Plataformas de correo electrónico: funcionalidades

A pesar del avance del IM, el **e-mail** sigue siendo una de las principales herramientas de trabajo vigente en los ambientes profesionales; esta ha evolucionado, volviéndose más específica e integrándose a otras aplicaciones como foros, blogs, videoconferencias y otras.

Es por esto que los proveedores más conocidos, como Outlook, Yahoo, Gmail, etcétera, tienen aún mucho para ofrecer en un mercado laboral aferrado a los **e-mails**.

En el estudio de las plataformas, se deben tener muy presentes las siguientes funcionalidades y posibles configuraciones.

Listas

Es una de las principales funcionalidades de cualquier herramienta de **e-mail**. Ayudan a segmentar las bases y a diferenciar los envíos.

Autorespondedor

Permite usar mecanismos de respuesta automática para algunas combinaciones, facilitando la comunicación cuando se quiere filtrar a algunos destinatarios o informar que no está disponible.

Formularios de suscripción

Posibilita la administración desde la plataforma de **e-mail** del **Opt-In/Out**, para no ser calificado como **spam**.

Integraciones

Por medio de la herramienta de chat, calendario o video conferencia, muchos servidores ofrecen todo esto de manera unificada. Así, a la hora de armar una reunión se pueden incluir los correos de los participantes desde la agenda, invitar a una videoconferencia con el **link** de Hangouts, anexar un archivo en Google Drive, etcétera.

Idioma

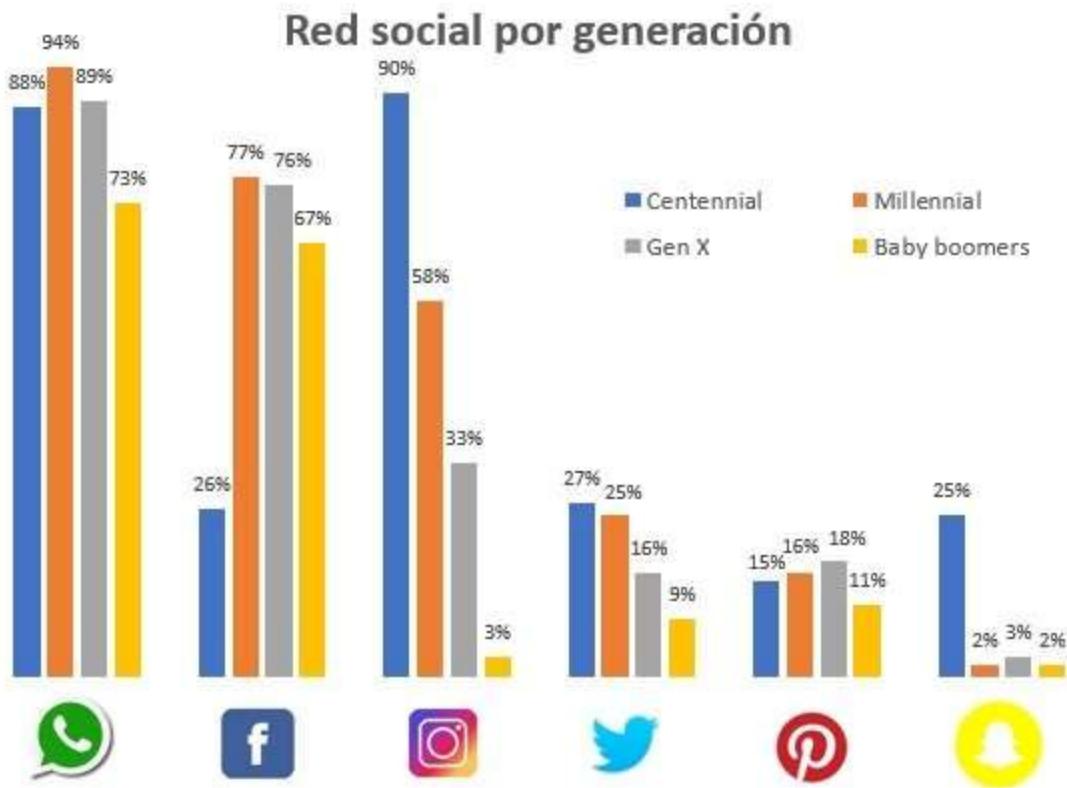
Posibilita el **seteo** de las funciones en distintos idiomas, como así también traducir de manera instantánea un **e-mail** a otro idioma. En una empresa global esta función es vital para desplegar las comunicaciones.

Costos

En el ámbito de un **start up** o de una gran corporación, el costo de una plataforma de **e-mail** será un factor decisivo al momento de elegir. Más si se tienen en cuenta las alternativas gratis que ofrece el mercado, óptimas para la etapa inicial de un emprendimiento.

¿Sabías que compañías como Zero (<http://www.zeroapp.email/>) están desarrollando aplicaciones para que puedas automatizar y optimizar el uso del e-mail desde tu dispositivo móvil?

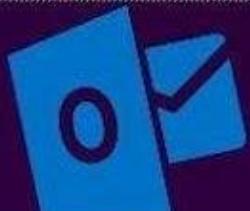
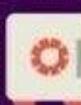
Figura 18: Sistemas de mensajería y redes preferidos en Argentina



Fuente: Carrier y Asociados

Fuente: Carrier y Asociados, 2020, recuperado de <https://www.digitalhouse.com/>

Figura 19: Comparativo de Gmail vs Outlook.com

	 Gmail	 Outlook.com
 Creador	Google	Microsoft
Usabilidad 	= 9 	= 9 
 Protección Anti-Spam	Ambos tienen buena protección contra correo basura. 	
 Personalización	9 	7 
Integración de servicios 	Totalmente integrado con los servicios de Google (Plus!, Docs, Calendar, etc...)	Totalmente integrado con los servicios de Microsoft (XBOX 360 live, Skype, Office 365, etc.)
 Seguridad	HTTPS por defecto, POP3, IMAP. Autenticación en dos pasos. Protección vía SMS.	HTTPS por defecto, POP3. Protección vía SMS.
 Estética	Interfaz bastante limpia, personalizable mediante temas.	Intuitivo, interfaz muy limpia, pocas opciones de personalización.
Almacenamiento	Hasta 15 GB. 	Ilimitado.
 Publicidad	Sí, basada en el contenido del correo.	 No.

Fuente: [Imagen sin título sobre Comparativo de Gmail vs Outlook.com]. (s/f). Recuperada de <https://bit.ly/2ET6Yp8>

Figura 20: Comparativo de los principales sistemas de mensajería instantánea

	Whatsapp	Snapchat	Telegram	Facebook Messenger	Hangouts
Gratis	Si (antes no)	Si	Si	Si	Si
Plataformas	Android, iOS, Web, Windows, Blackberry	Android, iOS	Android, iOS, Windows, Linux	Android, iOS, Web, Windows, Blackberry	Android, iOS, Chrome
Registro (valida la cuenta)	Número de móvil No valida la cuenta	Usuario	Número de móvil Envía código para validar y activar la cuenta	-Usuario Facebook -Número de móvil	-Usuario gmail -Número de móvil
Control PEGI	3	No lo pone	3	No lo pone	3
Información sobre el uso de datos que requiere al descargar	Si	Si	Si	Si	Si
Indicadores visuales de recepción (Check y doble check o leído)	Si (enviado y recibido) Pero no confirmación de leído	Si (recibida, abierta y el tiempo restante de visualización) -Puedes saber si la persona receptora ha realizado captura de pantalla	Si (el doble check es leído)	Si Leído y la hora	Si Aparece un reloj
Ocultación de datos personales (última hora de conexión, foto, estado, está escribiendo)	Si	-No si nos tienen en la lista de contactos. -Si puedes restringir la recepción de mensajes	Si También se pueden añadir usuarios que vean nuestros datos como excepciones	No	Si -Ocultar última conexión -Ocultar dispositivo de conexión (web, móvil..)

Vinculación a teléfono y correo electrónico	Si	Optional (al introducir el número te anima a invitar a tus contactos que ya usan la app)	Si	Optional	Optional
Sincronización de datos	No			Si	Si
Copias de seguridad	Si Se pueden hacer copias de seguridad en el dispositivo y enviar por email los chat	Nada queda	No	No Existé un historial que queda almacenado en la nube.	Si -Las conversaciones se pueden archivar. -Están almacenadas en la nube. Puedes acceder desde cualquier dispositivo
Protección de acceso a la app (sistema de protección)	No -Otras app como Whatsapp Lock -Whatsapp Web necesita vincular las cuentas.	No Verificación de inicio de sesión en otros dispositivos. Hay que activarlo	Si -Puedes configurar código de acceso. -Verificación de inicio de sesión en otros dispositivos.	No	No
Descarga de archivos multimedia (se puede desactivar la descarga automática)	Si	Si	Si	Si	Si
Archivos multimedia que se comparten (audio, video, foto, música, archivo)	Todos menos archivos	Todos menos archivos	Todos	-Todos menos audio y archivos -Archivos vía web	Todos menos archivos y audio
Chat seguros y de autoprotección (con	No Los mensajes no	Si -Las imágenes y los videos se	Si Los mensajes se	No	No

cifrado y autodestrucción de mensajes)	entregados se guardan 30 días ¿dónde?	autodestruyen en x tiempo -Se puede enviar a una persona, o compartir en historias por 24 horas	autodestruyen. Cifrado end-to-end		
Chat de grupos	Si	Si	Si	Si	Si
Bloqueo de desconocidos	Si Pero cualquiera que tenga tu teléfono te puede añadir	Si Tienes que añadir tú a los amigos y ser aceptado	Si Pero cualquiera que tenga tu teléfono te puede añadir	Si Puedes elegir con quién contactas y quienes pueden contactar contigo	Si Puedes elegir con quién contactas y quienes pueden contactar contigo
Notificaciones ocultas (es posible ocultarlas y ser más discreto)	No Solo las notificaciones emergentes	No	Si Las notificaciones no se leen si se configuran.	Si Se desactivan	Si Se desactivan
Jsia ubicación	No	Si Se puede desactivar	No	Si Se puede desactivar	Si Se puede desactivar
Autoprotección de la cuenta	No	No	Si. En x tiempo configurado si no se usa la cuenta se autodestruye	No	No
Comparte información con terceros		Autorizas a la empresa a que almacene el contenido que compartas en su aplicación y no solo a eso, sino que también puede modificarla, reproducirla y publicarla donde y cuando quieran.		Política de privacidad de Facebook	Política de privacidad de Google

Fuente: Toquigo, 2016, <https://bit.ly/2Se0ZOu>

¡Ahora, a practicar!

- **Paso 1 – Ingresá o registrate**

Accedé a través de <https://mail.google.com/>. La mayoría de las herramientas son gratis, pero Google también tiene su versión para empresas (Gsuite) la cual te permitirá administrar usuarios, perfiles y herramientas. En líneas generales podremos hacer todo con la versión **free**.

Luego de registrado, podrás desplegar todas las herramientas en el menú lateral.

Figura 21: Crear una cuenta de Google

Google

Crea una cuenta de Google

Nombre Apellidos

Nombre de usuario @gmail.com

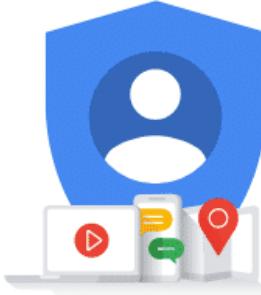
Puedes utilizar letras, números y puntos

Prefiero usar mi dirección de correo electrónico actual

Contraseña Confirmación 

Utiliza ocho caracteres como mínimo con una combinación de letras, números y símbolos

[Prefiero iniciar sesión](#) [Siguiente](#)



Una cuenta. Todo Google a tu disposición.

Español (España) ▾

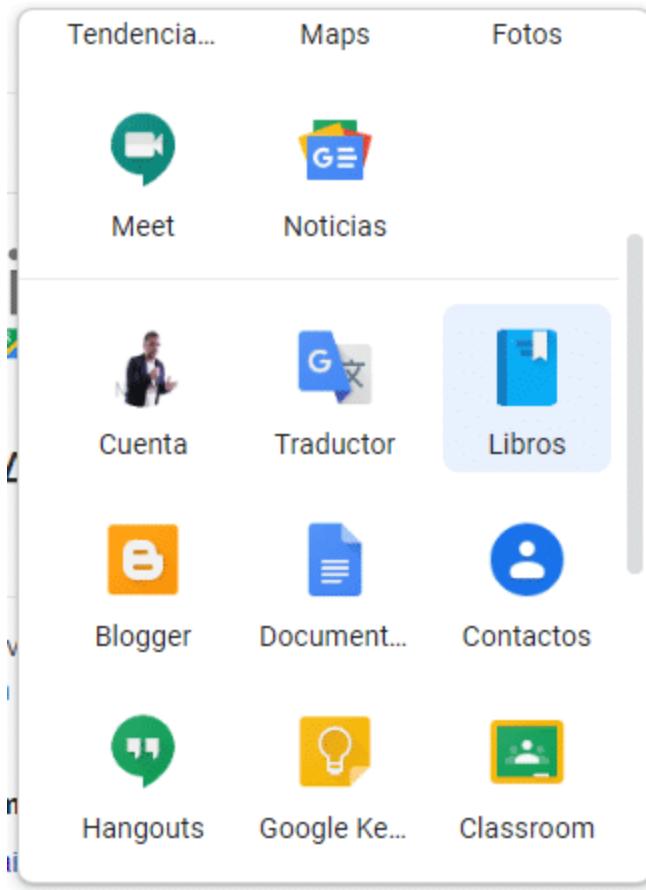
Ayuda

Privacidad

Términos

Fuente: Captura de pantalla de Gmail (www.gmail.com).

Figura 22: Interfaz de Google Hangouts



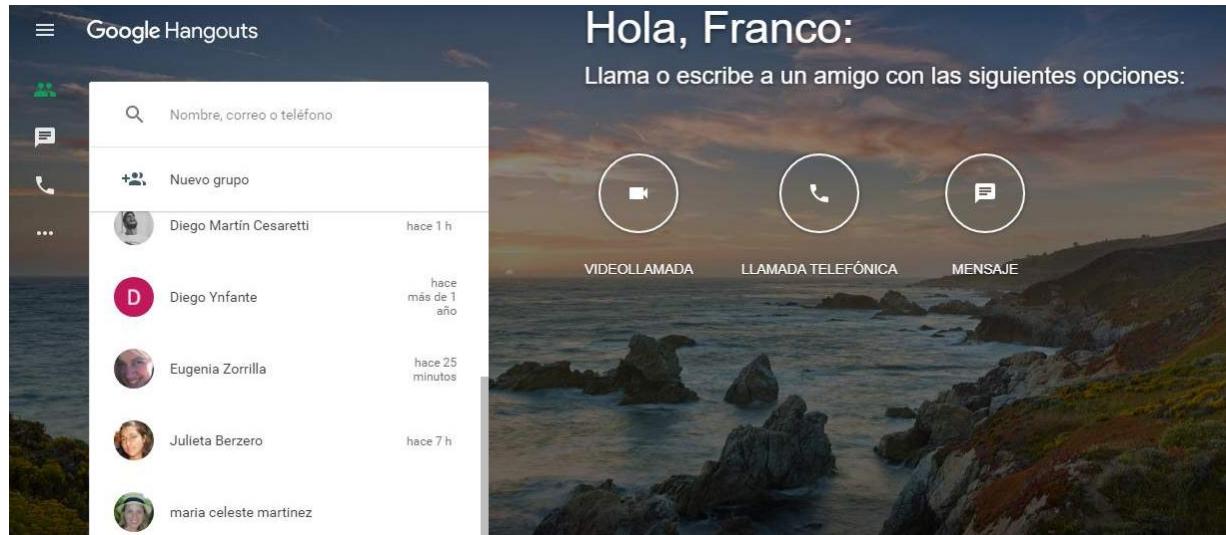
Fuente: Captura de pantalla de Gmail (Buchheit, 2020)

- **Paso 2 – Configurá**

En esta oportunidad trabajaremos a continuación con Hangouts (chat, videollamada y llamada telefónica). Es importante comprender que esta es la herramienta de Google para las comunicaciones uno a uno. Para lo grupal existen otras aplicaciones como Meet.

Lo primero que debés hacer es setear tus contactos y enviar las invitaciones para que quedes conectado y puedas comenzar a chatear individualmente, armar un grupo de chat o hacer llamados.

Figura 23



Fuente: Captura de pantalla de Gmail (Buchheit, 2020)

Google te permite contar con varias cuentas de e-mail y chats simultáneas. Podrás contar con una para tu empresa, para tu actividad personal y más. Ahora bien, si deseás trabajar con la versión **premium**, podrás contar con todo el control de los usuarios, la organización y tener tu propio dominio, por ejemplo xxxx@nombredetuempresa.com

• **Paso 3 – Ejecutá**

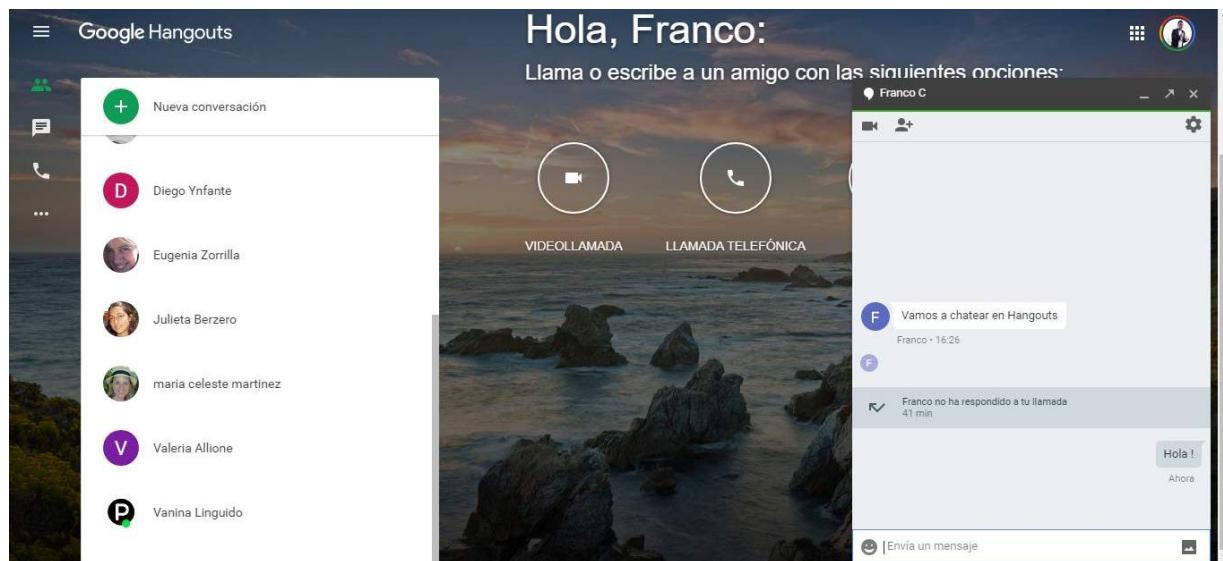
La herramienta es muy simple de utilizar, luego de las configuraciones básicas iniciales tendrás que identificar a tus contactos. Es fundamental tener cargados los contactos y enviar las invitaciones a cada uno, ya que es la manera que te permitirá conectarte con ellos por llamada, chat o **videocall**.

Algunas de las ventajas de trabajar en esta herramienta son:



Si trabajás en equipo, podrás crear grupos para establecer comunicaciones centralizadas. Es importante remarcar que ante la diversidad de medios actuales, los líderes deben buscar unificar los medios para optimizar la comunicación.

Figura 24

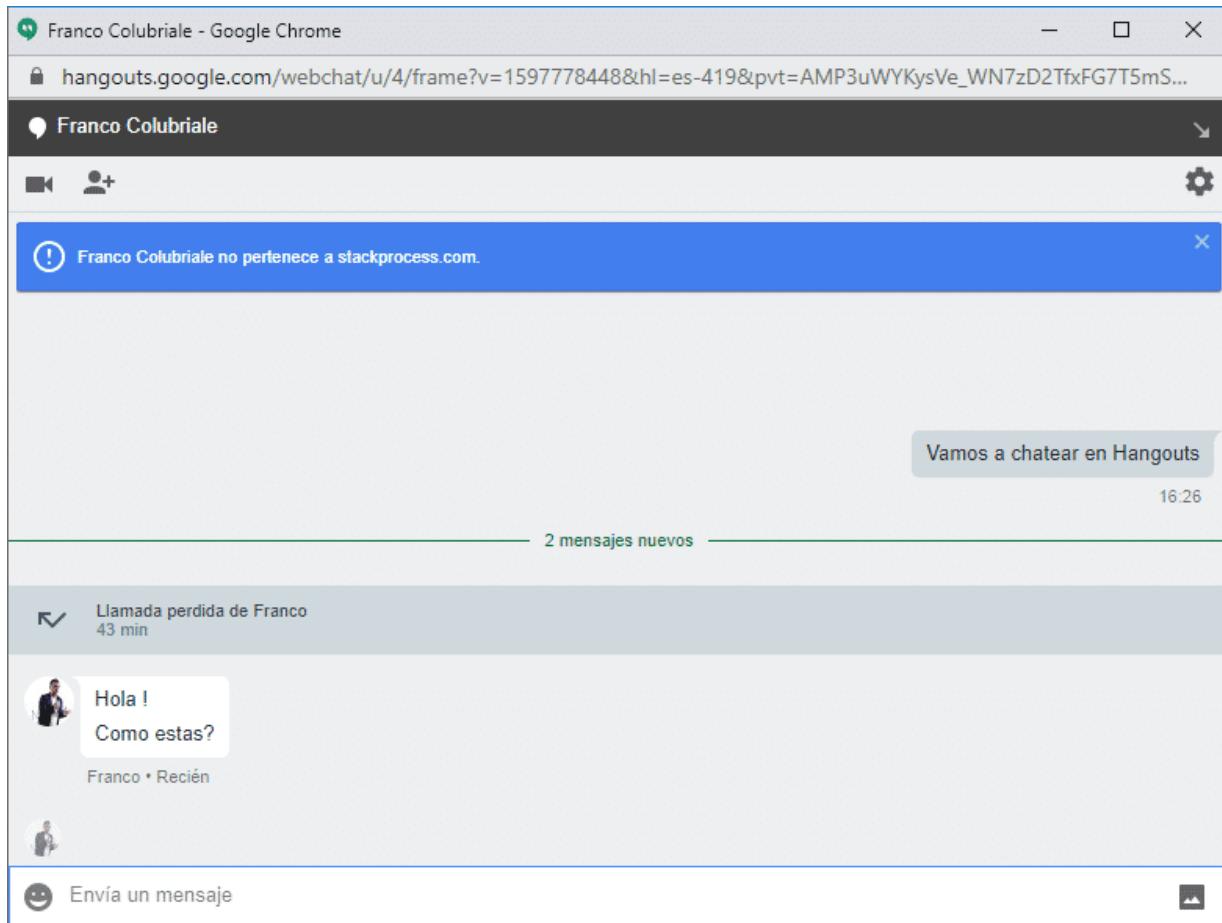


Fuente: Captura de pantalla de Gmail (Buchheit, 2020)



Privacidad: si bien en el ámbito digital es relativamente simple difundir comunicaciones privadas, cuando trabajamos con estas herramientas tendremos más control de a quienes le llega el mensaje directo y evitaremos situaciones de réplica no deseadas.

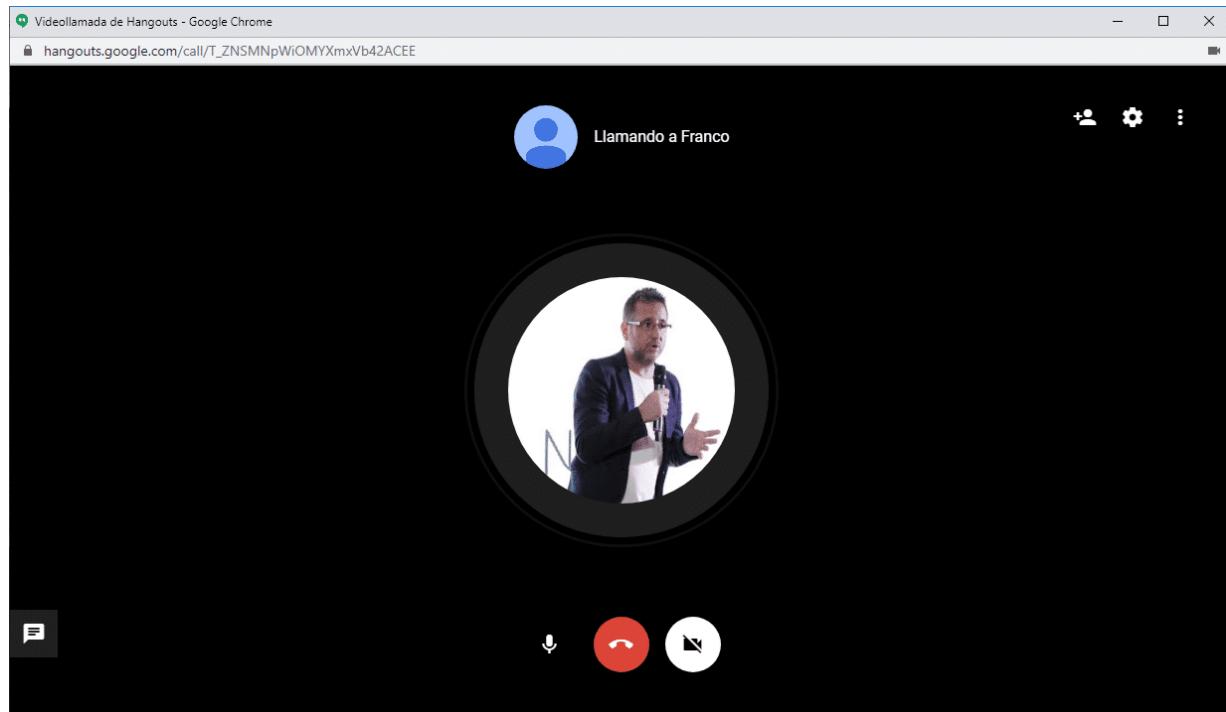
Figura 25



Fuente: Captura de pantalla de Gmail (Buchheit, 2020).

- Estratificar la comunicación: es fundamental en la actualidad poder establecer niveles y prioridades. Es decir, una llamada cuando es urgente; un mensaje cuando es algo rápido a comunicar y una videollamada cuando la conversación lo amerita. Contar con todas estas alternativas al alcance en una suite es clave para el funcionamiento del equipo.

Figura 26

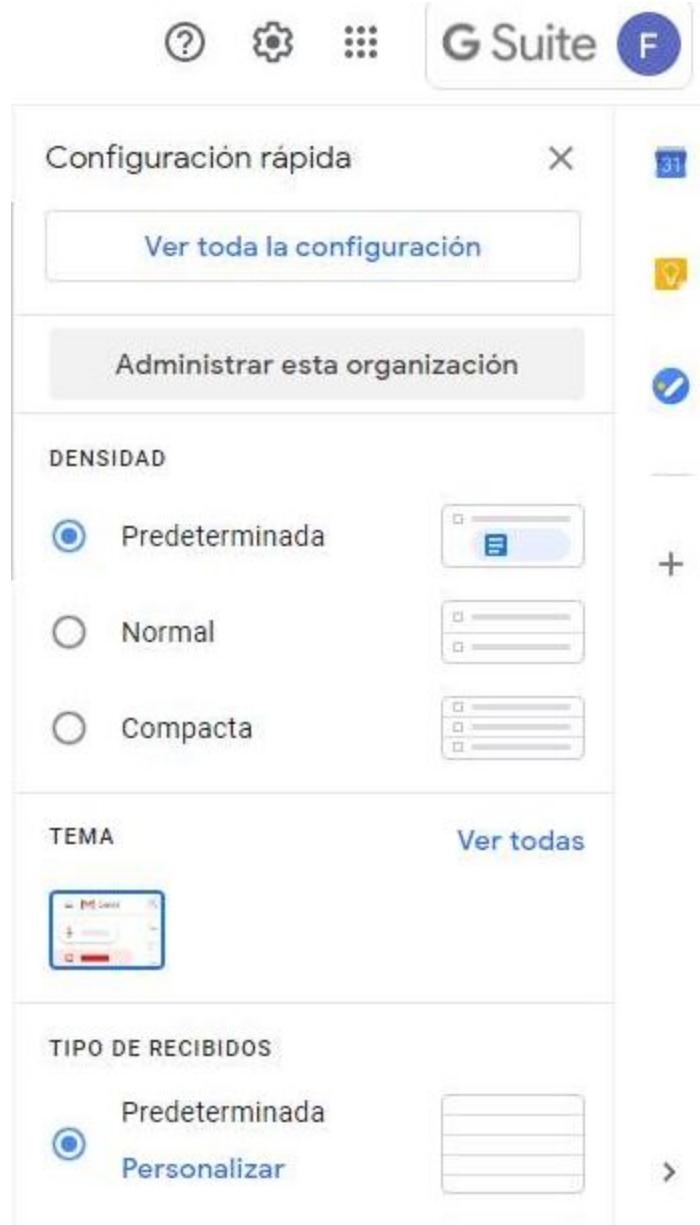


Fuente: Captura de pantalla de Gmail (Buchheit, 2020).

- **Paso 4 – Analiza**

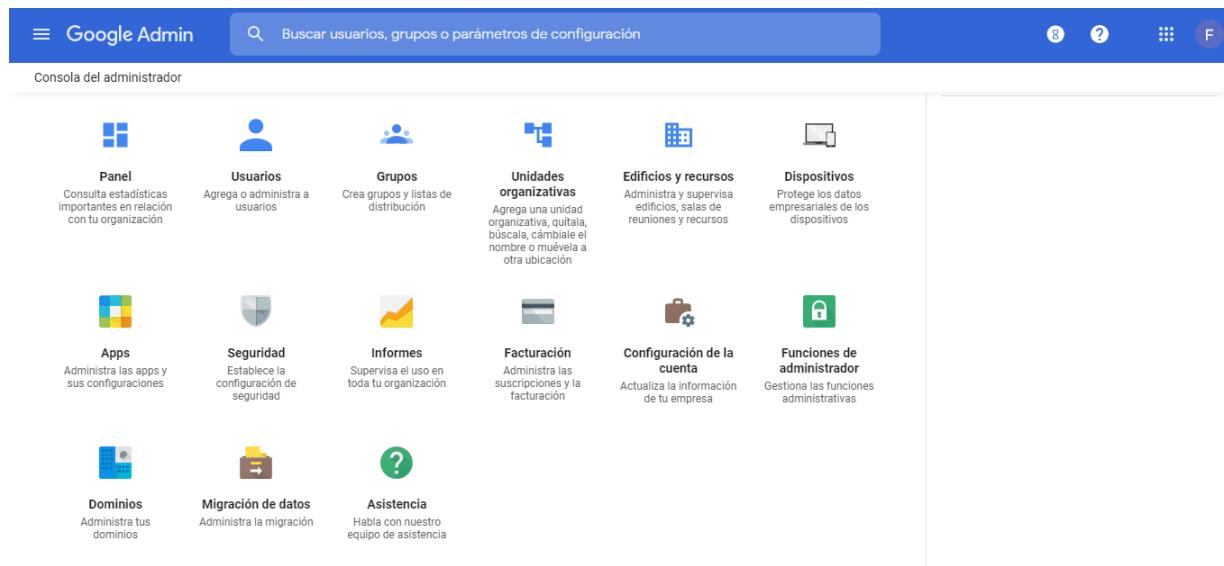
Todas estas herramientas presentan configuraciones, reportes e informes automáticos que te permiten analizar cómo es el comportamiento de los usuarios. En la mayoría de los casos se encuentran en las versiones pagas.

Figura 27



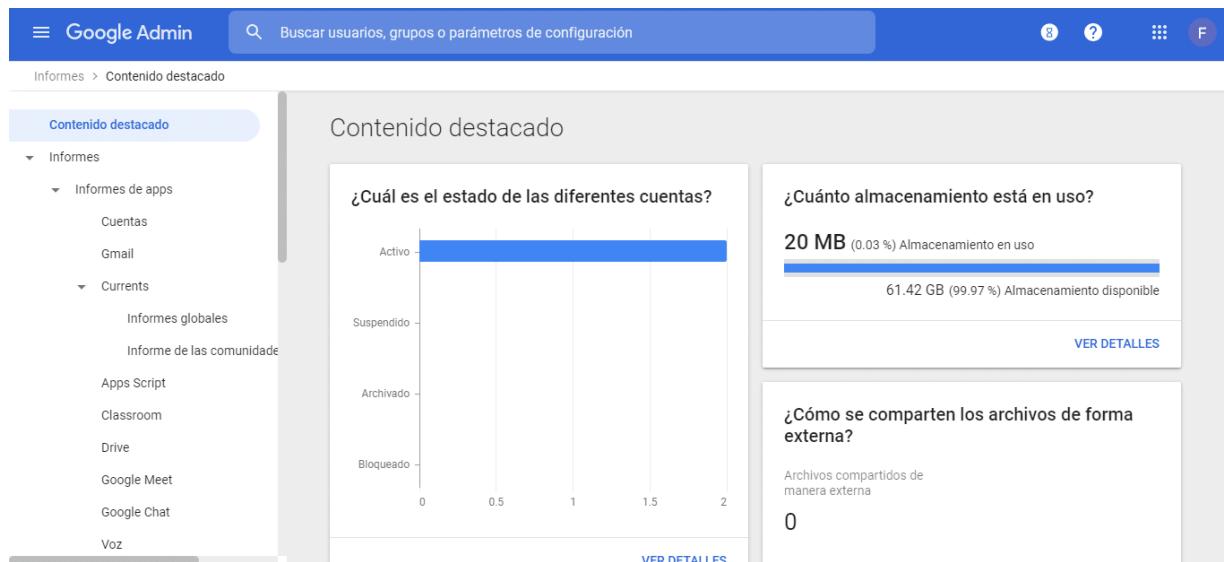
Fuente: Captura de pantalla de Gmail (Buchheit, 2020).

Figura 28



Fuente: Captura de pantalla de Gmail (Buchheit, 2020).

Figura 29



Fuente: Captura de pantalla de Gmail (Buchheit, 2020).

 Podés seguir profundizando el uso de esta herramienta en su propio sitio de acceso y capacitación: <https://gsuite.google.es/intl/es/>

1.2.3 Características y usos de la voz en Internet

Telefonía IP (Protocolo Internet): concepto y funcionalidades

Hace algunos años, las redes de comunicación tradicionales presentaban altos costos que estaban solo al alcance de importantes empresas. Con el advenimiento de las comunicaciones IP, servicios como la telefonía, videoconferencia y otros, se volvieron accesibles para pymes y autónomos.

Si bien la mensajería ha avanzado de manera exponencial, la telefonía también ha dado grandes pasos hacia la internet; y la convergencia de ambos mundos es el resultado de las nuevas formas de transportar voz y datos vía internet.

Esta integración generó una importante simplificación en la estructura de comunicaciones de las empresas, las cuales se preocuparon por contar con buenas conexiones a internet y con anchos de banda aptos para soportar todos los servicios y dejar de lado las centrales telefónicas tradicionales. Todo esto se desarrolló sin perder las funcionalidades típicas del IVR (opciones telefónicas grabadas), colas de atención, etcétera, y sumando un gran número de ventajas.

Esta tecnología puede aprovecharse por medio de los siguientes usos.

- Interconexión de sucursales, oficinas de empresas, clientes externos. Todo bajo un esquema de numeración único y privado. Es lo que permite llamar a otro edificio con un número de “interno”.

- Administración de las llamadas locales e internacionales, optimizando costos. Necesita de la utilización de permisos especiales, por si las comunicaciones requeridas tienen que salir hacia la telefonía tradicional.
- Eliminación de los teléfonos y **hardwares** asociados y reemplazados por **software (softphone)** para las comunicaciones desde la PC e inclusive, tablets y smartphones.
- Simplicidad para ensamblar un centro de atención para ventas o soporte, a un costo muy accesible.

Videoconferencia: tendencias y usos

La videoconferencia se ha alineado con las principales tendencias que reinan en el mercado de la tecnología y la digitalización, que son las siguientes.

Integración

Al igual que otros sistemas, las videoconferencias colaboran con distintas aplicaciones, como chat y **e-mail**. Cada una en su especialidad, pero bajo una interfaz común. Por ejemplo el popular Zoom o Meet (integrada a la **suite** de Google Apps), generan mecanismos que permiten al usuario contar con toda una experiencia integral de comunicación.

Servicios basados en la nube

Si bien existen distintas formas de contar con este servicio, las soluciones web aportan lo mejor para estos tiempos, independizándonos del **hardware** y su mantenimiento. Asimismo, minimizan los costos y sirven para las aplicaciones de videoconferencia.

Movilidad

Las estimaciones indican que crecerán de forma exponencial las videoconferencias desde plataformas móviles. El éxito de Skype y Facetime ya lo demuestra. El potencial actual en materia de **hardware** y **software** aportado por los **smartphones** y **tablets** hace que el soporte para las videoconferencias sea una funcionalidad más dentro las **app stores** (lugares desde donde descargamos las aplicaciones en el celular).

Espacios de trabajo

El espacio de trabajo ya no está representado únicamente por la oficina. Los lugares de interacción digitales y colaborativos ya son un hecho dentro de determinadas comunidades e industrias, y se irán expandiendo hacia todos los rubros. De a poco, el uso de plataformas como Slack combinadas con videoconferencias y espacios de almacenamiento en la nube, terminarán por erradicar al **e-mail** del ámbito laboral.

Calidad

La evolución de las redes, ya sean fijas o móviles, y la disponibilidad de velocidades y anchos de banda cada vez más importantes, combinados con pantallas inteligentes de mayor resolución y tamaño, hacen que el acceso a conferenciar esté al alcance de cualquier usuario, desde cualquier lugar.

Videoconferencia: utilización en el ámbito laboral

Desde hace algunos años los referentes de **marketing** buscan distintas alternativas para contactar a los clientes, puesto que este proceso no resulta nada fácil dada la cada vez más creciente exigencia por parte de los clientes. Las videoconferencias son un mecanismo a tener en cuenta para este fin.

Cuando se comercializa un producto o servicio vía canales digitales, en general, se crea alto tráfico en las redes sociales, portales y blogs. Pero, para ciertas situaciones, la decisión de compra debe ser apoyada por algo más contundente.

Es en ese momento cuando las videoconferencias comienzan a cumplir un rol relevante para mostrar el producto. La simpleza de iniciar un Hangouts, de conectar con Twitter, Facebook o Skype, permite que la fuerza de venta se programe para momentos claves.

En el caso de las empresas que prestan servicios, es factible optimizar las reuniones guiando al usuario a través de la pantalla o compartiendo la sesión para que el mismo vea como desarrollar algún tema específico.

La videoconferencia aporta a las actividades laborales, los siguientes beneficios.

Personalización

Poder conocer al referente del producto o creador de un servicio, siempre estará por encima de cualquier manual.

Retroalimentación

El **feedback** que se obtiene luego de las demostraciones, difícilmente pueda replicarse con otros mecanismos. Los comentarios y percepciones que se tomen de allí pueden ser claves para reenfocar el servicio o el producto.

Capacitaciones

Algunos productos o servicios de alta complejidad requieren de una capacitación previa a la compra. La videoconferencia es una excelente herramienta para este cometido y para colaborar con el proceso de maduración de los potenciales clientes.

Palabra experta

Esta herramienta deja anexar a las capacitaciones la opinión de expertos en distintos temas, de diferentes áreas de la empresa.

Reiteración

Una vez generadas estas capacitaciones, dan la posibilidad a la empresa y a los usuarios de replicar, por medio de Youtube, Vimeo y otras plataformas de video, las sesiones grabadas y de colaborar con el proceso de viralización del contenido.

1.2.4 Herramientas de voz y video

Videoconferencia: clasificación

En las nuevas formas de trabajo distribuido, las videoconferencias permiten mantener la cadencia de las actividades y la calidez de las comunicaciones.

Estar en tiempo real en las oficinas de un proveedor compartiendo datos, audios y videos interactivos es una de las grandes evoluciones de las comunicaciones digitales.

A continuación, desarrollamos las distintas alternativas de implementación con las que se cuenta, en función del tipo de actividad y la calidad requerida por el negocio.

1

Grupal/Punto a Punto: es una alternativa de costo alto, pero muy efectiva para grupos distribuidos. La calidad de la llamada es muy alta. En general, son provistas por los fabricantes de redes como Cisco, Nortel, etcétera y utilizadas en las grandes empresas. Por ejemplo Telepresence (Cisco), una de las más populares e importantes.

2

Videotelefonía: usada para la comunicación personal o videoconferencia escritorio a escritorio, apoyada en redes móviles o fijas de calidad media. Por ejemplo video conferencia de Whatsapp.

3

Broadcasting: resulta muy útil para el caso de la distribución de mensajes y capacitaciones a los equipos. Por ejemplo Webex, plataforma modelo para este escenario.

4

Sesiones por computadoras: con el desarrollo actual, las *laptops* con wifi pueden establecer videollamadas en la mayoría de los escenarios, vía plataformas como Skype o Google Hangouts.

Figura 30: Comparativo principales proveedores de videoconferencia

	UCS Advanced-Pexip Service	Cisco Webex	Teams	Google Hangouts	Go-To Meeting	Zoom (Versión de Pago)	Jitsi Meet
Número máximo de participantes en una reunión	100	Hasta 1000 participantes, 200 dispositivos de video	250	10	(Depende del Plan contratado) 3000	1000	Ilimitada
Instalación de Software	No	Si	Si	No	No	No	No
Host necesita crear una cuenta para agendar y conducir la reunión	Si	✓	Si	Si	Si	Si	No
Participantes necesitan crear una cuenta para participar en la reunión.	No	No	No (Funcionalidades limitadas)	Si	No	Archivo de Instalación	No
Compatible con Navegador Web	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Habilidad de poner en mute a todos los participantes	✓	✓	✓	✗	✗	✓	✓
Videoconferencia grupales	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Llamadas de voz grupales	✓	✓	Soportado con licencia adicional	✓	✓	✓	✓
Uso compartido de la pantalla	✓	✓		✓	✓	✓	✓
Whiteboard (Compartir con anotaciones)	✗	✓	✓	✗	✓ (Solo Mac, disponible en algunos planes)	✓	✗
Mensajes de Chat	✓	✓	✓	✓	Limitado	✓	✓
Participar desde cualquier dispositivo	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Conexión con iOS y Mac	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Interoperabilidad con otras plataformas de videoconferencia	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓
Conexión con salas de reuniones	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✗
Informes y administración de dispositivos, usuarios y salas virtuales.	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✗
Control de la reunión desde la aplicación PC, móvil o web.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Permite streaming corporativo o por internet	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Comunicación encriptada (seguridad)	✓	✓	✓	Parcialmente	✓	✓	✓
Necesidad de soporte técnico para su instalación	No	No	Si	No	No	No	No

Fuente: Calcedo, 2020, <https://bit.ly/3jqKzyA>

Figura 31: Principales plataformas para videoconferencia



Fuente: Adaptación de Suárez, 2020, <https://bit.ly/2EUHSGs>

Figura 32: Principales plataformas VOIP

1. **Jitsi** – Jitsi es la aplicación **Opensource** más innovadora de todas, realmente buena a la hora de realizar videoconferencias.
2. **Mumble** – Excelente aplicación de **chat** con voz, inclusive en grupo.
3. **Ekiga** – Aplicación de VoIP y videoconferencia creada para **GNOME**.
4. **Linphone** – Softphone de voz sobre IP con cliente y servicio SIP.
5. **qTox** – Chat, voz, video y transferencia de archivos, con cliente de mensajería instantánea incluido. Incluye cifrado de punto a punto. Recomendado.
6. **Empathy** – Mensajería instantánea y cliente de voz sobre IP para **Gnome**.
7. **Asterisk** – Asterisk es la aplicación más completa que existe, ademas es **opensources**
8. **FreeSWITCH** – Plataforma para que desarrolles tu aplicación de telefonía VoIP.
9. **GNU Gatekeeper** – Cuenta con muchísimas características, ademas de implementar el controlador de acceso **H.323**.
10. **Discord** – Chat de voz y texto para **gamers**.
11. **TeamSpeak** – Aplicación bastante popular y muy estable.
12. **Skype** – Llamadas telefónicas gratuitas a través de Internet.

Fuente: Sergio G.B., 2018, <https://bit.ly/3cLkWpz>

Tabla 3: Comparativo tecnologías de videoconferencia

Característica/ Capacidad	Video conferencia	HD Video conferencia	Telepresencia
Costo	Gratis	USD 1000	USD 10 a 1000
Calidad imagen	Baja a buena	Buena a excelente	Excelente
Requerimiento de ancho de banda	100 Kb por segundo	100 Kb por segundo a Mbps	1 Mbps a 50 Mbps
Número de participantes	2 o más	2 o más	Muchos
Interoperativid ad con otros sistemas	Común	Limitado	Muy limitado
Posición de cámara	Fija o variable	Fija o variable	Fija
Fotoprint	Variable	Variable	Fijo
Plataforma	Software o hardware	Hardware	Hardware

Fuente: Elaboración propia.

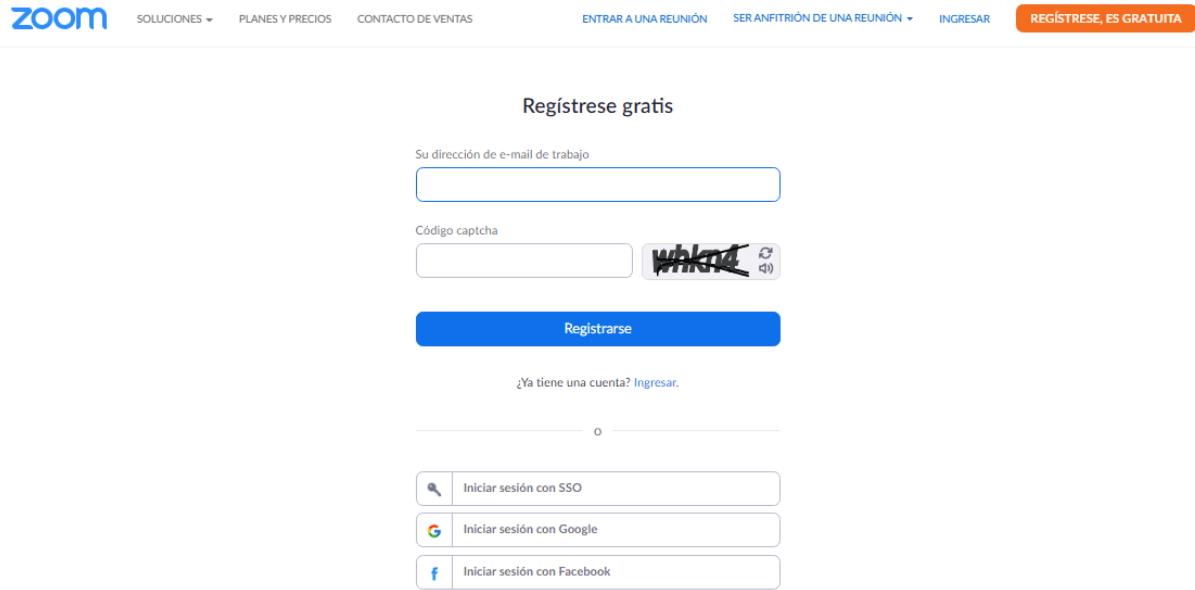
¿Sabías que las plataformas líderes de mensajería, como Whatsapp, Snapchat, Wechat y Line, están invirtiendo grandes sumas de dinero en sus tecnologías de videoconferencia para tratar de aprovechar su masa crítica de usuarios y hacer evolucionar sus servicios hacia el video, pasando a competir directamente con Skype / Zoom y los líderes de este segmento?

¡Ahora, a practicar! Ejemplo: Zoom

- **Paso 1 – Ingresá o registrate**

Accedé a través de <https://zoom.us/>. Como en la mayoría de estas herramientas, tendrás que ingresar algunos datos personales y podrás acceder a tu cuenta. En el caso de Zoom, la versión paga tiene más funciones, pero con la versión gratuita podrás hacer la mayoría de las actividades.

Figura 33: Acceso a Zoom

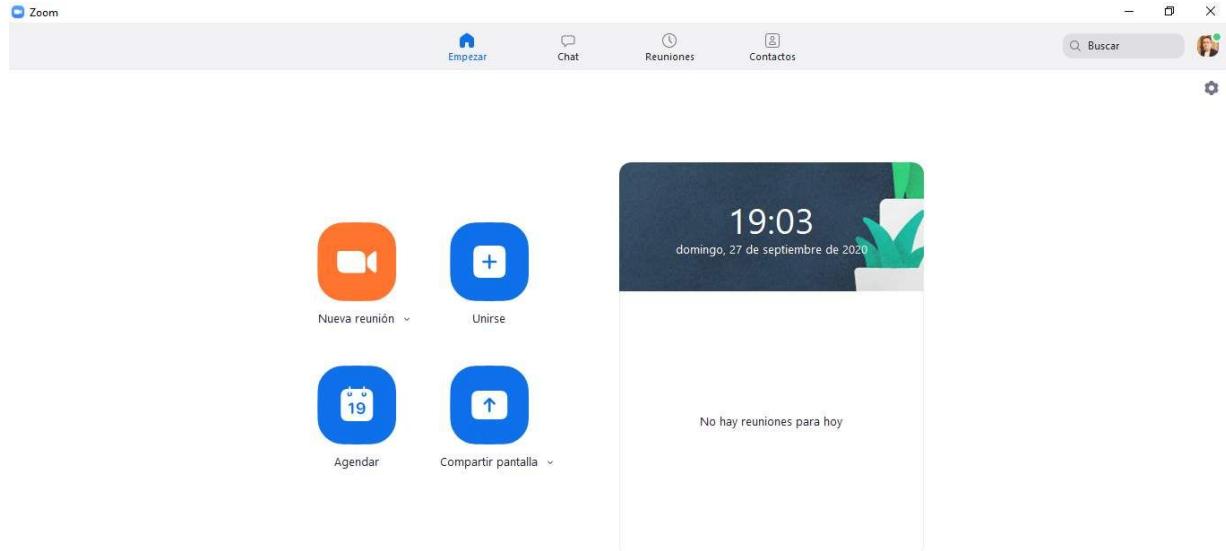


Fuente: Captura de pantalla de Zoom (<https://zoom.us/>).

● Paso 2 – Configura

Ahora ingresá tu cuenta de Zoom a través del navegador, o tenés la alternativa de descargar la versión de escritorio o celular. Esta última te permitirá algunas funciones adicionales muy útiles, por lo que se recomienda.

Figura 34: Interfaz de Zoom

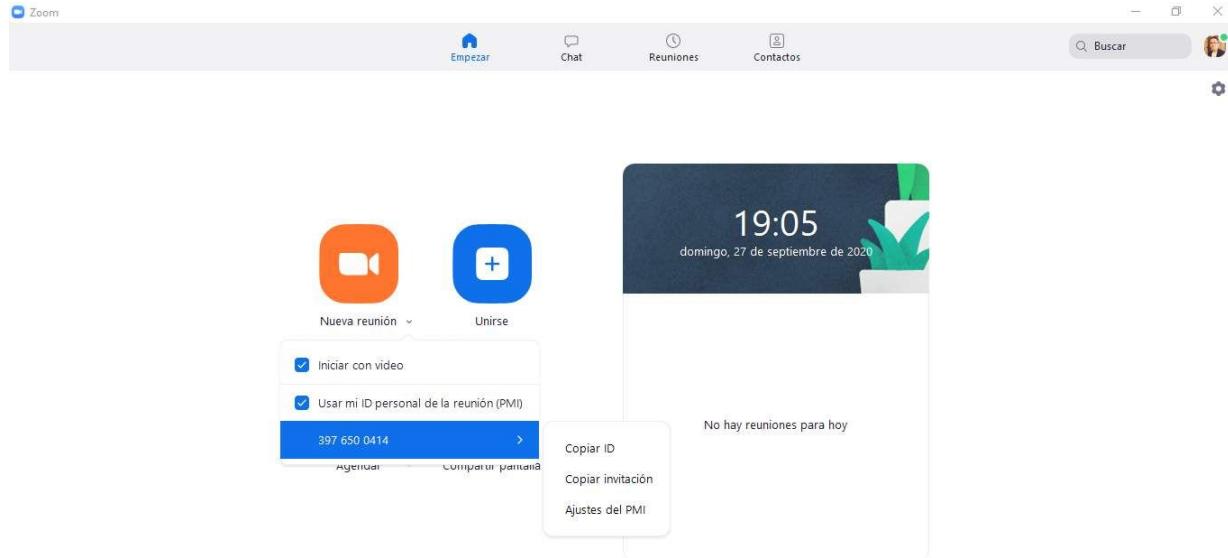


Fuente: Captura de pantalla de Zoom (<https://zoom.us/>).

- **Paso 3 – Ejecutá**

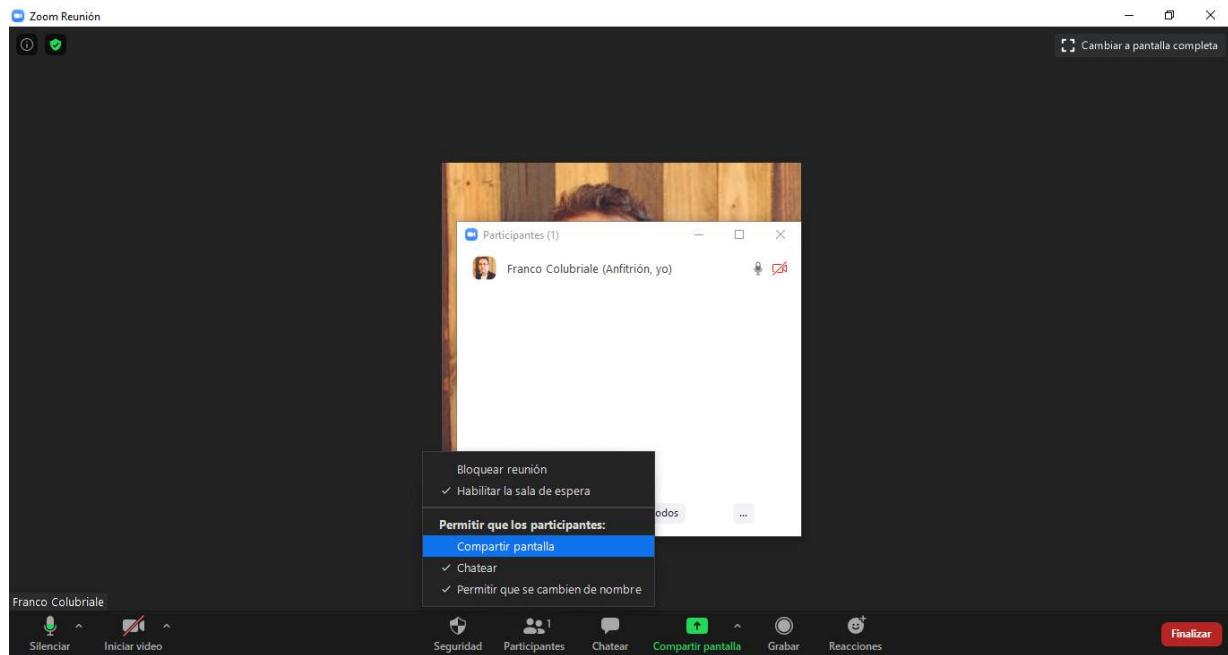
Iniciá la videollamada haciendo clic en cualquiera de estas opciones, a partir de allí te aparecerá la siguiente pantalla. La acción de copiar el link de acceso a una reunión es muy práctica y te permite enviarlo por Whatsapp, **e-mail** u otro medio. Este es un link único para tu usuario (PMI).

Figura 35: Acceso a sala Zoom



Fuente: Captura de pantalla de Zoom (Yuan, 2020).

Figura 36: Opciones de sala Zoom



Fuente: Captura de pantalla de Zoom (Yuan, 2020).

Es importante **setear** las opciones de seguridad, allí podemos indicar si usaremos la “sala de espera”, que te permite dar acceso a la reunión usuario por usuario, para que no ingresen de manera indeseada.

Figura 37: Seteo de sala Zoom

Programar reunión X

Programar reunión

Tema

Reunión Zoom de Franco Colubriale

Inicio: do. septiembre 27, 2020 20:00

Duración: 0 hora 30 minutos

Reunión recurrente Zona horaria: Buenos Aires, Georgetown

ID de la reunión

Generar automáticamente ID personal de la reunión 397 650 0414

Contraseña

Requerir contraseña de reunión

Vídeo

Hospedador: Encendido Apagado Participantes: Encendido Apagado

Calendario

Outlook Calendario de Google Otros calendarios

Opciones avanzadas

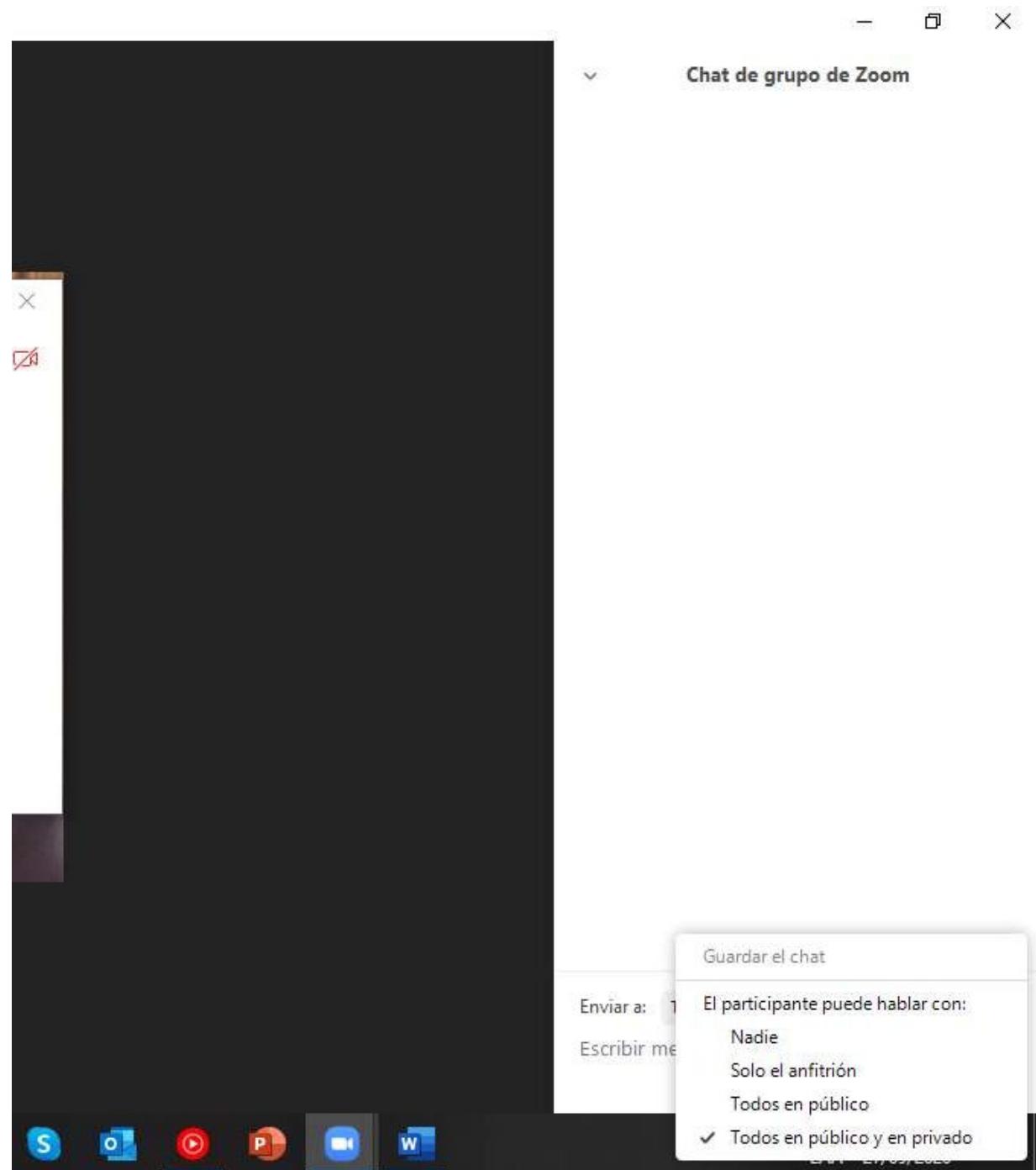
Habilitar la sala de espera
 Habilitar entrar antes que el hospedador
 Silenciar a los participantes al entrar

Fuente: Captura de pantalla de Zoom (Yuan, 2020).

La otra alternativa es programar la reunión. Esto permitirá configurar para ese evento los detalles que necesites. Por otro lado, te permitirá integrar la misma con el calendario de Outlook, Google y otros. En

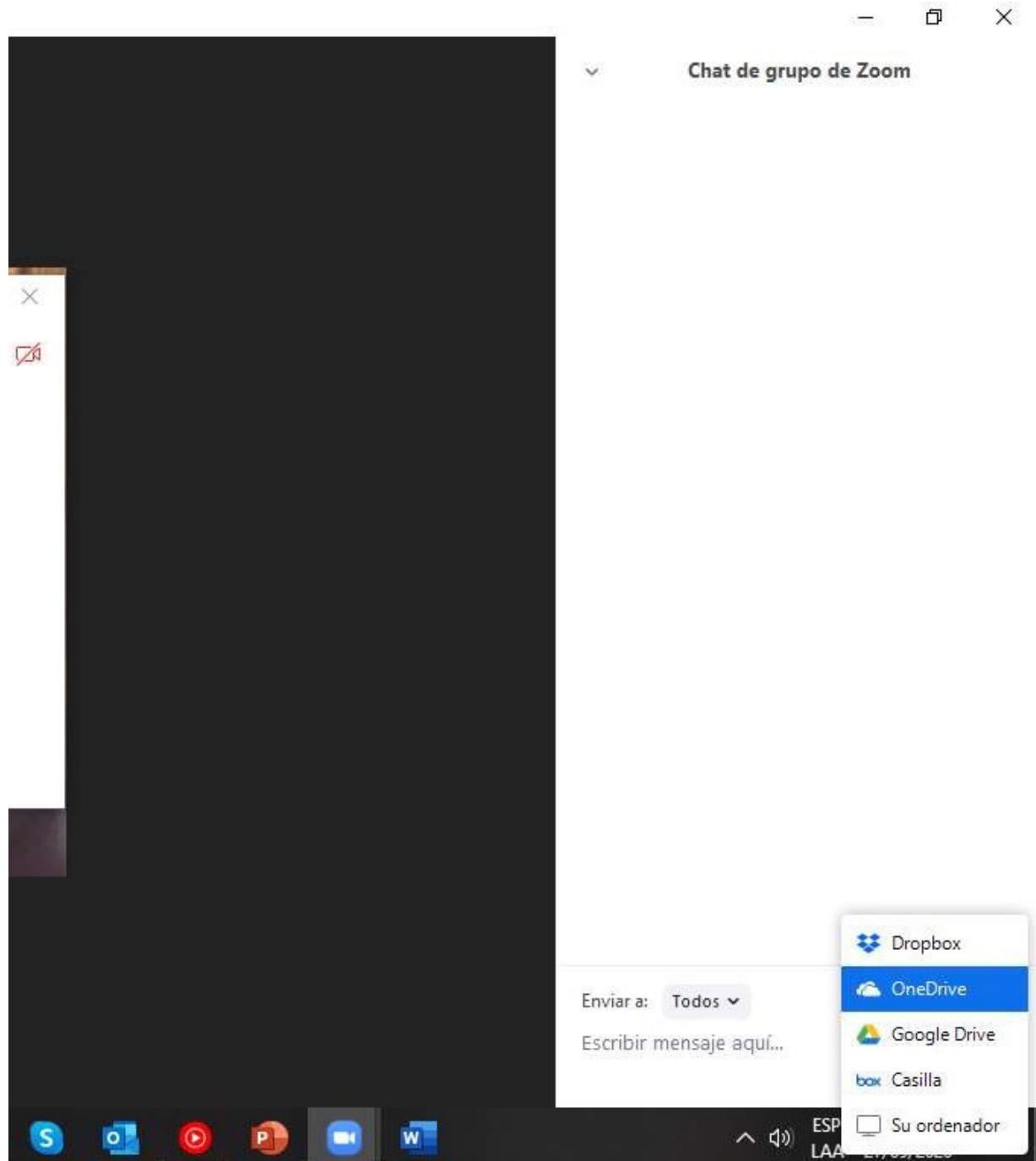
este caso te pedirá la contraseña para que cada vez que programes una reunión ya te aparezca en tu calendario personal.

Figura 38: Administración de sala Zoom



Fuente: Captura de pantalla de Zoom (Yuan, 2020).

Figura 39: Envío de archivos en sala Zoom



Fuente: Captura de pantalla de Zoom (Yuan, 2020).

Algo muy relevante para cuando tenés reuniones numerosas, es que podrás **setear** las opciones de chat y también enviar y recibir archivos por este medio.

Más allá de lo técnico, ya sea en Zoom u otra herramienta, debés manejar ciertas pautas de buen uso y seguridad uso tales como:

- Protege tu cuenta, con los aspectos básicos de seguridad. Usa una contraseña única para esta aplicación y la autenticación de dos factores.
- Usa el correo de tu trabajo para registrarte en Zoom o bien una cuenta de un proveedor popular como Google, Outlook, etc.
- Está atento a las falsas aplicaciones de Zoom y otros. Ten presente al momento de descargar la aplicación en visitar el sitio oficial, existen muchos enlaces inválidos que piden tus datos al momento de descarga o registro.
- No utilices las redes sociales para compartir los enlaces a conferencias. Esto puede generar que tu sala se difunda más allá de lo que deseas.
- Protege cada reunión con una contraseña. De esta manera evitarás que personas no deseadas ingresen a la reunión sin invitación.
- Activa la sala de espera. Este mecanismo te permite una doble validación e ir dando acceso en el momento que estés listo.
- Presta atención a la función de compartir pantalla. En principio deja solo al anfitrión esta función y, por otro lado, revisa de compartir solo la pantalla que estás presentando y no toda tu computadora.
- Usa el cliente web si es posible o bien mantén siempre actualizada la versión de descarga. Esto es clave ya que de manera periódica se hacen mejoras principalmente sobre la

seguridad.



No confíes en el cifrado de extremo a extremo. Si bien todas las aplicaciones hablan de esto, lo cual indica que esa comunicación será totalmente privada, está probado que expertos o los mismos empleados de la plataforma pueden interferir o visualizar lo que comunicas.

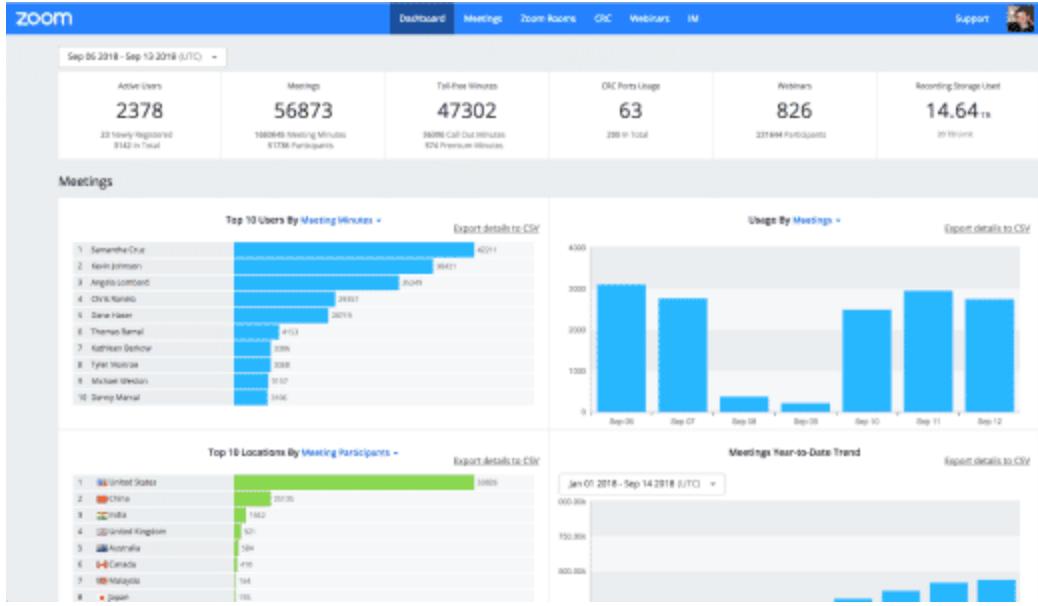


Piensa en lo que la gente puede ver o escuchar. Está atento al ambiente, a los sonidos, a tus gestos, etc. En muchas situaciones los interlocutores se relajan y suceden situaciones no deseadas.

- **Paso 4 – Analizá**

Como citamos anteriormente, la versión **full** te permitirá monitorear el acceso a las reuniones por parte de tu equipo y usuarios. Esto es relevante cuando debés controlar por cuestiones laborales la participación de estos.

Figura 40: Versión full de Zoom

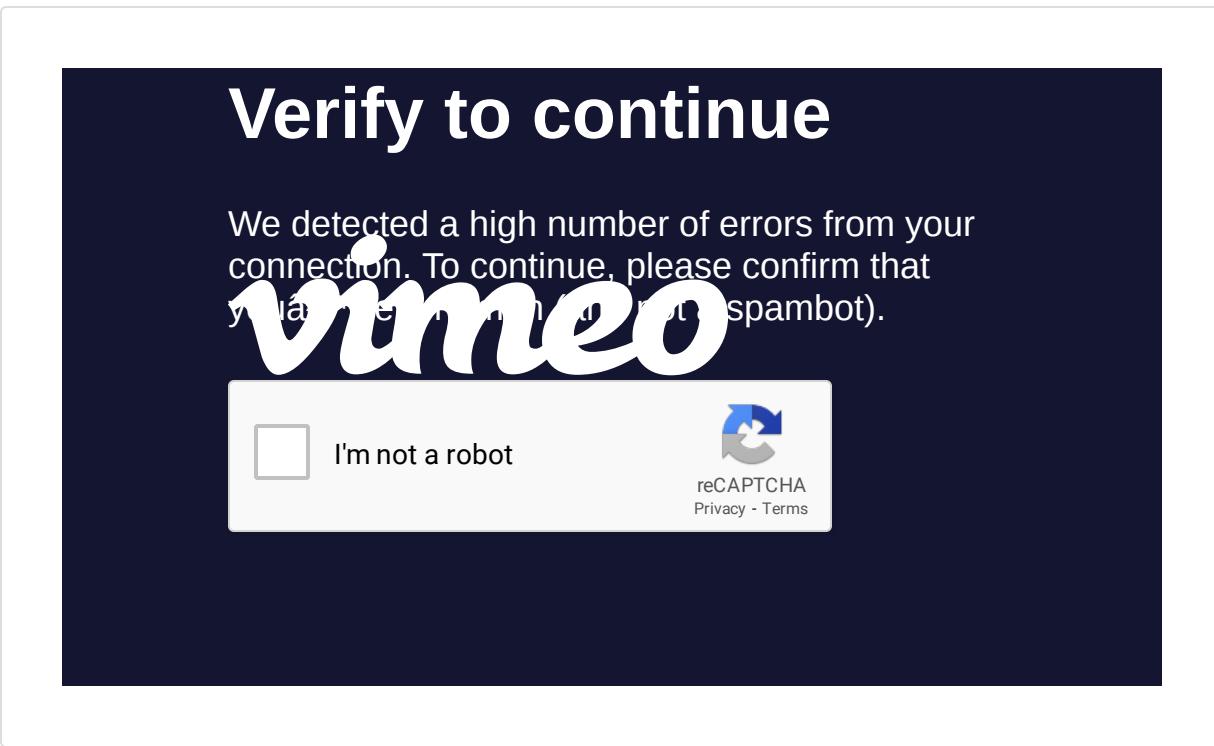


Fuente: Captura de pantalla de Zoom (Yuan, 2020)

i Podés seguir profundizando el uso de esta herramienta en su propio sitio de capacitación: <https://support.zoom.us/hc/es>

CONTINUAR

Video de habilidades



En el video anterior hemos visto la importancia que ha adquirido el home office en los últimos tiempos debido a una situación sanitaria que ha afectado a todo el mundo. Por lo tanto, contar y gestionar adecuadamente herramientas de comunicación se vuelve necesario, para que el trabajo y el desempeño de los trabajadores sea óptimo.

Debido a toda la situación y medidas sanitarias que se han tomado en Argentina, tu jefe les pide que hagan un análisis de las herramientas de comunicación

necesarias para no interrumpir la operatoria y dinámica diaria entre los trabajadores empresa durante el home office. Como se comprarán las licencias necesarias, se precisa seleccionar las mejores herramientas. ¿Qué aspectos deberías tomar en cuenta?

- Usabilidad intuitiva.
- Soporte de asistencia.
- Reutilización del contenido.
- Permita el contacto con el cliente externo.

SUBMIT

De acuerdo a la situación anterior y los aspectos que has evaluado, selecciona las dos herramientas más apropiadas de la lista que se presenta a continuación:

- Plataforma de video.



Slack.



Plataforma de gestión de redes sociales.



Plataforma de videoconferencia.

SUBMIT

La empresa para la cual trabajas ha decidido que hasta mediados del año que viene se trabajará bajo la modalidad de home office o Teletrabajo. Perteneces al equipo de Comunicaciones, un equipo interdisciplinario creado a raíz de esta situación y han decidido emplear una estrategia de comunicación para los trabajadores, con algunas normativas, tips y herramientas de teletrabajo, a través de mensajería instantánea. En este sentido, ¿qué aspectos claves no deben faltar en este plan?



Crear un calendario de comunicaciones.



Establecer un esquema de seguimiento.

- Tener en cuenta el tamaño del equipo.
- Hacer un filtro de los mensajes que se desean enviar.

SUBMIT

Debido a que la empresa ha decidido trabajar en modalidad home office hasta mediados del año que viene, las oficinas de atención al cliente estarán cerradas, y por lo tanto están utilizando con mayor frecuencia las redes sociales para hacer consultas, acceder a información, etc. Hasta ahora a las redes sociales las estaba llevando una sola persona de forma bastante manual, pero ya no es suficiente, por lo que propones invertir en un software de gestión de redes sociales, tu equipo no está muy convencido, pero resaltas sus beneficios indicando que:

-
- Ayuda a responder los comentarios, sin que se pierda en la multitud.
 - Reduce el tiempo y esfuerzo de publicar simultáneamente en múltiples plataformas.

Permite crear listas para segmentar envíos de mensajes.

Administración de llamadas locales.

SUBMIT

¿Cuáles son algunas de las ventajas que tiene la videoconferencia en el trabajo home office?

Presentar demostraciones sobre algún servicio.

Capacitar a un equipo de trabajo o clientes con mayor rapidez.

Romper las barreras de tiempo y espacio, ya que la oficina no es el único lugar de trabajo.

Simplificar el centro de atención.

SUBMIT

CONTINUAR

Cierre

¿Qué permiten las herramientas de comunicación?

- Minimizar tiempos y costos, partiendo de una premisa en la cual el usuario es el centro de atención. El avance del software hoy en día nos permite enfocarnos distinto, ya que como se han abstraído tanto los conceptos técnicos podemos concentrarnos en las reales necesidades de las personas que lo van a utilizar.
- Mejorar los procesos de entrenamiento pensando desde un inicio en los elementos de las aplicaciones, con la mente puesta en el usuario. De esta forma, el uso y mantenimiento de los programas se dará con mucha más fluidez y serán comprendidos en menor tiempo.

Los principales medios de interacción

Las aplicaciones que la tecnología actual ofrece al usuario para relacionarse son infinitas. Algunas de ellas son:

- Blogs: una aplicación conocida como diario personal online, con comentarios y citas cruzadas a otros blogs.
- Plataformas de redes sociales: aplicación donde se comparten juegos, videos y fotografías. Por ejemplo, Facebook, Instagram.
- Microblogging: aplicación donde se difunden noticias y contenidos en formato breve. Por ejemplo, Twitter.
- Música y podcasting: archivos de sonido en línea o que se descargan y pueden escucharse y reproducirse en cualquier momento. Por ejemplo, Soundcloud, Spotify, Youtube Music, etcétera.

- Wikis: aplicación donde se coeditan de forma participativa enciclopedias en línea. Por ejemplo, Wikipedia.
- Redes profesionales: sitios que permiten compartir experiencias de trabajo y armar búsquedas laborales. Por ejemplo, Linkedin, Infojobs, etcétera.
- Plataformas de video: espacios para subir y compartir videos, ya sea personales o profesionales como Youtube, Vimeo, Twitch, TikTok, entre otras.
- Aplicaciones de video conferencia: Skype, Hangouts, Zoom, entre otras, son aplicaciones que dejan establecer comunicaciones de voz y video, compartir pantalla, archivos y chatear con usuarios de todo el mundo.
- Mensajería: aplicaciones que permiten el envío y recepción de mensajes. También existen opciones de intercambio de mensajes en muchas otras herramientas, con marcada similitud en la forma. Por ejemplo, Whatsapp, Snapchat, WeChat, etcétera.
- Telefonía IP: nueva versión del teléfono fijo, con la que cuentan muchas de las empresas más modernas.

¿Qué aportan las redes sociales?

- Integración
- Amplificación
- Reutilización
- Contacto con los clientes y potenciales
- Feedback

Criterios para la elección de una plataforma de gestión de redes

Debemos tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Tamaño del equipo;

- Gratis frente a pago;
- Canales sociales.

Fundamentos de mensajería

Los servicios de mensajería instantánea (IM) proveen comunicación bidireccional entre dos dispositivos y para que estos funcionen es necesario que cuenten, en ambos extremos de la comunicación, con el software necesario para establecer el diálogo.

Características y usos de la voz en Internet

Hace algunos años, las redes de comunicaciones tradicionales presentaban altos costos que estaban solo al alcance de importantes empresas. Con el advenimiento de las comunicaciones IP, servicios como la telefonía, la videoconferencia y otros se volvieron accesibles para pymes y autónomos. Si bien la mensajería ha avanzado de manera exponencial, la telefonía también ha dado grandes pasos hacia la internet; y la convergencia de ambos mundos es el resultado de las nuevas formas de transportar voz y datos vía Internet.

Esta integración generó una importante simplificación en la estructura de comunicaciones de las empresas, las cuales se preocuparon por contar con buenas conexiones a Internet y con anchos de banda aptos para soportar todos los servicios y dejar de lado las centrales telefónicas tradicionales. Todo esto se desarrolló sin perder las funcionalidades típicas del IVR (opciones telefónicas grabadas), colas de atención, etcétera, y sumando un gran número de ventajas.

CONTINUAR

Referencias

[Imagen sin título sobre Comportamiento de usuarios en Internet]. (s/f). Recuperada de <https://yiminshum.com/social-media-argentina-2020/>

[Imagen sin título sobre Comparativo de Gmail vs Outlook.com]. (s/f). Recuperada de <http://magazine.ledculture.com/2015/07/guia-comparativa-entre-gmail-y-outlook.html>

[Imagen sin título sobre plataformas de gestión de social media]. (s/f). Recuperada de <https://media.trustradius.com/downloads/smmslandscape.jpg>

Buchheit, P. (2020). Gmail [Proveedor de servicios de correo electrónico]. California, Estados Unidos.

Calcedo, N. (3 de abril de 2020). ¿Qué sistemas de videoconferencia hay para empresas? Comparativa 2020. En **Ricoh**. Recuperado de <https://digital.ricoh.es/sistemas-videoconferencia-profesionales-comparativa-2020/>

Campaña, X. (20 de mayo 2020). La pandemia de COVID-19 ha cambiado la educación para siempre. En **ITConsultors**. Recuperada de <https://www.itconsultors.com/la-pandemia-de-covid-19-ha-cambiado-la-educacion-para-siempre>

Devaney, E. (31 de mayo de 2016). Why Slack's Growth Strategy Led to Billions Without A Sales Team. En **DRIFT**. Recuperado de <https://www.drift.com/blog/how-slack-grew/>

Digital Marketing Tool. (s/f). 12+1 herramientas para gestionar redes sociales sin tener tiempo. En **Digital Marketing Tool**. Recuperado de <https://digitalmarketingtool.net/herramientas-para-gestionar-redes-sociales/>

Goujon, A. (21 de agosto de 2013). El 51,4% de usuarios latinoamericanos utiliza redes sociales con fines corporativos. En **Welivesecurity**. Recuperado de <https://www.welivesecurity.com/las-2013/08/21/51-usuarios-latinoamericanos-utiliza-redes-sociales-fines-corporativos/>

Holmes, R. (2020). Hootsuite [plataforma para el manejo de redes sociales]. Vancouver, Cánada.

Jeffrey Funk Business Models [nombre de usuario]. (2015). HipChay vs. Slack. En **Slack** [PPT en línea]. Recuperada de <https://www.slideshare.net/funk97/slack-55145122>

Sergio G. B [nombre de usuario]. (18 de junio de 2018). Las mejores aplicaciones gratuitas de VoIP. En **SoloLinux**. Recuperado de <https://www.sololinux.es/las-mejores-aplicaciones-gratuitas-de-voip/>

Suárez, M. (25 de agosto de 2020). Los mejores 11 programas para videoconferencias en 2020. En **HubSpot**. Recuperado de <https://blog.hubspot.es/sales/programas-videoconferencias>

Toquigo [nombre de usuario]. (20 de marzo de 2016). Uso seguro y saludable de Internet: Redes Sociales. En **Toñi Quiñones**. Recuperado de <https://toquigo.com/2016/03/20/uso-seguro-y-saludable-de-internet-redes-sociales/>

Yuan, E. (2020). Zoom. [Programa de videollamadas]. California, Estados Unidos.