



Bloque

6

Bloque 6

Desarrollando nuestras habilidades técnicas específicas y tecnológicas específicas en relación con el proyecto de la miniempresa

B6.1 Las herramientas tecnológicas de comunicación

B6.1.1 Correo electrónico

B6.1.2 Blogs

B6.1.3 Facebook

B6.1.4 La nube o *cloud computing*

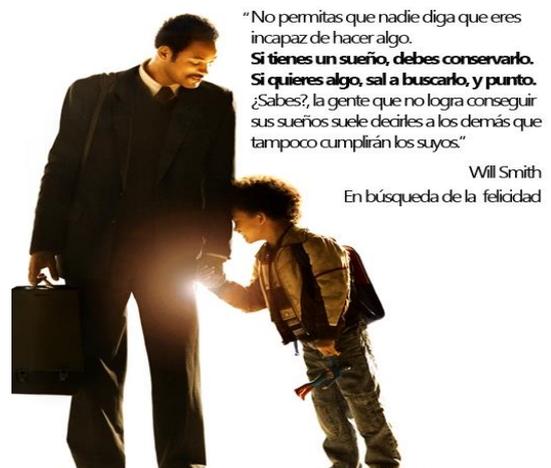
Este bloque tiene por finalidad conocer las herramientas tecnológicas de comunicación que todo emprendedor debe manejar para establecer una forma virtual de contactarse con sus clientes o con sus futuros clientes, en función de sus características.

Te proponemos algunas actividades que te ayudarán a utilizar estas herramientas tecnológicas en beneficio de tu miniempresa.

Lee y reflexiona sobre las siguientes frases, que forman parte de los diálogos de la película *En busca de la felicidad*.

¿A qué compromisos te llevan con tu proyecto de vida?

¿A qué compromisos te llevan con la miniempresa?



“No permitas que nadie diga que eres incapaz de hacer algo.
Si tienes un sueño, debes conservarlo. Si quieres algo, sal a buscarlo, y punto.
¿Sabes?, la gente que no logra conseguir sus sueños suele decirles a los demás que tampoco cumplirán los suyos.”

Will Smith

En búsqueda de la felicidad

B6.1 Las herramientas tecnológicas de comunicación

En la gestión empresarial se emplean muchísimo las herramientas tecnológicas, lo que facilita los negocios más allá de las fronteras de nuestro país. Existen programas gratuitos que podemos utilizar. El presente bloque está dedicado a iniciarnos en el uso de estas herramientas.



Comenzaremos esta aventura tecnológica precisando ciertas herramientas de comunicación que todo empresario emprendedor debe conocer y manejar. Las herramientas de comunicación son aquellas mediante las cuales se logra respuesta del receptor (público). En este caso, el emisor (emprendedor) envía el mensaje y espera posible información de retorno.

B6.1.1 Correo electrónico



Es un sistema de envío y recepción de correo mediante el uso de una computadora u otro dispositivo electrónico, de manera que se utilice una red de área local (LAN), internet o conexiones inalámbricas para su transmisión y recepción. Se conoce también como *e-mail* (*electronic mail*). “Mensajería electrónica” es una acepción más restrictiva, que suele referirse a mensajes enviados desde dispositivos de comunicaciones, como teléfonos móviles.

El correo electrónico se basa en el envío y la recepción de mensajes. Un mensaje de *e-mail* consta de un cuerpo de texto, un apartado de asunto y la dirección del o de los destinatarios, además de los códigos de prioridad y urgencia. Sumado a ello, según los casos, se puede incluir archivos adjuntos, que son elementos adicionales creados por programas externos e insertados en el mensaje antes de su envío.

El principal problema actual es el correo no deseado; es decir, la recepción de correos no solicitados, normalmente de publicidad engañosa, y que llega en grandes cantidades, promoviendo pornografía y otros productos y servicios de calidad sospechosa. Usualmente, los mensajes indican como remitente del correo una dirección falsa de alguien que conozcas. Por esta razón, es más difícil localizar a los verdaderos remitentes, y no sirve de nada contestar a los mensajes de correo no deseado: las respuestas serán recibidas por usuarios que nada tienen que ver con tus contactos.

Entre los sitios más conocidos para crear correos gratuitos tenemos los siguientes:

- www.gmail.com
- www.hotmail.com
- www.yahoo.com
- www.latinmail.com

Actividad

Puedes consultar los siguientes videos tutoriales sobre cómo crear una cuenta, y en equipo deben crear un correo electrónico para su miniempresa.

Crear una cuenta en hotmail.com: <https://youtu.be/K4rDyVzW0Zo>

Crear una cuenta en gmail.com: <https://youtu.be/xF628WqDZN4>

Crear una cuenta en yahoo.com: <https://youtu.be/DFliDC-Doks>

Crear una cuenta en latinmail.com: <https://youtu.be/Wu5g8LyVxek>

B6.1.2 Blogs

Un blog constituye una herramienta de colaboración asincrónica que permite que cualquiera pueda expresar ideas y poner contenidos a disposición de otros en la web de una manera sencilla, a modo de diario, aunque se escriba con la regularidad que se desee. Por lo general, los blogs son entornos con las siguientes características:



- Son colaborativos: ya que permiten que otros internautas añadan comentarios a las entradas iniciadas por el creador del blog.
- Son definibles: es decir, es posible delimitar quiénes pueden añadir comentarios, lo que permite que se creen entornos restringidos, aunque a la vez sean públicos y visibles a cualquier otro usuario web.
- Son interactivos: pueden enlazarse con otros sitios web, videos, audios, etc., dando acceso a otros contenidos y permitiendo la puesta en práctica de otras habilidades lingüísticas. En algunos espacios se puede incluso subir archivos de audio (*podcasts*).
- Son gratuitos: existe un gran número de espacios donde crear blogs que no incluyen ningún tipo de publicidad.

En la siguiente tabla te mostramos algunos ejemplos de tipos de blogs:

El diario personal . Resulta sencillo escribir sobre los acontecimientos de nuestra vida y sobre las experiencias personales, pero se suele hacer pensando en que la crónica relatada pueda ser útil para los lectores.	La página personal . No hay que confundirla con el diario, pues este se limita a acontecimientos biográficos. La página personal es la expresión de las aficiones o intereses de quien ha creado el blog.	La página profesional . Es un tipo de blog más elaborado, que consiste en la publicación de experiencias profesionales del usuario, además de información de interés proveniente de otras fuentes o blogs.
El blog informativo . Es uno de los más habituales en la red, pues la información es muy demandada. Este tipo de blog filtra los contenidos de otros blogs o páginas web para ofrecer a sus lectores solo la información o las noticias que se adaptan a su temática.		El blog de empresa o institucional . Este tipo de blog, en cambio, no abunda tanto comparado con los anteriores, pero cada vez se ven más, pues resultan útiles para ofrecer información y servicios.

Algunos sitios que permiten crear blogs de manera gratuita son estos:

- Blogger: <http://www.blogger.com/>
- Word Press: <http://wordpress.com/>
- blog.co.uk: <http://www.blog.co.uk/>
- Live Journal: <http://www.livejournal.com/>
- Blogia: <http://www.blogia.com/>
- Edublogs: <http://edublogs.org/>
- Googleblogs: <http://blogsearch.google.com/> 

Actividad

Observa el video “Pasos para crear un blog”:

http://www.youtube.com/watch?v=tgg7oDPRCs8&feature=player_embedded

Recomendamos ver también este video:

http://www.youtube.com/watch?v=aUbj1KjdVck&feature=player_embedded

Después de conocer más de cerca el mundo de los blogs y sus utilidades, haz una lista con los objetivos que tendría el blog de tu equipo, en función del bien o servicio que hayan escogido. Luego ya podrán crear el blog de la miniempresa.

B6.1.3 Facebook



Es una herramienta social que nos conecta con gente, marcas y organizaciones que nos importan. Fue fundada en el año 2004 y rápidamente se ha convertido en una de las plataformas más usadas y visitadas por gente de todas las edades para comunicarse y conectarse con amigos y otras personas con quienes trabajan, estudian o comparten sus vidas.

Es fundamental subrayar el enorme potencial de Facebook como una herramienta para el empresario emprendedor. Vamos a ver, por tanto, algunos de los beneficios más importantes que Facebook te puede aportar en este terreno:

- Facebook es una red social tan importante y con un número tan grande de usuarios que, simplemente por eso, tiene que ser sí o sí un pilar en tu estrategia 2.0 para la creación de tu marca personal.
- Incremento de la visibilidad y *marketing* gratuito para tu empresa, aplicado a las marcas. Sin embargo, para que sirva hay que saber emplearlo. La potencia de Facebook no está en usarlo como un simple canal de publicidad, sino en saber interactuar con la red con un toque más humano, que genere interés en sus usuarios. Facebook tiene un *feeling* informal y muy humano, por lo que es básico sintonizar con esto para tener éxito con una marca. De no hacerlo, es complicado enganchar a los usuarios, pero si logras cogerles “la onda”, tendrás a tu disposición una potente herramienta de *marketing*. Y, además, gratis.
- Por otra parte, si estás dispuesto a invertir un poco de dinero, Facebook está empezando a lograr un éxito considerable con su plataforma de publicidad *online* Facebook Ads. Su popularidad se debe en gran medida a la relación calidad-precio que, según algunos testimonios, es sensiblemente mejor que la de otras alternativas consolidadas, como AdWords.
- Las páginas de Facebook (se siguen llamando páginas de fans) son una gran oportunidad para fidelizar clientes. Simplemente haciendo clic en el botón de “Me gusta” un usuario no solamente expresa públicamente que le agrada el titular de la página (una marca, un profesional, etc.), sino que, además, se suscribe para recibir las publicaciones de esa página; es decir, en términos de Twitter, se convertiría en un seguidor de tu página. Por tanto, una vez que un usuario se haya conectado a tu página(s), tendrás una gran oportunidad de proveerle información interesante y de usarla también para realizar ciertas tareas de atención y servicio a los usuarios.

Para que con tu miniempresa le des un buen uso a esta herramienta, es necesario que sepas con claridad para qué utilizarás Facebook. En primer lugar, define cuáles son tus objetivos en esta red social:

- Generar negocio.
- Relacionarte con tus clientes y compradores potenciales.
- Informar sobre tus productos o servicios.

Actividad

Después de establecer los objetivos de la miniempresa para utilizar Facebook, es hora de crear la página.

Puedes consultar estos videos:

<https://youtu.be/NW1qiT37Quo>

<https://www.facebook.com/business/build>

B6.1.4 La nube o *cloud computing*



Dentro de toda esta evolución natural que ha desarrollado internet y la forma en que los usuarios acceden a conocimientos y archivos, se crea el *cloud computing*, un servicio de almacenamiento de datos a través de internet. El *cloud computing* permite al emprendedor (usuario) almacenar información, pero también acceder a aplicaciones sin necesidad de instalarlas en su computadora personal. Esto resulta en una administración de contenidos más eficiente, ya que “centraliza” los datos y permite visualizarlos y/o editarlos a través de casi cualquier dispositivo con acceso a internet.

Existen diversos servicios de la nube. Entre ellos tenemos Google Drive, plataforma que brinda a los usuarios un servicio completo, desde el almacenamiento de archivos hasta la edición de documentos en línea a través de programas de procesamiento de texto, dibujo, presentaciones y hojas de cálculo, entre otros.



Otro servicio es Dropbox, un sistema de almacenamiento de archivos en internet cuyo principal objetivo es que contemos con una copia de seguridad de nuestros documentos. Además, nos permite tenerlos sincronizados entre varios dispositivos.



En la siguiente dirección se muestran los principales sitios de almacenamiento gratuito de información en la nube: <https://youtu.be/4kaYQT81B8o>

Actividad

En equipo, determinen cuál es el servicio de la nube que la miniempresa necesita. Pueden utilizar este tutorial si la miniempresa elige Dropbox: <https://youtu.be/xjP1U4Z598g>

Actividad

Llegados a este punto, los integrantes del equipo que conforma la miniempresa deben subir a la plataforma, en un archivo adjunto, todos estos datos:

1. El correo electrónico de la miniempresa.
2. La dirección electrónica del blog creado para difundir el producto o servicio de la miniempresa.
3. El nombre del Facebook creado para la miniempresa.

