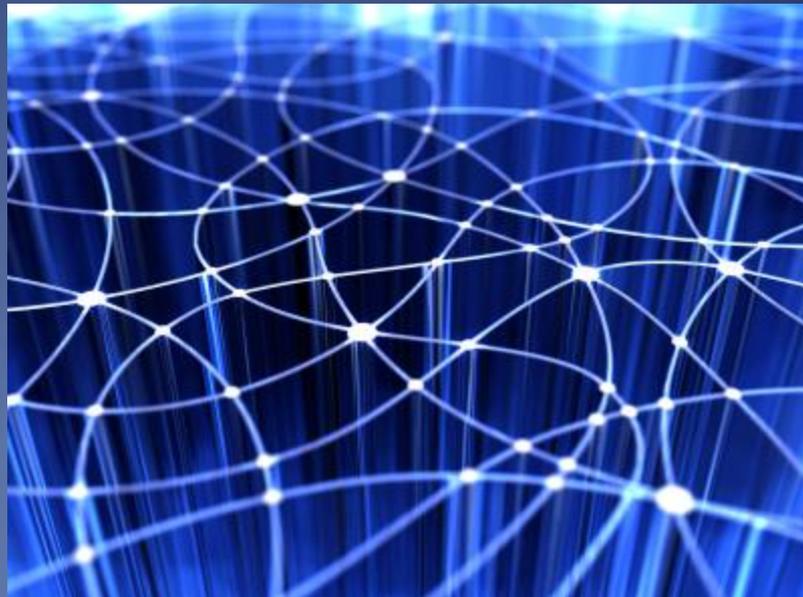


Redes Sociales: Introducción a las Herramientas Básicas para Gestión de Conocimientos, Diseminación y Networking



CRICS 9 Washington DC October 23, 2012

Agenda

- De la Web 1.0 a la Web 2.0
- Redes Sociales
- SMO y su responsable
- Utilidad de las Redes Sociales
- Rumbo a la institución 2.0
- Redes Sociales más importantes
- Reputación Digital
- Reglas de etiqueta
- Casos de éxito



La Web es el medio
de comunicación
más poderoso que
existe en la
actualidad



Diferencias entre Web 1.0 y 2.0

Web 1.0

- 1991 –2003
- El objetivo es netamente informativo
- Información publicada por un webmaster
- Comunicación unidireccional
- Contenido limitado
- Poco actualizado
- Propósitos comerciales

Web 2.0

- Desde el 2004
- Además de informativo, es de construir conversaciones
- Información publicada sin grandes conocimientos
- Comunicación bidireccional
- Contenido amplio
- Actualizado con frecuencia
- No necesariamente, puede ser de entretenimiento

El término Web 2.0
está asociado a las
Redes Sociales
y ¿Qué es esto?



Las Redes Sociales son estructuras de personas que comparten contenido, ya sea en texto, video y/o imágenes, con otros miembros de la sociedad a través de la Web



Las Redes Sociales
son **herramientas**,
más no **sinónimos** de
Social Media





Utilidad de las Redes Sociales en Salud Pública

- Incentivan el compromiso entre la institución y el usuario
- Disminuyen algunos costos operativos de atención al cliente, publicidad, mercadeo, recursos humanos, relaciones públicas, entre otros
- Segmentan de una manera más efectiva, muy útil a la hora de hacer campañas de prevención
- Avivan el proceso de innovación y creatividad de la institución
- Visibilizan la imagen la institución en la Web

Utilidad de las Redes Sociales en Salud Pública

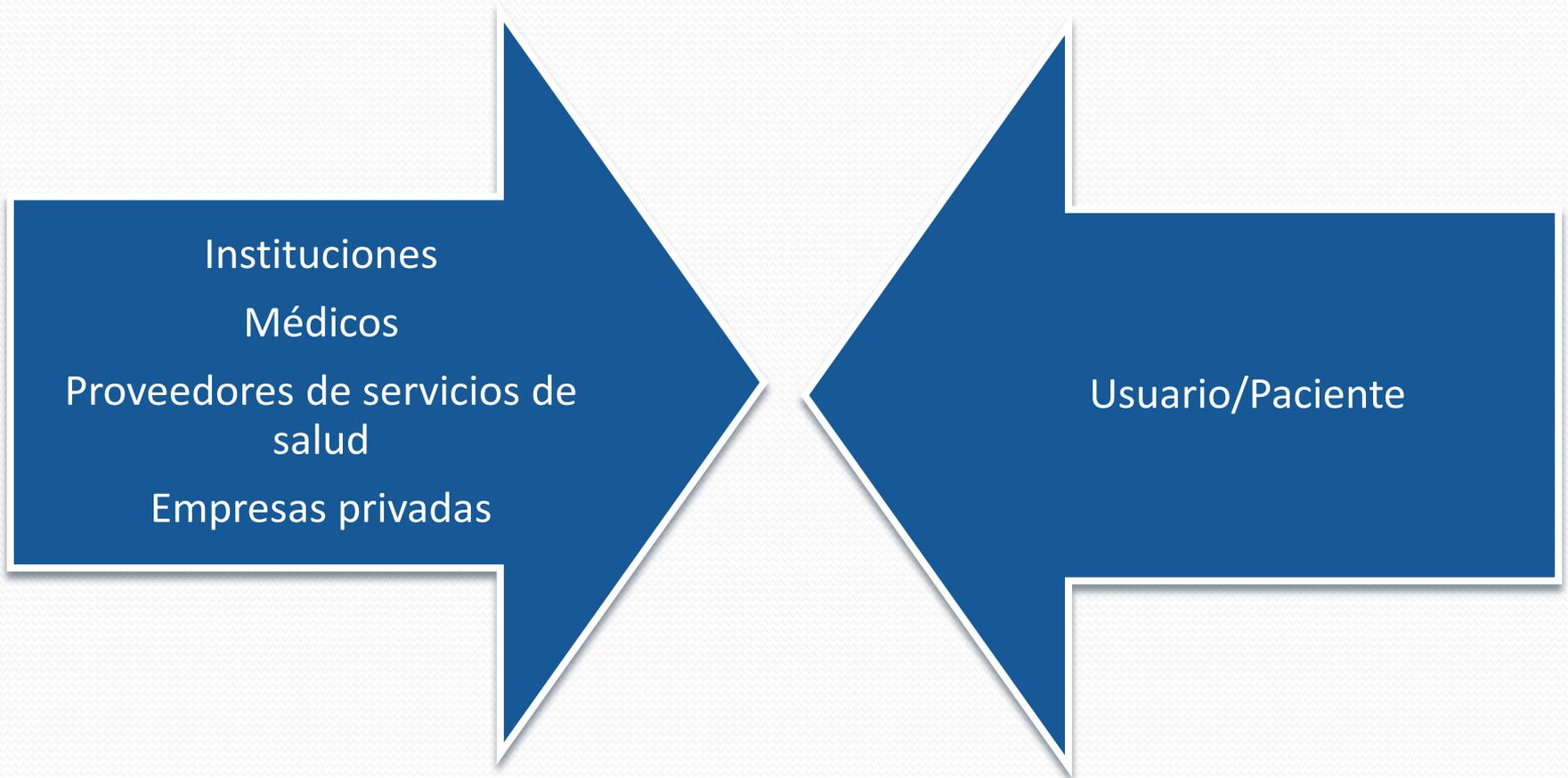


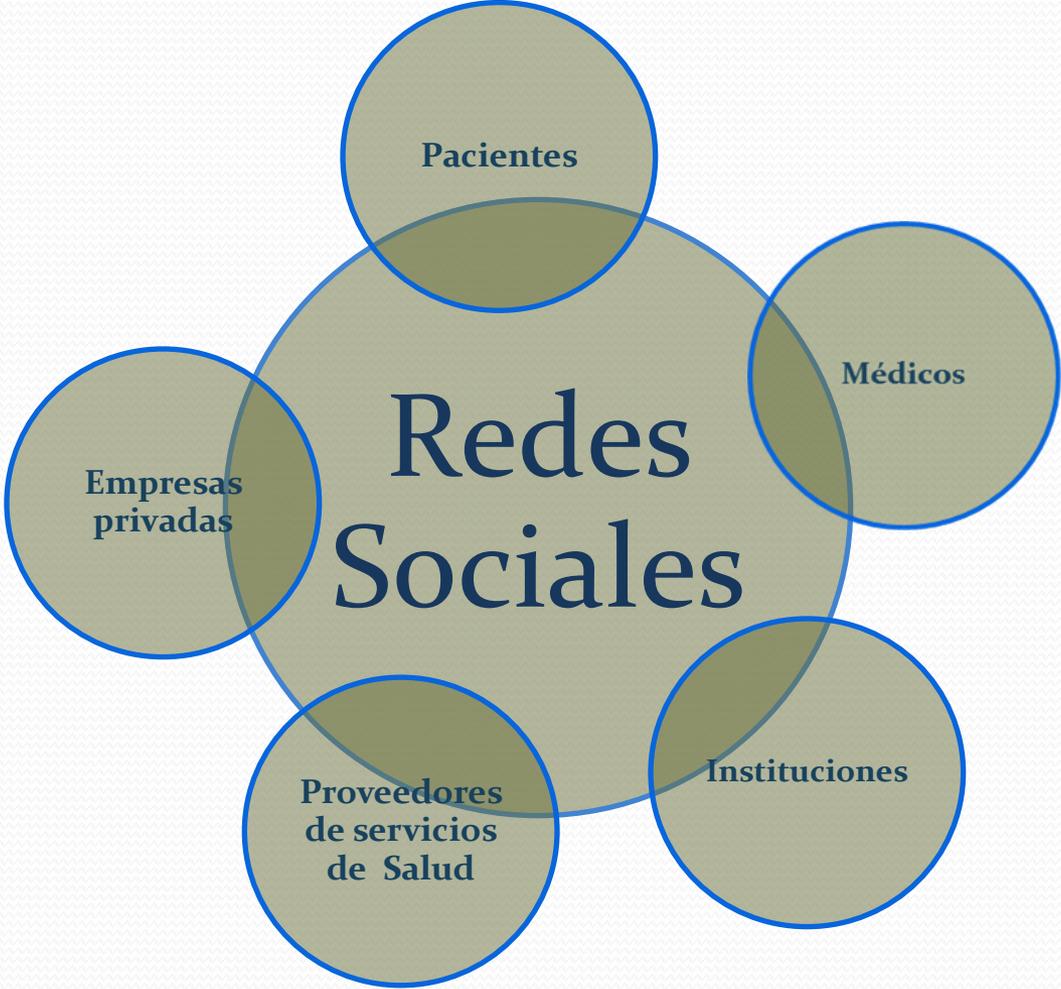
- Posibilitan la opción de construir una comunidad activa alrededor del tema de salud
- Ofrecen la posibilidad de hacer monitoreo a lo que sucede en las comunidades y manejar esa información estadísticamente (cifras reales sin proyecciones)
- Ahorran tiempo y dinero en desplazamientos
- Maximizan la cobertura de servicios de salud
- Informan y forman
- Pero la más beneficiosa...

Las Redes Sociales dan la opción de **escuchar** lo que el usuario quiere decir acerca de una necesidad, producto y/o servicio y por ende de establecer una comunicación honesta con él



Comunicación al mismo nivel





The diagram features a central circle labeled 'Redes Sociales' surrounded by five smaller circles: 'Pacientes' (top), 'Médicos' (right), 'Instituciones' (bottom-right), 'Proveedores de servicios de Salud' (bottom-left), and 'Empresas privadas' (left). All circles are olive green with blue outlines and overlap the central circle.

Redes Sociales

Pacientes

Médicos

Empresas
privadas

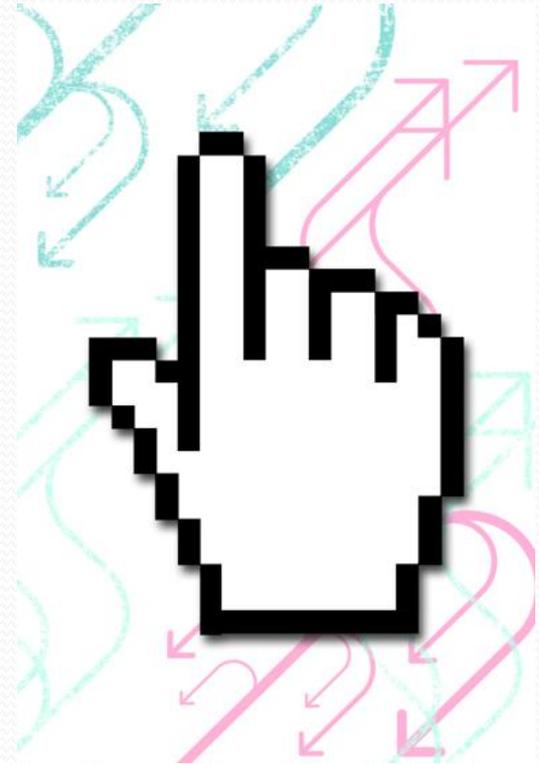
Proveedores
de servicios
de Salud

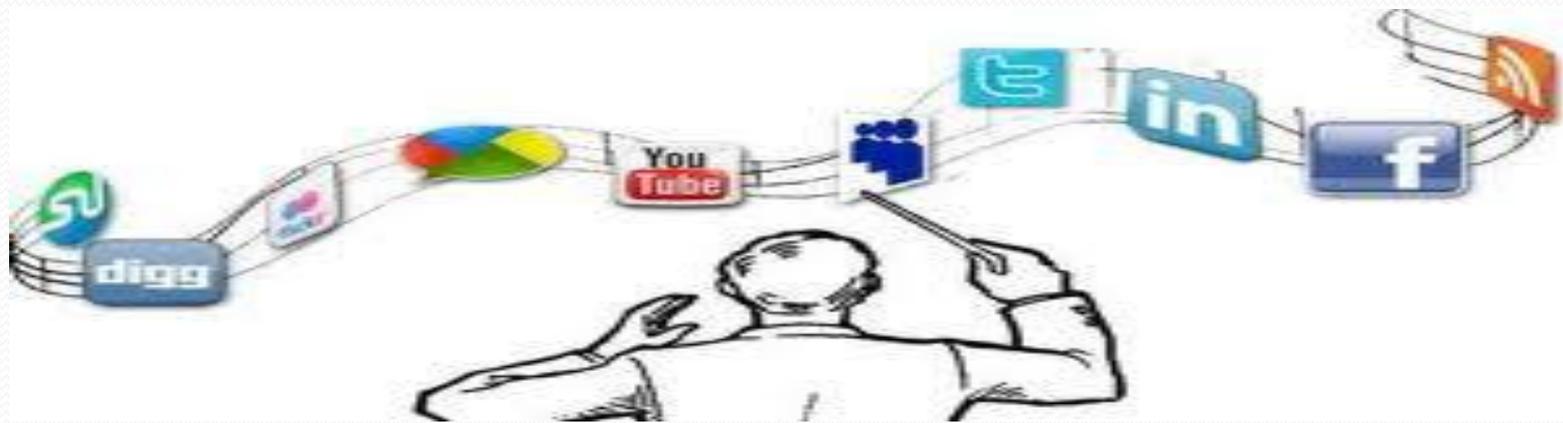
Instituciones

¿Qué es **SMO**
(Social Media
Optimization)?



Es la estrategia
elaborada por parte
de las instituciones
para tener una
presencia exitosa en
las **Redes Sociales**





¿Quién es el responsable del
manejo de las **Redes Sociales** en
una institución?

Community Manager

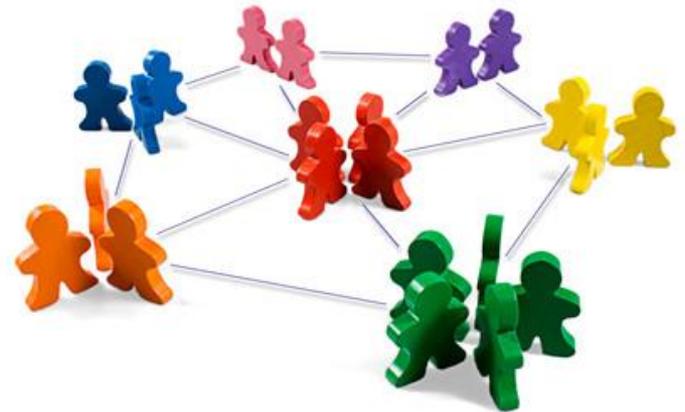
- Es el más conocido de los perfiles de Social Media
- Debe tener excelentes conocimientos del manejo de las Redes Sociales
- **Implementa, analiza y controla diariamente** la imagen de la institución en las Redes
- Perfil netamente relacionado con comunicaciones
- Capacidad de cambio y de trabajo en equipo
- Criterio para aprovechar las oportunidades y anticiparse a los posibles problemas que surjan
- No debe ser un pasante, sino un profesional con criterio

Las instituciones deben saber que el potencial de las **Redes Sociales** va más allá de las funciones obvias de promoción de una campaña y atención al cliente



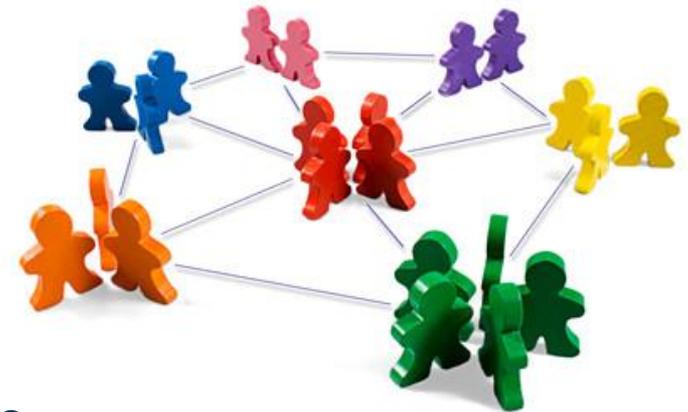
¿Por qué no estamos aprovechando las Redes Sociales en el sector de Salud Pública?

- Falta de personal calificado
- Desconocimiento total o parcial
- Poco apoyo de la dirección o de los mandos medios
- Retorno de la inversión poco claro
- Falta de unificación de criterios

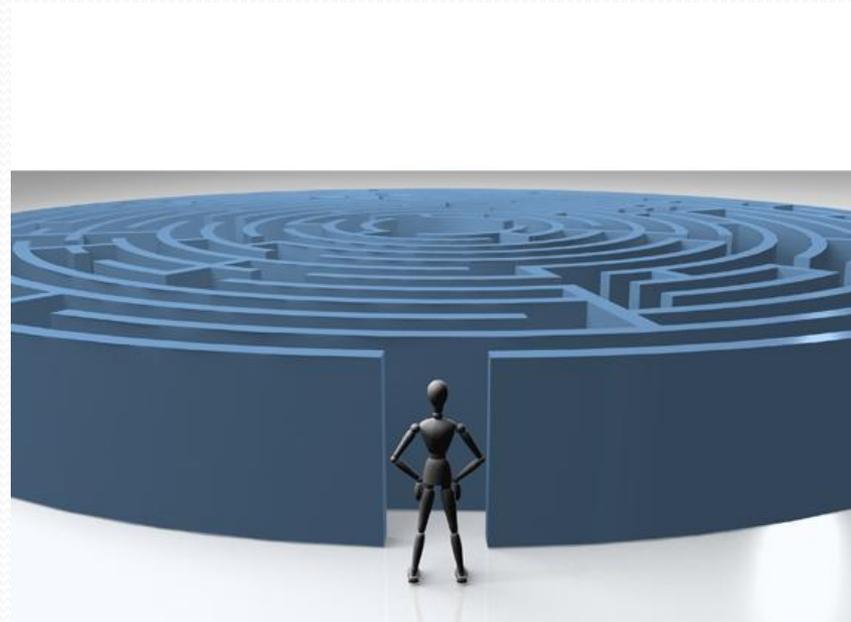


¿Por qué no estamos aprovechando las Redes Sociales en el sector de Salud Pública?

- Resistencia al cambio
- Falta de metodología en el desarrollo de la estrategia
- Falta de manuales de gobernabilidad
- Falta de protocolos de manejo de crisis



Algo peor que no estar
en las **Redes Sociales**,
es estar
inadecuadamente



El **contenido** es el activo más valioso de las **Redes Sociales**



20 errores que cometen las instituciones en las Redes Sociales

1. Estar presente por moda
2. Creer que es gratis
3. No contar con un plan de acción previo
4. No asignar la responsabilidad de implementar, mantener y monitorear dicho plan
5. No escuchar a sus seguidores



20 errores que cometen las instituciones en las Redes Sociales

6. No conversar con sus seguidores
7. Esperar que los resultados se vean a corto plazo
8. Iniciar con una campaña muy grande
9. Prescindir de las formas de difusión tradicionales
10. Hablar solamente de sus servicios (spam)



20 errores que cometen las instituciones en las redes

11. Pensar solamente en el número de seguidores
12. No monitorear lo que se dice de su institución en la Web
13. Como institución no apoyar a quienes administran las Redes Sociales
14. No saber manejar los comentarios negativos
15. Creer que las Redes Sociales son solo cuestión de tecnología



20 errores que cometen las instituciones en las Redes Sociales

16. Creer que un mal servicio se salvará con una buena campaña

17. No darle la verdadera dimensión al *boca a boca*

18. Estar en las Redes Sociales cuando hay problemas graves en la institución

19. Cuestionar, como directivo, el trabajo de los gestores

20. No corregir los errores a tiempo



OPS/PAHO

Rumbo a la Institucion 2.0



Plan de Social Media

1. Monitoree lo que se dice de la institución
2. Defina objetivos
3. Conozca a su usuario-objetivo
4. Especifique el tipo de contenido y su forma
5. Escoja las Redes Sociales
6. Defina roles y responsabilidades del personal (manuales de crisis y gobernabilidad)
7. Establezca metas
8. Considere el retorno de la inversión
9. Monitoree lo que se dice
10. Revalúe el plan



1. Monitoree lo que se dice de la institución

- Es la base de la estrategia
- Diagnóstico de Reputación Online (Fortalezas y debilidades de la marca en la Web)
- ¿ Qué se ha dicho en el pasado?
- ¿ En qué contexto?
- ¿ Por qué?
- ¿Cuál ha sido la respuesta?
- ¿ Qué están haciendo en redes sociales instituciones similares?



2. Defina objetivos específicos

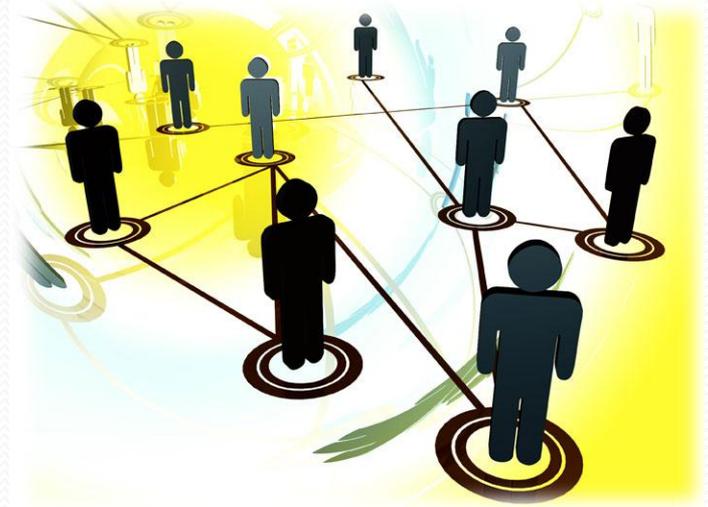
Las **Redes Sociales** no son canales de venta directa para servicios o productos, son herramientas para hacer su imagen más visible y positiva en la Web y por ende estimular a los usuarios a usarlos

- Expandir geográficamente el radio de acción para ciertas campañas
- Conocer la percepción que los usuarios tienen de la institución y sus patrones de comportamiento
- Activar o fidelizar usuarios actuales

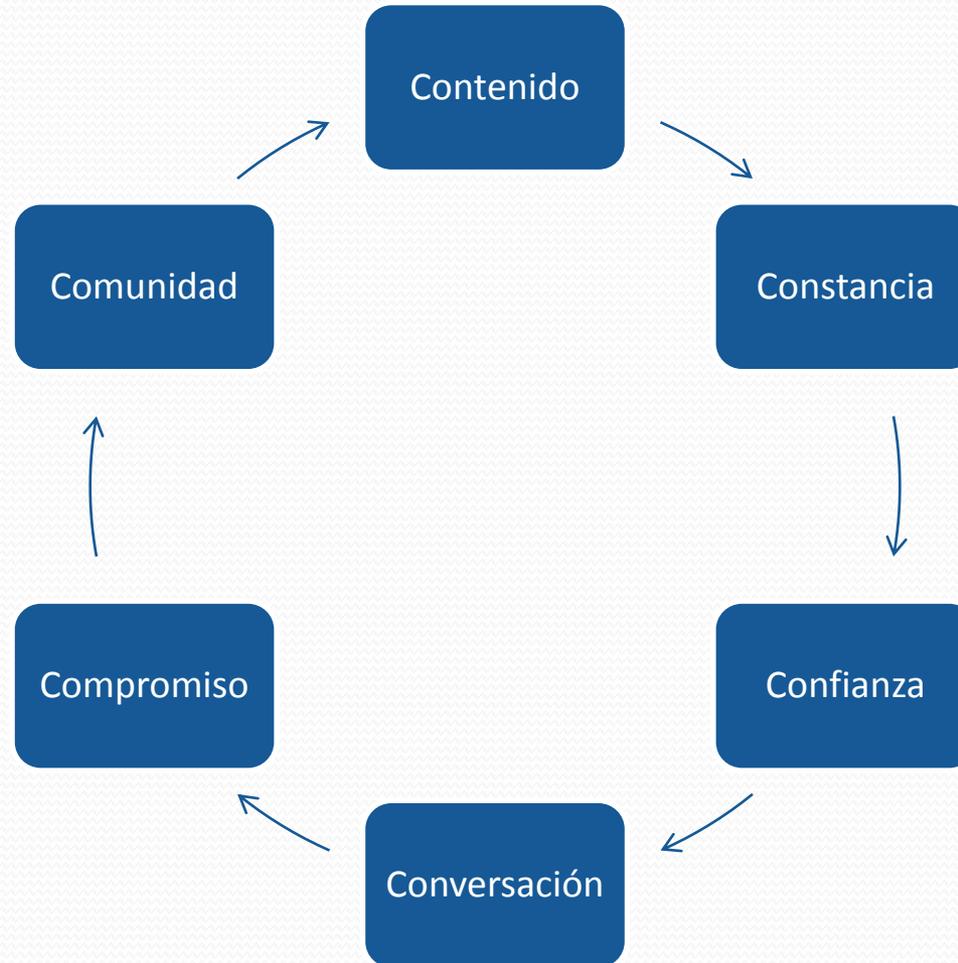


3. Conozca a sus usuarios-objetivo

- ¿Quiénes son?
- ¿Tienen presencia en las **Redes Sociales**? En cuáles?
- ¿Son usuarios actuales o prospectos?
- ¿Qué rango de edad tienen?
- ¿Dónde están localizados?
- ¿Cuál es su nivel socio-económico?
- ¿Cuales son sus principales necesidades?
- ¿Qué educación tienen?
- ¿Qué profesiones u oficios tienen?
- ¿Cuáles son sus gustos?



4. Especifique tipo y forma de contenido



5. Seleccione las Redes Sociales

- Depende de los recursos y objetivos
- Es mejor ir despacio y oír lo que los usuarios dicen, ellos van a ir mostrando el camino
- Empiece por un blog institucional, que se convierta en el alimentador de las otras Redes Sociales



Claves para escoger la red

- Conocer cuál es su nicho
- Saber de antemano el objetivo a alcanzar
- Detectar en cuál de las redes se mueve su audiencia y cuáles son sus hábitos
- Hacer un inventario de los recursos humanos y financieros con los que cuenta la institución para el mantenimiento de las Redes
- Investigar en qué Redes están otras instituciones similares y cómo se desenvuelven en ellas



6. Defina roles y personal a cargo y planifique el tiempo

- Escoja quién va a elaborar la estrategia, quién la va a implementar y quién la va a mantener
- Recuerde que en la Web todos los horarios son “Prime”
- No debe haber improvisación sino planificación
- Elabore un manual de gobernabilidad y otro de manejo de crisis



7. Establezca metas

- Sea **realista** cuando formule plazos y no se desanime cuándo los incumpla
- Trate de no establecer metas ligadas a **números** de seguidores o fans, más allá de la cantidad, lo importante es la conexión que pueda hacer con ellos



8. Retorno de la inversión ROI

- No hay fórmula exacta
- Una campaña de **Redes Sociales** bien elaborada y especialmente bien implementada, visibiliza positivamente la misión de la OPS/PAHO, lo que indirectamente se traduce en éxito
- Es algo similar a un comercial de televisión



9. Monitoree lo que se dice

- Una vez tenga presencia en las redes sociales **conozca** las herramientas que le permiten saber, minuto a minuto, qué se dice de la institución, para, de ser necesario, hacer los correctivos pertinentes



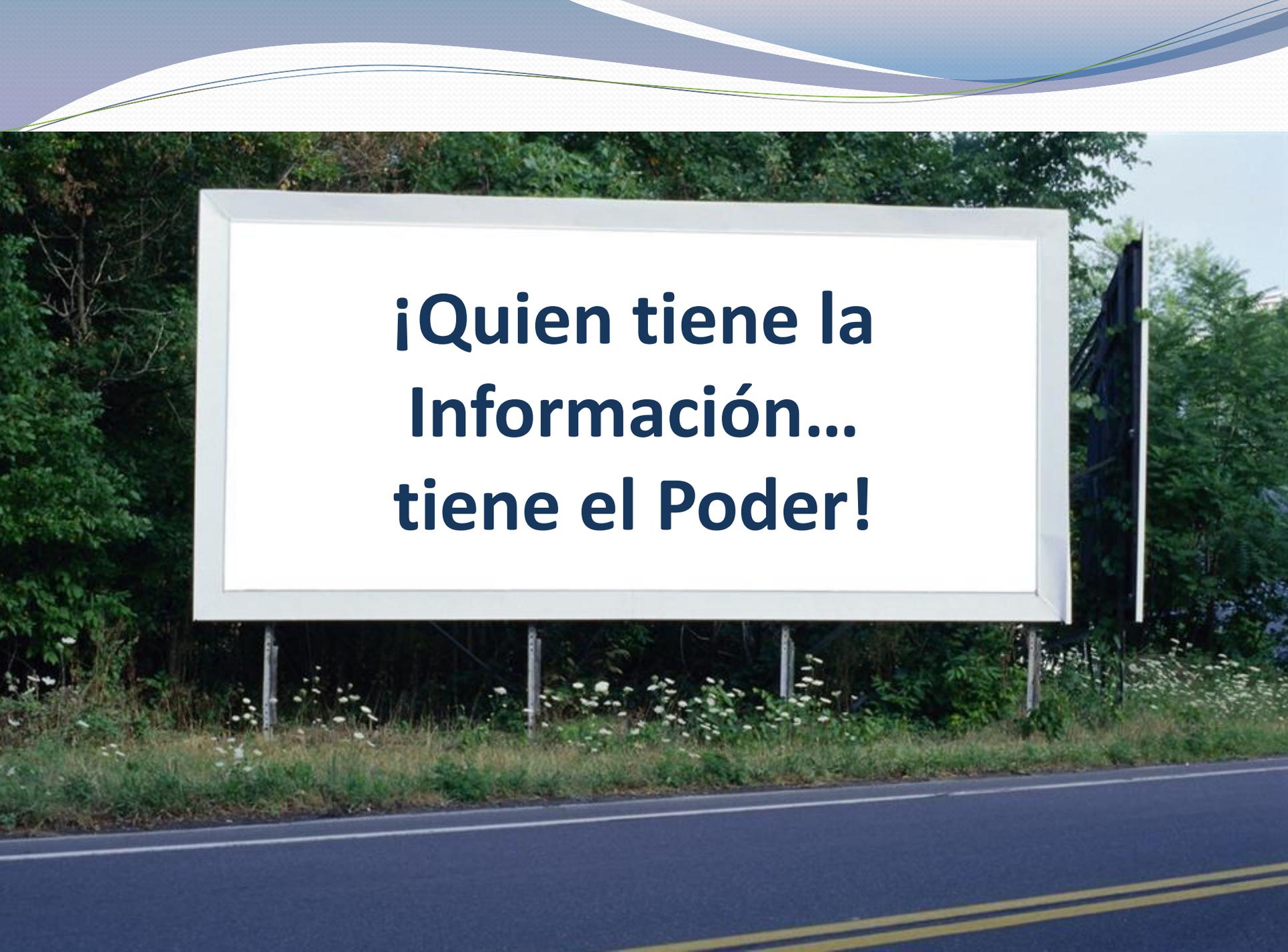
Herramientas de manejo y monitoreo

- **TweetDeck y Seesmic:** Sirven para el manejo de cuentas en Facebook y Twitter. También permiten actualizar páginas de productos de Facebook
- **HootSuite:** Aplicación para gestionar cuentas en Facebook, Twitter y LinkedIn
- **Cotweet:** Herramienta para la gestión de la cuenta Twitter y otras redes sociales
- **Tinker:** Una sencilla forma de seguir conversaciones en Twitter y Facebook

10. Reevalúe el plan

- **Analice** cuáles elementos del plan inicial no funcionaron adecuadamente y vuélvalos a replantear



A large white billboard with a silver frame is positioned on the side of a road. The billboard displays the text '¡Quien tiene la Información... tiene el Poder!' in a bold, dark blue font. The background of the billboard is white, and the text is centered. The billboard is supported by several metal posts. In the foreground, there is a dark asphalt road with two yellow lines. Behind the billboard, there is a dense line of green trees and bushes. The sky is visible in the upper right corner, showing a clear blue color. The overall scene is outdoors during the day.

**¡Quien tiene la
Información...
tiene el Poder!**



**Y la información
hoy, viene a través
de la Internet**

La Internet ha acortado
las distancias entre las
instituciones, al punto que hay
muchas
que tienen alcance mundial y que
son consideradas pequeñas o
medianas
bajo los parámetros
tradicionales



¿Qué es Networking?

- **Networking** es un término utilizado para definir al grupo de elementos que permite **compartir** recursos e información en cualquier actividad humana



¿En cuáles **Redes Sociales** se puede hacer un **networking** efectivo?



¿Qué son los Blogs?

- Conocidos también como bitácoras
- Evolución de los diarios en línea (web log)
- Los más populares: WordPress.com y Blogger.com



Diferencias

Páginas Web

- Web 1.0
- Necesitan conocimiento en programación para crearse
- Generan gastos de creación, conocimiento y seguridad
- Es difícil de actualizar
- Su contenido no sufre grandes cambios
- No permite una interacción total de los usuarios entre si

Blogs

- Web 2.0
- No se necesita conocimiento de programación para crearse
- Los más populares son gratis
- Se pueden actualizar fácilmente, incluso desde el cell
- Su contenido sufre grandes cambios
- Permite la interacción de los usuarios entre si

Diferencias

Blog Personal

- Es la voz del individuo
- Temática más informal
- Puede crear polémica
- Habla de temas personales
- Puede actualizarse cuando se quiera
- El diseño puede ser cambiado cuando se quiera
- El autor es libre de contestar los comentarios

Blog Institucional

- Es la voz de la institución
- Temática más cuidada
- Debe evitarse
- Debe evitarse
- La actualización debe ser parte de una estrategia
- El cambio debe ser parte de una estrategia
- Es imperdonable no contestarlos

¿Qué es Facebook?

- Red social más importante del mundo
- Creada en el 2004, MA
- Cuenta con alrededor de 1,000 millones de usuarios en el mundo
- Tiene tres opciones: Perfil, página y grupo



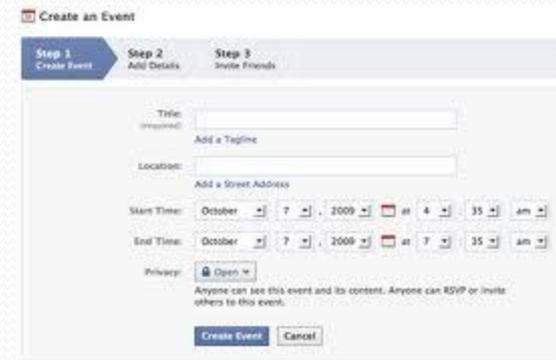
¿Qué son los Likes o Me gusta?

- Es el vinculo entre las instituciones y los usuarios en Facebook
- Recibir un “Like” es solo el principio de la tarea
- El éxito de una estrategia no se mide por el número de likes, sino por la relación y el compromiso que se genere
- La clave es determinar qué significa para los usuarios oprimir un like para elaborar estrategias exitosas, de programación, compromiso y servicio



¿Qué son los Eventos?

- Es la convocatoria a un acto, a través de Facebook
- Cuando se crea un evento, se aparece de forma automática como el organizador
- Los organizadores tienen la capacidad de invitar a más personas al evento, de designar a otros organizadores y de editar el contenido del evento
- Puede incluir enlace con un mapa o indicaciones
- Puede hacerse para un evento periódico
- Muy útil para las campañas de prevención de salud



The image shows a screenshot of the Facebook 'Create an Event' interface. At the top, there are three steps: 'Step 1: Create Event', 'Step 2: Add Details', and 'Step 3: Invite Friends'. The 'Step 1' tab is active. Below the tabs, there are several input fields: 'Title' (with a placeholder 'Impress!'), 'Add a Tagline', 'Location' (with a placeholder 'Add a Street Address'), 'Start Time' (set to October 7, 2009 at 4:35 am), and 'End Time' (set to October 7, 2009 at 7:35 am). There is also a 'Privacy' dropdown menu set to 'Open'. At the bottom, there are two buttons: 'Create Event' and 'Cancel'.

Facebook en América y España

1-USA

2-Brazil

5-México

6-Argentina

7-Colombia

13-Canadá

15-España

22-Venezuela

23-Chile

24-Perú

35-Ecuador

61-Guatemala

66-Costa Rica

68-Bolivia

69-Uruguay

73-El Salvador



Errores comunes en Facebook

- No respetar la agenda global de la institución (ir por su lado)
- Publicar contenido ajeno sin dar el crédito (por ejemplo fotografías)
- Crear cuentas a nombre de la institución o hablar a su nombre sin previo consentimiento
- Usar Facebook para conseguir información personal acerca de los seguidores
- Elaborar bases de datos de usuarios con información recogida en Facebook



Errores comunes en Facebook

- Divulgar información personal de los usuarios, sin previa autorización
- Etiquetar a los usuarios
- No actualizar frecuentemente la página institucional, demuestra abandono y falta de respeto por los usuarios que le siguen
- Estar ausente de los foros de la página de la institución



¿Qué es Twitter?

- Un servicio de microblogging que reúne las ventajas de los blogs, las redes sociales y la mensajería instantánea
- Creado en el 2006 en California
- Tiene más de 500 millones de usuarios en el mundo
- Es fuerte en EU, Japón, Brasil, España, México, Venezuela
- 140 caracteres con espacios
- Generalmente los mensajes publicados, contienen un titular y el enlace a una página web, blog u otra Red Social



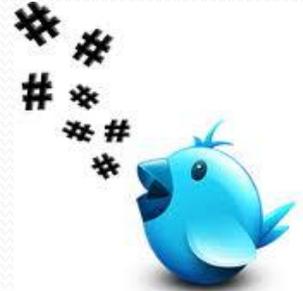
3 Formas usar el motor de búsqueda de Twitter



1-Motor de búsqueda:

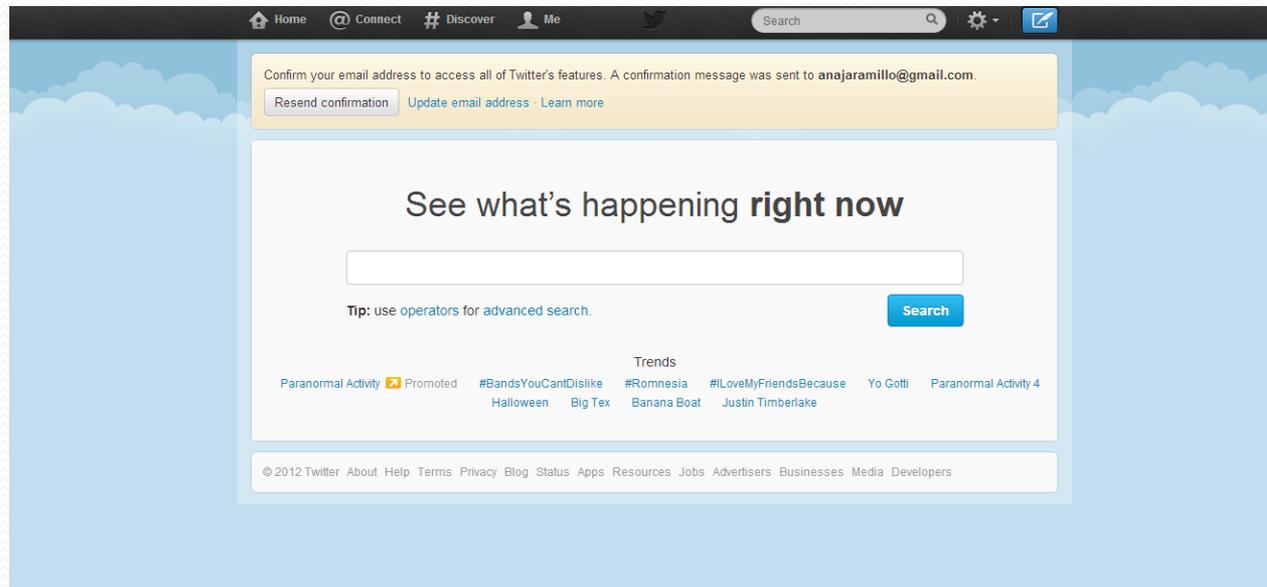
Ubicado en el menú de la parte superior de las páginas, donde se escribe directamente una palabra, **un hashtag/etiqueta**, una persona o cualquiera de las búsquedas que tiene guardadas

¿Qué son los Hashtags/etiquetas?



- Para organizar la abundante cantidad de información que circula, se emplean los **hashtags**, etiquetas acompañadas del símbolo número (#). Destacan los principales temas de salud, como: #diabetes,,#saludpublica, etc.
- Basta con poner estos términos en el buscador de Twitter y se obtendrán todos los mensajes publicados en la red sobre el tema buscado

3 Formas usar el motor de búsqueda de Twitter



2-Página de búsquedas

Se ingresa a **twitter.com/search** para acceder a una página en la que se podrá, además de buscar, ver cuáles son las tendencias locales (temas más populares del momento)

3 Formas usar el motor de búsqueda de Twitter

3-Página de búsqueda avanzada

Se va a twitter.com/search-advanced y se configura la búsqueda llenando los campos del formulario. Se puede añadir cualquier filtro que se ocurra. Se puede configurar filtros complejos, simplemente llenando unos cuantos campos del formulario.

También se pueden realizar búsquedas avanzadas mediante el uso de **comandos** que se escriben directamente dentro de la caja de búsqueda, incluida la de la página de búsquedas

Ejemplos de Comandos de búsqueda

Una serie de comandos de búsqueda que se puede emplear para encontrar resultados:

Salud blogs -> tweets que contengan «Salud" y "blogs"

"Blogs de salud" -> tweets que contengan la frase exacta "Blogs de salud"

Salud OR blogs -> tweets que contengan las palabras "Salud" o "blogs" (o ambas)

Salud –blogs -> tweets que contengan "Salud" pero no la palabra "blogs"

#blogs -> tweets que contengan el hashtag "blogs"

from:ehealthpaho -> tweets enviados desde la cuenta @ehealthpaho

to:ehealthpaho -> tweets enviados a la cuenta @ehealthpaho

@ehealthpaho -> tweets en los que se menciona a la cuenta @ehealthpaho

"Blogs de salud" near:"Lima" -> tweets que contiene la frase exacta "Blogs de salud" y que se han publicado cerca de "Lima".

¿Qué son las Listas?

- Son una relación de usuarios agrupados por diferentes campos
- Pueden ser públicas o privadas
- Pueden ser hasta 20 listas, con un máximo de 500 tuiteros en cada una
- Posibilita filtrar a los usuarios con base a, por ejemplo, la relevancia que tengan y así separar el contenido de mayor calidad
- Posibilita filtrar información por temas
- Controlar los usuarios negativos (lista privada)



¿Qué hacer en Twitter?

- Use hashtags/etiquetas
- Utilice las listas
- Use los motores de búsqueda
- Comparta fotos en información sobre lo que pasa detrás del telón en su institución
- Hable de temas relacionados con salud 80/20
- Monitoree los comentarios
- Pregunte a sus seguidores



Qué hacer en Twitter?

- Demuestre liderazgo y el “know-how” compartiendo notas de referencia del panorama general y cómo se relacionan con su área de negocio
- Lidere a sus usuarios y haga RT
- Responda públicamente a los mejores tweets que sus usuarios publiquen
- Establezca una voz apropiada, con un tono directo y genuino



Errores en Twitter

- Saturar el timeline de sus seguidores
- Desconocer de antemano cuál es su objetivo en Twitter
- Hablar exageradamente de sus logros o menciones
- Entrar en discusiones con temas polémicos



Errores en Twitter

- Automatizar el servicio sin una estrategia previa
- No ser constante ni consistente
- Creer que tener muchos seguidores es sinónimos de ser un buen tuitero
- No tener una imagen o logo en el avatar



¿Qué es YouTube?

- Canal para subir y compartir videos
- Creado por tres ex-empleados de Paypal en el 2005 en California
- Google lo compró en el 2006 por U\$ 1,650 millones
- 800 millones de usuarios únicos lo visitan cada mes
- Cada minuto se suben 72 horas de video
- El 70% del tráfico procede de fuera de EU





La gran fortaleza de YouTube en nuestro campo consiste en tener la **oportunidad** de viralizar las campañas audiovisuales de prevención en salud. Es como si la OPS/PAHO tuviera su propio canal de televisión.

Errores en YouTube

- Usarse en lugar de los anuncios de televisión
- No relacionar los objetos de la institución con los del video
- No tener claro qué es lo que se quiere conseguir
- Tener unas expectativas de éxito muy altas
- No etiquetar los videos



Errores en YouTube

- Suponer que solo sirve para promocionar un producto o campaña
- Creer que no hay nada más allá de YouTube
- Pensar que es gratis
- Subir videos que no sean 100% de realización propia
- Suponer que el éxito solamente está en el número de vistas de un video viral



¿Qué es LinkedIn?

- Red netamente profesional
- La idea es explotar al máximo el potencial de profesionales e instituciones
- Creada en el 2003 en California
- Tiene más de 174 millones de usuarios en el mundo, repartidos principalmente en EU, India. UK, Canadá y Holanda, en AL Brasil y México



¿Qué son los Grupos en LinkedIn?



- Una fuente de información valiosa para la institución y una oportunidad para el networking
- Pueden ser abiertos o cerrados
- Puede encontrar y unirse a grupos de LinkedIn desde el **Directorio de grupos** o desde la página **Grupos que te podrían gustar**
- Hay que tener en cuenta que puede haber numerosos grupos en LinkedIn en función de cada **interés**, organización o afiliación
- **1,002** grupos en español en el campo de la salud

Errores en LinkedIn

- Tener un perfil incompleto
- No ser honesto con la información que se publica
- No cambiar la url personalizando el nombre
- No tener, como institución, un perfil en LinkedIn
- Hacer que su perfil sea privado
- No participar en debates



Errores en LinkedIn

- Abstenerse de hacer parte de grupos de sus sector
- No participar en la conversación
- No formular o responder preguntas
- Sentirse incómodo al pedir recomendaciones
- Convertirse en un spam tras alabarse a si mismo



¿Qué es Foursquare?

- Una red que comparte la ubicación de un usuario desde su cell (geolocalización, Web 3.0)
- Creada en el 2009 en Nueva York
- Tiene 25 millones de usuarios en el mundo
- Es fuerte en Estados Unidos principalmente y en AL en Brasil y México



¿Para qué sirve Foursquare?

- Ganar puntos o medallas virtuales (Badges), que se pueden traducir en descuentos, regalos y promociones por parte de las instituciones en los que se han registrado
- Mejorar su experiencia, al obtener recomendaciones de otros usuarios sobre instituciones o lugares



¿Cómo funciona Foursquare?

Es como un juego, con reglas claras y con dos tipos de participantes:

- Los usuarios
- Las instituciones

La idea es que los usuarios hagan check-in o se registren en los lugares en los que se encuentran, a través de su dispositivo móvil

Foursquare es la segunda red más popular en los hospitales de EU, después de Facebook

Foursquare en la salud

Sign up Log in



Get personalized recommendations for places based on where you and your friends have been.

 **Sign up with Facebook**

(It takes one click, and we'll never post without your permission)

Or take the scenic route: [Sign up with Email](#)

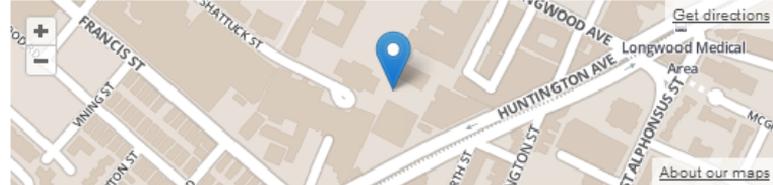
 Ana Maria Jaramillo, Juan Manuel Diaz y 7 de otros amigos usan Foursquare.





Harvard Medical School

25 Shattuck Street, Boston, MA 02115
Medical School



YOUR CHECK-INS
0

TOTAL PEOPLE
426

TOTAL CHECK-INS
1,263

 Mayor: **Jason M.**
34 check-ins in last 60 days

Similar places
[Harvard Medical School T-MEC](#), [Harvard School Of Public Health](#), [Harvard Medical School--Daniel C. Tosteson Medical Education Center](#), [Harvard University](#)

Explore Nearby

Photos

¿Qué es Google + ?

- Está compuesta de “círculos”
- Los usuarios pueden organizar sus contactos en diferentes círculos personalizados (familiares, compañeros del trabajo, amigos del colegio...)
- Se comparten texto, vídeos, fotos y otra información sólo con estos pequeños grupos
- Al mes ya tenía más de 25 millones de usuarios, ahora hay más de 170



¿Qué es Paper.li?

- Diario en línea propio
- Hay control de las fuentes de información
- Se usa con la cuenta de Twitter o Facebook
- Discriminado por temática
- No necesita mantenimiento
- Hay más de 300,000 diarios
- Muy útil a la hora de leer contenido interesante en un solo sitio



Presencia de la OPS/PAHO en Facebook

<http://www.facebook.com/PAHOWHO>



PAHO-WHO
A 12.831 personas les gusta esta página · 782 personas están hablando sobre esto · 315 estuvieron aquí

Agencia de salud
PAHO/WHO serves as the specialized organization for health of the Inter-American System, working towards strengthening national and local health systems and

Información Fotos Me gusta Eventos Videos

Crear página

ANUNCIOS

Your Cows Have Come Home
FARMVILLE 2
It's here. Meet a 3D gameboard so alive the animals breathe. Really. PLAY NOW.
Mekí Sicilia jugó FarmVille 2.

Donación para el Cáncer de Mama
orgullosa
Por cada nuevo fan que Orgullosa tenga en octubre, donaremos \$1 a la Liga Contra el Cáncer
2.000 personas usaron esto.

Ahora
Septiembre

Presencia de la OPS/PAHO en Twitter



The image shows a screenshot of the PAHO/WHO Twitter profile page. The header includes navigation icons for Home, Connect, Discover, and Me, along with a search bar and settings. The profile header features the PAHO/WHO logo, the name 'PAHO/WHO', the handle '@pahowho', and the website 'Americas http://www.paho.org'. It also displays statistics: 2,888 tweets, 2,063 following, and 6,481 followers. The main content area is divided into two columns. The left column contains a 'Tweet to PAHO/WHO' input field, a list of navigation options (Tweets, Following, Followers, Favorites, Lists, Recent images), and a 'Similar to PAHO/WHO' section. The right column displays a list of tweets. The first tweet is from 'The Lancet' (@TheLancet) dated 19 Oct, asking for stories for an essay competition. The second tweet is from 'PAHO/WHO Equity' (@eqpaho) dated 18 Oct, discussing global health and national borders. The third tweet is from 'PAHO/WHO' (@pahowho) dated 7h, retweeting a tweet about the global burden of cancer. The fourth tweet is from 'PAHO/WHO' (@pahowho) dated 14h, announcing a new vacancy for an Ombudsperson.

Home @ Connect # Discover Me Search

 **PAHO/WHO** 
@pahowho
Americas <http://www.paho.org>

  Follow

2,888 TWEETS

2,063 FOLLOWING

6,481 FOLLOWERS

Tweet to PAHO/WHO

Tweets >

Following >

Followers >

Favorites >

Lists >

Recent images >



Similar to PAHO/WHO >

Tweets All / No replies

 **The Lancet** @TheLancet 19 Oct
Want to be published in @TheLancet Respiratory Medicine? Tell us your story in our #essay competition! bit.ly/Wsufj0
 Retweeted by PAHO/WHO
Expand

 **PAHO/WHO Equity** @eqpaho 18 Oct
Global health and national borders: the ethics of foreign aid in a time of financial crisis #healthpolicy #sdoh bit.ly/T1ppCe
 Retweeted by PAHO/WHO
Expand

 **PAHO/WHO** @pahowho 7h
Rt" @eqpaho: Global burden of cancer: opportunities for prevention Lancet #sdoh thelancet.com/journals/lance..." @ncds_paho
Expand

 **PAHO/WHO** @pahowho 14h
New #vacancy @pahowho Ombudsperson Grade: P5

Presencia de la OPS/PAHO en YouTube

<http://www.youtube.com/pahopin>

YouTube Browse | Movies | Upload

Pan American Health Organization **World Health Organization** **The Public Health Channel** **110** 1902 - 2012

PAHO Videos 1,530 subscribers 5,078,942 video views

Featured | Browse videos | Search Channel

Uploads | Playlists | Feed | View

Reflexiones - Dr. Jacinto Co... 5:24
15 views | 1 day ago

Reflexiones - Samuel Aymer 18:58
4 views | 1 day ago

Reflexiones - Dr. Edgar Mohs 14:19
10 views | 1 day ago

About PAHO Videos
Public Service Announcements (PSAs) and other videos from the Pan American Health Organization, the oldest continuously functioning Public Health organization in the world, and regional office for the Americas of the World Health Organization.

www.paho.org
paho.org

by pahopin

Latest Activity Oct 18, 2012
Date Joined Nov 28, 2007
Location Washington, D.C.
Country United States

Presencia de la OPS/PAHO en LinkedIn

<http://www.linkedin.com/company/pan-american-health-organization>

The screenshot shows the LinkedIn profile of the Pan American Health Organization. At the top, the LinkedIn logo and navigation menu are visible. The profile header includes the organization's name, a yellow 'Seguir' button, and the follower count '2.112 seguidores'. Below the header is a navigation bar with tabs for 'INICIO', 'EMPLEOS', 'PRODUCTOS', and 'INFORMACIÓN'. The main content area is divided into two columns. The left column features a section titled 'ACTUALIZACIONES RECIENTES' with a post from 'new.paho.org' about an online seminar series on eHealth. Below the post is a comment section with a text input field. The right column has a section titled 'CÓMO ESTÁS CONECTADO' showing connection statistics: 1 first-degree contact, 29 second-degree contacts, and 559 employees on LinkedIn. Below this is an 'EMPLEOS' section with a job advertisement for '¿Te interesa Pan American Health Organization?'.

LinkedIn Tipo de cuenta: Básica | [Abonarse](#) Añadir contactos

Inicio Perfil Contactos Grupos Empleos Buzón Empresas Más

Passion for PR? - Start a Career in Public Relations. Get your Online PR Master's Degreee.

Pan American Health Organization 2.112 seguidores [Seguir](#)

INICIO EMPLEOS PRODUCTOS INFORMACIÓN

ACTUALIZACIONES RECIENTES

Pan American Health Organization Join us tomorrow -Online Seminar Series: eHealth, The Rockefeller Foundation's Experience/Vision at (2:00pm/3:00pm EST. Details at: http://new.paho.org/ict4health/index.php?option=com_content&view=article&id=76%3Aehealth-seminiar-series-&catid=14%3Aarticulos&lang=en

new.paho.org
new.paho.org ·
Recomendar (2) · Comentar · Compartir · hace 15 días

Fabio Castello Branco Fontes Paes Njaimé y Gerardo Zamora recomiendan esto

Añadir un comentario...

Pan American Health Organization Health authorities from throughout the Americas agreed on a series of joint public health actions during the 28th Pan American Sanitary Conference, held last week at the Pan American Health Organization/World Health Organization (PAHO/WHO) in Washington, D.C.

CÓMO ESTÁS CONECTADO

1 contacto de primer grado
29 contactos de segundo grado
559 empleados en LinkedIn

[Ver todo](#)

EMPLEOS

¿Te interesa Pan American Health Organization?
Obtén más información sobre nuestra empresa y cultura.
1 empleos anunciados

Presencia de CRICS9 en Twitter

CRICS9
@CRICS9
eSalud - Acercándonos al acceso universal a la salud/ eHealth - Reaching universal access to health/ eSaúde - Aproximando-nos do acesso universal à saúde
Washington, DC 22~24 OCT 2012 <http://www.crics9.org>

1,757 TWEETS
295 FOLLOWING
645 FOLLOWERS

Tweet to CRICS9
@CRICS9

Tweets

- eHealth PAHO/WHO** @ehealthpaho 11h
Improving the evidence for mobile health @gsma A.T. Kearney #mhealth #ehealth bit.ly/T362Pr" @ehealthpaho
Retweeted by CRICS9
Expand
- eHealth PAHO/WHO** @ehealthpaho 11h
DevInfo 7.0 a tool for organizing, storing and presenting data #ehealth devinfo.org/libraries/asp...
Retweeted by CRICS9
Expand
- eHealth PAHO/WHO** @ehealthpaho 10h
New Video Explains How Advancements in Technology are Giving You Tools and Access to Information to Manage Your Health healthit.gov/buzz-blog/heal...
Retweeted by CRICS9
Expand

Similar to CRICS9

www.crics9.org

Presencia de CRICS9 en Facebook

(3) CRICS9 x

www.facebook.com/crics9

Smilebox News Invitations Collages Play Local News a



Sede de la Organización Pan-Americana de la Salud (OPS/OMS) Washington, D.C., Estados Unidos



CRICS9
A 201 personas les gusta esta página · 21 personas están hablando sobre esto

Me gusta Mensaje

Organización sin fines de lucro
eSalud – Acercándonos al acceso universal a salud, eHealth -Reaching universal access to health, eSaúde – Aproximando-nos do acesso universal à saúde

Información



Fotos Me gusta

201

Lo más destacado

www.facebook.com/photo.php?fbid=195706570549770&set=a.19...

Crear página

ANUNCIOS

FREE LG Optimus Elite
shop.sprint.com



Only at sprint.com, while supplies last. Even get free shipping. Restrictions apply.

Orgullosa - Comparte tu Historia



Comparte tu historia sobre el cáncer de mama o la detección temprana

1.000 personas usaron esto.

Ahora
Septiembre
Se unió a Facebook

Redes Sociales en los hospitales de EU

- 1,501 total de hospitales
- 1,264 hospitales en Facebook
- 1,116 hospitales en Foursquare
- 967 Twitter
- 695 YouTube
- 651 LinkedIn
- 185 Blog



Fuente Healthcare Social Media List Mayo Clinic

Entre los **10** países del planeta que más utilizan las redes sociales, **cinco** son latinoamericanos.

- **Argentina** ocupa el segundo lugar, con un promedio de 10.7 horas por visitante en las redes sociales en un mes;
- **Chile** está en el quinto puesto con 9.8 horas
- **Colombia** en el séptimo, con 8.5
- **Perú** en el octavo lugar con 8.3;
- **Venezuela** en el noveno con 7.9 horas.

Fuente: ComsCore



Usuarios de Internet (por cada 100 personas)

Los usuarios de Internet son personas con acceso a la red mundial
2011 Banco Mundial

- Argentina: 47,7
- Aruba: 57,1
- Bahamas: 65,0
- Barbados: 71,8
- Bermudas: 88,9
- Bolivia: 30,0
- Brasil: 45,0
- Canadá: 82,7
- Chile: 53,9
- Colombia: 40,4
- Costa Rica: 42,1
- Cuba: 23,2
- Ecuador: 31,4
- El Salvador: 17,7

Usuarios de Internet (por cada 100 personas)

Los usuarios de Internet son personas con acceso a la red mundial
2011 Banco Mundial

- España: 67,9
- EU: 78,2
- Guatemala: 11,7
- Guyana: 32,0
- Honduras: 15,9
- Jamaica: 32,0
- México: 36,2
- Nicaragua: 10,6
- Panamá: 42,7
- Paraguay: 23,9
- Perú: 36,5
- Puerto Rico: 48,5
- R Dominicana: 35,5
- Trinidad y Tobago: 55,2
- Uruguay: 51,6
- Venezuela: 40,4

Dispositivos Móviles

Los creadores de las Redes Sociales han declarado que quieren sacarlas del computador y llevarlas a los más de 6 mil millones de dispositivos móviles que hay en el mundo



Dispositivos Móviles

Además, la disminución de los precios de estos y de los planes de datos, ayudará a masificarlos aún más.

En la actualidad el 87% de la población mundial tiene al menos un celular



Entonces la pregunta es...

¿Por qué no aprovechar este inmenso potencial para darle mejores servicios de salud a la población de las Américas ?





“Una onza de
reputación, vale más
que mil libras de oro”

Proverbio chino

¿Qué es Reputación Digital (RD)?

Es el reflejo del prestigio o estima de una institución, marca o persona en la Web



La Confianza

Hay un valor fundamental que se afecta cuando la RD es negativa: La confianza, esa percepción que se tiene sobre la huella digital que una empresa, marca, servicio o individuo tiene en la Web



Caso Domino's Pizza



- En abril del 2009, dos empleados de Carolina del Norte, hicieron un video haciendo cosas desagradables con su nariz
- El video de YouTube terminó en los medios tradicionales (noticieros de televisión)
- Domino's no estaba presente en las Redes Sociales
- El manejo de la crisis fue inadecuado

“Dos idiotas con una cámara de video pueden dañar, en un minuto, la reputación de una marca, de más de 50 años de experiencia”

Portavoz de Domino's Pizza



Los peores errores en RD

- Creer que al no tener presencia en las Redes Sociales se carece de una RD
- Subestimar críticas y personas resentidas
- No estar preparado (Protocolos de manejo de crisis)
- Recuerde: A mayor exposición digital, mayor riesgo



Los mayores aciertos en RD

- Crear, alimentar y monitorear los perfiles en las Redes Sociales en forma continua y eficaz
- Darle a la Web la verdadera dimensión: El lugar de encuentro para comentar nuestras experiencias como usuarios
- Escuchar lo que los usuarios tienen que decir



Factores para medir la eficacia en las Redes Sociales

- **Alcance:** El ruido que se crea alrededor de la institución/campaña
- **Difusión:** Cuántas personas están hablando de la institución/campaña
- **Popularidad:** Si lo que dicen de la institución/campaña es positivo o negativo
- **Experiencia reciente:** Lo que da una idea de la actualidad de la institución/campaña

Claves para construir la reputación digital

- Suscribirse a todas las alertas posibles
- Ser humilde
- Crear foros
- Mostrar el lado humano de la institución
- Personalizar sus respuestas, tanto a críticas como a felicitaciones



Claves para construir la reputación digital

- Conocer a sus seguidores
- Mostrar optimismo
- Ser honestos y transparentes
- No hablar de temas polémicos
- Divertirse



Reglas de etiqueta

- No use lenguaje inapropiado
- Tenga una actitud positiva y no se queje
- Respete todas las opiniones, así sean contrarias
- Evite enfrentamiento y polarizaciones
- No interrumpa el diálogo, así sea escrito
- No etiquetee a nadie que no le haya dado su expreso consentimiento
- No utilice mayúsculas en sus mensajes



Reglas de etiqueta

- Evite las abreviaturas
- Lea los mensajes antes de reenviarlos
- Incluya la fuente original al reenviar algo
- Tenga cuidado con la redacción y ortografía
- No promueva nada con mensajes consecutivos
- No publique publicidad en muros de Facebook ajenos
- No utilice los mensajes directos como medio de promoción



Reglas de etiqueta

- No sea un spammer (No envíe mensajes comerciales no solicitados)
- Trate de agradecer cada comentario bueno o malo sobre la institución
- Cuando le responda a alguien, hágalo por el mismo canal, para que el diálogo quede establecido
- No escriba mensajes alarmistas
- Tenga el mismo comportamiento offline y online
- Sepa cuando quedarse callado y parar la discusión





Casos de éxito en Redes Sociales

Blogs de medicina

CDC BLOG

<http://blogs.cdc.gov/publichealthmatters/>

THE LANCET

<http://www.thelancet.com/global-health>

HARVARD HEALTH BLOG

<http://www.health.harvard.edu/blog/>

BLOG UNIVERSIDAD DE CHILE

<http://epidemiologiausach.blogspot.com/>

SALUD PUBLICA ARAGON

<http://saludpublicaaragon.blogspot.com/>

Un caso de éxito en Facebook y Twitter

Ministerio de Salud de Brasil

News ▾ Invitations Collages   Local News  

Divulgação de campanhas nas redes sociais

 DoeSangueMS Página oficial de divulgação da campanha de doação de sangue	 hepatitesvirais Página oficial de divulgação da campanha de hepatites virais.	 amamentacao Página oficial de divulgação da campanha de aleitamento materno.	 DoacaodeOrgaos Página oficial de divulgação da campanha de doação de órgãos.
 Dengue Página oficial de divulgação da campanha de combate à dengue.	 Aids Página oficial de divulgação da campanha de luta contra a aids.	 Médicos Mais Perto de Você Página oficial de divulgação da campanha Médicos Mais Perto de Você.	 Saúde Mais Perto de Você Página oficial de divulgação do Programa Saúde Mais Perto de Você.
 Programa Nacional de Imunizações (PNI) Página oficial de divulgação do Programa Nacional de Imunizações (PNI) para divulgação das campanhas de vacinação.	 @HepatitisMS Twitter oficial da campanha de combate às hepatites virais.	 @doeorgaos_MS Twitter oficial da campanha de doação de órgãos.	 @doesanguems Twitter oficial da campanha de doação de sangue.
 @dengue_MS Twitter oficial da campanha de combate à dengue. >> Página da Campanha.	 @aidsMS Twitter oficial da campanha de luta contra a aids. >> Página da Campanha	 @PNI_MS Twitter oficial do Programa Nacional de Imunizações (PNI) para divulgação das campanhas de vacinação.	

Lo cierto es que la Web 2.0 es el **resultado** de un proceso de transformación de la comunicación entre institución y usuario



Que se traduce en preguntarse: ¿Cómo puedo hacer que la **experiencia** de mi usuario en materia de **salud** sea positiva? Y si ya lo es, ¿cómo puedo hacer para mejorarla?



Y este es el gran valor
de las **Redes Sociales**
que nosotros, como
OPS/PAHO, tenemos
que **aprovechar**



¿Cómo?



- **Siguiendo** fielmente la misión de la PAHO/OMS
- **Unificando** criterios con la región
- **Unificando** cuentas en los tres idiomas a una sola
- **Elaborando y aplicando** una estrategia única de **Redes Sociales** para todas las oficinas
- **Aceptando** que el mejor activo de las redes sociales es tener un contenido de calidad
- **Creando** un manual de gobernabilidad en manejo de redes sociales que sigan todas las oficinas
- **Elaborando** un manual de manejo de crisis de reputación digital
- **Nombrando** un comité de crisis, responsable del manejo en caso de darse un daño en la reputación digital

“Twitter para Todos” Y “Redes Sociales para Todos”



Ana María Jaramillo

¡Gracias y no deje de comunicarse conmigo!

@anamjaramillo

@medicinaparatos

twitterparatodos@gmail.com