



Las empresas que no están en las redes sociales pierden mercado

La Usal desarrolla entre los días 17 y 27 un curso de comunicación 2.0

E. A. S.
SALAMANCA

El decano de la Facultad de Ciencias de la Universidad de Salamanca, Juan Manuel Corchado, destacó ayer que las empresas sin presencia en redes sociales "están condenadas a perder cuota de mercado". En este sentido, el responsable del centro universitario se mostró convencido de que las compañías privadas tienen que adaptarse a la nueva realidad y que, por lo tanto, cometen un error aquellas que están fuera de las redes sociales.

Corchado señaló que las distintas posibilidades que ofrece internet hay que "utilizarlas con

sentido común" para evitar problemas y que, una vez así, ofrecen a las entidades "un elemento muy útil de difusión y de marketing" con el que "es posible dirigir el mensaje a públicos muy concretos".

Aquellas empresas que no entren a formar parte de este universo a través de internet "tendrán peor posicionamiento" e incluso podrían darse las circunstancias para "desaparecer", debido a que "las redes sociales ya han ganado su lugar en la sociedad".

Jornadas en la Usal

Corchado realizó estas declaraciones ayer, durante la presentación del curso *Redes Sociales: Uso personal, profesional y acción ciudadana*, que se desarrollará entre los días 17 y 27 de mayo con carácter *on line* y los días 25 y 26 de mayo de manera presencial en el Centro de Estudios Brasileños de la Universidad de Salamanca.



Dos chicas trabajan en el ordenador en el Centro de Estudios Brasileños, que acoge el curso sobre redes sociales.

ALMEIDA

La actividad ha sido organizada por la Asociación de Antiguos Estudiantes, Amigos y Amigas de la Universidad de Salamanca (Asus), en colaboración con el grupo de investigación en Bioinformática, Tecnología Educativa y Sistemas Inteligentes (Bisite) de la institución académica.

El objetivo de las jornadas es presentar, de una forma práctica,

todas las vertientes que abarca el concepto de las redes sociales, así como son su usos a través de la propia experiencia del equipo de ponentes altamente cualificados y las posibilidades de marketing y promoción que ofrecen a las empresas, así como las salidas laborales vinculadas a la actividad empresarial en internet y las redes sociales, un sector cada día

más en auge por las nuevas oportunidades que se abren para las compañías.

Los interesados en participar en la actividad, que tiene un coste general de 110 euros (60 para estudiantes y alumnos de Asus), pueden obtener toda la información y cumplimentar los impresos en la web de la asociación (asus.usal.es). ■