



WHITE PAPER

# La guía de cinco pasos para mejorar la seguridad en los medios sociales

Hootsuite<sup>TM</sup>

# La guía de cinco pasos para mejorar la seguridad en los medios sociales

En el 2013, no ha pasado ni un solo mes sin que salgan noticias de alguna marca que ha tenido algún problema con las redes sociales. Desde empresas en la Fortune 100 a algunas de las agencias de noticias más grandes del mundo, en algún momento u otro todas han visto amenazada su seguridad en los medios sociales.

Sus cuentas han sido pirateadas, modificadas y utilizadas para difundir mensajes en contra de su política y corporación. Se han perdido perfiles y seguidores, las imágenes de marca se han visto afectadas e, incluso, su valor en bolsa ha caído brevemente debido a estos problemas de seguridad.

¿Cuál es la solución? ¿Sacar a tu empresa de los medios sociales? Esta no es una opción, ya que cada vez más gente entra en las redes sociales y las usa para seguir, hablar y comprar productos y servicios de sus empresas y marcas preferidas. Los medios sociales se han convertido en un pilar de la empresa, y se espera que en los próximos años genere un valor por encima de los 1,3 billones de dólares. Su papel seguirá expandiéndose y superará a más y más herramientas comerciales tradicionales.

El miedo a ser el objetivo de terceros no debería extenderse por la empresa ya que, en verdad, la gran mayoría de los problemas de seguridad anteriormente mencionados fueron el resultado de estafas muy sencillas y falta de precaución: correos y sitios

web sospechosos que los empleados visitaron sin pensárselo dos veces, contraseñas compartidas por correo, los canales sociales corporativos en manos de personal sin la formación adecuada. Estas decisiones tuvieron consecuencias importantes en los esfuerzos sociales de las marcas, pero podrían haberse evitado fácilmente.

Se han creado herramientas con la finalidad concreta de frustrar las amenazas de seguridad y ayudar a las empresas a proteger sus activos sociales. A medida que las marcas dedican más tiempo y esfuerzos a las campañas en las redes sociales, es natural que surja la necesidad de conocer mejor los riesgos asociados con el uso de estos medios. Una vez los hayas entendido, podrás tomar las medidas necesarias, pero bastante simples, para combatirlos.

La siguiente guía examina las amenazas más comunes a la seguridad en los medios sociales, y ofrece soluciones sencillas para reducir el riesgo de que se lleven a cabo en tu empresa.

## 1. Éduquer et former les employés

### El desafío

Para que tu empresa pueda aprovechar plenamente los medios sociales, necesita encomendar a los empleados de todos los departamentos que participen en la conversación. El uso de los conocimientos de la gente en finanzas, recursos humanos, desarrollo e incluso en ventas aportará mucho a los mensajes sociales en términos de calidad y cantidad. Pero, si bien las personas encargadas de los medios sociales pueden saber mucho de las redes y de cómo usarlas de manera segura, el resto de empleados de la empresa pueden no encontrarse en la misma posición. Un empleado que no sepa cómo publicar, o alguien que desconozca las señales de un enlace, correo o mensaje social sospechoso, pueden actuar como puertas de entrada para un pirata informático que busque acceder a tus activos sociales.

### La solución

Todo es cuestión de formación. Si no quieres que empleados que no están familiarizados con los medios sociales utilicen esas plataformas, haz que se familiaricen. Enséñales a tus empleados cómo utilizar las herramientas de los medios sociales para asegurarte de que lo hacen de manera segura. Existen programas estructurados de formación en los medios

sociales, entre ellos HootSuite University. Con una mínima inversión de tiempo y dinero, tus empleados pueden aprender las mejores prácticas para utilizar las redes sociales en beneficio de tu empresa a la vez que mantienes un control seguro. Estas herramientas se presentan en diversos formatos, desde webinars a documentos técnicos, así que puedes elegir la opción que mejor se adapte a tu empresa.

A los empleados también se les debe enseñar a hacer clic con precaución. ¿Sabes todas las personas que utilizan tus activos sociales cómo reconocer un enlace malicioso? Los enlaces de spam son una forma común de engañar o “pescar” para poner en peligro las cuentas en los medios sociales. Como descubrieron los empleados de the Onion hace poco, todo el personal debe comprender las consecuencias potenciales de hacer clic en enlaces extraños en los correos, independientemente de quien los envíe. En especial en aquellos que llevan a páginas que solicitan nombres de usuario y contraseñas.

Además de incrementar la seguridad básica, la formación en el uso de los medios sociales ayuda a mejorar el desempeño general de tus campañas en los medios sociales. Los programas de formación van mucho más allá de la formación básica y abordan temas avanzados como la etiqueta en los medios sociales y cómo usar las redes sociales para atraer a nuevos clientes.

## 2. Centralización de los canales de los medios sociales

### El desafío

Una parte de la creciente presencia de tu empresa en los medios sociales está relacionada con la creación de múltiples cuentas en múltiples redes sociales. Asimismo, implica extender el poder en los medios sociales entre más y más empleados de tu empresa a medida que amplías el programa. Quizás algunos empleados han creado varias cuentas corporativas en Facebook, LinkedIn y Twitter sin una autorización oficial. También puede que necesites que gente de todos los niveles de la empresa, desde tu Director General a tus becarios, participen en tus campañas sociales. A medida que amplías el programa, se vuelve más difícil mantener el control de la gran cantidad de cuentas en las diversas redes sociales.

### The solution

Si bien no deseas que los mensajes sociales estén centralizados, una medida fundamental para proteger tus activos en los medios sociales es que todas tus cuentas en las redes sociales estén bajo un control central. Empieza haciendo una auditoría dentro de tu empresa de todas las cuentas en las redes sociales. Presta atención a quiénes las administran y quiénes tienen acceso a ellas. Elimina todas las cuentas superfluas y retira los permisos a todos aquellos que no los deban tener. Una vez hayas hecho esto, la manera más sencilla de centralizar el control es consolidar todas estas cuentas dentro de un sistema de gestión de los medios sociales.

Los sistemas de gestión de los medios sociales te permiten redactar y publicar mensajes en varias cuentas y redes sociales desde una única interfaz. Además, permite a los encargados supervisar todos los mensajes y actividad social desde un solo lugar, simplificando de este modo lo que solía ser una tarea laboriosa y que requería mucho tiempo.

Estos sistemas generalmente vienen equipados con características de seguridad (además de una serie de funcionalidades que ayudarán a tus campañas, desde programación de mensajes a análisis). Las herramientas integradas de detección de malware y spam pueden avisar a los usuarios cuando hagan clic en un enlace sospechoso. Hootsuite, mediante Google Safebrowsing, pone automáticamente en cuarentena con una advertencia de seguridad los enlaces abusivos ocultos con Ow.ly

URL para determinar si un enlace no es seguro. Además, Hootsuite toma medidas adicionales para eliminar el enlace ofensivo de la base de datos y bloquea el dominio de origen para que no pueda acceder a Ow.ly. Esto ayuda a evitar que los empleados terminen en sitios web peligrosos y pongan en peligro la seguridad de sus cuentas. Las herramientas de gestión de los medios sociales también avisarán a los líderes de equipo si se están llevando a cabo actividades sospechosas en sus cuentas, lo que les permite abortar cualquier amenaza de seguridad potencial.

La necesidad de tener todas las cuentas sociales en un único lugar ha crecido a medida que los servicios pagados (como los Productos Promocionados de Twitter y las Publicaciones Promocionadas de Facebook) se han ido convirtiendo en una parte fundamental de las campañas en los medios sociales. Esta tendencia comercial de mil millones de dólares formará parte de la estrategia social de la mayoría de empresas, y las implicaciones financieras asociadas con los mensajes sociales pagados se han convertido en otro factor a tener en cuenta a la hora de centralizar el control de los activos sociales. No quieres que tu marca invierta decenas de miles de dólares, incluso cientos de miles en Cuentas Promocionadas o Tuits Promocionados para ver como tu inversión se va al traste por el tuit poco apropiado de alguien que logró obtener acceso a tu cuenta. Por suerte, la elección de un sistema de gestión de medios sociales que te permite comprar publicidad desde la plataforma le aporta toda la seguridad anteriormente mencionada a tus esfuerzos sociales de pago. Las compras de mensajes pagados las pueden supervisar los encargados dentro de tu organización sin la necesidad de contar con contraseñas adicionales asociadas con las plataformas sociales de pago.

### 3. Toma las medidas necesarias para proteger las contraseñas

#### El desafío

Las cuentas compartidas en los medios sociales significan contraseñas compartidas. Cuantas más cuentas tenga una empresa, y en cuantas más redes sociales esté activa, más contraseñas necesitarán crear y compartir entre los participantes en las campañas sociales, desde becarios a altos ejecutivos. Cada una de estas contraseñas es información que se debe proteger para que no caiga en las manos equivocadas. ¿Pero cómo consigues mantenerlas protegidas cuando pasan de un empleado a otro, o incluso de una sede a otra?

#### La solución

El primer paso en la protección de contraseñas es dedicar tiempo a crear una contraseña segura y compleja. Con tu reputación en juego, las contraseñas de pocos caracteres no funcionarán (la contraseña más común en el 2012 seguía siendo, por desgracia, "contraseña"). Piensa en implementar una herramienta de gestión de contraseñas, como LastPass o KeepPass, que puedan generar contraseñas complejas en tu nombre.

Media vez tengas una contraseña segura, no debes permitir que los empleados guarden la contraseña en computadoras compartidas, correos electrónicos o en dispositivos móviles que podrían perderse o ser robados con facilidad (y tampoco, para señalar lo obvio, en un post-it o en algún otro papel que dejen por ahí). De nuevo, una herramienta de gestión de contraseñas como LastPass guardará tus contraseñas por ti. Además te permiten compartir las contraseñas sin que sean físicamente visibles para los demás integrantes del equipo.

La tecnología de inicio único de sesión (SSO, por sus siglas en inglés) es otra forma eficaz de reducir el número de contraseñas flotando por ahí, y los riesgos asociados con ellas. El SSO permite a los empleados iniciar sesión en las cuentas sociales de la empresa con el mismo nombre de usuario y contraseña desde su cuenta de correo corporativo. Al hacerlo así, las "llaves" o contraseñas para esas cuentas permanecen en las manos de un administrador de confianza. Quieres asegurarte de que si alguna vez el creador de la contraseña abandona la organización, por cualquier motivo, ese control y acceso a tus valiosas cuentas de marca permanece seguro e intacto.

Un sistema de gestión de medios sociales también te permite iniciar sesión en tus cuentas desde cualquier lugar, y con casi cualquier dispositivo, sin tener que descargar y guardar valiosos datos. La configuración HTTPS de Hootsuite protege aún más tus contraseñas y perfiles mientras usas Hootsuite en una Wi-Fi pública.

## 4. Establecer un sistema de aprobación de mensajería

### El desafío

Todos somos humanos. Eso forma parte de lo que nos hace eficaces en los medios sociales, ya que la gente disfruta con las conversaciones y contenidos con los que se puede relacionar. Pero también significa que cometemos errores. Nadie es inmune, y no se debería esperar que nadie lo fuera. Cuando una gran empresa tiene cientos o incluso miles de empleados publicando en las redes sociales, es muy probable que se cometan errores. Si no estás preparado, un tuit equivocado puede salirle muy caro a tu organización, tanto en términos de imagen y, en el peor de los casos, a nivel financiero. ¿Cómo puedes mitigar ese riesgo a una escala tan grande?

### The solution

Existe una manera muy, muy simple de reducir las probabilidades de que se envíe un tuit equivocado desde una cuenta corporativa: un proceso de aprobación de dos pasos. Los sistemas de gestión de medios sociales ofrecen a los equipos la capacidad de implementar un proceso de aprobación en todos los mensajes sociales. Esto significa que dos pares de ojos verán todas las publicaciones en Twitter y Facebook antes de que sean públicas, reduciendo drásticamente la probabilidad de que un mensaje dañino accidental o intencionado se escape. Este proceso también permite a los directores de los medios sociales editar las publicaciones para corregir las faltas de ortografía, comprobar los enlaces y, generalmente, asegurarse de que los mensajes cumplen con las normas de la empresa.

Cuando tu marca tiene miles, o incluso millones de seguidores en los medios sociales, quieres asegurarte también de que únicamente un grupo reducido de gente puede publicar mensajes, incluso si un gran número de personas se encarga de la redacción de los mismos. La capacidad de limitar los permisos, como ofrece Hootsuite, sirve para mitigar el riesgo de dejarles las llaves de esas cuentas a empleados en puestos de

entrada o a becarios. Los diferentes niveles de permisos pueden seguir la jerarquía natural de tu empresa. A los miembros del personal se les pueden otorgar permisos limitados para redactar mensajes, que después deben seguir la cola de aprobación para que la alta dirección autorice su publicación. De este modo puedes restringir los empleados a determinadas cuentas sociales y otorgarles competencias específicas. Esto no solo reduce el riesgo de publicación de cualquier mensaje equivocado, sino que también permite a los empleados ser más creativos con sus mensajes y aprender de los cambios realizados por sus superiores. Al final, esto te ayudará a escalar tu equipo cuando se presente la necesidad.

## 5. Prepararse para lo peor

### El desafío

No importa la cantidad de medidas de seguridad que tomes, siempre existirá la posibilidad, aunque mínima, de que algo se pueda colar por las rendijas. Se puede pulsar un botón por accidente, a un empleado de alto nivel encargado de aprobar los mensajes se le puede pasar un error crítico, o bien, un intruso inteligente puede encontrar el acceso trasero a una de tus cuentas. ¿Qué haces cuando algo sale mal en tus medios sociales?

### La solución

Estar preparado.

Mejorar la seguridad de tus medios sociales no significa no estar preparado para una crisis en los mismos. Todas las empresas deben contar con un plan de crisis específico en caso de que algo salga mal. Esto significa que se les debe enseñar a los empleados cómo responder rápida y eficazmente durante una crisis. Los planes deben ser sencillos y flexibles, ya que las crisis tienden a ser impredecibles. También debes tener un plan de contingencia. Hootsuite ejecuta simulaciones de crisis para los clientes Enterprise, para que así puedas probar y evaluar la respuesta de emergencia de tu equipo social. A continuación, desglosa las áreas y personas que necesitan mejorar y sugiere mejoras para el plan general de crisis.

Incluso si los medios sociales te han metido en problemas, también pueden ayudarte a salir de ellos. Los medios sociales suceden en tiempo real, así que la empresa también necesita responder a la situación en tiempo real. Las herramientas de gestión de los medios

---

sociales pueden servir como un centro de mando, permitiéndote supervisar todas las comunicaciones a la vez. Estas herramientas pueden avisarte de una situación o actividad extraña potencialmente dañina en tus cuentas.

Además, te permiten supervisar cómo reacciona el público ante el problema y asignar rápidamente la mensajería a los integrantes del equipo que pueden responder a las preguntas y comentarios de los seguidores y clientes, o enfrentarse a cualquier problema cara al público a medida que surge. Las marcas deben contar con un plan de divulgación. Los medios sociales te permiten llegar a un número masivo de seguidores para avisarles del problema e informarles que estás trabajando para resolverlo.

Los activos sociales no deben estar atados a una única ubicación o computadora en caso de que la crisis sea de naturaleza geográfica, como un apagón causado por una gran tormenta. Aprovecha la movilidad de los medios sociales y está preparado con computadoras portátiles o teléfonos inteligentes para poder ejecutar tu respuesta de crisis. Esto también te permite moverte e interactuar con tus empleados sin tener que dejar abandonados tus activos sociales.

## Conclusión

Con estos cinco pasos puedes tranquilizar a la alta dirección. Los activos sociales de tu marca estarán protegidos y tus empleados estarán capacitados para usarlos. Y en caso de que se haga realidad el peor de los escenarios, estarás preparado para responder rápida y eficazmente. Los medios sociales se convertirán en uno de los activos más importantes de tu empresa de aquí en adelante. Así que dedica tiempo a protegerlos.

# Acerca de Hootsuite Enterprise

Asóciate con Hootsuite para acelerar tu transformación en las redes sociales



Hootsuite Enterprise ayuda a las organizaciones a ejecutar estrategias comerciales en el contexto de la era de las redes sociales. Como la plataforma de redes sociales más usada del mundo, Hootsuite Enterprise permite a las empresas globales escalar sus actividades en las redes sociales en múltiples equipos, departamentos y unidades empresariales. Nuestra versátil plataforma soporta un próspero ecosistema de integraciones tecnológicas, y permite a las empresas extender sus redes sociales a los sistemas y programas existentes.

Así mismo, ayudamos a las organizaciones a crear relaciones más profundas con sus clientes, así como a obtener información valiosa a partir de las redes sociales. Hemos innovado desde el primer día y, hoy en día, seguimos ayudando a las empresas a ser pioneras en el ámbito de las redes sociales, así como a impulsar su éxito mediante servicios formativos y profesionales.

Solicita una demostración personalizada visitando: [enterprise.hootsuite.com](https://enterprise.hootsuite.com)

## 744 de las empresas de la lista Fortune 1000 confían en nosotros

