

El Networking y su aplicación a las Relaciones Públicas

Networking and its application to Public Relations

*Emmanuel Alemán Ariza*¹

Universidad de Panamá, Facultad de Comunicación Social, Panamá

emmanuel.aleman@up.ac.pa

<https://orcid.org/0000-0001-5565-1482>

Recibido: 23/10/2022

Aceptado: 10/12/2022

RESUMEN

El networking trae muchos beneficios para quien lo aplica, debido a que su objetivo es el de crear una red de contactos que permita entablar relaciones especialmente de negocios, beneficiándose en lo laboral, empresarial, y, sobre todo, en lo personal. Pero seguramente queda la gran incógnita de cómo podría ser el Networking un medio de vínculo para la disciplina de las Relaciones Públicas y es precisamente esta interrogante, a la que se le busca dar respuesta. En este artículo se pretende, evidenciar la manera de cómo aplicar el Networking a las Relaciones Públicas puesto que en los últimos años y especialmente durante la pandemia del COVID 19, este concepto ha cobrado mucha relevancia. Para la recolección de datos se empleó el estudio explicativo, el motivo es el poder evidenciar que esta estrategia puede ser ventajosa para las relaciones públicas, si se sabe implementar, y, sobre todo, por la relación que guardan entre sí. También se presentarán citas bibliográficas para dar apoyo a la investigación, con el objetivo de dar veracidad a nuestro estudio.

Palabras clave: Networking, aplicación, Relaciones Públicas.

ABSTRACT

Networking brings many benefits to those who apply it, because its objective is to create a network of contacts that allows establishing relationships, especially business relationships, benefiting in the workplace, business, and, above all, personally. But surely the great unknown remains of how

¹ Licenciado en Relaciones Públicas, con Maestría en Relaciones Públicas Corporativas y Docente de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Panamá en las Carreras de Relaciones Públicas y Evento y Protocolo Corporativo. Líneas de investigación van enfocadas al área de las Relaciones Públicas, Marketing, Tics y Eventos Corporativo que son las áreas en las cuales dicta asignaturas en la escuela de Comunicación Corporativa de la Facultad de Comunicación Social.

Networking could be a means of linking the discipline of Public Relations and it is precisely this question, which is sought to provide an answer. This article aims to show how to apply Networking to Public Relations since in recent years and especially during the Covid 19 pandemic, this concept has become very relevant. For the data collection, the explanatory study was used, the reason is to be able to show that this strategy can be advantageous for public relations, if it is known how to implement it, and, above all, because of the relationship they have with each other. Bibliographical citations will also be presented to support the research, with the aim of giving our study veracity.

Keywords: Networking, application, Public Relations.

Introducción

Para comenzar, el networking es un buen medio de vínculo para establecer relaciones, pero, así como cualquier otra actividad, ya sea que lo apliques bien o mal, el hacerlo de la manera correcta podría tener muchas ventajas, debido a que no solamente se conocería a más personas, sino que también tendrías la posibilidad de crear relaciones profesionales que sean sólidas y que den un gran impulso a tu negocio.

Las relaciones públicas para una empresa son importantes debido a que están formadas por un conjunto de acciones que tienen la finalidad primordial de generar, y, sobre todo, mantener la mejor imagen de la organización, ya sea ante el público que viene de afuera, es decir, los clientes, inversores y demás, como también a su equipo de trabajo interno.

Las relaciones públicas son entendidas como la acción de acceder a una lista de contactos al cual se le envía el mismo mensaje, pero actualmente está siendo sustituida por el networking content el cual es un término que hace referencia a la manera en el que un emprendedor puede crear contenido en el que vaya incluido menciones a las personas con las que se busca establecer una relación, ya sea como resultado del intercambio de sus ideas, la conversación con la persona que elija para profundizar, como ocurre a menudo, por ejemplo, cuando se revisa un hilo de Twitter en un boletín o con una invitación directa a un Pódcast

En definitiva, utilizar el networking como medio de vínculo traería grandes beneficios en cuanto a lo laboral, gracias a que incrementaría las ventas del producto, para lograr tener mejores seguidores gracias a una buena cartera de clientes, con la finalidad de poder llegar al público meta de la manera más fácil

Existe un motivo por el cual el networking es una técnica primordial en tu empresa, y la razón es que sirve de mucha ayuda para la creación de relaciones profesionales a largo plazo, así es como se consigue tener un buen nivel de vinculación comercial establecida en tus clientes

potenciales. De esa manera, se puede establecer una agenda de personas que se relacionen con los intereses empresariales. Pero, el crear y tener una buena administración de contactos, se requiere de mucho esfuerzo, y tiene su tiempo. Luego de haberla creado se podrá obtener aquellos beneficios que lo representa.

Hay una relación entre el networking y las relaciones públicas debido a que las dos están en busca de ocasionar que la compañía sea notoria y que transmita una buena imagen de sí misma.

Networking y Relaciones Públicas

La historia de la etimología de la palabra networking nos dice que se empezó a utilizar el término con el sentido de interconectar personas y grupos de gente en el año 1947, según el historiador, autor y periodista Douglas Harper, fundador del Online Etymology Dictionary.

Según Harper, la palabra networking tiene el significado de una red de hilos o cables desde 1560, se refiere a una red de canales, ríos y ferrocarriles desde 1839 y a un sistema de radiodifusión de varios transmisores desde 1914. En lo que se refiere a ordenadores, este vocablo se emplea desde 1972 y respecto al verbo, es decir, la acción de personas haciendo networking, los testimonios son de 1980. (Coelho, 2022)

Se tiene registro de su uso desde 1947 y aunque existen muchas adaptaciones de su significado, en el mundo de los negocios personas como Gwen Rhys, directora y fundadora de Networking Culture Limited lo define como: *“La creación de redes de contacto y negocios es el proceso de construcción, cuidado y aprovechamiento de las relaciones con el fin de maximizar las oportunidades para usted y para otros.”* (Levework, 2022).

El networking puede ser utilizado también con el objetivo de encontrar oportunidades de negocio, por lo que no está sólo destinado a personas en búsqueda de empleo, sino también a empresarios, directivos y emprendedores. Así lo define Adam J. Kovitz, presidente de The National Networker Companies: *“un intercambio de información entre un individuo y otro con el propósito de hacer negocios, buscar empleo o adquirir conocimientos de alguna especialidad”*. (InfoMABs, 2021).

Una de las definiciones que mejor abarca el significado real de networking es la propuesta por Antoni Porras: *“Networking es el arte de crear, gestionar, ampliar y mantener tu red de contactos, vía online (virtual: redes sociales, profesionales, IM, blog, web, etc.) y offline (presencial: eventos, desayunos, comidas y cenas de negocios, encuentros, etc.) de manera sistemática para que ambas partes ganen, se generen sinergias, colaboraciones, negocios, etc., consolidando relaciones duraderas y de confianza”*. (Arvelo, 2018)

El networking se traduce como "trabajar en red". El concepto proviene de la informática, donde un "network" es una red formada por un conjunto de ordenadores y programas de gestión que se conectan para compartir recursos e intercambiar información. Del mismo modo, en el terreno humano, el networking es el intercambio de conocimiento, entre dos o más personas, que facilita los procesos de trabajo. (Barcelona Activa, 2010)

Según Lopez Ayala et al, (2016) el networking entra en las empresas para mejorar el trabajo, las compañías utilizan estas herramientas para compartir información y algunas otras lo han dejado fuera de ellas pensando que distaren a los empleados ignorando que muchos de ellos las traen ya en sus dispositivos móviles. Hay un principio en las redes sociales y en general en internet, son procesos auto-gestionables. (p. 122)

Desde el punto de vista de Caguana Baquerizo et al, (2019) sobre este tema el networking trabaja en la composición de una RED, a nuestro modo de ver, es ineludible mencionar lo que se quiere transmitir como empresa. En el caso que se lo omita pues no hay otra manera de que la comunidad se entere de lo que se ofrece en el mercado y consecuentemente lo contacten, sin llegar a un proceso de aproximación, por ello los contactos son las bases por las cuales se debe trabajar. Al fin y al cabo, la red se convertirá en el canal, ya que la información se reparte a más personas de su entorno, creándose la dinámica del Networking, que se estará desarrollando de forma activa. (p. 235)

Uno de los objetivos del networking es que conozcas a personas que se conviertan en tus amigos y, de ser posible, que sean influyentes. No se trata de que vayas a eventos en busca de trabajo, a vender o a buscar clientes; hay que hacerlo con sutileza, discreción y, sobre todo, respeto. Debes hacerlo con tu propio estilo, fundamentado en la no agresividad, de forma que puedas crear relaciones verdaderas, duraderas, basadas en la confianza, crear experiencias enriquecedoras que, directa o indirectamente, te sorprendan intercambiando conocimientos, contactos y posibles negocios contigo. (Arvelo, 2018)

The Public Relations News dio una de las primeras definiciones y John Marston (1988) la hace suya también, pero le agrega el término "comunicación". Esta clara definición recalca la responsabilidad social de las relaciones públicas y la importancia de una acción planificada para ganar el respeto y confianza del público.

“Las relaciones públicas constituyen la función administrativa que evalúa las actitudes del público, identifica las políticas y los procedimientos de una organización con el interés público y ejecuta un programa de acción y comunicación para ganar la comprensión y la aceptación del público”. (Marston, 1988, p. 12).

El doctor Rex Harlow (1981), un veterano profesional de las relaciones públicas de San Francisco, California, examinó 472 definiciones diferentes sobre la práctica de esta actividad, para concluir con la siguiente definición:

“Las relaciones públicas son una función distintiva de la dirección que ayuda a establecer y mantener líneas mutuas de comunicación, comprensión, aceptación y cooperación entre una organización y sus públicos; implica la dirección de problemas o asuntos; ayuda a la dirección de mantenerse informada y a responder ante la opinión pública; define y resalta la responsabilidad de la dirección para servir al interés del público; ayuda a la dirección a mantenerse al tanto de los cambios efectivos; sirviendo como un sistema inicial de aviso para ayudar a anticipar tendencias, y utiliza la investigación y técnicas sanas de comunicación como instrumentos principales. (1981, p. 36).

Black (1994) define las relaciones públicas de forma breve pero completa: "la práctica de las relaciones públicas es el arte y la ciencia de conseguir la armonía con el entorno por medio de la comprensión mutua, basada en la verdad y en una información completa" (1994, p. 54).

Asimismo, destaca la definición de Scott Cutlip y Allen Center (2001, p. 44) en su obra *Effective Public Relations*: “Las relaciones públicas son el esfuerzo planeado para influenciar la opinión mediante el buen carácter y la ejecución responsable, basados en una comunicación de dos direcciones mutuamente satisfactorias”. Este concepto describe el proceso como un esfuerzo planeado, que utiliza la comunicación en dos direcciones para provocar el resultado final de influir en la opinión, conciben al buen carácter y a la ejecución responsable como elementos esenciales para influenciar la opinión pública.

Motivación para la investigación

Dado que el networking es una buena técnica para establecer relaciones, el hecho de que lo sea lo convierte en un buen vínculo para las relaciones públicas comunitaria y comunicativa, si lo que se quiere es que tu negocio destaque, la relación que tienen ambas puede ser beneficiosa para impulsar la imagen corporativa de tu empresa.

Básicamente cuando se refiere a el networking, hablamos de la adquisición de beneficios gracias al haber tenido una buena relación con una persona o incluso por haber negociado exitosamente. Si lo que se busca es incrementar las oportunidades de tu negocio, el ampliar tu red

de contactos vendría siendo una excelente opción. Es en eso en lo que se basa esta técnica, en crear relaciones con personas o entidades que tengan prácticamente el mismo interés.

Siendo que las relaciones públicas son esenciales en una empresa, debido a que son el proceso por el cual una empresa se comunica estratégicamente construyendo relaciones beneficiosas entre las organizaciones y el público, el networking podría ser una buena herramienta debido a que su objetivo es básicamente similar.

Una buena aplicación de Networking en Relaciones Públicas te generaría (Escobar, 2018)

- Ganar recomendaciones confiables y efectivas sobre los productos o servicios, lo que es similar a la publicidad hecha por el grupo de contacto en el cual te relacionas profesionalmente.
- Da más oportunidades de encontrar trabajo o aumentar tus ventas.
- Evitar agregar contactos se involucre con el fin principal de tu producto o servicio a menos que este sirva como enlace publicitario a las publicaciones en la web o redes sociales.
- Ayuda a interrelacionarse y poner en marcha nuevas experiencias basadas en hechos vividos por otras organizaciones.
- Aumentan los ingresos y produces más.

Relaciones públicas en la empresa: networking (Avance comunicación, 2020)

Seguramente en más de una ocasión se ha escuchado sobre el *networking*, práctica que consiste en crear una red de contactos que te permita establecer relaciones de negocios con el fin de obtener ventajas laborales o empresariales.

El motivo por el que esta técnica es tan importante es porque sirve de gran ayuda para crear relaciones profesionales a largo plazo, consiguiendo así establecer un nivel de vinculación comercial mucho mayor con los posibles clientes.

De esta forma, se puede crear una agenda de personas que estén relacionadas con los intereses empresariales. Sin embargo, crear y administrar contactos de la empresa requerirá de bastante tiempo y esfuerzo. Una vez que esté creada se podrá obtener los beneficios que representa.

Algunas de las ventajas principales que se puede conseguir a través del *networking* son las siguientes:

- Genera oportunidades laborales.

- Se gana recomendaciones efectivas y confiables sobre tus servicios o productos.
- Se aumenta las ventas, los ingresos y la producción.
- Ayuda a relacionarse y a generar nuevas experiencias.

Estrategia que ayuda a las relaciones públicas

- **Participar en eventos de Networking del sector.** El Networking se ha convertido en una de las últimas tendencias de los últimos años en el mundo empresarial. Por ello la asistencia a eventos del sector es fundamental, sobre todo si nuestro negocio no es conocido en el sector. La presencia y participación en este tipo de eventos nos puede abrir las puertas a conocer a muchas personas en un entorno relajado que favorece la creación de conexiones y sinergias. Aquí la clave está en identificar los eventos que pueden ser de mayor interés para nosotros ya sea por su temática o por los asistentes/ponentes confirmados. (Cicero, 2016)
- **Hacer networking.** Una base de datos no se construye sola. Para que sea sólida y útil se debe dar a conocer y relacionarse con posibles aliados. Estas son algunas formas de comenzar a ganar visibilidad: (Paola, 2022)
 - Asistir a eventos para emprendedores.
 - Participar en especiales, foros o conferencias de un área de experticia. (Principio de oportunidad)
 - Hacer alianzas con tus pares.
 - Optimizar las redes sociales.
 - Crear contenido de valor, etc.

Construir una red de contactos toma tiempo y requiere de mucha paciencia, pero a medida que se vaya creciendo las posibilidades de proyección pública aumentarán.

El networking como parte de la estrategia empresarial

En networking la planificación estratégica es igual a resultados.

Algunos elementos útiles para ser considerados y que ayudan en la estrategia de networking son: (Biblioteca digital)

1. Pensar cómo se puede hacer para ayudar a otros sin que pidan ayuda,
2. Encontrar formas de presentar amigos o conocidos que entre ellos se desconocen y que podrían beneficiarse unos de otros.
3. Hacer inventario de la propia red de contactos y organízala.
4. Identificar y recolectar datos de aquellos contactos que sería un gusto conocer.
5. Investigar antes de conocer o presentarse ante una persona.
6. Inscribirse en organizaciones profesionales relacionadas con el plan de networking.
7. Aprender sobre el arte de escuchar al otro sin interrumpir y a formular preguntas interesantes.
8. Realizar siempre un seguimiento posterior al primer contacto.

Tipos de networking

Existen tres tipos de networking (Coworkingfy, 2022):

1. **Personal:** La red personal tiene el objetivo de crear puntos de contactos personales para fomentar tu desarrollo tanto personal como profesional. Así, te harás de referencias para contactos útiles. Es el trampolín para la creación de tu propia red estratégica, de ahí su importancia.
2. **Operativo:** La intención de esta red de contactos profesionales es lograr que el trabajo que realices sea de una manera eficiente, manteniendo las capacidades y funciones del grupo. Se basa fundamentalmente en la construcción de buenas relaciones de trabajo.
3. **Estratégico:** Está encaminada a determinar cuáles son tus prioridades, desafíos futuros y conseguir el respaldo de otros grupos de interés.

Como realizar acciones de networking (Comunicagenia, 2018)

Como se viene detallando, el networking suele ser señalado como el tarjeteo tradicional donde dos profesionales intercambiaban datos de su actividad con el fin de desarrollar una beneficiosa red de contactos. La profesionalización de la actividad del networking a través de convenciones o eventos, lleva a replantear la forma de captación de contactos; debido en gran parte a la existencia de actividades dirigidas exclusivamente al networking.

Se hace fundamental disponer de buenas habilidades sociales, y sobre todo mucha confianza en uno mismo y en las propias habilidades a la hora de contactar con otros profesionales. No se debe tener miedo a compartir experiencias con otras personas que podrían llegar a ser colaboradores potenciales de nuestra empresa.

El primer paso consiste en conocer toda actividad de networking e inscribirse en ellas a través de instituciones públicas o bien a título particular como emprendedor. Lo siguiente depende de tu motivación por dar a conocer tu trabajo a todos los asistentes.

Se puede decir que el networking aporta 5 beneficios: (Figueroa, 2022)

1. **Capital social:** El networking es la red de contactos interrelacionados dentro de una organización. Tener mayor capital social se resume en el valor que podemos aportar a los demás a través de varios factores: la visibilidad (en el caso del networking actual, en redes sociales), las conexiones mismas y los avances que puedas lograr en cuanto a desafíos profesionales.
2. **Capital intelectual:** Es producto del conocimiento que circula en las redes de networking. Acrecentar el capital intelectual ya sea individualmente o el de una empresa en general implica aumentar la calidad de las relaciones dentro y fuera de la empresa (es decir, con colegas y clientes).
3. **Cooperación interna y entre áreas:** Cuando hablamos de “cooperación” nos referimos a la colaboración entre tareas dentro del esquema organizacional de una empresa. La puesta en común de desafíos, logros y dudas a través del networking puede facilitar el funcionamiento de una organización.
4. **Relaciones duraderas:** Todo lo que tenga que ver con fortalecer la comunicación entre colegas permitirá la circulación de nuevas ideas y propuestas. Hay que tener en cuenta dos tipos de relaciones: las emocionales y las enfocadas en objetivos (estrictamente laborales).

Guía para realizar el mejor networking

Son muchos los manuales centrados en explicar cómo se debe hacer networking y cuáles son las claves para el éxito. Aunque son numerosas las recomendaciones que se pueden encontrar, nosotros recogemos los consejos que propone el “Decálogo Marqueze Telecom, la guía para realizar el mejor networking” (Márquez, 2006)

1. Establecer una estrategia personal. La red de contactos debe basarse en una estrategia personalizada y unos objetivos concretos.

2. Seleccionar la red(es) más adecuada(s). Existen muchas redes sociales, pero se deben escoger aquella(s) que se ajuste(n) más a nuestras necesidades y expectativas. Se recomienda un promedio de 2 ó 3.
3. No pagar sin valorar. Las redes no deberían contemplar peajes que, además, pueden restar valor y frenar su crecimiento.
4. No fomentar agrupaciones elitistas. No todos los contactos son iguales, pero todos son importantes. La esencia del mundo Web 2.0 es la apertura de las relaciones sociales, sin jerarquías ni discriminaciones. Todo el mundo aporta valor.
5. Ser sincero en la presentación de nuestros datos. En el mismo instante en que se falsean los datos, la red pierde su objetivo y razón de ser. Hay que tener muy en cuenta lo importante que es disponer de fotografía.
6. Actualizar el contenido del perfil. Es un elemento clave que el resto de la comunidad pueda estar al día de nuestras inquietudes, proyectos, aptitudes, iniciativas y expectativas.
7. Respetar la privacidad. Se debe tratar de encontrar el equilibrio entre la inteligencia colectiva y el riesgo de revelar ciertos datos personales.
8. Involucrarse y ser proactivo. Participar activamente en las iniciativas que surjan en el seno de la comunidad, e incluso, proponer las propias.
9. No agrupar contactos sin criterio. El networking no es una competición por conseguir contactos.
10. Cultivar los contactos. Es tan importante construir la red como mantenerla adecuadamente. Se potenciará el abanico de oportunidades gracias a la retroalimentación de la propia red.

El networking no es, y nunca debe ser

Ahora bien, tan importante como saber qué hacer es también estar al tanto de lo que no se debe hacer. De acuerdo con Calvo y Rojas (2009, pág. 23), el networking no es, y nunca debe ser:

- Vender.
- Utilizar a los demás para un interés personal.
- Presionar o manipular a los demás para que hagan lo que queramos.
- Poner a amigos, vecinos, socios o conocidos en general en un aprieto.
- Molestar a los demás con nuestros negocios.

¿Cuáles son los principales métodos para hacer Networking?

Existen distintos modos de generar momentos donde se realice networking: (Barahona)

- Congresos.

- Jornadas.
- Cursos, talleres, etc.
- Conferencias.
- Presentaciones (de marca, producto, etc).
- Redes sociales profesionales, como LinkedIn.

La Importancia de las Redes de Contactos (Networking)

La actividad de networking fue, es y será la actividad más importante en el mundo laboral y de los negocios porque permite viabilizar proyectos o decisiones basadas en el intercambio de conocimiento y referencias producto de las relaciones sociales con otras personas.

Las redes de contacto que forman el networking personal de cada profesional pueden ayudarnos a encontrar un nuevo empleo, una oportunidad de inversión, un conocimiento que no tenemos o simplemente, la recomendación de un médico o de un especialista técnico para resolver un problema. El crecimiento de las redes sociales en Internet ayuda mucho para llegar a personas amigas o conocidas de nuestros contactos que nos pueden permitir lograr el objetivo que nos proponamos; pero Internet no reemplaza el contacto personal y presencial que construye relaciones basadas en la confianza. (Molgaray).

El networking es de gran importancia porque establece redes profesionales de contactos que ayudan a las personas a dar a conocer sus habilidades sociales, escuchar y aprender de los demás, conectar con posibles colaboradores, socios o inversores, recibir consejos de personas que han alcanzado una gran trayectoria en el mundo comercial, y lo más importante, conseguir clientes potenciales interesados en comprar sus productos y/o servicios. (Medina, 2018).

Por otro lado, el networking te permite poner en práctica tu inteligencia emocional dentro de escenarios competitivos y de gran compromiso laboral. Esta habilidad que involucra el autocontrol de emociones y el entablar relaciones empáticas con terceros, marca una amplia diferencia entre las personas que consiguen buenos trabajos y oportunidades profesionales, y el resto de las personas que no lo logran. (Medina, 2018)

Beneficios del networking para jóvenes profesionales y estudiantes

El networking para estudiantes y jóvenes que justo están accediendo al mercado laboral ofrece numerosas ventajas, entre las que destacan (Univers, 2020):

- Recibir consejos de otras personas que estudian contigo o incluso de quienes ya se han graduado. Esto resulta muy útil para conocer el mercado laboral al que quieres acceder.
- Conseguir referencias. ¿Sabías que se estima que un 40% de los contratos se consiguen gracias a una referencia interna? Así lo indica un artículo de Undercover Recruiter (Hebberd) lo que demuestra que el networking multiplica las posibilidades de lograr la contratación.
- Acceder a ofertas de empleo. Según Business Insider (Belli, 2017), entre el 70% y el 85% de ofertas de trabajo ni siquiera se publican en ninguna plataforma. Esto significa que el networking, tener el contacto adecuado y estar presente en el momento idóneo, funciona.

El networking aporta beneficios al 52% de los que participan en él

El networking es un evento eficaz a la hora de aumentar la red de contactos de sus participantes. Se trata de reuniones, después del trabajo, entre emprendedores, autónomos, directivos e inversores, con el fin de buscar nuevas oportunidades de negocio, financiación o captar nuevos clientes.

Un estudio reciente, realizado por El Club del Emprendimiento en el año 2015, reveló que el 52% de los profesionales encuestados ha conseguido cerrar algún tipo de acuerdo beneficioso para su negocio en un evento de Networking. Según el presidente de El Club del Emprendimiento, Efrén Miranda, la diferencia para alcanzar el éxito radica en preparar una estrategia comunicativa previa. (CincoDías, 2015)

El Networking es importante porque no solo te hace más visible, sino que también te permite contar con conexiones valiosas que pueden ayudarte en un futuro. Ya sea que te faciliten la conexión con otras figuras importantes o puedan financiar tus proyectos. (Kalau, 2020).

A continuación datos relevantes sobre la importancia de hacer uso del Networking:

Figura 1
Networking en Cifras



Fuentes: Quartz, 2013/ Forbes, 2015/ All Work, 2019/ Money U.S. News, 2014/ Statista, 2020/ Great Business Shoots/ Virgin, 2014. (Kalau, 2020)

Figura 2

Comportamiento del Networking Online



Fuentes: Quartz, 2013/ Forbes, 2015/ All Work,2019/ Money U.S. News, 2014/ Statista, 2020/ Great Business Shoots/ Virgin, 2014. (Kalau, 2020)

Figura 3

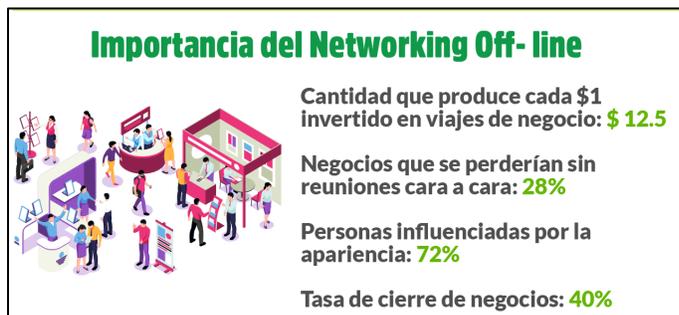
Países líderes según el número de usuarios en LinkedIn



Fuentes: Quartz, 2013/ Forbes, 2015/ All Work,2019/ Money U.S. News, 2014/ Statista, 2020/ Great Business Shoots/ Virgin, 2014. (Kalau, 2020)

Figura 4

Importancia del Networking Off-line



Fuentes: Quartz, 2013/ Forbes, 2015/ All Work,2019/ Money U.S. News, 2014/ Statista, 2020/ Great Business Shoots/ Virgin, 2014. (Kalau, 2020)

Conclusiones

Concluyendo, el networking es un conjunto de acciones que involucran la negociación, la inteligencia emocional y el desarrollo de habilidades. Así mismo, es una estrategia que brinda múltiples beneficios a los profesionistas, emprendedores y líderes de negocios que desean incrementar sus oportunidades en el mercado. (Loya, 2021).

En el caso de las relaciones públicas, el implementar el networking en su plan estratégico para impulsar, ya sea el negocio, un producto o la imagen, es una buena idea, el ampliar la red de contactos y cultivar una relación con ellos, debe ser la principal tarea si lo que se quiere es crecer.

Aumentar tu red de contactos implica el mantenerla, es decir, se necesita dedicación para tener ese crecimiento en cuanto a la manera en que se relacionan con otras personas, empresas y demás.

El networking está siendo un buen medio para la comunicación, debido a que su objetivo es el de crear una red de contactos en el que ambas partes se beneficien y para hacerlo implica el saber cómo abordar a una persona para crear confianza y comodidad.

Por último, es importante tomar en cuenta cada una de las técnicas que se presentadas anteriormente, el networking puede ser un eslabón más en la cadena para lograr conseguir éxito profesional, ya que es una estrategia que brinda muchos beneficios, y en este caso, para las relaciones públicas sería un buen medio de vínculo para la comunicación que se necesita para establecer relaciones duraderas con clientes, empresas, etc.

Referencias Bibliográficas

- Arvelo, N. R. (2018). *Planeta de libros*. Networking para Dummies: https://www.planetadelibros.com/libros_contenido_extra/39/38446_Networking_para_dummies.pdf
- Avance comunicación. (25 de febrero de 2020). *Relaciones públicas en la empresa: cómo administrar los contactos*. <https://www.avancecomunicacion.com/blog/relaciones-publicas-en-la-empresa-como-administrar-los-contactos/>
- Barahona, V. G. (s.f.). *¿Qué es el Networking y para qué sirve esta estrategia de marketing?* <https://webescuela.com/que-es-el-networking/>
- Barcelona Activa. (2010). *Cápsula de conocimiento NETWORKING*. https://treball.barcelonactiva.cat/porta22/images/es/18_Networking_ES_Intranet_P22_tcm24-3811.pdf
- Belli, G. (10 de abril de 2017). *At least 70% of jobs are not even listed — here's how to up your chances of getting a great new gig*. Insider: <https://www.businessinsider.com/at-least-70-of-jobs-are-not-even-listed-heres-how-to-up-your-chances-of-getting-a-great-new-gig-2017-4?IR=T>
- Biblioteca digital. (s.f.). *Networking: El poder de los contactos personales para hacer crecer la empresa*. https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/1322/3526_2009_2cartilla_networking.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Black, S. (1994). *ABC de las Relaciones Públicas*. México: Ediciones Gestión 2000.
- Caguana Baquerizo, J. I. (2019). *El social network como mecanismo alternativo para la inserción de las PYMES en mercados internacionales*. *Revista Universidad y Sociedad*, (Vol. 11).
- Calvo Muñoz, M. y. (2009). *Networking. Usos prácticos de las redes sociales*. Madrid: Esic Editorial.
- Cicero. (29 de noviembre de 2016). *La importancia de las relaciones públicas para negocios B2B*. <https://www.cicerocomunicacion.es/b2b/>
- CincoDías. (20 de noviembre de 2015). *El networking aporta beneficios al 52% de los que participan en él*. https://cincodias.elpais.com/cincodias/2015/11/20/emprendedores/1448022090_321062.html
- Coelho, P. (2022). *Marketing XXI. 2 - NETWORKING*. Net..que!?: <https://www.marketing-xxi.com/networking-net-que.html>

- Comunicagenia. (4 de octubre de 2018). *Los beneficios del networking para tu empresa*. ComunicaGenia: <https://comunicagenia.com/blog/los-beneficios-del-networking-para-tu-empresa/>
- Coworkingfy. (5 de noviembre de 2022). *Tipos de networking | Pieza clave en tu desarrollo profesional*. <https://coworkingfy.com/tipos-de-networking/>
- Escobar, L. (26 de febrero de 2018). *RELACIONES PÚBLICAS Y EL NETWORKING . RELACIONES PÚBLICAS INFLUENCE:* <https://relacionistablog.wordpress.com/2018/02/26/relaciones-publicas-y-el-networking/>
- Figueroa, S. M. (1 de junio de 2022). *Beneficios del networking: Claves para aprovechar la red de contactos*. Prensario: <https://prensariotila.com/beneficios-del-networking-claves-para-aprovechar-la-red-de-contactos/>
- Harlow, R. (1981). *Public Relations, and Introduction*. London: Public Relations, and Introduction,.
- Hebberd, L. (2022). *Why Employee Referrals are the Best Source of Hire*. Undercover recruiter: <https://theundercoverrecruiter.com/infographic-employee-referrals-hire/>
- InfoMABs. (20 de septiembre de 2021). *Networking, ¿qué es y para qué sirve?:* <https://infombas.com/empresas/networking-significado-tecnicas/>
- Kalau. (17 de abril de 2020). *Qué es el Networking: 5 Formas de Usarlo como Empresa*. <https://blog.kolau.com/es/que-es-el-networking-5-formas-de-usarlo-como-empresa/>
- Levework. (6 de noviembre de 2022). *El networking en tu camino al éxito*. <https://levelwork.mx/el-networking-en-tu-camino-al-exito/>
- Lopez Ayala, V. M., Gonzalez Rodriguez, S., & Reza Villalpaldo, A. (2016). *El networking y el e-commerce en los dispositivos móviles como una estrategia para impulsar la competitividad en las pymes mexicanas*. Horizontes de la Contaduría No. 4.
- Loya, L. (22 de marzo de 2021). *Networking: ¿Qué es? ¿Para qué sirve? ¿Por qué es tan importante?* Universidad Marista: <https://www.umasp.edu.mx/networking-es-tan-importante/>
- Márquez, E. (24 de noviembre de 2006). *10 Consejos para hacer networking en las Redes Sociales [en línea] en el blog Marqueze Telecom*. <http://marquezetelecom.com/blog/2006/11/24/10-consejos-para-hacer-networking-en-redes-sociales/>
- Marston, J. (1988). *Relaciones Públicas Modernas*. México: McGraw-Hill,.

- Medina, K. R. (10 de mayo de 2018). *Networking: ¿Qué es? ¿Para que sirve? ¿Por que es tan importante?* Branch: <https://branch.com.co/marketing-digital/networking-que-es-para-que-sirve-y-por-que-es-tan-importante/>
- Molgaray, S. (s.f.). *La Importancia de las Redes de Contactos*. networking.pdf: <https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24709w/networking.pdf>
- Paola. (18 de mayo de 2022). *5 consejos de relaciones públicas para emprendedores*:. LinkedIn: https://www.linkedin.com/pulse/5-consejos-de-relaciones-p%C3%BAblicas-para-emprendedores-paola-cifuentes/?trk=pulse-article_more-articles_related-content-card&originalSubdomain=es
- Scott M. Cutlip, G. M. (2001). *Effective Public Relations*. Englewood Cliffs: Prentice Hall. .
- Univers, S. (30 de septiembre de 2020). *Networking para profesionales: por qué es importante y cómo practicarlo*. <https://www.becas-santander.com/es/blog/networking-para-profesionales.html/index.html>

Conflicto de interés

El autor de este trabajo declara no tener conflicto de interés.

Información adicional

La correspondencia y las solicitudes de materiales sobre este escrito deben dirigirse al autor al correo electrónico proporcionado.

Las impresiones y la información sobre permisos están disponibles en el siguiente enlace:

https://www.revistas.up.ac.pa/index.php/contacto/acceso_reuso