

**ANALIZAR DESDE UNA MIRADA PROSPECTIVISTA EL COMPORTAMIENTO
DE LAS REDES SOCIALES PARA 2020 Y SU EFECTO EN EL MERCADO**



JULIA ADRIANA MELO ZAMBRANO

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:

Especialista en Alta Gerencia

Director:

CARLOS A. PINEDO HERRERA, MG.

**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
BOGOTÁ, COLOMBIA
MARZO 2017**

Tabla de contenido

Resumen.....	3
Palabras clave.....	3
Abstract.....	3
Key words.....	3
Introducción.....	4
1. Competitividad en el mercado digital.....	5
1.1. Teoría de los sistemas para redes sociales.....	5
1.2. El uso de las redes sociales digitales como herramienta de marketing en el desempeño empresarial.....	6
1.2.1. Número de clientes es de vital importancia.....	6
1.3. La escuela determinista.....	7
1.4. Factores de inercia y factores de cambio.....	8
1.5. Negocios que cambiaran en un futuro.....	9
2. Tendencias, megatendencias y germen de cambio.....	11
2.1. Moda.....	11
2.2. Tendencias.....	12
2.3. Megatendencias.....	13
2.4. Ruptura.....	14
2.5. Germen de cambio.....	15
Ejemplo donde se pueden utilizar plataformas especializadas.....	16
Conclusiones.....	17
Bibliografía.....	18

Resumen

Durante las presentes líneas de este ensayo se dará a conocer un tema importante con referencia a la evolución de las redes sociales y su impacto en la sociedad moderna, a raíz de muchos estudios donde profesionales y científicos han analizado la trascendencia profunda en la sociedad de este fenómeno, que tiende a cambiar la vida de todo el mundo, volviendo de una manera necesaria su uso. Es de vital importancia el sistema que lo conforma, ya que cuando hablamos de redes sociales, por su misma naturaleza pretende integrar un grupo de plataformas que permiten una interrelación vital para las pretensiones de marketing on line. El mercado actual busca incrementar las visitas en los portales web para que las personas se integren y reciban beneficios o promociones que por lo general las organizaciones ofrecen, ya sean productos o servicios.

Palabras clave

Redes sociales, marketing on line, web, globalización, Tic, teletrabajo

Abstract

For the analysis of the case, an important topic was chosen with reference to the evolution of social networks and their impact on modern society, following many studies where professionals and scientists have analyzed the profound transcendence in society of this phenomenon, which tends To change the life of the whole world, returning in a necessary way its use. It is of vital importance the system that conforms, since when we speak of social networks, by its very nature seeks to integrate a group of platforms that allow a vital interrelationship for the pretensions of online marketing. The current market seeks to increase visits to web portals so that people are integrated and receive benefits or promotions that organizations usually offer, be they products or services.

Key words

Social networking, online marketing, web, globalization, Tic, telecommuting

Introducción

Cuando se habla de redes sociales la mayoría de personas lo asocian como si fuesen un invento de hace poco, pero la realidad es diferente ya que por la década de los setenta se envía el primer email, este experimento lo realizaron con dos ordenadores que estaban ubicados cerca uno del otro. Las redes sociales tiene hoy en día un efecto inmediato, afortunadamente viene de la mano con todo lo que ha sido el progreso del internet en los últimos cincuenta años. Las TIC las encontramos en todo sitio, eso no se observa como algo malo. Lo importante es disfrutar de estas herramientas siempre y cuando teniendo un control y criterio real del cómo utilizarlo, lamentablemente también es usada para realizar actividades ilegales.

Decía James Fowler que para saber quiénes somos tenemos que comprender como estamos conectados, esta frase tiene el contenido básico de lo que significa las redes sociales, que es básicamente una interconexión inmediata con el mundo a través de un link. Ya a manera de marketing algunos crean portales especializados para ir filtrando o segmentando el mercado en sitios especiales con características para que las personas lleguen a ellas y puedan interactuar. Los sectores económicos han hecho buen uso de las mismas, primero para llevar con más rapidez algún tipo de información que antiguamente se hacía vía correo normal y con lo que esto significaba que era un proceso más lento. Hoy esos procesos son inmediatos, rápidos y oportunos con gran eficacia y eficiencia.

Como todo lo novedoso va creciendo de una manera desmesurada sin unas condiciones o reglas especiales que indiquen que el camino correcto, en esas brechas la parte delictiva hace lo propio que es entrar a perfiles privados de personal y vulnerarlos e iniciar con lo difícil de las redes sociales que es la privacidad. El poder de las redes sociales tiene influencia inmediata en las personas ya que a través de ellas se transmiten sentimientos lo cual lleva a ser más cautos a la hora de lanzar juicios, opiniones o demás situaciones que emergen de esta nueva ola social. No estamos solos, el 68% de las personas que se conocen y terminan siendo pareja fueron presentados por un grupo de amigos en alguna reunión social.

1. Competitividad en el mercado digital

1.1. Teoría de los sistemas para redes sociales

La teoría de los sistemas afirma que todos los organismos son sistemas compuestos de subsistemas, formando aquellos a su vez parte de los macrosistemas. Estas teorías se aplican tanto a sistemas sociales, como la familia, los grupos, y las sociedades como a sistemas biológicos. Para nuestro caso estudio existe una gama y variada expectativa en los macrosistemas que interactúa las redes sociales, primero una sociedad entera, donde no existe clases sociales, todos pueden tener interacción sin ningún tipo de condicionamiento social, educativo o económico. Existen redes sociales especializadas en diferentes temas, una por ejemplo se encarga de segmentar la información u hoja de vida de la persona para ser puesta a consideración de empresas que quizás puedan estar interesadas en dichos perfiles.

Otro gran macro sistema es el comercial, que permite a través de estas redes generar cambios positivos en la organización, muchos pueden pautar comerciales cortos y de interés, se diseñan estrategias de impacto y consolidar un buen portafolio de servicios y de productos, dando chance al cliente que tenga una muy buena elección.

En la llamada Sociedad de la Información, todos los protagonistas que integran la misma, nos vemos inmersos en un mundo tecnológico e interconectado antes jamás imaginado o planeado. La capacitación para la utilización correcta de las herramientas informáticas y el mejoramiento de los sistemas ha llevado a optimizar los recursos tanto técnicos como humanos, al servicio de la era digital. (Cabrera, 2013)

Desde un escenario, “la prospectiva estratégica es una disciplina que permite analizar el futuro para poder obrar con mayor seguridad en el presente y, empleando una metáfora, se podría decir que esta disciplina ayuda a iluminar el presente con la luz del futuro.” (Mojica F. J., 2010, pág. 5) no es simplemente un problema de adivinación o de una teoría de intentar acertar algún tipo de pronóstico, esta ciencia nos coloca herramientas perfectas que a través de escenarios nos permite analizar una serie de variables tanto positivas como negativas, sometiendo la información a software especializado el cual no demostrara alguna tendencia solida del caso estudio.

1.2.El uso de las redes sociales digitales como herramienta de marketing en el desempeño empresarial

Sin lugar a dudas esta nueva invención ha permitido a millones de personas y empresas a iniciar a generar propaganda de sus artículos de una manera más fácil y sencilla, tratando de llegar al máximo público posible para determinar el alcance del mismo. “La atención al cliente se posiciona como el principal factor diferencial para los consumidores la hora de decantarse por un producto o servicio.” (Empresas, 2014). El perfil en si esta direccionado para que sea todo el mundo beneficiado a través del servicio de posicionamiento en la web como manejo de redes sociales de marcas y personas. Generalmente este servicio es adquirido por empresa que desean mejorar su visibilidad a nivel comercial, esto nos puede ayudar para determinar los alcances y las personas que puedan estar interesadas en los productos o servicios.

Antes de lanzar nuestro producto y exponerlo a un mercado cada vez más desafiante, competitivo y cambiante, debemos comprobar que hemos hecho bien los deberes, para lo cual es muy útil elaborar una lista de tareas o check list. La coordinación y la coherencia son dos factores fundamentales que no pueden pasarse por alto a la hora de conectar los diferentes departamentos y preparar la infraestructura necesaria para que nuestro negocio funcione como un reloj suizo, como una maquinaria uniforme que permita solucionar posibles problemas de forma eficaz y rápida.

1.2.1. Número de clientes es de vital importancia

Son aquellas redes en donde los usuarios comparten una cosa en común, se preocupan por las mismas cosas, hobbies, intereses, creencias, profesiones, y por lo tanto su target comparte algo concreto. Desde hace años se escucha que en algún momento las redes sociales generalistas detendrán su crecimiento y que será el momento de crecimiento de las redes sociales de nicho. Tal vez el problema es que “cuanto más tenemos” más aparentamos y eso aplica también al mundo de las redes sociales. Los nichos tienen sentido, agregan gente con intereses comunes y por lo tanto son interesantes tanto para los usuarios como para las empresas. Pienso que si tiene sentido crear algo nuevo o crear un nicho dentro de algo ya existente. Utilizar todas las herramientas que se encuentran a nuestra disposición para comunicar. Como en cualquier proyecto de Internet, es

fundamental encontrar fuentes de financiación más allá de la publicidad tradicional de las grandes marcas.

1.3.La escuela determinista

Según Francisco José Mojica en su escrito en la introducción a la prospectiva estratégica, la primera corriente que podemos llamar “determinista” está basada en la inclinación a reconocer el comportamiento tendencial de los fenómenos que se estudian. Se asume que si estos fenómenos muestran tendencias fuertes, serían capaces de imponerse por encima de las decisiones humanas. Tal afirmación es evidente en el campo tecnológico, donde la fuerza de las tendencias se abren paso por sí solas.

Las redes sociales están ayudando al mundo a sacudirse de algún modo, vemos como la última determinación de los administradores de grandes movimiento sociales en web como Facebook está determinando bloquear aquellos portales que se han caracterizado por sacar noticias falsas, debido a que sin duda las redes sociales se convirtieron en un elemento cotidiano del ser humano y de consulta segundo a segundo, generando pánico en el evento que se distribuya una información que no corresponde.

Para el 2020 las redes sociales estarán más tecnificadas, mejor diseñadas para acceso de todos los públicos, sencillo y fácil de aplicar tanto en teléfonos como en una multitud de adminículos electrónicos que hacen parte de la vida cotidiana de las personas. Recordemos como estos elementos iniciaron siendo elementos de solo uso de algunas personas con un cierto poder adquisitivo, hoy en día la mayoría de pueden tener acceso a comprar teléfonos inteligentes bajar aplicaciones gratis entre otras características especiales. Lo que nos lleva a concluir que estamos viviendo el desborde tecnológico que en los próximos años la ciencia nos va a sorprender con nuevas y variadas tecnologías.

Por su naturaleza, las personas suelen ser muy espontáneas en estos canales y éste ha sido uno de los aciertos más grandes, ya que finalmente encontramos un medio en el que simplemente de la manera más espontánea plasmamos lo que pensamos y/o somos, y en el que todos somos iguales. Sí, es cierto hay personas más influyentes que otras en estos medios, pero al final de cuentas todos sus usuarios son iguales. (atribus, 2015)

1.4. Factores de inercia y factores de cambio

Las tendencias que, como dijimos, son el producto propio de la corriente determinista, constituyen unos fenómenos que podemos llamar factores de inercia, porque en la medida en que su fuerza es importante nos proporcionan buenas razones para arriesgarnos a anticipar su permanencia en el futuro. Pero los restantes fenómenos que no son tendenciales se caracterizan porque sobre ellos no tenemos generalmente certeza sino alta incertidumbre, acerca de su evolución en el futuro. Estos fenómenos se denominan factores de cambio.

En el gran mundo de la social media existen cada vez más competidores para las marcas, estas luchan por destacar, ser originales, llamar la atención y hacerse ver tanto por sus clientes actuales como para conseguir futuros. Una buena manera de mejorar nuestra estrategia en Social Media es la de estudiar detalladamente lo que hacen y como se mueven nuestros competidores en las redes sociales. (Valero, 2013)

La prospectiva no es nueva, hay muy pocos que la conocen en sí, este nuevo conocimiento está enfocado a la administración y a ciertas disciplinas que nos permiten planear todo tipo de situaciones, desde nuestra vida personal como la social, es construir futuros, porque efectivamente hay otros estudios de futuros como la adivinación, brujería y demás ciencias ocultas que tratan de diseñar escenarios posibles para los incautos, en cambio la prospectiva construye con herramientas propias elementos acertados para que los gerentes tomes decisiones con muchas probabilidades de éxito o por lo menos que se vean ajustadas a realidades.

La prospectiva entra más allá de solucionar posibles problemas o inconvenientes, puede detectar unas situaciones donde podemos resolver impases con una visión integradora, allí puede hacer juego con la planeación estratégica base primordial para las organizaciones cuando piensan en el futuro como se posicionarán en un mercado cada vez más competitivo, si con la misma capacidad productiva o si alguna variable que se ha estudiado puede afectar el trascurso de la organización. Si nos damos cuenta es una herramienta vital para asegurar con calidad los diferentes pasos que se ejecutan y respaldar la toma de decisiones a la gerencia en cualquier momento.

Cuando se examinan las grandes tendencias mundiales la educación va a tener una transformación radical debido a las TIC's (Tecnologías de la Información y Comunicación) esas tendencias son las luces que nos permiten entrar en la incertidumbre, estas nos permiten ver hacia

dónde vamos, y entonces hay una baraja de opciones, donde hace lo bien una técnica especial que es pensar en nuevos escenarios, siempre hay varias posibilidades. “Hay que construir futuros y dentro de esos hay que estar prevenidos para seleccionar uno de ellos, ya cuando se decide se habla del escenario apuesta: construirlo desde ahora, se hace el listado de lo que se requiere. Todo esto nos permite tener una visión completa hacia dónde queremos y podemos ir.” (Mojica F. J., 2008)

1.5. Negocios que cambiaran en un futuro

Cundo asociamos la prospectiva con el nuevo entorno económico, tenemos que mirar más allá de las posibilidades que nos ofrece esta ciencia, ya en el escenario de las redes sociales tomadas como una rampa importante para impulsar nuevas y novedosas maneras de hacer negocios tanto a nivel nacional como internacional, han venido tomado una importancia interesante. El cómo los empresarios se han venido saliendo de viejos esquemas generando una inversión importante en este tipo de medios que también requieren un manejo profesional de personas que se especializan en marketing on line.

Indiscutiblemente, la prospectiva nos lleva a una serie de escenarios posibles, determinando que la imaginación y la esperanza vienen siendo unas hermanas en pro de escenarios factibles para los intereses de las personas y de las organizaciones. En el ámbito social hoy en día vemos con preocupación lo altos índices de corrupción en todos los órdenes en nuestra nación, por eso es de vital importancia generar una cultura de construcción de nuevos escenarios que deben de reinventarse acordes a las mismas necesidades de las personas. Las redes sociales como un fenómeno social han sido determinante para generar nuevas oportunidades fomentando un cambio racional y posible con los controles que demanda su uso, puede ser en unos años determinante para mejorar la economía en todo su orden.

Estudiosos en la materia se han dado a la tarea de crear software especializado que ayuda a los gerentes en la toma de decisiones como por ejemplo la Mic Mac, que es “es una herramienta de estructuración de una reflexión colectiva. Ofrece la posibilidad de describir un sistema con ayuda de una matriz que relaciona todos sus elementos constitutivos.” (prospectiva.eu, 2016) existen otros que permiten visualizar escenarios desde muchos puntos de vista con el simple análisis de variables que cada persona crea conveniente sometiéndolas a grados de importancia.

El método Mactor, “fue desarrollado en 1989 – 1990 por François Bourse y Michel Godet con motivo de los problemas de prospectiva del transporte aéreo (cf Capítulo 6 del Manual de Prospectiva Estratégica, Dunod 2007) comprende 5 fases” (laprospective.fr, 2010) básicamente es definir los actores y tener claro la estrategia después de este estudio analizar con cuidado la influencia que existe entre estos actores a continuación identificar los retos estratégicos, posicionando a cada actor con un objetivo específico reconociendo las convergencias y las divergencias que puedan existir y por ultimo generar las recomendaciones.

Muchos en la actualidad hablan de tanques de pensamientos que consisten básicamente en reunir a aquellas personas que con sus ideas innovadoras pueden generar un verdadero cambio proactivo para la organización o para los intereses por los cuales fue organizado, por lo general busca un fin común. El futuro no está determinado lo podemos construir con una buena planeación, dirección y ejecución acertada logrando cada una de las metas. En cuanto a las redes sociales que es nuestro tema de interés, aplicar estas herramientas son de vital importancia para los intereses que se desean. “Por esta razón y en esencia, todo ser humano debe construir su propio futuro, y por extensión, toda sociedad, organización y empresa están llamadas a diseñar su propio destino.” (UMNG, 2016)

¿Importante tener todos los escenarios alternativos siempre respondiendo a la pregunta de hacia dónde vamos? Un segundo nivel podemos definirlo como una evaluación estratégica que responde a la pregunta por dónde? Y por último la planeación estratégica clave a responder las preguntas del cómo, cuándo y con qué? De esta forma se puede construir un futuro deseable sin dejarlo a lo eventual.

Desde hace siglos el ser humano siempre se ha inquietado por el futuro, siendo en las últimas décadas el nacimiento de una nueva generación que piensan en la problemática del porvenir, más acorde a lo actual acá importante mencionar la visión a largo plazo tiene la gran ventaja de priorizar definiendo una estrategia para estar en la condición de elegir el mejor puede ser tendencial que esté acorde a una realidad tangible. La utopía responde a la pregunta ¿Qué pasaría si todo sale bien? El escenario catastrófico responde a la pregunta ¿Qué pasaría si todo sale mal?

2. Tendencias, megatendencias y germen de cambio

Durante este espacio se analizara la influencia que ha tenido en la última década las redes sociales, fenómeno que ha cambiado por completo el panorama económico, social y hasta político, circunstancia oportuna para conocer como ha sido esa evolución y cuál fue el factor determinante para ganar tanto adeptos. Hoy por hoy la tecnología ha permitido que millones de habitantes de la tierra puedan acceder a un sin número de aplicaciones para ocupar su mente, una de ellas son las paginas donde se encuentran amigos, compañeros de colegio, trabajo y en general personas que jamás se han conocido con el fin simple de entablar una comunicación desde cualquier punto de la geografía, solo con un condicionante y es el internet que es el canal perfecto para transmitir los datos deseados. Este fenómeno ha llegado incluso a ser analizado por psicólogos porque incluso si no se sabe dominar puede llegar a tener efectos negativos en las personas afectando su salud.

2.1.Moda

Las redes sociales tienen convulsionado al mundo entero, vemos por ejemplo un deportista reconocido cuelga o sube a su cuenta de un portal como por ejemplo en Instagram de un entrenamiento, reunión social o algo simple de su cotidianidad, observando de inmediato como inicia esa publicación a tener un movimiento a nivel mundial, los fans quieren ser los primeros en opinar o dar me gusta a la fotografía, esta a su vez se va reproduciendo automáticamente en ese gran escenario creando mucha popularidad.

¿El internet y las nuevas tecnologías están revolucionando muchos sectores, cada vez se crean más empresas con modelos de negocios del siglo XXI, pero que necesita realmente un negocio cuando empieza? Simplemente profesionales para tareas concretas de duración determinada, por ejemplo un analista del mercado, el entorno, la competencia, también puede ser un diseñador para crear la imagen, un programador web para hacer su web o site de ecommerce, un experto en marketing para lanzar la marca, un experto en SEO para definir la estrategia, y así un sinnúmero de perfiles especializados siendo accesibles a este talento de manera on line.

Hay que estar atento a las ideas “moda” donde la información se encuentra amordazada por el conformismo del consenso que empuja a que cada uno se reconozca en la opinión dominante y

rechace el punto de vista minoritario. Se cree que es indispensable para la prospectiva despertar las conciencias que están dormidas soñando con falsas certidumbres. (mindesarrollo, 2005)

Como una moda las redes sociales está el selfie, es la moda de tomarse foto del derrier, personajes del cine y de la canción americana son los principales actores de esta nueva moda en las redes, las más utilizadas son Facebook e Instagram. Los medios de comunicación tradicionales están implementando en sus productos el uso del internet, para que el común de las personas tenga acceso más rápido a lo que está pasando en este momento, el uso de estas redes volvió moda muchos eventos y situaciones de promoción y divulgación de productos o negocios, ahora todo se hace a través de estas plataformas. Se mide la aceptación gracias a los likes o comentarios que pueda surgir del mismo.

2.2. Tendencias

No se resuelve con contratar a una persona en la empresa que haga todo, las empresas quieren lo que necesitan, exactamente cuándo lo necesitan, el trabajo del futuro está basado en el talento, muy pocos te van a pagar por el número de títulos que posea sino por lo que es capaz de hacer o de crear en pro de la organización y sus objetivos. La formación no reglada es más accesible que nunca, ya no hay excusas para no saber. También ese trabajo del futuro será cambiante, los trabajos más demandantes en el 2010 no existían en el 2004. Muchas empresas prefieren contratar servicios externos especializados en lugar de nuevos empleados, este fenómeno se llama outsourcing.

La prospectiva maneja este concepto para poder entender la importancia de pensar en la construcción del futuro. Basado precisamente en todas las características y situaciones que mueven el mundo de hoy. Según el ciclo de las tecnologías emergentes de Garther para el año 2014 que por obvias razones ya paso, mencionada que el tema principal se centraba en los negocios digitales. Donde nos muestra seis etapas que inician con un modelo analógico, pasando por la etapa dos que es un modelo web, mutando a otro E-busines o negocio electrónico, ya durante la etapa cuatro se encuentra el marketing digital (móvil, social, la nube y la información), ya para la etapa cinco se determina el modelo de economía digital (negocios digitales) finalizando con el modelo autónomo que son los sistemas autómatas como por ejemplo asistentes virtuales digitales entre otros.

Entender que la persona hoy tiene el poder absoluto del manejo de la información, este la puede volver viral en redes, que todo el mundo conozca lo que está pensando en este instante. Una foto, un comentario o una simple frase manifestando su estado de ánimo, puede lograr atravesar las fronteras y volverse tendencia a nivel mundial.

2.3.Megatendencias

Vivimos en un mundo sin fronteras, donde se puede trabajar para cualquier empresa o para nosotros mismos, desde casa y desde cualquier punto. Emprendedores autónomos, freelancers, empresarios, usan nuevas formas de trabajar que gracias al internet y nuevas tecnologías han facilitado, el trabajo se consideraba hasta ahora como un lugar, hoy, la ubicación ya no importa. (Geomerka, 2014)

Hoy en día las personas no pueden ocultarse tan fácilmente, cuando apareció Facebook se dio la oportunidad para grupos de amigos, ex egresados de universidades o academias, volvieran a reunirse, esto gracias a las redes sociales que permitieron esos enlaces, a través de los medios de comunicación como los celulares inteligentes y las redes sociales que son nuestro punto o núcleo de estudio. Vemos como la información se va encogiendo, los reportes se vuelven infografías, los párrafos de libros se vuelven trinos o twits, esto sin lugar a dudas es una megatendencia, complementándolo con esa aldea global donde muchas personas se conocen con otras, obligando a mostrarse al mundo de una manera honesta.

Observemos como se crea el concepto de 24x7x todas partes, “el tiempo ya no se está segmentando, se convirtió en una línea continua donde todo puede pasar” (Marin, 2012) los consumidores comunes ya no requieren desplazarse a un sitio de algo que sea una necesidad simplemente desea saber el @. Esta circunstancia ha tenido un impacto socio económico muy importante para las pequeñas y medianas empresas, incluso hoy en día se habla de teletrabajo para amas de casa o personas discapacitadas que desde sus casas pueden ser útiles y generar ingresos importantes para el núcleo familiar, esto gracias a las bondades del posicionamiento de marca a través de las redes sociales.

2.4.Ruptura

Normalmente la ruptura de una línea de tendencia significativa es una señal fiable de un cambio de tendencia. Se nos presenta el problema de cuando tener la certeza de que se ha producido un cambio de tendencia, a veces tendremos pequeños tanteos de los precios en esa zona, en otras ocasiones una ruptura violenta. (Gratismil, 2013)

En el caso estudio la ruptura se da prácticamente a diario, las redes sociales es un mundo cambiante, nuevas ideas, estrategias, empleo métrico de visitas a portales y en general mediciones que permite que a diario se evalúe y se emprenda nuevos objetivos empresariales. Paralelo a esto se pueden dar otro tipo de rupturas y son aquellas que precisamente personas mal intencionadas usan las redes sociales para delinquir o hacer negocios fraudulentos, estafando a personas que creen en portales que no son de confiabilidad.

Las redes sociales son el lugar ideal para que los delincuentes de internet encuentren víctimas para sus estafas. Además de tener millones de usuarios, admiten aplicaciones de software abierto. Así, cualquier programador más o menos experimentado puede escribir un código malicioso que funcione en estas plataformas y con el que pueda engañar a los usuarios. (BBCMundo, 2015)

Las nuevas empresas u organizaciones invierten mucho dinero en el marketing on line, tiendas virtuales o similares, esto además de darles la popularidad que desean, permite que sus productos sean reconocidos y que tengan aceptación en la comunidad, se dan rupturas a las tendencias cuando el material o servicios ofrecidos no son los que corresponden o la calidad no es la que se esperaba. Esta situación no conviene a la organización ante los altos niveles de competitividad que existe en el sector. Por eso es de vital importancia un asesor de imagen digital, un administrador de las cuentas quien en últimas tiene la responsabilidad de transmitir el mensaje que es.

Aunque los expertos en el mundo de la comunicación online no están exentos de cometer fallos, por lo general los problemas vienen cuando las personas que solo tienen experiencia en la gestión de una cuenta personal, comienzan a manejar las cuentas de las empresas. Es fácil saber qué hay que hacer, pero no lo es tanto averiguar el cómo. Esto provoca que los Community manager improvisados cometan varios equívocos, como el envío de tweets desde una cuenta incorrecta. Este es, sin duda, el percance más común en Twitter. (computerhoy, 2014)

2.5. Germen de cambio

“En el lenguaje de la prospectiva se llama germen de cambio a esas variaciones que pueden afectar el desenlace del problema en el futuro” (Tobar, pág. 6) las redes sociales está enfrentando positivamente como negativamente a la sociedad. Están han generado un gran poder como por ejemplo el acceso a ser reporteros en cualquier momento o lugar denunciando algún hecho en particular. Dando paso a varios tipos de redes como son las horizontales que están dirigidas a cualquier tipo de usuario, sin ningún tipo de dinámica o temática definida, las que son más conocidas y tienen fácil acceso son twitter, Facebook, Instagram etc. Están las otras que son las verticales que se su temática está dirigida a un público en especial o tienen un portal concreto como por ejemplo LinkedIn, cuya función es permitir que millones de personas expongan sus perfiles y curriculums para que otros que puedan estar interesados o empresas que estén buscando un perfil adecuado tenga acceso al mismo.

Un germen de cambio habitual en las redes sociales es como la política las ha usado para sus fines, personas y organización políticas transmiten sus discursos cautivando millones de seguidores que a veces son ficticios, esto para dar la apariencia al común de que lo que se transmite tiene una gran aceptación, pero la realidad es diferente. Existen ya empresas en vender paquetes de seguidores para las cuentas o redes sociales a diferentes personalidades. Crear un perfil y que gane una cantidad de amigos no es fácil de la noche a la mañana. Por lo general es un tiempo bien largo para decir que se han conseguido fieles y sanos seguidores, como es una carrera contra el tiempo, la política manipula la información para incluso dar a conocer estadísticas que no corresponde. Un ejemplo de esta es el concurso que en el año 2013 rodo una encuesta quien era el mejor colombiano de una baraja de personajes que a través de la historia han sido decisivos. El ganador por supuesto fue el ex presidente Uribe. Lo que no saben la mayoría es que los portales fueron manipulados por robots que programados daban clic al personaje en común y así elevar el número de votos.

Este se da con frecuencia en las encuestas y estadísticas que presentan en portales no certificados o de confianza, por lo general la mayoría de incautos creen y dan por hecho de que lo que se les muestra es real.

Ejemplo donde se pueden utilizar plataformas especializadas

De acuerdo a los planteado anteriormente me permito exponer un ejemplo que se está impulsando al interior del Ejército Nacional mas específicamente con la división de asalto aéreo donde uno de sus componentes lo hacen los pilotos de aeronaves como black hawk y MI 17 que son los principales helicópteros que se ha empeñado el Ministerio de Defensa Nacional en incorporar en los nuevos escenarios de transformación de la institución ante la paz que se firmó con las FARC.

Anualmente son millones de dólares que invierte la nación en la preparación de sus pilotos teniendo que enviarlos a estados Unidos y Rusia a entrenarse debido a que Colombia no cuenta con la suficiente tecnología y los escenarios para tal fin. Gracias a las TIC y a las plataformas digitales como redes sociales y de juegos, hoy se puede evidenciar que el ejército experimenta con sus nuevos simuladores juegos virtuales o combates aéreos en escenarios extranjeros con pilotos de otras naciones que pueden lograr colocarse en línea y así ejercer una mejor dinámica porque se está practicando con escenarios reales, clima, aeronaves y una situación general y particular planteada por los instructores.

Obviamente los resultados ya están a la vista, primero con una mejor visión por parte de los pilotos y su entorno, segundo un ahorro adecuado en preparación de personal, redireccionando rublos en áreas vitales como repuestos aeronáuticos y adquisición de mayor tecnología. Gracias a la visión de los nuevos comandantes de la fuerza donde desean articular muchas variables en pro de mejorar más la versatilidad de la fuerza aérea colombiana ha permitido una mejor preparación, compra de equipos tecnológicos, optima relaciones internacionales con países aliados entre otras.

Dentro de los proyectos para el año 2018, la Escuela de Aviación del Ejército capacitará al personal en el centro de simulación de vuelo dotado con dos entrenadores de vuelo PCATD(Personal Computer Assisted Training Device) y un FLIGHT TRAINING DEVICE el cual posee las características de simulador bimotor, para el entrenamiento de vuelo visual y por instrumentos aprobado por la FAA (Administración Federal de Aviación) para fortalecer así el cumplimiento de la misión de la unidad, afianzando la capacitación en las diferentes áreas de instrucción del vuelo. (ejercito, 2007)

Conclusiones

Sin duda las redes sociales han sido un fenómeno que ha impactado positivamente a la sociedad a nivel mundial, la transmisión de datos, fotos, precios, promociones y demás situaciones de negocios que se presentan han permitido una aceleración de las económicas tanto a pequeña como a gran escala. En la apertura de los negocios hoy en día se debe tener en cuenta el marketing digital y como rampa principal están las redes sociales, aprovechando que en un porcentaje importante las personas cuentan con administradores electrónicos de última tecnología. Igualmente permitir que ciencias como la prospectiva estratégica sean tenidas en cuenta para determinar escenarios proclives a buenos e importantes como lucrativos negocios.

La prospectiva la colocó de moda algunos autores importantes como el francés Gaston Berger, con el fin de diferenciar los de la previsión o como comúnmente se llama hoy en día forecasting, en esos horizontes que determina el tiempo la prospectiva se desarrolla en unos momentos fundamentales como son la moda, la tendencia, megatendencia, ruptura y germen de cambio. Si estos conceptos son aplicados correctamente permitirán entender la importancia en la necesidad de construir constantemente futuros deseables, basado en lo que está pasando hoy. Las redes sociales las observo como determinantes en los próximos cinco años en el aspecto económico, el desarrollo de las mismas ha permitido que todos puedan contar con oportunidades de construir negocios.

El pensamiento estratégico del gerente que necesita hoy en día el mundo tiene que basarse en una visión global, innovadora y que sea de largo plazo. Esto quiere decir que se debe tener unas condiciones especiales como la de tener conocimiento de otro idioma, conocer otras culturas y su desarrollo económico, mantenerse informado de lo que está pasando a nivel nacional como internacional, ser participe en nuevos proyectos empresariales como pertenecer a redes importantes de negocios. Todo esto sería lo ideal, pero algo muy importante para todo prospectivista es conocer los desafíos mundiales para los próximos 10, 20, 50 y 100 años. Sin duda seguiremos observando cómo se mueven los negocios a través de la web, es un innovador y rentable negocio, aquellos que le apuestan lo más probable es que a futuro reciban excelentes dividendos.

Bibliografía

- atribus. (1 de noviembre de 2015). <http://www.atribus.com>. Obtenido de <https://goo.gl/fjY1ZU>
- BBCMundo. (17 de septiembre de 2015). *bbc.com*. Recuperado el 21 de marzo de 2016, de <http://bbc.in/1S1cvDp>
- Cabrera, R. F. (24 de febrero de 2013). <http://oiprodat.com/>. Recuperado el 2 de Marzo de 2017, de <http://bit.ly/1XjXWig>
- computerhoy. (3 de agosto de 2014). <http://computerhoy.com/>. Recuperado el 3 de marzo de 2017, de <http://bit.ly/1S1eJmj>
- ejercito. (29 de julio de 2007). <http://www.ejercito.mil.co>. Obtenido de <https://goo.gl/Aay8As>
- Empresas, R. e. (2014). <http://www.puromarketing.com/>. Recuperado el 3 de marzo de 2017, de <http://goo.gl/5XcfU0>
- Geomerka. (8 de agosto de 2014). *www.youtube.com*. Recuperado el 3 de marzo de 2017, de <http://bit.ly/1S14UET>
- Gratismil. (13 de 0 de 2013). *Gratismil*. Obtenido de <http://www.gratismil.com/bolsa/analisis-tecnico/13-ruptura-de-la-linea-de-tendencia.htm>
- laprospective.fr. (2010). <http://es.laprospective.fr/>. Obtenido de <https://goo.gl/e6L5cd>
- Marin, J. A. (7 de octubre de 2012). <http://es.slideshare.net/>. Recuperado el 3 de marzo de 2017, de <http://bit.ly/1LBD31h>
- mindesarrollo. (enero de 2005). *ministeriodesarrollosocial.gob.cl*. Recuperado el 3 de marzo de 2017, de <http://bit.ly/1LaScnG>
- Mojica, F. J. (4 de agosto de 2008). <http://www.franciscojojica.com>. Obtenido de <https://goo.gl/tgGRMe>
- Mojica, F. J. (julio de 2010). <http://sigug.uniguajira.edu.co>. Obtenido de <https://goo.gl/EKi1cu>
- prospectiva.eu. (23 de septiembre de 2016). <http://www.prospectiva.eu>. Obtenido de <https://goo.gl/vK8Kk9>
- Tobar, f. (s.f.). *Análisis de tendencias y construcción de escenarios*.
- UMNG. (2016). <http://virtual.umng.edu.co>. Obtenido de <https://goo.gl/rSGWej>
- Valero, A. G. (2013). <http://www.puromarketing.com/>. Recuperado el 2 de marzo de 2017, de <http://goo.gl/E3uHo>