



REDES SOCIALES

GRUPO # 3

SISTEMAS
GERENCIALES 1

LIC. EVELYN
MORALES

Abner Eleazar Cojón Conde
2009-15713
Alberth Isai Godínez
Bautista
2010-20414
Virginia Chavarría Guzmán
2009-20081

Guatemala, 26 abr. 2016

INDICE

1. INTRODUCCIÓN	3
2. OBJETIVOS	3
3. CONTENIDO	
a. ¿Qué es?	4
b. Historia	4
c. Curiosidades	5
d. Clasificación de redes sociales	7
e. Como aplicar las redes sociales al negocio	9
4. EJEMPLO GUATEMALTECO	10
5. EJEMPLO INTERNACIONAL	11
6. CONCLUSIONES	12
7. E-GRAFIA	13

INTRODUCCIÓN

La base de la interacción entre los seres humanos es la comunicación, la cual ha evolucionado de tal manera que actualmente poder comunicarse con una persona que está al otro lado del planeta toma apenas unos cuantos segundos, éste potencial de comunicación ha sido explotado por comunidades interactivas denominadas “Redes Sociales”, las cuales son ahora tema de gran controversia por ampliar su alcance y poner a la mano distintas formas de comunicación e interacción entre las personas de todo el mundo.

OBJETIVOS

Describir aspectos importantes y los más relevantes de las redes sociales, tomando en cuenta la influencia que tienen debido a su popularidad.

- Mostrar un marco histórico para fundamentar la evolución y la ampliación del alcance de las redes sociales.
- Enumerar distintas redes sociales que fueron y son tendencia.
- Describir mediante la innovación en las redes sociales, las ventajas y facilidades que éstas han traído a la comunicación.
- Describir con la misma base de la innovación los puntos que han desfavorecido a la interacción personal de los seres humanos.

¿Qué es?

Una red social, es una estructura compuesta por nodos y relaciones entre esos nodos. Mejor dicho, es una estructura social (o un aspecto de una estructura social) que puede modelarse mediante nodos y relaciones. Así, cuando se hace análisis de redes sociales, lo que se está llevando a cabo es una abstracción o modelo de un fenómeno social en el que el elemento fundamental son las relaciones entre los participantes.

Los nodos son generalmente individuos u organizaciones de individuos. Las relaciones son de diferentes tipos y dependen del tipo de red que estemos estudiando, desde relaciones interpersonales como las relaciones de amistad, hasta relaciones formales entre empresas, como las coincidencias de miembros en consejos de administración.

El Análisis de Redes Sociales es la disciplina que trata el estudio, medida e investigación de redes sociales tal y como las hemos definido.

Historia

Las redes sociales son estructuras sociales compuestas de grupos de personas, las cuales están conectadas por uno o varios tipos de relaciones, tales como amistad, parentesco, intereses comunes o que comparten conocimientos.

El análisis de redes sociales estudia esta estructura social aplicando la Teoría de Grafos e identificando las entidades como “nodos” o “vértices” y las relaciones como “enlaces” o “aristas”. La estructura del grafo resultante es a menudo muy compleja, puede haber muchos tipos de lazos entre los nodos. La investigación multidisciplinar ha mostrado que las redes sociales operan en muchos niveles, desde las relaciones de parentesco hasta las relaciones de organizaciones a nivel estatal (se habla en este caso de Redes políticas), desempeñando un papel crítico en la determinación de la agenda política y el grado en el cual los individuos o las organizaciones alcanzan sus objetivos o reciben influencias.



Si bien para muchos las redes sociales pueden llegar a ser un servicio moderno con escasa trayectoria en la web, debido a que la mayor explosión por el furor de las mismas surgió en los últimos años logrando una verdadera masificación en su uso, lo cierto es que su origen se remonta a más de una década.

Después de todos estos años, las redes de interacción social se han convertido en uno de los elementos de Internet más difundidos, ofrecen a sus usuarios un lugar común para desarrollar comunicaciones constantes.

Esto es posible gracias a que los usuarios no sólo pueden utilizar el servicio a través de su computadora personal, sino que además en los últimos tiempos se puede participar en este tipo de comunidades a través de una gran variedad de dispositivos móviles, tales como teléfonos celulares o computadoras portátiles, algo que está marcando la nueva tendencia en comunicación.

A continuación, veremos una pequeña reseña histórica de las redes sociales:

1971: Se envía el primer mail. Los dos ordenadores protagonistas del envío estaban uno al lado del otro.

1978: Se intercambian BBS (Bulletin Board Systems) a través de líneas telefónicas con otros usuarios.

1978: Las primeras copias de navegadores de internet se distribuyen a través de la plataforma Usenet.

1994: Se funda GeoCities, una de las primeras redes sociales de internet tal y como hoy las conocemos. La idea era que los usuarios crearan sus propias páginas web y que las alojaran en determinados barrios según su contenido (Hollywood, Wallstreet, etc.).

1995: TheGlobe.com da a sus usuarios la posibilidad de personalizar sus propias experiencias online publicando su propio contenido e interactuando con otras personas con intereses similares.

1997: Se lanza AOL Instant Messenger.

1997: Se inaugura la web Sixdegrees.com, que permite la creación de perfiles personales y el listado de amigos.

2000: La “burbuja de internet” estalla.

2002: Se lanza el portal Friendster, pionero en la conexión online de “amigos reales”. Alcanza los 3 millones de usuarios en sólo tres meses.

2003: Se inaugura la web MySpace, concebida en un principio como un “clon” de Friendster. Creada por una empresa de marketing online, su primera versión fue codificada en apenas 10 días.

2004: Se lanza Facebook, concebida originalmente como una plataforma para conectar a estudiantes universitarios. Su pistoletazo de salida tuvo lugar en la Universidad de Harvard y más de la mitad de sus 19.500 estudiantes se suscribieron a ella durante su primer mes de funcionamiento.

2006: Se inaugura la red de microblogging Twitter.

2008: Facebook adelanta a MySpace como red social líder en cuanto a visitantes únicos mensuales.

2011: Facebook tiene 600 millones de usuarios repartidos por todo el mundo, MySpace 260 millones, Twitter 190 millones y Friendster apenas 90 millones.

Entre las redes sociales más usadas globalmente encontramos Facebook, Twitter, Youtube. Cada vez son más los usuarios que dedican un porcentaje de su tiempo libre en la red para informar sobre sus actividades o los lugares que visitan, dar a conocer sus pensamientos o compartir fotos.

Curiosidades

La primera red social surgió en 1997. Su nombre era Six Degrees -sixdegrees.com- y fue desarrollada por la empresa Macroview. Ofrecía la posibilidad de generar perfiles de usuarios y listas de amigos.

Poco a poco, las redes sociales comenzaron a darse a conocer con la aparición en 2003 de Hi5, Myspace, Friendster o Tribe. Éstas contarían con nuevas aplicaciones que facilitarían la interacción entre las personas registradas en una red social.

Google, por su lado, no tardó en lanzar su propia red social. En enero de 2004 publicó Orkut, apoyando un experimento que uno de sus empleados realizaba en su tiempo libre. En el mismo año nace Facebook, una de las redes sociales más exitosas en Internet, que permitiría establecer lazos con viejos amigos y compañeros de trabajo, además de ofrecer una infinidad de juegos para entretener al usuario.

En 2005 ingresan Yahoo 360° y otros.

En 2006 se creó otro de los grandes, Twitter, en la que en pocas palabras se expresan ideas, se intercambian experiencias profesionales o se retransmite lo que se está haciendo en tiempo real.

Clasificación de las redes sociales

Por su público, objetivo y temática

Redes sociales horizontales:

Son aquellas dirigidas a todo tipo de usuario y sin una temática definida. Los ejemplos más representativos del sector son Facebook, Orkut, Identi.ca, Twitter.

Redes sociales verticales

Están concebidas sobre la base de un eje temático agregador. Su objetivo es el de congregar en torno a una temática definida a un colectivo concreto. En función de su especialización, pueden clasificarse a su vez en:

Redes sociales verticales profesionales

Están dirigidas a generar relaciones profesionales entre los usuarios. Los ejemplos más representativos son Viadeo, Xing y Linked In.

Redes sociales verticales de ocio

Su objetivo es congregar a colectivos que desarrollan actividades de ocio, deporte, usuarios de videojuegos, fans, etc. Los ejemplos más representativos son Wipley, Minube Dogster, Last.FM y Moterus.

Redes sociales verticales mixtas

ofrecen a usuarios y empresas un entorno específico para desarrollar actividades tanto profesionales con personales en torno a sus perfiles; Yuglo, Unience, PideCita, 11870.

Por el sujeto principal en la relación

Redes sociales humanas

Son aquellas que centran su atención en fomentar las elaciones entre personas uniendo individuos según su perfil social y en función de sus gustos, aficiones, lugares de trabajo, viajes y actividades. Ejemplos de este tipo de redes encontrarnos en Koornk, Dopplr, Youare y Tuenti.

Redes sociales de contenidos

Las relaciones se desarrollan uniendo perfiles a través de contenido publicado, los objetos que posee el usuario o los archivos que se encuentran en su ordenador. Los ejemplos más significativos son Scribs, Flickr .

Redes sociales de OBJETOS

Conforman un sector novedoso entre las redes sociales. Su objetivo es unir marcas, automóviles y lugares. Entre estas redes sociales destacan las de difuntos, siendo estos los sujetos principales de la red. El ejemplo más llamativo es Respectance.

Por su localización geográfica

Redes sociales sedentarias

Este tipo de red social muta en función de las relaciones entre personas, los contenidos compartidos o los eventos creados. Ejemplo de este tipo de redes son: Rejaw, Bogger, Kwippy, Plaxo, Bitacoras.com, Plurk.

Redes sociales nómadas

Este tipo de redes se componen y recomponen a tenor de los sujetos que se hallen geográficamente cerca del lugar en el que se encuentra el usuario, los lugares que haya visitado o aquellos a los que tenga previsto acudir. Los ejemplos más destacados son: Latitud, Brighkite, iEagle y Skout.

Por su plataforma

Red social MMORPG y Metaversis

Los videojuegos de rol multijugador masivos en línea o MMORPG, son videojuegos de rol que permiten a miles de jugadores introducirse en un mundo virtual de forma simultánea a través de internet e interactuar entre ellos. Consisten, en un primer momento, en la creación de un personaje, del que el jugador puede elegir raza, profesión, armas, etc. Una vez creado el personaje el jugador puede introducirlo en el juego e ir aumentando niveles y experiencia en peleas contra otros personajes (jugadores o no jugadores) o realizando diversas aventuras o misiones, habitualmente llamadas quests (literalmente: «búsquedas») en inglés.

Red social Web

Su plataforma de desarrollo está basada en una estructura típica de web. Algunos ejemplos representativos son: MySpace, Friendfeed y Hi5.

Como aplicar las redes sociales al negocio

La pregunta de cualquier empresa u negocio se hace al momento de querer dar a conocer su producto es la siguiente ¿Quien hoy en día no tiene una red social?, con esa gran cantidad de usuarios, también hay un inmenso volumen de posibles clientes.

Lo primero que realizan dichas empresas es generar publicidad para darse a conocer con los sencillos datos siguientes, localización para que cuando busquen la encuentren, el detalle de lo que ofrecen esto es para ver las estadísticas de lo que a los clientes les importa del negocio.

Un error que las empresas es de que no saben a quién dirigirlo por lo cual estas no duran lo suficiente, el detalle esta en hacerlo para todo público ya que las necesidades son más fáciles de abarcar mediante la información que esta puede llevar mediante los amigos, vecinos, clientes, etc.

La forma más fácil de hacer que esto tenga más efectividad es haciéndolo agradable al público siendo ingeniosos en lo que se está ofreciendo, interactuando con el público que está dentro de la página.

NOTA: Recuerda: la clave del éxito radica en crear anuncios y publicaciones de la página que sean de interés y tengan valor para tus clientes, y en dirigir los mensajes a las personas adecuadas. Al momento de anunciarse tomar en cuenta que la persona más importante para el negocio es la que visita nuestra página, ya que mediante de esta nuestros servicios llegan más lejos.

Ejemplo guatemalteco

Un claro ejemplo de redes sociales aplicadas en Guatemala es el llamado “Internet.org” o ahora conocido como “Free Basics ” esta es una asociación entre facebook y proveedores de servicios de internet móvil (ISP), en los cuales en Guatemala encontramos claro, movistar y tigo trabajando en nuestro país, el objetivo primordial de esta asociación es dar acceso gratuito a una selección de sitios webs mediante el uso de la aplicación free basics con la finalidad de aumentar la penetración de internet en países de desarrollo.

Lanzamiento

Internet.org fue lanzado el 20 de agosto 2013. En el momento del lanzamiento, Mark Zuckerberg publicó un libro de diez páginas donde había escrito sobre su elaboración. En este, escribió que Internet.org fue un paso más en la dirección de las iniciativas anteriores de Facebook, tales como Facebook Zero, para mejorar el acceso a Internet para las personas de todo el mundo. También dijo que "la conectividad es un derecho humano".

Algunas de las aplicaciones a las cuales se podrá ingresar son las siguientes:

- 24Symbols: libros gratis en línea
- AccuWeather: obtener información actualizada del clima
- Alertos.org: ayudan a combatir el crimen en Guatemala
- BabyCenter y Mama: información y educación sanitaria para la atención de niños
- Búsqueda de Bing: buscador de información en internet
- Clasificados.com: compra y venta de productos y servicios
- Directorio.com: encontrar números de teléfono e información de contacto
- Duolingo: un servicio de enseñanza de idiomas con más de 70 millones de descargas creado por guatemalteco Luis Von Ahn
- Facebook: Red social que permite comunicarse con amigos y familiares
- Efecto Girl: leer artículos y consejos para las niñas
- Messenger: enviar mensajes a sus amigos y familiares
- Noticias.com: servicio local de noticias
- Sheva: contenido de la salud y la educación de las niñas adolescentes
- Su Dinero: obtener información financiera y asesoramiento
- ONU Mujeres YoAprendo: leer sobre la trayectoria de las mujeres para el éxito
- Datos de Unicef para la Vida: contenido apoyar a las mujeres y los niños
- Wikipedia: la enciclopedia en línea gratuita.

Ejemplo Internacional

LinkedIn es un sitio web orientado a negocios fue fundado por Reid Hoffman, Allen Blue, Konstantin Guericke, Eric Ly y Jean-Luc Vaillant en diciembre del 2002 y lanzado en mayo del 2003, es comparable a una red social pero principalmente para red profesional.

Características

Uno de los propósitos de este sitio es que los usuarios registrados puedan mantener una lista con información de contactos de las personas con quienes tienen algún nivel de relación, llamado Conexión. Los usuarios pueden invitar a cualquier persona (ya sea un usuario del sitio o no) para unirse a dicha conexión. Sin embargo, si el invitado selecciona "No lo sé" o "Spam", esto cuenta en contra de la persona que invita. Si la persona que invita obtiene muchas de estas respuestas, la cuenta puede llegar a ser restringida o cerrada.

Estas listas de conexiones se pueden usar de las siguientes maneras:

Una red de contactos se construye mediante conexiones directas, las conexiones de cada una de estas conexiones (denominado conexiones de segundo grado) y también las conexiones de conexiones de segundo grado (denominadas conexiones de tercer grado). Esto se puede utilizar para introducirse en la red a través de un contacto mutuo, favoreciendo la interactividad.

- Los usuarios pueden subir su currículum vitae o diseñar su propio perfil con el fin de mostrar experiencias de trabajo y habilidades profesionales.
- Se puede utilizar para encontrar puestos de trabajo y oportunidades de negocio recomendados por alguien de la red de contactos.
- Los empleadores pueden enumerar puestos de trabajo y la búsqueda de posibles candidatos.
- Los solicitantes de empleo pueden revisar el perfil de los directores de recursos humanos y descubrir cuáles de sus contactos existentes pueden presentarse.
- Los usuarios pueden subir sus propias fotos y ver las fotos de los demás para ayudar a identificarlo.
- Los usuarios pueden seguir diferentes empresas y pueden recibir una notificación acerca de las posibles fusiones y ofertas disponibles.
- Los usuarios pueden guardar trabajos que les gustaría solicitar.
- Los usuarios pueden ver cuáles y cuantos usuarios han visto su perfil.

El enfoque "gated-access" (donde el contacto con cualquier profesional requiere de autorización previa, ya sea mediante una relación existente o con la intervención de un contacto entre ellos) tiene la intención de fomentar la confianza entre los usuarios del servicio.

Otra característica en LinkedIn son las Encuestas. En diciembre de 2011, LinkedIn anunció que se están desplegando sus encuestas a un millón de grupos. A mediados de 2008, LinkedIn lanzó DirectAds como una forma de publicidad patrocinada, similar a Google Adwords.

En octubre de 2008, LinkedIn reveló sus planes de abrir su red social de 30 millones de profesionales a nivel mundial como una muestra potencial para la investigación de negocio a negocio. Se está poniendo a prueba el potencial de redes sociales de ingresos modelo de investigación que para algunos parece más prometedora que la publicidad.

CONCLUSIONES

Se han descrito aspectos importantes y relevantes basados en resultados evaluados por tendencias e influencia de las redes sociales.

- Se ha mostrado un marco histórico como base para describir la evolución de las redes sociales y cómo éstas han ampliado el alcance de ser un medio de interacción plana visual a ser un medio interactivo e incluso de transmisión stream.
- Se han dado a conocer algunas de las más importantes redes sociales que han marcado tendencias cada una en su tiempo de auge.
- Son muy importantes las ventajas que ofrecen las redes sociales como medio de comunicación inmediata, sin embargo, éstas han reemplazado en un porcentaje alarmante a la interacción interpersonal, que por largo tiempo se ha considerado la práctica más enriquecedora para el ser humano en aspecto de desarrollo emocional.

E-GRAFIA

- <http://expresoguate.com/internet-gratis-para-guatemala-de-la-mano-de-internet-org-t-tigo/>
- <https://en.wikipedia.org/wiki/Internet.org>
- <http://ilifebelt.com/estudio-redes-sociales-centroamerica-ilifebelt-2015/2015/07/>
- <http://histinf.blogs.upv.es/2011/12/20/redes-sociales/>
- http://www.cad.com.mx/historia_de_youtube.htm
- http://www.cad.com.mx/historia_de_twitter.htm
- http://www.cad.com.mx/historia_de_facebook.htm
- <https://www.facebook.com/business/overview>