IMPACTO DEL MARKETING DIGITAL POST PANDEMIA EN LA ECONOMÍA DEL COMPORTAMIENTO, ANTE LA GERENCIA DISRUPTIVA

AUTORES:

SILVA PRIMERA HILBERT

GALICIA ALEXANDER

1. Introducción

La sociedad actual ha logrado construir un consenso sobre un nuevo paradigma del conocimiento. Esto se debe a que se reconoce como la fuente de riqueza, el origen del cambio y el proceso evolutivo de todas las organizaciones. El reto fundamental de las universidades es hacer frente a estos cambios, con desarrollar nuevas herramientas analíticas, cambiar mentalidades y actitudes, y adaptarse a las nuevas necesidades a partir de la información y el conocimiento. Es por ello, este significativo estudio de prospectiva que analizaremos durante un recorrido de exploración, medición y análisis, donde arrojo resultados cuantificables e interpretativos. A través de una relación estructural permitiendo evaluar los escenarios futuribles en diseñar estrategias de acción, propiciando alianzas y minimicen conflictos entre los distintos actores responsables para socializar una cultura, basados en atender los cambios y tendencias en las distintas instituciones universitaria, en instituciones como gobierno y en organizaciones privadas.

Primeramente, la primera fase de estudio contempla la selección del tema investigativo prospectivo realizado por la descripción y fundamentos teóricos, llevados a cabo como reflexiones a los distintos momentos históricos y de desarrollos de posibles actores-variables. Cuyo propósito es determinar las predicciones a través del tiempo como parte de un todo relacionado en las necesidades del pasado, presente y futuro como dinámica en la tomas de decisiones y sobre todo analizar los posibles resultados y metas establecidas por ese estudio prospectivo. Así mismo, identificándose como variables principales el markenting digital como factor clave para el constructo teórico y su relación con el comportamiento económico en post pandemia. Seguidamente, acompañado de

la gerencia disruptiva factor fundamental para medir el grado de asertividad y adaptabilidad como visión innovadora; cada una de estas variables conjura un entramado relevante de métodos estratégicos para posibles soluciones futuras.

Por consiguiente, este proceso constructo nos permite llevar de la fase exploratoria a una aplicación de matrices por objetivos conocida como software MACTOR, la cual evalúa las relaciones de poder de los actores y examina la convergencia y divergencia relacionado a sus posiciones y objetivos. La finalidad de aplicar esta herramienta MACTOR a nuestro trabajo investigativo, es brindar a los actores principales el apoyo decisivo en la implementación de políticas y los roles de las variables controladas.

2. Base conceptual

Los efectos de la Post pandemia, demarca el rumbo de la humanidad y las nuevas formas de negociación, sobre todo ante un nuevo orden mundial que se gesta sobre la rivalidad territorial ante ideologías restrictivas que denigran los derechos humanos y el equilibrio económico en aras de dominar conforme a las mercantilizaciones tecnológicas.

Ante esta realidad se evidencian las brechas digitales en un mundo que ha superado la Pandemia en la actualidad, sin embargo, las consecuencias se acrecientan, sobre todo por la insalubridad mental y la hambruna que pocos asumen como prioridad en las planificaciones de desarrollo estatal. Por lo cual se reconoce el alto impacto del marketing digital como disciplina clave para la motorización de la economía. No obstante, tergiversada por la necesidad de reactivar la ética, corresponsabilidad y regulación correspondiente que asegure una gestión armoniosa y cónsona con la preservación de la especie humana.

De la misma manera, tomaremos la variable del marketing digital para definirla teóricamente como la expresada por Kloter & Amstrong (2013) según la define, como un proceso social y gerencial donde el individuo y grupos obtienen lo que necesitan y desean creando e intercambiando productos y valor. El markenting digital ha sido un mecanismo para las organizaciones en querer llegar a una meta en común para la satisfacción del cliente. Además,

los encargados en esta área conocen las necesidades de los consumidores, en cuanto a que desarrolla productos de mayor valor, asignándole mejores precios, distribuyéndolos y promoviendo de manera eficiente las ventas. La tecnología es importante para ejecutar acciones de negocios de mayor tamaño. Permite interactuar con todos los clientes y da conocer criterios relevantes del mismo. El uso de ella, es transformado como herramienta para una organización donde permita acceder, almacenar, actualizar, modificar de una forma rápida la seguridad de la información.

Ahora bien, la economía digital ya es una realidad la cual se deberán impulsar las herramientas y transformaciones profundas para lograr el futuro deseado, donde el humanismo se fortalezca pese a tanta tecno colonialidad. Y a su vez, la disciplina del marketing digital se aplique con ética y corresponsabilidad para impulsar el aparato socio productivo, bajo la innovación y gerencia disruptiva, tan necesaria en estos momentos de Post pandemia y alta tendencia de exigencia, consumo, población y baja calidad.

Incursionar en el mundo de la prospectiva ha sido una herramienta satisfactoria para la investigación de este estudio, en movilizar y clarificar el conocimiento colectivo. Incrustado en la sociedad (posibles soluciones futuras) plagado de las perspectivas de diferentes profesionales involucrados e interesados en diferentes temas. Así es, como estructuramos un argumento bien informado sobre posibles formas futuras. No es una predicción o una clave para pronosticar, sino una variedad de escenarios posibles, para ayudar a identificar los riesgos y oportunidades de cada uno y pensar en un curso de acción acordado.

En efecto, lleva a construir la primera fase estableciendo una definición clara sobre la prospectiva, su relación con el pensamiento del hombre científico. Brindado un panorama general sobre las técnicas y reflexiones de cada participante, para el beneficio de una sociedad. Como consecuencia, Godet (2007) define la perspectiva como un esfuerzo por llegar a un pronóstico o expectativa que permita articular el comportamiento presente a la luz de las posibilidades futuras y los

futuros deseados. Básicamente, analizando y creando alternativas para construir proyectos futuros y enriquecimientos proyectos actuales con mejores opciones.

Por lo mismo, se conoce la prospectiva como futuros posibles, de explorar posibilidades; aunado a ello, se pretende identificar dentro de este grupo cuales son los más verosímiles y realizables futuros probables y explorar aquellos que dentro de los probables son los preferibles, y que se conocen como los futuros deseados. En esa misma tónica, mirar el futuro nos transforma el presente, o sea que la prospectiva invita a la acción.

.- La construcción del mañana, es la prospectiva.

El análisis prospectivo es un ejercicio sistemático para la imaginación y la razón sobre el futuro. Nos lleva a limitar lo imaginado a solo aquello donde la razón aceptaría como posible, en pocas palabras, imaginar de manera razonada el futuro para poder construirlo. Su importancia radica en los siguientes aspectos que mencionaremos a continuación:

a- Fase de Orientación: esta primera etapa contribuye a delimitar el tema a estudiar y orientar el análisis de las siguientes etapas, se trata de identificar el sistema o problema, así como los actores y sus estrategias frente a la problemática evaluada.

Delimita el sistema y se genera las preguntas orientadoras de procesos de los escenarios. Lograr el bien común de manera legal, transparente y cónsona con las realidades del entorno, ante un mundo complejo, donde la realidad estuvo vulnerada por la Pandemia COVID19, cambiando radicalmente todos los condicionamientos de vida a nivel mundial. De tal manera que al identificar los actores claves del sistema del "Impacto del Marketing Digital Post pandemia en la economía del comportamiento, ante la Gerencia Disruptiva se evidencia la determinación del Ciberespacio en los modos de consumo y vida de los ciudadanos, influenciados en gran medida por la tecnología y las redes sociales.

Donde las empresas, mercadean sus productos y servicios; sin embargo se deberá estudiar el comportamiento de los clientes-usuarios, dado los efectos de la Post Pandemia y la influencia del Marketing digital, como disciplina que vende y

comercializa, mediante las plataformas tecnológicas, mediante un nuevo mundo digital, llamado "Ciberespacio" el cual no está regulado y se viraliza de manera acelerada, conforme a los lineamientos o demandas del poderío económico-tecnológico, donde se da el comercio electrónico, con ciertas normativas, dado los países intervinientes.

Siendo así, como se conjugan infinidades de variables ya predeterminadas y con influencias del Neuromarketing como una caracterización de la Mercadotecnia que aplica, directamente en el marketing digital e incide en la Psiquis a efectos de captar la atención, dependencia y selección de lo que se mercadea. Todo conforme a las predeterminaciones de celdas algorítmicas que responde a intereses mercantilistas.

Creándose una economía paralela ya de mayor alcance e impacto por la inmediatez, como lo es la "Economía digital" y con ella la cultura y adopción de la intangibilidad, inmediatez y disponibilidad a través de las transacciones electrónicas, donde todo dependen de las interacciones en el ciberespacio y se adopta una nueva identifica, claro creadas sobre las plataformas, pero la globalización se circunscribe al Cibernauta. Donde los grupos por intereses colectivos o comunidades digitales, constituyen las nuevas formas y modismos de organización en la ciber sociedad.

Mediante la adopción de Criptomonedas como moneda electrónica para las transacciones digitales en aras de garantizar la fluidez y consolidación del comercio electrónico y potencializar el marketing digital, ante las nuevas formas y modismos de sub organización, donde se reconoce a la ciudadanía como Su ciudadanía y cibernautas. Donde la humanidad se enrumba hacia la transhumanización por los cambios tecnológicos en aras de perfeccionar los modos de pensamiento humano y erradicar las imperfecciones, dado la inteligencia artificial, la mecanización y la robotización como caracteres de la sociedad del futuro la cual, convivirá a través de Metaverso con una virtualidad que romperá el sentir e intercambio físico de las relaciones interpersonales.

Futurible que de incorporarse los correctivos

necesarios, pueden ser de gran valía y apoyo para la reconstrucción de la sociedad, sobre todo tras los efectos de la Post pandemia, ante las pérdidas humanas y físicas aunado a la dura realidad de los estragos de los eventos fortuitos, desgracias de las guerras, hambruna, baja producción e inaccesibilidad a lugares remotos. Donde los mencionados inventos, pudiesen servir de gran valía para la reconstrucción y reorganización de las estructuras físicas de la sociedad.

Donde la vulneración de los Derechos Humanos se evidencia en su totalidad, sobre todo al no corregir las brechas digitales y mercadear sólo las bondades de la inmediatez, invisibilizando la alta necesidad en lograr el equilibrio en el acceso a los servicios de Red, equipos y herramientas tecnológicas, cuentas electrónicas con criptomonedas disponibles, pero sobre todo la formación para el uso corresponsable. Se denota que sólo quienes costean el acceso pueden navegar y por ende llegar a existir al crear la cuenta y obtener algún usuario de lo contrario, seguirá invisibilizado tanto en el ciber espacio como en la sociedad civil por no contar con las exigencias y requisitos básicos para navegar.

Es por ello que al realizar teletrabajo se permean los Derechos Laborales, ante la complejidad del sistema de regulación digital y la necesidad en asegurar las normas claras para su implementación lo cual es contradictorio, ante la aceleración vertiginosa de su crecimiento y en tendencia que menosprecia las reivindicaciones justas del Derecho del Trabajo sin garantías de jubilación alguna aunado a la adopción de la gran mayoría de desempleados e invalorados en el mercado laboral tradicional, sobre todo en la República Bolivariana de Venezuela, donde se vulneran todo el derecho del trabajo y laboral.

Regulación indispensable en el ciberespacio, donde se corrobore la Justicia digital y los mecanismos claves para un buen desarrollo en el cual se garantice la vida es decir la Psiquis de las personas, dado la ética profesional y corresponsabilidad en el marketing digital a efectos en contar con una sociedad productiva que supere cualquier situación que pareciera imprescindible, mediante la Política de respecto,

reconocimiento y acuerdo entre los involucrados, donde las negociaciones se gesten sobre la complementariedad y solidaridad internacional, con reglas y normativas claras que prioricen la dignidad pese a cualquier tecnología o mercantilización alguna para lo cual la visibilizarían de lo humano, garantizaría la preservación de la asertividad en la Toma de Decisiones que mas allá de poder respaldarse en algún sistema de información gerencial, responda ante las habilidades blandas que garanticen la Salud integral, donde las estaciones o áreas de trabajo, constituyan el ambiente laboral idóneo para l productividad y rendimiento óptimo.

Todo lo cual responde a las estrategias de desarrollo socio productivo, demarcado por predeterminaciones algorítmicas de los dueños tecnológicos, donde el Estado como ente rector de todas las relaciones de Poder, deberá apuntalar la punta de lanza desde los DDHH y la innovación corresponsable a fin de continuar la implementación del marketing digital de manera regulada y cónsona con los objetivos de desarrollo nacional e internacional, donde el humanismo y corresponsabilidad permanezca, dando cabida a un óptimo desarrollo socio económico que permita el verdadero desarrollo y avance de la mano de la tecnología como herramienta de vida mas no como sustitución alguna. De allí la alta necesidad en importancia de activar la pedagogía en la teleeducación y telemedicina como actores reales del sistema en el ámbito mundial, capaces de incidir y redireccionar las desviaciones de la paz, seguridad, vida, desarrollo armonioso e interculturalidad corresponsable.

b- Fase de exploración: en esta etapa el objetivo es identificar las fuerzas motrices que podrían establecer el sistema a estudiar. Incluyendo factores internos dentro de una organización, comunidad y factores externos de tipo social, tecnológico, económico, ambiental y político. Estos últimos elementos se identifican con el título investigativo, ya que existe una relación sobre el comportamiento económico, tecnológico con respecto al marketing digital y político como la gerencia disruptiva.

c- Fase de síntesis: se termina sintetizando y combinando las fuerzas motrices determinadas

para elaborar los escenarios. El objetivo permite en identificar las fuerzas inciertas a través del software MACTOR.

Ante esta realidad se muestra a continuación la lista de cambios socio tecnológico en el área organizacional, integrada con base en la visión prospectiva en sistemas que engloban: Gerencia disruptiva, comportamiento humano, economía comportamental y la corresponsabilidad en la toma de decisiones. Donde se encontraron múltiples convergencias y pocas divergencias, listándose la siguiente integración:

Cuadro 1. Lista de cambios socio tecnológico

N°	Cambios socio tecnológico en las organizaciones
1	Alimentación - comida
2	Ambiente
3	Campañas de ruido
4	Ciber culturalidad
5	Comercio
6	Compras
7	Comunicación
8	Comunidades - Aldeas digitales
9	Consumo
10	Contenido por intereses
11	Cumplimiento de metas
12	Derechos humanos
13	Desempleo
14	Devaluación de la Moneda
15	Diversión
16	Economía del comportamiento
17	Educación
18	Emociones
19	Empleos
20	Gerencia disruptiva
21	Influencer virtuales (You Tube)
22	Inmediatez (Efectividad)
23	Innovación disruptiva
24	Institución
25	Inteligencia Artificial
26	Justicia (Igualdad)
27	Liderazgo
28	Marketing digital
29	Medicina
30	Metaverso
31	Moda
32	Moneda
33	Negocios
34	Poder
35	Política
36	Productividad
37	Promoción
38	Salario
39	Salud
40	Servicios
41	Teletrabajo
42	TIC
43	Toma de

	Decisiones
44	Trabajo colaborativo
45	Ventas
46	Viralización

Fuente: Silva & Galicia (2023)

3. Metodología

La Metodología en Prospectiva se circunscribe al diseño de los escenarios en aras de poder contar con un abanico de oportunidades y potencialidades a desarrollar para lograr realizar el futuro deseado. Referenciado por Godet citado en Beistein (2016) en el libro "Manual de Prospectiva Estratégica" en el cual, argumentó que para contar con una alternativa se deberá prever desde ya las estrategias que puedan incidir a futuro y obtener lo anhelado, partiendo de las fuentes claves: secundarias y talleres de expertos.

La identificación de los escenarios se obtuvo con el empleo del Sistema de Matrices de Impacto Cruzado por Michel Godet en la cual se identificaron 64 escenarios conforme a la identificación de aquellos escenarios que responden al planteamiento inicial del estudio.

4. Resultados

Estudiar el sistema de manera holística de forma cualitativa, facilita la comprensión del fenómeno que se genera en aras de desestructurarlo e identificar con claridad las ventajas en inconvenientes que se pueden suscitar a la largo y corto plazo, considerando que se visualizan los futuribles desde el futuro al presente. De tal manera a continuación se desglosan las prerrogativas y desventajas con identificación precisa de posibles problemas a efectos de lograr la interpretación integral, conforme a los cambios y las acciones claves a emprender:

¿Cuáles serán las ventajas y los inconvenientes de las acciones programadas a largo plazo (superior al año)?

Conforme a lo vivenciado en la Post pandemia se puede inferir luego de la tabla sistematizada anteriormente que el poder responder de manera acertada, ante las demandas contextuales y la realidad gestada, fue ventajoso por atender de manera favorable a la atención inmediata por parte del sistema de salud, dado la evaluación de los escenarios y la sistematización de las duras realidades sufridas.

El poder estandarizar los procesos para aumentar la calidad es de gran valía, aún continúan las acciones que dieron resultados favorables, todo ello en aras de poder brindar una "seguridad integral" no sólo física, cibernética, sino psíquica, donde se resguarde la mente y su reacción analítica que muestre, sensibilidad ante las relaciones humanas, pese a tanta interactividad. Siendo altamente ventajoso el contar con seguridad en el ciberespacio, asegurando, promoviendo y respaldando la participación activa de la sub ciudadanía, mediante las comunidades digitales y el metalenguaje de manera corresponsable.

Constituyendo una gran ventaja el poder brindar, seguridad jurídica para la gestión cibernética, donde el liderazgo transformacional, promueva la reivindicación de los Derechos laborales y económicos, en el marco de la dignificación y promoción de los Derechos Humanos, sobre todo los llamados de V generación los digitales, promoviendo la veracidad de las informaciones.

Aunado a ello, el poder hacer uso de las telecomunicaciones, marketing digital, telemedicina para la optimización del sistema de salud, constituye una gran ventaja competitiva y de complementariedad ante la solidaridad internacional post pandemia la cual, representa alzas y bajas pero con la tecnología se garantizaría gran parte de la viralización de las informaciones de manera formal por parte de los entes y organismos de seguridad integral, donde el derecho a la vida, la dignidad y la valorización de las innovaciones, constituyen las ventajas trasversales para la transformación de la realidad en aras de lograr los futuribles deseables de seguridad integral a través del ciberespacio, donde el marketing digital, constituye una herramienta clave para el alto impacto de la economía comportamental tan necesaria ante el comercio electrónico y sus tendencias.

No obstante, se generarían ciertos inconvenientes que de no rectificarse, afectarían el desarrollo del plan estratégico para la funcionabilidad del sistema, entre los cuales, resaltan: falta de voluntad política-organizacional en aras de tomar decisiones para el descongestionamiento del sistema digital que requiere de

financiamiento, redes de sistematización y producción, todo lo cual esta desregularizado y de plantearse alguna propuesta de instrumento legal competente, sería inaceptable por las comunidades o aldeas digitales, especialmente las franquicias de negocios.

- ¿Cuáles son las ventajas y los inconvenientes de las acciones programadas a corto plazo?

La inmediatez en poder accionar de manera corresponsable ante tanta incertidumbre, donde el marketing digital, constituye una gran herramienta, complementada con la economía comportamental en aras de brindar la seguridad integral en el ciberespacio, aumentando los estándares de calidad, donde la posible recaudación de impuestos se reinvierta en servicios socio tecnológico de alto impacto, donde se apalanque los sectores productivos de la economía nacional, mediante la innovación con Gerencia disruptiva, ante la digitalidad y las innumerables exigencias y retos correspondientes. De igual modo el poder regularizar el "Fashión marketing" por el alto alcance y viralización que puede ser una gran fuente de divisas para la reinversión nacional.

Sin embargo, la falta de política para la regularización del Ciberespacio y comercio electrónico, constituye un inconveniente a corto plazo, ante la desregularización de la economía digital y sus tendencias, aunado a las trabas por la adquisición de monedas necesarias, según las negociaciones. Todo ello sobre la alta desinformación referencial y las falacias de muchas ventajas, sin medir las consecuencias inmediatas que imposibilitarían el descongestionamiento del sistema. Donde la resistencia al cambio y las privatizaciones de las comunidades digitales, crean sesgos y barreras para la fluidez y avance sistemático lo cual afecta a la sociedad.

De manera inmediata en el corto plazo la problemática base se evidencia, ante la inexistencia del "Instrumento legal correspondiente" para la regularización del Ciberespacio, donde se contrarresten todas las deformaciones e irrealismos de la legalidad de las transacciones. Donde la desorganización interinstitucional y organizacional, son un gran problema para el

avance y descongestión del sistema.

Así como la falta de ética profesional al momento de diseñar y aplicar el marketing digital, donde algunas campañas por Neuromarketing, crean adicciones, ante la irresponsabilidad en el diseño, impacto y viralización que causan estragos en la salud mental de los clientes o usuarios es decir los cibernautas que acrecienta la tendencia a la mentalidad sumisa, aunado al alto rechazo a la "Política" como forma de ejercer el Poder colectivo.

Identificándose como problema a largo plazo la hambruna, ante las lamentables cifras de baja producción, escaza comercialización y altos costos de los alimentos, donde la unificación e integración de criterios de manera global, pudiese desencadenar un gran problema, dado las regularizaciones propias de cada Estado y la mercantilización en el comercio electrónico.

Donde el no contar con la regularización correspondiente se degenerará un gran conflicto ante la inseguridad del ciberespacio y los modos de comercialización sin respaldo legal alguno, que garantice la transparencia de los procesos que desencadena la fuga de divisas como parte del posible ingreso al Producto Interno Bruto y la reinversión en calidad de servicios.

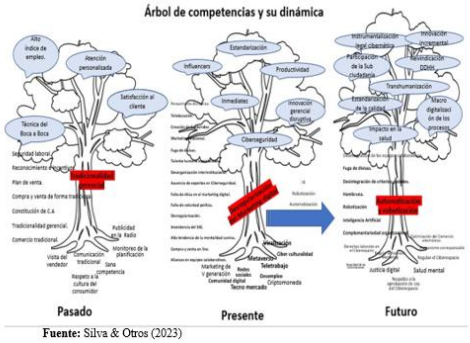
La crisis económica y devaluación de la moneda venezolana, frente a la competencia ilegal del dólar today y la paridad cambiaria que de igual modo afecta las negociaciones por la volatilidad monetaria y el rechazo a un posible instrumento legal que regule las actuaciones en el ciberespacio. Todo ello, enmarcado en la resistencia al cambio y la transformación legal del comercio electrónico, donde se garantice la recepción de divisas como recaudación de impuestos comerciales.

Siendo alarmante la promoción de la cultura del irrealismo y los efectos nocivos del Neuromarketing que atenta contra la Psiquis y capacidad de análisis crítico corresponsable en aras de garantizar las posibilidades de innovación ante el fortalecimiento de la Gerencia disruptiva, rechazada por muchos especialmente la hegemonía digital.

De allí la problemática en la Toma de Decisiones (TD) sin base en un Sistema de información Gerencial (SIG) que garantice la asertividad y logro de los objetivos, conforme a la planificación estratégica. Donde la tendencia a las psicopatías colectivas y viralizadas se erradiquen, dado que atentan contra la productividad y salud integral de la Nación lo cual sufre una gran afectación para su desarrollo e innovación.

En resumidas cuentas, un reino del ciberespacio podría haberse creado sin regulación, construido sobre la realidad de la digitalización y las tendencias hacia el video, los influencers, el Metaverso y la promoción sumisa. Aun cuando se debate en nuestro país el anteproyecto de ley sobre el uso de las redes sociales, necesarias para proteger la psiquis y aumentar la productividad del público, las personas aspirantes y premiadas están ignorando la creatividad que representa el markenting digital. Tienden al ingenio con ética y corresponsabilidad, seremos una plataforma viral en el mundo y beneficiarnos la economía. El estudio del comportamiento socioeconómico ha sido trasversal y fundamental para dinamizar el aparato productivo de la nación. El siguiente grafico se muestra lo expuesto a través del árbol de competencias.

Figura 1. Arbol de Competencias



Fuente: Silva & Otros (2023)

4.1 Subsección de resultados

En el siguiente aspecto, se analizaron las relaciones de fuerzas entre actores determinadas en la matriz MID (Matriz de Influencias Directas e Indirectas). Conforme al sistema de estudio seleccionado se pudo evidenciar, conforme a lo arrojado por el Software MACTOR (ver cuadro 2) como la dependencia del Estado que se creía que era determinante no lo es, ante la gran influencia de la innovación (3327) como actor motriz que permea el restos de las actuaciones, constituyendo este el de mayor influencia, seguido por la economía comportamental (3316), gerencia disruptiva (3267),

mercado (3249), ciberseguridad (3055), derechos laborales (3073), cibercultutalidad (3202), teletrabajo (3205), marketing digital (3179), redes sociales (3051), comercio electrónico (3122), ciberespacio (3106) y el Estado con (2795) de influencia directa.

Lo cual asevera en el mundo digital los actores determinantes cambian y se identifican, quienes en realidad influyen directamente en la consolidación del sistema es por ello que al innovar se asegurará el crecimiento y expansión, mediante el estudio y monitoreo exhaustivo del comportamiento socio económico, mediante la economía comportamental, donde los gustos y preferencias de los clientes-usuarios, estarán predeterminados por algoritmos, comercializados por técnicas de neuromarketing en aras de la adicción y codependencia al sistema. Para lo cual la gerencia disruptiva, marcará la pauta en un mercado digital, donde la ciber culturalidad, ciberseguridad y derechos laborales, constituyen una necesidad real en regularizar en aras de potencializar el comercio electrónico de manera corresponsable, donde las negociaciones se realicen sobre la legalidad y confianza ciber jurídica que contribuya con el desarrollo nacional y la retribución de los impuestos correspondientes.

De esta manera, se muestra unas series de planos realizando el recorrido investigativo del proceso hecho por el software MACTOR, identificando objetivos estratégicos y los planos de convergencias entre actores.

MIDI	ESTADO	Institucio	Empresas	Ciberriesg	Ciberespac	Influencer	Redes Soci	Mercado	Sobrecarga	Economía C	Cripto	Trasnhuma	Metaverso	MarketingD	Gerencia	Innovación	IA
ESTADO	85	83	88	81	86	84	86	88	85	92	80	65	66	88	92	93	81
Institucio	58	59	59	48	54	54	54	58	53	59	53	46	44	56	59	60	53
Empresas	89	87	98	89	97	93	95	103	94	105	93	75	77	99	102	105	88
Ciberriesg	69	66	82	77	83	81	81	88	80	88	78	66	68	84	86	86	77
Ciberespac	82	80	93	90	95	91	94	99	93	100	88	73	78	98	99	101	87
Influencer	78	77	93	88	95	91	93	99	92	100	87	74	75	97	98	100	87
Redes Soci	96	93	95	92	94	93	95	100	94	102	89	75	77	97	100	102	88
Mercado	87	84	97	90	97	92	94	101	93	102	90	75	77	100	101	102	89
Sobrecarga	96	93	109	101	107	103	105	112	104	115	101	81	81	110	113	116	99
Economía C	96	93	110	100	107	102	104	114	104	117	102	82	82	110	114	117	98
Cripto	96	94	97	86	93	90	92	97	90	97	92	75	75	95	95	97	87
Tridimensi	81	81	94	89	96	93	97	100	94	101	90	75	80	99	99	101	90
Metaverso	90	87	104	99	107	101	104	111	103	113	99	80	84	110	111	113	98
MarketingD	95	91	107	99	106	102	104	110	103	113	99	82	83	109	113	113	98
Gerencia	95	94	105	96	103	101	101	109	101	113	98	77	78	106	110	114	94
Innovación	97	95	113	104	113	108	110	119	110	123	105	84	86	116	120	124	104
IA	91	90	102	95	101	97	99	104	98	107	95	76	78	104	107	108	92
Robot	92	91	105	102	108	103	105	112	105	115	100	80	83	111	113	116	99
Transhuman	95	93	110	103	112	106	109	116	109	118	104	83	86	115	117	119	103
Cibercultu	96	93	106	100	107	103	106	112	106	116	101	80	82	110	114	117	100
ComercioE	95	89	103	93	99	95	97	103	95	106	94	74	75	102	105	106	91
JusticiaD	95	92	108	100	108	104	106	113	106	116	102	82	84	111	115	117	99
TD	97	95	113	104	113	108	110	119	110	123	105	84	86	116	120	124	104
Poder	96	93	105	97	104	101	102	110	101	114	96	76	82	108	111	114	98
Política	97	92	105	95	101	97	98	105	96	109	94	74	75	103	107	110	92
Salud	95	92	103	93	102	98	101	106	98	110	96	76	79	104	108	111	96
Teletrabaj	94	90	107	98	105	101	102	108	100	111	97	80	80	107	110	112	97
DerechoLa	95	91	101	94	100	97	98	105	98	109	96	74	75	103	106	109	91
Cibersegur	97	95	113	104	113	108	110	119	110	123	105	84	86	116	120	124	104
Libertad	93	93	106	96	105	101	104	111	104	112	101	82	84	108	110	113	99
Ambiente	96	93	106	97	105	102	103	110	103	113	100	79	80	108	111	114	96
Teleducaci	96	94	97	81	85	85	87	89	84	91	79	72	73	88	91	91	82
DI	2795	2746	3131	2903	3106	2994	3051	3249	3011	3316	2917	2370	2418	3179	3267	3327	2869

Fuente: Silva & otros (2023)

4.2 Subsección de resultados

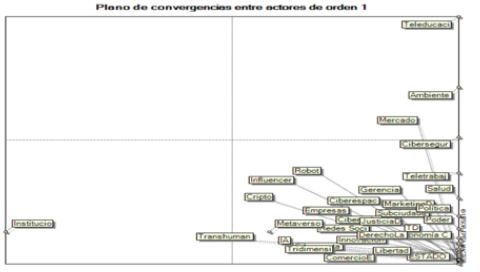


Figura 2: Plano de convergencias

Fuente: Silva & otros (2023)

Debido al origen de cada uno de los objetivos planteados en este Mactor la gráfica representativa de plano de diferencia entre meta y objetivo en la

combinación de matriz, permitió arrojar una ponderación dándole un valor significativo en si tiene alguna relación los objetivos con lo que dice los actores, donde se pudo visualizar la gran influencia que tiene cada actor en los objetivos que representa cada elemento.

Interacción entre los actores y los objetivos, ante la variación grafica que existe entre estos elementos nos indican que existe un gran acercamiento de relación entre algunas de ellas, como también existe la discrepancia de una de otra, pero sin dejar de dar connotación que en la mayoría de sus características existe una gran convergencia para que se cumplan ciertos objetivos.

Donde el estado como actor líder influye en los actores, sin embargo, dista del alto riesgo de la funcionabilidad del metaverso con el cual se muestra ningún punto de enlace ni la institucionalidad a diferencia del Poder para con empresas, robotización, gerencia, marketing digital y la criptomoneda en una economía comportamental que demarcará las tendencias.

De tal manera que los análisis realizados sobre las distancias existentes entre estas características presente de los objetivos que tienen los actores, en los parámetros directamente relacionados con el rendimiento de cada uno de ellos. El gran número de variedades que tenían una excepción baja indicó una liberación de similitudes de lo divergente a lo convergencia.

Siendo así como por otro lado se puede visualizar gran parte donde los actores tienen un gran acercamiento en relación de compartir objetivos para llegar a tener metas fijas. Donde la importancia de estos objetivos es que en su mayoría cumplen finalidad de impacto en cada uno de los actores presente en la investigación para marcar un paso importante relacionado a cada una de sus características.

Existe entre ellas una gran asociación según lo establecido por la tabla matriz que nos permite la representación gráfica en el plano según las ponderaciones obtenidas el cual el nivel de similitud entre los actores y sus objetivos para afianzar los caracteres que los determinan como convergencia en su gran mayoría y muy poca desacuerdos entre algunos de ellos, estos son puntos clave fundamentales que nos

demuestra que este tipo de investigación es propicia para alcanzar los resultados deseados ya que en su mayoría de aceptación los actores en sus características representativa en el estudio son claves importante para fomentar cada una de estas líneas de construcción de este enfoque.

En relación al sistema de estudio seleccionado se puede evidenciar, conforme a lo arrojado por el Software MACTOR el surgimiento de variables que económicamente tienen trascendencia sobre los agregados tanto macroeconómicos como los micros económicos, la existencia de una prolongada cantidad de elementos que desde la óptica económica puede generar cierto impacto en los enfoques de desarrollo social.

Es evidente que dentro de esta estructura existen distancias débiles y distancias que son relativamente importantes. Lógicamente la convergencia viene a estar representada en este punto de concordancia por el entendimiento que pueda existir en los agregados económicos y sociales donde las exigencias sociales son el punto de inicio o de partida juega un papel importante el sector público y privado.

Desde la óptica apreciativa coexisten la Influencia entre actores y relaciones de fuerza siendo la economía, las redes sociales, las criptomonedas el marketing y la comercialización las que representan la fortaleza en función al panorama de las tendencias de crecimiento, no obstante, la relatividad divergente está representada por las relaciones de poder.

Por ende la dinámica global existente ha provocado en las organizaciones humanas de hoy en día, requieran redefinir sus factores de éxito, es decir las diferentes formas de lograr los propósitos económicos y sociales que se persiguen, entre otros elementos de trascendental importancia, para el desarrollo social. Siendo así, donde la educación y el empoderamiento cognitivo juegan un papel preponderante en la gestión económica financiera, y más aún en la economía de comportamiento. Debido a la conversión en elemento básico para las organizaciones sociales, empresariales gerenciales, de salud, institucional y comunitario, lo que facilita la toma de decisiones y acciones

relacionadas con los diferentes procesos enfocados en la gerencia que contribuyen a optimizar los medios productivos disponibles.

De la misma forma, necesarios para el desarrollo de la actividad económica en cualquiera de sus fases, donde pueda conducir a la estabilidad laboral con el mejoramiento de factores asociados a la Gerencia disruptiva y el Comportamiento de los sistemas de interpretación y medición del Marketing Digital no escapan de esta realidad. Se evidencia el surgimiento de Empresas que contribuyan a fortalecer las economías de un país, esto sin duda permite lograr la solidez en el desarrollo de las relaciones administrativas, estableciendo a futuro, fijar nuevas políticas en el ámbito económico productivo que impacta positivamente en el control financiero de las organizaciones y la puesta en marcha de nuevas actividades productivas.

5. Discusión

De tal manera, el posicionamiento ayuda a impulsar la comercialización y fue gracias al marketing digital lo cual conlleva al resto de empresarios a que ingresaran en la digitalidad, alcanzando la visibilidad, permitiendo nuevos prospectos y descubran como se puede satisfacer sus necesidades durante o después de la crisis. Con alto incidencia en el comportamiento humano y la tridimensionalidad en su accionar, sobre todo ante tantas pérdidas humanas, tristezas y desesperanzas que afectaron el comportamiento socio económico en el ámbito mundial y nacional.

Siendo así, la economía venezolana en complejidad, enfrento una crítica situación que desencadenaron múltiples desequilibrios económicos que contrajeron el Producto Interno Bruto (PIB), aunado a los altos índices inflacionarios, incremento del déficit fiscal y la lamentable debacle del consumo, dónde la inestabilidad de los sectores económicos declinó el avance y desarrollo nacional. Cabe citar el estudio de KPMG encuestadora del 2020 la cual sistematizó los siguientes datos conforme a la sectorización de los motores de la productividad nacional los cuales, sufrieron las degeneraciones de la Post Pandemia, donde percibieron la situación como muy mala con una representación del 34% y sin avance como mucho

peor, con una representación del 13% sin esperanza de reactivación ni funcionabilidad alguna, ante la continuidad en el cobro de los Impuesto, posteriormente regularizado, mediante Decreto 4198 de fecha 11/05/2021 tras tantos llamados de apoyo por parte del sector empresarial al Poder Ejecutivo Nacional lo cual, permeó las ansiedades por el momento.

Podemos incluir, la realidad Post Pandemia y sus tendencias que gracias a las innovaciones y bondades del marketing digital se descongestionaron grande trabas en el funcionamiento para la reactivación de los sectores, recordando que de momento fue traumático pero ante la adaptabilidad fueron, fluyendo las salidas a la crisis mundial lo cual, afecto directamente a Venezuela ante una disminución en la facturación, representada con un 49% por lo cual el sector productor tuvo que ajustar los Costos con un 68% inmersos en las transformaciones digitales, representados con un 56%, donde la gran mayoría de empresarios enfatizaron la alta necesidad de la reestructuración operativa con un 76%, permitiendo la disminución de la presión fiscal, representado con el 79% gracias al respaldo del Ejecutivo Nacional al sector empresarial. Donde convergieron en la necesidad de la digitalización y su viralización de estándares y formatos.

En este sentido, fue fascinante explorar la prospectiva a través de las experiencias y vivencias compartidas. El cual se contó con la identificación de las variables estratégicas para la comprensión profunda del fenómeno, adquiriendo nuevos matices y esencia real de la sistematización en aras de dilucidar la trascendencia e impacto de las bondades del marketing digital, requieren la "Regularización de sus proceso y por ende del Ciberespacio" conforme a los modismo de las comunidades digitales y las predeterminaciones de la reorganización de la sociedad.

Sobre todo, de la inmediatez, robotización, automatización se permeen un equilibrio en la paridad de convivencia de la sociedad y ciber sociedad que dependerá de la capacidad racional, participación activa y voluntad organizacional para lograr las transformaciones deseadas y superar el miedo al cambio, ante la innovación disruptiva, bajo su enfoque gerencial para cambiar

drásticamente de manera paulatina pero profunda, ante el resguardo de la vida humana y sus relaciones de manera productiva, legal y rentable pero de manera corresponsable que brinde salud integral y asegure el crecimiento, desarrollo y expansión de manera sostenible y sustentable.

6. Conclusión

Sin duda, la realidad estuvo vulnerada por la Pandemia COVID19, cambiando radicalmente todos los condicionamientos de vida a nivel mundial. De tal manera que al identificar los actores claves del sistema del "Impacto del Marketing Digital Post pandemia en la economía del comportamiento, ante la Gerencia Disruptiva se evidenció la determinación del Ciberespacio en los modos de consumo y vida de los ciudadanos, influenciados en gran medida por la tecnología y las redes sociales.

Nos llevó también, responder a las estrategias de desarrollo socio productivo, demarcado por predeterminaciones algorítmicas de los dueños tecnológicos, donde el Estado como ente rector de todas las relaciones de Poder, deberá apuntalar la punta de lanza desde los DDHH y la innovación corresponsable a fin de continuar la implementación del marketing digital de manera regulada y cónsona con los objetivos de desarrollo nacional e internacional, donde el humanismo y corresponsabilidad permanezca, dando cabida a un óptimo desarrollo socio económico que permita el verdadero desarrollo y avance de la mano de la tecnología como herramienta de vida mas no como sustitución alguna. De allí la alta necesidad en importancia de activar la pedagogía en la teleeducación y telemedicina como actores reales del sistema en el ámbito mundial, capaces de incidir y redireccionar las desviaciones de la paz, seguridad, vida, desarrollo armonioso e interculturalidad corresponsable.

Las siguientes recomendaciones y estrategias coherentes a estos escenarios, permite como propósito de hacer preguntas claves para el futuro. Siendo el marketing digital, tan indispensable en un momento donde las plataformas digitales se han posicionado como nunca antes, será mucho más que una apuesta para las marcas. Son

tiempos de marketing digital, plataformas digitales, de redes sociales, de Commerce y, sobre todo, de una nueva era en la que el estar conectado a la web es más que indispensable.

Siendo así como entre los efectos Post pandémicos, aceleraron el proceso de digitalización que, desde hace años, ya venía cobrando fuerza; hoy, sin embargo, se comprueba el "Metaverso", "Tras humanización" "realidad aumentada", "inteligencia artificial", donde la hambruna, competencia desleal, fuga de divisas, robotización, automatización e incidencia en las estructuras familiares y de apreciaciones personales se ven afectadas por las posibilidad degenerativas en la anti ética del neuromarketing digital lo cual atenta contra la psiquis y por ende salud humana.

Desde esta perspectiva, surgen algunas de las inquietudes realizadas en esta investigación tales como: ¿El marketing digital responde a la construcción de la economía mundial? ¿Se promueve el pensamiento crítico y corresponsable a través del marketing digital? ¿Los modismos de consumo son determinados por algoritmos que se mercadean en plataformas digitales? ¿A quién responde el marketing digital? ¿Cuál es la única regulación mundial del marketing digital? ¿Quién evalúa los efectos del marketing digital en la Psiquis e la humanidad? De aprobarse las interacciones del Metaverso ¿estamos preparados para preservar la sistematización de la tradicionalidad heredada de nuestros antepasados? ¿Cómo estarán los Derechos Humanos en la era digital? ¿Los derechos laborales?

Las anteriores interrogantes, dan como síntesis un abstracto de la realidad actual, la Post pandemia corroboró lo valioso de la vida y poder hacer introspección en toda la evolución de la tradicionalidad ante el presente y los futuribles en aras de salvaguardar la especie humana, donde la inventiva, permitió superar las trabas principales para destrabar la encrucijada de imprevistos, sobre la base de la esperanza en continuar.

De tal manera, al sistematizar y analizar los resultados se alineo la visión y perspectiva integral, dando cabida a la asertividad del fenómeno, donde la cientificidad y exactitud de la evaluación en la interacción de los actores, permitió conocer en profundidad la realidad y sus tendencias, ante

las cuales se infiere la alta necesidad en implementar los correctivos necesarios para la legalidad, transparencia, ética pero, sobre todo corresponsabilidad de la herramienta del marketing digital como plataforma clave de las negociaciones que demarca la vida y futuro de la humanidad.

Es por ello, al apostar hacia la estandarización en la "calidad" de contenidos permitirá la fluidez óptima de los procesos y por ende una reorganización y reenfoque. La ciudadanía incursionará en la sub ciudadanía en aras de motorizar las comunidades digitales hacia la corresponsabilidad en todas las áreas y ámbitos de acción, donde el ciberespacio sea el mundo de las posibilidades para la dignificación del ser humano, una innovación disruptiva que asegure el sentir y una robotización que reconstruya los estragos de todas las guerras en especial la de carácter económico; que inciden de manera directa en la felicidad de los seres humanos y por ende la productividad mundial.

Finalizando, el llamado a quienes ostenta el poder y a quienes lo activan desde la base en aras de asumir la cuota de responsabilidad y permear los sub sistemas para la reactivación de una economía mundial "solidaria" como lo afirma el economista Edgar Morín en aras de preservar la vida, la convivencia pero sobre todo la "especie humana".

7. Referencias bibliográficas

Beinstein, J. 2016. Manual de Prospectiva. [Documento en pdf]. Argentina.

https://www.fie.undef.edu.ar

Godet, M. 2007. Prospectiva estratégica: problema y método. [Documento en pdf].

https://archivo.cepal.org.

Kotler, P. & Armstrong, G. 2013. Fundamentos del Marketing. [Documento en pdf]. Pearson, 11 ed.

htpps://frrq.cvg.utn.edu.ar

KPMG. 2020. La empresa venezolana ante el COVID-19. [Documento en línea].

https://assets.kpmg.com