



LOS CAMBIOS EN LOS CENTROS DE PODER

Nº 1402

DOCUMENTOS PLANNING®

Por: Carlos Alberto Mejía Cañas
Consultor / Gerente

Parte de los cambios en el estilo y las costumbres de vida de las personas se explican en evoluciones tales como el Internet, los celulares, la televisión por cable, los accesos a información y compras electrónicas, así como la introducción de elementos y valores nuevos, alejados de los tradicionales como fueron, por ejemplo, los idearios políticos y los personajes públicos, así como muchas de las creencias de tipo cultural.

Además, estamos ante la presencia de culturas y estilos de culturas diferentes, las cuales valoran el tiempo libre, el pertenecer a comunidades diversas (culturales, sociales, recreativas, etc.) a través de medios tales como Facebook o Twitter, entre otros muchos símbolos y medios que cada vez más se imponen.

Buena parte de las convicciones del público que giraron alrededor de centros de poder tales como las iglesias, los partidos políticos, los movimientos ciudadanos, los movimientos sindicales, los grupos de fanáticos, entre otros, cada vez más pierden su otrora poderosa influencia y son desplazados por los nuevos centros de poder. Vamos mencionar algunos de ellos:

1. Los centros de poder de contenido ecológico

Los consumidores son cada vez más conscientes de lo ecológico y su trascendencia en la protección de la naturaleza y de la humanidad. Este sólo hecho ha creado verdaderos movimientos de opinión, donde personas de los más diversos credos, regiones, edades o estilos de vida, se afilian en la defensa de lo ecológico y ambiental, privilegiando como centro de poder a quien sea capaz de generar acciones positivas en su protección y conservación.

Estos movimientos son tan fuertes que, en ocasiones, han puesto en jaque a los centros de poder político tradicionales, a las grandes inversiones en infraestructura, al desarrollo de nuevas invenciones, etc.

2. Los centros de poder de contenido social

Muchas personas han trascendido sus orientaciones religiosas, políticas o raciales para acompañar movimientos sociales que desarrollan obras de bienestar para las comunidades en aspectos diversos como la salud, la educación, la preservación del medio ambiente, la cultura, la investigación, la música, el deporte, etc. Alrededor de estos

movimientos se aglutinan aún personas que en el pasado fueron opositoras por razones políticas o socioeconómicas. Son movimientos cada vez más importantes, que ganan peso como centros de poder y de influencia.

3. Los centros de poder de contenido gremial

Ganan significación también los elementos gremiales, entendidos en sentido amplio, es decir, grupos de intereses diversos que se integran para defender elementos comunes a nivel de personas, empresas, comunidades, regiones o aún amplias geografías. Ya no se trata sólo de los gremios profesionales, industriales o comerciales, se trata también de diversos grupos de ciudadanos que tienen intereses comunes, tales como el transporte, los servicios públicos, la infraestructura comunitaria, la educación, etc.

Inclusive, aún entre empresas competidoras se crean movimientos de [Coopetencia](#) (colaboración entre competidores) para buscar elementos de desarrollo del sector económico donde participan.

Estos tipos de agrupaciones, a veces muy informales y temporales, también constituyen centros de poder.

4. Los centros de poder de contenido cultural

El acceso a amplios contenidos de información pública, a través de medios de comunicación masivos, ha permitido la formación de nuevas corrientes culturales, quienes se esparcen por las más distintas geografías, en campos como la música, el

arte, las modas, los estilos de vida, entre otros. Son notorios, para citar algunos, los movimientos relacionados con las nuevas corrientes musicales, o los relacionados con la forma de vestir, desde lo formal hasta la más avanzada informalidad. Por el contrario, elementos de la tradición cultural, por citar otro ejemplo, relacionados con la urbanidad, como cederle el puesto a una dama en un sitio público, han ido perdiendo significado.

Sin embargo las culturas que desaparecen son sustituidas por otros principios culturales nacientes, que van formando su arraigo hasta volverse nuevas costumbres y por ende nuevas culturas. Es significativo el caso de fumar, que años atrás era considerado un sinónimo de status y prestigio, hoy ya es reservado a espacios públicos limitados para los pocos fumadores que todavía se conservan.

Las nuevas culturas son por sí mismas un centro de poder, en la medida en que más y más personas se adhieren a ellas, las promueven y las defienden.

5. Los centros de poder que surgen del entretenimiento y la diversión

Aquí surge un gran centro de poder que aglutina numerosas masas alrededor de intereses comunes que surgen del entretenimiento y la diversión. Entre estos sitios se encuentran centros tan connotados y formales como teatros o museos, o tan "light" como festivales de música, encuentros o jornadas de participación multitudinarias para apreciar un lugar, un evento, o un momento.

Se forman verdaderos “clubes” que comparten por el mundo todo tipo de temas, tales como la fotografía, la cocina, las aficiones, la lectura, los deportes extremos, tatuajes y símbolos, entre muchos otros y diversos centros de entretenimiento.

Estos movimientos van creando nuevas culturas alrededor del esparcimiento y la diversión, basta mencionar el cada vez más masivo uso de los gimnasios como sitios de encuentro, diversión, deporte, recreación, cultura física, bienestar, mejoramiento físico y hedonismo. De allí surge un nuevo centro de poder cada vez más extendido.

Conclusión

En todo tipo de actividades humanas se crean nuevos centros de poder que atraen el interés del público y desplazan los anteriores

Planning
Febrero 2014

puntos de encuentro en el pensamiento y en la acción. Estos centros de poder en ocasiones tienen sus líderes, pero en muchos casos surgen en forma espontánea y promueven ciertos comportamientos, aunque nadie los lidere.

Síganos en:



Si desea conocer más sobre este tema, en Planning ofrecemos una consultoría sobre [Competitividad y Estrategia](#) que se adapta a las necesidades de su empresa.

Acerca de Planning

Planning es una empresa privada colombiana creada en 1997, que proporciona servicios especializados de consultoría e investigación, elabora publicaciones sobre estrategia y desarrolla y comercializa modelos de planificación y evaluación de la gestión, dirigidos a satisfacer las necesidades de la dirección superior.



Servicios: Si desea conocer más sobre nuestros servicios de asesoría y sistemas de inteligencia, pulse en cualquiera de los vínculos:

- ✓ [Competitividad y Estrategia](#)
- ✓ [Mercadeo Eficaz](#)
- ✓ [Valor agregado eficiencia y productividad](#)
- ✓ [Desarrollo de propuestas de valor](#)
- ✓ [Estrategia y Scorecard](#)
- ✓ [Inteligencia de Negocios](#)
- ✓ [Sistema Planner](#) - Costos, rentabilidad y gestión
- ✓ [Sistema Monitor](#) - Competitividad, estrategia y riesgo



Recomiende a un amigo: Si usted desea que alguien más reciba esta publicación, [pulse aquí](#) para entrar a la página de referidos.



Información de contacto: Para contactarse con nosotros [pulse aquí](#), escríbanos a info@planning.com.co o llámenos al teléfono (574) 4120600 en Medellín.