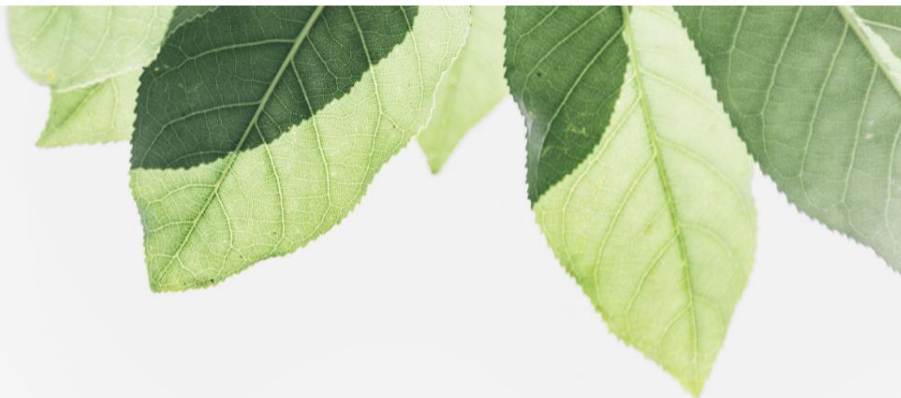


Compiladores:

Alfredo Guzmán Rincón - Camilo Mauricio Grillo Torres

*El arte de investigar:
experiencia desde los
semilleros de investigación*



Ediciones

SUMMA

**El arte de investigar: experiencia
desde los semilleros de
investigación.**

Compiladores: Camilo Mauricio Grillo Torres
y Alfredo Guzmán Rincón.

El arte de investigar: experiencia desde los semilleros de investigación.
primera Edición.

© Corporación Universitaria de Asturias.

El contenido de esta publicación se puede citar o reproducir con propósitos académicos siempre y cuando se dé la fuente o procedencia.

Las imágenes contenidas en el presente documento respetan los derechos de autor de sus creadores, las cuales fueron desarrolladas o citadas por los autores, en cada uno de los capítulos del libro.

Compiladores: Alfredo Guzmán Rincón y Camilo Mauricio Grillo Torres

Comité Editorial:

Dra. Lucia del Pilar Bohórquez Avendaño - Rectora.

Dra. Ester Martín-Caro Álamo - Vicerrectora de Investigaciones.

Dr. Juan Carlos Olarte Moyano- Vicerrector Académico.

Dr. Alfredo Guzmán Rincón - Director de Investigaciones / Coordinador Editorial.

Dra. Lira Isis Valencia Quecano – Representante de los Docentes.

Editorial: Corporación Universitaria de Asturias.

Sello Editorial: Ediciones SUMMA.

ISBN Electrónico: 978-958-53792-4-4

Bogotá D.C., agosto del 2022.

Colombia.

La publicación fue resultado de los trabajos presentados en el marco del IV Feria Empresarial y Encuentro de Semilleros desarrollada por la Corporación Universitaria de Asturias.

Esta publicación no refleja las opiniones de la Corporación Universitaria de Asturias o instituciones de la RED SUMMA o de los organizadores del coloquio.

Contenido

Contenidos en redes sociales como estrategia de posicionamiento en restaurantes turísticos de Lima moderna.....	2
Herramientas cognitivas: una guía para desarrollar habilidades investigativas en un entorno virtual.....	9
Modelo teórico de análisis para la estrategia de digitalización en las MiPymes Colombianas	15
Impacto del ecoturismo sociocultural	20
Revisión documental de la categoría “infancia” en tiempos de pandemia en contextos diversos en regiones de Colombia	25
Análisis de contenidos digitales y su contribución a la identidad a través de redes sociales de las empresas del sector lácteo del Altiplano Cundiboyacense	37
El rol de las instituciones educativas y el desarrollo de las competencias digitales docentes en la protección de los infantes frente al uso de internet	43
Impacto sociocultural, económico y medioambiental del sector turístico en San Andrés Isla en la comunidad raizal a partir de la crisis sanitaria COVID-19	48
Recursos educativos digitales abiertos en la formación para la investigación en línea	53
Análisis de las exportaciones de café de los años 2019 y 2020 en Colombia	61

Contenidos en redes sociales como estrategia de posicionamiento en restaurantes turísticos de Lima moderna

Mirella Fernanda Ramos-La Riva^{1*}, Miluska Tatiana Rodríguez-Saavedra¹, & Franklin Cordova-Buiza¹

¹ Universidad Privada del Norte, Lima

* fernanda.ramos.lariva.fr@gmail.com

Resumen

A lo largo del tiempo, las empresas alrededor del mundo han optado por posicionar su marca aplicando diversas estrategias. Sin embargo, al encontrarnos en una crisis sanitaria, las redes sociales han tomado vital importancia como estrategia de posicionamiento y conexión con su público ante la pandemia. Específicamente, los restaurantes turísticos han tenido que adaptarse a esta nueva modalidad y hacer de los contenidos en las redes sociales, como imágenes, noticias, videos, opiniones, guías y promoción en ventas, una clave fundamental de su *marketing*. El objetivo de la investigación es analizar los contenidos en las redes sociales que contribuyen al posicionamiento digital de los restaurantes turísticos de Lima moderna en el Perú. La metodología es de tipo mixta, transversal y no experimental. Se concluye que los contenidos digitales se presentan especialmente en las redes sociales Facebook e Instagram. En estas encontramos que tanto imágenes como videos son los contenidos con mayor presencia en las redes; por otro lado, se halló una escasez en las guías y promociones en ventas.

Palabras clave: redes sociales, posicionamiento, Lima.

Introducción

La presencia de los restaurantes en las redes sociales se ha convertido en todo un reto y una gran oportunidad de posicionamiento, pues los clientes comparten sus experiencias gastronómicas en las redes sociales, escriben sus opiniones, buscando la presencia de los restaurantes en las redes sociales se ha convertido en todo un reto y una gran oportunidad de posicionamiento, cada vez más los clientes comparten sus experiencias gastronómicas en las redes sociales, escriben sus opiniones, buscando donde celebrar un almuerzo o eligen dónde comer en función a valoraciones de otros clientes.

A través del de las redes sociales los restaurantes turísticos pueden dar a conocer su oferta gastronómica, los procesos de preparación de los platillos, comunicar eventos, nuevas cartas, analizar a su competencia, transmitir valores y hasta ofrecer nuevos canales de reserva. El turismo gastronómico sucede en lugares con restaurantes de calidad y festivales culinarios que buscan llamar la atención a los visitantes con su arte (Henderson, 2009).

Según Castro (2020) debido a la crisis sanitaria del Covid 19 en el Perú los actores de la industria del turismo se han visto obligados a reinventarse usando los contenidos digitales y la innovación. Es por ello que se presenta como problema de investigación ¿Qué contenidos en las redes sociales contribuyen al posicionamiento digital en los restaurantes turísticos de Lima moderna en tiempos de Covid 19?

Son muchos los teóricos que han abordado el tema de contenidos digitales en redes sociales. Redac (2018) menciona que los medios de comunicación sociales o social media (en inglés) son plataformas digitales de comunicación donde los contenidos son creados por los propios usuarios y son aprovechados por las empresas para interactuar con su público objetivo, entre las más utilizadas por los negocios en Latinoamérica son Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, LinkedIn y Tik Tok.

Como antecedente de la investigación, Grillo et al. (2019) desarrollaron un estudio analizando los contenidos digitales que contribuyen a la identidad a través del estudio de las redes sociales en restaurantes de Bogotá, el estudio concluyó que las redes sociales se han transformado en un pilar importante para el aporte de la identidad de los restaurantes de comida rápida.

Valls (2016) presenta en su libro “Redes Sociales” las 44 variables de partición en las redes sociales, de las cuales se pueden resaltar las 6 más importantes como las

imágenes, noticias, videos, opiniones, guías y promoción en ventas. Este libro resalta la importancia de gestionar adecuadamente las redes sociales para el logro de los objetivos empresariales.

Objetivo del proyecto

La presente investigación tiene como objetivo general analizar los contenidos en las redes sociales que contribuyen al posicionamiento digital en los restaurantes turísticos de Lima moderna en tiempos de Covid 19.

Metodología

La investigación es de tipo mixta ya que se obtuvo datos cuantitativos al evaluar los medios digitales de los restaurantes turísticos estudiados y datos cualitativos a través de las entrevistas a expertos, de corte transversal porque se aplicó en el año 2021, no experimental debido a que no se modificaron los datos de la variable, sino que se presentó tal como está.

La población de la investigación fueron 214 restaurantes turísticos que se encuentran en Lima moderna, representados por un directivo, de aquí se tomó como muestra de los 10 mejores restaurantes turísticos según la Guía Definitiva 2020 de Perú Hop, 2020 (Ochoa, 2020). El muestreo realizado fue de tipo no probabilístico y por conveniencia debido a que el número de encuestas fue determinado por criterios del equipo investigador. La unidad de análisis fueron los contenidos digitales en redes sociales de los restaurantes turísticos de Lima, quienes utilizaron el social media como una herramienta de posicionamiento, ya que les permite lograr una mejor conexión y cercanía con sus propios clientes, es así como se genera que la marca pueda seguir presente en la mente del consumidor.

La recolección de la información se realizó con el formato de observación que permitió evaluar cada red social de las empresas, como las páginas de Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, LinkedIn y TikTok. Se calificó con la valoración de 0 a 2, siendo 0 la inexistencia de la variable y 2 la participación más alta, ello permitió obtener un mejor conocimiento acerca del contenido del social media de las marcas. Para el análisis de datos se utilizó la herramienta Excel.

Resultados y discusión

En la presente investigación se pudo observar que los restaurantes Amoramar y Panchita tuvieron una buena presencia en redes sociales, de esa manera han podido posicionarse a lo largo del tiempo. Utilizando de manera continua las 6 variables, las cuales han permitido que su público se mantenga alerta con la marca; además de generar buen contenido para llegar a nuevos y posibles clientes. Por otra parte, Amoramar y Panchita optaron por hacer variedad de contenido haciendo mayor uso de las variables de imágenes y videos, también dieron a conocer los nuevos protocolos que el restaurante está tomando ante el COVID19. Facilitaron los procesos de compra para sus usuarios, es decir se puede realizar mediante diversos métodos como: su página web, Instagram, aplicativo Rappi o Glovo, etc.

Asimismo, el restaurante Saha presenta una mayor participación en las redes sociales de Facebook e Instagram con el promedio del 60% y también hacen uso frecuente de las variables de imágenes y promociones en ventas. Finalmente, el restaurante Rafael presenta un promedio del 20% de su participación, tomando en cuenta el uso de las 6 variables escogidas. Por su parte, 80% de los restaurantes cuentan con una media a alta participación en casi todas las redes sociales, lo cual ha ayudado en el posicionamiento de su marca y ser más conocidos poco a poco por su público objetivo. Además, con el frecuente uso de estas, ha permitido que los restaurantes sigan en pie durante la cuarentena establecida por el gobierno en tiempos de COVID 19.

En cuanto a redes sociales, las aplicaciones más utilizadas por los restaurantes fueron Facebook e Instagram, lo cual coincide con los resultados de Gutiérrez, Sánchez y Galiano (2018) ya que mencionan el hecho de que Facebook se destaca como la principal red social para la promoción, con un mayor número de seguidores en Instagram es la aplicación principal para generar una buena interacción con los usuarios/consumidores.

Así mismo, LinkedIn fue la red social con menos actividad ya que solo fue utilizada para poder contactar con otros chefs, colaboradores que deseen unirse al equipo de cada restaurante, esto coincide con las investigaciones de Hütt, H. (2012) y Saavedra (2013) quienes mencionan que LinkedIn es una herramienta esencial como método de reclutamiento, dedicada a los negocios y a la posibilidad de llegar a los profesionales directamente sin intermediarios.

Por otra parte, las variables que más se utilizaron fueron imágenes y videos, debido a que se percataron que lo visual les resulta más atractivo para sus consumidores. Sin

embargo, la mayoría de los expertos coinciden en que la variable promoción de ventas también es un factor que no se debe dejar de lado, ya que con algunas ofertas o descuentos pueden atraer más público, esto concuerda con lo dicho por González et al. (2015) quienes manifiestan que los clientes no solo compran productos en promoción por los beneficios adquiridos, sino también por las características personales de estos, sus beneficios, etc. Es por ello, que los consumidores se sienten atraídos hacia las promociones y, por tanto, a la marca. Por otro lado, Gutiérrez et al. (2018) mencionan que las promociones de ventas son un atractivo de escasez los cuales generan una conducta agresiva a la hora de hacer compras debido a una mayor competencia para obtener los bienes presuntamente escasos.

También los resultados coinciden con lo mencionado por González et al. (2015), dando mención a que las redes sociales están siendo utilizadas por gran parte de emprendimientos y empresas grandes, nacionales e internacionales, para poder posicionar la marca, expandir el mercado y crear conexión con el cliente por un medio que se le haga más fácil e interactivo. Es aquí donde hoy en día se puede decir que las redes sociales dejaron de utilizarse solo como un medio de entretenimiento y distracción, sino también como una herramienta de mercadotecnia. Finalmente, con relación al uso del Twitter, la investigación se diferencia con lo mencionado por Amezcua (2012), Germán et al. (2014), Chaffey y Patron (2012), quienes opinan que Twitter es uno de los medios más utilizados como medio de comunicación entre empresas y cliente.

Conclusiones

Se concluye que los contenidos digitales los cuales son: imágenes, noticias, vídeos, opiniones, guías y promoción en ventas se presentan especialmente en las redes sociales de Facebook e Instagram, en ellas se encuentra que tanto imágenes como videos son los contenidos que tienen mayor presencia en las redes; por otro lado, se halló escasez en los contenidos de guías y promociones en ventas.

Es fundamental la calidad de contenido que ofrecen los restaurantes, por ejemplo, tener buenas imágenes de la comida que se ofrece, para que así el público se sienta atraído, videos informativos, tips y recomendaciones para generar una mayor interacción. También se debe tomar en cuenta la elección de un buen community manager para gestionar la comunidad, atender preguntas, quejas y asimismo este al tanto de la imagen del restaurante en las redes.

Referencias

- Amezcu, M. (2012). Redes sociales, mecanismos generadores de reputación organizacional para las pymes. *Universidad & Empresa*, 14(22), 131-149.
- Castro, J. (2020). Cifras del INEI confirman que turismo es el sector más golpeado por la pandemia en Perú. *Turiweb: Noticias de turismo y viajes*. Perú. <https://www.turiweb.pe/cifras-del-inei-confirman-que-turismo-es-el-sector-mas-golpeado-por-la-pandemia-en-peru/>
- Chaffey, D., & Patron, M. (2012). From web analytics to digital marketing optimization: Increasing the commercial value of digital analytics. *Journal Direct, Data and Digit Mark Practice*, 14, 30–45. <https://doi.org/10.1057/ddmp.2012.20>
- Cordova-Buiza, F., Gabriel-Campos, E., Castaño-Prieto, L., & García-García, L. (2021). The gastronomic experience: Motivation and satisfaction of the gastronomic tourist-the case of Puno city (Peru). *Sustainability*, 13(16). <https://doi.org/doi:10.3390/su13169170>
- Cordova-Buiza, F., Urteaga-Arias, P. E., & Coral-Morante, J. A. (2022). Relationship between social networks and customer acquisition in the field of IT solutions. *IBIMA Business Review*, 2022. <https://doi.org/10.5171/2022.631332>
- González, M. G., Quintero, J. M. M., & Limón, M. L. S. (2015). Las redes sociales: herramienta de mercadotecnia para el sector restaurantero. *Poliantea*, 11(20), 13-36. <https://doi.org/10.15765/plnt.v11i20.650>
- Grillo, C., Rojas, L., Ramírez D., Segovia, N., & Carrillo, R. (2019). Análisis de contenidos digitales y su contribución a la identidad a través de redes sociales de los restaurantes de comida rápidas en la ciudad de Bogotá. *Los paradigmas actuales-educación, empresa y sociedad*, 7, 102 – 125. <https://doi.org/10.34893/na8w-qb04>
- Gutiérrez, G., Sánchez, M., & Galiano, A. (2018). Redes sociales como medio de promoción turística en los países iberoamericanos. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 15(8), 135-150. <https://doi.org/10.17163/ret.n15.2018.09>
- Hütt, H. (2012). Las redes sociales: Una nueva herramienta de difusión. *Revista Reflexiones*, 91(2), 121-128.



- iales digitales como herramienta de marketing en el desempeño empresarial. *Cuadernos de administración*, 26(47), 205-232.
- Narváez, G. A. & Edgar, M. (2014). Best practice in the use of social networks marketing strategy as in SMEs. *International Journal of Research in Marketing*, 148, 533-542. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.076>
- Ochoa, D. (2020). Mejores restaurantes en Lima: Guía definitiva 2020. *Peru Hop*. <https://www.peruhop.com/es/mejores-restaurantes-en-lima/>
- Ochoa, D. (2020). Mejores restaurantes en Lima: Guía definitiva 2020. *Peru Hop*. Perú. <https://www.peruhop.com/es/mejores-restaurantes-en-lima/>
- Uribe Saavedra, F., Rialp Criado, J., & Llonch Andreu, J. (2013). El uso de las redes sociales digitales como herramienta de marketing en el desempeño empresarial. *Cuadernos de administración*, 26(47), 205-231.
- Valls, M. (2016). *Las redes sociales, herramienta de gestión empresarial*. Ugenman Editor.
- Valls, M. (2016). *Las redes sociales, herramienta de gestión empresarial*. Buenos Aires: Ugenman Editor.

Herramientas cognitivas: una guía para desarrollar habilidades investigativas en un entorno virtual

Bogoya Ardila Paula Andrea¹, Martínez-Daza Magda Alejandra² *

¹ Fundación Universitaria del Área Andina, Bogotá.

² Fundación Universitaria del Área Andina, Bogotá.

* mmartinez103@areandina.edu.co.

Resumen

El presente documento constituye un análisis de contenido para identificar cuáles son las herramientas cognitivas presentes en las prácticas investigativas de los estudiantes de educación superior que integran el proyecto pedagógico de aula (PPA) a través del semillero de investigación en el entorno virtual Moodle. Esta investigación, inserta en el PPA, se concibe como una estrategia aplicada a los procesos de enseñanza-aprendizaje de la investigación en el semillero de administración de empresas virtual (SAEV). Su objetivo es promover el desarrollo de la capacidad investigativa de los estudiantes mediante el uso de las TIC. La metodología consistió en recuperar la información de documentos con carácter científico, contenidos en bases de datos institucionales y externas. Los resultados señalan que incluir herramientas cognitivas permite a los estudiantes el desarrollo de su propio conocimiento a través de la reflexión y la construcción de representaciones mentales utilizando las TIC. En este sentido, contar con estas herramientas fortalece el propósito del PPA en el SAEV, orientado a la formación científica a través de un entorno virtual. Por consiguiente, constituye una guía replicable en los semilleros de investigación de programas bajo la metodología virtual en instituciones o universidades de educación superior.

Palabras clave: herramientas cognitivas, competencias digitales, proyecto pedagógico, entorno virtual, desarrollo de habilidades.

Introducción

La implementación de la investigación formativa en programas de educación superior metodología virtual a través de semilleros de investigación sugiere la necesidad de conocer y fortalecer las habilidades en investigación y digitales de los estudiantes (Martínez *et al.*, 2021). En este sentido, establecer las herramientas cognitivas para desarrollar prácticas investigativas en los estudiantes de educación superior a través del entorno virtual Moodle ayuda a consolidar la propuesta pedagógica de formación para la investigación en línea. Estudios previos señalan que las “herramientas cognitivas se refieren a aprender con la tecnología” (Aparicio Gómez, 2018; Jonassen, 2000, p. 68). En particular, el conocimiento y uso del conjunto de herramientas cognitivas en los entornos de aprendizaje permiten a los estudiantes desarrollar actitudes de responsabilidad para gestionar su propio conocimiento (Almeida *et al.*, 2016); a partir de tareas reales, estos pueden regular su proceso de aprendizaje en cualquier disciplina (Valdivia, 2008, p. 252). En el caso del semillero virtual SAEV, los estudiantes regulan el aprendizaje de la investigación, para lo cual el profesor-tutor diseña estrategias de enseñanza-aprendizaje centradas en el estudiante, quien se convierte en un agente para crear, diseñar, planificar y construir su propio conocimiento a partir de actividades autónomas y colaborativas. Por ejemplo, los estudiantes usan tareas y talleres, que potencializan el pensamiento crítico para solucionar problemas. Además, “[estos] motiva la innovación y estimula la carga cognitiva escolar, procesa, clasifica y reinterpreta la información recolectada para darle un nuevo significado a los datos en las prácticas investigativas desde la generación de hipótesis” (Ferreira, 2014, p. 2) en el escenario virtual en educación superior.

Objetivo del proyecto

Determinar las herramientas cognitivas presentes en las prácticas investigativas de los estudiantes que integran el PPA del SAEV, educación superior a través del entorno virtual Moodle

Metodología

El presente estudio ejecuta un análisis de contenido para recuperar información acerca de las herramientas cognitivas que favorecen las prácticas de aprendizaje del módulo de formación en investigación SAEV. De este modo, se llevaron a cabo tres pasos: 1.

definición de las tipologías de herramientas cognitivas, de acuerdo con el estudio de Aparicio Gómez (2018), citando a Fuertes (2011, pp. 38-39), características de las herramientas cognitivas, citando a Jonassen (2000) y Jonassen *et al.* (1998); 2. definición de las competencias digitales, que sugieren Rubio *et al.* (2018); 3. elaboración de una matriz de análisis comparativo para establecer los resultados respecto a la relación entre las herramientas cognitivas y las competencias digitales, que, aplicadas al PPA del SAEV, permiten encontrar la relación con los procesos analizados (tabla 1).

Resultados

El PPA del SAEV depende de cuatro etapas: 1. vinculación; 2. planeación; 3. ejecución, y 4. seguimiento en la formación en investigación. Por lo tanto, usa herramientas cognitivas que comparten características comunes con las competencias digitales en el entorno virtual creado en Moodle, de acuerdo con Aparicio Gómez y Ostos Ortiz (2018).

Herramientas cognitivas (Aparicio Gómez, 2018)	Competencias digitales (Rubio <i>et al.</i> , 2018)	PPA SAEV Herramientas cognitivas para la investigación
Herramientas de interpretación de la información.	Área de información.	Entorno personal de aprendizaje (PLE) y Symbaloo (Adell & Castañeda, 2012)
Herramientas de modelado dinámico.	Área de comunicación.	Hojas de cálculo, documentos y presentaciones en programas de escritorio o web; <i>sites</i> de Google; PresentationGo.
Herramientas de construcción de conocimiento y medios electrónicos de texto sonido e imágenes.	Área de <i>creaking</i> de contenidos.	Documentos PDF, convertidos en recursos con aspecto de revista o libro digital (Flipsnack); video (YouTube); representar ideas propias (infografías); investigar (reportes de video, matrices de relación, plantillas para el análisis de contenido, ensayos, plantillas para la escritura de documentos científicos, conectores gramaticales y normas para la construcción de documentos); reflexionar sobre el trabajo realizado (técnicas de coevaluación y autoevaluación).

Herramientas de comunicación, colaboración, programas y aplicaciones específicas.	Área de seguridad	Ambientes sincrónicos (videoconferencia de Google Meet, chat y mentimeter); ambientes asincrónicos (correo electrónico y foros); formularios de Google. Administración de la identidad digital y medidas de seguridad del medio de trabajo. Aplicaciones específicas: Moodle y CvLAC.
Herramientas de organización semántica	Área de resolución de problemas	Buscador Google, Google Drive, Google Académico, bases de datos institucionales o web; tablas, mapas conceptuales, mentales (organizadores gráficos): Bubbl.us, CMapTools, Gocongr, Mindmeister,

Tabla 1. Matriz comparativa: herramientas cognitivas, competencias digitales y herramientas aplicadas en actividades de investigación PPA-SAEV.

Conclusiones

En vista de que el PPA del SAEV depende de cuatro etapas, es necesario considerar en la planeación desde el papel del docente-tutor la aplicación de criterios pedagógicos para fijar los objetivos del uso de las TIC en los procesos de aprendizaje. Así mismo, se deben diseñar estrategias pedagógicas enfocadas a promover el uso de:

1. Herramientas de interpretación de información, por ejemplo: laboratorios virtuales y simuladores.
2. Herramientas de modelado dinámico, como simuladores de resolución de problemas.
3. Herramientas de construcción de conocimiento que integran la edición de imagen y sonido.
4. Herramientas de comunicación y colaboración desde la integración de redes sociales que visibilicen a los estudiantes investigadores.

Finalmente, se busca fortalecer la competencia digital en el área de seguridad. Lo anterior, está alineado con las aplicaciones que integran la plataforma Moodle.

Por otro lado, involucrar a los estudiantes en la construcción del conocimiento científico desde el uso de la tecnología a través de tareas reales en investigación, genera una actitud positiva y alto grado de motivación, que les permite ser conscientes de su desempeño en los momentos de aprendizaje autónomo o colaborativo en la

apropiación del método científico que puede ser replicado en el ámbito laboral de los estudiantes vinculados al semillero. Así, queda demostrado que es posible aprender a investigar con la tecnología en una educación virtual e inclusiva.

Referencias

- Adell, J., & Castañeda, L. (2012). Tecnologías emergentes, ¿pedagogías emergentes en educación con TIC? En J. Hernández, M. Pennesi, Sobrino & Vázquez, Tendencias emergentes con educación en TIC (págs. 13-32). Barcelona: Asociación Espiral, Educación y Tecnología.
- Aparicio Gómez, O. Y., & Ostos Ortiz, O. L. (2018). Las TIC como herramientas cognitivas para la investigación. *Revista Interamericana de Investigación, Educación y Pedagogía*, 11(1), 81-86. <https://doi.org/10.15332/s1657-107X.2018.0001.08>
- Almeida, R. R., Santos, M. F., & Porto, J. C. (2016). Lectura de textos ficcionales y el enfoque escolar de literatura: contribuciones para una pedagogía de la elección. *Revista Interamericana de Educación, Pedagogía y Estudios Culturales*, 9(1), 35-51. <https://doi.org/10.22490/25391887.1925>
- Ferreira, H. A. (2014). Mesas socioeducativas para la inclusión y la igualdad. Un programa “De todos con todos”. Una experiencia en construcción. *Revista Interamericana de Investigación, Educación y Pedagogía, RIIEP*, 7(2). <https://doi.org/10.15332/s1657-107X.2014.0002.01>
- Fuertes, M. (2011). El disseny i la creació de llibres electrònics educatius: usos de Lector com una eina cognitiva. (Tesis doctoral no publicada). Barcelona: Universitat de Barcelona. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=133851>
- Jonassen, D. H. (2000). *Computers as Mindtools for Schools: Engaging Critical Thinking*. Prentice - Hall.
- Jonassen, D., Carr, C. & Yueh, H. (1998). Computers as Mindtools for engaging learners in Critical Thinking. *TechTrends*, 43(2), 24-32.
- Martínez, A., Moreno, E., Cifuentes, M., & Martínez, M. (2021). La tutoría: estrategia



Ediciones

SUMMA

pedagógica del aprendizaje en investigación y trabajo colaborativo virtual. " Re-educando: miradas y saberes en contextos educativos. En: Colombia ISBN: 978-958-53017-9-5 ed: Corporación Universitaria de Asturias, v., p.91 - 124 . <http://uniasturias.edu.co/SUMMA/pdf/reeducando.pdf>

Valdivia, I. Á. (2008). Evaluación del aprendizaje en la universidad: Una mirada retrospectiva y prospectiva desde la divulgación científica. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, 6(14), 235–272.

Modelo teórico de análisis para la estrategia de digitalización en las MiPymes Colombianas

Laura Ximena Bonilla Jiménez^{1*}, Angie Valeria León Antolinez² y Helga Ofelia Dworaczek³.

¹ Universidad Santo Tomás, Bogotá.

² Universidad Santo Tomás, Bogotá.

² Universidad Santo Tomás, Bogotá.

* laura.bonilla@usantotomas.edu.co

Resumen

El presente artículo busca identificar las categorías representativas para implementar la política de digitalización empresarial en Colombia; se desarrolla con un diagnóstico de las mipymes y un análisis teórico desde los aportes de Porter a la planeación estratégica, la CEPAL y su concepto de *competitividad*, y Senge con la teoría de las organizaciones inteligentes. La metodología es cualitativa, del tipo revisión bibliográfica y análisis documental. Finalmente, el análisis documental permite identificar como principales categorías la conectividad, la adopción de tecnologías digitales, el desarrollo de competencias y el mercado laboral en una economía digital, las políticas de digitalización y el enfoque gubernamental integral.

Palabras clave: transformación digital, industria 4.0, organizaciones inteligentes, mipymes en Colombia.

Introducción

Uno de los acontecimientos más relevantes en la historia de las organizaciones y de los mercados es sin duda la Revolución Industrial; la primera fase de la revolución industrial se desarrolla durante 1750 hasta 1820, es importante destacar el crecimiento acelerado de la población, con aumento significativo de la demanda de productos, requerimiento de mayor mano de obra en el sector industrial y la adopción de nuevos avances tecnológicos para la industria y el sector de transporte liderado por el ferrocarril.

La Segunda Revolución industrial, desde 1875 se presentan cambios significativos en el desarrollo del proceso productivo en las empresas del sector de manufacturer, surgen buenas prácticas como la organización del trabajo, producción en masa y máxima especialización en procesos productivos.

A mediados del siglo XX se origina la Tercer Revolución Industrial resultado del proceso liderado por parte de países como Estados Unidos, Japón y la Unión Europea esta fase de la revolución industrial se connota como la “Sociedad de la información”, ya que los principales avances se relacionan a la automatización de los procesos en las organizaciones y las tecnologías de la información y la comunicación.

A partir del año 2011, se empieza a hablar de la Cuarta Revolución Industrial, relacionada con el término “Digitalización” que se enfoca en una adaptabilidad a las necesidades de producción y eficiencia en los recursos, algunos de los avances tecnológicos que surgen en esta etapa de la revolución industrial son; sistemas ciber físicos y robótica, internet de las cosas, la nube (dispositivos conectados).

Cabe destacar que en el escenario de globalización el término de planeación estratégica ha estado presente en las organizaciones desde el siglo XX, convirtiéndose en una herramienta primordial para su gestión, según Porter existe una estrecha relación entre la productividad, la competitividad y la población, por esto las organizaciones no deben limitarse a analizar su entorno interno, sino que deben incluir factores externos como la infraestructura, los consumidores, y el mercado los cuales les permite determinar la capacidad competitiva que tienen como empresa.

Es importante resaltar el planteamiento de la Comisión económica para América Latina y el Caribe - CEPAL, (citado por Suñol, 2006) quien define la competitividad como:



...alcanzar los patrones de eficiencia vigentes internacionalmente en cuanto a utilización de recursos y calidad del producto o servicio ofrecido. Esto a su vez supone la identificación, imitación y adaptación de nuevas funciones de producción por parte de las empresas (p.183).

De acuerdo a lo mencionado, es fundamental para las organizaciones establecer estrategias que le permitan asumir los desafíos presentes y futuros de su entorno, por lo tanto, se retoma la perspectiva de Porter (2008) donde define la estrategia como “...la creación de una posición única y valiosa que involucra un conjunto diferente de actividades”.

Objetivo del proyecto

1. Analizar la evolución de la revolución industrial en un contexto nacional e internacional
2. Describir la situación actual de la MiPymes en Colombia respecto a la reactivación económica post Covid-19
3. Realizar una revisión normativa de la implementación de la digitalización en Colombia

Metodología

Este proyecto de investigación es de tipo cualitativo, el alcance del proyecto de investigación es exploratorio y documental, teniendo en cuenta la definición realizada por el autor Hernández “Estudios exploratorios Se emplean cuando el objetivo consiste en examinar un tema poco estudiado o novedoso.” (Hernández, 2014, p.91) y documental definido por Casares, et al., citado por Bernal (2010).

A partir del enfoque y alcance de la presente investigación se llevará a cabo revisión documental a través de diferentes bases de datos, seguido de esto se clasifica según los temas abordados en el contenido para finalmente realizar un análisis de este.

Resultados

Después de la revisión y análisis de libros, revistas, tesis de maestrías publicados en los últimos tres (3) años principalmente en las ciudades de Colombia.

La información de los documentos consultados tiene un diseño cualitativo e interpretativo con unas características comunes de estudio enfocados a aspectos

sociales, culturales y políticos. Los análisis cuantitativos que se hallaron son pocos significativos y no proporcionan información relevante para ser utilizada como punto de partida en la investigación.

Se desarrolla su proceso investigativo en dos fases: la primera, consultar documentos en Google Scholar; clasificar los documentos según las dimensiones definidas, Fase 2 Diseñar el marco teórico aplicado al objeto y sujeto de la investigación. Realizar análisis comparativo entre la realidad de las MiPymes en Colombia y la normatividad de la digitalización a la luz del modelo creado.

Conclusiones

De acuerdo con la revisión documental realizada en el desarrollo de este documento de investigación, se evidencia que las mipymes en Colombia tienen un 80% de participación del Producto Interno Bruto, por lo que se requiere la implementación de tecnologías de la información y comunicación, fortaleciendo las competencias digitales organizacionales, incrementando su competitividad frente a otras empresas del mismo sector económico o de otros países.

De acuerdo a las recomendaciones realizadas por parte de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico-OCDE en el informe “Going Digital en Colombia” 2019, se indican las categorías en las que Colombia debe enfocarse como país para la mejora de las políticas relacionadas con la Transformación digital, es necesario enfocar las estrategias principalmente en la mejora de la conectividad, mayor adopción y uso de las tecnologías digitales, promoción de la innovación digital, desarrollo de las competencias y del mercado laboral para adaptarlos a la economía digital, y aprovechamiento de nuevas oportunidades de crecimiento generadas por la transformación digital.

Referencias

- Bernal, C. (2010). Metodología de la Investigación. Tercera edición. Pearson.[https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%
c3%b3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf](https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%c3%b3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf)
- Economipedia. (09 de Agosto de 2021), Tercera revolución Industrial. <https://economipedia.com/definiciones/tercera-revolucion-industrial.html>

- Galbiatti, M., & Rural, E. M. (2013). *Revolución Industrial*. Ed. Santillana, 10(8), 1–18. <https://www.aiu.edu/resources/Proceso%20Administrativo/6.pdf>
- Paul, S. J. (1993). *Gerencia y planeación estratégica*
- Porter, M. (1991). *Ventaja competitiva. Creación y sostenimiento de un desempeño superior*. Cesa., 28–33.
- Porter, M. (2008). *Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia*. *Harvard Business Review*, 86(1), 58–77
- Porter, M. (2011). *¿Qué es la estrategia?* *Harvard Business Review*, 89(11), 100–117.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación. Sexta Edición*. México D.F.: McGraw-Hill. <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Suñol, S. (2006). *Aspectos teóricos de la competitividad*. *Ciencia y Sociedad*, 31(2), 178–198.
- Salazar, A., & Salazar, L. (2005). *La planeación estratégica en la pequeña y mediana empresa: una revisión bibliográfica*. *EconoQuantum*, 1995, 141–164. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=125015749006>

Impacto del ecoturismo sociocultural

Liliana Bernal Medina¹, Johanna Suescun Hernández² Erika Soriano³ y William E. Mosquera^{4*}.

¹ Universidad Cooperativa de Colombia, Bogotá.

² Universidad Cooperativa de Colombia, Bogotá.

³ Universidad Cooperativa de Colombia, Bogotá.

⁴ Universidad Cooperativa de Colombia, Bogotá.

* william.e.mosquera@campusucc.edu.co

Resumen

El presente proyecto busca determinar las variables socio-ambientales que incentiven el cuidado y la conciencia de los ecoturistas hacia el entorno, específicamente en los municipios de Cáqueza, Ubaque y Choachí; La razón de esta investigación radica en la crisis ambiental de Colombia, como lo indican estudios previos, Por esta razón, se analizan las principales problemáticas del ecoturismo en estos lugares, tales como la falta de concientización, la regulación, el control por parte del Gobierno, la participación de la comunidad y el impacto ambiental. A partir de estas variables, se identificaron las condiciones necesarias para presentar unas propuestas que favorezcan la sostenibilidad y mostrar la estructura para un producto ecoturístico a partir de planes que involucren más a la comunidad y el estado. Teniendo en cuenta la crisis que genera la emergencia sanitaria por la COVID-19, se requiere impulsar nuevas oportunidades para promover una cultura y economía más sostenible para el planeta. De esta manera, se puede impulsar más el ecoturismo, lo que genera impactos económicos, sociales y ambientales para la conservación de la diversidad presentada en el país en sus diferentes regiones y varios municipios con el fin de potencializar la cultura y conciencia ambiental.

Palabras clave: Aforo, desechos, Ecoturismo, Impacto, COVID-19.

Introducción

El proyecto tiene el propósito de establecer las problemáticas fundamentales del ecoturismo en los municipios de Cáqueza, Choachí y Ubaque. En los últimos años en ecoturismo en los municipios de Cáqueza, Choachí y Ubaque. En los últimos años en Colombia, el turismo ha presentado un aumento significativo. Según datos del DANE, los hoteles y restaurantes han tenido un crecimiento de 24 % en los últimos seis años, 6,9 % por encima del promedio nacional (antes de pandemia) (Cámara, 2018); En el caso particular, el ecoturismo colombiano no ha sido la excepción: no solo ha crecido de forma importante, sino que se ha convertido en el principal atractivo turístico para nacionales y extranjeros. Esta rama de la economía ha traído innumerables beneficios como fuente de desarrollo económico y generador de empleo, también es un catalizador para la atracción de inversión extranjera, la diversificación de la economía y la redistribución de la riqueza (Rincón, 2019).

Por otro lado, el flujo de turistas también representa impactos negativos, tales como las económicas, ya que pueden incrementar los precios de los productos básicos y de los servicios públicos, el coste de vida, los precios de la propiedad, la mano de obra y puede ser nocivo para el mercado laboral, pues el empleo turístico no siempre es de calidad o estable (Hobson, 2020). A su vez, el turismo masivo puede tener un gran impacto en el medio ambiente. La afluencia de público puede generar una degradación de los recursos naturales, lo que provoca que zonas protegidas o de gran valor ecológicos queden vulneradas y desprotegidas.

Este fenómeno muestra la gran importancia de la intervención del Gobierno en la regulación y el control. Por consiguiente, constituye un desafío en los municipios que desarrollan estas actividades y el ecoturismo exige buenos hábitos y una mayor concientización ante la situación ambiental actual, de manera que se consolide como un crecimiento sostenible en la región y se reduzca el impacto negativo. Por último, es de suma importancia destacar las consecuencias derivadas de la pandemia por la COVID-19. Esta actuó en detrimento del desarrollo normal del ecoturismo y se constituye como parte de las problemáticas. Es una realidad que afrontan estas poblaciones en la actualidad y que buscan una pronta recuperación económica.

Objetivo del proyecto

Identificar las formas en la que la comunidad participa en la conservación y la sostenibilidad del medio ambiente. Además, analizar la interacción que tienen el

turismo y el ecoturismo en el sector de Cáqueza, Ubaque y Choachí. Lograr que el ecoturismo tenga un impacto positivo tanto de infraestructura y tecnología.

Metodología

La metodología empleada está basada en documentos obtenidos de fuentes secundarias de Google Académico. Se hace una revisión aleatoria de las características del ecoturismo en los sectores de Cáqueza, Ubaque y Choachí. Además, se analiza la sostenibilidad del medio ambiente. Además, analizar la interacción que tienen el turismo y el ecoturismo en el sector de Cáqueza, Ubaque y Choachí y lograr que el ecoturismo tenga un impacto positivo tanto de infraestructura y tecnología.

Resultados

Estos lugares son atractivos turísticos en Colombia, debido a las ventajas competitivas de la biodiversidad, la variedad de climas y la posibilidad de acceder al ecoturismo. Además, son cercanos a la capital del país, Bogotá, lo que permite una mayor afluencia de turistas a los principales municipios del departamento, teniendo en cuenta la oferta y demanda (Rodríguez, 2020). Ubaté se destaca por que los visitantes corresponden a los estratos bajo y medio, y los turistas también pertenecen a estos, seguido por los excursionistas donde predominan las personas de la categoría de estrato bajo. La mayoría procede del departamento de Cundinamarca. No obstante, cabe decir que estos lugares tienen falencias en el fortalecimiento de su infraestructura (Valencia, 2020).

La administración pública y la empresa privada, junto con la comunidad, deben trabajar conjuntamente, creando estrategias para fortalecer las políticas sostenibles y éticas. Esto con el fin de atraer más beneficios en los municipios y convertirse en un destino atractivo para los viajeros del mundo, con estándares medio ambientales altos y sofisticados (Bermúdez, 2017).

Conclusiones

Se evidencia que existen diferentes proyectos de educación ambiental, ecoturismo y negocios verdes, cuyo objetivo es el desarrollo sostenible y ambiental de la comunidad. No obstante, la comunidad no participa de forma directa con algunos proyectos, por lo que es necesaria una reestructuración para que realmente haya crecimiento económico en los municipios. Se tendrá como alternativa la promoción

de la agricultura familiar sostenible, creando estrategias y capacitaciones para la adaptación al cambio climático. Estas permiten optimizar los espacios al producir y conservar las culturas ancestrales que aportan al reciclaje de nutrientes y el consumo masivo. Además, las zonas urbanas tienen un compromiso con el cambio climático para aumentar la eficiencia y mejorar la salud y calidad de vida de los habitantes. Como futuras administradoras de empresas debemos dar fe de que este proyecto conllevó su debido procedimiento y con este se demostró la responsabilidad de conservar las áreas naturales de la región.

Referencias

- Bermúdez, M. (2017). Pensando el turismo desde los estudios ambientales y rurales: asumiendo los viajes como conversaciones responsables. *Revista Javeriana*, (20)2, 14-20.
- Cámara de Comercio de Bogotá. (02 de noviembre de 2021). En seis años el PIB del turismo creció 24%. Obtenido de: <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Turismo-deNegocios-y-Eventos/Noticias/2018/Marzo-2018/En-seis-anos-el-PIB-del-turismo-crecio24>.
- Hobson, K. (2020). The limits of the loops: critical environmental politics and the Circular Economy. *Journal Environmental Politics*, 25(4), 421-437. <https://doi.org/10.1080/13527266.2017.1303623>
- Orellana, D., Segovia, N., & Rodríguez, B. (2020). El abandono estudiantil en programas de educación superior virtual: revisión de literatura. *Revista de la Educación Superior*, 49, 45-62. <https://resu.anuies.mx/ojs/index.php/resu/article/view/1124>
- Rincón, W. U., Arias, N., Becerra, G. E., & Becerra, E. (2019). *Inteligencia de datos en la formación en administración y negocios en Colombia*. Politécnicó Gran Colombiano. <http://alejandria.poligran.edu.co/handle/10823/1315>
- Rodríguez-Canovas, B., Guzmán, A., Valencia, L. I., & Grillo, C. M. (2020). Comunicación de los museos de México en las redes sociales: un análisis



Ediciones

SUMMA

exploratorio. En S. Liberal., y L. Mañas (Coord.). *Las redes sociales como herramienta de comunicación persuasiva* (pp. 605-620). McGraw Hill.

Valencia, L. I., Montilla, H. Y., & Guzmán, A. (2020). Gamificación como estrategia didáctica para la enseñanza de las ciencias económicas y administrativas: revisión de literatura. *Revista Argentina de Investigación y Negocios*, 6(1), 127-140.

Revisión documental de la categoría “infancia” en tiempos de pandemia en contextos diversos en regiones de Colombia

Nubia Brand¹, Kharol Reyes² y Romelia Negrete³*

¹ Fundación Universitaria del Área Andina, Bogotá.

² Fundación Universitaria del Área Andina, Bogotá.

³ fundación Universitaria del Área Andina, Bogotá.

* rnegrete@areandina.edu.co

Resumen

El texto presenta un estado del arte sobre cómo aproximarse a la comprensión de sentido y subjetividades de infancia en contextos socioculturales diversos en Bogotá, en tiempo de la pandemia. Se llevó a cabo una revisión de algunos documentos en libros, revistas y publicaciones del ámbito nacional e internacional. Estos muestran algunas cercanías a la categoría infancia en el orden de comprensión de sentido y significado de la misma. Esto se da como un producto resultado de proyecto de investigación que en el proceso tuvo como objetivo caracterizar la población y el territorio al que pertenecen las infancias participantes en este estudio de Bogotá, Antioquía, Córdoba, fase II. El contenido e información de los documentos revisados presenta un enfoque cualitativo e interpretativo con unas características comunes de estudio enfocados a aspectos sociales, culturales, socioemocionales y educativos. El proceso de investigación buscó reconocer las impresiones y vivencias de los participantes estudiantes de colegio oficial de Bogotá en edad de 10 a 12 años, de grado sexto, y sus impactos en la relación familia-escuela. De igual forma, se trató de identificar algunas afectaciones socioemocionales y de derechos de los niños y niñas, quienes han sido vulnerados en las dinámicas de los contextos en el tiempo de la COVID-19. Estos, de alguna manera, hacen parte de sus vivencias cotidianas en su relación con los otros. Lo anterior en su conjunto hace parte del trabajo y del ejercicio de investigación y sistematización de la revisión documentada.

Palabras clave: escuela y educación en tiempos de COVID-19, afectación socioemocional, subjetividades.

Introducción

En el marco de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS), se formula el ODS 4: “De aquí a 2030, asegurar que todas las infancias sean reconocidas desde las miradas de investigadores que se preocupan por el sentido y subjetividad que giran alrededor de ellos”. Estas apuestas permiten alcanzar conocimientos teóricos y prácticos necesarios para promover una educación de calidad y pensar el desarrollo y los estilos de vida sostenibles, los derechos humanos, la igualdad de género, la promoción de una cultura de paz y no violencia, la ciudadanía mundial y la valoración de la diversidad cultural y la contribución de la cultura más humana y equitativa. Teniendo en cuenta esta meta, los participantes se ubican en Bogotá, Colombia. Son estudiantes de una institución oficial del distrito pertenecientes a los estratos socioeconómicos 2 y 3 de la ciudad. Estos fueron uno de los más afectados durante la pandemia al no recibir subsidios de solidaridad, ya que una vez se declaró la pandemia el 20 de marzo del 2020 se suspendieron las clases en colegios y universidades para controlar el contagio. Sin embargo, la política pública del Ministerio de Educación y secretarías de educación regionales fue insuficiente para suministrar el bono alimentario que llegaba antes de la emergencia sanitaria a los estudiantes por tratarse de población vulnerable la que asiste a la educación a cargo del Estado. Se suma a lo anterior las condiciones técnicas inadecuadas de los colegios. Esta, junto con la falta de recursos tecnológicos, puso de manifiesto que la educación pública sigue sin ser una inversión adecuada por parte del Estado, lo que agravó aún más la situación. La razón es que muchos estudiantes carecían de herramientas tecnológicas y acceso a Internet; esto obligó a repensar el significado de la educación en tiempo de crisis.

Sin embargo, hubo necesidad de acoger los lineamientos de Ministerio y la Sed del programa “Aprender en casa” como una estrategia que garantizará el derecho a la educación de la población escolar, tema que no será abordado en este momento por hacer parte de otra investigación.

Con todas estas observaciones ha transcurrido el quehacer de enseñar y aprender por más de un año, y los estudiantes de una día para otro junto con sus maestros pasaron a recibir una educación mediada por plataformas digitales sin estar listos ni tener los recursos completos, lo que trae como consecuencia una serie de vacíos de orden cognitivo, socioemocional y cultural que impacta a la población de estudio, lo cual no es ajeno ni diferente en otros lugares que padecen las mismas dificultades.

Es por todos conocida la función social de la educación en la cual está llamada a preparar a los sujetos para la vida en sociedad de modo que al potenciar las capacidades intelectuales, sociales, morales y culturales les permita hacer frente a las vicisitudes y cambios que la sociedad misma trae. Ahora bien, en pleno siglo XXI la OMS declaró al COVID-19 como una pandemia, generando cambios en la educación presencial, al pasar a una virtual con el objetivo de proteger la vida de la población. En este sentido, “los recursos tecnológicos no reemplazarán la labor educativa, pero sí se pueden convertir en una herramienta fundamental para generar un significativo proceso de enseñanza-aprendizaje” (Hurtado, 2020, p. 2) sin embargo, los recursos mencionados serán herramientas que faciliten un escenario importante entre docente y estudiante, no para el caso de estudiantes vulnerable que carecen de acceso y conexión a la red y mucho menos a herramientas tecnológicas. La brecha existente se hace latente entre estudiantes de la ciudad con déficit en el acceso a los recursos y otros que sí lo poseen, demostrando no solo la brecha, sino la desigualdad e inequidad educativa a la que están expuestos. Conviene subrayar las siguientes cuestiones encontradas en la revisión documental: educación y escuela durante la pandemia, afectación socioemocional durante la pandemia y derechos de niños como sujetos sociales.

Educación y escuela durante la pandemia

El cambio que trajo la pandemia convirtió rápidamente a la familia junto con el hogar en el escenario de la escuela, respecto al proceso de enseñanza-aprendizaje. Según informe de la Unesco, aproximadamente 861.7 millones de niños y jóvenes de 119 países se han visto afectados frente a la pandemia global. Así lo sostiene Villafuerte: Estas medidas terminan por iluminar la realidad de los muchos otros roles que la escuela ofrece además de lo académico. Ya que, para algunos, resulta ser una complicación incómoda, mientras que, para otros, la situación es aún más preocupante. En ciudades donde el 70% de los estudiantes vienen de familias de bajos ingresos, llevar la escuela a casa significa enfrentarse a no poder ofrecer comidas adecuadas, y mucho menos la tecnología o conectividad necesarias para el aprendizaje *online* (Villafuerte, 2020, p. 1).

Para el caso colombiano, según datos del Departamento Nacional de Estadísticas, encargados de los indicadores económicos, la pobreza aumentó significativamente en un 40% como más pobres los hogares de familias vulnerables y un 63% de la población

escolar no tiene acceso a internet ni a recursos tecnológicos, afirmó el MEN. Ha sido tal el impacto que en este momento no se conocen los datos de deserción escolar a nivel nacional en Colombia, ya que han sido pocos los remedios frente al problema de aumento de la precariedad en los hogares y que evidencian en un retraso mayor los procesos de aprendizaje escolar. En suma, la escuela se acercó a las familias para entregar el proceso de escolaridad sin tener herramientas y sin contar con recursos tecnológicos que aportaran en ese sentido sumando además las consecuencias cognitivas y emocionales por la separación de los estudiantes con sus compañeros y docentes.

Afectación socioemocional en el tiempo de pandemia

Abordar el tema de la afectación emocional dejado por la pandemia, cuando en este momento se flexibiliza el retorno a la presencialidad, no es menos importante para comprender los estados de ánimo, la resiliencia y las manifestaciones plenas o no de la emocionalidad que traen consigo los infantes al reencuentro con algunos de sus compañeros en la escuela, conociendo los momentos prolongados de encierro y aislamiento en el hogar y otros lugares donde los niños corren riesgo de sufrir violencia, hostigamiento y problemas de salud mental, siendo esto ya una realidad para los que están en situación vulnerable y que no deben ser dejados a un lado. Es necesario buscar elementos de la situación de inequidad y el impacto que esta tuvo en la población vulnerable y su relación con los problemas socioemocionales en niños y niñas, tal como lo sostiene el Fondo para las Naciones Unidas (Unicef):

Es indispensable brindar apoyo psicosocial y vigilar la salud mental de la primera infancia. Las soluciones para evitar los efectos colaterales de la pandemia de COVID-19 tienen que considerar las consecuencias psicológicas y los efectos que el confinamiento y el aislamiento provocan, para generar soluciones que tomen en cuenta estos desafíos. (Unicef, 2021, p. 9).

En este orden de ideas, la escuela es la institución llamada a atender la salud mental de niños y adolescentes, una vez se ha iniciado el retorno progresivo y seguro a la presencialidad, considerando que en algunos sitios no se cuenta con el personal especializado para entender situaciones de ansiedad, frustración y en ocasiones depresión que sufren los niños por el prolongado tiempo de aislamiento y que además en el núcleo familiar ha sido ignorado y reconocido superficialmente.

Algunos estudios de países latinoamericanos arrojan que la baja preparación en el nivel de escolaridad entre los adultos que rodean a los niños y niñas para apoyar sus tareas ha provocado desinterés entre ellos, al punto que no solo generó atraso cognitivo, sino estados de ansiedad y estrés, en especial entre las madres de familia que observan con preocupación cómo sus hijos sufren al no poder realizar sus tareas escolares, ya que, como lo revela la Unicef, ha recaído sobre las mujeres mayores obligaciones en el hogar al sentirse sobrecargadas en lo doméstico y en el acompañamiento de lo escolar, sin mayores resultados. Se habla en este sentido de las 3T: “todo el día, todos juntos, todos los días” (Unicef, 2021, p. 13), lo cual señala nuevos vínculos, estados de ánimo y convivencia, en algún modo reconfiguración de los lazos y vínculos familiares que arrastra consecuencias valoradas o desvalorizadas por los niños y niñas, tal como lo veremos más adelante en el estudio.

Al mismo tiempo suceden situaciones de enojo, discusiones en el marco de disciplinamiento de crianza, que pueden causar indisposición anímica en el hogar y en especial entre los menores, quienes reconocen a sus padres no solo como los adultos, sino también como los encargados de la crianza y de la educación, lo cual puede ser visto como pesado o tóxico para la convivencia. En estas circunstancias anímicas y psicoemocionales expresan su disgusto por no poder asistir a la escuela y ahora en esta transitoriedad al regreso sienten un poco de alivio emocional. Resulta de alguna manera un tema de derechos de los niños atender su situación emocional, educativa y sus derechos en general en el marco de ser sujetos sociales afectados por la pandemia.

Los derechos de niños como sujetos sociales

La categoría infancia es reconocida como un fenómeno socialmente construido y variable históricamente. Por otra parte, se reconoce a los niños como sujetos sociales que participan activamente en lo social con su rol como infantes a diferencia de los adultos. En el 2009, la Unicef conmemoró los veinte años de los Derechos del Niño de la convención de 1989, para destacar la importancia que esta proclama tiene en los posteriores códigos sobre la infancia en América Latina y que en Colombia se conoce como Código de la infancia y la adolescencia para la restitución de derechos, reglamentado en el Decreto 860 de 2010 que consagra obligaciones tanto del Estado como de los padres para ejercer protección, tal como se menciona en este:

Consagra la obligación del Estado de proteger a los niños, niñas y adolescentes contra el abandono físico, emocional y psicológico de sus padres o representantes legales.

Igualmente, define la responsabilidad parental como un complemento de la patria potestad con las obligaciones inherentes de orientarlos, cuidarlos, acompañarlos y criarlos durante su proceso de formación, además, exige la participación de los padres de familia y/o de la familia en el cuidado de ellos. (Decreto 860, 2010, p. 1)

Es así que resulta un desafío el cumplimiento de estos derechos y en particular en las poblaciones vulnerables a la que pertenecen los niños y niñas del presente trabajo, quienes manifiestan con frecuencia que sienten que su vida no es igual, que ha cambiado y que el derecho a la educación es un proceso que aún el Estado no ha podido resarcir y que sí sienten agravado en este tiempo de pandemia, ya que todos no han podido regresar a la escuela. Muchas familias se vieron presionadas a abandonar su lugar de residencia y retornar al campo, al lugar de origen de sus familiares, al no tener como responder por el sostenimiento del hogar y tampoco recibir ayuda del gobierno para seguir sustentándose. Existe un alto consenso sobre los derechos de los niños y niñas, pero baja intensidad a la hora de actuar: siempre debe haber alguna otra instancia a quien le toca hacer algo cuando los derechos de los niños(as) son conculcados. Las políticas de infancia nunca son políticas prioritarias, pueden esperar; tarde o temprano llegarán a ser adultos. Para Liebel y Martínez (2009) existe una pregunta central referida a cuál es el contenido real de las obligaciones estatales que garantice los derechos de los niños (p. 48). En este sentido sería importante contar con una instancia donde demandar el incumplimiento de los derechos y para el caso colombiano se cuenta con instituciones como el ICBF y marcos legales.

Objetivo del proyecto

General

Comprender la noción de infancias en contextos socioculturales diversos colombianos desde los sentidos y las subjetividades en tiempos de Covid-19 en Bogotá, Antioquía y Córdoba, Fase II.

Específicos

1. Caracterizar a la población y el territorio al que pertenecen las infancias participantes en este estudio de Bogotá, Antioquía y Córdoba, FASE II.

2. Identificar la noción de infancias desde la producción de sentidos y subjetividades en tiempos de Covid-19, en territorios socioculturales diversos colombianos —Bogotá, Antioquia Córdoba— FASE II.

Metodología

Se organizó un grupo focal con la asistencia de veinte estudiantes entre diez y doce años residentes de Bogotá, en la localidad de Suba, en el norte de la ciudad, clasificados en estrato socioeconómico dos y tres en condiciones de vulnerabilidad social y emocional. La selección tuvo como criterio de exclusión además de la edad estar matriculados en colegio oficial del Distrito Capital, además se tuvo en cuenta la Ley de Protección de Datos que se socializó por ser menores de edad con consentimiento de los adultos responsables.

La convocatoria se desarrolló en el tiempo escolar de asistencia a la escuela teniendo un promedio de asistencia de los veinte seleccionados que se encontraban en el aula dispuestos a recibir acompañamiento del docente en el proceso de aprendizaje. En el tiempo de la entrevista se realizaron preguntas semiestructuradas encaminadas a conocer la percepción que ellos tenían sobre las categorías de infancia, subjetividad y sentido. De igual manera, subcategorías o variables que dieron cuenta de las percepciones en el tiempo de la pandemia de Covid-19, el estado de ánimo, los derechos respetados o vulnerados y las relaciones interpersonales o intrapersonales en el núcleo familiar o con personas cercanas. Las preguntas generativas ¿cómo eres tú?, ¿qué te gusta de tu familia?, ¿antes de la pandemia cómo te sentías?, ¿qué te gusta hacer con tus amigos?, ¿qué extrañas del colegio?, ¿cómo te sientes al usar tapabocas?, ¿qué recuerdas de tus amigos antes de la pandemia?, ¿qué derechos tenías antes de la pandemia y ahora?, ¿qué ha cambiado en tus relaciones con amigos, familia, profesores, otros? Se hizo necesario aplicar un cuestionario aleatorio al otro grupo de sexto grado para corroborar las percepciones de los participantes mencionados.

El análisis de la información permitió identificar criterios y patrones comunes en los entornos de socialización para comprender el sentido y significado de la construcción de subjetividad en contextos escolares y por fuera de la escuela durante el tiempo de la pandemia.

Resultados

Es innegable que la afectación vivida por los niños y niñas durante el tiempo de la pandemia y en particular su inicio en 2020 y principios del 2021 ha sido crítica desde diferentes ángulos de análisis, como es sentir que han cambiado, que su autorreconocimiento está mediado por otro tipo de hábitos como el uso del tapaboca, permanecer más tiempo confinados, conectarse si cuentan con herramientas tecnológicas a través de aparatos digitales con las personas cercanas entre ellos, sus amigos del colegio, y sobre todo descubrir que sus estados de ánimo están siendo alterados igual que sus derechos, dando paso a nuevas formas de configurar la subjetividad y su relación con los demás. En este sentido, algunos estudios sobre el tema “develan como la categoría de infancia depende del momento histórico; desde un comienzo negaron sus características y su capacidad de desarrollarse dentro de la perspectiva de autonomía y comportamientos propios de los niños y niñas” (Ramírez, 2020, p. 311) y, en este orden de ideas, disciplinas como la sociología, la antropología, junto con la pedagogía, abordan al sujeto de infancia y su educación en el entorno social y escolar, a partir de las vivencias propias a su edad configuradas y construidas en el seno familiar y social, lo cual conduce a la comprensión de la categoría infancia con atributos de cuidado y preservación desde el desarrollo en el contexto social.

En este orden de ideas, los resultados arrojan que se sienten seguros y acompañados en sus entornos próximos: “me gusta de mi familia que somos unidos y siempre me apoyan”. A pesar de sentir que tienen más tiempo libre y que su derecho a la educación ha sido vulnerado, extrañan muchas cosas del colegio, amigos, juegos, participación en actividades, lo que indica que sus estados de ánimo vienen cambiando de un momento a otro cuando se sienten solos, o comparten en familia.

Lura, 12 años, participante del grado sexto: “tenía derecho a ir al colegio a aprender, a ser (sic) valorada por los profesores y ahora siento que mis derechos han cambiado a pesar de que ahora tengo que consultar mis tareas y subir mis trabajos a la plataforma Edmodopero tengo más tiempo para jugar en casa y comer”.

Reconocer a través de las preguntas lo que les gustaba hacer antes de la pandemia a los niños develó sus estados de ánimo al añorar jugar con sus amigos, participar en el colegio en las actividades en el aula y por fuera. De igual manera, refleja la extrañeza por correr, caminar, conocer otros lugares con sus padres en contacto con la naturaleza y entornos abiertos e incluso asistir a actividades como hacer deporte, nadar, ir al cine, la heladería, entre otras, que son las manifestaciones que reflejan que los niños y niñas

han reconfigurado su ser y sentir en tiempos del Covid-19 y que el retorno a la escuela es un anhelo por el aprendizaje, la socialización y por compartir ideas y sentimientos.

Grupo	Relaciones e interacciones	Entorno y espacios compartidos	Cambio físico y emocional	Derechos vulnerados en pandemia
Niñas	Abuelos/padres. A veces triste por los regañones y peleas entre los padres.	Casa mucho tiempo confinados. Siempre es lo mismo. Extraño a mis amigas para hablar.	Feliz/aburrida. El tapabocas me gusta porque combina con la ropa.	Salir de la casa, jugar, estudiar y aprender.
Niños	Compartir y jugar con los hermanos, somos buenos compañeros.	Me gusta el patio de la casa y el parque del colegio. La naturaleza, el aire libre.	Triste, igual no ha cambiado nada, ahora tengo computador.	Menos libertad, a aprender en el colegio.

Tabla 1. Subjetividad construida durante el tiempo de confinamiento.

La reconfiguración de la subjetividad entre los niños y niñas es parte de lo que atraviesan en su desarrollo socioemocional y físico los infantes, sin embargo, este fenómeno de la pandemia provocó multiplicidad de elementos psicosociales al permanecer en casa y encontrar a sus padres, hermanos y demás miembros en algunos casos en iguales circunstancias, restableció lazos de afectividad y comunicación que venían relegados por el trabajo y búsqueda de sustento diario de los adultos en su rutina diaria de ocupación. Por otro lado, la extrañeza de no asistir al colegio y encontrarse con sus amigos y profesores cuestionó el orden mismo del lugar de aprendizaje, escuela-hogar parecían un mismo sitio de relacionamiento, aprendizaje y vivencia. Andrés, de 10 años afirmaba: “a veces triste, a veces feliz, esto es raro y diferente”.

Conclusiones

El ejercicio arrojó algunas conclusiones que sin duda despiertan el interés por ahondar en la relación escuela-familia en tiempos difíciles, como fue el acontecido desde marzo de 2020 en el mundo y que exige nuevas miradas y readaptaciones a nivel social, económico y cultural para asegurar una especie y sus hábitos, que han sido cambiados en función de nuevas necesidades. La infancia del tiempo de la pandemia ha dejado lecciones aprendidas para los adultos y para la sociedad en general, no es posible ir a

la escuela como único lugar de aprendizaje, sino que los escenarios no son escolares sino educativos y que como humanidad es urgente aprender que las calamidades se convierten en las experiencias para llevar a cabo nuevas formas de aprender a aprender, más allá de lo establecido en el lugar físico de la escuela. Lo manifestado en las entrevistas por parte de los participantes es un ejemplo de que el mundo entero tiene que recoger y que en los contextos diversos de este ejercicio, es decir, la zona urbana sucedieron multiplicidad de situaciones como el desconectarse de la presencialidad, el aislamiento, las emociones y los sentimientos encontrados, las deja clara la vulnerabilidad de las sociedades que como la colombiana carece de posibilidades de sustento autónomo.

A manera de conclusiones parciales y no finales la investigación se abre a múltiples cuestiones y temas a partir de este trabajo micro de reflexión interpretación de un entorno escolar oficial en zona urbana, donde los recursos deberían llegar con prontitud y las necesidades educativas serían atendidas de forma responsable, lo cual está aún en la mesa para ser atendido.



Figura 1. Lugares que evocan emociones y sentimientos compartidos. Fuente: dibujo de niño de 10 años de lugares añorados: parque, cine, heladería y colegio.

Referencias

- Casas, F. (2006). Infancia y representaciones sociales. *Política y Sociedad, Vol. 43* (1), 27-42
<https://www.researchgate.net/publication/27591450> Infancia y representaciones sociales
- Espinosa, A. (2013). Configuración de la subjetividad en la primera infancia en un momento posmoderno. *Dialnet*. (pp. 1-11) <https://docer.com.ar/doc/xe5sn0x>
- Hurtado, F. (2020). La educación en tiempos de pandemia: los desafíos de la escuela del siglo XXI. *Cieg, Revista arbitrada del centro de investigación y estudios gerenciales*. Barquisimeto, Venezuela, ISSN 2244-8330 (pp. 176-187)
[https://www.grupocieg.org/archivos_revista/Ed.44\(176-187\)%20Hurtado%20Tavalera_articulo_id650.pdf](https://www.grupocieg.org/archivos_revista/Ed.44(176-187)%20Hurtado%20Tavalera_articulo_id650.pdf)
- Jaramillo, L. (2007). Concepciones de infancia. *Zona Próxima*, 8, 108-123
<https://www.redalyc.org/pdf/853/85300809.pdf>
- Liebel, M & Martínez M. (coordinadores). (2009). *Sobre la historia de los Derechos de la Infancia. Hacia una ciudadanía participante y protagónica*. IFEJANT-Instituto de formación de educación para jóvenes, adolescentes y niños trabajadores de América Latina y el Caribe. Lima Perú. Liebel, M (2009). Sobre la historia de los Derechos de la Infancia. ISBN 978-9972-9291—6-8
<http://www.iin.oea.org/boletines/boletin7/publicaciones-recibidas-esp/infanciayderechoshumanos.pdf>
- Ministerio de Protección Social (2010). Decreto 860 por el cual se reglamenta la Ley 1098 de 2006 sobre los Derechos de Infancia y Adolescencia. 16 de marzo de 2010.
- Ñaupas, H. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis* (quinta edición). Ediciones de la U.
- Ramírez, M. (2020). Infancias: contextos de acción, interacción y participación / Infâncias: contextosde ação, interação e participação Martín Plascencia González, Maria Lidia Bueno Fernandes, Mathusalam Pantevis Suárez y Facundo Corvalán (Coordinadores) primera edición.

Unicef. (2021). *Primera infancia. impacto emocional en la pandemia*. ONU.

Villafuerte, P. E. (2020, 19 de marzo). Educación en tiempos de pandemia. *Observatorio de Innovación Educativa*.
<https://observatorio.tec.mx/edunews/educacion-en-tiempos-de-pandemia-covid19>

Análisis de contenidos digitales y su contribución a la identidad a través de redes sociales de las empresas del sector lácteo del Altiplano Cundiboyacense

Catalina Vega^{1*}

¹ estudiante de economía y monitora grupo investigación SUMATE.

* catalin.vegen@gmail.com

Resumen

En la actualidad, los avances tecnológicos han permitido un mayor auge de las comunicaciones digitales, siendo estas unas de las mayores fomentadoras del reconocimiento de las empresas y sus marcas en el mercado. El presente texto tiene como objetivo analizar la diversidad del contenido publicado en redes sociales, para establecer de qué forma estas contribuyen a la identidad digital de las empresas del sector lácteo altiplano cundiboyacense. Como resultado se comprobó que la baja divulgación de contenido actualizado genera una afectación considerable en el reconocimiento de las empresas en el mercado, generando con ello una carencia de presencia en el mercado empresarial.

Palabras clave: Identidad digital, redes sociales, contenido digital.

Introducción

Actualmente, el progreso acelerado de las tecnologías ha generado una nueva visión vanguardista en las empresas logrando equiparar sustancialmente el mercado en un ámbito digital (Mazzucato y Dibb, 2019). Ya que, hoy en día existe un gran número de usuario en redes sociales influyentes en la toma de decisiones. (Vega y Ramirez, 2018). Motivando a su competitividad empresarial como dando un mejor posicionamiento de marca. (Grillo y Vega, 2020). Es así, como la identidad digital ha de conservar una estrecha conexión con el contenido de las plataformas digitales, fortaleciendo la imagen corporativa (Guadalupe, 2018). Por consiguiente, el entorno digital que se gestione en la empresa de manera integral contribuirá en la comunicación de cada uno de sus contenidos en las plataformas digitales de manera clara y significativa. (Henao, 2020).

Objetivo del proyecto

El presente manuscrito tiene como objetivo analizar la diversidad del contenido publicado en redes sociales, para establecer de qué forma estas contribuyen a la identidad digital de las empresas del sector lácteo del altiplano cundiboyacense.

Metodología

Este trabajo maneja una metodología de tipo exploratorio de naturaleza cuantitativa, donde se seleccionaron nueve empresas de productos lácteos del altiplano cundiboyacense a partir de un muestreo no probabilístico, por conveniencia. Procediendo a la elección de las empresas que presentaron un mayor crecimiento en sus ventas durante 2019, de acuerdo con el Informe Sectorial Standard 2019: Productos lácteos, publicado por el portal la nota.com y en la base de datos de empresas de lácteos.

Cooperativa Integral Agropecuaria San Rafael.	Inversiones Fasulac.
Inversines Mh&B S.A. S	Comlemo Ltda
Casa De Quesos Don Rico Desde 1986 S.A.S	Paco Productos Lácteos.

Granja Avicola Villa Juli S.A.S	Distribuidora Lácteos La Esperanza.
Qualis Lac S.As.	

Tabla 1. Muestra de Estudio. Fuente: Informe Sectorial Standard 2019 e información de empresas.

La técnica utilizada en este estudio se enfocó en las variables de participación en redes sociales determinadas por Valls (2016), para lo cual se diseñó una base de datos integrada por seis variables, que han sido consideradas las más pertinentes para identificar de forma clara las diferencias en la variedad de contenido de las redes sociales. Siendo estas: Imágenes, Noticias, Vídeos, Opiniones, Guías y Promoción en Ventas, analizando estas variables en las siguientes redes sociales: Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, LinkedIn, de cada una de las empresas de la muestra.

El análisis de los datos de la muestra se llevó a cabo en el primer trimestre de 2020. Lo primero que se realizó fue la consulta de la existencia de los perfiles de cada una de las redes sociales de las empresas de lácteos analizadas. Luego, se procedió al estudio y evaluación de cada uno de los elementos de la incidencia de las variables de contenido por partes de las redes sociales usadas. Posteriormente, se realizó un análisis cualitativo por medio de una escala de valoración de 0 a 2, en donde 0 es la nula participación, 1 media participación y 2 la más alta participación. A partir de allí, se calculó el promedio de cada una de las seis variables de contenido. Seguidamente, planteando el mismo método, se efectuó un análisis general por red social, por lo cual se logró establecer el promedio de participación en cada plataforma social, de tal forma que se pudiera realizar la comparación entre ellas.

Resultados

El estudio presentó una baja participación de las empresas del sector lácteo en las redes sociales. Aunque las empresas tienen el conocimiento y aunque en la mayoría tienden a tener una cuenta activada, no hay un constante impulso por mantener actualizado el contenido en dichas plataformas, siendo muy pocas las que realizan el ejercicio en beneficio de la marca. Por otro lado, se evidenció que al no presentar una implementación de estrategias de contenido publicitarios en las redes sociales esto repercute en su reconocimiento de marca y por ende en sus ventas.

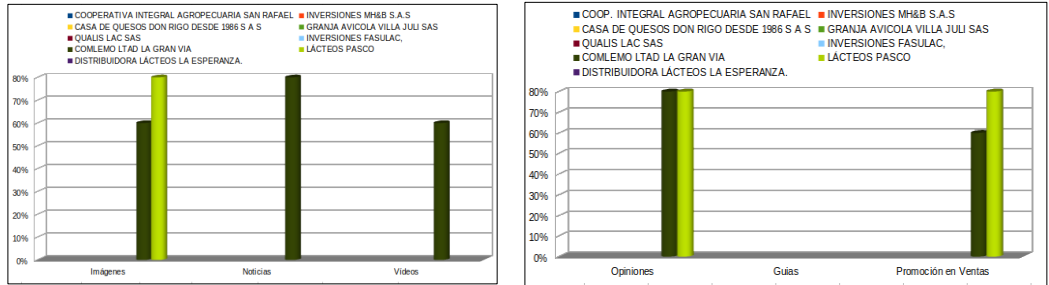


Figura 1. Variable de contenido. Fuente: empresas estudiadas.

Por tanto, se evidencia en los contenidos de las redes sociales en las variables un promedio de 15% para promociones de ventas, un 15% en cuanto a publicaciones a base de imágenes, un promedio del 17,8% en opiniones registradas por los usuarios, para la generación de videos se estableció un promedio 6,6%, atendiendo que la presentación de noticias se basó en un promedio de 8,9% y, por último, se encontró que la ejecución de guías fue nula.

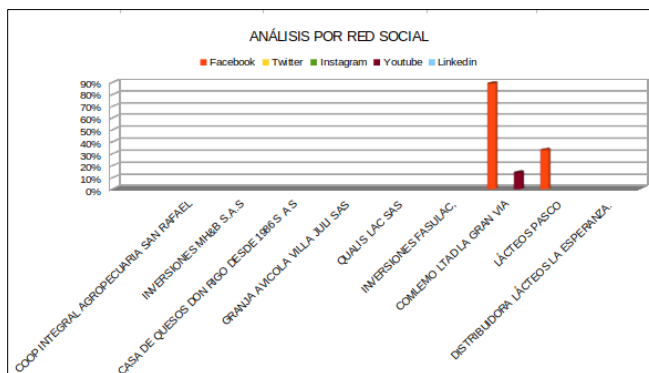


Figura 2. Análisis por red social. Fuente: empresas estudiadas.

En cuanto a los resultados en el análisis por red social, se presenta que Facebook es la principal red utilizada para publicaciones con un promedio del 13,5% y Youtube

presentó un promedio de 2%, mientras que el uso de las demás redes sociales (Twitter, Instagram y LinkedIn) es nulo por parte de las empresas estudiadas.

Conclusiones

En virtud de los resultados obtenidos, se menciona que las empresas Lácteos Pasco y Comlema Ltda. han aplicado de una manera moderada las TIC, lo cual evidencia que el uso constante de un marketing digital es beneficioso para la empresa. Adicionalmente, se comprobó que el uso de las TIC, por parte de las empresas de la muestra, ha sido muy bajo, por lo cual aún es necesario incentivar el uso de este tipo de redes de comunicación.

En relación con las redes sociales, se evidenció que Facebook es la red con mayor uso, con un promedio de participación del 13,5%, y Youtube, con un 2%, por consiguiente, estas fueron las redes sociales que mayor uso obtuvieron, demostrando que para esta muestra de empresas es muy baja, entendiendo que para estas empresas la ejecución de una comunicación con sus clientes es muy rudimentaria, por tanto, se deben enfocar en hacer uso de estas herramientas digitales.

Finalmente, se recalca que el reconocimiento de la marca actualmente está basado en el uso de estas herramientas de marketing digital, por tanto, todo ello requiere de una planeación clara y objetiva de acuerdo con la visión de la empresa. De lo contrario, las empresas presentarán tanto problemas de ventas como de ingresos, llevándolas a la extinción en el mercado empresarial.

Referencias

- Grillo, C., y Vega, C. (2020). Análisis de contenidos digitales y su contribución a la identidad a través de redes sociales de las empresas de productos lácteos en Colombia. En J. Sotelo., y Gallardo (Coord.), Comunicación especializada: historia y realidad actual (pp. 145-160). McGraw-Hill Interamericana de España.
- Guadalupe Tamariz, A. A. (2018). Análisis de la red social Facebook como herramienta para construir la identidad corporativa de una institución educativa inicial-privada.

- Henaó, A. E. P. (2020). La comunicación organizacional en la gestión empresarial: retos y oportunidades en el escenario digital. *Revista GEON: Gestión-Organización-Negocios.*, 7(1), 9-25.
- la Nota.com (2019). *Colombia informe sectorial standard 2019: Productos lácteos.* <https://sellfy.com/lanota/p/qlbq/>
- Mazzucato, M., y Dibb, G. (2019). *Missions: A beginner's guide.* UCL Institute for Innovation and Public Purpose.
- Torres, C. M. G. (2022). Contribución del contenido online y su aporte a la Identidad institucional de las librerías colombianas. In *Estrategias de comunicación publicitaria en redes sociales: diseño, gestión e impacto.* (pp. 385-402). McGraw Hill.
- Valls, M. A. (2016). *Las Redes Sociales Herramienta de Gestión Empresarial.* Ugerman Editor.
- Vega, M. L., & Ramirez, D. C. (2018). Startup en las redes sociales. *Revista Espacios*, 39(27).

El rol de las instituciones educativas y el desarrollo de las competencias digitales docentes en la protección de los infantes frente al uso de internet

Azucena Abilorio Valencia ^{1*}, Luz Adriana Osorio Vargas ² y Carlos Andrés Gutierrez González³.

¹ Fundación Universitaria del Área Andina, Bogotá.

² Fundación Universitaria del Área Andina, Bogotá.

³ Fundación Universitaria del Área Andina, Bogotá.

* aabilorio@estudiantes.areandina.edu.co

Resumen

Esta investigación de tipo cuantitativo se desarrolló con el propósito de identificar las estrategias que actualmente están implementando las instituciones educativas en Colombia para promover la protección y seguridad de los infantes frente al uso de internet. Para ello, se diseñó e implementó un diagnóstico con los actores responsables de las instituciones educativas como directores, coordinadores, docentes y orientadores. Posteriormente, se realizó un análisis de los resultados obtenidos y con ellos se logran establecer las acciones recurrentes que se implementan en el aula en cuanto al uso de internet, los riesgos y los beneficios a los que están expuestos los menores. Se encontró la necesidad de preparar y reforzar a los docentes en el desarrollo de sus competencias digitales, para que ellos a su vez, lleven a cabo dichos conocimientos en sus prácticas en el aula con los educandos y sus familias.

Palabras clave: Instituciones educativas; Alfabetización digital; Riesgos; Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC); Competencias Digitales Docentes.

Introducción

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) han tomado mayor importancia en la última década, dado al acelerado crecimiento de aplicaciones, herramientas digitales, programas, sitios *web*, entre otros, lo que ha facilitado y simplificado la comunicación en la sociedad. En ese sentido, “las Nuevas Tecnologías están contribuyendo a aumentar nuestra calidad de vida, facilitarnos gestiones o comunicaciones a distancia, reducir el tiempo empleado en desplazamientos y ofrecernos más opciones de entretenimiento, entre otros muchos aspectos” (Helguera, 2014, p. 60). Siendo esto aprovechado también por las Instituciones Educativas, en la interacción entre sus estudiantes, los padres de familia y la planta docente. Por lo anterior, es importante que los maestros estén capacitados en las competencias digitales docentes y actualizados en lo concerniente a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y que de esta manera puedan integrar e implementar la alfabetización digital en sus prácticas en el aula; tal como lo afirma Ramírez (2010, citado en Llorente & Giraldo, 2016) “las TIC han llegado a ser uno de los cimientos básicos de la sociedad, ya que se usa en todos los campos, por todo ello es necesario su uso en la educación para que se tenga en cuenta esta realidad” (p. 54). En la actualidad, la pandemia de COVID-19 ha llevado a que en Colombia las actividades académicas se hayan suspendido abruptamente de manera presencial desde marzo de 2020. De modo que el sistema educativo de nuestro país y de muchos a nivel mundial han recurrido a los entornos virtuales y, por ende, han adoptado la enseñanza-aprendizaje en línea para darle continuidad a las actividades escolares. Dicha situación ha visibilizado las necesidades y las brechas con las que algunas comunidades conviven, no solo en materia de recursos tecnológicos, sino del conocimiento, tanto de directivos y docentes, como de los educandos y sus familias, en cuanto al uso de plataformas digitales, así como de los sistemas de control y seguridad de los infantes en el uso que hacen de internet.

De manera que cada institución debe renovarse y trabajar en pro- de la protección de la privacidad de los educandos. Tal como lo afirma la Unicef (2017), los infantes se exponen a varios riesgos en la red, “incluidos el acoso cibernético y la exposición a materiales inadecuados en los sitios pornográficos o de apuestas, para algunos el impacto puede ser devastador y cambiarles la vida” (p. 31). Por esa razón, se debe hacer énfasis en que los infantes hagan uso adecuado de internet para fortalecer sus competencias en alfabetización digital y, en consecuencia, maximizar sus beneficios.

Por lo anterior, se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿qué estrategias están implementando las instituciones educativas en Colombia para promover la protección y seguridad de los infantes en internet?

Objetivo del proyecto

Identificar las estrategias que están implementando las instituciones educativas en Colombia para promover la protección y seguridad de los infantes en internet.

Metodología

Buscando dar respuesta a la pregunta de la investigación, se planteó una metodología de tipo cuantitativo. Para su desarrollo se diseñó e implementó una encuesta a través de un formulario de Google, la cual debido a la coyuntura actual de la COVID-19 se envió por correo electrónico y estuvo dirigida a los rectores, coordinadores, orientadores y docentes de instituciones educativas de las principales ciudades capitales de Colombia: Bogotá, Medellín, Cali, Bucaramanga y Pereira. Para la recolección de la información se dispuso un periodo de dos meses. La muestra no representativa fueron 82 establecimientos educativos, se tomó como referencia de los colegios que se encuentran en las ciudades capitales anteriormente mencionadas, que están sobre la media nacional en lo referente al acceso fijo a internet por cada cien habitantes (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 2020).

Resultados

Una vez analizados los resultados, se encontró que el 80,5% de los docentes de las instituciones educativas encuestadas han sido capacitados en algún momento para la enseñanza del buen uso de internet. Por su parte, el 12,2 % de ellos nunca han recibido ningún tipo de capacitación en torno a la seguridad y protección de los infantes en la red. Por último, el 7.3% de los encuestados desconoce si en algún momento su institución ha realizado capacitación a los docentes.

Intervalo	Total
Una vez al año	28,04%
Una vez al semestre	17,1%
Una vez por periodo académico	15,9%
Mensualmente	4,9%

No reciben capacitación	30.5%
N/A	3.7%

Tabla 1. Frecuencia de Capacitación en Competencias Digitales de Docentes.

Conclusiones

Con la presente investigación se concluye que es necesario que las instituciones educativas centren más su atención en capacitar de manera frecuente a los docentes, en lo concerniente al desarrollo de sus capacidades y destrezas con las herramientas tecnológicas y la alfabetización digital, con la intención de fortalecer sus competencias digitales docentes; logrando con ello, no solo innovar en su práctica educativa, sino además poder beneficiar a sus educandos, ya que a través de la implementación de metodologías activas que promuevan el uso responsable y seguro de internet se protege a los infantes de los riesgos y peligros que día a día se encuentran en la red. Por otro lado, es una invitación a las instituciones educativas que en la actualidad no capacitan a su planta docente en esta área para que lo hagan con más regularidad, dado que el porcentaje de las instituciones encuestadas que lo hacen en la actualidad es considerablemente inferior. Cabe destacar que el ideal es hacerlo una vez al mes o una vez por periodo académico, de modo que tanto maestros como educandos estén actualizados en contenidos, seguridad y protegidos de las exposiciones al navegar en internet. Finalmente, si bien la cantidad de instituciones que dieron respuesta al cuestionario no es representativa y por lo tanto no permiten generalizar los resultados, se puede inferir que en las que sí respondieron habría que reforzar las estrategias que vienen implementando, en consecuencia, esto puede marcar una tendencia para otras instituciones educativas.

Referencias

Helguera, M. (2014). Las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación. *Infonova*. 26, 59-69. Disponible en: <https://www.dianova.org/wp-content/uploads/2016/04/Dianova-spain-infonova26-20140202.pdf>



Ediciones

SUMMA

Llorente, J. S., & Giraldo, I. B. (2016). Análisis del uso de las tecnologías TIC por parte de los docentes de las Instituciones educativas de la ciudad de Riohacha. *Omnia*, 22(2), 50–64.

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (2020). *Boletín trimestral de las TIC. Cifras tercer trimestre de 2019*. MinTic. https://colombiatic.mintic.gov.co/679/articles-125648_archivo_pdf.pdf

UNICEF. (2017). Estado mundial de la infancia 2017. Niños en un mundo digital. Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia. Disponible en: <https://www.unicef.org/media/48611/file>

Impacto sociocultural, económico y medioambiental del sector turístico en San Andrés Isla en la comunidad raizal a partir de la crisis sanitaria COVID-19

Lorna Hernández¹, Betani Morales² Angie Morales³ y William E. Mosquera L^{4*}.

¹ Universidad Cooperativa de Colombia, Bogotá.

² Universidad Cooperativa de Colombia, Bogotá.

³ Universidad Cooperativa de Colombia, Bogotá.

⁴ Universidad Cooperativa de Colombia, Bogotá

* williame.mosquera@campusucc.edu.co

Resumen

En la isla de San Andrés, Colombia, el turismo es su principal sector económico, por lo que adquiere importancia estudiar su desarrollo a partir de la crisis desatada en medio de la pandemia COVID-19. A un año de este hecho, se hace necesario conocer la percepción de la población local en relación con lo ocurrido en este último tiempo. De esta forma, el objetivo principal de esta investigación es conocer los impactos económicos, socioculturales y medioambientales percibidos por el turismo por parte de las comunidades raizales habitantes de la isla, en concreto, de aquellas localizadas en las proximidades a la zona turística, entendiendo sus necesidades y expectativas en relación con estos factores que inciden en el desarrollo sostenible de la región (Archbold, 2001). Esta investigación se realizará desde el enfoque cualitativo, haciendo uso de técnicas de recolección de información como la entrevista semiestructurada y la observación participante. Los resultados obtenidos pueden servir para que las entidades públicas y privadas conozcan cuáles son las valoraciones sobre el turismo desde la pandemia COVID-19 y se generen acciones efectivas para la atención a las necesidades de los habitantes de la isla.

Palabras clave: San Andrés Isla, turismo, sostenibilidad, COVID-19, sociocultural, economía, medioambiente.

Introducción

La pandemia COVID-19 que inició en 2020 afectó de manera significativa el desarrollo económico a nivel mundial, especialmente en el sector turístico por las medidas de aislamiento y cierres fronterizos. En Colombia, en el caso del archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, esta se vio realmente afectado, dado que la mayoría de las actividades económicas giran alrededor del turismo. Teniendo en cuenta que de las empresas registradas en la Cámara de Comercio de San Andrés y Providencia: “el comercio, los hoteles y restaurantes, y el transporte, son las actividades que predominan en la isla, representando 73,6% de las empresas registradas, 74,1% del personal ocupado y 72,3% de los activos totales” (Bonet-Morón, 2021). Además de esta situación, el paso del huracán Iota en noviembre de 2020, que dejó graves daños en el archipiélago, ha profundizado la situación socioeconómica de la comunidad habitante de la zona y es por tanto fundamental reconocer el impacto a nivel sociocultural, económico y medioambiental que ha generado estas nuevas condiciones del turismo en la isla de San Andrés, todo esto a través de las percepciones de sus habitantes, especialmente aquellos que viven y trabajan en la zona turística de la isla (Hooker, M. & Martínez, K. 2018).

La evaluación de estos factores permite generar recomendaciones que inciden en el desarrollo de modelos de gestión a nivel público y privado, para el establecimiento de políticas públicas y acciones sociales desde las empresas que lideran el sector turístico de San Andrés Isla. Al respecto se indica que:

Un elemento clave para avanzar en la formulación de políticas públicas que permitan minimizar los impactos económicos y sociales que ha sufrido el archipiélago en el último año, es el conocimiento detallado de la situación actual del territorio: quiénes representan la población más vulnerable, en qué sectores trabajan y en qué condiciones viven (Bonet-Moron, 2021,p. 2).

Por esta razón, la investigación desde y para las comunidades raizales de San Andrés Isla tiene un claro efecto para el avance de las acciones a desarrollar por las entidades responsables de las políticas de la zona.

Objetivo del proyecto

Establecer los impactos del turismo en las comunidades raizales de la zona turística de San Andrés Isla, a nivel sociocultural, económico y medioambiental, desde la crisis sanitaria por pandemia COVID-19; Por lo cual, basándose en las políticas del postconflicto y los logros de los estudios anteriores se analiza y determina los niveles de implementación y avance de cada uno de los elementos que se estudian en el ecoturismo en Colombia y como estos modelos han mejorado la gestión organizacional de los gestores turísticos y los stakeholders que apoyan el desarrollo integral de las comunidades en estudio (Saavedra, 2020)

Metodología

La presente investigación se realizará bajo un enfoque cualitativo, el cual utilizará la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevos interrogantes en el proceso de interpretación (Sampieri, 2014); de esta forma, se intenta describir sistemáticamente las características de las variables y fenómenos a evaluar, todo esto con el fin de generar y perfeccionar categorías conceptuales, descubrir y validar asociaciones entre los fenómenos que se han desarrollado a partir de la pandemia COVID-19 en San Andrés Isla. Así pues, el análisis de datos cualitativos se hará siguiendo el método hermenéutico-interpretativo, el cual tiene como objetivo comprender la información recopilada desde el trabajo de campo (Carrión & López, 2013).

Cabe resaltar que la hermenéutica en la investigación cualitativa tiene como función el análisis de textos, del discurso y de contenido. En este sentido este método se fundamenta en que los seres humanos no son sujetos imparciales y que por la interacción social y cultural estos mantienen cierto grado de prejuicios y expectativas que pueden interferir en la comprensión de las cosas. (Ruedas et al, 2009). Por esta razón, se hará uso de diferentes técnicas de recolección de información: entrevista semiestructurada y la observación participante.

Resultados

A partir del proceso investigativo de campo, se caracterizó el contexto sociodemográfico de la comunidad raizal que habita la zona turística de San Andrés Isla, encontrando que algunos de los gestores turísticos que operan en la región son administrados por no raizales, quienes no integran los resultados económicos a la

comunidad, lo cual, lleva a que se incremente el deterioro ambiental y social (Vega, 2020), lo anterior, permite comprender sus dinámicas socioculturales y su incidencia en el desarrollo turístico sostenible; al analizar los factores socioculturales, económicos y medioambientales que impactan el turismo de la región en medio de la pandemia COVID-19, deja en evidencia que los problemas sociales detectado desde comienzos del siglo XXI persisten (Zuluaga, 2006) y por último, se logra determinar las responsabilidades de las entidades públicas y privadas al poco implementar las políticas nacionales, en el apoyo a los emprendimientos de los raizales, desde los componentes ambientales como es el estímulo y apoyo a la pesca artesanal, apoyo a los artesanos de conchas y corales, así, como el apoyo a los gestores hoteleros informales con los alojamientos en las residencias de los raizales, lo cual, puede llevar a que los turistas conozcan más la cultura nativa y entiendan el arraigo hacia la Colombia continental y se potencialice toda la cultura de las islas..

Conclusiones

Se espera que a partir de la investigación se genere una serie de recomendaciones desde los tres factores de estudio para que a partir de los documentos haya nuevas líneas de investigación que incidan de manera efectiva en las políticas públicas y privadas de las entidades territoriales, además revisar posibles factores adicionales de investigación en relación con el tema turístico en la isla.

Referencias

- Archbold, J. (2001). Ecoturismo con participación comunitaria y conservación ambiental en Providencia y Santa Catalina. *Cuadernos del Caribe 1*, 77-84. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/ccaribe/article/view/50733/51137>
- Bonet-Morón, J. (2021). San Andrés y Providencia en el siglo XXI y la pandemia del COVID-19. *Documentos de trabajo sobre economía regional y urbana, n.º 296* Banco de la República, sede Cartagena. <https://doi.org/10.32468/dtseru.296>
- Carrión, E. & López, A. (2013). Turismo en San Andrés: Una mirada a las posadas nativas [tesis de pregrado, Universidad Piloto de Colombia]. Archivo digital. <http://polux.unipiloto.edu.co:8080/00000954.pdf>

- Hooker, M. & Martínez, K. (2018). *Estudio exploratorio del ecoturismo como pilar económico en las regiones lejanas de Colombia. Caso Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina* [proyecto Auxiliares de Investigación, Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio UCC.
- Ruedas, M., Ríos, M., & Nieves, F. (2009). Hermenéutica: la roca que rompe el espejo. *Investigación y postgrado*, 24(2), 181-201.
<https://www.redalyc.org/pdf/658/65817287009.pdf>
- Saavedra, O. E. S., Laverde, W. E. M., Castro, C. H. C., & Rodriguez, J. C. B. (2020). Difficulties in the Supply Chain in Post-conflict Zones in Colombia. In *Proceedings of the Seventh International Forum on Decision Sciences* (pp. 143-149). Springer, Singapore.
- Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación. Sexta edición*. McGraw-Hill Editores.
- Vega, M. & Díaz, D. (2020). *La política pública del sector turismo en el archipiélago de San Andrés para la generación de cadenas de valor como oportunidad de exportación* [tesis de pregrado, Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio UCC.
[https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/32842/1/2020_pol %C3 %ADtica_p %C3 %BAblica_sector.pdf](https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/32842/1/2020_pol%C3%ADtica_p%C3%ABblica_sector.pdf)
- Zuluaga, P. (2006). Análisis del modelo turístico de la isla de San Andrés, Reserva de Biósfera Seaflower, Caribe colombiano. Una exploración del estado actual. *Turismo y sociedad*. <https://www.researchgate.net/publication/46564151>

Recursos educativos digitales abiertos en la formación para la investigación en línea

Guió-Valencia Natalia¹ Sánchez-Sosa Marluby Esmeralda², Sánchez-Sosa Ruth Melby³ y Martínez-Daza Magda Alejandra⁴. *

¹ Fundación Universitaria del Área Andina, Bogotá.

² Fundación Universitaria del Área Andina, Bogotá.

³ Fundación Universitaria del Área Andina, Bogotá.

⁴ Fundación Universitaria del Área Andina, Bogotá.

* mmartinez103@areandina.edu.co

Resumen

El desarrollo de habilidades investigativas en estudiantes de educación superior en el contexto virtual requiere del uso de tecnología. Lo que significa comprender su capacidad y funcionalidad para afrontar las diversas limitantes en la enseñanza y el aprendizaje de la investigación formativa en línea. De ahí que, este trabajo se enfoca en determinar los recursos educativos digitales abiertos en los diferentes formatos, utilizados en la formación científica de los estudiantes de programas de educación superior virtual. Para cumplir con el propósito, es empleada la metodología de análisis de contenido, para recuperar información procedente de las bases de datos institucionales y sitios web desde bases de datos abiertas. Los principales resultados permiten reflexionar sobre la vinculación y creación de diversos recursos educativos abiertos en el módulo teórico-práctico de formación para la investigación de los estudiantes del semillero de Administración de Empresas Virtual, integrados en Moodle. En consecuencia, adaptar el uso de aplicaciones que contribuyen a la mejora continua del proceso de formación en los semilleros y al incremento del número de estudiantes en proyectos de investigación institucional.

Palabras clave: Recurso educativo digital, formación científica, modalidad virtual.

Introducción

En el sistema educativo colombiano, la investigación formativa en programas de educación superior virtual evidencia obstáculos que los participantes refieren desde la estructura y contenido del curso, módulo o asignatura. Al respecto, se plantea analizar: ¿cuáles son los recursos educativos digitales abiertos, incluidos en el módulo de formación para de la investigación del semillero, en educación superior virtual? Estudios previos como el de Gutiérrez y Salas (2020, p. 6), señalan que “los recursos educativos abiertos de acceso público o privado, según los permisos que otorga el autor o el titular del derecho de autor, los formatos más comunes son: 1. Textuales; 2. Sonoros, 3. Visuales, 4. Audiovisuales; y 5. Multimedia” (2020, p. 6), estos proporcionan acceso e igualdad al conocimiento, con miras a crear experiencias de aprendizaje significativo con menos recursos (Barra et al, 2018, p. 1). En particular, cumplen tres condiciones: son recursos enfocados a realizar acciones educativas cuyo formato es digital, están disponibles en internet y funcionan bajo una licencia de uso libre. Entonces, pueden ser utilizados siempre y cuando sean: educativos, digitales y abiertos. *El primero* integra herramientas para crear esquemas, diagramas, gráficos y tablas, que permiten representar la escritura en diseños visuales a partir de la lectura; *el segundo* corresponde a secuencias de información acústica percibida por el sentido del oído; *el tercero* está representado por imágenes, fotografías, gráficos, ilustraciones, y cualquier elemento que pueda ser captado por el sentido de la vista; *el cuarto* lo constituyen elementos de información secuenciada sincrónicamente que integran lo textual, sonoro y visual; y *el quinto* integra los diferentes formatos antes señalados en forma secuenciada de manera asincrónica. La adaptación a procesos educativos hace posible el trabajo a través de entornos virtuales de aprendizaje en universidades (Ramírez, 2021). Por otro lado, la influencia en la formulación de estrategias de aprendizaje usando tecnologías, por ejemplo, videos de expertos, evaluación por pares, y foros que fortalece el proceso de aprendizaje (Mercado et al., 2019). Para ilustrar lo anterior, Aguirre et al. (2020) menciona que al llevar los recursos educativos abiertos al escenario de formación en investigación se fomentan nuevas experiencias de interacción en red, que favorecen el desarrollo de competencias investigativas. Por consiguiente, se consolida el aprendizaje en los semilleros de investigación en la universidad, lo que posteriormente se ve reflejado en el ámbito profesional (Cuellar et al., 2018). Este documento se estructura en seis apartados: 1. Introducción; 2. Objetivo del proyecto; 3 Metodología; 4. Resultados; 5. Conclusiones; 6. Referencias.

Resultados

Formatos	Recursos educativos digitales abiertos	Recursos vinculados al módulo del semillero virtual
Textuales	Plataforma G° Conqr. https://www.goconqr.com/es	Sí
	Organizadores gráficos: Mapas mentales armónicos - MMA. https://mimind-easy-mind-mapping.softonic.com/android https://play.google.com/store/apps/details?id=com.cryptobees.mimind&hl=es&gl=US https://apps.apple.com/us/app/mimind/id1385633717	Sí
Sonoros	Podcast https://www.wnycstudios.org/podcasts/radiolab/ ; https://cienciaes.com/entrevistas/ ; https://podcasts.google.com/	No
Visuales	Plataforma digital Seesaw (portafolios digitales) https://web.seesaw.me/	Sí
Audiovisuales	YouTube https://www.youtube.com/ https://www.youtube.com/channel/UCmwOOP4ZCGOz874yokYe8LA	Sí
	Videojuegos Educativos (LandYOU) https://apps.giscame.com/glues/index.php?lang=EN http://modul-a.nachhaltiges-landmanagement.de/index.php?id=952&L=1	No
	Juegos: uptake; itystudio https://apkcombo.com/es/uptake-ar/com.Kibla.UptakeAR/ https://itystudio.com/free-trial-contact-form/	No

Multimediales	MediaLab http://medialab.ugr.es/ ; https://medialab.usal.es/ ; https://medialab.unmsm.edu.pe/	No
	Curso en Línea Masivo y Abierto (MOOC) Coursera https://es.coursera.org/	No
	EducaLab, edX, Khan Academy, Stanford Online http://educalab.es/home https://www.edx.org/es https://es.khanacademy.org/ https://online.stanford.edu/	No
	Redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram) http://m.facebook.com https://www.instagram.com https://twitter.com	No
	Webquest Creator, Zunal.com http://www.webquestcreator2.com/ http://zunal.com	No
	Comunidades virtuales de aprendizaje: Edpuzzle, netvibes, Educa Play, kahoot https://edpuzzle.com https://www.netvibes.com/en https://es.educaplay.com/ https://kahoot.com/	No
	Google Drive https://www.google.com/intl/es_co/drive/	Sí
	Personal learning enviroment PLE https://www.symbaloo.com/welcome	Sí
	Traductor de Google https://translate.google.com/?hl=es	Sí

Tabla 1. Clasificación de recursos educativos digitales para la investigación. Elaboración propia.

Conclusiones

Emplear recursos educativos digitales de acceso abierto y desarrollar estrategias de enseñanza y aprendizaje de la investigación posibilita a todos los grupos de interés desarrollar procesos de formación en investigación para la virtualidad. En este sentido, se favorece la comprensión y representación de conceptos que promueven el desarrollo de capacidades, habilidades y competencias científicas, para así dar respuesta a las necesidades investigativas de los estudiantes vinculados en los semilleros virtuales.

Respecto a la relación entre recursos educativos digitales de acceso abierto y los recursos integrados en el módulo de formación para la investigación en el aula virtual Moodle, se encuentra relación con los formatos textuales, visuales y parte de los audiovisuales. Sin embargo, el resultado del estudio demuestra la necesidad de diseñar estrategias pedagógicas enfocadas a promover el uso e integrar los formatos sonoros, audiovisuales (juegos) y multimediales en la investigación formativa.

Referencias

- Aguirre León, C. A., García-Noguera, L. J. C., García Gutiérrez, Z. del P., & Rodríguez Amórtegui, E. D. (2020). La mediación virtual un espacio propicio para la formación en investigación en la educación superior. *IyD*, 7(2), 74–88. <https://doi.org/10.26620/uniminuto.inclusion.7.2.2020.74-88>
- Barra, E., Gordillo, A., & Quemada, J. (2018). Estimación de calidad de objetos de aprendizaje en repositorios de recursos educativos abiertos basada en la interacciones de los estudiantes *Educación XX1*, 21(1), 285-302. <https://doi.org/10.5944/educXX1.20196>
- Cabero-Almenara, J., & Palacios-Rodríguez, A. (2021). La evaluación de la educación virtual: las e-actividades. *RIED, Revista iberoamericana de educación a distancia*, 24(2), 169–188. <https://doi.org/10.5944/ried.24.2.28994>
- Chaljub Hasbún, J. (2019). La plataforma digital Seesaw: su integración en una clase dinámica. *Pixel-Bit, Revista de medios y educación*, 54, 107+. <https://link.gale.com/apps/doc/A581865190/IFME?u=anon~ff54826d&sid=googleScholar&xid=b6910d92>

- Celaya, I., Ramírez-Montoya, M. S., Naval, C., & Arbués, E. (2020). Usos del podcast para fines educativos. Mapeo sistemático de la literatura en WoS y Scopus (2014-2019). *Revista latina de comunicación social*, 77, 179-201. <http://dx.doi.org.proxy.bidig.areandina.edu.co/10.4185/RLCS-2020-1454>
- Cuellar, L., Muñoz Montenegro, E., & Pedraza Hurtado, A. (2018). Estilos de enseñanza y desarrollo de competencias investigativas en educación superior. *Inclusión y Desarrollo*, 5(2), 83-100. <https://doi.org/10.26620/uniminuto.inclusion.5.2.2018.83-100>
- González, J. A. M., Padilla, D. S. B., Ochoa-Angrino, S., & Sáenz, M. B. (2018). Videojuegos educativos y pensamiento científico: análisis a partir de los componentes cognitivos, metacognitivos y motivacionales. *Educación y educadores*, 21(3), 388-408. <http://dx.doi.org.proxy.bidig.areandina.edu.co/10.5294/edu.2018.21.3>
- Gutiérrez, O & Salas, L. (2020). Lineamientos para la promoción y apropiación de recursos educativos abiertos en Instituciones Educativas de Perú y América Latina en el contexto de COVID-19. *IEEE*. <https://www-scopus-com.proxy.bidig.areandina.edu.co/record/display.uri?eid=2-s2.0-85103742140&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&sid=6b9eec64c4b888e3692b3b684289a387&sot=a&sdt=a&sl=38&s=recurso+educativos+digitales+abiertos&relpos=5&citeCnt=0&searchTerm=>
- López, K. & Sevillano, M. (2020). Desarrollo de competencias digitales de estudiantes universitarios en contextos informales de aprendizaje. *Educatio Siglo XXI*, 38(1), 53-78. doi: <https://doi-org.proxy.bidig.areandina.edu.co/10.6018/educatio.413141>
- Pedro Félix, N. C., Núñez Lira, L. A., Sánchez Aguirre, F., Florencio, F. C., Díaz Dumont, J. R., & Uribe Hernández, Y. C. (2020). Mapas mentales armónicos (MMA) como estrategia metacognitiva para la comprensión lectora en estudiantes universitarios. *Apuntes universitarios*, 10(1), 101-118. doi: <http://dx.doi.org.proxy.bidig.areandina.edu.co/10.17162/au.v10i1.423>
- Prendes Espinosa, M. P., & Cerdán Cartagena, F. (2021). Tecnologías avanzadas para afrontar el reto de la innovación educativa. *RIED, Revista iberoamericana de*

educación a distancia, 24(1), pp. 35-53.
<http://dx.doi.org/10.5944/ried.24.1.28415>

Marques Moreira, J. A., Lima Santana e Santana, C., & González Bengoechea, A. (2019). Enseñanza y aprendizaje en redes sociales digitales: el caso Mathgurl en YouTube. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 50, 107-127. <https://doi.org/10.15198/seeci.2019.50.107-127>

Matosas-López, L., Luzardo-Briceño, M., Aguilar-Jiménez, A. S., & Jaimes-Carrillo, L. (2021). Relaciones entre redes sociales y recursos digitales de instrucción en la universidad: comparativa España-Colombia. *Pixel-Bit, Revista de Medios y Educación*, 60, 77-93. <http://dx.doi.org.proxy.bidig.areandina.edu.co/10.12795/pixelbit.77522>

Mercado-Varela, M. A., García-López, R. I., & Lozano-Rodríguez, A. (2019). Aportes de un Curso en Línea Masivo y Abierto (MOOC) sobre la Transferencia del Aprendizaje. *Formación Universitaria*, 12(5), 31+. <https://link.gale.com/apps/doc/A609260993/GPS?u=fuaa&sid=bookmark-GPS&xid=af6ddbc8>

Marques Moreira, J. A., Lima Santana e Santana, C., & Bengoechea, A. G. (2020). Ensinar e aprender nas redes sociais digitais: O caso da Mathgurl no YouTube. *Revista de Comunicação de la SEECI*, 50, 107-127. <http://dx.doi.org.proxy.bidig.areandina.edu.co/10.15198/seeci.2019.50.107-127>.

Novoa-Castillo, P. F., Inga-Arias, M. G., Rivera Muñoz, J. L., Ramos-Palacios, W. F., & Salvatierra Melgar, Á. (2021). Estrategias metacognitivas en plataforma digital para estudiantes universitarios con baja comprensión de textos - ProQuest. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação*, 41 (2), 258-275. <https://search.proquest.com/openview/9f1bc67c09eaa9a00e63050ed2203d8/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1006393>

Ramírez, M. R. (2021). Transformación digital en las Universidades: Proceso en épocas de COVID-19. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação*, 593-602. <http://proxy.bidig.areandina.edu.co:2048/login?url=https://www-proquest->



Ediciones

SUMMA

com.proxy.bidig.areandina.edu.co/scholarly-journals/transformación-digital-en-las-universidades/docview/2493869685/se-2?accountid=50441

- Vidal, I. M. G., Cebreiro López, B., & Casal Otero, L. (2021). Nuevas competencias digitales en estudiantes potenciadas con el uso de Realidad Aumentada. Estudio Piloto. RIED, Revista Iberoamericana de Educación a Distancia, 24(1), 137–157. <https://doi.org/10.5944/ried.24.1.27501>
- Villa, M. I., Marulanda, A., & Molina, T. (2020). La experimentación educativa, social y técnica en los medialabs universitarios. Revista Complutense de Educación, 31(2), 231-240. <http://dx.doi.org.proxy.bidig.areandina.edu.co/10.5209/rced.62114>

Análisis de las exportaciones de café de los años 2019 y 2020 en Colombia

Andrés Felipe Vargas Chavarro^{1*}

¹ Corporación Universitaria de Asturias

* anfevacha@gmail.com

Resumen

Con el paso del tiempo, Colombia ha tenido que afrontar tanto crisis económicas como políticas, gracias en gran medida a la apertura económica que vivió en su momento. El presente trabajo tiene como objetivo analizar el impacto de la pandemia causada por el COVID- 19 en las exportaciones de café en Colombia entre 2019 y 2020, para lo cual se realizó una metodología tipo exploratorio de ámbito cualitativa y cuantitativa y se revisaron los datos de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia en exportaciones de café. Dando como resultado que las exportaciones de café en Colombia antes de la pandemia presentaban un nivel alto y que efectivamente la pandemia produjo una caída sustancial de las exportaciones, así como de los precios en el mercado, debido a el no cumplimiento de la producción original como consecuencia de llevar a cabo una estricta cuarentena, determinada por el gobierno nacional.

Palabras clave: Exportación, impacto económico, pandemia COVID-19, caficultura.

Introducción

Desde la apertura económica en Colombia, las exportaciones de café han presentado un cambio positivo en la economía colombiana y con el tiempo se ha conseguido que el café tenga una posición global con términos de marca y calidad (castaño,2012). Siendo la caficultura un punto de origen para el desarrollo económico social, dado por la influencia del comportamiento del café en los precios, tanto de los internacionales y nacionales en la representación de las inversiones, como en el consumo mismo (Cano et al., 2012). Ahora bien, las consecuencias de la pandemia no se han hecho esperar, generando una crisis económica y comercial tanto en América Latina como en el Caribe, siendo estas las que han sido las más golpeadas, mostrando cifras del gran impacto en las exportaciones, importaciones y logística regional (Cepal, 2020). Caribe siendo estas las que han sido las más golpeadas mostrando cifras del gran impacto en las exportaciones importaciones y logística regional. (Cepal, 2020). Por esto parte esencial para mejorar esta crisis es evaluar en lo posibles estrategias que coadyuden a un surgimiento económico en las exportaciones de café colombiano.

Objetivo del proyecto

Analizar el impacto de la pandemia causada por COVID-19 sobre las exportaciones de café en Colombia entre 2019 y 2020.

Metodología

En este trabajo se utilizó una metodología tipo exploratoria de ámbito cualitativo y cuantitativo, basado en los datos consultados en la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia en exportaciones de café entre 2019 y 2020. Tomando como partida la cantidad de sacos exportados entre dichos años y la variación que estos representaron. Así mismo se analizan los datos que presentan la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, pudiendo establecer el momento del impacto de la pandemia en las exportaciones de café en Colombia.

Resultados

Este trabajo muestra como resultado que al cierre del 2019 las exportaciones de café de Colombia se incrementaron un 7%, representado en 13,7 millones de sacos, siendo cada saco de sesenta kilos de café verde, frente a lo que se exportó en 2018, siendo 12,8 millones de sacos (Fedecafe, s.f.).

Al analizar el comportamiento que tuvieron las exportaciones entre octubre a diciembre de 2019 mostraron un incremento del 6%, lo que significó 3,8 millones de sacos en comparación con 2018, en donde las exportaciones solo lograron ser de 3,6 millones de sacos.

Mientras que para diciembre de 2019 las exportaciones aumentaron 7%, pasando de 1,3 millones de sacos en el último mes de 2018 a 1,4 millones de sacos.

Ahora bien, del mismo modo se logra constatar que las exportaciones en 2020 tuvieron un descenso del 8%, representando un efecto negativo tanto para el comercio internacional como nacional, llegando a diciembre con una caída del 6 % equivalente a 1 millón 300 mil sacos, y a un 3% de decrecimiento con 3,6 millones, cuando la pandemia se encontraba en niveles altos de contagio y las restricciones no permitieron una avance positivo en el sector cafetero.

Exportaciones de café en 2020 (Sacos 60 kg)		Exportaciones de café - Diciembre (Sacos 60 kg)	
Ene - Dic 2020	12.519.000	Diciembre 2020	1.300.000
Ene - Dic 2019	13.674.000	Diciembre 2019	1.386.000
Variación	-8%	Variación	-6%

Exportaciones de café año cafetero (Sacos 60 kg)	
Oct 2020 - Dic 2020	3.631.000
Oct 2019 - Dic 2019	3.760.000
Variación	-3%

Figura 1. Exportaciones de café 2020. Fuente: Federación Nacional de Cafeteros de Colombia.

Conclusiones

Se concluye que con este trabajo que para hacer frente a una pandemia hay que avanzar hacia una facilitación de un comercio y una logística nacional directa y práctica, siendo este punto relevante para lograr un suministro oportuno en la producción y distribución de café.

Adicionalmente, se concluye que las nuevas tecnologías son prioritarias, siendo herramientas que permiten enlazarse con la logística con el fin de abastecerse en periodos largos de confinamiento.

Para finalizar, no siendo menos importante que las anteriores, es necesario tener un buen plan de contingencia que permita hacer frente a situaciones extremas, en donde se incluyan controles de producción y distribución de la demanda de café colombiano.

Referencias

Cano, G., vallejo, C., Caicedo, E., Amador, J, y Tique, E (2012). El mercado mundial del café y su impacto en Colombia. *Borradores de Economía* 710, 2-56 <https://doi.org/10.32468/be.710>

Cataño, G. (2012). El café en la sociedad colombiana. *Revista de economía institucional*, 14(27), 255-272. <https://bit.ly/3HUGYFG>

CEPAL, N. (2020). *Los efectos del COVID-19 en el comercio internacional y la logística*, <https://bit.ly/3ykubt5>

Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (s.f.). *Producción de café de Colombia cerró el 2019 en 14,8 millones de sacos. Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. Consultado el 10 de septiembre del 2021.* <https://bit.ly/39Qe39k>

Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (s.f.). *Producción de café de Colombia en 2020 fue de 13,9 millones de sacos. Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. Consultado el 10 de septiembre del 2021.* <https://bit.ly/3HSmSvW>

