Resúmenes de Eventos

Conocimiento y usos frente a las plataformas digitales

Knowledge and uses of digital platforms

Olga Lucía Hurtado Cardona[1]

[1] Facultad de Ciencias Administrativas, Pereira, Risaralda, Colombia

Cómo citar este artículo:
Hurtado Cardona, O. (2024). Conocimiento y usos frente a las plataformas digitales. *GestióN Ingenio Y Sociedad, 0*, 1-4. Recuperado de http://gis.unicafam.edu.co/index.php/gis/article/view/140

Aprobado: 2023-10-24 13:34:45

Correspondencia: Olga Lucía Hurtado Cardona. Fundación Universitaria Comfamiliar Risaralda ohurtado@uc.edu.co

INTRODUCCIÓN

El objetivo de esta investigación es analizar el conocimiento y usos que se poseen frente a las plataformas digitales por parte del grupo objetivo participante en el estudio, el cual estuvo conformado principalmente por personas económicamente activas en áreas comerciales, de servicios y de educación, ubicadas en Pereira y Dosquebradas, pertenecientes a un estrato social medio, con edades entre los 18 y 40 años. En cuanto a esto, existe consenso en la comunidad científica respecto a que este rango de edad es un momento privilegiado para el aprendizaje y práctica del desarrollo de las habilidades sociales (Lacunza & González, 2011).

Las plataformas digitales han pasado a constituir una parte importante y creciente de nuestro diario vivir, a tal punto que difícilmente podemos concebir actividades como desplazarnos, alimentarnos, hacer compras y cumplir con obligaciones familiares y burocráticas sin la existencia de las mismas (Fernández & Benavides, 2020). Desde el punto de vista empresarial, permiten solucionar todo tipo de necesidades en un solo lugar, identificar y evaluar rápidamente posibles proveedores con el fin de conseguir los precios y calidad requeridos.

Por otro lado, ante la sacudida en los sectores comerciales a causa del Covid-19, donde hubo afectaciones tanto en la oferta como en la demanda, las plataformas digitales conectaron las personas, lograron el relacionamiento, generaron empleo y entretenimiento; es decir, dieron la posibilidad de satisfacer necesidades ilimitadas que tiene la humanidad, transformando con más facilidad los procesos o las tareas que ejecuta una población en busca de seguridad, comodidad, eficiencia y rapidez (Fernández & Benavides, 2020). Hoy en día, la convergencia digital cubre la totalidad de las transacciones físicas y financieras de los sectores convencionales y de los sectores basados en conocimiento. Este es un proceso de doble vía porque el desarrollo de las tecnologías ha retroalimentado, potencializado y dinamizado aún más el cambio tecnológico (Pereira Abagaro, et al., 2021).

Fedesarrollo, quien llevó a cabo su primer estudio sobre el impacto de las plataformas digitales en Colombia, realizó un sondeo a los usuarios prestadores de servicios y negocios aliados, arrojando resultados que evidencian el potencial de la llamada “economía colaborativa”, aduciendo que las ventas de los comercios por estar en las plataformas digitales aumentan significativamente, estimando participaciones importantes en el PIB nacional. En ese sentido, se resalta para el presente estudio que, no se pretende dar respuestas definitivas acerca de las plataformas digitales, sino realizar una reflexión al respecto, y señalar, a rasgos generales, algunas de las situaciones experimentadas por quienes las usan en su cotidianidad. Por todo lo anterior, es de gran importancia conocer e

identificar cómo avanza la cultura digital, basados en el hecho de haber vivido una transición de manera apresurada, con el crecimiento exponencial de la tecnología y la ciencia.

MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación es concluyente-descriptiva, cuyo principal objetivo es la descripción de características o funciones del mercado (Malhotra, 2008). Para Tamayo (2004), este tipo de investigación brinda la posibilidad de trabajar sobre realidades de hecho, caracterizándose por una interpretación adecuada de la información. Se diseñó, por tanto, un cuestionario tipo encuesta, con el fin de abordar el objetivo planteado. Con el propósito de obtener representatividad de la población, la cual es de carácter infinito, se recurrió a una técnica de muestreo probabilística aleatoria simple, obteniendo un tamaño de muestra equivalente a 227 personas, con un nivel de confiabilidad del 96% y un margen de error del 6,5%; no obstante, se contó con 230 respuestas.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El uso de plataformas digitales se ve representado en mayor proporción en los campos comerciales, de servicios y educativo en una razón del 60%, con el fin de desarrollar con mayor efectividad su labor; por ejemplo, en las instituciones de enseñanza es preciso diseñar materiales digitales, cursos *online*, evaluaciones alternativas y bases de datos. El estudio indica que el 91,3% presenta una tendencia al consumo de equipos inteligentes como los *smartphones*, ya que les permite tener a la mano un mayor control y rápido manejo de dichas plataformas. Este resultado tiene coherencia con el objeto de estudio realizado por la CRC (Comisión de Regulación de Comunicaciones) y Venta de Equipos Terminales Móviles (ETM), quienes argumentan que el sector de equipos de informática y telecomunicaciones presentó la variación más alta (19,3%) entre los años 2020 y 2021; de hecho, Colombia fue el segundo país de la región en términos de venta de ETM, antecedido por el mercado brasilero. De acuerdo al comportamiento de los usuarios en el conocimiento de plataformas digitales se analiza que el 70% posee gran conocimiento y capacidad de interacción con éstas, ya que las comprenden como sitios ubicados en Internet a los cuales pueden acceder sirviendo como canales de comunicación rápidos y efectivos.

En la primera década del siglo XXI, tal y como mencionan Conde & Boza (2019), comenzó a formarse la ‘generación red’ donde la juventud se percibe como un grupo social estrechamente ligado a la digitalización y a las redes (Crovi, 2010). Una generación caracterizada por utilizar equipos inteligentes, de cómputo, y portátiles, con conexión a internet que aprenden a través de comunidades virtuales. Para Cataldi & Dominighini (2015), las personas nacidas entre los años 1980 y 2000 se desarrollaron en contextos sociales con medios tecnológicos y ahora utilizan las TIC de forma productiva, están familiarizados con el uso de correos electrónicos, videojuegos, redes sociales, cámaras digitales, buscadores en internet, video chats, geo-localizadores y sistemas inalámbricos. En la segunda década del nuevo milenio, investigaciones han demostrado que la frecuencia del uso de Internet por parte de los jóvenes ha incrementado notablemente (Boyd, 2007; Villani, 2001; Wolak, & Finkelhor, 2002).

Por otro lado, los resultados de la presente investigación señalan que la proporción de uso en redes sociales es del 95,2%, donde las más populares o frecuentadas por las personas son *Facebook* e *Instagram*, seguidas por las plataformas digitales de comercio electrónico con un 84%. Finalmente, con una participación del 80%, están las plataformas de pago que gozan de gran impacto en la sociedad y que son utilizadas para enviar y recibir dinero de una manera rápida y efectiva.

Para los participantes en este estudio, es valioso que las plataformas digitales sean muy intuitivas y de fácil manejo, pues entre más se simplifique su uso, más impactos positivos tendrán en el día a día de los usuarios. Lo anterior, se sustenta en los resultados obtenidos donde la rapidez y la facilidad de manejo tienen un peso del 65% y 64% respectivamente, seguidas muy de cerca por aspectos como la agilidad y claridad de la información, donde ambas obtienen un 63% de relevancia.

Las plataformas digitales traen consigo indudables transformaciones que influyen de manera positiva o negativa en la vida cotidiana de las personas, en este caso, un estudio realizado en el mes de septiembre de 2021 muestra unos resultados donde tres cuartas partes de la sociedad considera que éstas influyen de manera absoluta en sus vidas. En una

ciudad como Pereira y un municipio como Dosquebradas, donde la población está conformada por casi 700 mil habitantes, la era digital se ha permeabilizado de diferentes formas, pero sin duda alguna éstas ha generado desarrollo de forma económica y social y, por tanto, es necesario conocer su inmersión en nuestra sociedad.

CONCLUSIONES

A raíz de diversas situaciones vividas durante el periodo de pandemia, se derivó un gran protagonista: los medios digitales, ya que estos ayudaron a estar en conectividad con los procesos comerciales, educativos, laborales y personales, entre otros, donde se evidenció que los de mayor acceso a éstos eran jóvenes que buscaban seguir con su vida cotidiana y trabajar por medio de dichas plataformas. En cuanto al conocimiento que los usuarios poseen sobre el manejo de plataformas digitales, se puede concluir que más del 50% de quienes hicieron parte de esta investigación, tienen gran interacción con ellas, en especial las redes sociales, las cuales han sido un medio no solo de comunicación, sino también que se han convertido en un canal a través del cual las personas son laboralmente activas, mostrando y desarrollando sus conocimientos en diferentes campos. Lo anterior está soportado más claramente en la noticia del Diario Portafolio, donde se plantea que las plataformas digitales impulsan la productividad, dado que sus beneficios se propagan por emulación entre empresas, se proyectan en las cadenas de valor y facilitan la digitalización de los negocios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Boyd, D. (2007). Why youth social network sites: The role of networked publics in teenage social life. Youth, Identity, and Digital Media, 16, 118-142.

Cataldi, Zulma & Dominighini, Claudio. (2015). La generación millennial y la educación superior. Los retos de un nuevo paradigma. Revista de Informática Educativa y Medios Audiovisuales. Facultad Regional Buenos Aires. Universidad Tecnológica Nacional. Vol. 12(19), págs.14-21. 2015 ISSN 1667-8338

Comisión de Regulación de Comunicaciones (2021). CRC. https://www.crcom.gov.co/es/biblioteca-virtual?palabras=&tipo-documento=170

Conde Vélez, Sara, & Boza Carreño, Ángel. (2019). La educación del futuro: perspectiva del alumnado. Validación de una escala. Apertura (Guadalajara, Jal.), 11(2), 86-103. https://doi.org/10.32870/ap.v11n2.1518

Crovi, D. (2010). Jóvenes, migraciones digitales y brecha

tecnológica. Revista mexicana de ciencias políticas y sociales, 52(209), 119-133. Recuperado en 30 de octubre de 2022, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-19182010000200008&lng=es&tlng=es

Diario Portafolio (2021). Noticias de economía y negocios en Colombia y el Mundo. https://www.portafolio.co/opinion/otros-columnistas-1/plataformas-digitales-en-colombia-542481

Fedesarrollo (2021). Las plataformas digitales, la productividad y el empleo en Colombia. https://www.fedesarrollo.org.co/es/content/memorias-del-evento-virtual-las-plataformas-digitales-la-productividad-y-el-empleo-en

Fernández, C. & Benavides, J. (2020). Las plataformas digitales, la productividad y el empleo en Colombia. Bogotá: Fedesarrollo, 66 p.

Malhotra, Naresh K. (2008). Investigación de Mercados. Quinta Edición. Pearson Educación, México.

Ministerio de las TIC. (2021). MinTic. https://mintic.gov.co/portal/inicio/Oferta-Institucional/Venta-de-Equipos-Terminales-Moviles/

Municipios en Colombia. (2021). Información sobre pueblos y ciudades de Colombia. https://www.municipio.com.co/

Lacunza, A. B., & de González, N. C. (2011). Las habilidades sociales en niños y adolescentes. Su importancia en la prevención de trastornos psicopatológicos. Fundamentos en humanidades, 12(23), 159-182.

Pereira Abagaro, C., Boy, M., Rosales Flores, R. A., Marmolejo, J., Muñoz Muñoz, C. (2021). La Pandemia Social COVID-19 en América Latina. Teseo.

Tamayo, M. (2004). El proceso de la investigación

científica. Editorial Limusa.

Villani, S. (2001). Impact of media on children and adolescents: A 10 years review of research. Journal of American Academic of Child and Adolescent Psychiatry, 40(4), 392-401.

Wolak, J., Mitchell, K., & Finkelhor, D. (2002). Close online relationship in a national sample of adolescents. Adolescence, 177(37), 441-456.