

Para citar este artículo: García- Mogollón, A. M., (2022). "Uso de Plataformas Digitales en los Hábitos de la Población Nortesantandereana de Millennials y Centennials". In *Vestigium Ire*. Vol. 15-2, pp. 86-109 .

Uso de Plataformas Digitales en los Hábitos de la Población Nortesantandereana de Millennials y Centennials

Use of Digital Platforms in the Habits of Northernanderean Population of Millennials and Centennials

Utilisation des plates-formes numériques dans les habitudes de la population nord-santandereana des milléniaux et des centenaires

Utilização de Plataformas Digitais nos Hábitos das Nortesantandereana População de Milenares e Centenárias

Fecha de recepción: 07 mayo de 2022

Fecha de aprobación: 24 de junio de 2022

Ana Milena García Mogollón¹

86



Resumen

El uso de las herramientas y plataformas digitales entre las cuales se encuentran las redes sociales con el inicio de la pandemia del Covid 19, han impactado profundamente la convivencia y las relaciones humanas de muchos jóvenes a nivel global, en Latinoamérica. Los hábitos de consumo en la internet, el uso de herramientas tecnológicas difiere de acuerdo a las edades, condiciones socioeconómicas entre otros aspectos. Para la realización del estudio se adoptó una metodología cuasi experimental, diseño transversal con el fin de examinar el comportamiento y las tendencias digitales de las personas en dos grupos generacionales. Se utilizó el muestreo por conveniencia de naturaleza no probabilística a una muestra clasificada

de acuerdo a la edad como se explica Millenials y Centennials de la región Norte santandereana, en tendencias digitales, uso de redes sociales, competencias de compras por internet, consumo digital, entre otros aspectos del ecosistema digital. Se evidenció un mayor uso de redes sociales y plataformas de distinta índole donde el tipo de conexión más utilizado fue banda ancha y conexión wifi. Se consideran distintos niveles de adaptación al uso de herramientas digitales en un nivel básico de competencias digitales según el Marco Europeo para esta población objeto de estudio.

Palabras clave:

Ciencias de la información, cambio tecnológico, medios electrónicos

¹ Magíster en Administración de Organizaciones, Esp. Tecnológica en sistemas de Trazabilidad en la Industria de Alimentos. Administración de Empresas. Ingeniera de Producción Agroindustrial. Docente Universidad Santo Tomás, Seccional Tunja. Correo electrónico: ana.garciam@usantoto.edu.co ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3563-0382> Boyacá, Colombia

Abstract

The use of digital tools and platforms, among which are social networks with the start of the Covid 19 pandemic, have deeply impacted the coexistence and human relationships of many young people globally, in Latin America; countries like Colombia is no exception. Digital content consumption habits and the use of technological tools are different according to age, socioeconomic conditions, among other aspects. Inhabitants of many regions of the world were affected and influenced by the health emergency conditions that directly impacted the new living conditions of people, due to the various measures that governments took in the new normality. To carry out the study, a quasi-experimental methodology was changed, a cross-sectional design in order to examine the behavior and digital tendencies of people in two groups. The one demonstrated for convenience of a non-probabilistic nature was shown to a sample which was divided into two generational groups classified according to age as explained Millennials and inhabitants of the North Santander region, for the analysis of digital trends in the use of social networks, skills in online shopping, digital consumption, among other aspects of the digital ecosystem. There is evidence of a greater use of social networks and platforms of a different nature where the most used type of connection was broadband and Wi-Fi connection. Different levels of adaptation to the use of digital tools are considered at a basic level of digital skills according to the European Framework for this population under study.

Keywords:

Information science, technological change, electronic media

Résumé

L'utilisation d'outils et de plateformes numériques, y compris les réseaux sociaux avec le début de la pandémie de Covid 19, a eu un impact profond sur la coexistence et les relations humaines de nombreux jeunes dans le monde et en Amérique latine. Les habitudes de consommation de l'internet et l'utilisation des outils technologiques diffèrent selon l'âge, les conditions socio-économiques et d'autres aspects. L'étude a adopté une méthodologie quasi-expérimentale et un plan transversal afin d'examiner le comportement et les tendances numériques des personnes appartenant à deux groupes générationnels. Un échantillonnage de convenance de nature non probabiliste a été utilisé pour un échantillon classé en fonction de l'âge, tel qu'expliqué par les Millennials et les Centennials dans la région de Santander Nord, en termes de tendances numériques, d'utilisation des réseaux sociaux, de compétences en matière d'achats en ligne, de consommation numérique, entre autres aspects de l'écosystème numérique. On constate une plus grande utilisation des réseaux sociaux et des plateformes de différents types où le type de connexion le plus utilisé est le haut débit et la connexion wifi. Différents niveaux d'adaptation à l'utilisation des outils numériques sont considérés comme un niveau de base de compétences numériques selon le cadre européen pour cette population étudiée.

Mots clés:

sciences de l'information, changement technologique, médias électroniques.

Resumo

A utilização de ferramentas e plataformas digitais, incluindo redes sociais com o início da pandemia de Covid 19, teve um impacto profundo na coexistência e nas



relações humanas de muitos jovens a nível mundial e na América Latina. Os hábitos de consumo da Internet e a utilização de ferramentas tecnológicas diferem de acordo com a idade, condições socioeconómicas e outros aspectos. O estudo adoptou uma metodologia de concepção quase experimental e transversal, a fim de examinar o comportamento e as tendências digitais das pessoas em dois grupos geracionais. Foi utilizada uma amostragem de conveniência de natureza não-probabilística para uma amostra classificada de acordo com a idade, como explicado por Millennials e Centennials na região Norte de Santander, em termos de tendências digitais, utilização de redes sociais, capacidades de compras em linha, consumo digital, entre outros aspectos do ecossistema digital. Houve provas de uma maior utilização de redes sociais e plataformas de diferentes tipos onde o tipo de ligação mais utilizado era a banda larga e a ligação wifi. Diferentes níveis de adaptação à utilização de ferramentas digitais são considerados a um nível básico de competências digitais de acordo com o Quadro Europeu para esta população do estudo.



Palavras-chave:

ciências da informação, mudança tecnológica, meios electrónicos.

Introducción

Las tecnologías digitales son actualmente uno de los recursos más utilizados entre los estudiantes, los cuales se encuentran en las redes sociales del ecosistema digital y que permite revisar un patrón de participación dentro de las diferentes plataformas que marcan las pautas de consumo digital, como lo son las distintas características en cada generación, especialmente, aquellos conocedores de la tecnología, y sus diferentes formas de interactuar la importancia de la experiencia de compra

a través de los dispositivos móviles, los Smartphone, Tablet, computadores, etc. Estos hábitos de consumo de contenido digital, el uso de herramientas tecnológicas puede diferir de acuerdo a las edades, las condiciones socioeconómicas entre otros aspectos.

Si bien se tienen muchos marcos para pensar sobre el uso de la tecnología digital en las escuelas, faltan marcos adecuados para describir el uso de la tecnología digital en contextos informales (Twining, 2021 párr. 1).

En el estudio se analizaron las tendencias digitales en el uso y la apropiación de herramientas con el fin de indagar la participación de hombres y mujeres de una región particular, zona limítrofe con Venezuela cuya población se categorizó por sus edades como *Millennials* y *Centennials* los cuales tienen una familiaridad y entendimiento con una comunicación digital en el Internet.

Estudios actuales como el desarrollado por Epie y Kala (2020) afirman que:

Para las universidades y las Instituciones de Educación Superior (IES) de los países en desarrollo, especialmente aquellos que gastan mucho sus recursos en infraestructura de TI y capacitación del personal sin considerar los comportamientos de uso de información de sus estudiantes.

Esto nos da a entender que son necesarios los estudios que permiten identificar la forma en que los jóvenes utilizan las redes sociales y las diferentes plataformas, no solo para informarse e interactuar grupalmente a través de los diferentes dispositivos digitales, sino también para realizar actividades diversas en lo que respecta a tiempo de ocio por los tiempos que se establecieron en las cuarentenas decretadas en meses en que se dio la

emergencia sanitaria a causa del covid-19.

De igual forma en tiempos de distanciamiento físico, durante la pandemia Covid-19, gran parte de la población con acceso a internet recurrieron a la comunicación digital para reemplazar las interacciones entre personas. Sin embargo, persiste una desigualdad digital que sugiere que no todos tienen la misma disponibilidad igualmente capaz o dispuesto a aumentar la comunicación digital durante una crisis de salud pública (Nguyen et al., 2021).

¿Bajo qué condiciones se dan las diferentes actividades del uso de herramientas digitales de acuerdo a las distintas generaciones?

De esta forma, se detallan las capacidades digitales de dos poblaciones generacionales: *Millennials* o generación Y (personas nacidas entre 1981 y 1996) y *Centennials* o Generación Z (nacidos a partir de 1995 y hasta el presente) en una pequeña muestra de jóvenes en época de pandemia dentro de la emergencia sanitaria del Covid-19, en donde los cambios acelerados en los hábitos de consumo digital, están plateando nuevos estilos de vida en diferentes contextos los cuales se han venido desarrollando en la última década, y de manera acentuada en la interacción social, en el uso de herramientas de la web, especialmente en las plataformas educativas comerciales, redes sociales y otras relacionadas con el entretenimiento dependiendo de las características competencias y cultura digital que difieren en la población, en su nivel de acceso de los individuos y en diversas generaciones.

Es así, tal como se expresa a continuación:

La pandemia de Covid-19 ha introducido la noción de la 'nueva normalidad' en la vida diaria al influir profundamente en la forma en que solíamos vivir, estudiar y trabajar. Durante estos tiempos sin precedentes, la rápida transición del

aprendizaje presencial tradicional al aprendizaje digital se observa como un cambio de paradigma en la educación superior. (Shah et al., 2021, p. 169).

En poco tiempo estas generaciones serán la mayor fuerza laboral en el mundo, quienes están expuestos a una sobreexposición en la era de la información, pero con grandes incertidumbres de diversa índole y altas tasas de desempleo sin precedentes.

En Latinoamérica se han realizado estudios a través de la Corporación Latinobarómetro (2018) que es una ONG sin fines de lucro con sede en Santiago de Chile, la cual cuenta con una participación de 18 países de América Latina y dispone de una base de datos, con un conjunto de análisis de opiniones que discuten ítems entre los cuales se encontraron porcentajes de acuerdo a ciertas afirmaciones respecto de la economía digital como: controlar el funcionamiento de los electrodomésticos de su hogar desde el celular (34,5%), controlar el estado de su salud a través de una aplicación en su celular (26.9%), utilizar su celular para pagar las cuentas del banco (37.6%), aprender más habilidades asociadas a las nuevas tecnologías (computación, programación) que lo preparen mejor (40,3), depositar sus ahorros en un banco donde las inversiones las decidan robots inteligentes. (11,1%), comprar algún producto o servicio a través de comercio electrónico (25.3%) (Latinbarometro, 2018).

El porcentaje de participación de población de cada ítem sugiere un mayor interés por el aprendizaje de habilidades asociadas a las nuevas tecnologías, por cuanto la participantes que hicieron parte del estudio, estiman cambios que se están presentando actualmente como son los tramites en línea, que cada vez más usuarios esperan encontrar en las instituciones que ofertan servicios en el estado, desde lo público,

entre otras actividades que estarán inmersos como pueden ser entidades de educación y de trabajo entre muchas otras actividades cotidianas, denominadas por el foro económico mundial como el nuevo reinicio, con las nuevas tecnologías. Si bien la mayor parte del interés académico inicia en las redes sociales surgen estudios de comunicación, estudios de internet, que se complementan con un interés creciente de los estudios de ciencias sociales, a medida que llegamos a ver las redes sociales como un lugar en el que la gente se asocia (Miller et al., 2016, p. 20).

Para efectos de caracterización de la población *Millennials* y *Centennials* de la región nortesantandereana se observaron variables que describen las diferentes formas de acceso a la internet, uso frecuente de dispositivos electrónicos, plataformas de redes sociales entre otros, así como el principal contenido digital según sus preferencias en la internet, y su utilización en el consumo digital. Se observa un mayor uso y por ende mayor influencia de las redes sociales enfocados en actividades de tipo social que supone gran parte del tiempo que se destina y emplea a la consulta de diferentes redes sociales, lo que puede dar pie a un abuso de estas redes y la existencia de problemas de adicción causando todo tipo de problemas en la salud.

En el estudio se observaron las principales tendencias de uso de herramientas digitales en las cuales participaron personas que hacen parte de las comunidades *Centennials* y *Millennials* de esta región en particular, en las que se establecieron con diversas formas de conexión, dispositivos digitales de mayor uso según sus posibilidades, formas de pago frecuentes, conectividad, uso de redes sociales en cuanto a plataformas más utilizadas, al igual que los dispositivos más usados, temas de interés y sus contenidos digitales.

Marco Teórico

Los nacidos en 1980 o después son “nativos digitales” mientras que los nacidos antes de 1980 son “inmigrantes digitales”. Los defensores de esta idea afirman que, no solo esta generación tiene sofisticados habilidades en el uso de tecnologías digitales, pero también que, a través de su exposición a estas tecnologías, han desarrollado radicalmente nuevas capacidades cognitivas y estilos de aprendizaje (Margaryan et al., 2011).

En el marco de competencias digital para ciudadanos el cual fue propuesto por la Unidad de capital humano y empleo de la dirección general de empleo asuntos sociales e inclusión de la comisión europea plantea 5 dimensiones entre las cuales se observan:

- Dimensión 1 Áreas de competencia identificadas como parte de la competencia digital
- Dimensión 2: Descriptores de competencias y títulos pertinentes a cada área
- Dimensión 3: Niveles de competencia para cada competencia
- Dimensión 4: Conocimientos, habilidades y actitudes aplicables a cada competencia
- Dimensión 5: Ejemplos de uso, sobre la aplicabilidad de la competencia a diferentes propósitos (Carretero et al., 2017, p. 10).

La incorporación de las tecnologías también ha generado nuevos entornos comunicativos que detonan a su vez nuevas formas de relación social, principalmente dentro de cualquier ámbito cotidiano en

el que se desarrollan los jóvenes, quienes constituyen el sector de la población que accede primero y el que mayor uso hace de los nuevos dispositivos tecnológicos que van surgiendo (González, 2018).

En consecuencia, los *Millennials*, particularmente, son hoy por hoy el grupo poblacional más representativo en el Mundo. Por ende, sus acciones y decisiones representan un gran impacto que obliga a los líderes transformacionales crear espacios para un desarrollo positivo de los seguidores en sus reacciones y la forma de responder en contextos actuales. Mientras las pasadas generaciones les tocó someterse a los patrones claros que dejó la Revolución Industrial sobre cómo trabajar, gastar e incluso soñar; a estos jóvenes ciudadanos les tocó la revolución de la información (Cifuentes, 2017). La forma como los *Centennials* entienden el mundo en su patrón de comportamiento varían de acuerdo a las condiciones en las que puede desarrollar habilidades tecnológicas según el acceso a la internet y pueden relacionar el éxito con las redes sociales.

Para aspectos concernientes a los procesos de aprendizajes, estas dos generaciones se sienten más atraídos por procesos de aprendizaje colectivos. Se observa una teoría que describe esta forma de cómo se aprende, es el caso de Albert Bandura quien apoya un enfoque cognitivo-social, basado en la conducta humana y su interacción entre el sujeto (interpretaciones) y el entorno (castigos y respuestas) es decir se centra el foco de su estudio sobre los procesos de aprendizaje en la interacción entre el sujeto y el entorno en torno a las repeticiones de comportamientos que vemos en los demás.

En la medida que los internautas pasan más horas en redes sociales, existe una relación directa con la tecnología y la

sociedad de la era digital y mayor será la adquisición de conocimientos de esta índole. El estrés es uno de los sentimientos que estas generaciones experimentan con mayor frecuencia esta población y es mayor en las mujeres. De acuerdo a un estudio de Deloitte Global (2020) las mujeres sienten más estrés en comparación con los hombres, este fue de siete puntos porcentuales más alto que hombres entre *Millennials* (47% a 40%) y 11 puntos más para la Generación Z (53% a 42%) (p. 4).

Esta situación puede generar conductas en las personas que utilizan estas redes y que puede estar influenciada en este tipo de sentimientos. El surgimiento en la era de la información, ha puesto de relieve el importante papel que desempeña la información, el conocimiento y la tecnología pueden ayudar a facilitar el desarrollo socioeconómico. El uso efectivo de la información y el conocimiento se están convirtiendo en el factor más crítico para un rápido crecimiento económico y creación de riqueza y mejora del bienestar socioeconómico (Ojanperä, Graham & Zook, 2019).

De otro lado se observó que más de dos tercios del mundo ahora usa un teléfono móvil (67%), mientras que casi el 60% ciento de la población usa Internet. En cuanto a las redes sociales se ha superado la marca del 50% ciento, y los últimos datos muestran que esta cifra se ha aumentado en casi el 53% ciento. Más de 9 de cada 10 usuarios de Internet en el mundo se conectan a través de dispositivos móviles, pero dos tercios todavía se conectan a través de computadoras (Hootsuite, 2020). Es probable que esta tendencia en el uso de los teléfonos móviles para conectar con internet al igual que el uso de las redes sociales continúen. Si bien una plataforma puede tener una identidad coherente con respecto a la empresa que lo posee, o



incluso una infraestructura consistente, todavía es sujeto a cambios constantes.

De acuerdo a la CEPAL (2020), la transformación digital conlleva alteraciones que están desencadenando innovaciones en los modelos de negocio y consumo, transformando los sistemas de producción y las cadenas de valor, reorganizando sectores económicos, generando nuevas dinámicas en el mundo del trabajo, creando bienes y servicios inteligentes e introduciendo nuevas condiciones de competitividad (p. 11). Asimismo, el comportamiento del consumidor ha cambiado significativamente debido a la innovación y adopción ubicua de dispositivos portátiles, directamente contribuyendo en cómo interactuamos y usamos el comercio social para tomar decisiones y comprar en línea. El uso creciente del marketing digital y las redes sociales han influido positivamente en las actitudes de los consumidores hacia las compras en línea con una participación de mercado creciente para las organizaciones centradas en el comercio electrónico (Dwivedi et al., 2021, p. 2). Aun siendo propositivos y elogiando cada una de las ventajas disruptivas que trae las nuevas tecnologías no es conveniente decir que lo positivo de la pandemia es introducir cambios radicales en nuestro estilo de vida con gran rapidez (World Economic Forum, 2020).

Estos cambios solo son posibles de adoptar cuando existen igualdad de condiciones de poblaciones incluyendo aquellas en condición de vulnerabilidad como es el caso de las miles de personas en la región y en el mundo, que precisamente a raíz de la pandemia han perdido su trabajo, aspectos de distan en la actualidad de un mundo interconectado como sucede en muchas otras regiones y localidades del planeta no solo en ciudades de Latinoamérica, donde la conexión es un servicio que hace de

parte de los servicios públicos que brindan empresas privadas como el saneamiento básico, o la electricidad y en el que para muchas familias no es una prioridad dentro de las necesidades básicas insatisfechas.

Por tanto, aprovechar la pandemia para garantizar el gran reinicio y la oportunidad que tienen las nuevas tecnologías representadas en la automatización del trabajo a través de robots e inteligencia artificial dado que puede ser incierto para aquellos puestos de trabajo que requieren habilidades esenciales y que estarán siendo reemplazados en gran parte del mundo, con base en la economía en la era de la información y las nuevas tendencias digitales, como lo afirma el Foro Económico Mundial, organismo de tipo supranacional. Nada más alejado de la realidad si se tiene en cuenta comunidades en regiones como el departamento de Norte de Santander Colombia que cuenta entre otras cosas con graves problemas típicos de conectividad y uso de las TIC en especial el sector educativo, o en cobertura en zonas rurales y urbanas etc.

Del uso de estas nuevas tecnologías y su adaptación a las formas laborales de las naciones dependerá el futuro del desarrollo económico de gran parte de la población. Aun no habiendo comenzado esa transformación digital en algunas regiones y países en desarrollo, por las diferentes causas mencionadas, en las que se ven enfrentados gran parte de la sociedad.

¿Qué posibilidades tendrán las futuras generaciones de incursionar en la economía digital y cuales sus oportunidades de transición respecto de países desarrollados?

Metodología

Para la realización del estudio se adoptó una investigación no experimental con

una estrategia metodológica que utilizó el cuasi experimental, diseño transversal donde no se manipulan las variables, solo se observan y se miden e identifican fenómenos relevantes. Esta constituye la base para estudios posteriores de tipo correlacional y experimental (Pimienta y De la Orden, 2014, p. 68). Se utilizó el muestreo por conveniencia de naturaleza no probabilística a un número de 113 de personas divididos en dos grupos generacionales clasificada de acuerdo a la edad en *Millennials* o generación Y (personas nacidas entre 1981 y 1996) y *Centennials* o Generación Z (nacidos a partir de 1995 y hasta el presente). El método de la encuesta de campo se utilizó para recopilar los datos primarios de la población mediante el uso de una estructura cuestionario que se basó en la plataforma de google forms. Esta metodología es particularmente útil para estudiar problemas en los cuales no se puede tener control absoluto de las situaciones. De hecho, estos métodos también permiten utilizar el paradigma contrafactual de causalidad sobre la base de situaciones observadas en las que no hay asignación deliberada y aleatoria a los grupos de intervención y control. Por ello, una característica de los cuasiexperimentos es el incluir “grupos intactos”, es decir, grupos ya constituidos (Segura, 2003, p. 1). La encuesta se realizó en un diseño transversal descriptiva, mediante estudios observacional que tuvieron como fin medir varias características en cuanto al ecosistema digital en las que se encuentran inmersos gran parte de la población en especial las generaciones *Millennials* y *Centennials*, en un momento dado en este caso un periodo de un mes en el año 2020. El diseño de una encuesta transversal debe considerar aspectos relacionados con la población que se estudiará, los sujetos de quienes se obtendrá información y la información que se busca captar (Hernández y Velasco, 2000). Los diseños transversales

suelen incluir individuos con y sin la condición en un momento determinado (medición simultánea) y en este tipo de diseño, el investigador no realiza algún tipo de intervención (interferencia) (Rodríguez y Mendivelso, 2018).

Resultados

Países en desarrollo los cuales se han caracterizado, precisamente por la inequidad, la falta de oportunidades, la corrupción, son factores estructurales que afectan enormemente a su población. Por tanto, deja grandes interrogantes en lo que respecta a la conexión de internet de la mayor parte de la población como parte del desarrollo del nuevo reinicio y la utopía de los nuevos estilos de vida y otras actividades basadas en la sociedad de la era digital que hacen parte del bienestar humano. De acuerdo al Foro Económico Mundial (World Economic Forum, 2021), para las organizaciones, hay un aumento constante de la dependencia de los análisis que utilizar tecnologías habilitantes como sensores, el Internet de las cosas (IoT: internet habilitado red de objetos físicos que pueden conectarse y al intercambiar datos con otros dispositivos y sistemas), robótica y computación ambiental, todos los cuales depende sobre las enormes cantidades de datos que provienen de nuestra mucha interacción digital (p. 329).

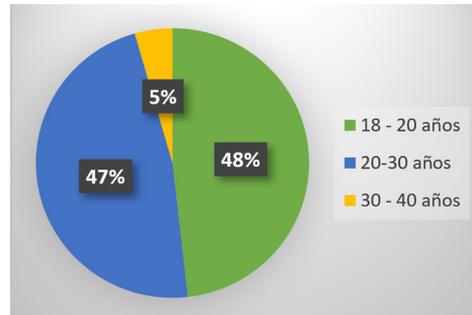
Conectividad

Los participantes en el estudio se clasificaron género masculino (48,5 %) en comparación con el género femenino (57,5%). De igual forma se caracterizaron de acuerdo a la edad como población encuestada que hace parte de la Generación Z, *Centennials* (nacidos a partir de 1995) con el 48,7 %. En el caso de los *Millennials* son aquellas personas nacidas

entre 1981 y 1994. Estos jóvenes nacidos a partir de los 80 son una generación digital, hiperconectada y en general la población en estudio están inmersa dentro de estas dos generaciones. Cuando los historiadores evalúan los efectos del 2020, pandemia

de Covid-19 en la sociedad, la respuesta de los *Millennials* y la Generación Z serán notables (Deloitte, 2020, p. 1). Se observa que estas generaciones son más resilientes a los cambios.

Figura 1. Edad de la población Millennials y Centennials.



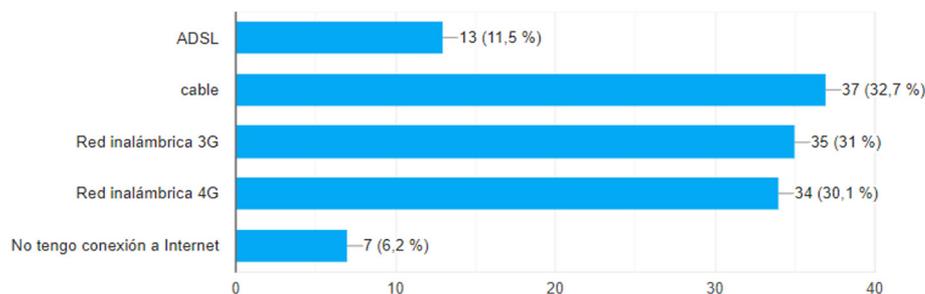
Nota: Distribución de las edades de los participantes del estudio, en su mayoría Millennials y Centennials. Como se evidencia las poblaciones del estudio se encuentran catalogadas como Millennials y Centennials las cuales tienen unas particularidades las cuales han sido ampliamente analizadas en otros estudios en aspectos sociales, laborales etc.

Se observa que, dentro del ecosistema digital, en cuanto a la conexión a internet, el mayor acceso para el ingreso a la red y el desarrollo de las actividades e información a través de las diversas plataformas digitales se encuentran dada por la conexión a través del ancho de banda (cable) en un porcentaje de 32,7 %. Estos dispositivos se conectan a través de medios de transmisión de cables de fibra óptica. En segundo lugar, se encuentran las redes inalámbricas 3 G (31%) y redes 4G (30,1%), donde se observó la capacidad de conexión de internet para la transmisión de los datos en los que se

observan conexiones inalámbricas para la gran mayoría de los usuarios se realiza a través de ondas electromagnéticas y radiofrecuencia para tecnología de wifi.

En la actualidad el teletrabajo es una de las tendencias que se establecen como parte del ecosistema digital. En el ámbito educativo los estudiantes de la región acceden a través de estas mismas redes, pero es probable que varíe la frecuencia de conexión dependiendo de los niveles socioeconómicos de los mismos.

Figura 2. Conexión a internet.



Nota: En la figura 2 se observa que en un alto porcentaje la conexión es a través de cable o banda ancha seguido por conexión de res inalámbrica 3G y 4G. Antes de la pandemia gran parte de la población estudiantil ingresaron a redes inalámbricas en las universidades con conexión wifi y en otros casos por medio de cable. Elaboración propia.

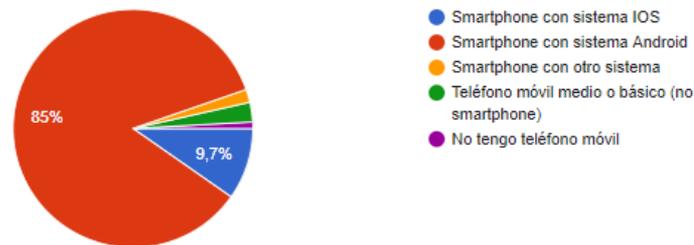
También se observa un porcentaje bajo de personas que no tienen acceso a internet (6,2%). En el último informe del estado de banda ancha se afirma que a medida que la pandemia de COVID-19 se afianzaba en la primera mitad de 2020, las grandes disparidades en el acceso salieron a la luz cuando la mayoría de los países, medidas de cuarentena domiciliaria, y los trabajadores, las familias y las personas dependieron de la conectividad a Internet para comunicarse con el mundo exterior y realizar transacciones comerciales

(International Telecommunication Union, 2020, p. 45).

Dispositivos de Conexión a Internet

De acuerdo a los dispositivos más utilizados en la conexión a internet se observa que el 89,4 de las personas encuestadas utilizan los teléfonos móviles, en el cual es sistema operativo es Android el cual fue desarrollado por google y maneja un código abierto.

Figura 3. Telefonía celular más usada.

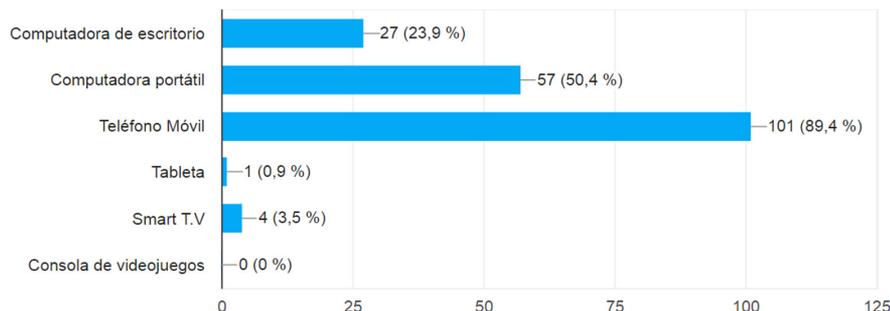


Nota: En la figura 3 se observó que los tipos de dispositivos para el acceso de la conexión a internet, se encuentran el teléfono móvil con sistema IOS en primer lugar para el caso población Millennials y Centennials de la región nortesantandereana.

Se considera relevante en la realización de todas las actividades que ellos hacen en la Internet las cuales son de diferente índole

en su cotidianidad y que se ha intensificado en época de pandemia.

Figura 4. Dispositivos usados para conectar a internet.



Nota: En la figura 4 se observa con base en los resultados que la población de estudio en un 89,4% usa el celular como dispositivo de conexión a internet principalmente y con sistemas operativo Android. Elaboración propia.

De otro lado, la alfabetización digital resulta una prioridad. La transición a la educación digital se considera un motor clave para el desarrollo de cualquier universidad. En los últimos años, las

universidades pedagógicas han logrado avances tangibles en muchas áreas del desarrollo digital (Vlasova et al., 2020). Los Millennials han vivido una era de rápidos cambios tecnológicos y un mundo global

altamente interconectado. Esta generación tiene tolerancia al aumento interacciones o colaboración con compañeros (p. 433).

Se evidencia que la población *Millennials* y *Centennials* utilizan lapto en su conexión a Internet y en tercer lugar el computador de mesa. En un estudio llevado a cabo por Keengwe et al. (2012), se encontraron coincidencias en el uso del celular con base en los resultados sobre cómo los jóvenes usan los teléfonos móviles, y han establecido la tecnología y su comodidad para comunicarse a través de correo electrónico, redes sociales y mensajes de texto.

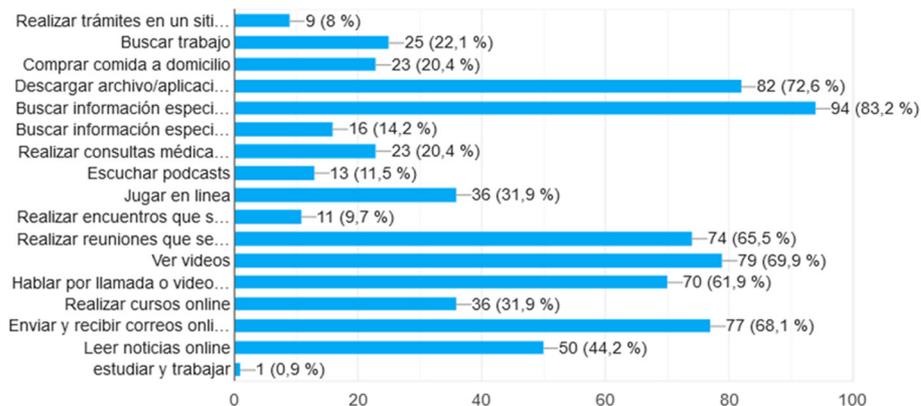
En base a lo anterior es necesario establecer los componentes de la ciudadanía digital se presentan en gran medida como factor cognitivo (por ejemplo, capacidad de comunicación, capacidad de juicio autónomo, capacidad para tomar decisiones racionales y capacidad de pensamiento crítico), factor emocional (por ejemplo, dignidad humana, tolerancia, conciencia comunitaria, responsabilidad y cuidado) y factor conductual (por ejemplo, participación activa, regulación autónoma, cumplimiento con leyes y reglamentos) (Ribble, 2011, citado por Kim & Choi, 2018).

El nivel de desarrollo de las habilidades digitales que tienen tanto la generación de *Millennials* como *Centennials*, ha estado generalmente marcada por un mayor uso y familiaridad con las TIC y las tecnologías digitales. La conectividad no solo está compuesta de varios elementos físicos, incluyendo una infraestructura de red que es esencial, sino habilidades digitales que son utilizadas para su uso.

Los requisitos generalizados para cambiar al aprendizaje remoto y las opciones de trabajo para estudiantes y empleados durante la pandemia COVID-19 han puesto particularmente al descubierto las diferencias en la infraestructura de red, la seguridad y la preparación, así como el acceso a la conectividad tanto en países desarrollados como en desarrollo. Dentro de los países, la desigualdad digital es particularmente severa con respecto a la falta de acceso de los estudiantes a Internet. Según el seguimiento de la UNESCO, al menos 190 países cerraron escuelas e instituciones educativas en todo el país como resultado del COVID-19, lo que afectó a 1.600 millones de estudiantes en todo el mundo.



Figura 5. Actividades realizadas en internet.



Nota: Las actividades más frecuentes realizada en Internet, por parte de la población de *Millennials* y *Centennials*, hace énfasis a la búsqueda de información relacionada con el estudio del área de formación, seguido por la descarga de archivos y aplicaciones, y seguido de la vista de videos, recepción y envíos de correos electrónicos. Elaboración propia.

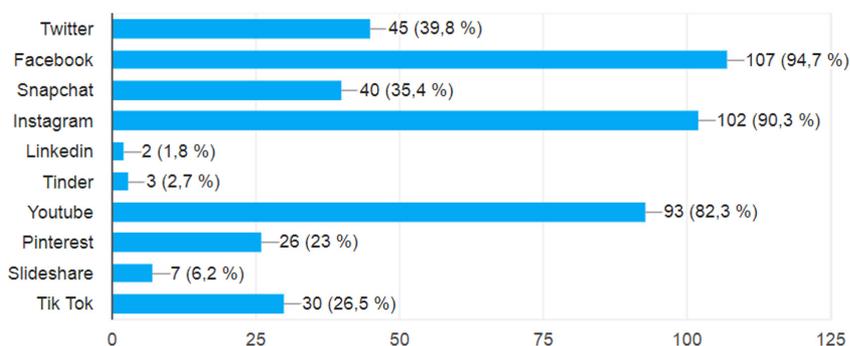
Redes Sociales

Las redes sociales cobran mayor importancia en cuanto a los medios de comunicación en la difusión de diferentes productos y servicios, así como también la experiencia de cliente que es relevante a la hora de hacer compras y/o realizar el marketing de los productos. También se observa que estas, se han convertido en parte esencial de la vida cotidiana de las personas, no solo para el ocio sino para compartir, información laboral y estudiantil

en las diferentes facetas de la población.

Sin embargo, se observa un contraste respecto de plataformas educativas y su uso que se estableció en un mínimo nivel del 1 % para el caso de Microsoft Teams o Edmodo. Se utiliza en mayor medida el buscador Google, seguido del uso de redes sociales como YouTube. Así como un estudio realizado por la *University College London*, reveló que el uso de las redes sociales disminuye la capacidad de comprensión de lectura de textos de más de tres páginas.

Figura 6. Registro de perfiles en redes sociales.



Nota: En la figura 6 se observa una mayor utilización de plataformas digitales de redes sociales como WhatsApp, YouTube, Facebook, y se evidencia una muy baja utilización de plataformas educativas como Microsoft Teams y Edmodo. Elaboración propia.

En cuanto a las redes sociales se observaron patrones bien diferenciados en el registro de perfiles de las redes sociales como el caso de Facebook, Instagram y YouTube (figura 6).

De 100 jóvenes investigados, el 40% entrega respuestas breves e incompletas (Universia Fundación, 2010). Cabe resaltar que cuando se realizó el estudio, la red social TikTok no era muy difundida y conocida y que ha ido teniendo acogida en los últimos años por los contenidos virales de la aplicación. En el caso del uso de redes sociales existe una dinámica particular dentro de las actitudes de los participantes que está influenciada en muchos casos por un comportamiento grupal. De acuerdo con Ayala (2021):

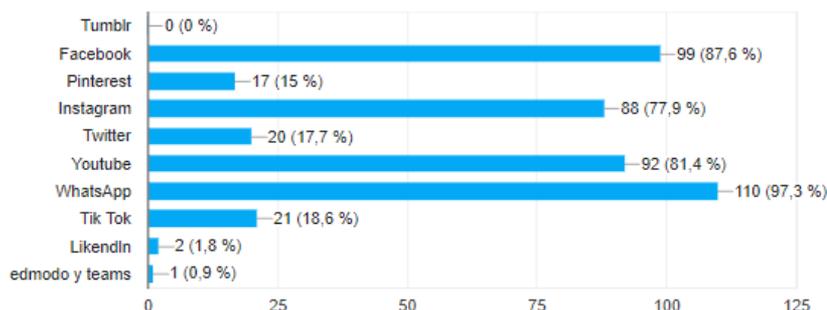
Los comportamientos se refuerzan permanentemente a través de distintas herramientas, como likes o emoticones, los cuales activan notificaciones, que a su vez producen una gratificación instantánea y, por ende, un incentivo a repetir la conducta y a identificarse con la plataforma. Esto lleva a estar constantemente a la expectativa de notificaciones y a temer estar rompiendo los principios de esta interacción, como son la inmediatez y la reciprocidad. Por consiguiente, la actitud resultante es una de atención a un flujo constante de señales visuales y auditivas, y de reactividad a los likes y emoticones con más likes y emoticones. (p. 178)

Esto refleja un factor común e interés donde tiene gran importancia el contacto social, fuera del contexto educativo para

interactuar sobre temas de diversa índole. Se observó que la red social con más notoriedad en la frecuencia de uso es

WhatsApp, YouTube, Facebook e Instagram en ese orden de interés (figura 7).

Figura 7. Redes sociales visitadas frecuentemente.



Nota: En la figura 7 se reconoce a Whatsapp es la mayor red social utilizada por gran parte de la población en el estudio.
Elaboración propia.

También se observan algunas de estas redes sociales para publicitar producto o darlos a conocer y conseguir nuevos clientes o usuarios. En este sentido se observó que, en el sistema educativo en la región, respecto a estudiantes de educación superior de las generaciones *Millennials* y *Centennials* pasan más tiempo en las redes sociales lo que ocasiona distractores por cuanto pueden presentar estas deficiencias que se encuentran evidenciadas en los resultados por el bajo uso de plataformas educativas, respecto a las redes sociales y su uso propositivo.

Los componentes de la ciudadanía digital son fundamentales para el desarrollo de la escala de ciudadanía digital. Se presentan en gran medida como factor cognitivo (por ejemplo, capacidad de comunicación, juicio autónomo. La educación para la ciudadanía digital y la enseñanza de la alfabetización digital, es un aspecto fundamental no solo para adquirir habilidades tecnológicas e informáticas sino también aquellas relacionadas con la didáctica de las TIC.

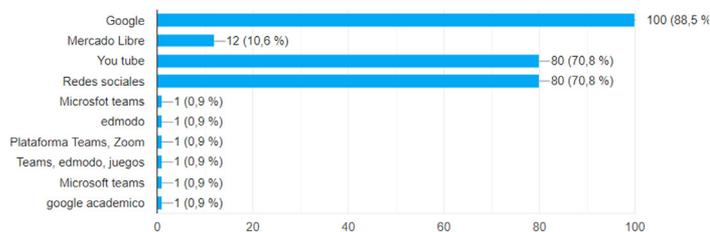
Como se puede explicar el hecho de que encontrar cada vez más comunidades de jóvenes inmersos en redes sociales y la

influencia que esta pueda tener en los cambios de conductas y comportamientos que alguna u otra forma influyen en los hábitos de vida no solo porque se la crea una identidad frente a los demás sino por otros cambios que son más profundos que pueden estar dados psiquis de las personas hasta crear una verdadera adicción.

Esto coincide con el estudio realizado por Bou-Hamad (2020) que afirma que las redes sociales se han convertido en una parte integral de la vida de los jóvenes. Si bien sus efectos en el rendimiento académico de los estudiantes se estudian ampliamente en la literatura, todavía hay una falta de investigación sobre cómo las redes sociales combinadas con otros hábitos de estilo de vida pueden afectar el rendimiento académico en un contexto de países en desarrollo.

De otro lado se observa que existe una necesidad de un mejorar en el desarrollo profesional para docentes con una mayor participación institucional a través de planes estratégicos en los cuales los estudiantes se incentiven en el manejo de las plataformas educativas.

Figura 8. Páginas web visitadas en la última semana.



Nota: En la figura 8 se corrobora a google como el mayor navegador utilizado por gran parte de la población que usa internet. Elaboración propia.

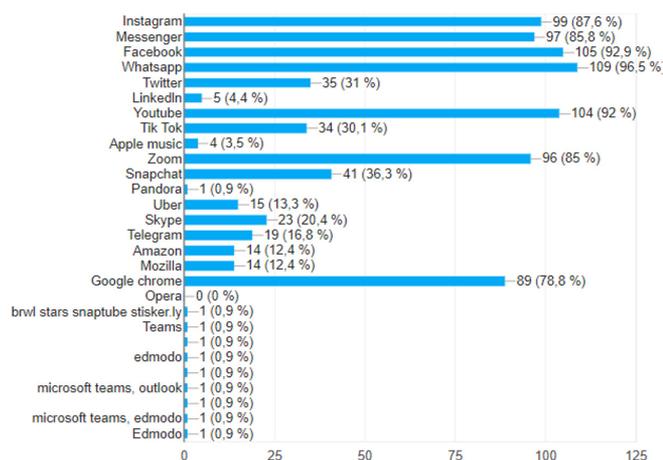
En el estudio llevado a cabo por Vlasova et al. (2020) se consideraron algunas estrategias y trabajos de tipo experimental en las cuales se tuvieron presente 3 actividades en cuanto a: Condiciones en las que el aprendizaje electrónico será eficaz. Efecto sinérgico del uso combinado de tecnologías digitales en el proceso educativo; programas de formación docente relevantes en el campo del e-learning.

Este trabajo experimental probablemente tenga impactos importantes en lo que es la interacción digital en los principales actores educativos en cualquier espacio educativo, lo que puede marcar la pauta en la adaptación de nuevas metodologías y enfoques pedagógicos en las diferentes aulas y procesos educativos no solo de

la educación superior sino también en la educación básica, secundaria y media, para el caso de Colombia.

Otro aspecto que se ha venido estudiando respecto a la importancia de la apropiación de las TIC en el marco de la educación superior, como lo afirma Padilla et al. (2014) como una innovación que debe incluir características del entorno en el cual se va a ejecutar, por ende los componentes tecnológicos no son los únicos a estimar, además la parte pedagógica, la formación docente y la perspectiva formativa expuesta anteriormente en el marco conceptual, son algunos de los aspectos a considerar cuando se habla de una innovación tecnológica al servicio de la formación universitaria

Figura 9. Aplicaciones instaladas en dispositivos móviles.



Nota: En la representación gráfica de la figura 9 se observó que la red social más utilizada por esta población en esta región del país. Elaboración propia.

Es indispensable conocer el grado de satisfacción de estudiantes y sus diferentes problemáticas que profundicen el tema del no uso de las plataformas educativas en nuestra región. En esta investigación se corrobora que la red social más utilizada es la de whatsapp, seguida de Facebook, estos resultados coinciden con el común de las personas en el uso de estas redes sociales de forma general. Cabe aclarar que en la dinámica del uso de las redes sociales puede cambiar con el tiempo en lo referente a la confiabilidad y seguridad de los datos de los usuarios. Cuando se trata de redes sociales, los usuarios claramente prefieren los dispositivos móviles.

Contenido Digital

El desarrollo de contenido digital ha traído avances en las áreas en las cuales se crea la información que llama la atención de los lectores que es compartida en la red. Para la población en estudio en un interés de estos contenidos se observó en un 22,1 % los cuales se enfocaron por contenido de tipo deportivo, actividades físicas y redes sociales amigos y familia (16,8%) respectivamente, también series de televisión (8,8%) y en menor medida temas de tecnología. En este sentido se observó que tanta población *Millennials* y *Centennials*, tiene gran afinidad por los deportes lo cual describe las preferencias y su enfoque en las búsquedas en estas edades actividades comunes en estas edades para aspectos concernientes a la

actividad física y los deportes tienen dentro de la búsqueda de contenidos digitales.

A pesar de diferentes intereses que estas poblaciones tienen a nivel personal los *Millennials*, personas nacidos entre 1982 y 1995 serán dentro de unos pocos años la fuerza laboral. En el caso de los *Centennials* los cuales nacieron con Internet, cuando la tecnología es parte de la sociedad, es imprescindible un Smartphone y el uso de estas tecnologías. En un estudio llevado a cabo en España, la tecnología móvil ofrece ventajas diferenciales frente al ordenador como instrumento de compra: la ubicuidad, la localización, la conveniencia y la personalización. Se analizó el comercio móvil, entendido como las actividades realizadas por los consumidores que utilizan Internet inalámbrico cuando compran a través de sus dispositivos.

En el desarrollo de las TIC como mecanismo de procesamiento de información e instrumento cognitivo puede ayudar a liberar trabajos de rutina y potenciar procesos mentales; cuando están enfocados para actualizarse/capacitarse en entornos virtuales de aprendizaje como parte de los recursos interactivo para el aprendizaje teniendo en cuenta el enfoque del perfil de los *Millennials* y *Centennials* y su interés en los temas de ocio varía de acuerdo a la profesión que estudian, desempeñan o se especializan pero son semejantes en lo referente al entretenimiento como pueden ser las redes sociales.

Figura 10. Contenido en medios digitales.



Nota: En los temas de interés de contenidos digitales se evidenció una mayor tendencia a la búsqueda de información deportiva en relación la actividad física y otros en relación a las redes sociales, familias y amigos. Elaboración propia.

Ventas por Internet

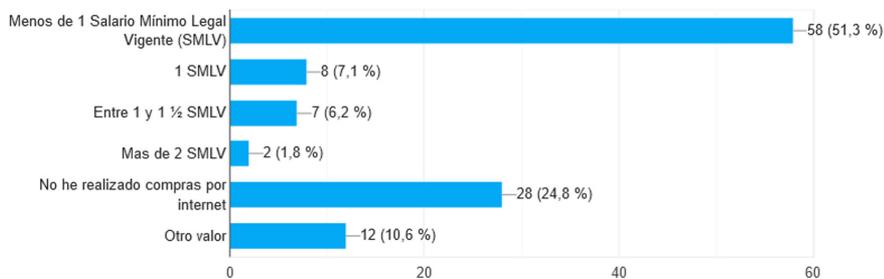
Los dispositivos móviles como teléfonos inteligentes y tabletas se han convertido en una de las herramientas más utilizadas que

acompañan al consumidor en su vida diaria. El aumento de su popularidad también ha provocado un aumento de la actividad del comercio móvil, que se ha convertido en una alternativa para la búsqueda, comparación y compra de productos (Wiścicka-Fernando, 2021). Los cambios más significativos

en el comportamiento del consumidor incluyen la actitud hacia las compras en línea, la entrega puerta a puerta, interés en productos regionales y el uso de pagos sin contacto.

En la figura 11 en el caso de las compras en línea se evidencian compras en plataformas en línea en productos listos para consumir que se expresa en una mayor frecuencia de compra, al igual que productos de la industria textil como ropa, calzado y accesorios a través de plataformas digitales.

Figura 11. Dinero gastado en compras por internet en el año 2020.



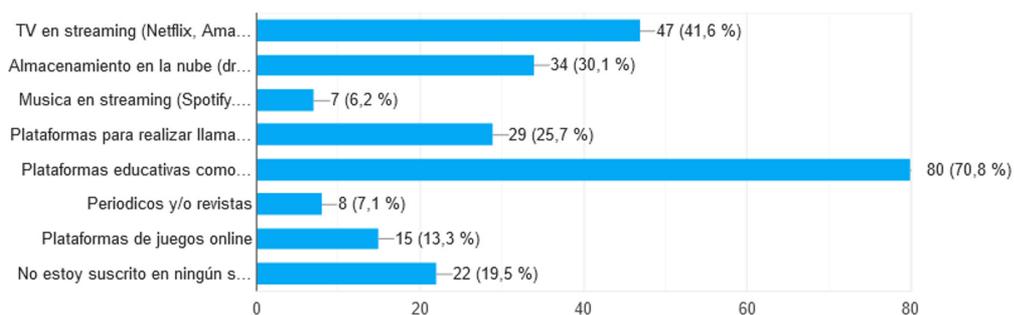
Nota: La representación gráfica ilustró la población Millennial y Centennials, en el cual la gran mayoría destina menos de un salario mínimo a compras en línea, seguido de los que no han realizado compras por internet. Elaboración propia.

De acuerdo a Miguel (2020), poco se ha explorado lo que piensan los estudiantes, docentes y administrativos, cuales los obstáculos reales y retos que enfrentan y cuáles son las competencias que están desarrollando o necesitan desarrollar para hacer frente a este contexto de pandemia por Covid-19.

Posterior a las plataformas educativas las que tuvieron mayores suscripciones fueron las relacionadas con TV streaming

como Netflix. En un estudio llevado a cabo por Larios et al. (2021) se describe la comparación de un modelo entre México, Colombia y Ecuador acerca del comportamiento del consumidor en contextos interculturales cuyos resultados contribuyen a dar respuestas relevantes a nivel nacional e internacional debido al interés académico en la construcción de nuevas teorías para estos países con economías subdesarrolladas.

Figura 12. Suscripciones algunas plataformas y servicios por internet.



Nota: En la figura 12 muestra desde el punto de vista de las suscripciones sobre las plataformas en Internet se observó que Millenials y Centennials utilizaron en mayor medida plataformas de índole educativo como fueron; zoom, MStems y Edmodo. Elaboración propia.

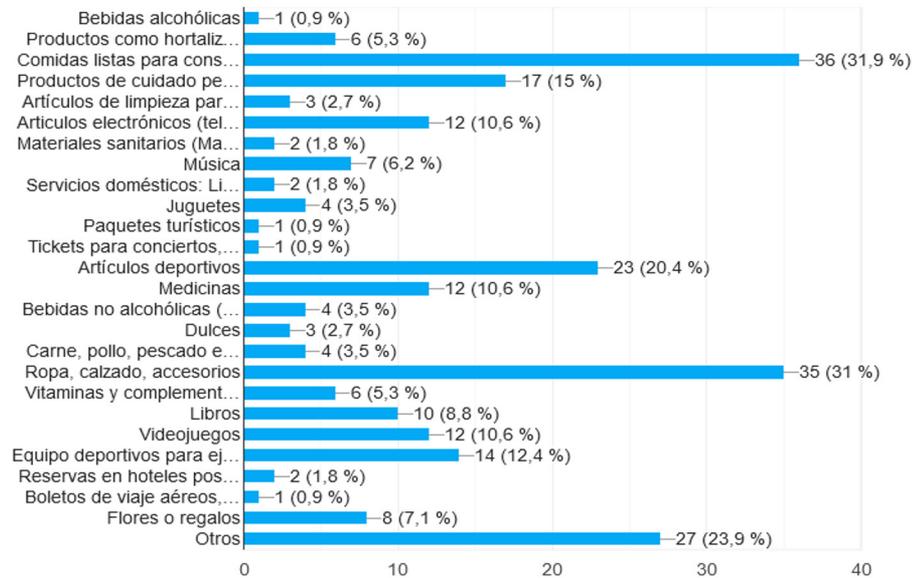
Así pues, se evidenció un impacto generado por la contingencia de salud causada por Covid-19 en los comportamientos de compra debido al confinamiento social influye significativamente en los consumidores en México y Colombia. El comportamiento de los consumidores mexicanos, colombianos y ecuatorianos son diferentes en un período de crisis humanitaria, económica sanitaria crisis provocada por el Covid-19.

Tampoco se estableció el uso de plataformas que se utilizaron para hacer las transacciones en línea, solo lo referente a los montos estimados y los principales productos comprados. Aun así, es un

hecho que las empresas que venden de forma digital crean acciones y estrategias publicitarias a través de nuevos servicios de Marketing digital. Es importante establecer otros estudios con un tipo de plataformas que pueda tener una mayor confiabilidad para los usuarios, que puede significar una mejor experiencia del cliente referente a transacciones en línea y que se ve representada en los comentarios y sitios web confiables y así evitar cualquier tipo de estafa. Se debe tener claridad sobre las políticas de devolución de vendedor las fechas de entrega y envío de las compras por parte de las empresas que generan este tipo de servicios..



Figura 13. Artículos y compras en plataformas en línea.

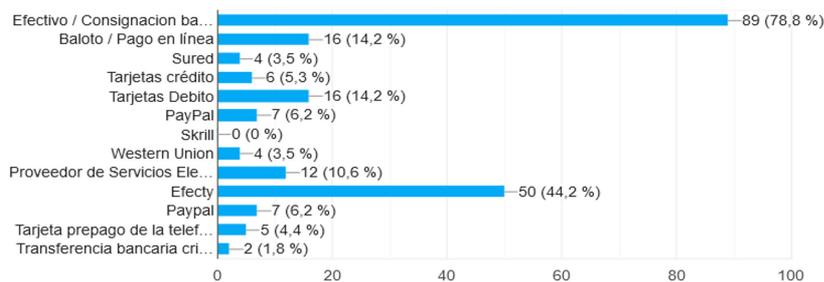


Nota: Para el caso de las compras por internet, en particular población Millennials y Centennials- no se tuvieron en cuenta problemas en la solicitud de los productos del vendedor o de los dueños del sitio web. Elaboración propia.

Las formas de pagos convencionalmente utilizada es la de efectivo y / consignación a través de cuenta bancaria la cual fue la más utilizada por la población encuestada y que de alguna manera refleja aun este medio y/o forma de pago, respecto a otros medios de pago por ejemplo aquellos digitales, lo que refleja un grado de menor uso respecto de los pagos convencionales y contradice el uso de plataformas digitales

de pago cuyo comportamiento puede inferir desconfianza en el uso de formas de pago digitales utilizando la internet. Es necesario disponer de medios adecuados que garanticen la ciberseguridad de los medios electrónicos de pago ya que es una de las posibles razones por las cuales no se usa de forma masiva el pago de compras en línea a través de transferencias digitales.

Figura 14. Formas de pagos de compras en general.



Nota: El gráfico representa el comercio electrónico, y pasarelas de pagos que pueden ser digitales y se conectan con la web de un banco. Elaboración propia.

En la figura 14 se evidenció que los participantes del estudio aun no manejan transferencias y pagos por internet puesto que el 78 % de los encuestados contestaron que realizan los pagos a través de consignaciones. Las razones pueden ser múltiples, entre ellas las garantías que puedan tener los usuarios en la legislación y normativas para realizar pagos por internet, en cuanto a privacidad, seguridad y protección de datos.

Discusión

A pesar que la internet hace parte de actividades diarias para muchos, aún tenemos brechas de desigualdad en la conexión y que es probable que también exista una brecha de discriminación por género, la cual está dada por las condiciones actuales del mercado laboral colombiano a nivel nacional, donde la región Norte santandereana no es la excepción.

Se evidenció la interacción con nuevas tecnologías con un porcentaje alto de conexión por banda ancha y conexión wifi para estas dos generaciones. Dentro de los descriptores de competencias se analizaron pertinentes para cada área, donde estas competencias digitales, revelan que la población en estudio posee un nivel 2 en el Marco Europeo, en cuanto a la dimensión comunicación y colaboración y sus niveles de proeficiencia. Los niveles de competencia para cada competencia se han definido a través de los resultados del aprendizaje inspirados por la estructura y vocabulario del Marco Europeo de Cualificaciones (EQF).

Para la competencia en nivel básico se estima que la población en estudio tiene habilidades y destrezas para identificar información a sus necesidades, encontrar datos e información con el fin de realizar actividades de su interés como pueden ser compras e identificación y comunicación

en las redes sociales. Esta competencia se centra en encontrar datos, y contenido a través de una simple búsqueda en entornos digitales.

En este sentido habilidades intermedias y avanzadas son importantes y no están bien definidas como un interés prioritario de la población en las generaciones *Millennials* y *Centennials*, ya que se pueden relacionar actividades comunes dentro de las interacciones entre colegas como es el uso de correo electrónico corporativo, pero no un uso adecuado como puede ser la aplicación de cuentas corporativas en teléfonos inteligentes para organizar evento institucionales para estudio o trabajo, enviar calendario, invitaciones soluciones de problemas, utilización de plataformas educativas, uso de sistemas de almacenamiento digital, uso de teléfonos inteligentes en los que puedo mostrar a mis colegas cómo acceder y compartir agenda usando el almacenamiento digital de mi organización entre otras. Se comprobó que un número alto de *Millennials* y *Centennials* permanecen gran parte del tiempo en actividades de ocio y entretenimiento en comparación a las actividades que podrían desarrollar en cuanto a la creación de contenido digital específico de su área de interés o aplicaciones de uso institucional como pueden ser plataformas educativas.

No solo es interesante observar las condiciones de la población de la región en estudio, quienes pueden presentar algún tipo de inconveniente desde el punto de vista en el acceso a internet diariamente, sino también puede estar dada en la vulnerabilidad que puede existir bajo la condición socioeconómica en la que se encuentran múltiples familia a causa de la pandemia y que presentan los participantes localizados en una zona fronteriza con el pis de Venezuela que tiene actualmente graves problemas socioeconómicos.



En el caso de las clases virtuales pueden existir diversas causas que no se han tenido en cuenta en el presente estudio debido en parte a la poca información arrojada al respecto, lo que podría sugerir nuevos estudios con base en métodos y procedimientos preestablecidos, con el fin de estudiar y analizar el uso de plataformas educativas para la interacción colaborativa de estas dos poblaciones en la región.

El acceso a plataformas educativas aspectos relacionados con las formas y costos conexión de acuerdo a las características de los softwares utilizados por las distintas organizaciones al igual que el consumo de datos y el interés que tengan las poblaciones de estas generaciones en cuestión en temas netamente educativos y/o profesionales, la cultura digital serán aspectos a tener en cuenta en la forma como se interactúa en ambientes y entornos digitales.

Se evidencia muy poco uso de plataformas educativas digitales que puede estar dada por el interés de estas generaciones en la región se denota a simple vista, esto coincide por los autores Nguyen et al. (2021) que afirman:

Dadas las desigualdades en el acceso a Internet, las habilidades y los usos que precedieron a la pandemia COVID-19, es probable que no todos estén igualmente preparados o dispuestos a aumentar la comunicación digital mientras participan en el distanciamiento físico.

De hecho las grandes diferencias en países desarrollados cuando se toma como referente EE.UU pueden darse grandes ventajas en la pandemia en lo referente a cambios tecnológicos positivos con un creciente entusiasmo, ya que muchos empresarios promueven lugar de trabajo virtual y remoto como ventaja competitiva y modelos estándar operativos de sus

colaboradores, al igual que un marco regulatorio establecido, cosa que no está muy bien definido en países en vías de desarrollo. Estaría bien cuando se puede soportar los ingresos de personas y población activa en edad de laborar, con acceso a las mínimas condiciones necesarias para establecer este tipo de trabajo tan deseables para muchos dadas las ventajas que posee esta nueva forma de trabajo, dentro de los cambios y los nuevos estilos de vida. Sin embargo, no es el caso para aquella población de países en vía de desarrollo como por ejemplo la región de Norte santandereana donde se presentan difíciles condiciones en lo relacionado a la estabilidad laboral de las familias, reflejadas en la informalidad de la zona bajo las condiciones en las que cierta población, no posee las mínimas condiciones a sus necesidades básicas satisfechas de servicios básicos como agua, energía eléctrica y aún más si se relaciona el acceso a Internet de forma frecuente a causa de la pandemia, o por los costos del servicio. Es un hecho que estos servicios, aumentaron costos de funcionamiento a partir de la pandemia en muchos lugares de esta región.

A pesar de que estudios como los realizados por Wiścicka-Fernando (2021) afirma que la pandemia actual de Covid-19 influye en los encuestados para que utilicen sus aplicaciones de teléfonos móviles y realizar compras en línea, en el caso de la región específicamente analizada y en la población de *Millennials* y *Centennials* se observó que a pesar del uso del dispositivo móvil es el más utilizado en diversos fines no siempre se dan las compras en línea, por cuanto no se tiene un uso masivo de uso para pagos en línea, ya que las preferencias en este sentido fueron los canales tradicionales de pago para dicho fin, lo que sugiere la falta de elementos indispensables de seguridad en los pagos de compras en línea y el uso

de tarjetas digitales u otros que incentiven esta dinámica del comercio electrónico.

Conclusiones

Las poblaciones de *Millennials* y *Centennials*, son generaciones que han crecido en un ambiente de transformación digital sin embargo necesitan un soporte tecnológico, en cobertura, acceso, alfabetización digital, con lo cual puedan adaptar rápidos cambios, en un entorno digital tras la implementación de las nuevas tecnologías y el uso intensivo de redes sociales, dispositivo móviles etc.

Ambas generaciones *Millennials* y *Centennials* prefieren una de mayor conectividad a través de teléfonos móviles para la conectividad a internet. La generación *Millennials*, hace parte de los nativos digitales, que supone un gran porcentaje de la fuerza laboral y están muy relacionados con las redes sociales, hecho que ha caracterizado de igual forma a los *Centennials* por su alta exposición a la tecnología.

En el estudio se evidenció que estas generaciones, utilizan las redes sociales como el WhatsApp, el Facebook, Instagram y Messenger. A pesar de su resiliencia, estos jóvenes deberán enfrentarse a nuevos desafíos que aparecerán en el contexto de la nueva era digital como es el desarrollo de tendencias tecnológicas como la robótica, la inteligencia artificial, el internet de las cosas que dominarán gran parte de la vida laboral en los próximos años.

Se concluye la facilidad que tienen estas generaciones en la adaptación, en cuanto a los cambios que se dan en la transformación digital y los desafíos que trajo la pandemia, en el mayor uso de herramientas TIC, para realizar actividades cotidianas como son el uso de redes sociales, con diferentes

finés, las compras por internet, el uso de comercio electrónico en lo referente de compras y ventas de artículos de la canasta familiar, pero que no fueron significativas para la población del estudio.

Se evidenció una gran afinidad por contenidos tecnológicos enfocados a las áreas de deportes y actividad física y series de t.v. en menor proporción turismo viajes y compras. Plataformas de streaming y servicios a domicilios son dos servicios que están marcando el aumento de sus ventas. Sin lugar a dudas la gestión que concierne a las capacitaciones y el uso de plataformas educativas, no tuvieron un interés relevante en estas dos generaciones evaluadas en la región específica, sin embargo estos cambios y la predisposición en su utilización entre otras plataformas de uso educativo, tendrán una mayor acogida con la periodicidad en que los cambios que se presentan actualmente a raíz de la pandemia como es el teletrabajo están presentes en los nuevos hábitos, habilidades y destrezas que debe desarrollar el capital humano a nivel global.

Se visualizan diversos desafíos en cuanto a la utilización de herramientas digitales, servicios en la nube, en la mejora del trabajo colaborativo, la flexibilidad en la ubicación de los trabajos, la conectividad del internet en cuanto a acceso, costos y demás que serán claves en la fuerza laboral de estas nuevas generaciones.

A medida que avanza la pandemia en sus diversos picos en distintas regiones del país y el aplazamiento de las actividades académicas presenciales, la población educativa perteneciente a estas generaciones, seguirán adaptando nuevos estilos de vida que estarán marcados por la utilización del uso de las herramientas de la web que en cierta medida puede traer impactos positivos o negativos



según aspectos sociales conductuales en sus hábitos, el uso de estas plataformas digitales cuyo uso puede variar según los contextos socioeconómicos de la población con repercusiones en la calidad especialmente en lo concerniente a

actividades educativas.

Existe un comportamiento en el uso de formas de pago digitales a través de transacciones en línea poco utilizado que pone de manifiesto la poca confiabilidad, en estos medios de pago por la seguridad que representa el comercio electrónico en temas como los posibles fraudes, estafas, clonación de tarjetas, robo de identidad entre muchos otros delitos informáticos, los cuales impacta la forma que utiliza esta población de estudio en las diversas modalidades de pago para estas compras.

Referencias

Ayala, R. (2021, mayo-junio). Un zoom a la educación virtual: biopolítica y aprendizaje centrado en el estudiante. *Educación Médica*, 22(3), 177-180. <https://doi.org/10.1016/j.edumed.2021.01.004>

Bou-Hamad, I. (2020, November). The impact of social media usage and lifestyle habits on academic achievement: insights from a developing country context. *Children and Youth Services Review*, 118. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2020.105425>

Carretero, S., Vuorikari, K., & Punie, Y. (2017). *The digital competence framework for citizens*. Joint Research Centre. [https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC106281/web-digcomp2.1pdf_\(online\).pdf](https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC106281/web-digcomp2.1pdf_(online).pdf)

CEPAL. (2020). *Perspectivas económicas de América Latina 2020: transformación digital para una mejor reconstrucción*. <https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46029/3/>

LEO_2020perspectivas_es.pdf

Cifuentes, A. (2017). *Lo que los líderes colombianos deben saber sobre las nuevas generaciones*. Universidad Externado de Colombia. <https://www.uexternado.edu.co/wp-content/uploads/2017/07/Millennials-y-Centennials-resultados.pdf>

Corporación Latinobarómetro. (2018). *Informa 2018*. <https://www.latinobarometro.org/lat.jsp>

Deloitte Global. (2020). *The Deloitte Global Millennial Survey 2020: millennials and gen Zs hold the key to creating a "better normal"*. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/About-Deloitte/deloitte-2020-millennial-survey.pdf>

Dwivedi, Y. K. et al. (2021, October). Setting the future of digital and social media marketing research: perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, 59. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>

Epie Bawack, R. & Kala Kamdjoug, J. R. (2020, October). The role of digital information use on student performance and collaboration in marginal universities. *International Journal of Information Management*, 54(3). <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102179>

González Bello, E. O. (2018). Habilidades digitales en jóvenes que ingresan a la universidad: realidades para innovar en la formación universitaria. *RIDE, Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 8(16), 670-687. <https://doi.org/10.23913/ride.v8i16.363>

Hernández, B. y Velasco Mondragón, H. E. (2000, septiembre-octubre). Encuestas transversales. *Salud Pública de México*, 42(5), 447-455.

Hootsuite. (2020). *Digital 2020 October Global Statshot Report*. <https://wearesocial.com/blog/2020/10/social-media-users-pass-the-4-billion-mark-as-global-adoption-soars>

- International Telecommunication Union. (2020, September). *The state of broadband: tackling digital inequalities. a decade for action*. Broadband Commission for Sustainable Development. https://www.itu.int/dms_pub/itu-s/opb/pol/S-POL-BROADBAND.21-2020-PDF-E.pdf
- Kim M. & Choi, D. (2018, January). Development of youth digital citizenship scale and implication for educational setting. *International Forum of Educational Technology & Society*, 21(1), 155-171.
- Larios-Gómez, E., Fischer, L., Peñalosa, M. & Ortega-Vivanco, M. (2021, March). Purchase behavior in COVID-19: a cross study in México, Colombia, and Ecuador. *Heliyon*, 7(3), e06468. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06468>
- Margaryan, A., Littlejohn, A. & Vojt, G. (2011, February). Are digital natives a myth or reality? University students' use of digital technologies. *Computers & Education*. 56(2), 429-440. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2010.09.004>
- Miguel Román, J. A. (2020). La educación superior en tiempos de pandemia: una visión desde dentro del proceso formativo. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos (México)*, 50, 13-40. <https://doi.org/10.48102/rlee.2020.50.ESPECIAL.95>
- Miller, D., Costa, E., Haynes, N., McDonald, T., Nicolescu, R., Sinanan, J., Spyer, J., Venkatraman, S., & Wang, X. (2016). Academic studies of social media. In *How the world changed social media* (pp. 9-24). UCL Press. <https://www.jstor.org/stable/j.ctt1g69z35.9>
- Nguyen, M. H., Hargitai, E. & Marler, W. (2021, July). Digital inequality in communication during a time of physical distancing: The case of COVID-19. *Computers in Human Behavior* 120(5). <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106717>
- Padilla-Beltrán, J. E., Vega-Rojas, P. L., y Rincón-Caballero, D. A. (2014, enero-junio). Tendencias y dificultades para el uso de las TIC en educación superior, *Ciencias de la Educación*, 10(1), 272-295.
- Pimienta Prieto, J. H. y De la Orden Hoz, A. (2014). *Metodología de la investigación*. (2ª ed.). Pearson.
- Rodríguez, M. y Mendivelso, F. (2018). Diseño de investigación de corte transversal. *Revista Médica Sanitas*, 21(3), 141-146. <https://doi.org/10.26852/01234250.20>
- San Martín y Predanova (2014) ¿Qué factores fomentan la compra por impulso en el comercio móvil? *Revista Española de Investigación de Marketing ESIC* 18 (1): 32:42.
- Segura Cardona, A. M. (2003). *Diseños cuasiexperimentales*. <https://www.coursehero.com/file/73391000/disenos-cuasiexperimentalespdf/>
- Shah, S.S., Shah, A. A., Memon, F., Kemal, A. A., y Soomro, A. (2021, julio-diciembre). Aprendizaje en línea durante la pandemia de COVID-19: aplicación de la teoría de la autodeterminación en la 'nueva normalidad'. *Revista de Psicodidáctica*, 26(2), 169-178. <https://doi.org/10.1016/j.psicod.2020.12.004>
- Twining, (10 de febrero de 2021). *Describing young people's use of digital technology*. British Educational Research Association BERA. <https://www.bera.ac.uk/blog/describing-young-peoples-use-of-digital-technology>
- Universia Fundación. (27 de julio de 2010). *¿Las redes sociales afectan el aprendizaje en los jóvenes?* <https://www.universia.net/cl/actualidad/orientacion-academica/redes-sociales-afectan-aprendizaje-jovenes-265015.html>
- Vlasova, E. Z., Barakhsanova, E. A., Goncharova, S. V., Ilina, T. S., & Aksyutin, P. A. (2020, September). Teacher education in higher education systems during pandemic and the synergy of digital technology. *Propósitos y Representaciones*, 8(SPE3), e719. <http://dx.doi.org/10.20511/pyr2020.v8nSPE3.719>
- Wiścicka-Fernando, M. (2021). The use of mobile



technologies in online shopping during the Covid-19 pandemic-an empirical study. *Procedia Computer Science*, 192, 3413-3422. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.09.114>

World Economic Forum. (2021, April). *Technology futures: projecting the possible*, navigating what's next. insight report. http://www3.weforum.org/docs/WEF_Technology_Futures_GTGS_2021.pdf

World Economic Forum. (3 de junio de 2020). *COVID-19: ahora es el momento de un "gran reinicio"*. <https://es.weforum.org/agenda/2020/06/ahora-es-el-momento-de-un-gran-reinicio/>