

# REVISTA / GEN

GESTIÓN - ESTRATEGIA - NEGOCIOS

ISSN: 2711-4015

*Publicación de la Escuela de Ciencias Administrativas / Edición 5 / Diciembre de 2021*



**UNIMETA**

• Fundada en 1985 •

**Revista GEN**

Revista de la Escuela de Ciencias Administrativas  
Corporación Universitaria del Meta - UNIMETA

Presidenta Sala General  
**Nancy Espinel Riveros**

Rectora  
**Leonor Mojica Sánchez**

Vicerrectora Académica y de Investigaciones  
**Luz Elena Malagón Castro**

Vicerrectora de Postgrados y Educación Continuada  
**Claudia Lucía Mojica Sánchez**

Vicerrector Administrativo y de Calidad  
**Manuel Humberto Paérez Baquero**

Secretario General (e)  
**Fernando Alonso Rozo Ortíz**

Coordinadora de Investigaciones  
**Karen Nataly Murcia Zapata**

**Corporación Universitaria del Meta - UNIMETA**  
Carrera 32 No. 34B-26, Campus San Fernando  
Villavicencio, Meta (- Colombia)  
Teléfono: (57-8) 662 1825 Ext. 130  
Fax: 662 1827

www.unimeta.edu.co

Comité Editorial

**Leonor Mojica Sánchez**  
Rectora

**Luz Elena Malagón Castro**  
Vicerrectora Académica y de Investigaciones

**Claudia Lucía Mojica Sánchez**  
Vicerrectora de Postgrados y Educación Continuada

**Luz Elena Malagón Castro**  
Decana Escuela Ciencias Administrativas (e)

**María Alejandra Peñaloza Sarmiento**  
Jefe de Biblioteca "Juan Nepomuceno Mojica Angarita"

**Juan Manuel Bernate Martínez**  
Jefe Centro de Investigaciones de la Escuela de  
Ciencias Administrativas "Florentino González Vargas"  
Editor

**Carol Viviana Castaño Trujillo y Juan Sebastián Cubides Salazar**  
Corrección de Estilo

**Marco Antonio Fula Flórez y Juan Manuel Bernate Martínez**  
Diseño y fotografía

**Revista GEN**  
ISSN 2711-4015  
Número 5  
Diciembre de 2021  
Villavicencio, Meta, Colombia

Encarando los retos actuales de la región, la Revista GEN busca convertirse en un lugar de confrontación intelectual, que permita a una nueva generación la interacción entre investigadores de y en formación desde diferentes ámbitos profesionales: Administradores, contadores, mercadólogos, publicistas, diseñadores, artistas, quienes mantendrán la reflexión dentro de los espacios académicos, emprendiendo vuelos y rompiendo los límites que nos impone la misma sociedad.



# TRANSICIÓN EN EL SISTEMA EDUCATIVO Y ACELERACIÓN DE LA INTERACCIÓN POR MEDIOS DIGITALES

Por: Diana Margarita Vigoya Rodriguez  
Estudiante Mercadeo y Publicidad - UNIMETA

La educación es un factor muy importante a nivel social, laboral, cultural, político y sobre todo personal sin embargo el paradigma formativo se ha incrementado con el uso de las nuevas tecnologías y la implementación de herramientas como las TIC, que han venido para quedarse con la tecnología disruptiva, lo cual ha provocado que la minoría se sienta relegada por un sistema universal pragmático.

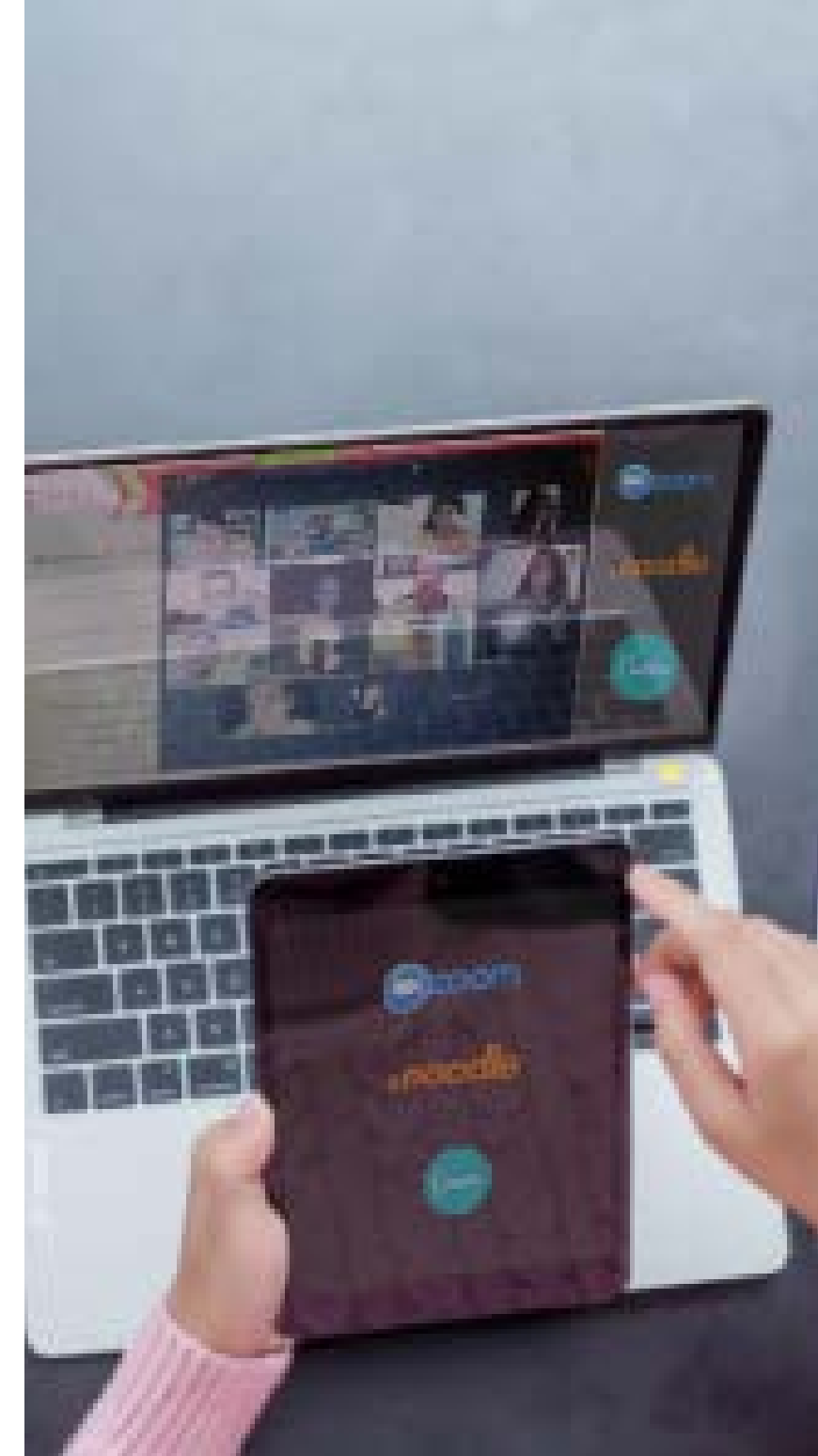
La crisis sanitaria que a nivel global a fragmentado el impulso de la industria digital ha sido el epítome de la realidad, una realidad reinventada en procesos no antes vividos, lo cual hace que la humanidad no allá estado preparada para una situación tan efímera como la pandemia, la educación, el comercio, las relaciones, las estrategias de marketing etc. no fueron parte de la excepción, por el contrario, han sido unos de los sectores más involucrados en la conjetura social. Los desafíos contemporáneos que enfrentan diversas disciplinas académicas, financieras y sociales exigen la

transformación de sus métodos para abordar la realidad, métodos como la presencialidad remota, y office work se han desarrollado con el fin de detener la propagación del virus y convergir los conocimientos en aprendizaje.

La presencialidad remota se ha convertido en la herramienta funcional del sistema educativo esta metodología está inmersa en los procesos de aprendizaje del estudiante y profesor, dejando relegada la formación a un aparato electrónico, donde la percepción del estudiante no es la misma y las técnicas de enseñanza por medio del profesor están en la periferia de la guía cátedra que se traza desde la iniciación del programa, la disposición, el compromiso, son cualidades que se afectaron ortodoxamente, al igual que la interacción se inhibe detrás de una herramienta electrónica, lo cual hace que la comunicación se afecte y el enfoque del mensaje tenga varias vías de comprensión, además de este elemento fundamental, la capacidad

adquisitiva y de conexión de las dos partes ha hecho que el desarrollo de esta herramienta tenga varias casaciones. El agnosticismo en el proceso de transición está implantado en el sistema pedagógico; porque este no ha intuido a la sociedad que para aprender y adquirir conocimientos propios hay que formar un aprendizaje autónomo indemne.

El marketing también se ha enfocado en este segmento de la sociedad, al desarrollar métricas de marketing que miden la atención de los consumidores, cargando contenido en las redes sociales para generar distracción y poder establecer conexión directa, donde los consumidores generan técnicas de Showrooming para permanecer en línea y poder mostrarse como parte de la sociedad que utiliza medios digitales, de esta manera el usuario también implementa la tendencia Webrooming para estar seguro de lo que va comprar. Los fidelizadores de marca hacen que este proceso sea menos complejo al diseñar estrategias de Cross-selling sin importar los valores que estos tengan, el marketing digital y las herramientas digitales se convirtieron en la hegemónía principal de la interacción.



**UNIMETA**

Fundada en 1985

**#CREATU  
HISTORIA**

Matrículas

**2022-1**

abiertas



Procedimiento de inscripción y matrícula  
Instituto Universitario de Tecnología de  
Medellín - Ministerio de Educación Nacional

Más información

322 848 8208 - 322 848 8209 - 322 848 8204  
promocioninstitucional@unimeta.edu.co