

**LA PANDEMIA COVID-19 Y REACTIVACIÓN ECONÓMICA CON LA EDUCACIÓN EN PROYECTOS DIGITALES**

*The Covid-19 pandemic and economic reactivation with education in digital projects*

<https://doi.org/10.47606/ACVEN/PH0117>

**Ambar Annabelle Verdugo-Arcos<sup>1\*</sup>**

<https://orcid.org/0000-0001-6864-7773>  
[averdugoa@unemi.edu.ec](mailto:averdugoa@unemi.edu.ec)

**Carlos Alberto Freire-Cadme<sup>1</sup>**

<https://orcid.org/0000-0002-5351-5417>  
[cfreirec@unemi.edu.ec](mailto:cfreirec@unemi.edu.ec)

**Michela Marisol Andrade-Vásquez<sup>1</sup>**

<https://orcid.org/0000-0003-1657-8280>  
[mandradev@unemi.edu.ec](mailto:mandradev@unemi.edu.ec)

**Erika Ascencio-Jordán<sup>2</sup>**

<https://orcid.org/0000-0003-0878-6207>  
[eascencio@ecotec.edu.ec](mailto:eascencio@ecotec.edu.ec)

**Recibido:** 04 octubre 2021 / **Aprobado:** 07 febrero 2022

**RESUMEN**

La pandemia del covid 19 ha hecho estragos en la actividad económica de muchos países y la lenta reactivación de esa área que presentan, producto de las diferentes olas que se han degenerado. Es por ello que el presente estudio tiene como fin el determinar la reactivación económica empleando los proyectos digitales. Para cumplir con el objetivo trazado se utilizó una investigación documental, presentando un nivel descriptivo. Para ello se empleó como técnica de recolección de datos el fichaje y la codificación de los datos y como instrumento la ficha de contenido o mixta. La técnica de análisis de datos empleada fue el análisis de contenido. Entre las conclusiones se establece la oportunidad que posee el emprendedor de hacer un proyecto comercial exitoso basado en las herramientas digitales y la necesidad de una formación en esa área de mercadeo no tradicional.

**Palabras clave:** Proyectos digitales; herramientas digitales; mercadeo digital; capacitación digital.

1. Universidad Estatal de Milagro; Ecuador
  2. Universidad Tecnológica ECOTEC; Ecuador
- \* Autor de correspondencia: [averdugoa@unemi.edu.ec](mailto:averdugoa@unemi.edu.ec)

## ABSTRACT

The covid 19 pandemic has wreaked havoc on the economic activity of many countries and the slow reactivation of that area that they present, as a result of the different waves that have degenerated. That is why the purpose of this study is to determine the economic reactivation using digital projects. To meet the stated objective, a documentary investigation was used, presenting a descriptive level. To this end, the recording and coding of the data was used as a data collection technique and the content or mixed record as an instrument. The data analysis technique used was content analysis. Among the conclusions, the opportunity that the entrepreneur has to make a successful commercial project based on digital tools and the need for training in this non-traditional marketing area is established.

**Keywords:** Digital projects; digital tools; digital marketing; digital training

## INTRODUCCIÓN

El sustrato de la producción científica denominada la pandemia Covid-19 y reactivación económica con la educación en proyectos digitales, busca atender con criterios de actualidad la intervención en la creación de medios educativos productivos que puedan satisfacer necesidades humanas con propiedades continuamente en revisión.

De esta forma el proceso formativo y reproductivo de las tecnologías digitales se convierte en determinante para consolidar un nuevo enfoque de relacionamiento atendiendo a los aspectos medulares de participación en los ámbitos educativos académicos de permanente revisión con trascendencia posible en los diversos órdenes de ascendiente económico productivo.

Es evidente que la capacidad de los talentos humanos de articular competencias en los entornos de intervención digital serán sinónimo del perfeccionamiento de un desarrollo cultural que puede ajustarse a las variantes que respecto de una coyuntura se pueden ir presentando exigiendo de transformación para responder a nuevas necesidades materiales.

En principio se pronuncia Martín-Vegas (2016) al señalar la educación digital se distiende de manera esencial como derivado de la masificación de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) y su trascendencia social, es evidente que la sociedad planetaria ha evidenciado la creación de una sociedad digital con la aparición de software en permanente transformación creando redes de interacción especial lo cual ha influido en una creación de nuevos medios para superación de barreras económicas.

La ocurrencia de coyunturas como la covid 19 ha exigido el desarrollo de políticas de aislamiento social y distanciamiento preventivo con lo cual actividades de total presencialidad han migrado al cyber espacio, por lo cual educación y economía han debido reventar sus redes de participación incluso para superar las contracciones económicas pandémicas.

En complemento Rivera-Gutiérrez e Higuera-Zimbrón (2021) señalan ha emergido la cuestionante de los conocimientos en el empleo de medios digitales y las maneras como se ejecuta la función de enseñanza aprendizaje bajo la metódica no presencial desde los docentes. En ese sentido, las relaciones sociofuncionales en el periplo pandémico han exigido la transformación de los mecanismos culturales formativos dando preponderancia a la alfabetización y empleo de la tecnología electrónica con la finalidad de masificar nuevas evidencias de construcción de aprendizaje en la misma medida de crear evidenciales productos y servicios calificados para responder necesidades humanas y trascender adversiones económicas.

Es evidente la naturaleza del aprendizaje acción asociado a la ocurrencia de este paradigma ha significado la concurrente actualización de competencias que ha llevado a transformar lo tradicional en algo más modernizado para superar las expectativas formativas y de consumo presentes en una población dinámica en posibilidades, esto supone emprendimiento novedoso.

Es evidente que el proceso culturizador formativo se encuentra asociado a los requerimientos típicos de los sistemas de transacciones, así Toledo-Chambilla (2021) reconoce que el marketing digital es el compendio de medidas y medios guiados al expendio de productos-servicios útiles para responder a los desequilibrios de una clientela de manera sustentable a intermedio, básico o prolongado plazo, con lo cual se evoluciona educativa y económicamente.

En los órdenes expuestos las necesidades humanas han experimentado un proceso de transformación habida cuenta de los factores estructurales influyentes en las relaciones humanas y en las dinámicas productivas, particularmente la coyuntura covid-19 ha implicado restricciones económicas, formas de satisfacer tales falencias, lo cual ha exigido de nuevas formas productivas que en forma resiliente superen anomias.

De esta forma, la cultura de uso y consumo electrónica, ha obligado a las organizaciones para mantenerse rentables, resilientes, competitivas a la búsqueda de formas innovadoras de crear productos con servicios digitales esto obliga a contar con un talento humano calificado en alfabetización como en la actualización electrónica para poder afianzar el proceso de modernización con productividad en cambios continuados.

Por lo cual, lo medular para el alcance de los logros evolutivos en la culturización con producción electrónica se vincula con las capacidades de alfabetización asumidas por Aguirre-Aguilar & Ruiz-Méndez (2012) al destacar en la educación a distancia y virtual desde sus inicios se han usado medios tecnológicos para generar vivencias de preparación acompañadas por plataformas virtuales que incidan en la capacitación de individuos, principalmente recurriendo a los denominados *Learning Management System* (LMS).

Es evidente que el proceso de aprendizaje acción o de culturización formativa electrónica debe relacionarse con un acompañamiento formativo permanente en el cual de manera expresa se genere una práctica de elementos asociados con la alfabetización con empleo de recursos electrónicos suficientes que impliquen supera las contracciones económicas de la pandemia con una nueva cultura productiva digital.

Resulta conveniente que debe darse un proceso formativo de carácter teórico práctico en el cual la materialización de las competencias digitales deba orientarse a mejorar la calificación de recursos productos para responder a una sociedad culturalmente cambiante y con esto superar las propias barreras de productividad de la pandemia.

El desarrollo de la reproducción de la sociedad digital requiere el fortalecimiento de los medios instrumentales educativos para contribuir en la consolidación de talentos cada vez más competentes y dispuestos a la creación de medios más novedosos que pueden denotar evolutividad estructural suponiendo superar las contracciones económicas previas.

Se hace conveniente aprovechar las fortalezas e identidades culturales de socialización en los actuales tiempos para dimensionar la profundidad de los ejes de participación económica cultural teniendo en cuenta la firmeza de capacitación del talento humano acorde con las expectativas que efectivamente en la sociedad se vienen presentando en un proceso de reactivación.

Es por ello que el presente estudio tuvo como objetivo fundamental el determinar la reactivación económica empleando los proyectos digitales. Plasmado desde una perspectiva metodológica cuantitativa desde la modalidad de la investigación documental, presentando un nivel descriptivo. Como técnica de recolección de datos se empleó el fichaje y la codificación de los datos y como instrumento la ficha de contenido o mixta. La técnica de análisis de datos empleada fue el análisis de contenido.

## DESARROLLO

El fortalecimiento de los procesos reproductivos asociados con el empleo asertivo de la tecnología electrónica debe suponer la concreción de evidencias especializadas como consecuencia de un camino orientado a la generación y transformación permanente de recursos significativos para responder en el proceso de reactivación económica postpandémico.

Al respecto de los proyectos digitales debe considerarse lo mencionado en la doctrina por Gómez-Arteta y Escobar-Mamani (2021) quienes reconocen los agentes educativos, en tiempo de pandemia, no se supeditan en semejanza de realidades para ingresar a la formación virtual: localización geográfica, medios económicos y tecnológicos, formación y vivencia en el empleo de tecnología de información y comunicación, entre diversidades.

De acuerdo con lo informado, debe considerarse que las fortalezas y debilidades de los talentos en el proceso de alfabetización con actualización electrónica deben ser diagnosticadas expresamente para que se puedan disponer los medios con recursos educativos orientados a transformar las potencialidades en competencias asertivas lo cual permita crear una cultura digital alternativa a lo tradicional.

Es evidente que el camino de articulación de competencias profesionalizantes en materia de orden tecnológico no puede presentarse desde una concepción de universalización sino que más bien debe responder a paradigmas contextualizados asumiéndose que se deben crear recursos especializados para cada cultura.

En la consecución del proyecto de formación tecnológica deben considerarse elementos significantes de esto Cevallos-Uve *et al.*, (2021) admiten las entidades públicas y privadas de la territorialidad deben formarse para la documentación de diversa calificación de datos e información sustentada en sus efectivas redes y estamentos informáticos, consolidándose el esfuerzo con respecto a la fiscalización y la merma del flujo de información.

En tal sentido, se hace conveniente que los paradigmas formacionales de las entidades de intervención con mediación educativa se acompañen de la suficiencia de datos pertinentemente elaborados para que se configure un mecanismo de traslación más expedito que se asocie a las potencialidades generando recursos con software avanzado y perfección de satisfacción.

De esta forma es conveniente dar ocasión a un acompañamiento formativo suficiente que permita perfeccionar las competencias en la generación, dinámica y empoderamiento de datos electrónicos creando una sociedad más perfectible en el empleo efectivo de estos recursos lo cual se traduzca en modernizar la producción digital.

De seguidas, Sierralta-Pinedo (2021) reconoce que la precisión, corrección y articulación de competencias digitales de los docentes se ha convertido en objeto de entendimiento regular en el curso del año 2020 y lo que cursa del 2021, como consecuencia de la pandemia por COVID-19 y la necesidad de dar continuidad al proceso docente en los distintos niveles educativos.

En el ámbito reconocido se considera que los proyectos de intervención educativa tecnológica requieren la creación de un clima organizacional que admita la conjunción de elementos de formación propios de contextos, asumiéndose la superación permanente de deficiencias junto a la disposición de competencias que puedan traducirse en optimar la calidad de productos al crearse desde la alfabetización herramientas útiles para necesidades humanas

Resulta claro que los fundamentos de acción educativa deben desarrollarse de forma efectiva en diversos eslabones del sistema educativo reconociéndose que los recursos deben relacionarse a las capacidades, potencialidades y prospectivas de realización en un ámbito determinado para aflorar un camino de preparación eficiente. Así la educación tecnológica debe orientarse una esfera productiva transformacional al crearse medios óptimos de satisfacción de requerimientos humanos.

En el mismo orden, se cuenta con estudios significativos, Pomares-Bory, Arencibia-Flores & Galvizu-Díaz (2021) destacan desde la materialización de la pandemia de la COVID-19, en la producción calificada en tópicos singulares a la educación se ha generado un nuevo logismo: educación a distancia de emergencia, con el cual se representa el amolde que, de forma efectiva, fue realizado por distintas universidades al proceso de enseñanza-aprendizaje presencial considerado.

Resulta claro, que la recurrencia de la pandemia Covid-19 impacto en la redefinición de la matización educativa al implicar crear mecanismos de formación que permitan a los sujetos fortalecer sus potencialidades capacidades en una dinámica efectiva que pueda servir para acrecentar las calidades de los productos finales exigiendo buscar paliativos ante las contracciones económicas de sectores tradicionales.

Desde lo informado se considera que las academias universitarias deben considerar el compendio de necesidades en un contexto con el fin de recrear sus medios de intervención educativa asumiendo expresamente que se debe influir en la profundización de nuevas metódicas lo cual debe tratarse de productos digitales más calificados ante exigencias humanas.

De igual manera, refiere Avendaño-Castro, Hernández & Prada-Núñez (2021) al indicar las TIC suponen un rol determinante en la acción pedagógica al generar, conducir o intervenir el discernimiento en el camino de preparación a

cualquier ámbito concentrado y/o tecnológico en momentos de conmoción, los mismos presentan deficiente evolución y discernimiento en los facilitadores, subcedidos a la práctica liberalizadas de los padres y estudiantes.

En tal sentido, el camino de preparación se relaciona con el diagnóstico de la existencia de las TIC admitiéndose que se requiere avanzar en el dominio instrumental de sus contenidos para responder a las necesidades productivas durante la ocurrencia de coyunturas posibles asumiéndose perfección cuando se inventan nuevos medios.

Es evidente que el proceso formativo no solo debe desprenderse de los centros educativos informales sino que además debe considerarse que los agentes de culturización educativa representados en medios de colaboración y formación deben aportar para que se genere una ampliación de criterios posibles que puedan trascender en la creación de competencias digitales eficientes que permitan recuperar centros económicos en contrariedad.

En el desarrollo de las actividades de acción se cuenta con las herramientas digitales asumiendo que Montalvo-Charles, Torres-Jiménez & Parra-González (2021) refieren que las clases virtuales se asocian al tratar el insumo de clase y remitir tareas o actividades: correo electrónico, zoom, google meet, Youtube, Microsoft Teams, google classroom.

En el contenido informado se considera que las articulaciones de procesos formativos y construcciones de aprendizaje se asocian con la presencia de medios de ordenación electrónica que permiten la socialización de los objetos de conocimiento lo cual traducido en innovación digital signifique reproducción de superación económica.

Desde esta concepción se admite que el empleo de estas recursividades se vincula con el alcance de un aprendizaje acción que sea tendencioso a avanzar en el perfeccionamiento de la construcción de aprendizaje también se traduzca en la configuración de recursos productivos más calificados como efectivos en un proceso de modernización de evidencias lo cual en nuevos escenarios sea recuperación económica.

En el mismo orden, se presenta a Bravo-Guerrero (2021) quien reconoce la pandemia arrojó en referente las contrariedades que presentan las familias al respecto de conectividad, recursos y digitalización, con el fin de asociar a los recursos tecnológicos y a la formación virtual. Otros facilitadores de mayor edad se han contrapuesto al empleo de las tecnologías y metódicas digitales, y se les ha contrariado transitar a la evidencia virtual.

Resulta claro, que la articulación de la formación de educación virtual se fundamenta en los factores contextualizados que de manera estructural impiden en el

normal afloramiento del paradigma tecnológico por lo cual es evidente los talentos humanos de forma resiliente, resistente y evolutiva deben reinventarse estrategias de participación en las modalidades de educación disponible que permiten generar capacidades de inventivas, desarrollistas y transformadoras.

Es evidente que la realidad etaria junto a la disponibilidad de recursos han marcado el accionar de desarrollo de la actividad de educación virtual asumiéndose de forma expresa la posibilidad de establecer patrones de transformación permanente que puedan orientarse a reingeniar el uso de recursos educativos económicos cuyas bondades de propiedades pueden satisfacer un público más exigente.

En el caso particular de las herramientas García, Miranda & Romero (2021) denotan durante el COVID-19, en el segundo semestre del periodo 2019-2020, asociado con el empleo de tecnologías digitales se puntualizó que el correo electrónico es el mecanismo de interacción más empleado (93%), continuado de la videoconferencia (72%); sin embargo, los menos utilizados fueron videos (15%), audios (9,8%) o infografías (9,5%), a pesar de sus beneficios.

Desde el orden informado se considera que el proceso pandémico contrajo actividades tradicionales y significo el empleo de medios digitales de común reconocimiento en la población al entenderse que se presenta posibilidad de socialización en función de las dinámicas de orden estructural que se van dando lo cual genera cambios de patrones culturales y por tanto de dinamización productiva.

Igualmente, se considera que la disponibilidad de esta metodología mencionada permitió realizar una identidad esencial con asociación de elementos que creadores de una cultura fueron sedimentando emprendimientos de orden educativo reproductivo que en el tiempo postpandemico se traducen en reactivación productiva.

En el mismo orden, se tiene a Chávez-Reinoso *et al.* (2021) quienes aluden a los programas de preparación permanente, que refiere como ámbito en el camino de enseñanza y aprendizaje el empleo de la mecánica del internet o el ciberespacio; generando así la interlocución consecuente entre los docentes tutores y el alumnado.

De esta manera, se considera que el paradigma formacional educativo debe fundamentarse en la concreción de una formación continuada en la cual se supone efectivamente acrecer en la articulación de competencias de orden práctico que permiten consolidar emprendimientos significativos asumiendo el valor agregado de la tecnología electrónica para transformación.



En el orden informado, se considera que la integración educativa entre docentes y estudiantes en el ámbito de la virtualización debe orientarse al amoldamiento de competencias suficientes con el fin de trascender en productos calificados que permitan demostrar una evolución en el afianzamiento de las actividades en ese orden, asumiéndose que la gama de invenciones que se puede dar del software y hardware facilita y moderniza satisfacciones de necesidades humanas cambiantes.

Al respecto de las herramientas tecnológicas Rivera-Olguin, Sánchez-Espinoza y Cortés-Díaz (2021) aluden, toda esta actualización en mecánica tecnológica e ingreso de estándares y capacidades digitales en las prospectivas de capacitación se han colocado a prueba al orden global en el sustrato de la pandemia de COVID-19. Se ha dado en el desarrollo de la educación tecnológica en función de agregados tradicionales de informática lo cual se va adecuando con las innovaciones de software que se incorporan en la cultura de la población permitiendo reactivar actividades conmocionadas por la pandemia.

En cuanto a las herramientas tecnológicas se considera que debe fortalecerse el compendio de competencias eficientes con el fin de estimular la creación innovadora de evidencias significativas orientadas a generar aprendizajes, se debe motorizar en función de que se pueda dar la transformación curricular en la generación de proyectos digitales eficientes que permitan crear medios especializados de respuesta ante la transformación cultural.

Por lo sucedáneo, se presenta el mercadeo digital, Mejía, De-la- Rosa-Salazar & Huertas-Moreno (2021) reconocen, que las instituciones han utilizado el marketing en un esfuerzo por alcanzar sus propósitos organizacionales, al darse unos cometidos fijados de obtención de estudiantes y de entrega de valor. De esa manera, se comprende que se fomenta una comercialización de productos calificados lo cual exige de la generación de evidencias avanzadas que permitan satisfacer gustos más refinados en transformación.

Es evidente que las producciones a comercializar deben ser calificadas, por lo cual los agentes educativos productivos deben emplear las herramientas apropiadas para realizar los diagnósticos respectivos, sumándose un descubrimiento permanente de atributos suficientes que conduzcan a perfeccionar las identidades de los medios a expender.

Al respecto de lo tratado Sampedro-Guamán *et al.*, (2021) definen el social marketing es el uso de las redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Pinterest, etc.) para transmitir contenidos que les resalte relevante a los miles y millones de partícipes que emplean la red. En el orden informado el empleo de las socials medias exige crear productos de expendio calificado, lo cual obliga la capacitación de talentos humanos con el fin de que puedan dinamizar de manera

más eficiente en los ámbitos de integración respectiva esto máxime aun para desconstrucción económica postpandémica.

Resulta conveniente que el perfeccionamiento de evidencias de aprendizaje y de productos debe suponer un proceso formativo de continuada superación al considerarse que expresamente deben mejorarse las capacidades de logro en el proceso de alfabetización con actualización digital con el fin de que se pueda perfeccionar las propiedades de los medios tecnológicos en una sociedad más exigente.

De igual manera, se considera a Baque-Villanueva *et al.*, (2022) que refieren al marketing digital es un medio que facilita considerar un nexo inmediato con el mercado, contribuyendo al entendimiento de los servicios o permitiendo identificar el grupo de productos, manifestando así la superación de los consumidores que efectivamente se revelan en el aumento de las ventas.

El desarrollo de operaciones comerciales en la era digital exige de manera manifiesta la fortaleza de unas competencias que se deben orientar a establecer posibilidades de creaciones e innovaciones en cuanto a manifestaciones virtuales de productos considerándose que se requiere una plena identidad con el avance cultural de la población para perfeccionar el proceso reconstructivo de recuperación económica.

En el caso particular de las intervenciones de productos en medios digitales debe considerarse que la técnica de producción debe mejorarse de forma permanente con el fin de influir en responder mejor al público, esto exige la definición de un paradigma formativo eficiente que permita trascender en la configuración de productos cada vez más calificados.

Por lo que respecta a la evolución del paradigma mencionado, Monserrath y Freire (2021) destacan que este mecanismo puede demostrarse asumiendo el estudio de los nexos que dan en los posts en redes en atención al grupo absoluto de afiliados que se tienen en página. Se establece que el desarrollo de la tecnología digital debe orientarse a la definición de nexos convenientes que puedan servir para consolidar las estructuras de intervención.

Desde lo informado se considera que la preparación de evidencias de este tipo requiere la disposición de talentos humanos que en la articulación de competencias pueda trascender en la definición de contenidos más eficientes lo cual se refiere a un marketing más efectivo asumiéndose la capacitación profesional con una preparación de nivel solo así se podrán generar recursos digitales más eficientes.

Por último se tiene a Ortiz-Morales, Joyanes-Aguilar y Giraldo-Marín (2016) que denota cuatro propósitos del marketing a los que se asocian las entidades en

la época digital asumiendo al respecto el referente estratégico, tecnológico y táctico; su fin es colaborar a que las intendencias, en fundamento los regimientos de marketing, puedan asumir pertinentes decisiones asumiendo la analítica de datos.

En este sentido se considera que el proceso de comercialización de productos digitales debe relacionarse con un proceso de orden dinámico que defina líneas maestras de intervención modernista, junto a medios especializados de concreción efectiva que se relacionan con la superación de estructuras primarias de revisión permanente.

De seguidas, se considera que las relaciones operativas de mercado requieren la revisión de las disponibilidades de datos para redefinir las formas de construcciones de evidencias que se apalanquen en la superación de medios junto a modos teniéndose en cuenta aspectos trascendentales que se direccionen a un medio de formación permanente.

En el desarrollo de las producciones de orden estructural debe considerarse el contenido de la capacitación digital como mecanismo para concretar evidencias de realización cada vez más calificadas que se fundamenten en la actualización permanente de medios que provengan de una actualización de competencias.

En ese orden de ideas, Chou Rodríguez, Valdés Guada & Sánchez Gálvez (2017) destacan a la alfabetización como la función educativa orientada a la capacitación de competencia para emplear y contestar a las variadas realidades y adversiones cada vez más abstractas que se le evidencian a cada sujeto. Es evidente que el éxito en la construcción de productos digitales se relaciona con la posibilidad de empoderar a la población del software primario y su actualización asumiéndose que el proceso formativo de continuidad permanente permite mejorar las competencias.

Se debe considerar que las necesidades de generación de productos deben asociarse a las coyunturas del proceso educativo, económico y cultural imperante en un lugar determinado asumiéndose que el sujeto debe asociarse a un proceso teórico práctico que en forma permanente experimenta un proceso de actualización, es evidente que se debe resaltar que el proceso de formación continuado debe focalizarse en la adopción de competencias que permitan perfeccionar productos en la desconstrucción postpandémica.

Por su parte, Levano-Francia *et al.*, (2019) reconoce el uso de la internet ha mejorado los referentes de interactividad; la apropiación de la información ha guiado a modificaciones del enfoque de la sociedad que superando lo significativo, han sostenido y seguirán produciendo relevante impacto y con ello variante de tendencias más velozmente.

En el orden informado, se considera que los estudiantes virtuales deben fortalecer sus niveles de interactividad con los recursos tecnológicos asumiendo que de forma permanente estas relaciones puedan contribuir en la redefinición de proyectos de impacto que permitan innovar, ingeniar y transformar calidades primarias.

Por lo que se puede considerar que la sustentabilidad de los procesos de actualización tecnológica se relaciona con las modificaciones de enfoques que permitan fortalecer los aspectos significativos de los productos cuando las técnicas digitales se van perfeccionando.

Seguidamente, presentan Guayara-Cuéllar., Millán-Rojas, y Gómez-Cano, (2019) quienes indican los docentes evidenciaron resistencia al empleo de la plataforma virtual no obstante después del arranque la formación corroboró un interés destacado por el empleo de tal tecnología. Se reconoce efectivamente que el desarrollo de posibles emprendimientos digitales se asocia con la identificación con actualización de la plataforma teniéndose en cuenta que ese proceso influye en la mejora de calidad de productos.

Por lo que se considera, que la evidencia del proceso de generación digital se relaciona con una perfectibilidad de técnicas que se relacionan con la formación continua asumiéndose mecanismos eficientes de superación de la aplicación tecnológica.

En ese mismo orden, Rocha-Trejo y Hernández-Perales (2020) resaltan el uso del programa de formación que debe ejecutarse de forma presencial, cuando la detección genere referentes bajos en las competencias digitales de docentes, de esta manera es flagrante que los procesos de formación en materia digital deben suponer el fortalecimiento de competencias idóneas orientadas a perfeccionar la calidad de los recursos de comercialización, asumiéndose que se debe pasar de las competencias mínimas a las avanzadas con el fin de que se pueda superar las concepciones en un estado de arte, ciencia y filosofía eficiente en el proceso de reactivación económica postpandémica.

En el orden complementario, Andrés *et al.*, (2022) refieren las universidades se presentan muy conscientes de los cometidos dirigidos a una preparación de calidad y coinciden por incluir a sus ámbitos de aprendizaje, diversas herramientas tecnológicas de la Web 2.0, para empleo y ganancia, es evidente que la culturización de las competencias y capacidades de orden tecnológico debe darse de manera permanente con el fin de que pueda optimarse la calidad de los emprendimientos productivos.

Por lo consiguiente, se debe resaltar que el proceso de culturización debe presentarse en los ámbitos estrictamente educativos y culturales con el fin de que se pueda consolidar talentos humanos con profundización de competencias en las

actividades evolutivas que se traduzcan en generar medios más perfectibles en beneficio de emprendimientos más avanzados en contenidos.

Es menester resaltar, que los procesos de emprendimientos digitales deben orientarse al fomento de mecanismos suficientes que permitan responder a públicos más exigentes en una dinamización de consumo y uso más eficiente que pueda ser satisfecho con la creación de productos más novedosos con propiedades más avanzadas.

En lo que se refiere, a la tecnología para el emprendimiento, Villarreal-Villa *et al.*, (2019) está asociado en la manera en que los facilitadores suelen presentar más simple el aprendizaje de sus estudiantes mediante las TIC, incluyendo diversos elementos (ciudadanía digital y administración de materiales), sumándose el avance profesional del formador.

Es evidente el uso de los proyectos digitales puede contribuir en la reactivación económica porque implica fomentar respectivamente la creación de productos especializados que se puedan socializar en redes interactivas sirviendo para consolidar nuevas culturas de uso y consumo lo cual puede dimensionarse en una evolución con modernización económica posible.

Así la reactivación económica será consecuencia de que se presenten recursos evidenciales cuyas propiedades se utilicen para superar las adversiones económicas dadas en ciertas coyunturas asumiéndose expresamente que se presentan cambios fundamentales en la cultura digital que pueden ascender en la movilidad de la economía atendiendo a variantes asociativas posibles.

## CONCLUSIONES

El sustrato de la producción científica denominada la pandemia Covid-19 y reactivación económica con la educación en proyectos digitales, permite revisar un compendio de elementos que pueden servir para fundamentar la creación de un nuevo paradigma educativo productivo.

Desde lo estructural se presentan los proyectos digitales como mecanismos intencionados en la creación de recursos de asociación que puedan servir para fomentar la creación de medios óptimos en una cultura de uso y consumo de mayor evolución que se traduzca en la recreación de medios de continuada superación.

Por el mismo orden, el proceso de construcción de recursos exige el uso perfectible de herramientas digitales las cuales deben ser empoderadas por la población para contribuir en la socialización de elementos junto a la creación de productos más calificados que puedan satisfacer a una cultura de continuada actualización de elementos.

A continuación, se presentan los elementos del mercadeo digital, asumiéndose que las necesidades de consumo con uso junto a las expectativas productivas deben orientarse a la definición de nuevas redes de comercialización teniéndose en cuenta la relevancia de avanzar en la determinación de aspectos más relevantes.

Por lo concerniente al desarrollo de la capacitación digital es oportuno mencionar que las capacidades de los talentos humanos relacionados con la intervención de la producción digital deben avanzar de fundamentales a profundas contribuyéndose en la definición de elementos perfectibles que permiten innovar en la creación de campos proactivos.

Por lo expuesto es conveniente afirmar que la era de la virtualización puede influir en la reactivación económica pues es evidente que la creación de recursos calificados por esta vía puede trascender en la verificación de nuevas modalidades de participación en una economía en la cual la digitalización marca referentes posibles. En definitiva la innovación tecnológica debe ser trascendental para fortalecer las actividades operativas de orden económico comercial al asumirse la creación de nuevos medios de comercialización eficientes en culturas de uso y consumo cambiantes.

## REFERENCIAS

Aguirre Aguilar, G & Ruiz Méndez, MdelR. (2012). Competencias digitales y docencia: una experiencia desde la práctica universitaria. *Innovación educativa* (México, DF);12(59): 121-141. Recuperado de: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1665-26732012000200009&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-26732012000200009&lng=es&tlng=es).

Avendaño Castro, W. R., Hernández S., C. A., & Prada Núñez, R. (2021). Use of Information and Communications Technology as a pedagogical asset in times of crisis. *REVISTA HISTORIA DE LA EDUCACIÓN LATINOAMERICANA*, 23(36). <https://doi.org/10.19053/01227238.11619>

Baque Villanueva, LK, Álvarez Gómez, LK, Izquierdo Morán, AM & Viteri Intriago, DA. (2021). Generación de valor agregado a través del marketing digital en las Mipymes. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(5), 407-415. Epub 02 de octubre de 2021. Recuperado en 11 de junio de 2022, de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202021000500407&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202021000500407&lng=es&tlng=es)

Bravo Guerrero, FE. (2021). Covid-19: Resiliencia de los docentes por el abrupto cambio a modalidad de estudios virtuales. *Revista San Gregorio*, 1(48), 211-221. <https://doi.org/10.36097/rsan.v0i48.1822>

- Mejía JC, De-la- Rosa-Salazar, D & Huertas-Moreno HD. (2021). Implicaciones de la COVID-19 sobre el marketing de servicios educativos: un estudio desde las motivaciones y estados de ánimo de universitarios en Colombia. *Estudios Gerenciales*, 37(158), 126-137. Epub March 19, 2021. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2021.158.4271>
- Cevallos Uve GE, Cedeño Hidalgo ER, Sánchez Ramírez VB, Macas Moreira KM & Ramos López Y. (2021). Educación en tiempos del COVID-19, perspectiva desde la socioformación. *Dilemas contemporáneos: educación, política y valores*;8(spe1), 00004. DOI: <https://doi.org/10.46377/dilemas.v8i.2558>
- Chávez Reinoso JP, Chávez Guevaraz JE, Flores Andino VM & Guayanlema Chávez IG. (2021). Educación virtual en época de Covid-19: perspectiva de los educandos a nivel superior. *Horizontes Revista de Investigación en Ciencias de la Educación*; 5(17):59-76. DOI: <https://doi.org/10.33996/revistahorizontes.v5i17.159>
- Chou Rodríguez R, Valdés Guada A & Sánchez Gálvez, S. (2017). PROGRAMA DE FORMACIÓN DE COMPETENCIAS DIGITALES EN DOCENTES UNIVERSITARIOS. *Revista Universidad y Sociedad*; 9(1): 81-86. Recuperado de: [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202017000100011&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202017000100011&lng=es&tlng=es).
- García MJ, Miranda PG & Romero JA.. (2021). Análisis de tecnologías de información y estrategias en el rendimiento académico durante la pandemia por COVID-19. *Formación universitaria*;15(2): 139-150.
- Gómez-Arteta, I. y Escobar-Mamani, M. (2021). Educación virtual en tiempos de pandemia: incremento de la desigualdad social en el Perú.
- Guayara-Cuéllar, C. T., Millán-Rojas, E. E. y Gómez-Cano, C. A. (2019). Diseño de un curso virtual de alfabetización digital para docentes de la Universidad de la Amazonia. *Revista Científica*, 34(1), 34-48. Doi: <https://doi.org/10.14483/23448350.13314>.
- Levano-Francia L, Sanchez Diaz S, Guillén-Aparicio P, Tello-Cabello S, Herrera-Paico N & Collantes-Inga Z. (2019). Competencias digitales y educación. *Propósitos y Representaciones*; 7 (2): 569-588. DOI: <https://dx.doi.org/10.20511/pyr2019.v7n2.329>
- Martín, Vegas, RA (2016). El reto de la educación digital: más allá de la transformación metodológica. In: SOUZA, F. M., and ARANHA, S. D. G., orgs. *Interculturalidade, linguagens e formação de professores* [online]. Campina Grande: EDUEPB, 2016. DOI: <http://dx.doi.org/10.7476/9788578793470.0012>

- Montalvo-Charles GL, Torres-Jiménez J & Parra-González EF. (2021). Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en educación a distancia durante la pandemia COVID-19 utilizadas en educación primaria. Dilemas contemporáneos: educación, política y valores;9(spe1):00042. DOI: <https://doi.org/10.46377/dilemas.v9i.2949>
- Monserrath, P y Freire, T. (2021). Impacto de la gestión de redes sociales en las empresas gastronómicas. Ecuador: Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato. DOI: <https://doi.org/10.37135/chk.002.16.03>
- Ortiz Morales M, Joyanes Aguilar L y Giraldo Marín LM. (2016). Los desafíos en la era de la big data. E-Ciencias de la Información;6(1). Recuperado de: <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/eciencias/article/view/19005/23493>
- Pomares Bory, E., Arencibia Flores, L., & Galvizu Díaz, K. (2021). Innovación emergente para la COVID-19: taller virtual sobre el uso educativo de la plataforma Moodle. Revista Cubana de Informática Médica, 1(1), e438. Recuperado de: <http://www.revinformatica.sld.cu/index.php/rcim/article/view/438>
- Rivera-Gutiérrez, E e Higuera-Zimbrón, A. (2021). Desempeño Docente en Ambientes Virtuales de Aprendizaje Durante la Pandemia Covid-19 en Programas de Diseño. Disponible en: <https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.3216>. Consultado en: 18-05-2022.
- Rivera Olguin, P, Sánchez Espinoza, E y Cortés Díaz B (2021). La disrupción de lo presencial a lo virtual. Percepciones de los directores de docencia sobre el uso de plataformas digitales en contexto de pandemia en una universidad del norte de Chile. Uruguay. Página de Educación;14(2). DOI: <https://doi.org/10.22235/pe.v14i2.2607>
- Rocha Trejo, E. H. y Hernández Perales, J. A. (2020). Valoración de las competencias digitales en docentes para la adopción de tecnologías de software libre Proyecto Kids on Computers. e-Ciencias de la Información, 10(2). doi: 10.15517/eci.v10i2.40774
- Andrés EM. San, Rodríguez MC., Pazmiño MF & Mero KM. (2022). Tecnologías Web 2.0 en el proceso de formación universitaria: programa de capacitación para favorecer el conocimiento y habilidades de los docentes. Formación universitaria; 15(1): 127-134. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062022000100127> .
- Sampedro Guamán CR, Palma Rivera DP, Machuca Vivar SA & Arrobo Lapo EV. (2021). Transformación digital de la comercialización en las pequeñas y medianas empresas a través de redes sociales. Revista Universidad y



Sociedad, 13(3), 484-490. Epub 02 de junio de 2021. Recuperado de:  
[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202021000300484&lng=es&tlnq=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202021000300484&lng=es&tlnq=es).

Sierralta Pinedo, S. (2021). Digital skills in times of COVID-19, challenge for the teachers of the Educational Institution CECAT "Marcial Acharán". Mendive. Revista de Educación; 19(3):755-763. Recuperado de:  
[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-76962021000300755&lng=es&tlnq=en](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-76962021000300755&lng=es&tlnq=en).

Toledo Chambilla, A. (2021). Influencia del marketing digital en las empresas de servicio gastronómico durante el covid-19. Bolivia: Universidad Mayor de San Simón; 14(24). Recuperado de: [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S2521-27372021000200020&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S2521-27372021000200020&script=sci_arttext)

Villarreal-Villa, S, García-Guliany J, Hernández-Palma H & Steffens-Sanabria E. (2019). Competencias Docentes y Transformaciones en la Educación en la Era Digital. Formación universitaria, 12(6): 3-14.  
<https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062019000600003>