



**Determinar el impacto que tendría en la población rural del municipio de Amagá la implementación de una ruta formativa en herramientas tecnológicas para que promueva el fortalecimiento de habilidades digitales y aporte en el cierre de las brechas existentes.**

**Facultad de administración de empresas y ciencias económicas**

**Centro regional Aburrá Sur**

Especialización en gerencia de proyectos

Juan David Londoño Gil

ID: 771412

Andrés David Bonilla Cabezas

ID: 125764

**Proyecto de grado monografía de investigación**

**Para optar al título de:**

Especialistas en Gerencia de Proyectos

**Docente asesor**

Catalina Valencia Franco

## **Título de la investigación**

**Determinar el impacto que tendría en la población rural del municipio de Amagá la implementación de una ruta formativa en herramientas tecnológicas para que promueva el fortalecimiento de habilidades digitales y aporte en el cierre de las brechas existentes.**

### **Palabras clave.**

**Tic's.** Las tecnologías de Información y Comunicación (TICs) son el conjunto de herramientas relacionadas con la transmisión, procesamiento y almacenamiento digitalizado de la información. Un aliado del emprendimiento, tanto en nuevos conceptos como en lo tradicional. Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, Es decir, todas esas tecnologías que nos permiten acceder, producir, guardar, presentar y transferir información. Ellas están en todos los ámbitos de nuestras vidas, en nuestra vida social, familiar y escolar. Sus usos son ilimitados y pueden manejarse con facilidad, sin necesidad de ser un experto.

**Población rural.** Cuando hablamos de la población rural nos referimos a aquellos sectores de un país o una región que hacen vida fuera de las ciudades, en sectores geográficos de baja densidad poblacional y cuyas actividades económicas usuales tienden a lo agropecuario. Dichas regiones rurales suelen ser mucho más extensas que las urbanas, y dependiendo del grado de desarrollo del país pueden ser más o menos pobres que sus contrapartidas urbanas.

La población rural es tan antigua como la civilización humana misma. De hecho, los primeros asentamientos permanentes de la humanidad (es decir, el abandono del nomadismo) surgieron de la mano de la actividad agrícola y la domesticación, pues resultaba mucho más

productivo permanecer en un mismo lugar y explotar el suelo, que deambular a la espera del alimento.

Actualmente, en el mundo posindustrial, las poblaciones rurales son mayoritarias en los países menos desarrollados e industrializados, o sea, en los que presentan las economías más dependientes. En cambio, en los países del llamado “Primer mundo”, es notorio el predominio de la población urbana, cuyos alimentos provienen de regiones externas. Del mismo modo, desde una perspectiva global, la vida urbana es mucho más abundante que la rural.

## Índice

Capítulo 1. Planteamiento del problema.....	5
1.1 Descripción del problema .....	5
1.2 Formulación .....	6
1.3 Justificación .....	6
1.4 Objetivos .....	7
1.4.1 Objetivo general.....	7
1.4.2 Objetivos específicos .....	7
 Capítulo 2. Marco referencial .....	 8
2.1.Marco conceptual.....	8
2.2 Marco contextual .....	14
2.2 Marco legal .....	18
2.2 Marco teórico .....	21
 Capitulo 3. Diseño Metodológico.....	 26
3.1 Enfoque investigativo .....	26
3.2 Diseño .....	27
3.3 Alcance .....	27
3.4 Población.....	28
3.5 Tamaño muestra.....	28
 Capitulo 4. Metodología .....	 29
4.1 Fuentes, técnicas e instrumentos de recolección de información y datos .....	29
4.2 Resultados de la encuesta.....	32
4.3 Fases de formación y contenidos .....	42
4.4 Cronograma.....	44
4.5 Indicadores de impacto .....	44
 Conclusiones .....	 46
Referencias.....	48
Anexos .....	50

## Capítulo 1

### Planteamiento del problema

#### 1.1 Descripción del problema.

Hoy en día es evidente que el uso de las TIC en el desarrollo rural logra aportar en el mejoramiento de los comercios y el aumento de las cifras de productividad de quienes demuestran un adecuado manejo y uso de las herramientas existentes. El uso de TIC en Colombia ha demostrado como la adopción y apropiación de la tecnología da una fuerza de valor al trabajo en el sector rural, y ayuda a minimizar los riesgos latentes, de esa manera se potencializa la productividad en todas las fases del ciclo de agricultura y agroindustria. El aprovechamiento de oportunidades y el fortalecimiento del tejido social en los territorios son una muestra de que la tecnología bien usada con propósitos productivos se convierte en un elemento indispensable en el desarrollo del campo que necesita este país. Sin embargo, la falta de acompañamiento en los municipios rurales del país, la cultura tradicional campesina y el analfabetismo de estas poblaciones manifiestan una gran falencia en la apropiación de las características tecnológicas que la actualidad provee.

En nuestro país , en la última década , se ha evidenciado una evolución en las políticas de promoción del uso de tecnología y de fortalecimiento productivo del sector campesino , tanto así que vale la pena resaltar la Misión para la Transformación del Campo (Departamento Nacional de Planeación -DNP; Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria - Corpoica, 2015), que recoge información importante que demuestra las falencias y oportunidades del sector en el ámbito tecnológico dando una valiosa mirada a las inmensas posibilidades que se desperdician por el mal uso o el desconocimiento de la tecnología.

Por lo mencionado en el párrafo anterior, a esta investigación le interesa dar profundidad a los factores reales por los cuales la población rural no usa de manera adecuada la tecnología y por consiguiente desperdicia un alto valor en su ejercicio productivo y de esta manera diseñar una ruta sencilla para fortalecer las competencias y habilidades de los campesinos rurales

## **1.2 Formulación del problema.**

Ante la velocidad del cambio que imprimen el uso de las tecnologías para fines comerciales, acelerando el proceso de compra entre productores y consumidores, el sector productivo rural del municipio de Amagá necesita identificar, ajustar y preparar su transición hacia la comercialización en línea, por ello es de suma importancia formar de manera básica en herramientas digitales útiles ya que en la actualidad su desconocimiento impiden a los campesinos productores acercarse, crecer y competir de una mejor manera.

Todos estos resultados sirven de guía para quienes deben diseñar políticas, orientar incentivos y apoyar proyectos, pues señalan cuánto dista nuestra agricultura de las herramientas que ofrecen hoy proyectos enmarcados en acceso tecnológico y cuáles falencias necesitan una mayor atención.

## **1.3 Justificación.**

El propósito de recolectar información sobre el adecuado uso de la tecnología en el sector rural se enmarca únicamente en que a través de este podamos tomar decisiones para diseñar una estrategia de formación que contemple la posibilidad de adoptar y mejorar su uso. Pues esperamos que a través de la estrategia planteada la tecnología pueda ser mejor utilizada en los diferentes ámbitos del sector rural y así convertirse en el factor determinante para la vinculación

de las nuevas generaciones en las labores campesinas, contribuyendo a la transformación digital que nuestro país requiere.

El marketing no es sólo una actividad de intercambio, sino que utiliza técnicas que se basan en métodos, métricas y pautas de desarrollo para identificar necesidades y adelantarse a satisfacerlas.

## **1.4 Objetivos.**

### **1.4.1 Objetivo general.**

Analizar las diferentes variables que influyen en la población campesina rural del municipio de Amagá, en torno al uso adecuado de las tecnologías, con el fin de diseñar una ruta de formación que ayude a la adaptación y capacitación progresiva de su uso.

### **1.4.2 Objetivos específicos.**

- Realizar una caracterización por medio de una encuesta, sobre las diversas herramientas tecnológicas que se conocen por parte de la población campesina rural en el municipio de Amaga y establecer las necesidades inmediatas para determinar el punto base de la estrategia formativa.
- Diseñar una ruta formativa corta para el cierre de las brechas digitales de los campesinos del sector rural de amaga interesados en fortalecer sus competencias y habilidades digitales.
- Identificar el impacto social que generaría la formación y capacitación progresiva de la población campesina del municipio de Amagá, respecto al uso adecuado de las tecnologías. A través de unos indicadores cuantitativos y cualitativos.

## Capítulo 2

### Marco Referencial

#### 2.1 Marco conceptual.

Existen plataformas que permiten a los diferentes productores crear un vínculo con potenciales compradores realizando transacciones comerciales las cuales potencializan el desarrollo de los pequeños y medianos empresarios introduciéndose en el mundo digital, a continuación, se enumeran algunas técnicas para ello:

- **Ecommerce:** Definir comercio electrónico puede parecer una cosa sencilla, pero no hay tanto consenso al respecto. Para algunos el ecommerce se limita al cobro online o al intercambio de datos necesario para confirmar una compra. Para nosotros el comercio electrónico es algo mucho más amplio y existe siempre que se confirma una transacción por medios telemáticos. Sin embargo, podemos encontrar diversas definiciones, todas ellas con una base común: venta de productos o servicios.

El ecommerce ha modificado las maneras en que las organizaciones realizan sus actividades. A partir de los años 70 con la introducción del EDI, aparece la infraestructura que permitirá la situación actual. Estas tendencias se basan en la logística, el intercambio de documentos y la conexión global. Internet, sobre esta base, ha sido el impulsor principal del ecommerce en el tiempo actual. El ecommerce tradicional crece desde redes propietarias vía EDI hasta la actual difusión por redes abiertas como Internet. (Somalo

Por lo tanto, comercio electrónico significa el traslado de transacciones normales, comerciales, gubernamentales o personales a medios computarizados vía redes de telecomunicaciones, incluyendo una gran variedad de actividades. La Asociación para la Economía Digital (ADIGITAL) define el comercio electrónico como: «El comercio electrónico se puede definir como la compra-venta de productos y servicios a través de sistemas electrónicos, principalmente Internet»

En Wikipedia encontramos la siguiente definición: «También conocido como e-commerce (electronic commerce en inglés), consiste en la compra y venta de productos o de servicios a través de medios electrónicos, tales como Internet y otras redes informáticas». (Somalo, 2017 p.17)

- **Los Marketplace:** son plataformas en las que se venden productos de diferentes negocios, marcas, empresas e, incluso, de usuarios. Los clientes navegan por la plataforma buscando cuáles son los productos idóneos, cuáles son los mejores precios, cuáles son las mejores condiciones, las mejores ofertas o promociones, etcétera.

El Marketplace actúa como intermediario, ofreciendo a los compradores toda la gama de productos que albergan, facilitando el trabajo de los vendedores y garantizando la seguridad de la transacción económica.

Los Marketplace funcionan de forma sencilla, efectiva, rápida y económica, tanto para clientes como para vendedores. Estas plataformas aportan ventajas competitivas para aquellos dispuestas a vender sus productos en ellas. Es fácil trabajar con ellos: conllevan una gran cantidad de tráfico, incomparable con el que puede tener un negocio online más

pequeño e incluso, en algunos casos, permiten que se pueda vender sin contar con una plataforma online previa.

Para los clientes también aporta ventajas como la existencia de una gran competencia entre marcas, que fomenta que los precios bajen y que se ofrezcan promociones y ofertas, o la garantía de que el pago se va a realizar de forma segura, sin poner en peligro los datos del usuario. (@ObsEcommerce,2020)

Las principales ventajas de apoyarse en un Marketplace para vender son: no necesitas desarrollar una plataforma tecnológica. Te puedes apoyar 100% en el Marketplace para realizar tus ventas. No obstante, esto no es lo habitual ni probablemente lo más aconsejable. Normalmente las tiendas online ponen a la venta sus productos en los marketplaces a la vez que en una tienda propia. Desde luego no son posibilidades incompatibles sino más bien todo lo contrario.

El comprador puede pagar a través de los medios de pago del Marketplace, lo que genera confianza y comodidad. Se dispone de los principales medios de pago de cada lugar sin necesidad de integrarlos. Las transacciones son por lo tanto más fáciles y seguras para el comprador, o al menos la percepción que tiene es esa. En temas de seguridad, la percepción puede ser más importante incluso que la realidad.

El comprador recibe una cierta garantía del Marketplace, que se compromete a un nivel de servicio estándar de sus vendedores. El sistema de calificación del servicio provoca que los vendedores tengan una extraordinaria orientación a la satisfacción de los clientes.

Acceso a un enorme número de compradores. El Marketplace se ocupa del marketing y te garantiza el acceso rápido a una enorme cantidad de clientes potenciales.

Benchmark competitivo-sencillo. Es muy fácil ver si eres competitivo y dónde está tu competencia más dura, ya que las posiciones de tus competidores están todas visibles en el mismo sitio.

Algunos ofrecen incluso la posibilidad de realizar la logística, lo que hace muy sencillo todo el proceso de internacionalizarse en un país. (Somalo, 2017 p.220)

- **El móvil como detonante del cambio:** Vemos por tanto que hay un cambio relevante del paradigma de la multicanalidad, donde se percibe la nueva situación como un problema, a la omnicanalidad, donde sucede lo contrario: se plantea una gran oportunidad de dar mayor valor a los clientes ganar ventaja competitiva con respecto a otros que solo compiten en un canal.

El detonante de este cambio de paradigma está en la universalización del uso del móvil, y más concretamente del Smartphone, por la sociedad. En los últimos años, el teléfono móvil se ha convertido en una herramienta tecnológica imprescindible en nuestras vidas. En muy poco tiempo se ha establecido como el medio de comunicación (Somalo, 2017 p.233) con mayor cobertura y penetración del mercado. El móvil es, hoy en día, el medio de comunicación personal por excelencia. En la mayoría de los países, tanto desarrollados como en vías de desarrollo, el número de terminales móviles supera el número de habitantes del país. Esto implica que tenemos un porcentaje muy reducido de población sin acceso móvil y un número relevante de usuarios que disponen de más de uno. Sin duda, el impacto en la sociedad es enorme y decisivo.

La buena aceptación de las redes sociales y su uso a través del móvil, en especial de las aplicaciones de mensajería instantánea desde el año 2013, acentuaron y consolidaron la generalización del empleo de los Smartphone hasta su nivel de influencia actual. En estos momentos, podemos afirmar que el uso de dispositivos móviles es un fenómeno universalizado que afecta no solo al modo de relacionarnos, sino también a muchos negocios y actividades económicas.

Debemos contemplar que, a través de un Smartphone, cualquier usuario tiene acceso a comunicación escrita, mensajes, correo o a una simple llamada de voz como en los terminales más tradicionales, pero, además, las personas disponen de GPS, que permite una geolocalización permanente, una cámara de fotos y de vídeo con capacidad de inmortalizar lo que está sucediendo en todo momento y lugar. En todo caso, el principal elemento que provoca un cambio de las reglas del juego en muchas actividades y sectores es la disposición de un acceso permanente a navegación y de uso de aplicaciones (app) permanentemente conectadas.

Según señalan las compañías telefónicas, los usuarios prefieren el uso de datos para sus comunicaciones. Cada vez se envían más contenidos multimedia (imágenes, sonidos y vídeos), lo que se observa en el volumen de intercambios, que se ha incrementado de forma considerable, y la tendencia sigue imparable. En este sentido, el aumento del tráfico de datos está muy relacionado con el consumo creciente de aplicaciones y la gran popularidad de los teléfonos inteligentes, que actualmente están presentes en dos de cada tres conexiones móviles. Las principales razones por las cuales se ha incrementado el consumo de datos a través de los Smartphone son las descargas de

aplicaciones, la subida y bajada de fotos y vídeos, la interacción con el entorno para buscar información, etc.

El móvil ha supuesto el detonante del cambio hacia la omnicanalidad por cuatro grandes ventajas que aporta con respecto al ordenador, canal previo de acceso al mundo digital casi en exclusiva:

- Lo llevamos siempre encima: Esto permite realizar transacciones o partes del proceso en todo momento y situación.
- Geolocalización: Nos mantiene en todo momento geo localizados lo que permite personalizar y contextualizar ofertas a la situación real del cliente en ese momento.
- App: O aplicaciones móviles que, al estar presentes en el dispositivo, otorgan una mayor capacidad de comunicación y relación, por ejemplo, enviando mensajes y notificaciones. (Somalo, 2017 p.234)
- QR: La cámara del móvil permite escanear códigos que nos vinculan de forma instantánea con el mundo virtual, localizando la información o producto en la red sin esfuerzo.

En un futuro, posiblemente las búsquedas serán cien por ciento visuales, lo que permitirá localizar un producto y dónde se vende, u otros similares, con solo hacer una foto a un producto en la vida real. (Somalo, 2017 p.235)

## **2.2 Marco contextual.**

### **Mercados Campesinos y fuentes de ingreso económico en el municipio de Amagá.**

Amagá, es un municipio que cuenta con 32 mil habitantes el 50% corresponde a la zona urbana y el otro 50% a la zona rural en desarrollo, en donde la minería y la explotación de carbón mineral es la actividad que más empleo y más ingresos económicos genera en este municipio, seguido de los cultivos de café y el aguacate has, la caña de azúcar y el plátano, del mismo modo cuenta con una demanda importante en cuanto a la ganadería y finalmente todo lo relacionado con el comercio de artículos de primera y segunda necesidad, en otras palabras un gran potencial agroindustrial que viene siendo desarrollado y el cual propende potenciar sus esfuerzos con el fin de producir y distribuir productos de consumo básicos terminados, como lo son la panela, de caña de azúcar, en la agricultura la yuca, el banano, las hortalizas como cebolla, pimientos, calabazas, calabacines y rábanos.

La comercialización de todos estos productos tales como la carne, la hortaliza, la panela y los productos de segunda necesidad como la ropa el calzado y artículos de bisutería, y además la zona de comidas, hasta el año 2009 se realizaban de manera rudimentaria y sin ningún tipo de orden ni controles de salubridad, esta comercialización se realizaba en el parque principal como especie de mercados campesinos en toldillos que reflejaban deterioro y mala presentación a la vista, hasta el punto de parecer tugurios, estos espacios eran clasificados por secciones dependiendo el tipo de producto o de servicio y así distribuían y asignaban todas las zonas del parque principal.

**Plaza de Mercado Carlos Adolfo Taborda Trujillo.** En el 2008 se ve la necesidad de darle una mejor visibilidad al parque principal y en consecuencia mejorar las condiciones y el incremento de las ventas para todos estos comerciantes campesinos, es por ello que la

administración municipal decide apostarle al cambio de costumbres y así formular el proyecto para la construcción de la plaza de mercado y finalmente en el 2009 se logra terminar este proyecto en una propiedad adquirida por la administración en el centro del parque principal y es allí donde se inaugura la plaza de mercado, logrando mejorar hasta ese momento las necesidades de sus comerciantes y su mercado popular.

Esta plaza de mercado se convirtió en el lugar de comercialización de los productos campesinos más importantes del municipio de Amagá, comercializando su panela, su caña, su café, sus plátanos, sus yucas, sus hortalizas, su cebolla de rama entre muchos otros.

Esta plaza de mercado cuenta con aproximadamente 6 niveles y más de 100 locales comerciales, están divididos por secciones, panaderías, comidas rápidas, confiterías, carnicerías, y la zona de Fruver.

Actualmente presenta una problemática y es que muchos de estos locales están siendo utilizados por empresas que se dedican a otro tipo de servicios, como son electrodomésticos, empresas de servicios públicos, mueblerías etc.

Sus fallas arquitectónicas han generado un gran impacto negativo, y esto viene deteriorando de forma directa los ingresos de los comerciantes, existe una subutilización de los locales debido a que muchos se encuentran desocupados, el flujo de clientes cada día es menor y la ausencia de estrategias de mercadeo son nulas, es una plaza de mercado disfuncional que por su estructura no gusta de las personas para ir a visitarla.

A estos elementos se le suma que no se tiene control desde la administración municipal con los permisos para nuevos negocios y comercialización de productos sin ningún tipo de autorización y de control, además la llegada de grande cadenas como D1, Surtimax, Jaiverde, y otros Fruver, seguido de mercados barriales en los que cada persona independiente abre un local

en la sala de su casa y monta una legumbrera, una carnicería, una panadería, almacenes en general y esto hace un contrapeso gigantesco y acrecienta el problema de consumo en la plaza de mercado. Se puede decir que en la actualidad hay más de 1.300 locales comerciales censados y sin contar los que están sin autorización comercial. Esta plaza de mercado evidencia desde su creación un déficit financiero, económicamente insostenible debido a las problemáticas anteriormente descritas.

**Fuentes de comunicación y desarrollo tecnológico.** Ante las realidades de la economía Colombiana y a nivel mundial, y específicamente en este municipio por la cercanía a la ciudad, cabe resaltar la importancia que vienen teniendo las tecnologías de la información y las comunidades en torno a su desarrollo económico y cultural, cosa que impacta de manera positiva en la innovación, esto está considerado como la ruta de crecimiento económico a mediano y largo plazo, con oportunidad para mejorar la capacidad de comercializar productos de las regiones de manera directa y segura, actualmente el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2020 “pacto por Colombia, pacto por la equidad” establece que las Tic’s permitirán la generación de valor en la economía de manera transversal, esto permitirá generar nuevos modelos económicos de negocio y la entrada de la industria 4.0. es por esto que esta iniciativa “pacto por Colombia, pacto por la equidad” le apuesta a avanzar a acortar la brecha en los territorios rurales llevando capacidad, velocidad de descarga de internet y de esta forma reorganizar los sectores productivo.

En este orden de ideas, Amagá debe apostarle a desarrollar acciones que permitan generar proyectos en torno a las tecnologías digitales Tic’s como una herramienta que permitan a los campesinos y la comunidad en general el acceso y la visibilidad de sus productos y negocios en la era de la evolución digital.

**Falencias de las tecnologías digitales.** Si bien es cierto, nuestro país viene evolucionando en los modelos y tendencias de tecnologías digitales, se evidencian en gran parte de la población dificultades en cuanto a : la accesibilidad de las poblaciones rurales, las fallas y la poca solución postventa cuando en un caso dado se desconecta la señal, la calidad del servicio, de esta manera se limitan las posibilidades y se vuelve poco atractivo este servicio para las poblaciones menos capacitadas para el manejo de las nuevas tecnologías.

En la actualidad no se tiene un dato exacto de cuantos pobladores rurales tienen conexión a estos servicios, pues actualmente solo se cuenta con dos proveedores de conectividad urbana que son EDATEL UNE, y Amagá TV. Estas dos empresas son las que se disputan la comercialización de conexión en el municipio.

**Análisis de las nuevas modalidades económicas a nivel local.** La economía Amagasita se ha visto muy afectada en los últimos meses por la crisis ocasionada por el COVID-19 una pandemia que no solo afecta a estos territorios, sino que ataco la economía a nivel mundial, desde finales del año 2019 y en lo que lleva el 2020 se ha reflejado unos altos y bajos y una volatilidad de los cambios continuos de la empleabilidad y el ingreso diario de los habitantes del municipio. No obstante, esta crisis ha permitido cambios de pensamientos y muestra el lado más emprendedor de las personas con sus pequeños emprendimientos, los servicios de mensajería, el aumento en locales de venta de productos de la canasta familiar, y productos de pequeña escala como venta de comidas rápidas, ventas de ropa, ventas de zapatos, y servicios de detalles para ocasiones especiales. Se han convertido en grandes dinamizadores del desarrollo económico en el municipio.

Con todas y estas adversidades los emprendimientos experimentan una evolución y resiliencia renovadora, que permite beneficiarse y tener ingresos y oportunidad de realizar actividades productivas y el uso de las aplicaciones tecnológicas como: Facebook, Instagram, plataformas digitales, YouTube, entre muchas genera un impacto positivo y una eficiencia para llegar y generar demanda en sus consumidores.

### **2.3 Marco legal.**

La revolución de las tecnologías digitales en el país, representa un avance significativo para el desarrollo, social, cultural, económico y la libre competencia en el uso de estas plataformas, pero además la obligación de la protección de todos los derechos de sus usuarios en el marco de la ley 1341 del 30 de julio de 2009 fecha en la que se crea el ministerio de tecnologías de la información y las comunicaciones donde entra a ser regulada por el estado de tal forma que garantice la seguridad y el buen uso de las mismas. Es por esta razón que a continuación se describen algunas normatividades que la regulan:

- **Conpes 3988 dnp 2020.** Según documento Conpes 3988 dnp 2020 dado en (Bogotá, marzo 31 de 2020) por el consejo nacional de política económica y social república de Colombia departamento nacional de planeación consejo nacional de política económica y social conpes, trata todo lo relacionado con las tecnologías para aprender: política nacional para impulsar la innovación en las prácticas educativas a través de las tecnologías digitales.

Resumen ejecutivo: el desarrollo de las tecnologías digitales ha transformado la manera como las personas se comunican, interactúan, acceden a la información y generan

conocimiento, lo cual plantea desafíos en materia de educación. En este contexto, Colombia tiene el reto de mejorar la calidad educativa para desarrollar las competencias que les permitan a los estudiantes aprovechar los beneficios de la sociedad digital.

En términos de calidad educativa el país presenta importantes retos. De acuerdo con los últimos resultados de las pruebas internacionales para la evaluación de estudiantes del 2018 (PISA, por sus siglas en inglés), el país obtuvo el puntaje más bajo que los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) y su puntaje obtenido en ciencias y lectura disminuyó frente al año 2015, mientras que en matemáticas se presentó un avance mínimo. Frente a lo anterior las tecnologías digitales plantean la oportunidad de habilitar la innovación educativa con el fin de contribuir a la calidad en la educación, al desarrollo de competencias en los estudiantes y al cierre de brechas educativas.

La presente política establece las acciones para transformar y complementar el enfoque del programa Computadores para Educar (CPE) para estructurar, articular y ejecutar las apuestas institucionales necesarias con el fin de impulsar la innovación en las prácticas educativas a partir de las tecnologías digitales. Lo anterior para el desarrollo de competencias en estudiantes de educación preescolar, básica y media del sector oficial. Para lograr este objetivo, las acciones de esta política se enmarcan en cuatro pilares: (i) aumentar el acceso a las tecnologías digitales para la creación de espacios de aprendizaje innovadores, (ii) mejorar la conectividad a Internet de las instituciones educativas oficiales, (iii) promover la apropiación de las tecnologías digitales en la comunidad educativa[2], y (iv) fortalecer el monitoreo y la evaluación del uso, acceso e impacto de las tecnologías digitales en la educación. Estos cuatro pilares, implementados de forma

integral, permiten enfrentar las principales barreras que han impedido que las tecnologías digitales hayan impulsado de manera sistemática la innovación en las prácticas educativas.

El Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, de manera articulada con el Ministerio de Educación Nacional y el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), liderarán la implementación de esta política en un horizonte de cinco años.

Clasificación: 121, 128, 133, 038: Palabras clave: sociedad digital, innovación educativa, prácticas educativas, tecnologías digitales, competencias para el siglo XXI, calidad educativa.

- **Decreto 1064 de 2020.** Según el decreto 1064 de 2020 Por el cual se modifica la estructura del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Los objetivos del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, son:

Diseñar, formular, adoptar y promover las políticas, planes, programas y proyectos del sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, en correspondencia con la Constitución Política y la ley, con el fin de promover la inversión y el cierre de la brecha digital, contribuir al desarrollo económico, social y político de la Nación y elevar el bienestar de los colombianos.

Promover el uso y apropiación de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones entre los ciudadanos, las empresas, el Gobierno y demás instancias nacionales como soporte del desarrollo social, económico y político de la Nación.

Impulsar el desarrollo y fortalecimiento del sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, promover la investigación e innovación, buscando su competitividad y avance tecnológico conforme al entorno nacional e internacional.

- **“Plan nacional de desarrollo 2018-2022 Pacto por Colombia, Pacto por la equidad”.**

De acuerdo con El Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 “Pacto por Colombia, pacto por la equidad”, que se expide por medio de la presente Ley, tiene como objetivo sentar las bases de legalidad, emprendimiento y equidad que permitan lograr la igualdad de oportunidades para todos los colombianos, en concordancia con un proyecto de largo plazo con el que Colombia alcance los Objetivos de Desarrollo Sostenible al 2030.

- **Ley 1887 de 2018.** Según la ley 1887 de 2018 tiene por objeto fomentar la producción del blog y otros contenidos creativos digitales a través de las diferentes plataformas tecnológicas.

#### **2.4 Marco teórico.**

La tecnología se ha convertido en un elemento fundamental en el ámbito personal y empresarial, cada vez está más al alcance de todos y ha dejado de ser un lujo o un privilegio de pocos. “La digitalización ha significado que cada vez un número más significativo de personas y empresas estén conectadas por una gran red, permitiendo la comunicación global on-line” (Hidalgo Campos, 2000, pág. 1).

Como medio de comunicación global el internet ha traído consigo diversas formas de hacer transacciones electrónicas a través de la red. En el comercio electrónico las necesidades de intercambio de bienes y servicios y las potencialidades de las nuevas tecnologías se conjugan para revolucionar la forma de hacer negocios. La globalización, la competitividad mundial y las

expectativas de los consumidores han obligado a las empresas a modificar su forma de establecer y llevar a cabo las transacciones y relaciones de negocios con sus clientes, proveedores, distribuidores, y entre sus mismas áreas internas.

La oferta de productos online ha venido en aumento en las últimas décadas, aún más por las circunstancias que se afrontan con la actual pandemia. Gracias a la globalización y políticas que buscan fortalecer el acceso de las personas al internet, es cada vez más común hablar de e-commerce, como esta herramienta está adquiriendo fuerza en los procesos no solo de compras sino en todos los procesos de la cadena de abastecimiento desde el proveedor hasta el cliente final, ahorrando costos, intermediarios y marcando una ventaja competitiva en el mercado.

Los efectos de la brecha digital imponen barreras que han frenado el comercio electrónico en los países latinoamericanos, entre ellos los altos costos del acceso a internet, las condiciones económicas inestables de los países, el acceso limitado a computadoras personales para la población de bajos recursos, una infraestructura inadecuada de telecomunicaciones, la inexistencia de un órgano regulador de las actividades comerciales en línea, los servicios de correo postal, paquetería y distribución deficientes y sobre todo la existencia de una base de consumidores cautelosa y preocupada por los problemas de seguridad.

Los países de América Latina y el Caribe se encuentran actualmente en el proceso hacia un correcto desarrollo del comercio electrónico. Si bien la mayoría de las cifras con respecto a las ventas y crecimiento del sector en general son positivas por el incipiente ejercicio del comercio electrónico, se evidencian algunas problemáticas propias y comunes en los países latinoamericanos analizados. Estos, incluyen elementos como la tecnología, el ámbito financiero,

el aprovechamiento de las TIC, las experiencias y el conocimiento sobre el sector digital, el desarrollo del sector postal, entre otros.

Aunque algunos países demuestran unos grados de madurez digital más avanzados que otros, se evidencia la existencia de una serie de obstáculos y barreras comunes en la región, como son:

- Desconfianza por parte de los consumidores para entregar información personal y bancaria en las diferentes plataformas de comercio electrónico.
- Bajos niveles de bancarización.
- Deficiencia en los servicios de logística y correo postal.
- Falta de atención, formación e incentivo a los emprendedores y las MiPyMes en el ecosistema digital.
- Desconocimiento del manejo de las plataformas digitales y los requerimientos para tener un negocio electrónico.
- Infraestructura TIC con posibilidades de mejora.
- Brecha digital de calidad de uso, acceso y apropiación.
- Dificultades para que las empresas logren una transformación digital adecuada que permita el ejercicio de comercio electrónico.
- Hábitos, actitudes y preferencia del consumidor por ver, tocar y conocer el producto que consume.
- Actitud reacia frente a posibles problemas con entregas y devoluciones de productos.
- Desconocimiento de políticas de seguridad, marco regulatorio y derechos del consumidor en el ejercicio del comercio electrónico. (2).

Colombia no es ajeno a esta herramienta de e-commerce que hoy por hoy ha tenido un auge significativo en las ofertas de productos online, como es caso de Nubia e hijos, una familia compuesta de 2 hijos y una mamá viuda de 37 años que son youtubers y usan esta herramienta para ofrecer productos del campo.

Detrás del éxito de Nubia y sus hijos están Juliana Zapata y Sigifredo Moreno, una pareja de emprendedores bogotanos que tienen un lote en esta vereda de Portero Grande, 50 kilómetros al sur de Bogotá en la vasta sabana que rodea a la capital (...) Durante el último año, entonces, puso Huertos de la Sabana, un negocio de repartición de productos de la vereda a través de una aplicación de internet. Venden mermeladas, dulce de leche y platos típicos de la zona, entre otros (...)

Pero el proyecto cambió, ya entrados en pandemia por el coronavirus, cuando a David, el hijo mayor de Nubia, decidió llamar a Juliana para que los grabara y publicara un video en YouTube.

Hoy en día su canal tiene más de 500 mil suscriptores y cada uno de los videos, que son como un viaje al campo en tiempos de confinamiento, promedian las 150 mil vistas.

Daniel Samper Ospina, un reconocido humorista que dirige una escuela de youtubers en la que Nubia y sus hijos estarán becados, explica: "Internet es una herramienta que, bien utilizada, es capaz de trascender límites geográficos y generacionales como ninguna otra, y de permitir que cualquier persona pueda crear una audiencia sin acudir a intermediarios".

El caso de Nubia es un buen ejemplo, dice Samper: "Desde el campo, sin más armas que un celular y su persistencia, cautivó a una audiencia a la que le puede vender de modo directo sus

productos, sin intermediaciones y produciendo con cada seguidor un sentimiento de cercanía entrañable".

(...) Nubia, así como Moreno y Samper, insiste en el tema de los intermediarios, los agentes que compran barato los productos y venden y revenden varias veces hasta que llegan caros al consumidor.

"Hicimos un estudio de mercado y encontramos que al menos ocho intermediarios estaban alterando los precios del producto a favor de ellos y en detrimento del productor", dice Moreno.

Los estudios estiman entre 6 y 12 intermediarios en las cadenas de valor dependiendo del producto y entre 5% y 10% de ganancia del total que va para los productores; el resto, a los intermediarios.

Un caso más de éxito, es Comproagro una plataforma creada en el 2015 por Ginna Jiménez, que en ese entonces solo tenía 15 años, a través de ellas los campesinos registrados publican una foto de su producto y un medio para contactarlos.

Ella, campesina como toda su familia, se inspiró cuando unos funcionarios del Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones llegaron a su colegio para apoyar proyectos de negocio a través de herramientas digitales.

El problema con los intermediarios en el campo colombiano, como explican los mismos agricultores, es que quieren comprar los productos a un precio muy bajo y luego lo revenden a un precio mucho mayor.

“Un intermediario viene y nos ofrecen por un aguacate 500 pesos (15 centavos de dólar). Al no tener más opción, les vendemos el producto. Luego, él va a su plaza o su negocio y lo vende en 2.000 mil pesos (71 centavos de dólar), es decir que ganó el triple que nosotros, y eso

que nosotros nos partimos la espalda cultivando ese aguacate”, explica Jhonatan Lozano, productor de moras en el departamento de Putumayo, en el sur de Colombia.

Cuando en el 2016 Comproagro fue reconocida como iniciativa social de paz, en la categoría de emprendimiento y generación de empleo por la Federación Nacional de Personerías (Fenalper), tenía alrededor de 150 campesinos registrados en su plataforma. Actualmente tiene más de 26 mil usuarios en 29 departamentos del país.

## **Capítulo 3**

### **Diseño metodológico**

#### **3.1 Enfoque de investigación.**

Con el propósito de recolectar la información sobre usabilidad de TIC y consumo digital en el sector agropecuario de Amagá se pretende utilizar un enfoque cuantitativo que nos ayude a determinar por medios estadísticos variables de impacto social y un panorama mucho más claro que permiten a través de sus paradigmas abarcar probabilidades más exactas a la hora de iniciar la investigación, en particular esta se orienta en el paradigma de la teoría positivista. Estas acciones están alineadas con las bases de la investigación en la que en primer lugar se analiza la situación a investigar y desde allí se recolectan los datos que serán el punto de partida para sumergirse en la acción de pensar sobre una interpretación y construcción de ideas lógicas a partir de lo encuestado. Luego de esto se concluye con un elemento fundamental que es el impacto, en el que se recoge lo encuestado y lo analizado para complementar a través de procesos de capacitación unas mejoras de lo estudiado o unas resoluciones a los problemas sociales planteados.

Como conclusión de lo último, esta investigación en primer lugar tuvo una revisión de documentos de política pública y de tipo académico, tanto a nivel local como nacional, relacionados con el sector agropecuario, con el fin de alimentar y validar la conceptualización aquí realizada.

### **3.2 Diseño.**

Lo que sucede en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. Como señala Kerlinger (1979, p. 116). "La investigación no experimental o *expost-facto* es cualquier investigación en la que resulta imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o a las condiciones".

De hecho, no hay condiciones o estímulos a los cuales se expongan los sujetos del estudio. Los sujetos son observados en su ambiente natural, en su realidad

Por lo anterior se define que el diseño de esta investigación se constituye como no experimental ya que se define como instrumento de recolección de datos una encuesta de la usabilidad de TIC y consumo digital en el sector agropecuario en la zona rural del municipio de AMAGA, como la medición del acceso, uso y apropiación de TIC en territorios rurales, para satisfacer necesidades específicas de un usuario institucional o individual, dedicado a la producción, transformación, comercialización y todos los servicios relacionados con la cadena de valor de la agricultura.

### **3.3 Alcance.**

Dado que la medición de la usabilidad de TIC y el consumo digital no se había hecho antes en el sector agropecuario de AMAGA, se define en esta investigación el estudio

exploratorio, en que el objeto de la encuesta de la usabilidad de TIC y consumo digital en el sector agropecuario del municipio y su zona rural, producirá elementos de medición del acceso, uso y apropiación de TIC, para satisfacer necesidades específicas de un usuario institucional o individual, dedicado a la producción, Como explica Hernández -Fernández y Baptista (2010), cuando se habla sobre el alcance de una investigación no se debe pensar en una tipología, ya que más que una clasificación, lo único que indica dicho alcance es el resultado que se espera obtener del estudio

### **3.4 Población.**

La población rural total del municipio de Amagá corresponde al 50% de la población el equivalente a 12.798 campesinos aproximadamente.

La población objetivo corresponde a 2.560 familias productoras el equivalente el 20% de la población rural total.

### **3.5 Tamaño de muestra.**

Dado que la población objetivo del municipio de amaga corresponde a 2.560 campesinos productores se utilizará la muestra de 308 personas la cual se dedujo a través de la calculadora de muestra de Adimen investigación con un porcentaje error del 5% para un nivel de confianza del 95% Para lo cual se realizarán 167 encuestas pilotos presenciales a residentes rurales y campesinos del municipio de AMAGA, llevadas a cabo por el equipo proponente de esta investigación.

## Capítulo 4

### Metodología

#### 4.1 Fuentes, Técnicas e instrumentos de recolección de información y datos.

**Encuesta.** La presente encuesta se realizará a los campesinos del municipio de Amaga, con el fin de identificar los diferentes aspectos que influyen en el uso o desuso de las tecnologías de la información para la comercialización de los productos.

- Nombre del campesino
- Genero
- Masculino
- Femenino
- Edad
- Nombre de la vereda en la que vive
- ¿Posee correo electrónico?

Si

No

- En caso de ser positiva su respuesta, ¿Cuál es su correo electrónico?
- ¿Posee celular?

Si

No

- En caso de ser positiva su respuesta, ¿Cuál es su número de celular?
- ¿Tiene plan de datos en su celular?

Si

No

- ¿De los siguientes dispositivos, cual posee en su hogar?

Computador

Tablet

Otro

Ninguno

- ¿Con que frecuencia usa estos dispositivos en la semana?

Una sola vez

Dos veces

Mas de tres veces

Todos los días

- ¿Para que usa estos dispositivos?

Búsquedas de temas de interés o noticias de actualidad

Uso de redes sociales

Educación de la familia

Comercialización de los productos que produce

Llevar las cuentas o finanzas del negocio

Comunicación con otros familiares

Ninguna de las anteriores

- ¿Cuenta con servicio de internet en su hogar?

SI

NO

- ¿Como comercializa sus productos ?:

Presencial con el cliente.

A través de uso de internet: correo electrónico, aplicación móvil página Web.

No aplica.

- ¿Estaría usted interesado en reforzar su conocimiento tecnológico y hábitos digitales para potenciar sus capacidades comerciales?

SI

NO

- ¿Cuenta con disponibilidad de 2 horas a la semana para recibir mentorías en herramientas virtuales y alfabetización digital?

SI

NO

- ¿En caso contar con la disponibilidad en que horario le gustaría recibir la formación?

Am

Pm

¿Qué día le gustaría recibir la formación?

Lunes

Martes

Miércoles

Jueves

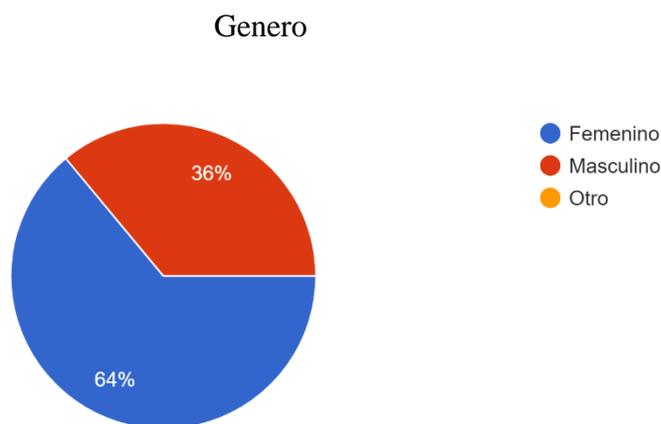
Viernes

Sábado

- ¿Cuéntenos que temas digitales y tecnológicos le gustaría aprender?

Una vez obtenidas las respuestas a la encuesta se pretende tabular la información y determinar si la población utiliza o no la tecnología para la comercialización de los productos y de hecho si tiene acceso a ella, una vez analizado el resultado se creará una estrategia formativa que logre favorecer la población en la comercialización de los productos y de esta manera determinar el impacto social en esta población.

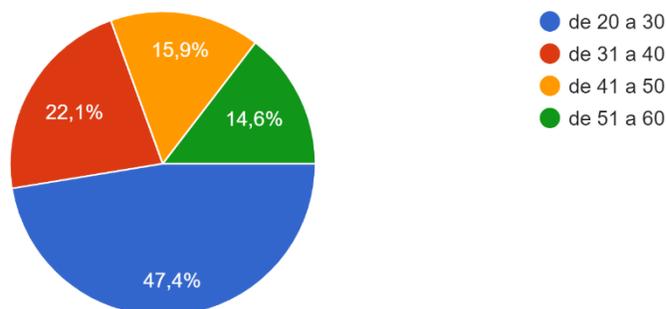
#### 4.2 Resultados de la encuesta.



*Figura 1.* Cantidad de hombres y mujeres encuestados, (Fuente propia)

La mayoría de encuestados son mujeres, en total se encuestaron 197 mujeres y 111 hombres, en su gran mayoría son amas de casas las que contestaron la encuesta.

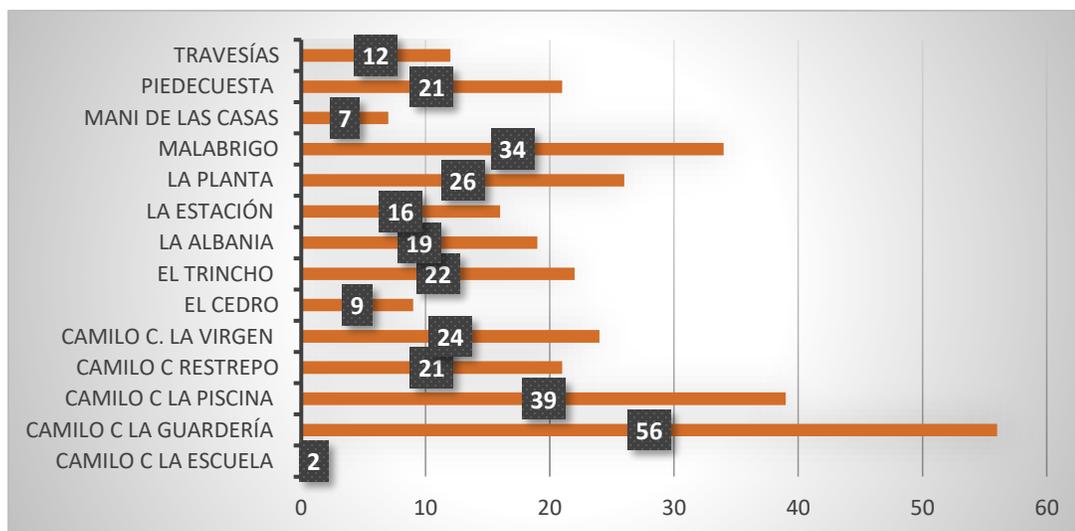
### Edad



*Figura 2.* Grupo de edades población encuestada (Fuente propia)

El rango de edad que más participo de esta encuesta esta entre los 20 y 30 años con casi la mitad de los encuestados, esto también nos dice que la población es bastante joven en estos territorios. El menor de los porcentajes está en el rango de mayor edad, podemos inferir que debido a que en su gran mayoría trabaja en el pueblo, fincas cercanas o en la ciudad no pudieron participar de esta encuesta,

### Nombre de la vereda de Amagá en la que vive

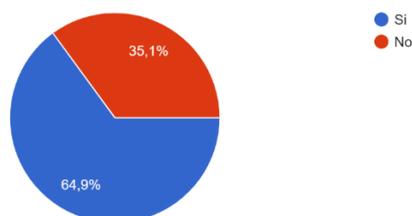


*Figura 3.* Referencia geográfica de la población (Fuente propia)

El territorio rural en el que encontramos mayor cantidad de personas fue la vereda Camilo C sector la guardería, aunque hicimos un recorrido bastante amplio para obtener una información mucho más incluyente en todo el territorio.

Esta información nos dará elementos para revisar si la formación se puede hacer presencial o definitivamente será virtual.

¿Posee correo electrónico?



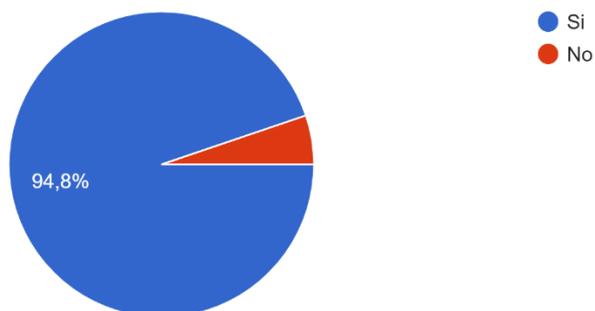
*Figura 4.* Cantidad de la población que posee correo electrónico (fuente propia)

De los encuestados, 200 personas tienen correo electrónico que usan de diferentes maneras. Esto nos muestra que el correo electrónico es un medio de comunicación que se usa de manera constante entre los habitantes.

- En caso de ser positiva su respuesta, ¿Cuál es su correo electrónico?

Registros en el siguiente link como evidencia del proceso: [https://uniminuto0-my.sharepoint.com/:x/g/personal/andres\\_bonilla-c\\_uniminuto\\_edu\\_co/EXJ5rHxEojBNgyW1rkFnJJ0BLB0Z7ETmuh9q2K3yyle1MA?e=MqnEAh](https://uniminuto0-my.sharepoint.com/:x/g/personal/andres_bonilla-c_uniminuto_edu_co/EXJ5rHxEojBNgyW1rkFnJJ0BLB0Z7ETmuh9q2K3yyle1MA?e=MqnEAh)

¿Posee celular?



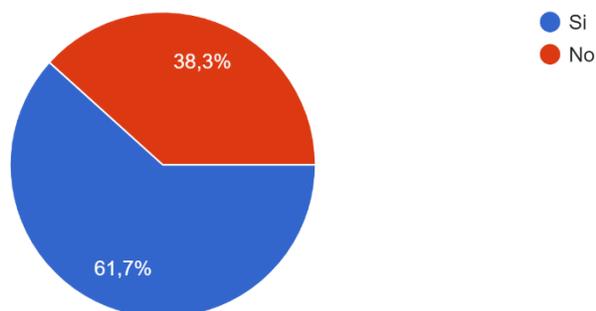
*Figura 5.* Cantidad de la población que posee celular (fuente propia)

Solo 16 personas aseguran no tener celular, en su gran mayoría son personas mayores que ven este elemento innecesario hoy en día. El celular es el elemento de mayor facilidad de adquisición para aprender, comunicarse entre otros usos

- En caso de ser positiva su respuesta, ¿Cuál es su número de celular?

Registros en el siguiente link como evidencia del proceso: [https://uniminuto0-my.sharepoint.com/:x/g/personal/andres\\_bonilla-c\\_uniminuto\\_edu\\_co/EXJ5rHxEojBNgyW1rkFnJJ0BLB0Z7ETmuh9q2K3yyle1MA?e=MqnEAh](https://uniminuto0-my.sharepoint.com/:x/g/personal/andres_bonilla-c_uniminuto_edu_co/EXJ5rHxEojBNgyW1rkFnJJ0BLB0Z7ETmuh9q2K3yyle1MA?e=MqnEAh)

¿Tiene plan de datos en su celular?



*Figura 6.* Cantidad de la población que tiene datos de celular (fuente propia)

Además de poseer celular, 190 personas tienen un plan de datos básico que les permite acceder a las diferentes redes sociales, aplicaciones de comunicación y otras. También podemos inferir que al poseer plan de datos mínimo tienen redes sociales y WhatsApp app, aplicaciones necesarias para un proceso formativo virtual

¿De los siguientes dispositivos, cual posee en su hogar?

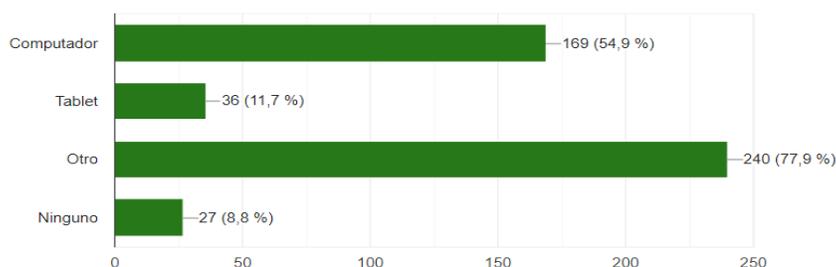


Figura 7. Que tipos de dispositivos poseen la población encuestada (fuente propia)

En los hogares de las veredas de Amaga mínimo existe un celular, en otros además existen los computadores portátiles de escritorio, y en los hogares con un poco más de recursos poseen tabletas.

¿Con que frecuencia usa estos dispositivos en la semana?

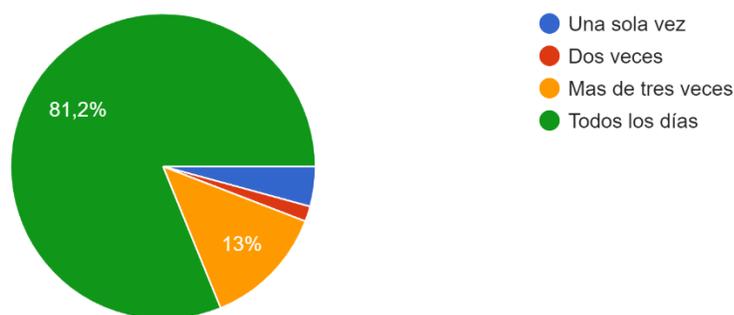
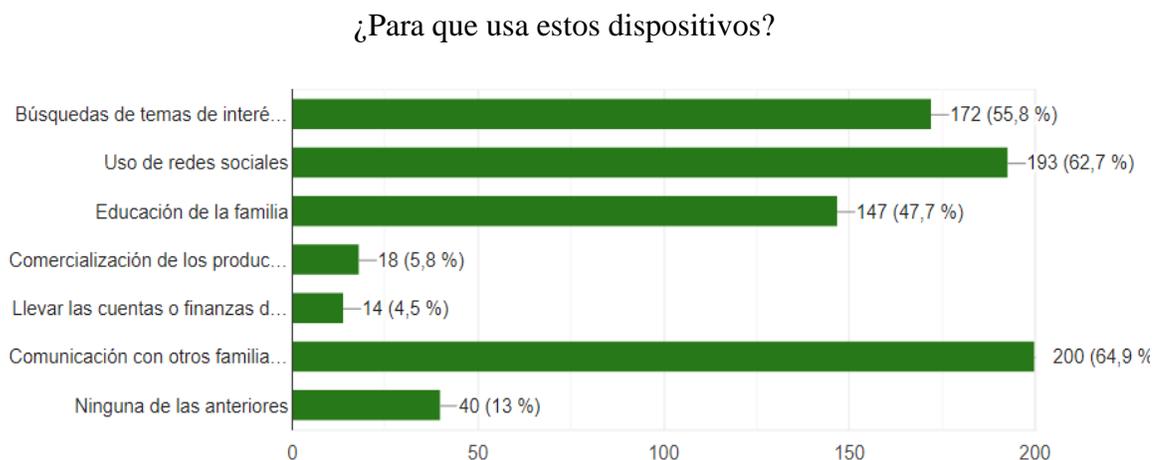


Figura 8. Frecuencia de uso de dispositivos (fuente propia)

Es importante hacer mención a la respuesta que encontramos en esta pregunta, ya que evidenciamos que el uso de la tecnología y su consumo se hace de manera diaria,

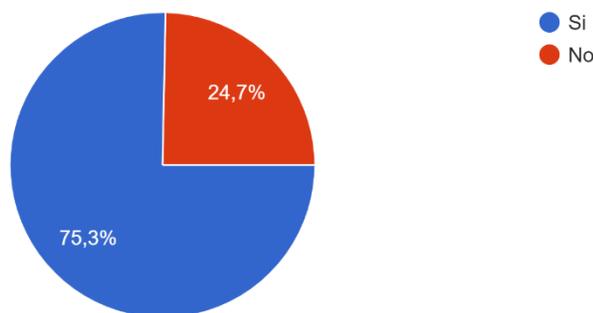
convirtiéndose básicamente en un servicio cotidiano por no decir habitual. Esto también se debe a que la pandemia limitó la presencialidad y generó un proceso mucho más virtual.



*Figura 9.* Finalidades de uso de dispositivos de la población encuestada (fuente propia)

Lo que hoy genera un mayor interés en aspectos de tecnología es el uso de los dispositivos para comunicarse con la familia que está lejos, esto se debe a la coyuntura actual generada por la pandemia. Las redes sociales en estos territorios han sumado interés dado la capacidad de estas por acercar realidades y personas. También evidenciamos que muy pocas personas usan la tecnología para las labores del campo o para llevar ejercicios de presupuestos familiares, seguramente porque no saben o desconocen estos posibles alcances

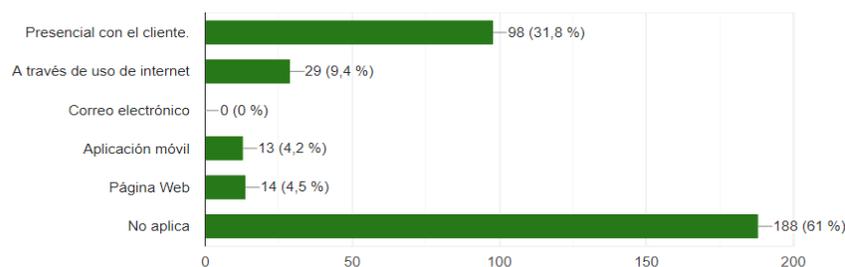
**¿Cuenta con servicio de internet en su hogar?**



*Figura 10.* Qué tipo de conectividad posee la población encuestada (Fuente propia)

La gran mayoría de hogares rurales ya cuentan con internet, 232 hogares cuentan con este servicio de 308 hogares visitados. Si poseen internet es mucho más sencillo generar una conexión para un proceso formativo a través de aplicaciones de comunicación como zoom, meet o teams.

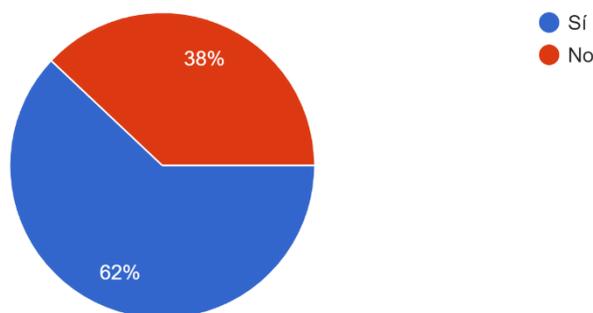
### ¿Como comercializa sus productos?



*Figura 11.* Formas de comercialización de la población encuestada (Fuente propia)

Una de las preguntas más valiosas de esta investigación, y encontramos una respuesta poco alentadora ya que 188 personas respondieron que no aplica porque no son productores o tienen interés de serlo, sin embargo también analizamos que 98 personas aun venden sus productos de la manera clásica y que seguro tiene más éxito, pero en esta nueva realidad es un grupo en el que podemos enfocarnos para ofrecer la ruta formativa y así mejorar sus habilidades digitales para comercializar sus productos.

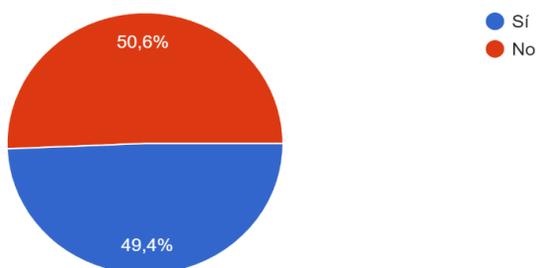
¿Estaría usted interesado en reforzar su conocimiento tecnológico y hábitos digitales para potenciar sus capacidades comerciales?



*Figura 12.* Que cantidad de la población encuestada está dispuesta a capacitarse (Fuente propia)

Vemos que existe una gran intensión de refuerzo de las habilidades digitales en el territorio, un interés que muestran 191 personas, sin embargo 117 personas dicen que no es necesario, o porque ya posee conocimiento o porque simplemente no le interesa.

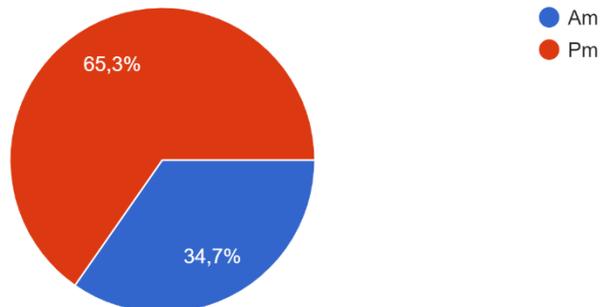
¿Cuenta con disponibilidad de 2 horas a la semana para recibir mentorías en herramientas virtuales y alfabetización digital?



*Figura 13.* Disponibilidad de tiempo de la población encuestada para mentorías (fuente propia)

La pregunta fue necesaria y con su respuesta determinamos que la disponibilidad es un factor determinante en el aprendizaje de nuevas herramientas tecnológicas de refuerzo. Podemos ver que más de la mitad de los encuestados no tienen al menos dos horas a la semana para dedicarle a este tema, ya sea por trabajo, labores familiares, estudios o simplemente un desinterés.

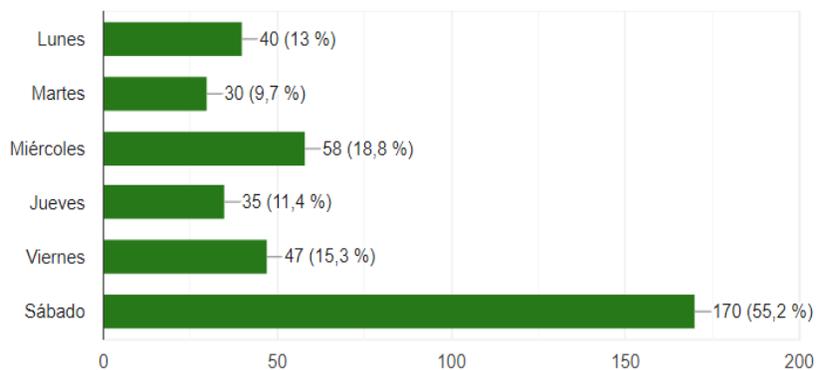
¿En caso contar con la disponibilidad en que horario le gustaría recibir la formación?



*Figura 14.* Horarios disponibles de la población encuestada (Fuente propia)

Una pregunta hipotética que nos da información para implementar una ruta formativa en unos horarios establecidos, en el que exista mayor asistencia para lograr una mayor participación

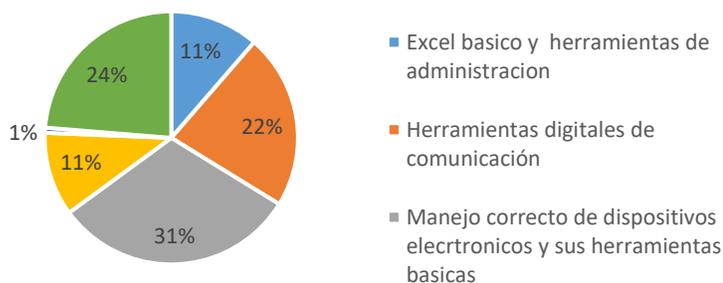
¿Qué día le gustaría recibir la formación?



*Figura 15.* Días de mejor aceptación por la población encuestada para recibir formación (Fuente propia)

Con estas respuestas obtuvimos disponibilidad de cada uno de los encuestados en caso de hacer un cronograma formativo. Esto nos da la posibilidad de abrir varias opciones de horarios, días y temáticas para cubrir una mayor cantidad de beneficiarios.

¿Cuéntenos que temas digitales y tecnológicos le gustaría aprender?



*Figura 16.* Gustos digitales y tecnológicos de la población encuestada (Fuente propia)

Se evidencia en estas respuestas un interés por los encuestados en temáticas específicas según su alcance y formación previa, además de la experiencia en el manejo de la tecnología.

Se evidencia en las respuestas un interés por los encuestados en temáticas específicas según su alcance y formación previa, además de la experiencia en el manejo de la tecnología.

Los resultados nos muestran que el porcentaje más alto de interés está en el manejo correcto de los dispositivos electrónicos y sus herramientas básicas con 96 personas interesadas, el cómo utilizar el computador, el celular y la Tablet además de las herramientas básicas para su correcto uso hace que esta temática sea interesante.

Las herramientas digitales de comunicación como Zoom, Meet y WhatsApp. Sus correctos usos y posibilidades de conexión con el mundo convierten a esta temática en una de las más interesantes para los encuestados con 69 respuestas.

Por otro lado el marketing digital, redes sociales y las herramientas que aportan al crecimiento personal y laboral como las herramientas de administración (Excel, Word, Power

point) evidencian que 68 personas tienen interés por formarse en este campo , y que además muestran un índice intermedio de conocimientos básicos de tecnología .

### **4.3 Fases de formación y contenidos.**

El objetivo de esta formación es la de fortalecer las competencias digitales básicas de los campesinos que deseen conocer nuevos canales de comunicación y herramientas digitales de uso cotidiano para fortalecer el proceso comercial de sus productos durante la época de aislamiento preventivo y posterior a esta.

Para cumplir con este objetivo se diseñó una ruta formativa con dos fases, en la primera fase abordaremos los usos básicos de la tecnología y el internet como elementos fundamentales para el entendimiento de las aplicaciones que tiene el internet y las posibilidades que se pueden encontrar si se conocen diversas formas de comunicación.

Para esta fase tendremos tres contenidos, cada uno con dos horas formativas.

- El primer contenido será el de manejo correcto de dispositivos electrónicos y sus herramientas básicas, el segundo será el de manejo básico de herramientas de seguridad, usos y riesgos del internet en su hogar, y el tercero será el de plataformas de comunicación digital existentes y las más fáciles de usar.
- En la segunda fase de acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta respecto a las necesidades formativas de los beneficiarios diseñaremos dos contenidos que aporten de manera integral al mejoramiento de las competencias digitales de los campesinos participantes. Cada contenido tendrá una duración de 2 horas cada uno.
- Contenidos sugeridos: Marketing digital (Redes sociales), Aplicaciones que potencian la labor campesina como Excel, Word y power point.

La ruta formativa se destacará por tener una metodología pedagógica basada en los siguientes elementos:

- **Responder a las necesidades de los beneficiarios:** El aprendizaje debe ser realmente de utilidad y de respuesta a las necesidades personales y sociales de las personas campesinas.
- **Activo y participativo:** El campesino debe ser el protagonista de su aprendizaje.
- **Personalizado:** Las instrucciones de las experiencias formativas se deben construir a partir de los intereses y expectativas de la persona mayor para facilitar el aprendizaje
- **Cooperativo y colaborativo:** Las experiencias formativas deben enfocarse en el trabajo en equipo, el apoyo, la cohesión e interacción necesarios para lograr aprendizaje.
- **Aprendizaje significativo:** Partir de los conocimientos y experiencias previas y desde ese punto integrar el nuevo conocimiento en el uso de las TIC. El aprendizaje se facilita cuando se encuentra un significado a lo que se aprende
- **Es un medio hacia un fin:** Los nuevos conocimientos no deben entenderse como algo definitivo, sino como las herramientas básicas que ayudarán a continuar aprendiendo y optimizando ese nuevo conocimiento adquirido.

#### 4.4 Cronograma.

CRONOGRAMA-RUTA FORMATIVA																																
	ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE											
	Semana				Semana				Semana				Semana				Semana				Semana											
ACCIONES	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Aplicación encuestas a beneficiarios	■	■											■	■	■	■	■	■	■	■												
Inicio de convocatoria de beneficiarios			■	■	■																■	■	■	■								
Sesiones informativas con beneficiarios						■	■														■	■	■	■								
<b>Inicio ruta formativa fase 1</b>								■													■	■	■	■								
Sesion primer contenido Busquedas efectivas en internet									■	■	■	■					■	■	■	■	■	■	■	■								
Sesion secundo contenido Herramientas de comunicacion digital													■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■								
Sesion tercer contenido Manejo básico de herramientas de seguridad, usos y riesgos del internet en su hogar																	■	■	■	■	■	■	■	■								
<b>Inicio ruta formativa fase 2</b>																					■	■	■	■								
Sesion de cierre con beneficiarios y entrega de diplomas																					■	■	■	■								

#### 4.5. Indicadores de impacto.

En este punto se presentan los indicadores que se deben tener para evaluar el impacto social de la investigación, los indicadores son propuestos de acuerdo al análisis de las encuestas y a la construcción y diseño de la ruta formativa. adicional a ello se proponen otros indicadores que son necesarios para evaluar proceso de aprendizaje del campesino.

##### Indicadores cuantitativos

<b>NOMBRE: Número de campesinos participantes de la ruta formativa</b>	
$\frac{\text{Número de campesinos que dijeron si a la ruta formativa}}{\text{Número de campesinos que asistieron a la ruta formativa}} \times 100$	

<b>NOMBRE: Número de campesinos que completaron la ruta formativa</b>	
$\frac{\text{Número de campesinos que completaron la ruta formativa}}{\text{Número de campesinos inscritos para la ruta formativa}} \times 100$	X 100

<b>NOMBRE: Horas efectivas de formación a campesinos fase 1</b>	
$\frac{\text{Número de horas efectivas de formación a campesinos en la fase 1}}{\text{Número total de horas programadas}} \times 100$	X 100

<b>NOMBRE: Horas efectivas de formación a campesinos fase 2</b>	
$\frac{\text{Número de horas efectivas de formación a campesinos en la fase 2}}{\text{Número total de horas programadas}} \times 100$	X 100

<b>NOMBRE: Número de beneficiarios campesinos participantes en cada contenido</b>	
$\frac{\text{Número de beneficiarios participantes en cada contenido}}{\text{Número de los matriculados}} \times 100$	X 100

### Indicadores Cualitativos

- Nivel de confianza que tiene el beneficiario luego de participar en la ruta formativa. Alto – Medio – Bajo.

- Nivel de apropiación de los campesinos luego de terminar cada contenido. Alto – Medio – Bajo.
- Nivel de conocimiento y aplicación de lo aprendido por cada contenido. Alto – Medio – Bajo.
- Nivel de satisfacción de los beneficiarios sobre la metodología de la ruta formativa. Alto – Medio – Bajo.
- Nivel de dedicación de los beneficiarios a la ruta formativa. Alto – Medio – Bajo.
- Nivel de uso de las aplicaciones para la comercialización de sus productos luego de completar la ruta formativa. Alto – Medio – Bajo.

### **Conclusiones**

Al concluir este trabajo podemos darnos cuenta la importancia de las Tic's para subsanar las brechas existentes en el sector campesino, pues sin duda representan un papel determinante en nuestro país, a nivel regional y local, más aun en tiempos de pandemia, como elementos y herramientas determinantes en esta nueva normalidad que permite el alcance de poblaciones alejadas al resto de la civilización que beneficia e impulsa la comercialización de los productos campesinos y el desarrollo económico de las regiones.

Por otra parte, vemos que el uso de las Tic's en estas poblaciones rurales ya no es desconocido y por el contrario es de manejo frecuente y cotidiano como medio y facilitador de comunicación.

Como resultado de esta investigación se puede concluir que uno de los principales factores para que los esfuerzos para llevar a cabo un mejor uso de las Tic's y que tenga éxito, es

que los campesinos que desean ser parte de las fases de formación dispongan de una disponibilidad de tiempo y que les permita asistir y capacitarse.

Además, la información recolectada en el instrumento diseñado nos da luces para proponer una ruta formativa adecuada que anexamos al término de esta investigación, una metodología que conecta con la solución a la necesidad que existe actualmente, y aunque no se cerrara la brecha completamente en el territorio, podemos inferir que la ruta dejara implementados conceptos básicos a quienes decidan tomarla y habilidades digitales fortalecidas a los campesinos que la culminen.

Por otro lado, este grupo de investigación quiere hacer una sugerencia para la implementación de la ruta formativa dada la facilidad de los conceptos y temáticas que la sustentan, esta sugerencia es la de contar con voluntarios de la Universidad minuto de Dios que posean un perfil y conocimiento básico en herramientas TIC y que puedan acompañar de manera individual o grupal a los campesinos inscritos.

Para finalizar descubrimos que los indicadores de impacto que podemos medir si la ruta llegase a ejecutarse daría una información robusta que podría interesar a organizaciones privadas que tuviesen en común como temática de inversión social el cierre de brechas digitales a campesinos, convirtiéndose en un proyecto de largo alcance capaz de llegar a otros territorios del departamento además del de Amaga.

## Referencias

- Alvarez, D. (2019). *La niña que creó una aplicación para ayudar a vender a los campesinos*. Recuperado de <https://www.eltiempo.com/colombia/otras-ciudades/comproagro-la-pagina-web-para-que-campesinos-vendan-mejor-sus-productos-379176>.
- Comité de Regulación de Comunicaciones (2017). *El Comercio electrónico en Colombia Análisis y perspectiva Regulatoria*. Recuperado de: [www.crcom.gov.co](http://www.crcom.gov.co).
- Congreso de Colombia (23 de abril de 2018) “por el cual se crea la semana nacional del blog y otros contenidos creativos digitales y se dictan otras disposiciones [ley 1887]. Recuperado de [https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma\\_pdf.php?i=86001](https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=86001)
- Congreso de Colombia (25 de mayo de 2019) plan nacional de Desarrollo 2018-2022 “pacto por Colombia, pacto por la equidad”. [ley 1955]. Recuperado de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/Ley1955-PlanNacionaldeDesarrollo-pacto-por-colombia-pacto-por-la-equidad.pdf>
- Hernandez-Fernande y Baptista. (2006). *Metodología de la investigación*. Recuperado de [https://elibro.net/es/lc/uniminuto/titulos/73662?as\\_title\\_name=metodolog%C3%ADa\\_de\\_la\\_investigaci%C3%B3n](https://elibro.net/es/lc/uniminuto/titulos/73662?as_title_name=metodolog%C3%ADa_de_la_investigaci%C3%B3n)
- Kerlinger, F.N. (1979). *Enfoque conceptual de la investigación del comportamiento*. Mexico: Nueva Editorial Interamericana.
- Observatorio eCommerce & transformación digital. (2020). *Los 10 marketplaces más influyentes de la historia*. Recuperado de: <https://observatorioecommerce.com/marketplaces-mas-influyentes>
- Pardo, D. (2020). *Nubia e hijos: la entrañable familia de campesinos colombianos que conquistó YouTube en plena pandemia de coronavirus*. Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-53412917>.

Presidente de la república (01 marzo de 2020) tecnologías para aprender: política nacional para impulsar la innovación en ellas las practicas educativas a través de las tecnologías digitales [3988]. Recuperado de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/3988.pdf>

Presidente de la república (júlío 23 de 2020) "Por el cual se modifica la estructura del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones"[ decreto 1064 de 2020]. Recuperado de [https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma\\_pdf.php?i=136670](https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=136670)

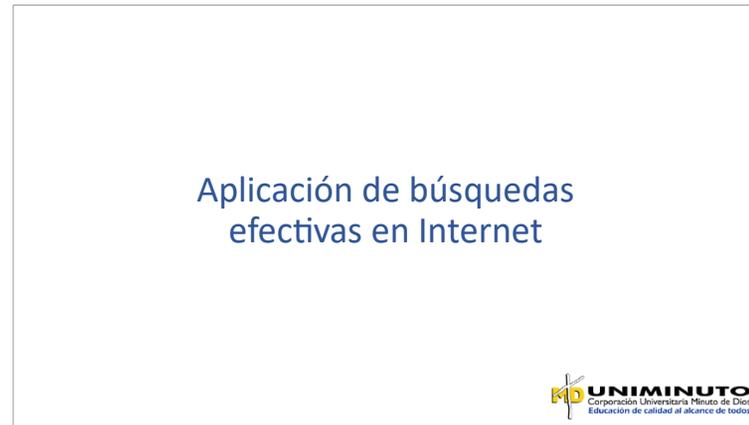
Somalo, I. (2017). *El comercio Electrónico, una guía completa para gestionar la venta online*, Recuperado de <https://www-alfaomegacloud-com.ezproxy.uniminuto.edu/reader/el-comercio-electronico?location=1>.

Bustamante A. y Sánchez-Torres J.M., Indicadores para la medición de la Sociedad de la Información una revisión, Encuentro Nacional de Investigación en Postgrados ENIP. Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, Diciembre (2009a).

Martinez Martinez, E. (2003). La Brecha Digital, Mitos y Realidades. En A. Serrano Santoya (Ed.), *La Brecha Digital, Mitos y Realidades* (1.a ed., Vol. 1, pp. 60–64). Editorial UABC Mexico. Recuperado de <http://www.labrechadigital.org/labrecha/index.php>

## Anexos

Guía formativa para el fortalecimiento de competencias digitales en campesinos 2021- Búsquedas efectivas de internet - Primera fase:  
[https://uniminuto0-my.sharepoint.com/:p:/g/personal/andres\\_bonilla-c\\_uniminuto\\_edu\\_co/EZxQcsuv6fNPm8uwrRCtTxYB\\_m2NIZ8f47bbToJC4\\_at3Q?e=yGL63m](https://uniminuto0-my.sharepoint.com/:p:/g/personal/andres_bonilla-c_uniminuto_edu_co/EZxQcsuv6fNPm8uwrRCtTxYB_m2NIZ8f47bbToJC4_at3Q?e=yGL63m)



### Búsquedas efectivas en internet



Las **búsquedas efectivas** permiten que a partir de palabras clave o con árboles jerárquicos organizados por temas; el resultado de la **búsqueda** sea más eficiente.



### Motores de búsqueda

- Los motores de búsqueda son mecanismos que organizan y distribuyen la información producida en la red a los usuarios
- Entre ellos podemos encontrar:
  - ✓ Google
  - ✓ Youtube
  - ✓ Bing
  - ✓ Ask
  - ✓ Gigablast





## Operadores de búsqueda



” “ Doble comilla	Se Utilizan para recuperar palabras compuestas o frase. Ejemplo: “movilidad urbana”, “movilidad metropolitana”, “movilidad sostenible”. Si buscamos como: <b>movilidad urbana</b> , el buscador nos arroja alrededor de 1.200,000 resultados, pero si buscamos como “ <b>movilidad urbana</b> ”, obtenemos alrededor de 515,000 páginas web.
-------------------	--

AND

Este operador se utiliza para unir términos distintos, y recupera únicamente, los registros en los que aparecen todos los términos.

Esta opción funciona por defecto en Google, aunque no incluyamos explícitamente la palabra and. .

Búsqueda por el término: **movilidad urbana**=1.200,000 registros.



OR	Se Utiliza para combinar términos, recuperando los registros en los que aparece cualquiera de los términos.  Observemos que si escribimos las palabras <b>movilidad urbana OR metropolitana</b> , obtendremos como resultados, un listado de sitios que contienen las palabras <b>Movilidad AND urbana</b> o <b>movilidad AND metropolitana</b> , sin replicar las que contienen ambos términos. Para este caso:  Movilidad AND urbana =17.200,000 registros Movilidad AND metropolitana=1.220,000 registros Movilidad urbana OR metropolitana=11.700,00 registros  La ecuación <b>movilidad urbana OR metropolitana</b> es la misma si escribimos <b>movilidad AND (urbana OR metropolitana)</b>
----	---

O

exclusión (menos)	-	El operador “-” se utiliza para eliminar aspectos de las materias que no interesen, es decir, recupera los documentos en los que aparece el primer término y no el segundo.  Por ejemplo la ecuación: <b>motorización Colombia -accidentes -muertos</b> arroja 108.000 registros, excluyendo las palabras <b>accidentes</b> y <b>muertos</b> .
-------------------	---	--



### Adicionales:



12. ~	Sinónimos
13. *	Cercanía
14. +	Inclusión
15. define:	Significados



### Tips

- ✓ Comienza con una búsqueda específica y si no tienes éxito intenta usar un término más general.
- ✓ Utiliza más de un buscador de búsqueda
- ✓ No uses palabras como el, la, y, sí, no, es. Estas palabras se usan con mucha frecuencia dentro de los textos y lo único que causarían es que tu búsqueda se amplíe más, sin encontrar algo específico.
- ✓ No es necesario que utilices mayúsculas o tildes.

## Utiliza la búsqueda avanzada o especializada



## AYUDAS DE LA RED



## ¿Cómo realizar una búsqueda exitosa en internet?



## ¿Cómo buscar en internet?





## RETOS PARA USO DE LO APRENDIDO



### ACTIVIDAD

- 1 Selecciona un tema de interés a investigar
- 2 Seleccione la herramienta de búsqueda más adecuada a las características que justifique su selección.
- 3 Identifique las palabras claves, sinónimos y términos equivalentes
- 4 Utilice operadores de búsqueda en su búsqueda



## PRUEBAS Y EVALUACIÓN



Guía formativa para el fortalecimiento de competencias digitales en campesinos 2021-Manejo básico de herramientas de seguridad -  
Primera fase: [https://uniminuto0-my.sharepoint.com/:p/g/person/andres\\_bonilla-c\\_uniminuto\\_edu\\_co/EXQOu4Xz8BRMt9ah-qeR\\_goB7IBLNZNGiWFV4Pp-HVAByQ?e=aOTRRH](https://uniminuto0-my.sharepoint.com/:p/g/person/andres_bonilla-c_uniminuto_edu_co/EXQOu4Xz8BRMt9ah-qeR_goB7IBLNZNGiWFV4Pp-HVAByQ?e=aOTRRH)



Guía formativa para el fortalecimiento de competencias digitales en campesinos 2021- Primera fase



## Manejo básico de herramientas de seguridad, usos y riesgos del internet en su hogar

- **Objetivo de la sesión:** Manejar herramientas básicas y gratuitas que te permitirán supervisar y gestionar el uso de internet en diferentes dispositivos tecnológicos como el móvil, el ordenador, la tableta, etc.

• La seguridad en internet son todas aquellas precauciones que se toman para proteger todos los elementos que hacen parte de la red, como infraestructura e información, que suele ser la más afectada por delincuentes cibernéticos.

---

## SEGURIDAD EN INTERNET



## Principales riesgos



- ▶ Robo de información
- ▶ Daño de información
- ▶ Ataques a sistemas o equipos
- ▶ Suplantación de identidad
- ▶ Venta de datos personales
- ▶ Robo de dinero



## ¿Cómo prevenir los riesgos se navegar en internet



## Crear contraseñas seguras...

**USA DISTINTAS CONTRASEÑAS PARA TUS EQUIPOS Y CUENTAS**

Tener la misma contraseña para ingresar a diferentes cuentas puede traerle riesgos y permitir acceso a toda tu información.

**UTILIZA COMBINACIONES PARA HACER LAS CONTRASEÑAS MÁS SEGURAS**

Si usas números, mayúsculas, minúsculas y símbolos será más difícil que logren descifrarla. Usa mínimo ocho caracteres.

**NO USES FRASES SIMPLES O PATRONES**

A veces recordar muchas contraseñas no es fácil, pero es muy peligroso usar palabras comunes.

**PROCURA NO USAR INFORMACIÓN PERSONAL**

Cuando creas tus contraseñas evita poner nombres completos, el nombre de la empresa donde trabajas, de tu mascota o cualquier otro dato fácil de conseguir.

**MANTÉN ACTUALIZADAS LAS COPIAS DE SEGURIDAD**

Algunos sitios web como las redes sociales y los servidores de correo electrónico permiten crear preguntas de seguridad en caso de olvidar la contraseña.

**CAMBIA TU CONTRASEÑA PERIÓDICAMENTE**

Trata de cambiar la contraseña frecuentemente. Muchos expertos recomiendan cambiarlas cada tres meses.

**TEN TUS CONTRASEÑAS A SALVO**

Si se te dificulta recordar todas tus contraseñas, no las escribas todas en un solo documento. Anótalas y guárdalas en un lugar seguro que solo tú conozcas.

## SEGURIDAD EN INTERNET PARA NIÑOS

## Internet seguro para la familia



- ▶ Enséñales la importancia de no compartir sus datos personales como la edad, dirección, números telefónicos, entre otros en blogs, redes sociales o cualquier otro sitio web.
- ▶ Crea un vínculo de confianza con el menor para que cuando él ingrese a internet pueda asesorarlo y no deba aprender a defenderse de las amenazas de internet por su propia cuenta.
- ▶ Ayúdale a crear usuarios y contraseñas fuertes y seguras para acceder a diferentes sitios que soliciten un registro.
- ▶ No permitas que sean víctimas de ciberbullying ni dejes que ellos compartan contenido que afecte la integridad de otra persona.
- ▶ Recalca la importancia de no confiar en desconocidos y menos en personas que se conocen por internet.
- ▶ No dejes que descarguen contenidos ilegales desde internet y explícales las consecuencias que producen este tipo de actos.
- ▶ Déjales saber a los menores que no todo en internet es cierto y es importante que tengan precaución en los enlaces a los que acceden, los sitios que visitan y archivos que descargan.



## YOUTUBE

• Youtube es una de las plataformas de videos más vistas del mundo. A diario millones de personas ven el contenido que allí se aloja y de esa cantidad de personas, muchos son menores de edad. Este sitio web permite que los padres, profesores o cualquier persona que tenga a su cuidado un niño pueda configurarlo para que solo se vean videos apropiados según la edad.



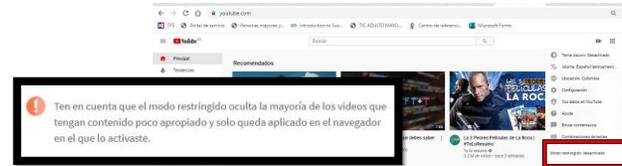
## ¿Cómo utilizamos el control parental en Youtube?

### • Paso 1:

Abre en tu navegador preferido <https://www.youtube.com/>. Ve hasta la parte inferior del navegador haz clic en la casilla **Modo restringido**

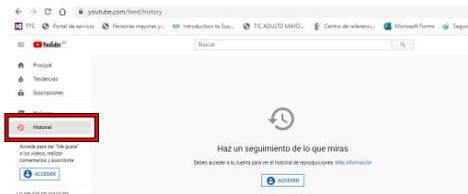
### • Paso 2:

Elige la opción **Sí** y haz clic en **Guardar**



## ¿Cómo ver el historial de búsqueda?

Una vez que ingreses con tu nombre de usuario y contraseña, estarás en la página principal de Youtube, en donde debes ubicar directamente la opción "Historial", que se encuentra ubicada en el menú de la parte superior izquierda de la pantalla, como puedes ver en la imagen.



No olvides mantener iniciada tu sesión en Gmail para poder ver el historial



## YOUTUBE KIDS

- Uno de los contenidos que más consumen los niños son los videos y a través de YouTube pueden ver las series animadas del momento, canciones educativas y mucho más. Sin embargo, es necesaria la supervisión de un adulto para que no vean, quizá, un contenido no apto para su edad.
- Pero como uno no siempre está pendiente de lo que ellos ven, ahora podemos tener mucho más control de lo que ven con la herramienta YouTube Kids, una nueva aplicación, disponible para los sistemas operativos iOS y Android, que tiene su contenido diseñado y pensado exclusivamente para menores.

<https://www.youtubekids.com/>





## ¿Cómo instalar Youtubekids



## CONTROL PARENTAL

## Control parental



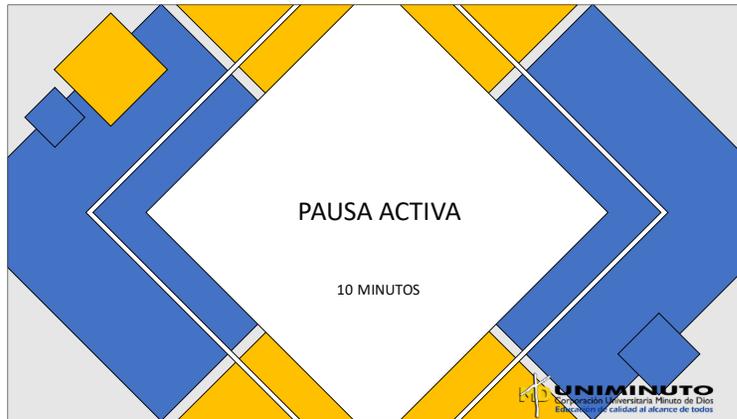
• El control parental es un mecanismo usado por adultos para controlar en diferentes sitios web, sistemas operativos o equipos el acceso y uso que los menores de edad le dan a internet.

A través del control parental podemos monitorear la navegación, restringir contenidos no aptos para menores y bloquear páginas o usuarios que puedan ser una amenaza para los niños.



## ¿Cómo configurar el control parental?






## ACTIVIDAD

- 1 Cambiar las cuentas con contraseñas seguras.
- 2 Configurar el **Modo Restringido** en **YouTube**
- 3 Instalar **YoutubeKids** o acceder en la página web, revisar el contenido y configurarlo según elección.
- 4 Revisar el **Control Parental** en la computadora

UNIMINUTO  
Corporación Universitaria Minuto de Dios  
Educación de calidad al alcance de todos



Guía formativa para el fortalecimiento de competencias digitales en campesinos 2021-Plataformas de comunicación digital -Primera fase: [https://uniminuto0-my.sharepoint.com/:p:/g/personal/andres\\_bonilla-c\\_uniminuto\\_edu\\_co/EcZRLiK3211DkIm6sj8J1OYB5YC3yJxTJ7StHaHzXXxUZw?e=M\\_ZMywY](https://uniminuto0-my.sharepoint.com/:p:/g/personal/andres_bonilla-c_uniminuto_edu_co/EcZRLiK3211DkIm6sj8J1OYB5YC3yJxTJ7StHaHzXXxUZw?e=M_ZMywY)



## PLATAFORMAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL



Zoom es un servicio de videoconferencia basado en la nube que puede usar para reunirse virtualmente con otros, ya sea por video o solo audio o ambos, todo mientras realiza chats en vivo, y le permite grabar esas sesiones para verlas más tarde.



### Características y Ventajas

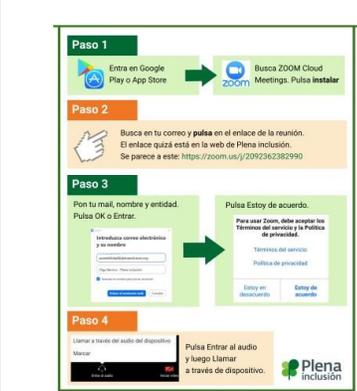
Zoom permite hacer diversas cosas pero puede resumirse en tres puntos:

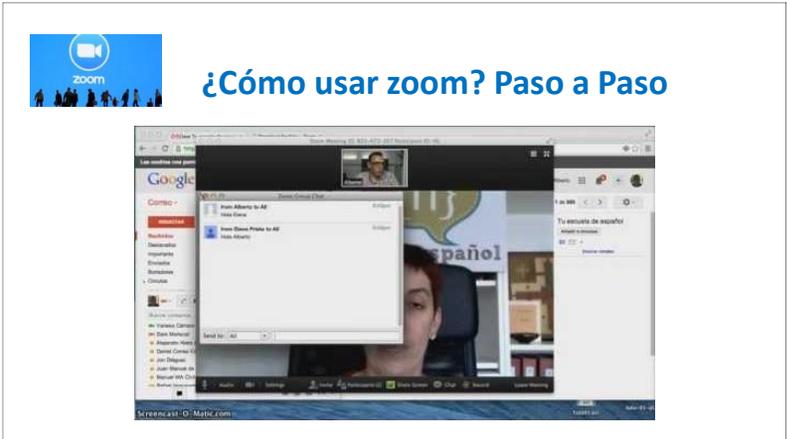
- Reuniones individuales
- Videoconferencias grupales
- Uso compartido de pantalla

## Conexión en computador




## Conexión en celular o tablet






## Características y Ventajas de Microsoft Teams



**Crea espacios virtuales para tus clases y equipos de trabajo** con acceso a varios recursos multimedia.

**Evalúa rápidamente y crea de manera automática** tus portafolios de evidencias.

**Accede desde cualquier dispositivo y crea documentos, edita y guarda automáticamente.**

**Colabora en tiempo real** desde cualquier dispositivo.

**Realiza Videoconferencias para tus clases en línea.**

**Asigna actividades, gestiona los avances, evalúa de manera individual, retroalimenta y disminuye los tiempos de revisión.**

**Administra todos tus archivos, accede a recursos, interactivos y páginas web, mantente conectado con el mundo.**

**Comunícate con tus alumnos y compañeros de trabajo.**

**Notifica las actividades y proyectos.**

**Un solo lugar para comunicarte, realizar tu clase, administrar proyectos, evaluar y colaborar en tiempo real.**

**Cada equipo de trabajo tiene 25 TB** para colaborar.

## ¿Cómo conectarme a una reunión en Teams?

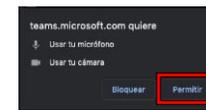
1. A tu correo te llegará el link para unirte a la reunión



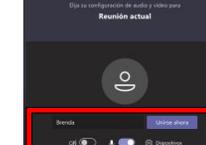
2. Puedes descargar la app o ingresar mediante la



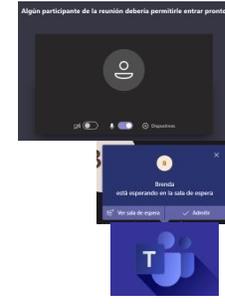
3. Otorgar el permiso para el uso del micrófono y cámara



4. Modifica la configuración, coloca tu nombre y click en UNIRSE AHORA



5. Alguien dentro de la reunión debe aceptar tu ingreso



## ¿Cómo crear una reunión en Teams?



SKYPE

• Skype es una aplicación o programa que puedes instalar en tu computador, ordenador o teléfono móvil para comunicarte con personas de cualquier parte del mundo por medio de llamadas, video conferencias y mensajería instantánea. Además, puedes compartir cualquier tipo de archivo con tus contactos y, lo mejor, completamente gratis.

## Ventajas



- ▶ Las llamadas son gratuitas para cualquier persona que use Skype, sin importar el lugar del mundo en donde se encuentre.
- ▶ Puedes hacer llamadas a teléfonos fijos o celulares a precios muy económicos. Todo depende del plan que escojas.
- ▶ Con crédito en tu cuenta, puedes hacer video conferencias grupales y disfrutar de momentos increíbles con tus familiares y amigos.
- ▶ Puedes hacer llamadas grupales hasta con 24 personas al mismo tiempo y hablar todo lo que quieras totalmente gratis.
- ▶ Puedes enviar mensajes a teléfonos fijos o móviles desde tu cuenta de Skype.

**UNIMINUTO**  
Corporación Universitaria Financiero de Dios  
Educación de calidad al alcance de todos



## ¿Cómo crear una cuenta en Skype?



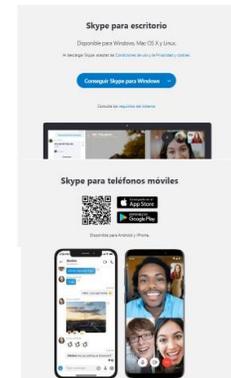
## Añadir contacto



## Haz llamadas e inicia un chat



## ¿Cómo descargar e iniciar sesión?



**Nueva versión**



## WHATSAPP

• Es que la plataforma ayuda a promover el trabajo colaborativo e intercambia contenidos en favor de su desarrollo, lo que ha despertado en los docentes la necesidad de formar parte del impulso transformador en beneficio de la educación.



## Ventajas

- Recibir o realizar llamadas o videollamadas de forma gratuita
- Comunicarse con/entre proveedores, clientes, vecinos, familiares u otros.
- Adjuntar grabaciones sonoras, videos, enlaces, fotos, imágenes y otros archivos. Formar grupos y trabajar con ellos.



## FACEBOOK

• Aunque el uso de Facebook es, mayormente, para ocio, información y entretenimiento, la red social también puede ser empleada como herramienta comercial.

## Ventajas

• **Crear grupos para ofertar tu producto** : Facebook ofrece la posibilidad de crear grupos privados. En este grupo podrías ofrecer tu producto, promociones, o alguna estrategia para que conozcan tu producto, además de mantener un canal de comunicación fluido con tus grupos de interés



- **Compartir enlaces de interés** Facebook te permitirá compartir artículos, videos o imágenes.
- **Preguntas** Facebook permite crear encuestas en los grupos. Podrías sacar partido de este recurso para orientar el tipo de producto y el precio según las necesidades de tu público.



## YOUTUBE

Cuando pensamos en YouTube, inmediatamente asociamos sus millones de horas de contenido en video con el mundo del entretenimiento Sin embargo, además de ser el lugar favorito de miles de millones de personas para ver videos musicales o clips de sus programas de televisión favoritos, esta compleja red sociales, cada vez en mayor medida, un espacio educativo.



**UNIMINUTO**  
Corporación Universitaria Minuto de Dios  
Educación de calidad al alcance de todos



## Ventajas

- **Diferenciación, complementariedad y refuerzo.** Los videos de YouTube ayudan a aportar explicaciones diferentes a las que dan los profesores y de forma visual.
- **Especialización y aplicabilidad a una gran cantidad de materias.** Existen cada vez más canales en YouTube diseñados para casi todos los tipos de temas.
- **Posibilidad de profundización o repaso.** Integrar los videos motiva a muchos a indagar por su propia cuenta y buscar otros videos con los que profundizar en el conocimiento.
- **Para todas las edades.** En Infantil, para aprender colores, números y canciones. En Secundaria, para aprender el sistema solar y la estructura del átomo grandes aprender cualquier tipo de cosa.
- **Ayuda a generar debate.** Videos de TED, entre muchos otros.
- **Fomenta la indagación.**



## Recomendaciones...

# YouTube

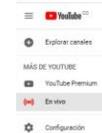
- Use videos como apoyo audiovisual para sus clases
- Identifique canales especializados y referéncielos a sus estudiantes
- Cree y comparta el canal de su clase incluyendo enlaces a videos de su interés

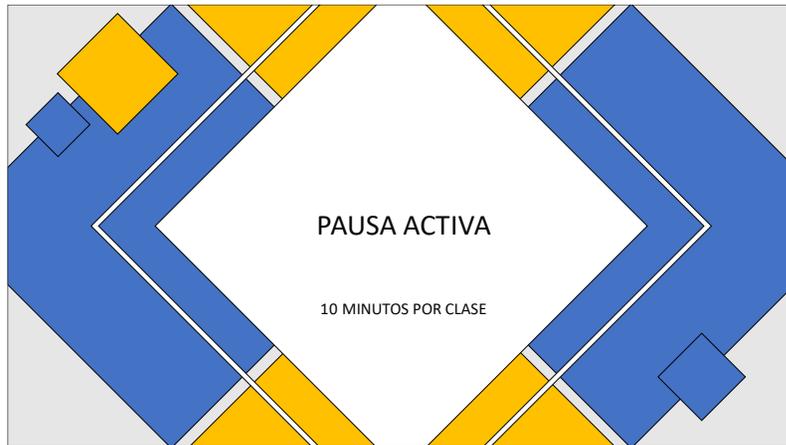
**UNIMINUTO**  
Corporación Universitaria Minuto de Dios  
Educación de calidad al alcance de todos



## Trasmisión en Vivo en Facebook y Youtube

Una transmisión en vivo es un servicio que permite que un perfil, página o canal, se comunique con sus seguidores por video, en tiempo real, sin necesidad de que el espectador haga la descarga del contenido o se inscriba para eso, como en el caso del webinar.





## RETOS PARA USO DE LO APRENDIDO



## ACTIVIDAD

- 1** Crear una cuenta en la(s) plataforma(s) digital que desea implementar para comunicarse
- 2** Crear un reunión en la(s) plataforma(s) que desee utilizar
- 3** Crear un grupo de Whatsapp, compartir audios, imágenes y algún documento
- 4** Buscar contenido educativo en Youtube de algún tema de interés.

## EVALUACIÓN

(Se les envía al correo una pequeña evaluación)

Evidencia de las respuestas del instrumento diseñado para esta investigación: [https://uniminuto0-my.sharepoint.com/:x:/g/personal/andres\\_bonilla-c\\_uniminuto\\_edu\\_co/EXJ5rHxEojBNgyW1rkFnJJ0B9ICT2\\_SP2wCGyIObtGhgIA?e=P2SrOu](https://uniminuto0-my.sharepoint.com/:x:/g/personal/andres_bonilla-c_uniminuto_edu_co/EXJ5rHxEojBNgyW1rkFnJJ0B9ICT2_SP2wCGyIObtGhgIA?e=P2SrOu)

1	Marca temporal	Nombre y apellido del encuestado	Genero	En que rango de edad se encuentra	Nombre de la vereda en la que vive	¿Posee correo electrónico?	En caso de ser positiva su respuesta, ¿Cuál es su correo electrónico?	¿Posee celular?	En caso de ser positiva su respuesta, ¿Cuál es su número de celular?	¿Tiene plan de datos en su celular?	¿De los siguientes dispositivos cual posee en su hogar?
2	3/30/2021 12:03:38	Rosa Álvarez	Femenino	de 51 a 60	Piedecuesta	No		Si	3135805505	No	Otro
3	3/30/2021 12:14:08	Laura Betancur Velásquez	Femenino	de 20 a 30	La Estación	Si	Lauravelasquezbet	Si	3117259772	No	Computad
4	3/30/2021 17:21:31	Daniela escobar	Femenino	de 20 a 30	Malabrigo	No		Si	3162657058	Si	Ninguno
5	3/30/2021 17:32:04	Daniela escobar	Femenino	de 20 a 30	Malabrigo	No		Si	3162657058	Si	Ninguno
6	3/30/2021 18:00:54	Daniela escobar	Femenino	de 20 a 30	Malabrigo	No		Si	3162657058	Si	Ninguno
7	3/30/2021 18:33:12	Diana María Álvarez	Femenino	de 31 a 40	Piedecuesta	No		Si	3116574060	Si	Otro
8	3/30/2021 18:42:54	Karina Restrepo	Femenino	de 20 a 30	La Estación	Si	karinarestrepo87@	Si	311 3363566	Si	Computad
9	3/31/2021 0:04:17	Karina Restrepo	Femenino	de 20 a 30	La Estación	Si	karinarestrepo87@	Si	311 3363566	Si	Computad
10	3/31/2021 13:29:56	Carolina granados	Femenino	de 20 a 30	Mani de las casas	No		Si	3147621478	No	Ninguno
11	3/31/2021 14:24:39	Sandra Yaneth Zapata Velasco	Femenino	de 41 a 50	La Estación	Si	zamali1807@yahoo	Si	3103650317	No	Computad
12	4/4/2021 18:31:19	Juan Camilo Rivera	Masculino	de 20 a 30	Malabrigo	Si	camilogaviria2006@	Si	3145677019	No	Otro
13	4/5/2021 11:00:03	Natalia Isabel Betancur torres	Femenino	de 31 a 40	Malabrigo	No		Si	3217563765	No	Otro
14	4/5/2021 11:10:24	Marlyn camila berrio blandon	Femenino	de 20 a 30	Camilo C la Guarc	Si	Marlyncamilaberric	Si	3105236752	No	Ninguno
15	4/5/2021 11:14:37	Carmen alvarez	Femenino	de 51 a 60	Malabrigo	No		Si	3145108818	No	Ninguno
16	4/5/2021 12:23:54	Yudy paulina leon	Femenino	de 20 a 30	Mani de las casas	Si	Alejo.velez050717@	Si	3043825650	Si	Otro
17	4/5/2021 16:16:20	Maria Rut Henao	Femenino	de 51 a 60	Camilo C la Guarc	No		Si	3222877085	Si	Tablet
18	4/5/2021 16:23:27	Maria Esperanza Alvarez	Femenino	de 51 a 60	Camilo C la Guarc	No		Si	3137710452	Si	Computad
19	4/5/2021 16:28:40	Rosa Zapata	Femenino	de 51 a 60	Camilo C la Guarc	No		Si	3108462443	Si	Otro
20	4/5/2021 16:32:21	Samuel Arias	Masculino	de 20 a 30	Camilo C la Guarc	Si	elwinimiel1357@gr	Si	3053157306	Si	Computad
21	4/5/2021 16:32:23	Maria camila Montoya toro	Femenino	de 20 a 30	Camilo C la Guarc	Si	ctoro6041@gmail.r	Si	3103646617	No	Computad
22	4/5/2021 16:35:04	Anibal Bolivar	Masculino	de 51 a 60	Camilo C la Guarc	No		No	Activar Windows	No	Ninguno

1	Marca temporal	Nombre y apellido del encuestado	Genero	En que rango de edad se encuentra	Nombre de la vereda en la que vive	¿Posee correo electrónico ?	En caso de ser positiva su respuesta, ¿Cuál es su correo electrónico?	¿Posee celular?	En caso de ser positiva su respuesta, ¿Cuál es su número de celular?	¿Tiene plan de datos en su celular?	¿De los siguientes dispositivos cual posee en su hogar?
23	4/5/2021 16:35:21	Maria Iodoño	Femenino	de 51 a 60	Camilo C la Guarc	No		Si	3145856815	No	Ninguno
24	4/5/2021 16:35:42	Maria Iodoño	Femenino	de 51 a 60	Camilo C la Guarc	No		Si	3145856815	No	Ninguno
25	4/5/2021 16:39:13	Alberto Jimenez	Masculino	de 31 a 40	Camilo C la Guarc	Si	AlbertoJ86@gmail.	Si	3015054874	Si	Ninguno
26	4/5/2021 16:39:19	María Camila Ruiz Castillo	Femenino	de 20 a 30	Camilo C. La Virg	Si	mariacamilaruizca:	Si	3215946941	Si	Computad
27	4/5/2021 16:39:25	Maria torres	Femenino	de 41 a 50	Camilo C la Guarc	No		Si	3103812002	No	Ninguno
28	4/5/2021 16:39:42	Maria torres	Femenino	de 41 a 50	Camilo C la Guarc	No		Si	3103812002	No	Ninguno
29	4/5/2021 16:49:13	Jaimr enoc romero martinez	Masculino	de 51 a 60	Camilo C. La Virg	Si	Romeromartinezjai	Si	3113958560	Si	Otro
30	4/5/2021 16:50:10	Mateo Torres Quintero	Masculino	de 20 a 30	Camilo C Restrep	Si	mateotorres2506@	Si	3176742909	No	Computad
31	4/5/2021 16:54:57	Nelcy Amparo Quintero Diaz	Femenino	de 41 a 50	Camilo C Restrep	Si	Nelcy2602@gmail.	Si	3128367373	No	Computad
32	4/5/2021 16:55:48	Luis Rios	Masculino	de 51 a 60	Camilo C la Guarc	No		No		No	Otro
33	4/5/2021 17:05:51	Hines Zapata	Femenino	de 51 a 60	Camilo C la Guarc	Si	HinesZapata568@	Si		No	Computad
34	4/5/2021 17:39:46	Adriana ocampo	Femenino	de 31 a 40	Camilo C la Guarc	Si	Adriocampo098@	Si	3057980912	No	Computad
35	4/5/2021 17:53:14	Lina Marcela Angel	Femenino	de 31 a 40	Camilo C La pisci	No		Si	3115574027	Si	Computad
36	4/5/2021 17:56:14	Sor celina Cano	Femenino	de 51 a 60	Camilo C La pisci	No		Si	3136280802	No	Otro
37	4/5/2021 17:58:50	Monica Montoya	Femenino	de 31 a 40	Camilo C La pisci	No		Si	321 8755665	Si	Computad
38	4/5/2021 19:20:27	Julián Franco García	Masculino	de 20 a 30	Camilo C la Guarc	Si	julianfrancogarcia2	Si	3052563860	No	Computad
39	4/5/2021 20:13:58	Juan Manuel Rivera Cuartas	Masculino	de 20 a 30	Malabrigo	Si	Riveracuartasj@gn	Si	3135179925	No	Computad
40	4/5/2021 20:40:51	Juan Manuel Rivera Cuartas	Masculino	de 20 a 30	Malabrigo	Si	Riveracuartasj@gn	Si	3135179925	No	Computad
41	4/5/2021 22:17:55	Alejandra González	Femenino	de 20 a 30	Malabrigo	Si	Alejita162003@gm	Si	3215793451	No	Computad
42	4/6/2021 10:08:10	Eduardo Antonio Cano	Masculino	de 51 a 60	Camilo C La pisci	No		Si	311 6646027	Si	Otro
43	4/6/2021 10:31:36	Alexandra Acevedo	Femenino	de 20 a 30	Camilo C la Escue	No		Si	3226341792	Si	Otro

1	Marca temporal	Nombre y apellido del encuestado	Genero	En que rango de edad se encuentra	Nombre de la vereda en la que vive	¿Posee correo electrónico ?	En caso de ser positiva su respuesta, ¿Cuál es su correo electrónico?	¿Posee celular?	En caso de ser positiva su respuesta, ¿Cuál es su número de celular?	¿Tiene plan de datos en su celular?	¿De los siguientes dispositivos cual posee en su hogar?
44	4/6/2021 11:07:23	Doris Rojas	Femenino	de 41 a 50	Malabrigo	No		Si	310 5074716	Si	Otro
45	4/6/2021 11:16:58	Jeronimo Jaramillo	Masculino	de 20 a 30	Camilo C la Escue	Si	Jeronimozapatajar	Si	323 3900736	Si	Computad
46	4/6/2021 11:21:05	Brayan Rivera Gomez	Masculino	de 20 a 30	El Trincho	Si	brayanriveragomez	Si	313 6171624	Si	Computad
47	4/6/2021 11:22:24	Magdalena Gomez	Femenino	de 41 a 50	El Trincho	No		Si		Si	Computad
48	4/6/2021 11:30:42	Nayal Sanchez	Femenino	de 20 a 30	El Trincho	Si	Nayal.sanchez232	No		No	Computad
49	4/6/2021 11:32:38	Karen Uchima	Femenino	de 20 a 30	El Trincho	Si	Karenuchima1234	Si	312 2435310	Si	Computad
50	4/6/2021 11:49:36	sebas rios	Masculino	de 20 a 30	Camilo C la Guarc	Si	sebasrios0930@gr	Si	3233662648	No	Computad
51	4/6/2021 11:54:35	Fredy Alejandro Garcia Salaz	Masculino	de 20 a 30	Mani de las casas	Si	fredy20001@gmai	Si	3107914246	Si	Computad
52	4/6/2021 12:44:39	Maria camila Montoya toro	Femenino	de 20 a 30	Camilo C la Guarc	Si	ctoro6041@gmail.	Si	3103646617	No	Computad
53	4/6/2021 13:06:09	Miguel Angel Montoya	Masculino	de 20 a 30	El Trincho	No		Si	3135008894	No	Computad
54	4/6/2021 13:07:13	Cristina Vélez	Femenino	de 20 a 30	El Trincho	No		Si	3227378132	Si	Computad
55	4/6/2021 13:11:03	Andres de Jesus palacio zap	Masculino	de 20 a 30	El Trincho	Si	Palaciozapataandr	Si	3103539478	No	Otro
56	4/6/2021 13:19:11	Vanegas Atehortua Jackeline	Femenino	de 41 a 50	Piedecuesta	Si	yakyvanegas7@gr	Si	3206081846	No	Otro
57	4/6/2021 13:32:13	Juliana Restrepo Estrada	Femenino	de 20 a 30	El Cedro	Si	Julianitha0228@gr	Si	3232044425	No	Computad
58	4/6/2021 13:48:53	Juan Manuel Colorado Marín	Masculino	de 20 a 30	Camilo C. La Virg	No		Si	3046135734	No	Tablet
59	4/6/2021 13:57:26	Jorge Andres Restrepo Muñic	Masculino	de 20 a 30	El Cedro	Si	jorgeandres1219@	Si	3234079843	Si	Computad
60	4/6/2021 14:21:46	Emanuel Álvarez Rúa	Masculino	de 20 a 30	Mani de las casas	Si	Mambel11233@gr	Si	3023505668	No	Computad
61	4/6/2021 14:30:10	Giovani Gómez	Masculino	de 20 a 30	Camilo C la Guarc	Si	Giovanigomez323	Si	3104265171	No	Computad
62	4/6/2021 14:41:46	Sor Angela Carmona Villa	Femenino	de 51 a 60	El Cedro	No		Si	3137334619	No	Computad
63	4/6/2021 14:46:58	Karen Acevedo	Femenino	de 20 a 30	Camilo C Restrepo	Si	Karenacevedo041	Si	3117684409	No	Computad
64	4/6/2021 14:47:26	Salomé Garcés Restrepo	Femenino	de 20 a 30	El Trincho	Si	garcessalo0@gma	Si	3127458766	No	Otro

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
1	Marca temporal	Nombre y apellido del encuestado	Genero	En que rango de edad se encuentra	Nombre de la vereda en la que vive	¿Posee correo electrónico?	En caso de ser positiva su respuesta, ¿Cuál es su correo electrónico?	¿Posee celular?	En caso de ser positiva su respuesta, ¿Cuál es su número de celular?	¿Tiene plan de datos en su celular?	¿De los siguientes dispositivos cual posee en su hogar?
65	4/6/2021 15:01:01	Arley Cano	Masculino	de 20 a 30	Camilo C La pisci	Si	arley.usma@udea.	Si	321675226	No	Computad
66	4/6/2021 15:14:42	Wilmar Castaño	Masculino	de 20 a 30	Piedecuesta	Si	09wilmar.cas@gm	Si	3226624129	No	Computad
67	4/6/2021 15:14:52	Wilmar Castaño	Masculino	de 20 a 30	Piedecuesta	Si	09wilmar.cas@gm	Si	3226624129	No	Computad
68	4/6/2021 15:37:10	Isabel Álvarez	Femenino	de 20 a 30	El Trincho	Si		Si	323 4819364	Si	Computad
69	4/6/2021 15:38:30	Carmen Rosa Alvarez	Femenino	de 51 a 60	El Trincho	No		No		No	Otro
70	4/6/2021 15:40:25	Gloria Álvarez	Femenino	de 51 a 60	El Trincho	No		Si	311 6546028	No	Otro
71	4/6/2021 16:17:57	Miguelangel zapata tangarife	Masculino	de 20 a 30	La Planta	Si	Mazt14@hotmail.c	Si	3116646027	Si	Computad
72	4/6/2021 16:34:10	Sara Maryeli Paniagua Gonz	Femenino	de 20 a 30	El Trincho	Si	sg8109961@gmail	Si	3147296290	Si	Computad
73	4/6/2021 16:36:30	Gabriel Perez	Masculino	de 20 a 30	El Trincho	Si	gfelipe.perez@ude	Si	3147296200	Si	Computad
74	4/6/2021 16:38:40	Alison Sánchez Villa	Masculino	de 20 a 30	El Trincho	No		Si	3116746505	No	Computad
75	4/6/2021 16:46:56	Yurany Sanchez	Femenino	de 20 a 30	El Trincho	No		No		No	Otro
76	4/6/2021 16:53:18	Luis Felipe Sánchez Usma	Masculino	de 20 a 30	Camilo C la Guarc	Si	felipe3122970701	Si	3122970701	No	Computad
77	4/6/2021 16:55:49	Bertalina Deossa	Femenino	de 51 a 60	El Cedro	No		Si	3206573115	No	Otro
78	4/6/2021 17:24:36	Magdalena Gomez	Femenino	de 31 a 40	El Trincho	Si	Mgomezechavaria	Si	313678	Si	Computad
79	4/6/2021 17:31:49	Paola Andrea Gomez	Femenino	de 31 a 40	El Trincho	No		Si	3112839286	Si	Computad
80	4/6/2021 17:53:10	Valentina Echavarria	Femenino	de 20 a 30	Camilo C la Guarc	Si	valentinadeossa17	Si	3052407624	No	Computad
81	4/6/2021 19:24:22	Diana Foronda	Femenino	de 20 a 30	El Trincho	No		Si	3235817188	No	Computad
82	4/6/2021 20:27:00	Milena restrepo	Femenino	de 31 a 40	La Estación	Si	Milena2272@hotm	Si	3104723880	Si	Computad
83	4/6/2021 20:27:34	Cristina cartagena	Femenino	de 31 a 40	El Cedro	No		Si	3225159879	Si	Otro
84	4/6/2021 20:27:46	Cristina cartagena	Femenino	de 31 a 40	El Cedro	No		Si	3225159879	Si	Otro
85	4/7/2021 8:49:26	Juan Diego Arredondo Mesa	Masculino	de 20 a 30	Travesías	Si		Si	Activar Windows	No	Computad

1	Marca temporal	Nombre y apellido del encuestado	Genero	En que rango de edad se encuentra	Nombre de la vereda en la que vive	¿Posee correo electrónico ?	En caso de ser positiva su respuesta, ¿Cuál es su correo electrónico?	¿Posee celular?	En caso de ser positiva su respuesta, ¿Cuál es su número de celular?	¿Tiene plan de datos en su celular?	¿De los siguientes dispositivos cual posee en su hogar?
86	4/7/2021 13:42:28	Alejandro Vélez	Masculino	de 20 a 30	La Planta	No		Si	3043825650	No	Otro
87	4/7/2021 13:44:09	Edwar Cardenas	Masculino	de 20 a 30	La Planta	Si	edwarCar3567@h	Si	3053077109	Si	Computad
88	4/7/2021 13:46:30	Disney Acevedo	Femenino	de 20 a 30	La Planta	Si	Disneysanchez45	Si	3136111778	Si	Computad
89	4/7/2021 13:48:36	María Doli Vélez	Femenino	de 51 a 60	La Planta	No		Si	304 3825650	No	Otro
90	4/7/2021 13:48:41	Valentina Álvarez	Femenino	de 20 a 30	La Planta	Si	Valentinaalvarezqu	Si		Si	Computad
91	4/7/2021 13:50:23	Alejandra Cano	Femenino	de 20 a 30	La Planta	Si	Alejiticano2000@	Si	312 7637169	Si	Computad
92	4/7/2021 15:23:42	Wilson Alexander Rivera	Masculino	de 41 a 50	El Trincho	No		Si	3137444594	Si	Computad
93	4/7/2021 15:27:21	Ramon Chaverra	Masculino	de 51 a 60	El Trincho	Si	Luischaverra54@g	Si	3137335677	Si	Computad
94	4/7/2021 15:28:35	Sergio Chavarría	Masculino	de 31 a 40	El Trincho	Si		Si	3046384511	Si	Computad
95	4/7/2021 15:29:53	Soraida Gomez	Femenino	de 31 a 40	La Planta	No		Si	3136148471	Si	Computad
96	4/7/2021 15:31:56	Adelfa Ossa	Femenino	de 51 a 60	La Planta	No		Si	3122586677	Si	Otro
97	4/7/2021 15:34:29	Sandy Vasquez	Femenino	de 31 a 40	Mani de las casas	Si	Sandyvasquez144	Si	3122274756	Si	Computad
98	4/7/2021 15:36:09	Deiser Taborda	Femenino	de 31 a 40	Mani de las casas	Si		Si	3022587865	Si	Computad
99	4/7/2021 15:37:49	Isabela zapata	Femenino	de 20 a 30	La Planta	Si	Isazapatat.66@gm	Si	3012200807	Si	Computad
100	4/7/2021 15:38:59	Ximena Zapata	Femenino	de 20 a 30	La Planta	Si	XimenitaTaborda2	Si	3013075610	Si	Computad
101	4/7/2021 15:40:00	Jorge Eliecer Cano	Masculino	de 41 a 50	La Planta	No		No		No	Otro
102	4/7/2021 15:41:15	Luz Amparo Zapata	Femenino	de 41 a 50	La Planta	No		Si	3104675293	Si	Computad
103	4/7/2021 15:42:48	Soraida Zapata	Femenino	de 31 a 40	La Planta	No		Si	3117256636	Si	Computad
104	4/7/2021 15:46:35	Consuelo Ossa	Femenino	de 41 a 50	La Planta	No		Si	3146809338	Si	Ninguno
105	4/7/2021 15:48:36	Jorge Usma	Masculino	de 41 a 50	Camilo C. La Virg	Si	Jorgeusma157@g	Si	3104035436	Si	Computad
106	4/7/2021 15:50:30	Fernando Usma	Masculino	de 51 a 60	Camilo C. La Virg	No		Si	3116265271	No	Otro

1	Marca temporal	Nombre y apellido del encuestado	Genero	En que rango de edad se encuentra	Nombre de la vereda en la que vive	¿Posee correo electrónico ?	En caso de ser positiva su respuesta, ¿Cuál es su correo electrónico?	¿Posee celular?	En caso de ser positiva su respuesta, ¿Cuál es su número de celular?	¿ Tiene plan de datos en su celular?	¿De los siguientes dispositivos cual posee en su hogar?
107	4/7/2021 15:52:09	Sara Rivera	Femenino	de 31 a 40	Camilo C. La Virg	Si	SaragomezRivera@	Si	3226661793	Si	Computad
108	4/7/2021 15:56:19	Alonso Rojas	Masculino	de 41 a 50	Camilo C. La Virg	Si	Alonso1976@gmai	Si	3148964622	Si	Computad
109	4/7/2021 15:57:48	Jhon Fredy Cardona	Masculino	de 51 a 60	Camilo C. La Virg	No		No		No	Otro
110	4/7/2021 15:59:19	Elva Acevedob	Femenino	de 41 a 50	Camilo C. La Virg	No		Si	3127081445	No	Otro
111	4/7/2021 16:01:29	Jaqueline Ramirez	Femenino	de 41 a 50	Camilo C. La Virg	Si	JakeRamirez98@c	Si	3022830750	Si	Computad
112	4/7/2021 16:03:23	Marta Vasquez	Femenino	de 31 a 40	La Planta	Si		Si		Si	Computad
113	4/7/2021 16:06:56	Liliana Moreno	Femenino	de 20 a 30	La Planta	Si	LilianaMoreno26@	Si	3174136007	Si	Computad
114	4/7/2021 16:08:04	Viviana Aceveda	Femenino	de 41 a 50	La Planta	No		Si	3117068040	Si	Computad
115	4/7/2021 16:10:41	Edwin Sepulveda	Masculino	de 41 a 50	La Planta	Si		Si	3103228p94	Si	Computad
116	4/7/2021 16:14:44	Alonso Garzon	Masculino	de 41 a 50	La Planta	Si		Si	3146975387	Si	Computad
117	4/7/2021 16:17:07	Diego Acevedo	Masculino	de 31 a 40	La Planta	Si	DiegoCano654@g	Si	3135897251	No	Otro
118	4/7/2021 16:18:07	Cristian Ortiz	Masculino	de 20 a 30	La Albania	Si		Si	3145211630	Si	Otro
119	4/7/2021 16:20:21	Denis Cadavid	Femenino	de 31 a 40	La Planta	Si	DenisSuleta42@gr	Si	3205379151	Si	Ninguno
120	4/7/2021 16:22:37	Mauricio Velez	Masculino	de 31 a 40	Camilo C. La Virg	Si	Carlosvelezapata3	Si	3103501362	Si	Tablet, Otr
121	4/7/2021 16:26:41	Tatiana Usuga	Femenino	de 20 a 30	Camilo C Restrep	Si		Si	3107553004	Si	Otro
122	4/7/2021 16:28:15	Andres Molina	Masculino	de 31 a 40	Camilo C Restrep	Si	Andresmolinasancl	Si	3208089532	Si	Computad
123	4/7/2021 16:29:46	Maria Guillermina Legarda	Femenino	de 51 a 60	Camilo C Restrep	No		Si	3207519845	No	Otro
124	4/7/2021 16:31:15	Geralidine Jaramillo	Femenino	de 20 a 30	Camilo C Restrep	Si	yeraljrml@gmail.c	Si		Si	Computad
125	4/7/2021 16:56:04	Leidy Johana Quiroz	Femenino	de 20 a 30	Piedecuesta	No		Si	302 3390637	Si	Otro
126	4/7/2021 17:08:18	Maria torres	Femenino	de 41 a 50	Camilo C la Guarc	No		Si	3103812002	No	Ninguno
127	4/7/2021 17:24:53	Jesenia Vanegas	Femenino	de 31 a 40	Piedecuesta	No		Si	312 2609755	Si	Computad

1	Marca temporal	Nombre y apellido del encuestado	Genero	En que rango de edad se encuentra	Nombre de la vereda en la que vive	¿Posee correo electrónico ?	En caso de ser positiva su respuesta, ¿Cuál es su correo electrónico?	¿Posee celular?	En caso de ser positiva su respuesta, ¿Cuál es su número de celular?	¿Tiene plan de datos en su celular?	¿De los siguientes dispositivos cual posee en su hogar?
128	4/7/2021 17:26:41	Milena Soto	Femenino	de 20 a 30	Piedecuesta	Si	Saramilenasoto13@	Si	313 7695478	Si	Computad
129	4/7/2021 17:28:20	Manuela Valencia	Femenino	de 20 a 30	Piedecuesta	Si	Valemciavanegas1	Si	310 4640618	Si	Computad
130	4/7/2021 17:29:26	Andrey Valencia	Masculino	de 31 a 40	Piedecuesta	No		Si	310 4640618	Si	Otro
131	4/7/2021 17:31:37	Vanesa Gomez	Femenino	de 20 a 30	Piedecuesta	Si	Vanegomez11@hc	Si	311 3319334	Si	Otro
132	4/7/2021 17:33:38	Miriam Soto	Femenino	de 31 a 40	Camilo C Restrepo	Si	MiriamSoto@gmail	Si		Si	Computad
133	4/7/2021 17:53:23	Anyi Paola Agudelo	Femenino	de 20 a 30	La Estación	Si	anyiajudelo85@gr	Si	3017473650	No	Ninguno
134	4/7/2021 18:10:32	Jhojana Zapata Muriel	Femenino	de 31 a 40	La Estación	No		Si	3147336865	Si	Ninguno
135	4/7/2021 18:13:54	Alejandra Alvarez	Femenino	de 20 a 30	Piedecuesta	Si	Alejavelez_A13@g	Si	3017816741	Si	Computad
136	4/7/2021 19:23:54	Adriana Herrera	Femenino	de 41 a 50	Malabrigo	Si		Si	313 6390158	Si	Computad
137	4/7/2021 19:30:15	Daniela Serna	Femenino	de 20 a 30	Camilo C Restrepo	Si	Danielaserma23@	Si	3206499642	Si	Computad
138	4/7/2021 19:34:31	Simón Sanchez	Masculino	de 20 a 30	Malabrigo	Si	simonsanchezton@	No		No	Computad
139	4/7/2021 19:35:54	José Manuel Trujillo	Masculino	de 20 a 30	Malabrigo	Si	Jomatruga@gmail.	Si	319 3902767	Si	Computad
140	4/7/2021 19:37:51	Sandra sanchez	Femenino	de 41 a 50	Malabrigo	Si	sanchezshanvias@	Si		Si	Computad
141	4/7/2021 19:40:53	Camila Arredono	Femenino	de 20 a 30	Naranjitos	Si	mila9992@hotmail.	Si	3193061551	Si	Computad
142	4/7/2021 23:07:25	Ana Cristina Restrepo Duque	Femenino	de 20 a 30	El Cedro	Si	anarestrepo243@	Si	3218495583	No	Computad
143	4/8/2021 10:05:35	Alba Florez	Femenino	de 41 a 50	Malabrigo	Si	Jhanethflorez885@	Si	3135140506	No	Computad
144	4/8/2021 10:08:20	Roxana Carvajal	Femenino	de 20 a 30	Malabrigo	Si	Jadincarvajal447@	Si	3148524442	Si	Computad
145	4/8/2021 10:10:35	Elizabeth Carvajal	Femenino	de 20 a 30	Malabrigo	Si	Elisacarvajal2016@	Si	3225231279	No	Computad
146	4/8/2021 10:11:49	Raul Restrepo	Masculino	de 51 a 60	Malabrigo	No		No		No	Otro
147	4/8/2021 10:17:28	Elias Restrepo	Masculino	de 51 a 60	Malabrigo	No		Si	3116488611	No	Otro
148	4/8/2021 10:19:49	Ximena Muñoz	Femenino	de 20 a 30	Malabrigo	Si	zjimena874@gmail	Si	3216933682	No	Otro

1	Marca temporal	Nombre y apellido del encuestado	Genero	En que rango de edad se encuentra	Nombre de la vereda en la que vive	¿Posee correo electrónico ?	En caso de ser positiva su respuesta, ¿Cuál es su correo electrónico?	¿Posee celular?	En caso de ser positiva su respuesta, ¿Cuál es su número de celular?	¿Tiene plan de datos en su celular?	¿De los siguientes dispositivos cual posee en su hogar?
149	4/8/2021 10:22:59	Gloria Zapata	Femenino	de 41 a 50	Malabrigo	Si	zgloriamaria488@	Si	3008541893	No	Otro
150	4/8/2021 10:25:13	Idys Carapaica	Femenino	de 20 a 30	Malabrigo	No		Si	3213125471	No	Otro
151	4/8/2021 10:27:37	Luis Toro	Masculino	de 20 a 30	Malabrigo	Si	Danieltoro0405@g	Si	3207195338	Si	Computad
152	4/8/2021 10:28:34	Alfonso Toro	Masculino	de 51 a 60	Malabrigo	No		Si	3141985835	Si	Computad
153	4/8/2021 10:32:33	Gladiz Castañeda	Femenino	de 41 a 50	Malabrigo	No		Si	3227649749	Si	Otro
154	4/8/2021 10:34:20	Maria Cañas	Femenino	de 41 a 50	Malabrigo	Si	Dolopiedrahita@gr	Si	3134023658	No	Computad
155	4/8/2021 10:41:57	Juan Camilo Batidas	Masculino	de 20 a 30	Malabrigo	Si	Jucabastidas456@	Si	3053396493	Si	Computad
156	4/8/2021 10:43:40	Kevin Andrés Martínez	Masculino	de 20 a 30	Malabrigo	No		Si	3054213249	Si	Computad
157	4/8/2021 10:45:09	Brayan Calle	Masculino	de 20 a 30	Camilo C La pisci	Si	BrayanCalleR@gm	Si	3147210922	Si	Computad
158	4/8/2021 10:54:06	Estefani Toro León	Femenino	de 20 a 30	Camilo C La pisci	Si		Si	3127259715	No	Otro
159	4/8/2021 10:55:45	Mirely torres	Femenino	de 20 a 30	Malabrigo	No		Si	3219060164	Si	Otro
160	4/8/2021 10:56:44	Jesus Torres	Masculino	de 20 a 30	Malabrigo	No		No		Si	Otro
161	4/8/2021 10:58:43	Elisabet Tabares	Femenino	de 20 a 30	Camilo C La pisci	Si	EmilianoTorres23@	Si	3112960879	Si	Computad
162	4/8/2021 11:01:11	Leidy Johana Quiroz	Femenino	de 20 a 30	Piedecuesta	No		Si	302 3390637	Si	Otro
163	4/8/2021 11:02:16	Estela Leon	Femenino	de 51 a 60	Malabrigo	Si		Si	3137745375	Si	Otro
164	4/8/2021 11:03:33	Johana Tabares	Femenino	de 31 a 40	Camilo C La pisci	Si	JohaleonT@gmail.	Si	3107179464	Si	Otro
165	4/8/2021 11:08:08	Claudia Marín	Femenino	de 41 a 50	Malabrigo	No		Si	3215730153	Si	Otro
166	4/8/2021 11:11:20	Esmeralda Berrio	Femenino	de 31 a 40	Malabrigo	No		Si	3135594876	Si	Otro
167	4/8/2021 11:12:54	Isabella Muñoz	Femenino	de 20 a 30	Camilo C La pisci	Si	Munozisabella235@	Si	3135594836	Si	Otro
168	4/8/2021 11:15:59	Veronica Rendon	Femenino	de 31 a 40	Camilo C La pisci	No		Si	3113367765	Si	Otro
169	4/8/2021 11:21:25	Alejandro Vásquez	Masculino	de 20 a 30	Camilo C La pisci	Si	Aleva413hero@gm	Si	Activar Windows	Si	Ninguno

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
1	Marca temporal	Nombre y apellido del encuestado	Genero	En que rango de edad se encuentra	Nombre de la vereda en la que vive	¿Posee correo electrónico ?	En caso de ser positiva su respuesta, ¿Cuál es su correo electrónico?	¿Posee celular?	En caso de ser positiva su respuesta, ¿Cuál es su número de celular?	¿Tiene plan de datos en su celular?	¿De los siguientes dispositivos cual posee en su hogar?
170	4/8/2021 11:27:27	Marcela Muñoz	Femenino	de 31 a 40	Camilo C La pisci	Si	Nana26.marce@gr	Si	3234341115	Si	Computad
171	4/8/2021 11:31:53	Mauricio Anduquia	Masculino	de 31 a 40	Camilo C Restrep	No		Si	320799	No	Tablet, Otr
172	4/8/2021 11:34:44	Natalia Agudelo	Femenino	de 20 a 30	Camilo C Restrep	Si	Nataagudelo6@gm	Si	3218982678	Si	Tablet, Otr
173	4/8/2021 11:39:59	Juan Carlos Cataño	Masculino	de 31 a 40	Camilo C Restrep	Si	Jccmoncada@gm	Si	312221108	No	Computad
174	4/8/2021 11:45:32	Yinery Garces Sanchez	Femenino	de 20 a 30	Camilo C Restrep	Si	Yinerysanchez030	Si	3042182041	Si	Computad
175	4/8/2021 11:50:14	Marcela Restrepo	Femenino	de 41 a 50	Camilo C Restrep	Si	Marcesalo0@gmai	Si	3126792671	Si	Computad
176	4/8/2021 11:56:41	Doneida Sánchez	Femenino	de 41 a 50	Camilo C Restrep	Si	DoneidaSanchez@	Si	3113852832	Si	Computad
177	4/8/2021 12:31:22	Luz helena Soto	Femenino	de 41 a 50	Camilo C Restrep	No		Si	3148783189	Si	Otro
178	4/8/2021 12:32:11	Emilsen Muñoz	Femenino	de 51 a 60	Camilo C Restrep	No		Si	3137075539	No	Ninguno
179	4/8/2021 12:33:33	Marta Hibarra	Femenino	de 41 a 50	Camilo C Restrep	Si	lilianavelez7180@c	Si	3207854801	Si	Computad
180	4/8/2021 12:34:19	Jose Armando Vélez	Masculino	de 51 a 60	Camilo C Restrep	No		Si	3207854801	Si	Otro
181	4/8/2021 12:35:40	Liliana Maria Vélez	Femenino	de 20 a 30	Camilo C Restrep	Si	lilianavelez7180@c	Si	3207854801	Si	Computad
182	4/8/2021 12:36:43	Dorig Estela Linare	Femenino	de 41 a 50	Camilo C Restrep	No		Si	3128952479	No	Otro
183	4/8/2021 12:37:44	Angélica María Nova	Femenino	de 41 a 50	Camilo C La pisci	No		Si	3222202598	No	Otro
184	4/8/2021 12:38:39	Marianella Paz	Femenino	de 41 a 50	Camilo C La pisci	No		Si	3135178724	Si	Otro
185	4/8/2021 12:39:59	Jeimy Agudelo	Femenino	de 20 a 30	Camilo C La pisci	Si	Jeimypo43@gmail	Si	3154516184	Si	Otro
186	4/8/2021 12:41:34	Yinelse Vasquez	Femenino	de 20 a 30	Camilo C La pisci	Si	Yinels808@gmail.c	Si	3504943850	Si	Otro
187	4/8/2021 12:42:41	Yoli Usma	Femenino	de 20 a 30	Camilo C La pisci	Si	YoliAndrea49@ho	Si	3117078453	Si	Otro
188	4/8/2021 12:43:54	Alba Doly Velez	Femenino	de 41 a 50	Camilo C La pisci	No		Si	3113567574	No	Otro
189	4/8/2021 12:45:03	Rubiela Oquendo	Femenino	de 51 a 60	Camilo C La pisci	No		Si	31135677574	Si	Otro
190	4/8/2021 12:46:21	Estefania henao	Femenino	de 20 a 30	Camilo C La pisci	Si	Estefaniahenaoque	Si	3113567574	Si	Otro

1	Marca temporal	Nombre y apellido del encuestado	Genero	En que rango de edad se encuentra	Nombre de la vereda en la que vive	¿Posee correo electrónico ?	En caso de ser positiva su respuesta, ¿Cuál es su correo electrónico?	¿Posee celular?	En caso de ser positiva su respuesta, ¿Cuál es su número de celular?	¿Tiene plan de datos en su celular?	¿De los siguientes dispositivos cual posee en su hogar?
191	4/8/2021 12:47:33	Vanesa Garcia	Femenino	de 20 a 30	Camilo C La pisci	Si	Vane.isisga1997@	Si	3215140516	Si	Computad
192	4/8/2021 12:49:04	Juan Camilo Rivera	Masculino	de 31 a 40	Camilo C La pisci	Si	JuancaRgomez23@	Si	3145314747	Si	Otro
193	4/8/2021 12:50:25	Alejandra zapata	Femenino	de 20 a 30	Camilo C La pisci	Si	Alejzapata18@gm	Si	3135767147	No	Computad
194	4/8/2021 12:51:26	Alejandro Gomez	Masculino	de 31 a 40	Camilo C La pisci	Si	AlejandroMarti@g	Si	3015166515	Si	Otro
195	4/8/2021 12:53:00	Paulina Andrea Velasco	Femenino	de 20 a 30	Camilo C La pisci	Si	PauliGVelasco84@	Si	3048781410	Si	Otro
196	4/8/2021 12:54:16	Sofia Rendon	Femenino	de 20 a 30	Camilo C La pisci	Si	Sofirendon1996@	Si	3213914733	Si	Computad
197	4/8/2021 12:56:19	Diana Andrea Zapata	Femenino	de 31 a 40	Camilo C La pisci	Si	DianaAZapata@gn	Si		Si	Otro
198	4/8/2021 12:57:17	Isaias de Jesus Gonzales	Femenino	de 51 a 60	Camilo C La pisci	No		Si	3135504956	No	Otro
199	4/8/2021 12:58:51	Alexander velez	Masculino	de 31 a 40	Camilo C La pisci	Si	Alexvelez89@gmai	Si	3205496601	Si	Otro
200	4/8/2021 12:59:49	Amparo Gonzales	Femenino	de 51 a 60	Camilo C La pisci	No		Si	3052648251	No	Otro
201	4/8/2021 13:01:00	Ana Pareja	Femenino	de 31 a 40	Camilo C La pisci	Si	anitapareja@gmail	Si	3128637143	Si	Otro
202	4/8/2021 13:09:08	Andres Garcia	Masculino	de 20 a 30	Camilo C La pisci	Si	andres_garcia821@	Si		Si	Computad
203	4/8/2021 13:13:49	Alexandra Acevedo	Femenino	de 31 a 40	Camilo C La pisci	Si	alexabetancur19@	Si	3226341792	No	Otro
204	4/8/2021 13:15:32	Jorge Montoya	Masculino	de 31 a 40	Camilo C La pisci	Si		Si	3105937389	Si	Computad
205	4/8/2021 13:19:11	Fabio de Jesus Acevedo	Masculino	de 51 a 60	Camilo C La pisci	Si		Si	322 670 4801	No	Otro
206	4/8/2021 13:38:31	Luz Mery Cerna	Femenino	de 31 a 40	Camilo C La pisci	Si	Lumer2912@hotm	Si	312y774378	Si	Computad
207	4/8/2021 13:39:31	Maribel Villa	Femenino	de 31 a 40	Camilo C La pisci	No		Si	3207185966	Si	Otro
208	4/8/2021 13:40:51	Yidriana Restrepo	Femenino	de 20 a 30	Camilo C La pisci	Si	Yildrianarestrepo@	Si	3128360313	No	Otro
209	4/8/2021 13:41:34	Virgen Villa	Femenino	de 51 a 60	Camilo C la Guarc	No		Si	3234197660	No	Otro
210	4/8/2021 13:42:27	Fabiola Villa	Femenino	de 51 a 60	Camilo C la Guarc	No		Si	3234197660	No	Otro
211	4/8/2021 13:43:25	Sandra Agudelo	Femenino	de 31 a 40	Camilo C la Guarc	No		Si	3136289163	Si	Computad
212	4/8/2021 13:45:00	Luz Restrepo	Femenino	de 30 a 39	Camilo C la Guarc	Si	Luzrestrepo1993@	Si	3146574522	Si	Computad

1	Marca temporal	Nombre y apellido del encuestado	Genero	En que rango de edad se encuentra	Nombre de la vereda en la que vive	¿Posee correo electrónico ?	En caso de ser positiva su respuesta, ¿Cuál es su correo electrónico?	¿Posee celular?	En caso de ser positiva su respuesta, ¿Cuál es su número de celular?	¿ Tiene plan de datos en su celular?	¿De los siguientes dispositivos cual posee en su hogar?
212	4/8/2021 13:45:08	Luisa Restrepo	Femenino	de 20 a 30	Camilo C la Guarc	Si	Luisaagudelo2403@	Si	3146574539	Si	Computad
213	4/8/2021 13:46:20	Sara Restrepo	Femenino	de 31 a 40	Camilo C la Guarc	Si	Zararpo@gmail.co	Si	3205779033	Si	Computad
214	4/8/2021 13:47:46	Ana Sofia Martinez	Femenino	de 20 a 30	Camilo C la Guarc	Si	Anasofiamartinez4	Si	3135264946	Si	Computad
215	4/8/2021 13:49:04	Valery Agudelo	Femenino	de 20 a 30	Camilo C la Guarc	Si	Valeriagudelo2324	Si	3103831789	Si	Computad
216	4/8/2021 13:50:51	Alejandra Garzón	Femenino	de 20 a 30	Camilo C la Guarc	Si	Alejkt2@gmail.com	Si	313 5476241	Si	Computad
217	4/8/2021 13:59:28	Rosalba Villa	Femenino	de 51 a 60	Camilo C la Guarc	No		No		No	Otro
218	4/8/2021 13:59:42	James Sucerquia	Masculino	de 31 a 40	La Estación	No		Si	3148820209	Si	Otro
219	4/8/2021 14:00:44	Juan Pulido	Masculino	de 41 a 50	Camilo C la Guarc	Si	Jesteban.pulido@	Si		Si	Computad
220	4/8/2021 14:01:54	Alba Sucerquia	Femenino	de 51 a 60	La Estación	No		No		No	Ninguno
221	4/8/2021 14:02:34	Camila Rivera	Femenino	de 20 a 30	Camilo C la Guarc	Si	CamiRvera@gmail	Si	3134275998	Si	Otro
222	4/8/2021 14:03:54	Jhon Restrepo	Masculino	de 41 a 50	Camilo C la Guarc	No		Si	3146474567	No	Otro
223	4/8/2021 14:08:04	Manuela Chaverra	Femenino	de 20 a 30	La Estación	Si	manuelachaverra2	Si	3234151282	Si	Computad
224	4/8/2021 14:16:11	Alberto Rios	Masculino	de 31 a 40	Camilo C la Guarc	Si		Si	3148337660	Si	Computad
225	4/8/2021 14:18:22	Cristina Colorado	Femenino	de 31 a 40	Camilo C. La Virg	Si	Cristicolo1290@gr	Si	3233073413	Si	Computad
226	4/8/2021 14:21:05	Diego Armando Patiño	Masculino	de 41 a 50	La Estación	No		Si	3193209302	Si	Otro
227	4/8/2021 14:23:14	Isabel Colorado	Femenino	de 20 a 30	Camilo C. La Virg	Si	Wisa-1409@hotmail	Si	3103794284	Si	Computad
228	4/8/2021 14:27:45	Kevin Serna	Masculino	de 31 a 40	Camilo C. La Virg	Si	kevin_serna90@gr	Si		Si	Computad
229	4/8/2021 14:29:12	santiago Jaramillo	Masculino	de 20 a 30	Camilo C. La Virg	Si	santiago_jaramillo2	Si	3125674534	Si	Computad
230	4/8/2021 14:32:10	Mary Castro	Femenino	de 31 a 40	Camilo C. La Virg	Si	maryuris_castro37	Si		No	Computad
231	4/8/2021 14:33:57	Esteban Ruiz	Masculino	de 20 a 30	Camilo C. La Virg	Si	esteban_ruiz11@F	Si	3056896434	Si	Computad
232	4/8/2021 14:38:09	Esneider Velasquez Muriel	Masculino	de 20 a 30	Travesías	Si		Si	Activar Windows	Si	Ninguno

1	Marca temporal	Nombre y apellido del encuestado	Genero	En que rango de edad se encuentra	Nombre de la vereda en la que vive	¿Posee correo electrónico ?	En caso de ser positiva su respuesta, ¿Cuál es su correo electrónico?	¿Posee celular?	En caso de ser positiva su respuesta, ¿Cuál es su número de celular?	¿Tiene plan de datos en su celular?	¿De los siguientes dispositivos cual posee en su hogar?
233	4/8/2021 14:48:09	Carlos Restrepo	Masculino	de 31 a 40	Camilo C. La Virg	Si		Si		Si	Tablet, Otro
234	4/8/2021 14:49:10	Paola Andrea Usuga	Femenino	de 20 a 30	Camilo C. La Virg	Si	PaousuG@gmail.c	Si		Si	Computad
235	4/8/2021 14:50:32	Andres Castaño	Masculino	de 41 a 50	Camilo C. La Virg	Si	neancas2008@gm	Si	310 6418469	Si	Tablet, Otro
236	4/8/2021 14:51:15	Sindy Londoño Mesa	Femenino	de 20 a 30	Travesías	Si	Sindylondono66@	Si	3206623680	Si	Otro
237	4/8/2021 14:52:09	Estela Rendón	Femenino	de 41 a 50	La Planta	No		Si		No	Otro
238	4/8/2021 14:53:20	Salomé Molina	Femenino	de 20 a 30	Camilo C. La Virg	Si	SaloGmolina	Si	3126753215	Si	Computad
239	4/8/2021 14:56:15	Sandra Torres	Femenino	de 31 a 40	Camilo C. La Virg	No		Si	312 2425222	Si	Computad
240	4/8/2021 14:58:20	Santiago Martínez	Masculino	de 20 a 30	Camilo C. La Virg	Si	TiagomaryinezG@	Si		Si	Otro
241	4/8/2021 14:59:34	Magnolia del Socorro Mesa V	Femenino	de 41 a 50	Travesías	No		Si	3136665062	No	Ninguno
242	4/8/2021 15:01:53	Estuard Sanchez	Masculino	de 31 a 40	La Albania	Si		Si	3235439757	Si	Otro
243	4/8/2021 15:04:06	Maira Lizeth Uribe mesa	Femenino	de 20 a 30	Travesías	Si	mairaliceth-95@hc	Si	3046622096	No	Ninguno
244	4/8/2021 15:05:25	Luz Restrepo	Femenino	de 41 a 50	Piedecuesta	Si	Luzrestrepo07@hc	Si	3057652409	No	Otro
245	4/8/2021 15:06:28	Eldima del Socorro Sanchez	Femenino	de 51 a 60	Piedecuesta	No		Si	3116579756	No	Otro
246	4/8/2021 15:07:48	Amparo Valencia	Femenino	de 41 a 50	La Estación	Si	LamparoVz@gmai	Si		No	Computad
247	4/8/2021 15:08:53	Gloria Hinez de Sánchez	Femenino	de 51 a 60	La Estación	No		Si	3136543421	No	Otro
248	4/8/2021 15:10:11	Camila Rivera	Femenino	de 31 a 40	Piedecuesta	Si	Camilasoto.0110@	Si		No	Otro
249	4/8/2021 15:11:15	Juan Felipe León Suárez	Masculino	de 31 a 40	Camilo C la Guarc	Si	juanfelipeleon55@	Si	3127141789	Si	Computad
250	4/8/2021 15:13:29	Sara Torres	Femenino	de 31 a 40	La Albania	Si		Si	311 7900088	Si	Computad
251	4/8/2021 15:14:53	Danny Iopera	Masculino	de 20 a 30	Travesías	Si	Dannylopera05@C	Si	3122102197	No	Otro
252	4/8/2021 15:15:03	Yurley Sanchez	Femenino	de 31 a 40	La Albania	Si	Leysantorres23@c	Si	311 7540262	Si	Computad
253	4/8/2021 15:15:12	Yesid Aleiandro Álvarez Marí	Masculino	de 20 a 30	Travesías	Si	yesidalvarez56@a	Si	Activa 3184853830	No	Computad

1	Marca temporal	Nombre y apellido del encuestado	Genero	En que rango de edad se encuentra	Nombre de la vereda en la que vive	¿Posee correo electrónico?	En caso de ser positiva su respuesta, ¿Cuál es su correo electrónico?	¿Posee celular?	En caso de ser positiva su respuesta, ¿Cuál es su número de celular?	¿Tiene plan de datos en su celular?	¿De los siguientes dispositivos cual posee en su hogar?
254	4/8/2021 15:17:00	Sebastián Martínez	Masculino	de 31 a 40	Camilo C la Guarc	No		Si	304 6662779	No	Otro
255	4/8/2021 15:20:45	Laura Carmona	Femenino	de 20 a 30	Camilo C la Guarc	Si	Carmonasanchezle	Si	310 6658773	Si	Computad
256	4/8/2021 15:21:13	Diana Marcela Muñoz Reyes	Femenino	de 41 a 50	El Cedro	Si	Educacionhogar20	Si	3043881539	Si	Computad
257	4/8/2021 15:25:14	Lorena Sánchez	Femenino	de 20 a 30	Camilo C la Guarc	Si	LorenaSanchezT3	Si	314 7212900	Si	Computad
258	4/8/2021 15:27:56	Sagrario Torres	Femenino	de 51 a 60	La Albania	No		Si	311 7786758	Si	Otro
259	4/8/2021 15:29:18	Ciomara Deossa	Femenino	de 20 a 30	La Albania	Si	XiomyDT@gmail.c	Si	304 6662779	Si	Tablet, Otr
260	4/8/2021 15:30:48	Andrés León	Masculino	de 31 a 40	La Albania	Si		Si	310 2331627	Si	Computad
261	4/8/2021 15:34:57	Marlon Muñoz	Masculino	de 20 a 30	La Albania	Si	Marlonmunos24@	Si	320 6133094	Si	Tablet, Otr
262	4/8/2021 15:40:00	Alba Sucerquia	Femenino	de 51 a 60	La Estación	No		No		No	Ninguno
263	4/8/2021 15:42:31	Ramiro Restrepo	Masculino	de 41 a 50	La Albania	Si	Ramiroalonsorestre	Si	3113217623	No	Otro
264	4/8/2021 15:44:38	Viviana Duque	Femenino	de 31 a 40	La Albania	Si	Yuvyduto@hotmail	Si		Si	Computad
265	4/8/2021 15:45:41	Isabela Retrepo	Femenino	de 20 a 30	La Albania	Si	Isabelarestreprodiq	Si	3207519508	Si	Computad
266	4/8/2021 15:46:48	Arturo Sánchez	Masculino	de 51 a 60	La Albania	No		Si	3135468570	No	Otro
267	4/8/2021 15:49:53	Cristina Duque	Femenino	de 20 a 30	La Albania	Si	Anarestrepo243@	Si	3117822282	Si	Computad
268	4/8/2021 15:59:28	Marta García	Femenino	de 51 a 60	La Albania	No		Si	3215643212	Si	Computad
269	4/8/2021 16:08:52	Esteban zuluaga	Masculino	de 20 a 30	Camilo C la Guarc	No		No		No	Computad
270	4/8/2021 16:10:14	Juan Pablo Vanegas	Masculino	de 20 a 30	La Albania	Si	Juanpablovanegas	Si	321 8712818	Si	Computad
271	4/8/2021 16:11:46	Nancy Sanchez	Femenino	de 41 a 50	La Albania	No		Si		No	Computad
272	4/8/2021 16:27:05	Yuri Iopera velasquez	Femenino	de 20 a 30	Travesías	Si	Yurilopera9306@g	Si	3145877614	No	Otro
273	4/8/2021 16:32:25	Sara Martinez Colorado	Femenino	de 20 a 30	El Cedro	Si	Saramartinezc12@	Si	3126332064	No	Computad
274	4/8/2021 17:28:04	Alejandra Vaes	Femenino	de 31 a 40	Camilo C la Guarc	Si		Si	3213314041	Si	Computad

1	Marca temporal	Nombre y apellido del encuestado	Genero	En que rango de edad se encuentra	Nombre de la vereda en la que vive	¿Posee correo electrónico?	En caso de ser positiva su respuesta, ¿Cuál es su correo electrónico?	¿Posee celular?	En caso de ser positiva su respuesta, ¿Cuál es su número de celular?	¿Tiene plan de datos en su celular?	¿De los siguientes dispositivos cual posee en su hogar?
275	4/8/2021 17:30:27	Sara Ramirez	Femenino	de 31 a 40	Camilo C la Guarc	Si	Ramiezsara@gmail	Si	3005211127	Si	Computad
276	4/8/2021 17:33:44	Evangelina Guerrero de Alvar	Femenino	de 51 a 60	Travesías	No		Si	3123224446	No	Computad
277	4/8/2021 17:36:09	Antonia Cano	Femenino	de 20 a 30	La Estación	Si	Zamali1807@yaho	Si	3215465000	Si	Ninguno
278	4/8/2021 17:38:20	Andres Felipe Zapata	Masculino	de 20 a 30	Piedecuesta	Si	pipezapata24@gm	Si	3004039963	No	Otro
279	4/8/2021 17:40:42	Marcela Taborda	Femenino	de 31 a 40	Piedecuesta	No		Si	3205118799	Si	Computad
280	4/8/2021 17:42:51	kevin Lopez	Masculino	de 20 a 30	Piedecuesta	Si	KevinlopezZ@gma	Si	3232948406	Si	Computad
281	4/8/2021 17:46:08	Mariana Valle	Femenino	de 41 a 50	Piedecuesta	Si	marianitavalle@gm	Si	3507853457	Si	Computad
282	4/8/2021 17:48:27	Daniel Alvarez	Masculino	de 31 a 40	Camilo C la Guarc	Si	Danielalvarezzi@gm	Si	3106362688	No	Otro
283	4/8/2021 17:50:30	Rafaela Tabares	Femenino	de 20 a 30	La Planta	Si	rfttabares@gmail.c	Si	3113417977	Si	Computad
284	4/8/2021 17:52:24	Isabela Torres	Femenino	de 20 a 30	El Trincho	Si	isatorres2006@gm	Si	3145701106	Si	Computad
285	4/8/2021 17:53:53	Laura Ortiz	Femenino	de 20 a 30	Malabrigo	Si	Laura_ortiz@uie.e	Si	3052655088	Si	Computad
286	4/8/2021 17:59:21	camilo Cano	Masculino	de 20 a 30	Camilo C la Guarc	Si		Si	3023693842	Si	Computad
287	4/8/2021 18:00:50	Samuel Estrada	Masculino	de 20 a 30	Camilo C la Guarc	Si	CSmuelestrada@g	Si		Si	Otro
288	4/8/2021 18:02:45	Marlon Sanchez	Masculino	de 20 a 30	Camilo C la Guarc	Si	Marlonc1999@gm	Si	3114272828	Si	Computad
289	4/8/2021 18:08:26	Jhon Restrepo	Masculino	de 41 a 50	Camilo C la Guarc	No		Si	3146474567	No	Otro
290	4/8/2021 18:10:41	Isamel Montaña	Masculino	de 51 a 60	La Albania	No		No	3107201077	No	Otro
291	4/8/2021 18:18:16	Ismael Montaña	Masculino	de 31 a 40	La Albania	Si		Si	3113401540	No	Computad
292	4/8/2021 18:18:46	Leidy Mariana Uribe Mesa	Femenino	de 20 a 30	Travesías	Si	marianauribe01.20	Si	3117814264	No	Ninguno
293	4/8/2021 18:19:40	Gabriel Quiroz	Masculino	de 41 a 50	La Planta	No		Si	3113069590	No	Otro
294	4/8/2021 18:21:19	Mario Alejandro Marín	Masculino	de 41 a 50	La Albania	No		Si	3113401540	No	Otro
295	4/8/2021 18:22:41	Daniel Giraldo	Masculino	de 31 a 40	Camilo C la Guarc	Si	Danielg27@gmail.c	Si	3122348249	Si	Computad

1	Marca temporal	Nombre y apellido del encuestado	Genero	En que rango de edad se encuentra	Nombre de la vereda en la que vive	¿Posee correo electrónico ?	En caso de ser positiva su respuesta, ¿Cuál es su correo electrónico?	¿Posee celular?	En caso de ser positiva su respuesta, ¿Cuál es su número de celular?	¿Tiene plan de datos en su celular?	¿De los siguientes dispositivos cual posee en su hogar?
296	4/8/2021 18:22:47	Juan Pablo Gallego Zuluaga	Masculino	de 20 a 30	Camilo C la Guarc	Si	juanpagazu@gmail	Si	3505792373	No	Computad
297	4/8/2021 18:24:05	Sebastián García	Masculino	de 20 a 30	Camilo C la Guarc	Si		Si	3126676564	Si	Computad
298	4/8/2021 18:25:50	Camilo Rojas García	Masculino	de 20 a 30	Camilo C la Guarc	Si	CamiloSR73@gmail	Si	3126878573	Si	Computad
299	4/8/2021 18:27:26	Carlos Díaz	Masculino	de 31 a 40	Piedecuesta	Si		Si	3126893377	Si	Otro
300	4/8/2021 18:29:02	Eider Torres	Masculino	de 20 a 30	Camilo C la Guarc	Si	eiderftores@gmail.	Si	3128511518	Si	Computad
301	4/8/2021 18:30:57	Fernando Restrepo	Masculino	de 20 a 30	Camilo C la Guarc	Si	Fndorrojas@hotmail	Si	3148171629	Si	Computad
302	4/8/2021 18:33:07	Heidy Andrea Agudelo	Femenino	de 20 a 30	La Planta	Si	heidyAZ38@gmail.	Si	3108309639	Si	Computad
303	4/8/2021 18:34:49	Jhon Cano	Masculino	de 31 a 40	Camilo C la Guarc	Si		Si	3126496921	Si	Computad
304	4/8/2021 18:37:15	Sandra Gomez	Femenino	de 31 a 40	Camilo C la Guarc	Si	Sandrazgomez@g	Si	3117860035	Si	Computad
305	4/8/2021 19:30:12	Alejandro Giraldo	Masculino	de 20 a 30	Camilo C la Guarc	No		No		No	Computad
306	4/8/2021 20:55:05	James Sucerquia	Masculino	de 31 a 40	La Estación	No		Si	3148820209	Si	Otro
307	4/8/2021 21:04:56	Jonathan Cuartas	Masculino	de 20 a 30	Camilo C. La Virg	Si	jona.ca.1010@gmail	Si	3058992304	No	Computad
308	4/9/2021 10:11:04	Sara Mesa	Femenino	de 20 a 30	Travesías	Si	20204as@gmail.cc	Si		Si	Computad
309	4/10/2021 11:36:31	Sara Mesa	Femenino	de 20 a 30	Travesías	Si	20204as@gmail.cc	Si		Si	Computad
310											
311											
312											
313											
314											
315											

Activar Windows