MINISTERIO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES

ASESORÍA & GESTIÓN

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones

# INFORME DE EJECUCIÓN DEL PROCESO DE SENSIBILIZACIÓN QUE INCLUYE LA BASE DE DATOS CON EL REPORTE DE AL MENOS 350.000 PERSONAS SENSIBILIZADAS EN EL USO DE INTERNET A TRAVÉS DE LA OFERTA DE CONTENIDOS (TUTORIALES) DEL PROGRAMA "LLEGAMOS CON TIC", CONFORME LO REQUERIDO EN EL ANEXO TÉCNICO

Componente o grupo 3:

"Ejecutar la estrategia de formación virtual y/o presencial para promover el desarrollo de habilidades y competencias digitales enfocadas al uso y apropiación de las TIC, en el marco del programa "Llegamos con TIC".

Contrato 753 de 2022

**Celebrado entre**

**FONDO ÚNICO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES – FONTIC Y ASESORÍA Y GESTIÓN CIA, S.A.S. – ASEGEST**

Bogotá, Colombia, 2022

## Contenido

INTRODUCCIÓN 3

1. ESTRATEGIA SENSIBILIZACIÓN 4

1.1. Resultados Sensibilización 5

1.2. Caracterización global de las personas sensibilizadas 6

2. ESTRATEGIAS IMPLEMENTADAS PARA EL LOGRO DE LAS 367.621 PERSONAS SENSIBILIZADAS 9

2.1. Reestructuración Equipo de Trabajo 9

2.2. Fortalecimiento de Alianzas 10

2.3. Estrategia Pedagógica para sensibilización 12

2.4. Plan de Incentivos 12

2.5. Acompañamiento Permanente al equipo de trabajo 14

2.6. Contratación de un servicio de marketing digital 15

2.7. Comunicaciones 15

3. BALANCE TUTORIALES 15

4. LOGROS 17

5. ASPECTOS POR MEJORAR 18

6. LECCIONES APRENDIDAS 19

7. RECOMENDACIONES 19

8. ANEXOS 20

## INTRODUCCIÓN

En el marco del Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022: "Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad" aprobado por la Ley 1955 de 2019 e igualmente en el artículo 14 de la Ley 1978 de 2019, que modificó el artículo 18 de la Ley 1341 de 2009, el cual señala que son funciones del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, entre otras la siguiente: "(…) 3. Promover el establecimiento de una cultura de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en el país, a través de programas y proyectos que favorezcan la apropiación y masificación de las tecnologías, como instrumentos que facilitan el bienestar y el desarrollo personal, social y económico."[1] Por lo anterior, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, diseña e implementa el Legamos con TIC, programa dirigido a todos los Colombianos a partir de los 13 años de edad, cuenta con 10 cursos gratuitos y 35 tutoriales, que les permitirá certificarse en un día, aprender y/o fortalecer los conocimientos en el uso del computador, celular, internet para tener un mejor acceso y aprovechamiento del mundo digital.

Para la implementación de la vigencia del año 2022 se firma el contrato 753 de 2022 entre Asesoría y Gestión y "Fondo único de tecnologías de la información y las Comunicaciones, unidad administrativa especial del orden nacional, adscrita al Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones", cuyo objeto contractual es: *"Ejecutar la estrategia de formación virtual y/o presencial para promover el desarrollo de habilidades y competencias digitales enfocadas al uso y apropiación de las TIC, en el marco del programa "Llegamos con TIC".* Para la vigencia 2022, en el componente "Llegamos con TIC" se espera beneficiar a un grupo global de más de 600.000 personas colombianas mayores de 13 años, a través de dos (2) categorías:

- Formación en competencias y habilidades digitales: Para esta categoría se espera la formación de mínimo ciento ochenta mil (180.000) certificaciones en habilidades y competencias digitales, de las cuales 8.000 certificaciones serán en modalidad presencial y 172.000 certificaciones serán en modalidad virtual. Adicionalmente, como valor agregado, Asegest ofreció en el proceso licitatorio 3000 impactos adicionales de formación, para una meta total en este componente de 183,000 certificaciones entre modalidad presencial y virtual.
- Sensibilización de personas en el uso de internet: Para esta categoría se espera alcanzar una cobertura de mínimo quinientas mil (500.000) personas colombianas sensibilizadas en el uso de internet a través de la oferta de contenidos (tutoriales) de "Llegamos con TIC" bajo la modalidad virtual

[1] Tomado Anexo técnico Especificaciones Técnicas Mínimas.

En este contexto, en el presente informe corresponde a los 350.000 beneficiarios sensibilizados en el contrato para el segundo pago así: *Informe de ejecución del proceso de sensibilización que incluya la base de datos con el reporte de al menos 350.000 personas sensibilizadas en el uso de internet a través de la oferta de contenidos (tutoriales) del Programa "Llegamos con TIC", conforme lo requerido en el anexo técnico*

El documento presenta 7 capítulos así:

-Capítulo 1. Estrategia Sensibilización
-Capítulo 2. Estrategias implementadas para el logro de las metas
-Capítulo 3. Logros
-Capítulo 4. Aspectos por Mejorar
-Capítulo 5. Lecciones Aprendidas
-Capítulo 6. Recomendaciones
-Capítulo 7. Anexos

En los capítulos se trabajan los logros, aspectos por mejorar, lecciones aprendidas y recomendaciones, de acuerdo a lo establecido en el anexo técnico respecto a los ítems para informes.

## 1. ESTRATEGIA SENSIBILIZACIÓN

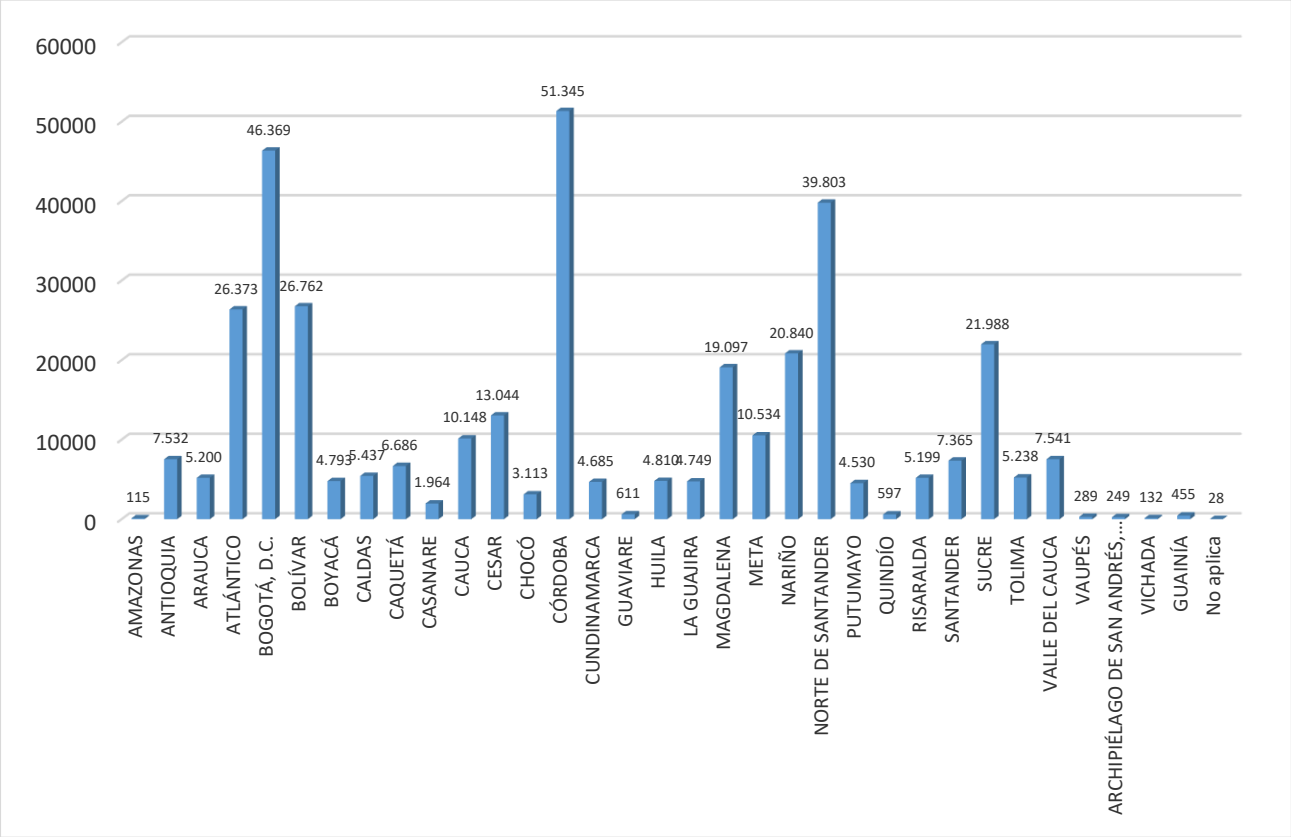
La estrategia de sensibilización corresponde a 35 tutoriales gratuitos que ofrece el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones:

- Compra seguro en Internet
- Trucos y secretos del celular inteligente
- ¿Cómo crear un correo electrónico?
- Crea tu marca en Internet
- Protección de tus datos personales
- No comas cuento, identifica las noticias falsas
- Instala aplicaciones en solo 3 pasos
- Trámites y servicios sin salir de casa
- Trucos y secretos del celular inteligente
- Trámites y servicios sin salir de casa
- Ciberdependencia y otros riesgos reales
- Cómo emprender en canales digitales
- Cómo encontrar empleo en Internet
- Mundo digital accesible: se acabaron las barreras
- Conoce el software libre y aprovéchalo
- Construye la paz desde el mundo digital
- Aprende fácil y rápido en línea
- Transforma tu comunidad con el activismo digital
- Aprende a hacer una transmisión por Internet fácil y rápido
- Transforma el mundo desde la web
- Protege el planeta desde el mundo digital
- Conoce el software libre y aprovéchalo
- Crea infografías como un experto
- Enseñanza virtual divertida
- Crea una reunión exitosa por Internet
- Encuentra el tutorial que buscas
- Cómo hacer radio por Internet
- Bibliotecas digitales al alcance de un clic
- Cómo crear un blog que impacte
- Internet: una gran oportunidad de negocio para ti
- Crea comunidades digitales y conéctate con el mundo
- Cómo crear un blog que impacte
- Teletrabajo: la empresa 4.0
- Comercio electrónico: el futuro de tu negocio
- Compra y vende fácil en Internet
- Sé productivo desde casa

A continuación, se describen los resultados obtenidos en esta estrategia con corte al 8 de noviembre fecha en la que se cumplió el hito para pago que correspondía a 350.000 con 367.621 personas sensibilizadas, es decir con un 105% de cumplimiento.

### 1.1. Resultados Sensibilización

En total, con corte al informe presente informe para el segundo pago, se logró una meta de 367.621 personas sensibilizadas, como se muestra a continuación:



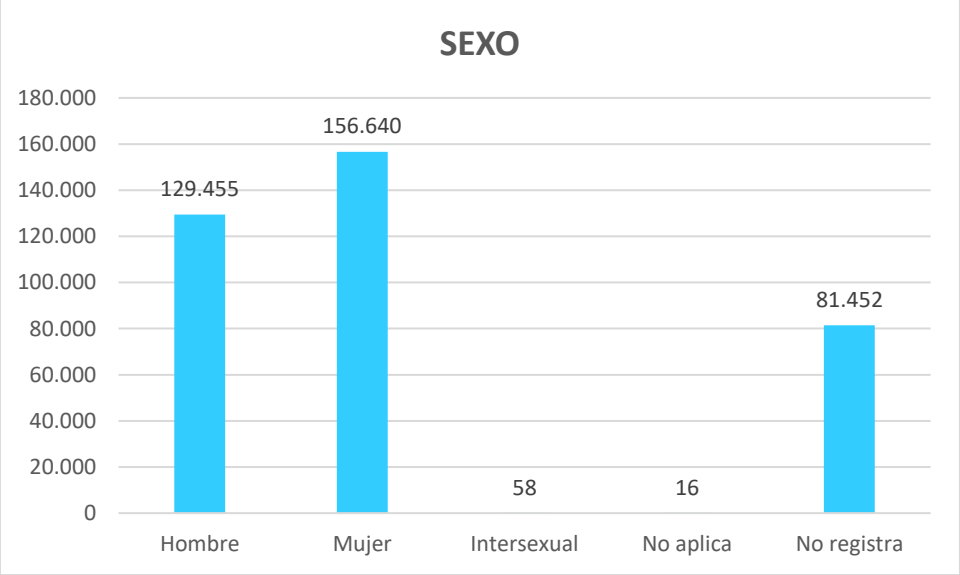

El mayor porcentaje de personas sensibilizadas se logró en Córdoba con un 13,9%, seguido de Bogotá con un 12,6%, en tercer lugar, Norte de Santander con un 10,8%, posteriormente tenemos que Bolívar cuenta con un 7,2%, Atlántico con un 7%, Sucre con un 6%, Nariño 5,6%, Magdalena 5%, departamentos como Cesar, Cauca, Meta oscilan entre el 4 y 2%, los demás departamentos hacen un aporte desde 115 personas sensibilizadas hasta 7.541. Lo anterior permite evidenciar que se logró

el impacto en los 32 departamentos de Colombia, en unos con mayores porcentajes que otros, pero se evidencia un esfuerzo importante por llegar a todas las zonas del país con el proyecto Llegamos con TIC y la estrategia de sensibilización.

Se destaca el alto compromiso de las instituciones educativas, especialmente en los departamentos con mayores porcentajes, los resultados en los departamentos están asociados a la disposición de las entidades para dar apertura al proyecto, es importante destacar que se continuarán haciendo esfuerzos para incrementar los resultados en aquellos departamentos que teniendo capitales con un muy buen potencial de personas a sensibilizar aún no se generan altos impactos.

### 1.2. Caracterización global de las personas sensibilizadas

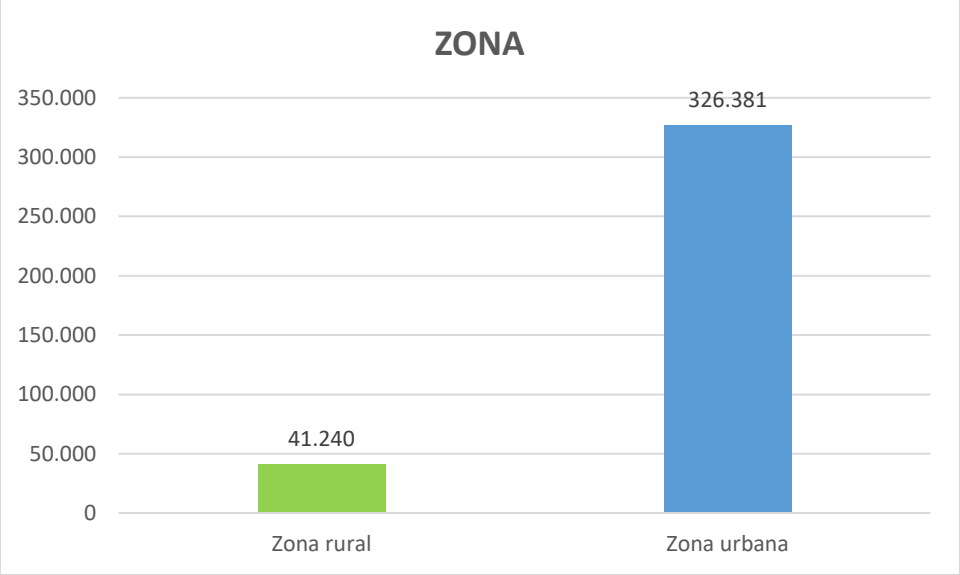
- **Sexo**




Respecto al sexo de las personas sensibilizadas, se puede evidenciar que el 42,6% de personas sensibilizadas corresponde a las mujeres, un 35,2% a hombres, el 22,2% restante se concentra en intersexual, no aplica y no registra. De lo anterior, se puede concluir que las mujeres presentan un alto interés en los procesos de formación, en el fortalecimiento de sus habilidades digitales y en el

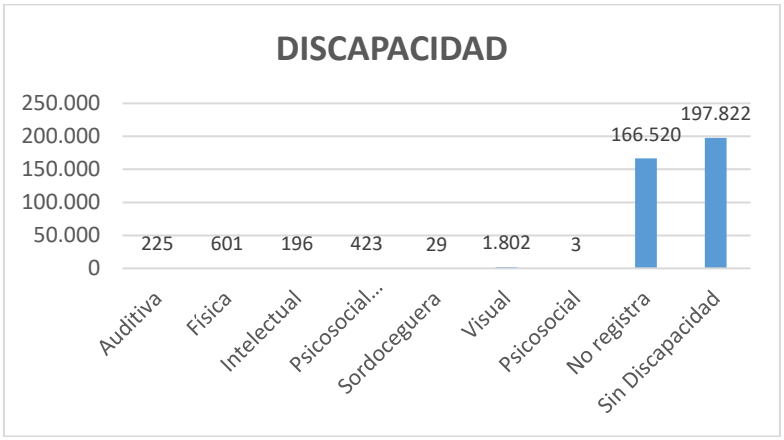
uso de internet; esto permite cerrar una brecha digital importante en el país desde el enfoque de género, dando un papel protagónico a las mujeres en el mejoramiento de su calidad de vida.
Sin embargo, es importante también desde la equidad destacar el rol de los hombres en los procesos de formación que también demuestran un buen porcentaje.

- **Zona**



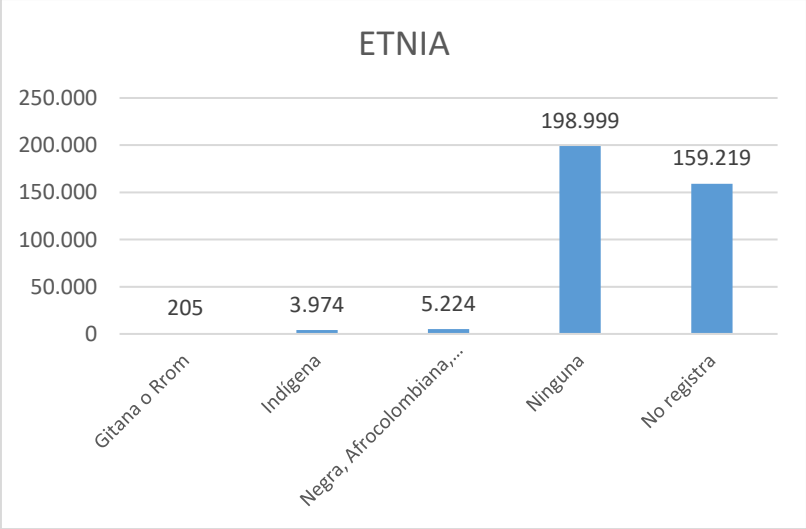

El 89% de la población sensibilizada corresponde a la zona urbana del país, mientras que el 11% restante a la zona rural. Estos resultados permiten evidenciar que por facilidad de acceso a los territorios se concentra el proceso en la zona urbana; sin embargo, es importante mencionar que se adelantaron algunos procesos en la ruralidad y a futuro se podría pensar en llegar de una manera más contundente a estos lugares, ya que las personas refieren que no solamente requieren mejorar en sus municipios el acceso a internet, sino que les parece muy importante realizar procesos de cualificación en temas digitales y de uso de internet.

- **Discapacidad**




Pese a que las personas no registraron en su mayoría si contaban con una discapacidad, se evidencia que 3.279 personas realizaron la sensibilización, siendo la discapacidad visual la más predominante entre ellos, seguida de la física, la psicosocial y la auditiva respectivamente. Es importante seguir adelantando procesos que involucren a la población con discapacidad, pero en un proceso de mayor tiempo debido a que por lo general son personas que requieren un apoyo personalizado para acceder a la plataforma y visualizar los tutoriales.

- **Etnia**



Un alto porcentaje de la población sensibilizada, no identificó su etnia. Entre las personas que lo hicieron se evidencia que el mayor impacto se presenta en la población negra, afrocolombiana, seguida de indígenas y en un menor porcentaje los gitanos o room. Un objetivo importante a futuro respecto a la oferta institucional del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, puede centrarse en seguir avanzando para lograr mayores impactos con las comunidades indígenas y afrocolombianas del país, de esta manera se continúa reduciendo la brecha digital entre ciudadanos.

## 2. ESTRATEGIAS IMPLEMENTADAS PARA EL LOGRO DE LAS 367.621 PERSONAS SENSIBILIZADAS

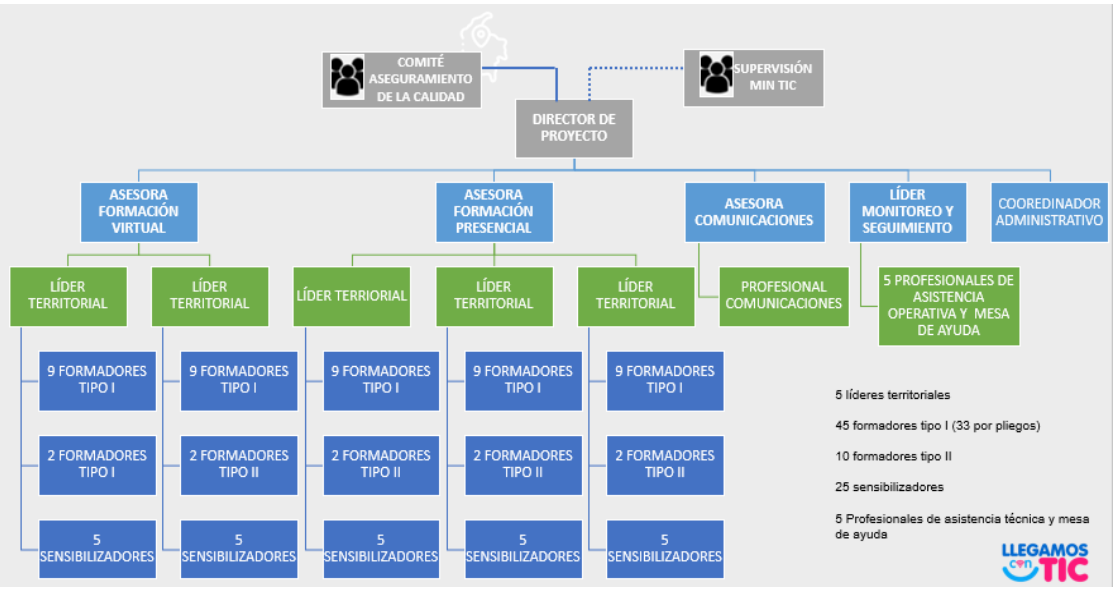
Para el logro de las metas establecidas en la estrategia de sensibilización, es importante mencionar que la firma Asesoría y Gestión diseñó e implementó las siguientes estrategias:

### 2.1. Reestructuración Equipo de Trabajo

Se requirió un ajuste en el organigrama del equipo, con el fin de incluir nuevos roles como los líderes territoriales, quienes ejercen un rol importante en términos de alianzas y seguimiento del equipo en campo, por otra parte, de los 33 formadores que se tenían previstos se requirió la contratación de nuevos profesionales y se organizaron por roles así:

**Formador tipo 1**: profesionales que implementan las 3 estrategias (Presencial, virtual y sensibilización)
**Sensibilizadores**: Se creó la figura de sensibilizadores dada la cantidad de la meta establecida, en este caso son profesionales encargados solamente de la estrategia de sensibilización.

Las asesoras de formación presencial y formación virtual, por su parte, ejercen un rol de coordinación de las regiones que se les asignaron.
En el área de comunicaciones, pese a que en pliego de condiciones se solicitaba una persona, por el alto volumen de trabajo, en esta área se cuenta ahora con 2 profesionales.
De la mesa de ayuda se tienen 5 personas con el fin de apoyar las diferentes solicitudes del equipo de trabajo y de los usuarios de las plataformas, así como realizar un rol de apoyo al seguimiento y monitoreo de las metas y evidencias, liderados siempre por el líder de seguimiento y monitoreo.
También se realizó la contratación de 2 digitadoras con el fin de procesar los listados de la sensibilización presencial realizada en los territorios. A continuación, se muestra la estructura del equipo de trabajo:

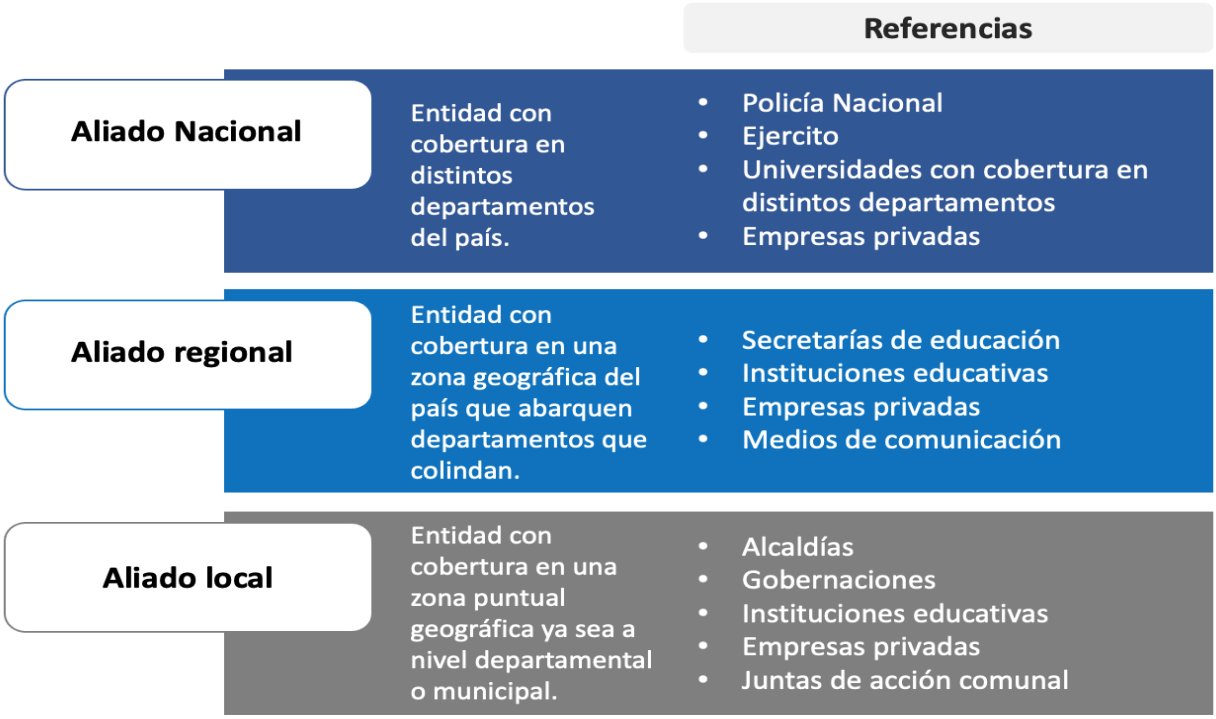



En términos de equipo de trabajo, en el mes de septiembre debido al poco rendimiento de varios de ellos se hizo un proceso de depuración del equipo contratando personas nuevas con el fin de lograr las metas establecidas.

### 2.2. Fortalecimiento de Alianzas

Con respecto a  alianzas, en primer lugar se tomó la decisión de no formalizar alianzas con aquellas instituciones que no se lograran materializar con celeridad, así mismo las que presenten objeciones o solicitudes que requieran tiempo para su solución, por otra parte, se hizo una reclasificación de las alianzas con el fin de organizar mejor el trabajo de la gerente, asesoras y líderes quienes son las profesionales responsables de lograr las alianzas requeridas para el cumplimiento del objeto contractual tal como se tiene establecido.

A continuación, se presenta la clasificación de aliados:



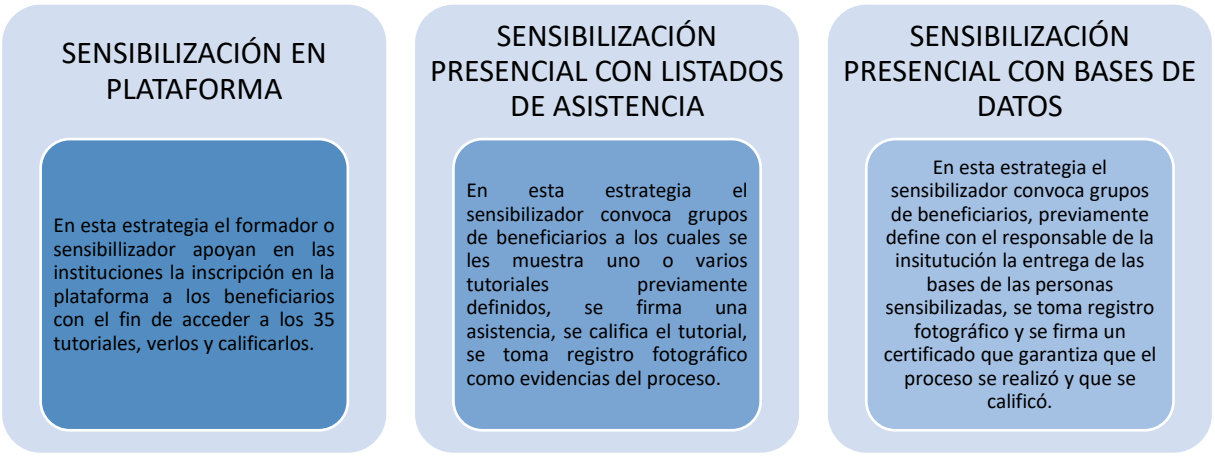

Es importante, destacar 2 alianzas que fueron fundamentales para el cumplimiento de este hito de pago correspondiente a por lo menos 350.000 personas sensibilizadas.

- **Alianza con el Ministerio de Educación Nacional, jornada única**, en este proceso se logró que el Ministerio convocara a nivel nacional a todas las instituciones educativas con jornada única, ubicadas en las capitales del país, enviando una comunicación formal, presentando el proyecto Llegamos con TIC e invitando a los rectores a hacer parte del mismo, posteriormente, el equipo de trabajo se contactó con estos establecimientos educativos para proceder a realizar el proceso de sensibilización e invitar a realizar la estrategia de formación virtual. El potencial de esta alianza son 628 instituciones educativas convocadas con una proyección de 422.365 impactos.
- **Alianza con el Ministerio de Defensa,** esta alianza realizada por las directivas de Asesoría y Gestión, bajo el liderazgo del Director General de la firma, el Doctor Jaime Silva, se materializa tras varias reuniones con la Directora de Desarrollo Humano de las fuerzas armadas de Colombia, con el apoyo de la viceministra encargada del Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones Doctora María Fernanda Ardila López y el viceministro de Defensa. Se convoca a los altos mandos de las fuerzas con el fin de invitarlos a realizar el proceso de sensibilización y posteriormente la formación virtual. De

esta alianza se realizaron streamings, encuentros virtuales a la fecha con las fuerzas militares y la policía nacional, también se autoriza el envío de mailings a los soldados con el fin de vincularlos al proyecto.

### 2.3. Estrategia Pedagógica para sensibilización

Otra estrategia fundamental es el enfoque pedagógico asociado a la didáctica con la que se desarrollan las sesiones de sensibilización, para lograr los impactos se definieron las siguientes formas de interacción con los participantes:




Es importante mencionar, que estas estrategias permiten el cumplimiento de lo establecido en el pliego de condiciones, que es sensibilizar a las personas en el uso de internet y motivarlas a acceder a los contenidos ofrecidos a través de los tutoriales, así mismo en las 3 estrategias se realizó el proceso de calificación de los tutoriales vistos.

### 2.4. Plan de Incentivos

Asesoría y Gestión para generar motivación en los beneficiarios, aliados y talento humano se crearon incentivos, es importante aclarar que en todas las piezas y la promoción de incentivos se dejó claro que el operador es el responsable de los mismos no el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. A continuación, se muestran los incentivos:

| | |
|---|---|
| Beneficiarios | Esquema de incentivos participando en sensibilización y formación virtual - bonos |
| Aliados | Esquema de incentivos para sensibilización con la participación de 10.000 / Formación virtual con 8.000 |
| Talento Humano | Esquema de incentivos para cumplimiento y sobre cumplimiento de la meta - bonos |

A continuación, se pueden observar con mayor detalle algunos de los incentivos que cobraron gran relevancia durante el mes de octubre especialmente:

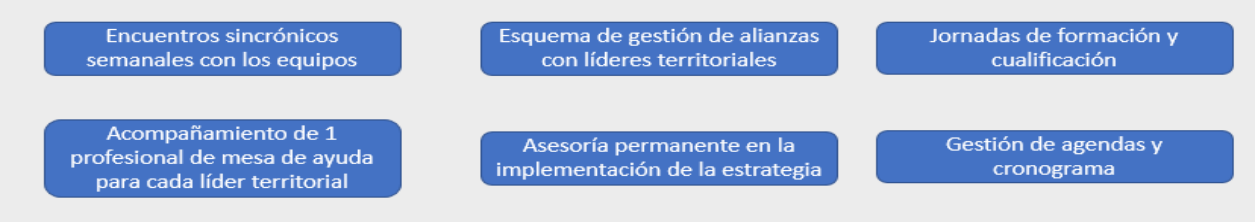





También se ofrecieron incentivos similares para instituciones como es el caso del Ministerio de Defensa. Desde el mes de septiembre también se creó una estrategia de incentivo con la rifa de una moto entre las personas que lograran sensibilizarse y sensibilizar por lo menos a 15 personas.
Es importante, destacar, que el incentivo de las tablets fue el que mayor acogida tuvo en el proceso. Como puede observarse en las piezas, todo incentivo fue ofrecido a nombre de Asesoría y Gestión, garantizando que de ninguna manera se compromete al Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

### 2.5. Acompañamiento Permanente al equipo de trabajo

Una de las estrategias permanentes que realiza Asesoría y Gestión, es el acompañamiento al equipo de trabajo con acciones concretas, con el fin de acompañarlos de manera técnica y humana, así:




De manera permanente se realiza un acompañamiento al equipo de trabajo, con el fin de lograr el cumplimiento de las metas, haciendo uso de un seguimiento detallado con la revisión y avance de las metas que se entrega en un semáforo diario, por otra parte, con la disposición del equipo base para acompañarlos en sus inquietudes.

### 2.6. Contratación de un servicio de marketing digital

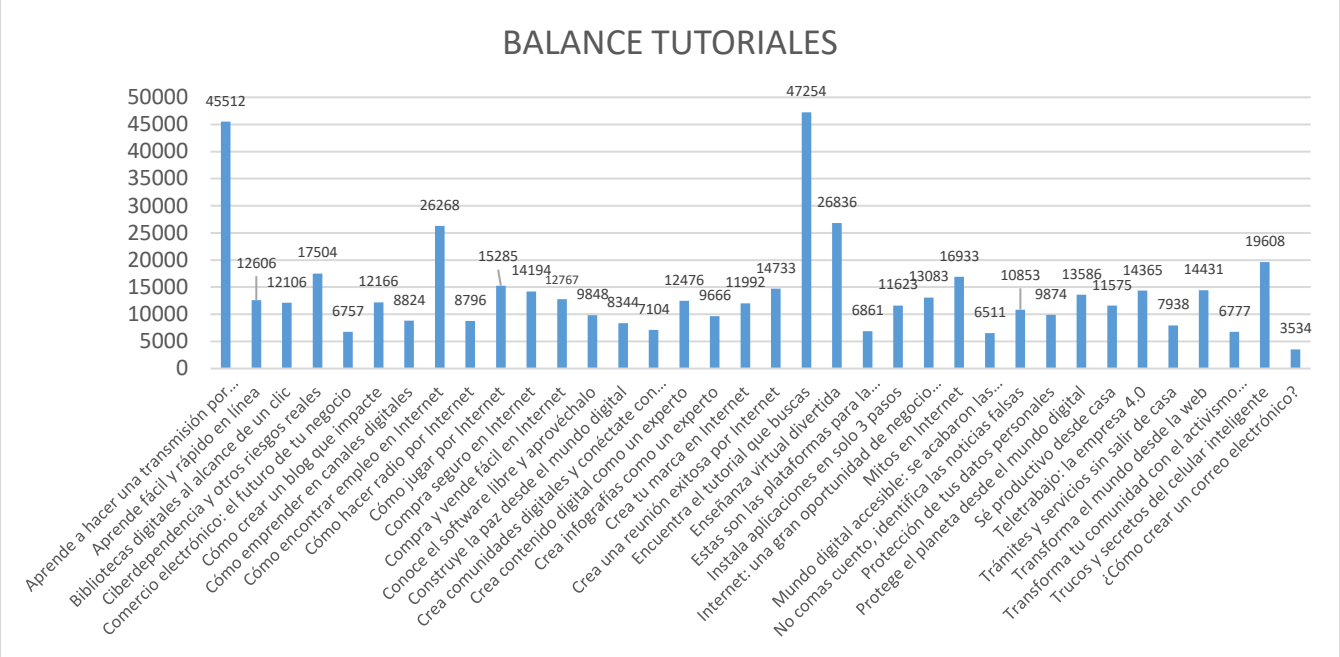
Se realizó la contratación de un equipo especializado en marketing digital, con el fin de lograr un mayor impacto del proyecto, haciendo uso de las redes sociales y otras estrategias que permitieran un mayor nivel de impactos, especialmente en sensibilización, además promocionando de manera más contundente los contenidos de los tutoriales y de los incentivos.

### 2.7. Comunicaciones

Contar con el área de comunicaciones y reforzar el equipo con 2 profesionales, ha sido fundamental para el proceso, ya que el apoyo con piezas diseñadas por Asesoría y Gestión y aprobadas por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, permiten la socialización de la estrategia de sensibilización, la motivación para acceder a los incentivos, el envío de mailings para la culminación de procesos, entre otros. Así como la recolección de testimonios de los procesos realizados en las regiones.

## 3. BALANCE TUTORIALES

Respecto al balance de los tutoriales, teniendo en cuenta el reporte de agrupación por contenidos entregado por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y de acuerdo al nivel de interacción de los usuarios con los tutoriales, se presenta a continuación, la gráfica correspondiente:




El tutorial con mayor nivel de interacción fue Aprende a hacer una transmisión por Internet fácil y rápido, seguido de Cómo encontrar empleo en Internet, Encuentra el tutorial que buscas y Enseñanza virtual divertida, estos contenidos han resultado muy interesantes para los beneficiarios ya que les permiten en primer lugar interactuar con otros, haciendo uso de las plataformas virtuales como es el caso de aprende a hacer una transmisión por internet fácil y rápido, además que pueden posicionar un proyecto social o comunitario o simplemente su sentir respecto a un tema específico.

Por otra parte, es evidente que el tema de encontrar empleo en internet, es vital para los colombianos, teniendo en cuenta la crisis generada por la pandemia, de tal manera que es un contenido que aporta un aprendizaje invaluable para el mejoramiento de la economía y calidad de vida de los ciudadanos.

Respecto al tutorial enseñanza divertida y su nivel de aceptación, va en concordancia con el alto número de instituciones educativas que se sensibilizaron en el proceso, involucrando no sólo a los estudiantes sino a los docentes, por tal razón este tutorial en el ámbito educativo es de vital importancia porque permite acceder a herramientas para hacer del proceso de enseñanza – aprendizaje, una oportunidad de usar la tecnología en el marco de la innovación educativa.

Es importante, mencionar otros tutoriales que también tuvieron muy buen nivel de aceptación como son: trucos y secretos del celular inteligente, ciberdependencia y otros riesgos reales, mitos en

Internet, cómo jugar por Internet, transforma el mundo desde la web, teletrabajo: la empresa 4.0 y compra seguro en Internet, todos los temas trabajados en los tutoriales enunciados anteriormente fueron considerados por los beneficiarios como vitales para su vida cotidiana, enfocados no sólo a la prevención de los riesgos en internet, sino el aprovechamiento de las herramientas virtuales y del internet mismo.

En términos generales, no se presentaron observaciones negativas respecto a los tutoriales, por el contrario, los beneficiaros los valoran positivamente y consideran que con la oferta que se tiene disponible en este momento, pueden fortalecer sus conocimientos y aprovechas de mejor manera el uso del internet en su ámbito personal, social, familiar y laboral.

## 4. LOGROS

- El 100% de la población sensibilizada, calificó los tutoriales de acuerdo a lo establecido en el anexo técnico, en su gran mayoría la evaluación fue, me gusta y me encanta, muy pocos con se podría mejorar. Estos datos se pueden corroborar en la plataforma y en los certificados entregados con cada una de las bases de la sensibilización masiva.
- Las personas sensibilizadas manifestaron un muy buen nivel de aceptación, por los contenidos de los tutoriales, los consideraron útiles para su vida en diferentes ámbitos como el personal, familiar y laboral. Especialmente tuvieron acogida el de cyberdependencia y otros riesgos reales, activismo digital y los asociados a emprendimiento como Internet: una gran oportunidad de negocio para ti.
- El contar con certificado de participación en el proceso de sensibilización, generó mayores niveles de motivación en las personas a sensibilizar.
- El trabajo coordinado y el apoyo del equipo supervisor del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, ha sido vital para el logro de las metas, incluso vinculando a los enlaces en territorio que en algunos departamentos apoyaron para fortalecer la apertura del proyecto Llegamos con TIC en las instituciones.
- Las alianzas realizadas por Asesoría y Gestión, han sido vitales para el logro de las metas, como se expone con más detalle en el capítulo de estrategias, el reconocimiento de la firma en los territorios ha sido fundamental para lograr las metas que se tienen a la fecha.
- Los tutoriales y su diversidad en temas, hace que, para las instituciones y las personas a beneficiar esta estrategia de sensibilización, se convierta en una oportunidad de aprendizaje para las personas. Es una oferta innovadora y de fácil entendimiento por su diseño.
- Las personas sensibilizadas manifestaron su deseo de continuar fortaleciendo sus habilidades digitales, a través de la oferta de la estrategia de formación virtual, lo cual permite concluir que se logra el objetivo de la sensibilización que corresponde a generar un proceso de

activación de aprendizaje inicial desde lo afectivo, logrando la motivación frente a un tema, luego se pone en juego la emoción con el desarrollo de los contenidos y lo que observan, leen y escuchan en el tutorial y finalmente, el cambio de actitudes que los llevan a decidir continuar con sus procesos de formación aprovechando las oportunidades que ofrecen las TIC en el mejoramiento de su calidad de vida.

- La estrategia de generar alianzas con entidades que tengan impacto a nivel nacional, permite que se logre un mayor resultado en número de personas sensibilizadas, especialmente cuando se trata de metas tan grandes como la que se tiene para la estrategia de sensibilización.
- Uno de los mejores aliados en el proceso de sensibilización, sin lugar a dudas, fueron las instituciones educativas del país, esto permitió generar un aporte significativo en términos de reducir la brecha digital de los estudiantes y acercarlos al adecuado uso de internet, así como la exploración y uso de la oferta del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.
- El contar con diversas estrategias para llegar a la población, teniendo en cuenta el número de personas a sensibilizar, surtió un gran efecto en el logro de las metas, además que permite llegar a poblaciones altamente vulnerables en el país.
- El esquema de incentivos para las instituciones, fue vital para lograr las metas establecidas y han tenido gran aceptación.
- El reconocimiento del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y Asesoría y Gestión, en los territorios, permitió que se abrieran posibilidades para generar los impactos.
- El reconocimiento de Asesoría y Gestión, por parte de aliados nacionales como Ministerio de Educación y Ministerio de Defensa, fue vital en el proceso para lograr la consecución de las metas.
- El esquema de incentivos para el equipo de trabajo, generó muy buenos resultados, porque se comprometieron con el proceso y con el logro de las personas a sensibilizar.

## 5. ASPECTOS POR MEJORAR

- La exclusión de las personas de otra nacionalidad, hace que se pierdan muchos impactos que el equipo de trabajo realiza, que no son tenidos en cuenta como meta, es importante revisar este aspecto debido a que Colombia es un país de alta recepción de personas inmigrantes que no son excluidas de las instituciones educativas, pese a que se pueden registrar en la plataforma es un esfuerzo que el formador y Asesoría y Gestión pierde.
- Con las estrategias de sensibilización masiva, se puede llegar a zonas rurales del país, es importante tener contemplado esta posibilidad desde el inicio del proceso.

- En ocasiones las instituciones hacen cancelaciones de las actividades programadas, esto asociado a la dura ola invernal que atraviesa el país y al cruce de las actividades que ya tienen programadas desde el inicio del año.
- Una de las mayores dificultades en el proceso es que la estrategia de sensibilización, se tiene estipulada a realizarse uno a uno, lo cual complejiza un poco el proceso, además por las dificultades que se encuentran en territorio en términos de acceso a internet, por ejemplo, en las instituciones educativas, como: no se cuenta con salas de informática que permitan que los estudiantes puedan realizar el proceso de sensibilización uno a uno, en muchos casos incluso los pocos computadores son compartidos entre 3 o 4 estudiantes y dichas salas no tienen internet.

## 6. LECCIONES APRENDIDAS

- Debido al alto número de meta establecida para la estrategia de sensibilización, es necesario desde el inicio del proceso contar con profesionales que solo se dediquen a esta meta.
- Contar con un equipo base más amplio, que permita hacer un seguimiento detallado en cada región.
- El planteamiento de las estrategias de sensibilización masivas, se deben prever desde el inicio del contrato.
- Cuando una gestión con alguna entidad tome más de dos semanas, como máximo en materializarse, es necesario dar por terminada la gestión y avanzar hacia otras, para no generar atrasos o reprocesos en la ejecución.
- No sólo las instituciones educativas estuvieron interesadas en participar, se trató de hacer contacto con Universidades en las que se lograron algunas para generar sensibilización, pero en otras se requiere mucho tiempo para formalizar alianzas, también se impactaron algunas entidades de salud, institutos tecnológicos. Como lección aprendida es importante considerar la inclusión de otras entidades desde el momento del alistamiento.

## 7. RECOMENDACIONES

- A nivel nacional, se evidenció que un alto número de personas no cuentan con correo electrónico y en las plataformas esta es la llave para el ingreso, sería importante revisar la posibilidad de cambiar esta condición.
- Hacer la solicitud en pliego de condiciones de un mayor número de profesionales.

## 8. ANEXOS

En el siguiente link en la carpeta informe 367.621 sensibilizados se encuentra la base general
https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1ywes072jQPhLDJ3s7jQeEm5zNN1jQiQM

Bases entregadas con sus correspondientes fuentes de verificación
https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1ywes072jQPhLDJ3s7jQeEm5zNN1jQiQM

Casos de Éxito
https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1Kg5R-wGOY8xvMJC5lG6DWL1EcrVw1oT5

# Factura Electrónica De Venta No

# ASEG No. 48

**Documento Oficial de Autorización de Numeración Facturación Electrónica No. 18764034547732 que habilita desde ASEG 36 hasta ASEG 500. Vence 2023-08-25**

ASESORÍA Y GESTIÓN CÍA S.A.S

**Nit** 860058737

**IVA Régimen Común No Somos Agentes de Retención de IVA**
**No Somos Grandes Contribuyentes**
**Actividad Económica ICA 70201 6900.00 X 1000**

| | | | |
|---|---|---|---|
| **CLIENTE** | FONDO DE TECNOLOGIAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES | | **POR CONCEPTO DE:** |
| **NIT** | 800131648 | | FACTURA DE VENTA |
| **DIRECCIÓN** | **CIUDAD** | **TELÉFONO** | |
| Cra. 8 # Entre Calles 12 y 13 | Bogota D.C. | 3443460 | |

| **FECHA FACTURA** | **VENDEDOR** | **FORMA DE PAGO** |
|---|---|---|
| 16/11/2022 | AUGUSTO HERNANDEZ GRACIA | |

| **Item** | **Descripción** | **Total** |
|---|---|---|
| 1 | Segundo pago del Contrato 753-2022 suscrito entre el Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y Asesoría y Gestión Cía. S.A.S., según lo previsto en su Cláusula Quinta – Forma de Pago e Imputación Presupuestal, previo cumplimiento de la totalidad de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución del contrato allí descritos.<br><br>#$23-06-00;753-2022;cpineres@mintic.gov.co#$ | 1.902.862.921 |

Total líneas o ítems: 1

| | |
|---|---|
| **SUBTOTAL** | **1.902.862.921** |
| **IVA** | **361.543.955** |
| **TOTAL** | **2.264.406.876** |

**Valor en Letras**

DOS MIL DOSCIENTOS SESENTA Y CUATRO MILLONES CUATROCIENTOS SEIS MIL OCHOCIENTOS SETENTA Y SEIS PESOS M/CTE

**Representación Gráfica de la Factura de Venta Electrónica**

Fecha y Hora de Generación: 16/11/2022 14:26:50

**CALLE 57 6 - 35 PISO 12 Teléfono 2351511 - 3114430271**
**Correo Electrónico asegest@asegest.com**
**Pagina Web: www.asegest.com**

CUFE: da67a554e43b1e561721e447477d3f365a7a237d11b971ccd4dd80334a9e9feea13b10c7de793eeed553f0651c250423--Expedición:16/11/2022 02:51 PM