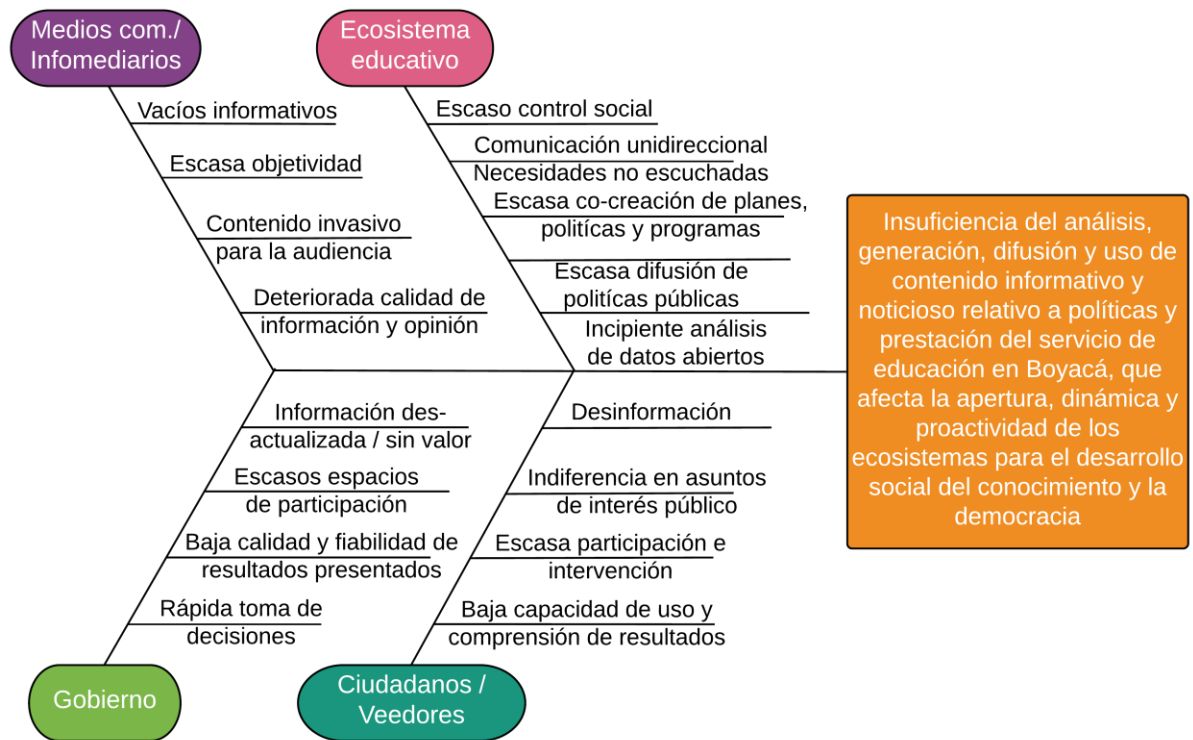


## ANEXOS

### Anexo A. Descripción del problema y presentación de la solución

A continuación se presenta el esquema en a figura A1 que resume las causas del problema definido en el proyecto: la Insuficiencia del análisis, generación, difusión y uso de contenido informativo y noticioso relativo a políticas públicas y prestación del servicio de educación en Boyacá, que afecta la apertura, dinámica y proactividad de los ecosistemas educativo y de gobierno abierto para el desarrollo social del conocimiento y la democracia. Lo que no permite informar sobre la calidad, cobertura, equidad y eficiencia de la educación, ni fomentar la democracia y las decisiones informadas.

Figura A1. Descripción del problema del flujo de valor del servicio (AS-IS)

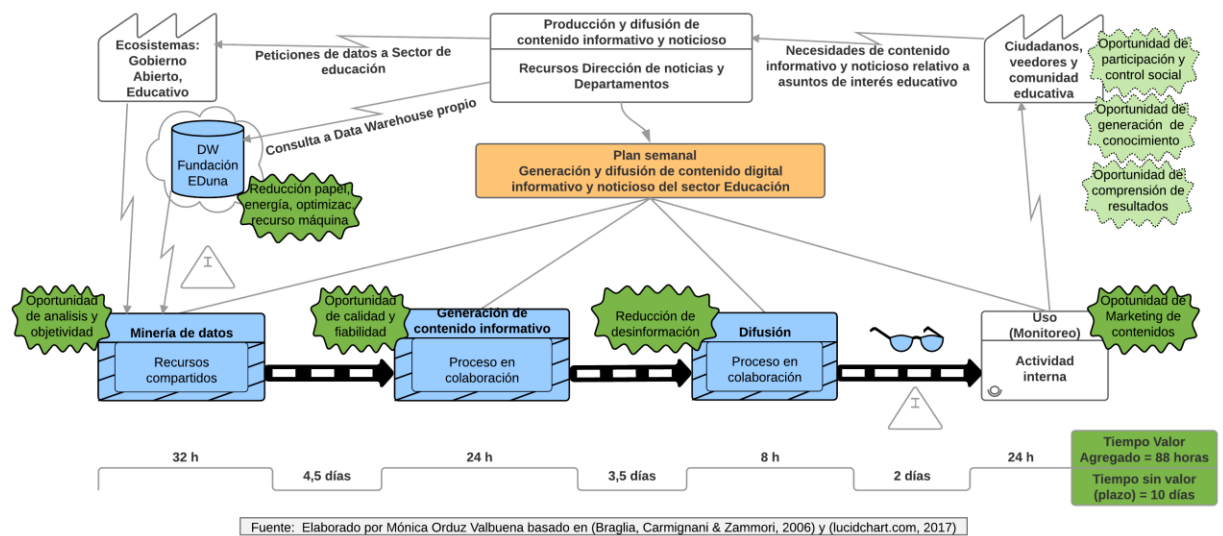


Fuente: Elaborado por Mónica Orduz Valbuena

Fuente: Elaboración propia

Se presenta en la figura A2 el mapa de flujo de valor del servicio que se ha considerado como la solución principal y corresponde al servicio de Generación y difusión de contenido digital informativo y noticioso del sector de Educación en Boyacá que se plantea desarrollar en un ciclo semanal alineado al ciclo de la economía naranja o industrias creativas, relativo a la: creación, producción, difusión, formación, comercialización, circulación e investigación.

Figura A2. Mapa de flujo de valor del servicio principal (TO-BE)



Fuente: Elaboración propia basada en (Braglia, Carmignani & Zammori, 2006) y (lucidchart.com, 2017)

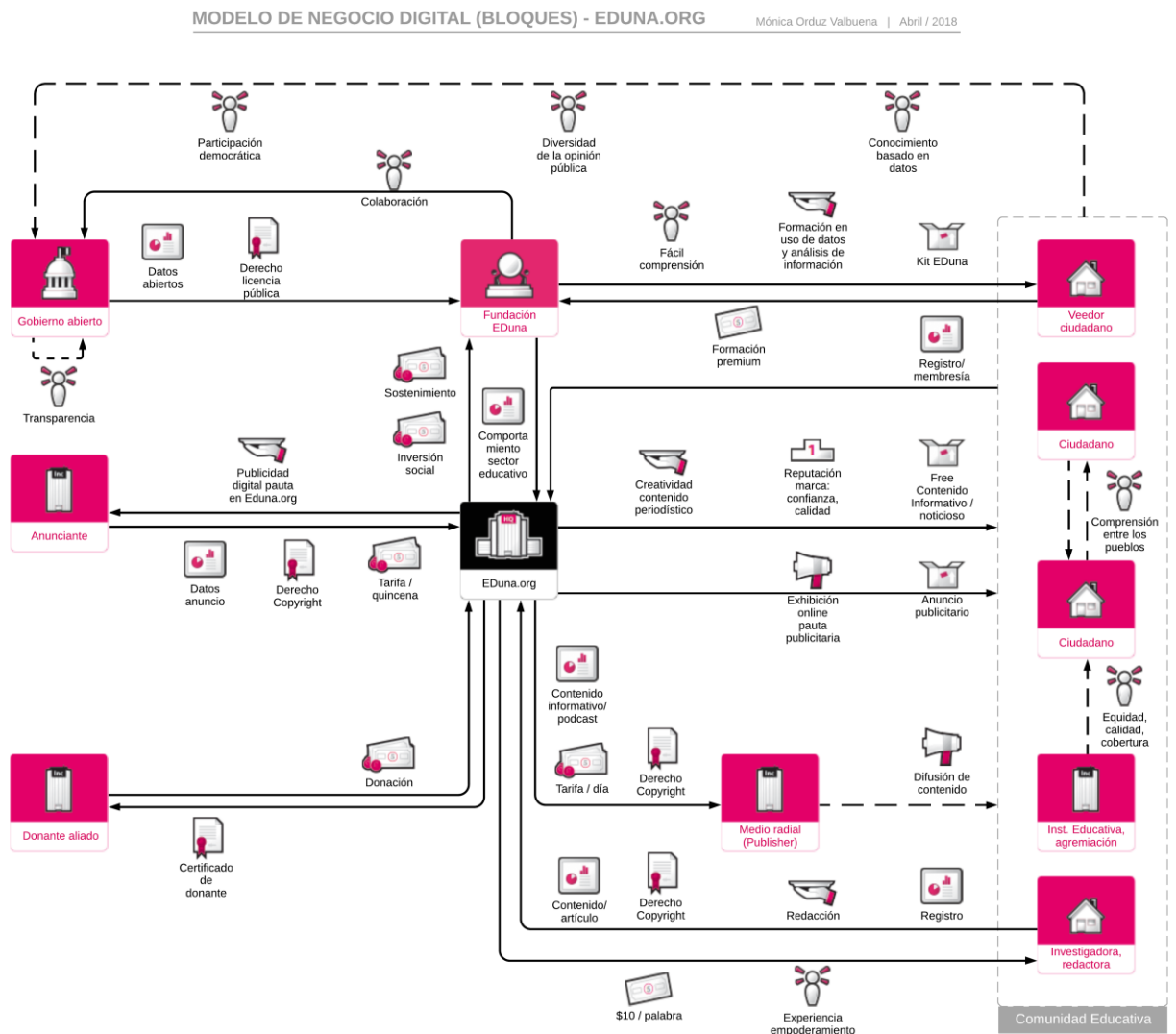
El mapa ilustra los resultados del análisis de flujo de valor, brindando una herramienta visual para facilitar la comprensión y comunicación de la solución principal que se plantea como estado futuro, conduciendo al mejor resultado posible, que solucione el problema descrito en el estado actual del flujo de valor de la prestación de servicio de educación.

Así mismo, se plantean otros dos servicios que hacen parte de las soluciones adicionales, estos son: Formación para la explotación de datos, y publicidad digital comercial. Estos tres servicios se incluyen en un modelo de negocios que permitirá su desarrollo.

Anexo B. Modelo de Negocio Digital -esquema en bloques-

Se presenta en la figura B1 el esquema que resume el modelo de negocio digital bajo un esquema de bloques fácil de interpretar:

Figura B1. Esquema de bloques del modelo de negocio



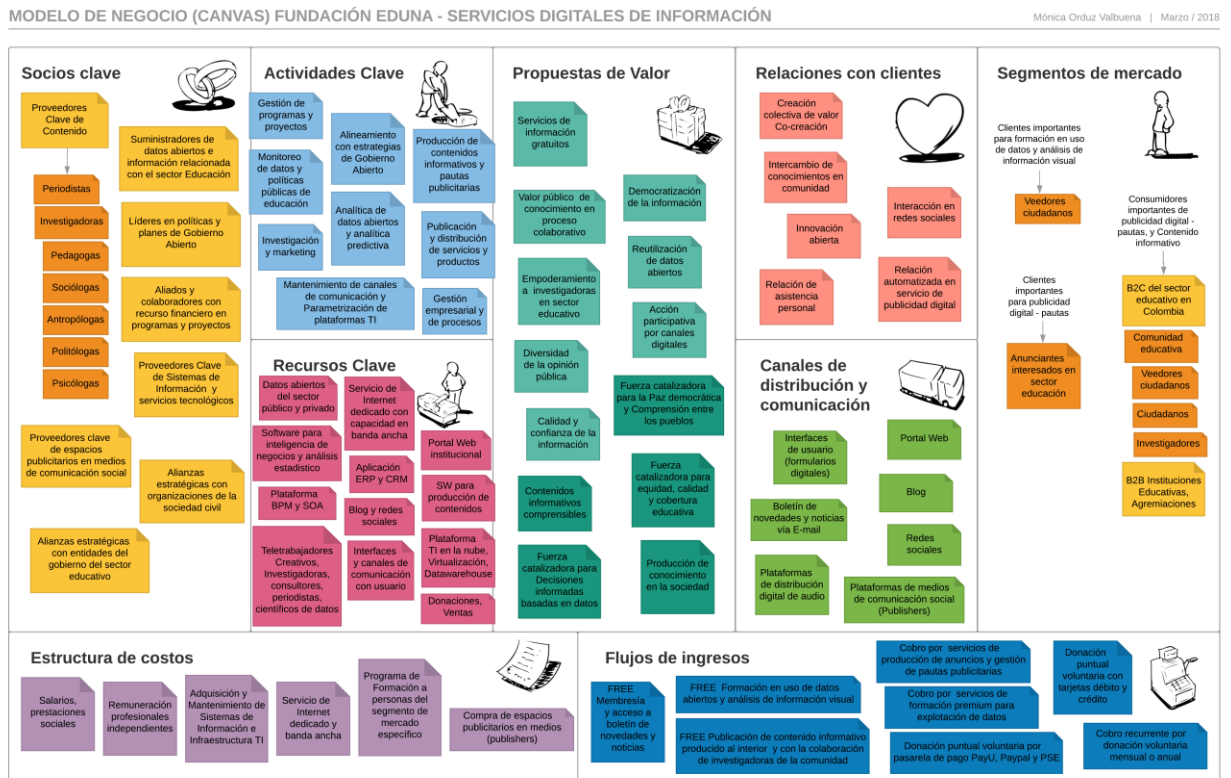
Fuente: Elaboración propia

El modelo permite observar de manera dinámica como la organización interactúa con todos los actores que intervienen en el modelo, el flujo de los servicios y productos ofertados; así como, los datos e informaciones que se intercambian, los flujos de dinero y la experiencia recibida por los actores. Los flujos representados en líneas discontinuas muestran la relación indirecta entre actores que el modelo incentiva donde se actúa como catalizador de experiencias.

### Anexo C. Modelo de Negocio -esquema Canvas-

Se presenta el esquema Canvas que resume el modelo de negocio (figura C1):

Figura C1. Esquema Canvas del Modelo de negocio



Fuente: Elaboración propia

El modelo de negocio se ha obtenido con la ayuda del lienzo Canvas donde se permite revisar de manera visual la estrategia que se ha definido para la organización EDuna, el cual se ha venido iterando o pivotando desde la concepción que se tenía inicialmente del negocio. La metodología para llegar al modelo plantea nueve módulos interrelacionados que explican la forma de generar ingresos y hacer rentable el negocio, estos son: Segmentos de mercado, propuesta de valor, canales de distribución y comunicación, relaciones con los clientes, fuentes de ingresos, recursos claves, actividades clave, socios / agentes clave, y estructura de costos.

### *Anexo D. Análisis de estructura del sector e impacto del negocio*

Se analiza la estructura general del sector de economía creativa para servicios de información y publicidad, en apoyo a la promoción y difusión de noticias del sector educativo; lo anterior, teniendo en cuenta que se consideran los dos sectores complementarios donde el negocio plantea un portafolio de servicios relacionados con el análisis y publicación de información como fases finales dentro del ciclo de vida de la información. Para el análisis se aplica el siguiente procedimiento:

Se establece un peso relativo equivalente a la importancia por elemento participante en el sector y luego se valora según la fuerza competitiva analizada. Para esa valoración se establece la puntuación del valor por niveles de acuerdo a la respuesta que tendría la propuesta de negocio en el mercado del sector o segmento objeto de análisis, al ser evaluada su fuerza competitiva en comparación con cada elemento. Para lo cual, se establece la siguiente escala de valores de fuerza competitiva que tendría el negocio:

nula=0, mínima=1, insuficiente=2, regular=3, buena=4.

En la tabla D1, se señalan nuevos entrantes para la propuesta de negocio y se evalúa su amenaza.



Tabla D1. Análisis de Amenazas de nuevos entrantes

Amenazas	Peso relativo	Valores	Ponderado
<b>Emprendedores de iniciativa Emprende con Datos</b>	0,5	2	1,0
<b>Emprendedores de Apps.co</b>	0,3	2	0,6
<b>Emprendedores de PTP y Apps.co</b>	0,2	2	0,6
<b>Subtotal</b>	1,0		<b>2,2</b>

Fuente: Elaboración propia basada en (Delgadillo, M., 2015)

Evaluada la fuerza competitiva de Análisis de la demanda de nuevos entrantes no es tan relevante para la elaboración de la estrategia competitiva teniendo en cuenta que a pesar de los descubrimientos y apoyos de negocios TIC relacionados que se encuentran en proceso, solo algunos de ellos cuentan con el apoyo financiero del estado. A medida que vaya creciendo el número de datos abiertos irá creciendo el número de entidades dedicadas al negocio infomediario y publicidad digital. Se puede construir defensas contra esta fuerza competitiva.

En la tabla D2, se señalan los proveedores para la propuesta de negocio y se evalúa su poder de negociación.

Tabla D2. Análisis de Poder de negociación de los Proveedores

Proveedores	Peso relativo	Valores	Ponderado
<b>MEN - Ministerio de Educación Nacional</b>	0,3	2	0,6
<b>Administraciones Públicas territoriales</b>	0,1	3	0,3
<b>Administraciones Públicas locales</b>	0,1	4	0,4
<b>Medios de comunicación social</b>	0,2	3	0,6
<b>DANE</b>	0,3	2	0,6
<b>Subtotal</b>	1,0		<b>2,5</b>

Fuente: Elaboración propia basada en (Delgadillo, M., 2015)

Evaluada la fuerza competitiva de poder de negociación de los proveedores, se encuentra que el grupo de los proveedores no depende fuertemente de la información del sector económico de educación; y aunque en algunos casos cuentan con un Data Warehouse poderoso, en otros no cuentan con este, ni con herramientas de analítica implementadas, tampoco con estrategias de gestión de datos que soporten las políticas y lineamientos de datos abiertos. Por ello, aquí se encuentra una posición en el sector que se puede aprovechar con la propuesta de negocio.

En la tabla D3 se señalan los compradores para la propuesta de negocio y se evalúa su poder de negociación.

Tabla D3. Análisis de Poder de negociación de los Compradores

Compradores	Peso relativo	Valores	Ponderado
Observatorios del sector Educación	0,08	3	0,24
Secretarías de Educación	0,1	3	0,3
Organismos internacionales	0,09	2	0,18
Centros de desarrollo tecnológico e innovación	0,06	2	0,12
Comunidad educativa	0,05	4	0,2
Veedores ciudadanos	0,05	4	0,2
Investigadores universitarios	0,1	3	0,3
ONG y otras organizaciones sociales	0,04	4	0,16
Centros educativos	0,1	4	0,4
Desarrolladores de Aplicaciones web y móviles	0,9	3	0,27
Pedagogos, Sociólogos, antropólogos, politólogos y psicólogos	0,9	3	0,27
Periodistas	0,06	4	0,24
Analistas de mercado	0,09	3	0,27
<b>Subtotal</b>	<b>1,0</b>		<b>3,15</b>

Fuente: Elaboración propia basada en (Delgadillo, M., 2015)

Con lo anterior, se determina que no hay un gran poder de negociación de los compradores para el segmento de mercado al cual se quiere enfocar la propuesta,

debido a su desarrollo tecnológico, su cultura, donde su arquitectura empresarial no tienen madurez para contar con las herramientas y recursos para generar servicios de información de analítica de datos; sin embargo, son fuertes negociando las Secretarías de Educación y los investigadores universitarios debido a que exigen mejor calidad y servicio; para la creación y mantenimiento de servicios de publicidad y de analítica de información algunos participantes del sector no cuentan con la capacidad necesaria; además, algunos segmentos de compradores generan altas utilidades y son menos sensibles a los precios. Por ello, aquí se encuentra un posible posicionamiento en el sector que se puede aprovechar con la propuesta de negocio.

En la tabla D4, se señalan los sustitutos para la propuesta de negocio y se evalúa su amenaza.

Tabla D4. Análisis de Amenaza de Productos o servicios sustitutos

Amenazas	Peso relativo	Valores	Ponderado
Información generada mediante inteligencia artificial	0,6	2	1,2
Aprendizaje automático	0,4	3	1,2
<b>Subtotal</b>	<b>1,0</b>		<b>2,4</b>

Fuente: Elaboración propia basada en (Delgadillo, M., 2015)

Evaluada la fuerza competitiva de productos o servicios sustitutos, se encuentra que esta es medianamente relevante para la estrategia del negocio ya que a partir de ellos pueden desarrollarse procesos automatizados de gestión de información y analítica de datos; sin embargo, es muy poca la cobertura del mercado que pueden lograr con estos productos sustitutos debido a las inmaduras arquitecturas empresariales de los competidores para soportarlos.

En la tabla D5, se señalan los competidores para la propuesta de negocio y se evalúa su rivalidad.

Tabla D5. Análisis de Rivalidad entre los competidores existentes

Rivales competidores	Peso relativo	Valores	Ponderado
Asociaciones Estado Empresa	0,08	3	0,24
Organizaciones sociales ONG	0,07	4	0,28
Asociaciones Estado - sociedad civil	0,17	2	0,34
Empresas Infomediarias o agencias de noticias	0,3	3	0,9
Centros de desarrollo tecnológico y centros de innovación y productividad	0,1	2	0,2
Entidades de educación superior	0,13	2	0,26
Observatorios del sector Educación	0,15	3	0,45
<b>Subtotal</b>	<b>1,0</b>		<b>2,67</b>

Fuente: Elaboración propia basada en (Delgadillo, M., 2015)

Evaluada la fuerza se determina que no hay un fuerte poder de rivalidad entre los competidores existentes ya que los negocios recientemente se han dedicado a la reutilización de datos abiertos para producir valor agregado. No obstante, hay una alta competitividad en el sector de publicidad y marketing digital, pero no especializado en el entorno educativo, y no orientado a la prestación de un buen servicio en el sector solidario. De otro lado, algunas asociaciones, centros de desarrollo tecnológico y centros de innovación y productividad apoyados con recursos del Estado, pueden llegar a ser fuertes rivales.

En la última fuerza analizada se requiere una estrategia con una inversión suficiente para contrarrestar la amenaza de nuevos entrantes.

### *Anexo E. Diseño de la encuesta para estudio piloto*

Se ha diseñado una estructura para las preguntas como se detalla a continuación:

- Características del encuestado
  - Género
  - Edad
  - Región – Departamento
  - Tipo de población civil a la cual pertenece
  - Nivel de escolaridad
  - Tipo de actor del sector educativo al cual se identifica más
- Participación y acceso a la información pública
  - ¿Cuáles serían los medios o canales de su preferencia para acceder a información pública?
  - ¿Se considera un ciudadano digital (tiene competencias digitales para utilizarlas de forma productiva interactuando a través de servicios de Internet)?
  - ¿Su participación en los diversos asuntos de políticas públicas es activa? Evalúe de 1 a 5 su participación
  - ¿Su participación en los asuntos de políticas públicas del sector educativo es activa? Evalúe de 1 a 5 su participación
  - ¿Alguna vez se ha interesado y se ha informado de manera profunda en algunos de los siguientes temas sobre asuntos de educación? Seleccione en cuales

- Servicios y contenido informativo
  - ¿De la siguiente información del sector educativo, a nivel territorial, cuál considera que es prioritaria y sobre la cual se debe publicar más noticias?
  - ¿Cuál de los siguientes espacios o contenidos considera sería importante para la comunidad educativa y la sociedad civil, donde podrían informarse sobre los acontecimientos y avances del sector?
  - Para el caso personal, ¿Cuáles serían los espacios o contenidos, con los cuales le gustaría informarse sobre los acontecimientos y avances del sector?
- Canales digitales para acceso a la información
  - ¿Cuál de los siguientes medios o canales digitales considera que es más transparente y en el cual preferiría acceder a información pública?
  - ¿Ese canal digital de su preferencia lo ha usado en el último año para conocer información relativa al sector educativo, cuantas veces?
  - ¿Con respecto a la pregunta anterior, considera que es suficiente y de buena calidad la información que encuentra en el canal digital y que la puede aprovechar para ser analizada de acuerdo a sus requerimientos?
- Calidad y comprensibilidad de la información
  - Según su criterio, determine la calidad de la información que encuentra en el medio o canal digital de su preferencia. Evalúe de 1 a 5 la calidad
  - ¿Es comprensible la información que encuentra en dicho medio o canal digital de su preferencia y es fácil de analizar? Evalúe de 1 a 5 la comprensibilidad
- Habilidades de interpretación y análisis de información
  - ¿Cuáles de los siguientes grupos considera que aprovecharían una capacitación para mejorar habilidades de interpretación, análisis de información, intercambio y generación de conocimiento?
  - ¿Considera necesario recibir una capacitación que le permita mejorar sus habilidades de interpretación y análisis de información?

- ¿Cuál creería que sería el entorno más adecuado y pertinente en donde se pudiera desarrollar eventualmente una capacitación de este tipo para la sociedad en su región?

El formato para la encuesta, de acuerdo al diseño y estructura que ya se indicó se ha elaborado con ayuda de la herramienta *Google Forms* y se puede observar en la figura E1:

Figura E1. Diseño del formato de la Encuesta en Google Forms

Agradecemos su interés en participar en esta encuesta.

**\*Obligatorio**

La siguiente encuesta tiene por objeto realizar un estudio de mercado para identificar las necesidades de información e intereses de la sociedad civil en el acceso y comprensión de información pública relativa a la gestión de la educación, avance de estrategias, cumplimiento de objetivos y planes de desarrollo educativo en Colombia, y en la democracia participativa para la toma de decisiones en asuntos de políticas públicas.

Contextualización sobre Políticas Públicas: Son planes para alcanzar objetivos de interés público, son soluciones específicas para manejar los asuntos políticos que hacen parte fundamental del quehacer del gobierno, esto se refiere al diseño, gestión, y evaluación de políticas públicas. El Gobierno puede ser concebido como un instrumento para la realización de políticas públicas, donde el foco debe estar en sus resultados, utilizando instrumentos como: inversión, programas, regulación, proyectos estratégicos. El estado tiene la tarea de articularse con la Sociedad Civil para la implementación de políticas públicas focalizadas (1).

**Dirección de correo electrónico – Email**

Tu respuesta

---

## Características del encuestado

Género: \*

- Hombre
- Mujer
- Otro

Edad: \*

Elige ▼

Región - Departamento: \*

Elige ▼

Tipo de Población civil a la cual pertenece: \*

- Urbana
- Rural
- En proceso de reintegración a la vida civil

Nivel de escolaridad \*

- Educación Primaria (grados 1, 2, 3, 4, 5)
- Educación Secundaria (grados 6, 7, 8, 9)
- Educación Media (grados 10, 11)
- Educación Superior (programa universitario)



Tipo de actor del sector educativo con el cual se identifica más:

\*

- Estudiante
- Profesor
- Familiar de estudiante
- Investigador
- Funcionario Administrativo

## Participación y acceso a la información pública

1. ¿Cuáles serían los medios o canales de su preferencia para acceder a información pública? \*

- Digital - portal o sitio web del Gobierno
- Digital - aplicación móvil del Gobierno
- Digital - sitio web de la Sociedad Civil
- Digital - sitio web de medio de comunicación
- Medio de comunicación - audiovisual
- Medio de comunicación - impreso físico

2. ¿Se considera un ciudadano digital (tiene competencias digitales para utilizarlas de forma productiva interactuando a través de servicios de Internet)? \*

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

3. ¿Su participación en los diversos asuntos de políticas públicas es activa? Evalúe de 1 a 5 su participación: \*

	1	2	3	4	5	
Totalmente inactiva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente activa

4. ¿Su participación en los asuntos de políticas públicas del sector educativo es activa? Evalúe de 1 a 5 su participación: \*

	1	2	3	4	5	
Totalmente inactiva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente activa

5. ¿Alguna vez se ha interesado y se ha informado de manera profunda en algunos de los siguientes temas sobre asuntos de educación? Seleccione en cuales: \*

- Eficiencia de programas y planes del sector
- Gestión de cobertura y calidad del servicio
- Desempeño de las políticas públicas
- Actualización de Normatividad
- Ninguno de estos asuntos

## Servicios y contenido informativo

6. ¿De la siguiente información del sector educativo, a nivel territorial, cuál considera que es prioritaria y sobre la cual se debe publicar más noticias? \*

- Desempeño de la políticas públicas
- Cumplimiento de objetivos estratégicos
- Avance de planes y programas
- Avance de procesos educativos

7. ¿Cuál de los siguientes espacios o contenidos considera sería importante para la comunidad educativa y la sociedad civil, donde podrían informarse sobre los acontecimientos y avances del sector? \*

Elige



8. Para el caso personal, ¿Cuáles serían los espacios o contenidos, con los cuales le gustaría informarse sobre los acontecimientos y avances del sector? \*

- Noticia
- Blog
- Boletín informativo
- Podcast (audio grabado de emisión radial)
- Artículo
- Infografía (combinación de gráficos, imágenes e información)

### Canales digitales para acceso a la información

9. ¿Cuál de los siguientes medios o canales digitales considera que es más transparente y en el cual preferiría acceder a información pública? \*

- Digital - portal o sitio web del Gobierno
- Digital - aplicación móvil del Gobierno
- Digital - sitio web de la Sociedad Civil
- Digital - sitio web de medio de comunicación

10. ¿Ese canal digital de su preferencia lo ha usado en el último año para conocer información relativa al sector educativo, cuantas veces? \*

Elige ▼

11. ¿Con respecto a la pregunta anterior, considera que es suficiente y de buena calidad la información que encuentra en el canal digital y que la puede aprovechar para ser analizada de acuerdo a sus requerimientos? \*

- SI
- NO
- No lo he usado

### Calidad y comprensibilidad de la información

12. Según su criterio, determine la calidad de la información que encuentra en el medio o canal digital de su preferencia. Evalúe de 1 a 5 la calidad:

	1	2	3	4	5	
Muy baja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy Alta

13. ¿Es comprensible la información que encuentra en dicho medio o canal digital de su preferencia y es fácil de analizar? Evalúe de 1 a 5 la comprensibilidad:

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

### Habilidades de interpretación y análisis de la información

14. ¿Cuáles de los siguientes grupos considera que aprovecharían una capacitación para mejorar habilidades de interpretación, análisis de información, intercambio y generación de conocimiento? \*

- Comunidad Educativa
- Sociedad Civil
- Secretarías de Educación
- Analistas de mercado
- Desarrolladores de proyectos

15. ¿Considera necesario recibir una capacitación que le permita mejorar sus habilidades de interpretación y análisis de información? \*

- Sí
- No
- Tal vez

16. ¿Cuál creería que sería el entorno más adecuado y pertinente en donde se pudiera desarrollar eventualmente una capacitación de este tipo para la sociedad en su región? \*

- Virtual (por Internet)
- Presencial en centro urbano
- Presencial en instalaciones de los organizadores

## Comentarios

Tu respuesta

---

### Nota:

(1) La contextualización sobre políticas públicas fue tomada de <https://www.cepal.org>  
(2) El tratamiento de datos personales al interior de EDUNA se hace en cumplimiento a las normas nacionales de protección de datos personales (ley 1581 de 2012 y decreto 1377 de 2013). Se recolecta información, únicamente con el propósito de realizar un estudio de mercado para el plan de negocio de la organización EDUNA que se encuentra en proceso de emprendimiento; en razón a lo anterior, al diligenciar datos como género, dirección de correo electrónico, entre otros, se entiende que el titular da el consentimiento expreso e informado para que se pueda realizar la obtención y el tratamiento con el propósito señalado y para efectos estadísticos. La información no será utilizada para fines comerciales de terceros, ni se hará divulgación de los datos de carácter personal.

ENVIAR

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google. Informar sobre abusos - Condiciones del servicio - Otros términos

Google Formularios

## Anexo F. Resultados de aplicación de la encuesta

Una vez se aplicó la encuesta que permite medir el comportamiento del consumidor, se ha obtenido treinta y tres respuestas. A continuación, en las figuras F1 a F20 se pueden observar las representaciones gráficas que ha arrojado la herramienta *Google Forms* en donde se detalla de manera proporcional las respuestas dadas a cada una de las preguntas formuladas.

- Características del encuestado:

Figura F1. Característica del encuestado: Género

### Género:

33 responses

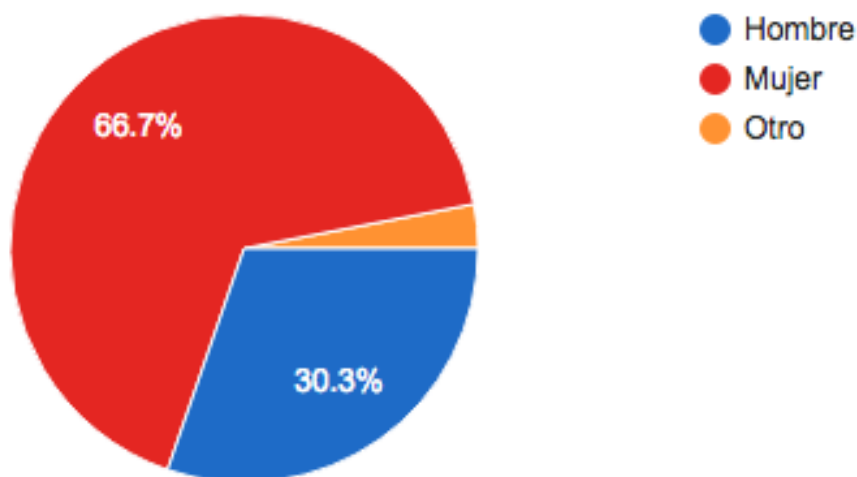


Figura F2. Característica del encuestado: Edad

### Edad:

33 responses

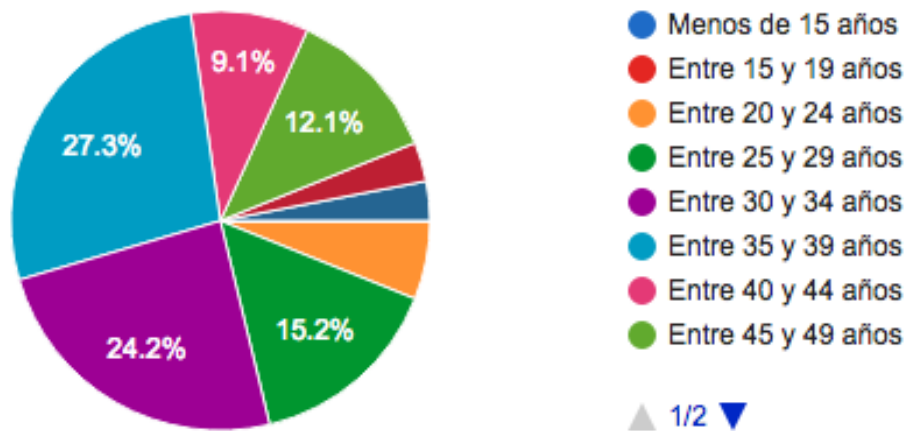


Figura F3. Característica del encuestado: Región

### Región - Departamento:

33 responses

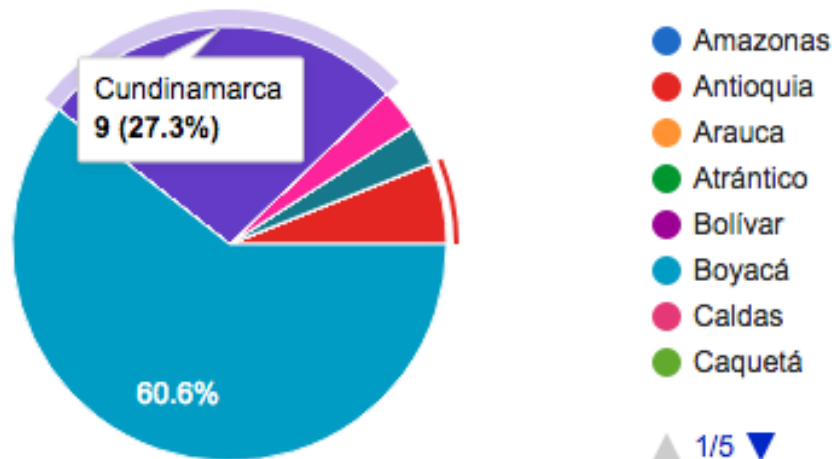
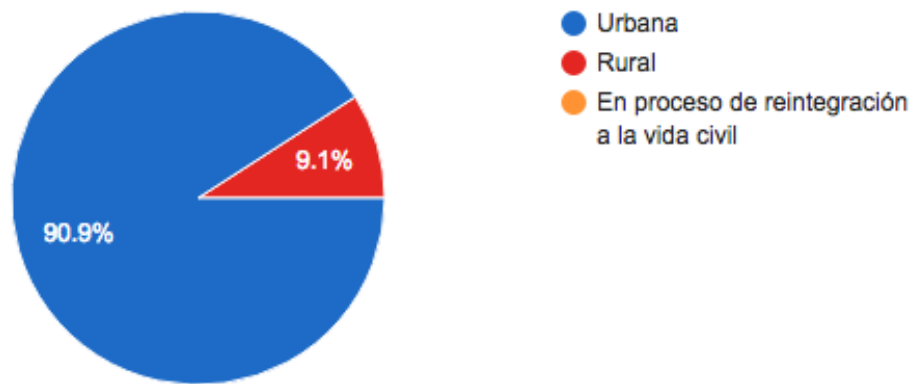




Figura F4. Característica del encuestado: Tipo de población

### Tipo de Población civil a la cual pertenece:

33 respuestas



- Participación y acceso a la información pública:

Figura F5. Resultado pregunta 1 sobre participación y acceso

### 1. ¿Cuáles serían los medios o canales de su preferencia para acceder a información pública?

33 respuestas

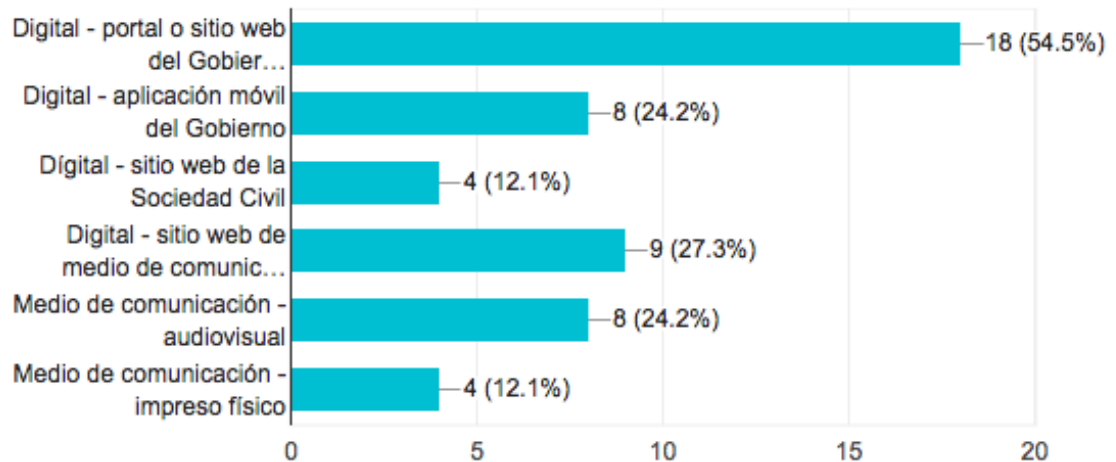


Figura F6. Resultado pregunta 2 sobre participación y acceso

## 2. ¿Se considera un ciudadano digital (tiene competencias digitales para utilizarlas de forma productiva interactuando a través de servicios de Internet)?

33 respuestas

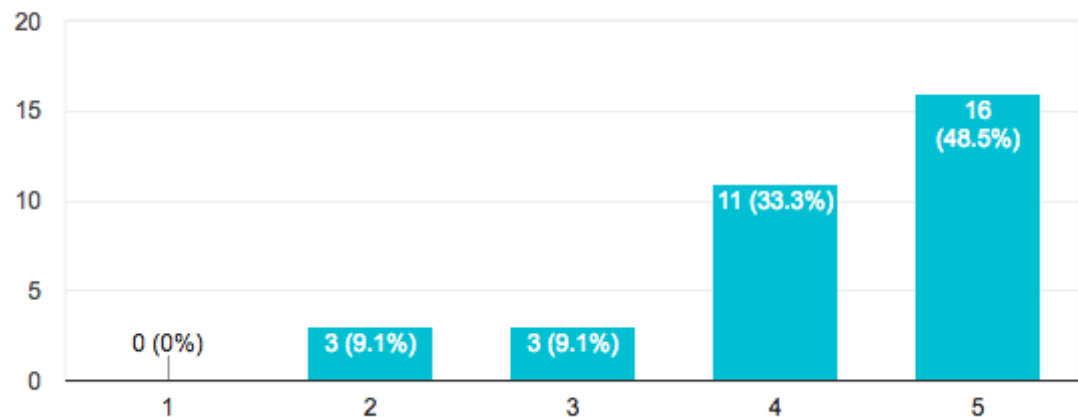


Figura F7. Resultado pregunta 3 sobre participación y acceso

## 3. ¿Su participación en los diversos asuntos de políticas públicas es activa? Evalúe de 1 a 5 su participación:

33 respuestas

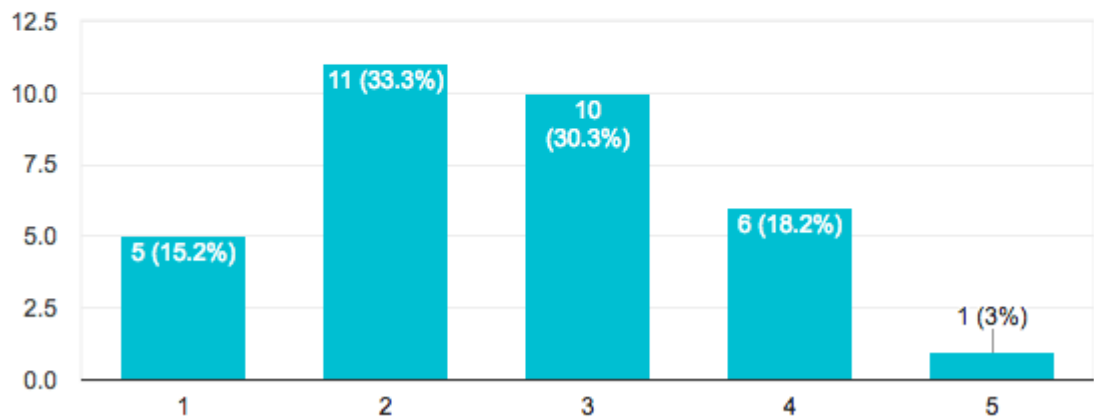


Figura F8. Resultado pregunta 4 sobre participación y acceso

**4. ¿Su participación en los asuntos de políticas públicas del sector educativo es activa? Evalúe de 1 a 5 su participación:**

33 responses

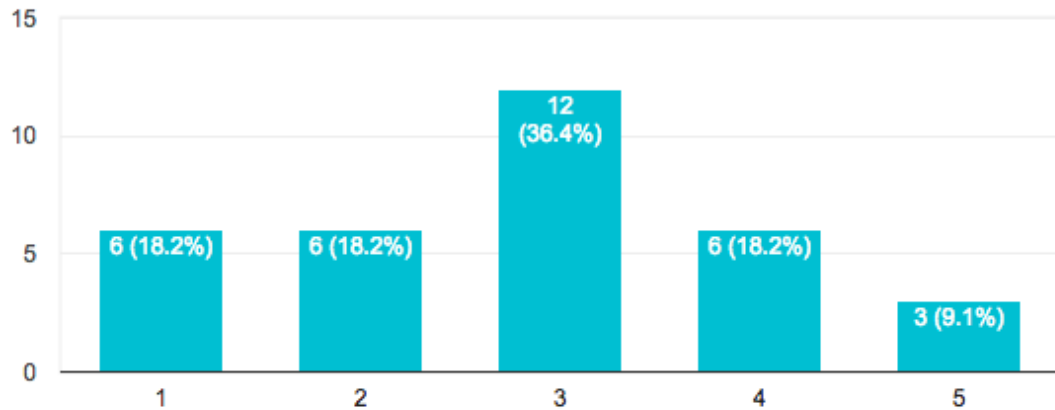
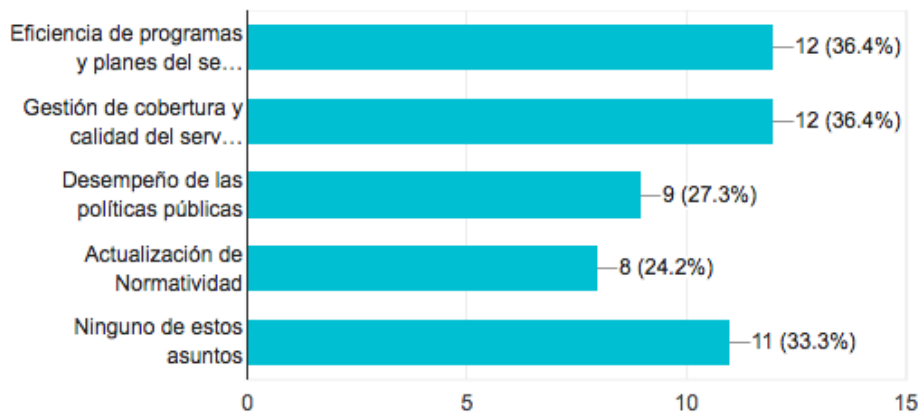


Figura F9. Resultado pregunta 4 sobre participación y acceso

**5. ¿Alguna vez se ha interesado y se ha informado de manera profunda en algunos de los siguientes temas sobre asuntos de educación? Seleccione en cuales:**



33 responses



- Servicios y contenido informativo:

Figura F10. Resultado pregunta 6 sobre servicios y contenido

## 6. ¿De la siguiente información del sector educativo, a nivel territorial, cuál considera que es prioritaria y sobre la cual se debe publicar más noticias?



33 responses

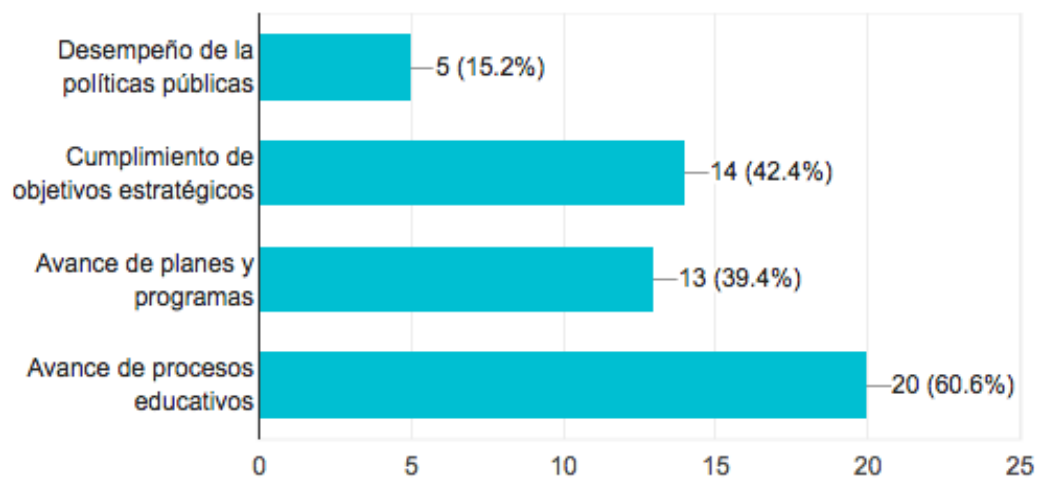


Figura F11. Resultado pregunta 7 sobre servicios y contenido

**7. ¿Cuál de los siguientes espacios o contenidos considera sería importante para la comunidad educativa y la sociedad civil, donde podrían informarse sobre los acontecimientos y avances del sector?**

33 responses

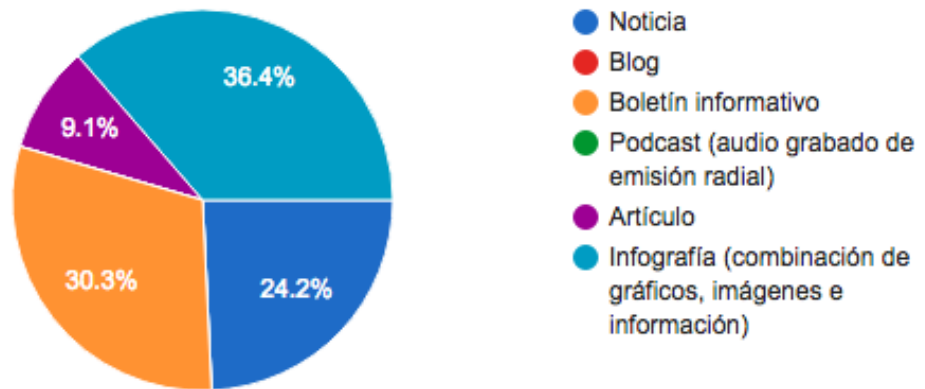
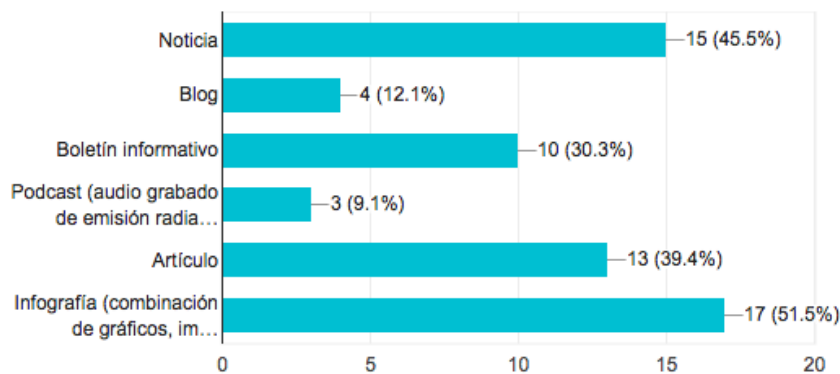


Figura F12. Resultado pregunta 8 sobre servicios y contenido

**8. Para el caso personal, ¿Cuáles serían los espacios o contenidos, con los cuales le gustaría informarse sobre los acontecimientos y avances del sector?**

33 responses



- Canales digitales para acceso a la información:

Figura F13. Resultado pregunta 9 sobre canales digitales

### 9. ¿Cuál de los siguientes medios o canales digitales considera que es más transparente y en el cual preferiría acceder a información pública?

33 respuestas

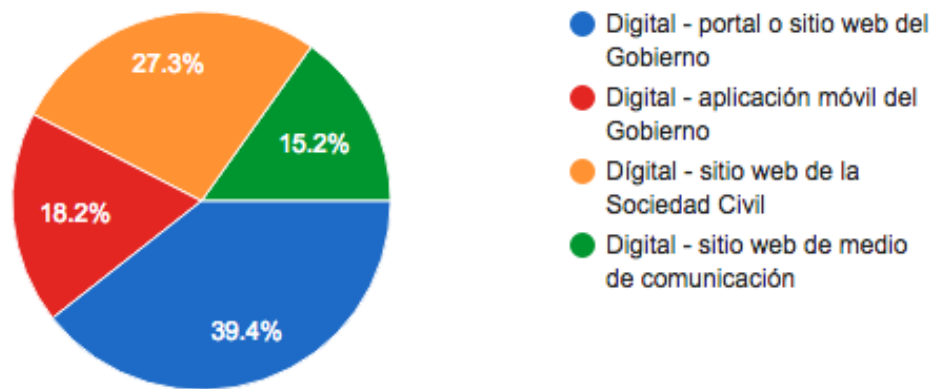


Figura F14. Resultado pregunta 10 sobre canales digitales

### 10. ¿Ese canal digital de su preferencia lo ha usado en el último año para conocer información relativa al sector educativo, cuantas veces?

33 respuestas

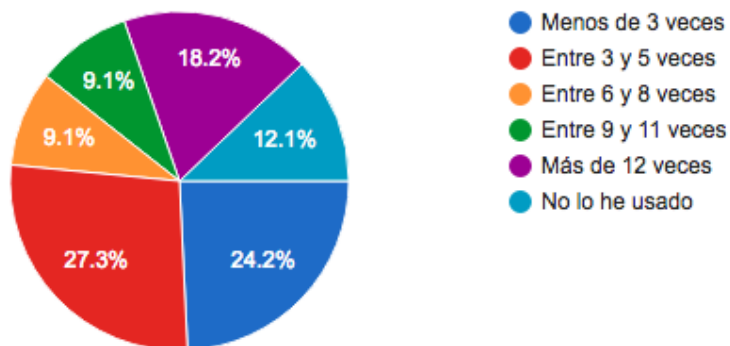
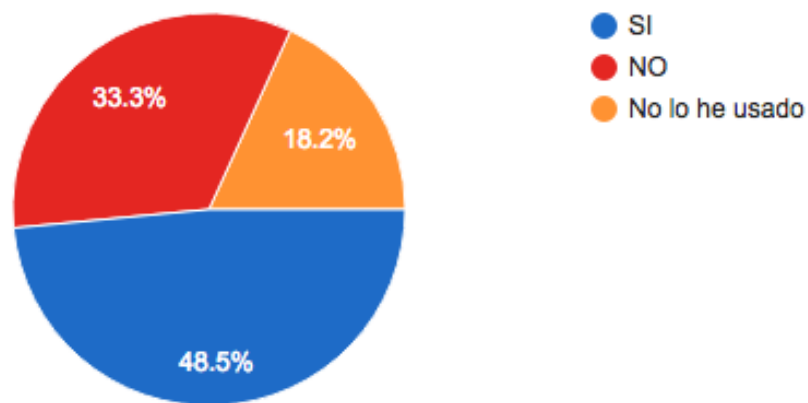


Figura F15. Resultado pregunta 11 sobre canales digitales

**11. ¿Con respecto a la pregunta anterior, considera que es suficiente y de buena calidad la información que encuentra en el canal digital y que la puede aprovechar para ser analizada de acuerdo a sus requerimientos?**

33 responses



- Calidad y comprensibilidad de la información:

Figura F16. Resultado pregunta 12 sobre canales digitales

**12. Según su criterio, determine la calidad de la información que encuentra en el medio o canal digital de su preferencia. Evalúe de 1 a 5 la calidad:**

33 responses

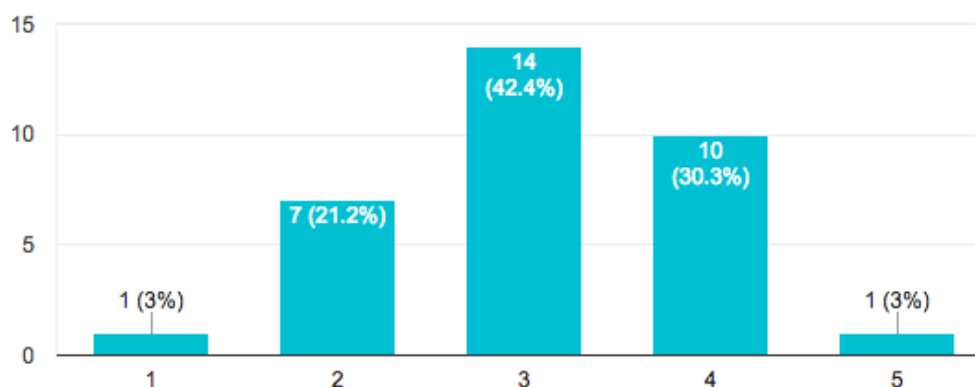
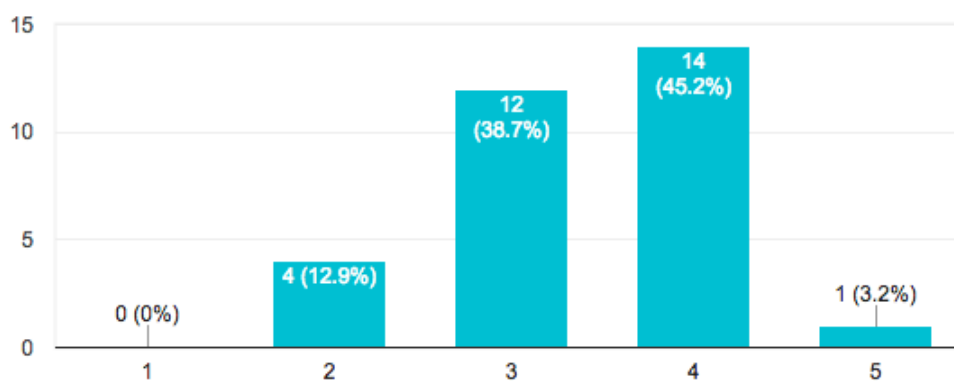


Figura F17. Resultado pregunta 13 sobre canales digitales

**13. ¿Es comprensible la información que encuentra en dicho medio o canal digital de su preferencia y es fácil de analizar? Evalúe de 1 a 5 la comprensibilidad:**

31 responses





- Habilidades de interpretación y análisis de la información:

Figura F18. Resultado pregunta 14 sobre habilidades y capacitación

#### 14. ¿Cuáles de los siguientes grupos considera que aprovecharían una capacitación para mejorar habilidades de interpretación, análisis de información, intercambio y generación de conocimiento?

33 respuestas

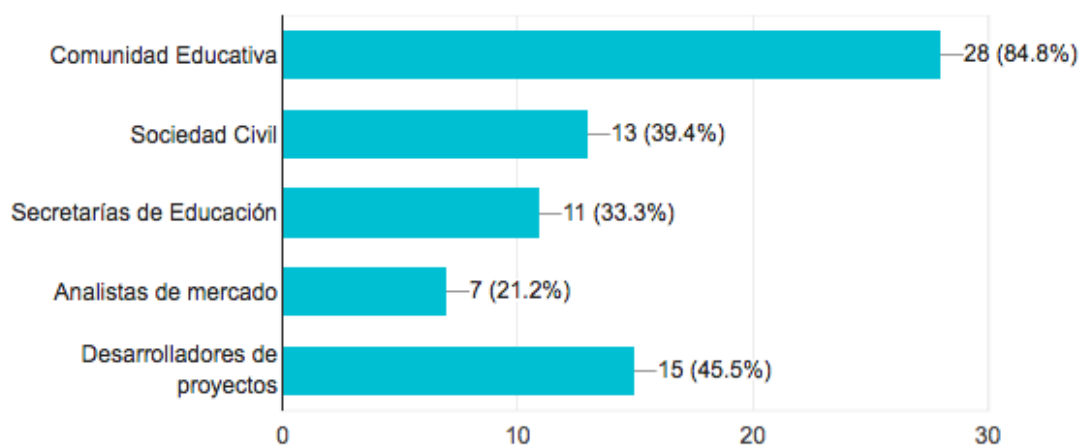


Figura F19. Resultado pregunta 15 sobre habilidades y capacitación

**15. ¿Considera necesario recibir una capacitación que le permita mejorar sus habilidades de interpretación y análisis de información?**

33 responses

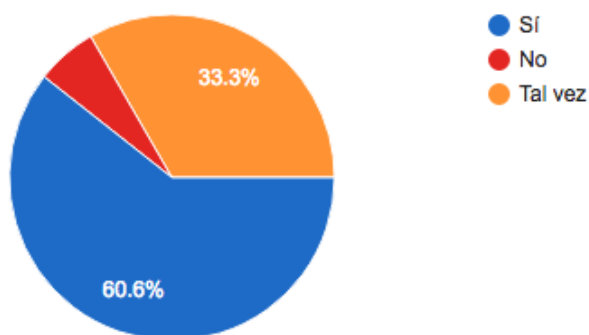
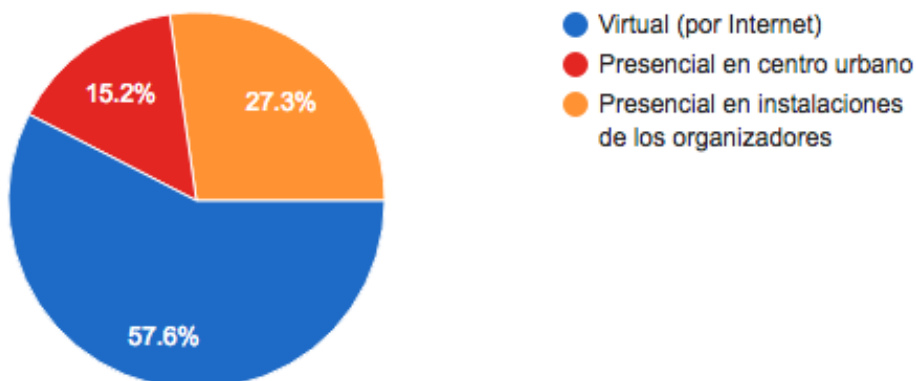


Figura F20. Resultado pregunta 16 sobre habilidades y capacitación

**16. ¿Cuál creería que sería el entorno más adecuado y pertinente en donde se pudiera desarrollar eventualmente una capacitación de este tipo para la sociedad en su región?**

33 responses



Fuente: Elaboración propia con herramientas de Google Forms

## Anexo G. Procesos misionales detallados

Ampliando las actividades para los procesos misionales, teniendo en cuenta su carácter central y prioritario, a continuación se detalla cada uno de ellos:

- Producción periódica de contenido informativo

Este proceso se establece para el cumplimiento del uso de fuentes de datos fiables, de visualización de datos previamente trabajadas, de normativas y políticas internas sobre propiedad intelectual, y protección de datos de carácter personal, para la producción de noticias, infografías, artículos y reportajes basados en datos, entre otros contenidos en un enfoque de *Marketing* de contenidos (figura G1).

Figura G1. Flujo del proceso misional 1



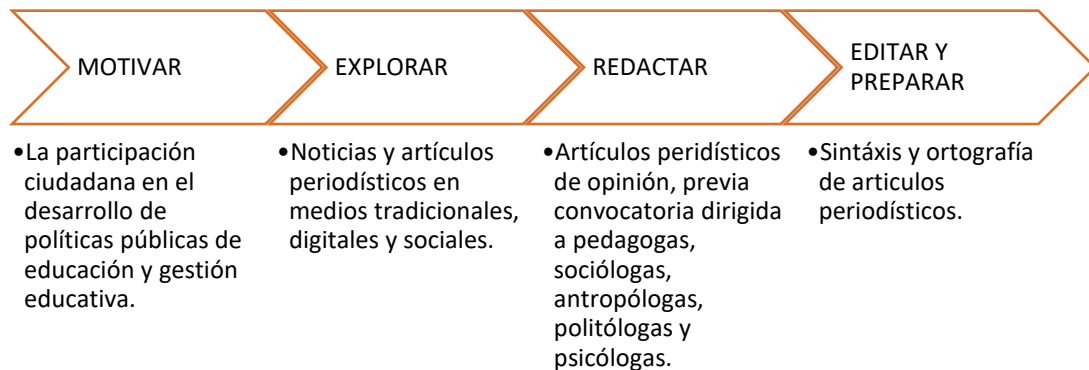
Fuente: Elaboración propia

- Producción abierta de artículos de opinión

Este proceso se establece para producción de artículos de opinión en convocatorias abiertas, respetando la opinión de participantes especialistas en temas de educación. Lo anterior, en cumplimiento del uso de fuentes de datos fiables, y de

normativas y políticas internas sobre propiedad intelectual, protección de datos de carácter personal (figura G2).

Figura G2. Flujo del proceso misional 2



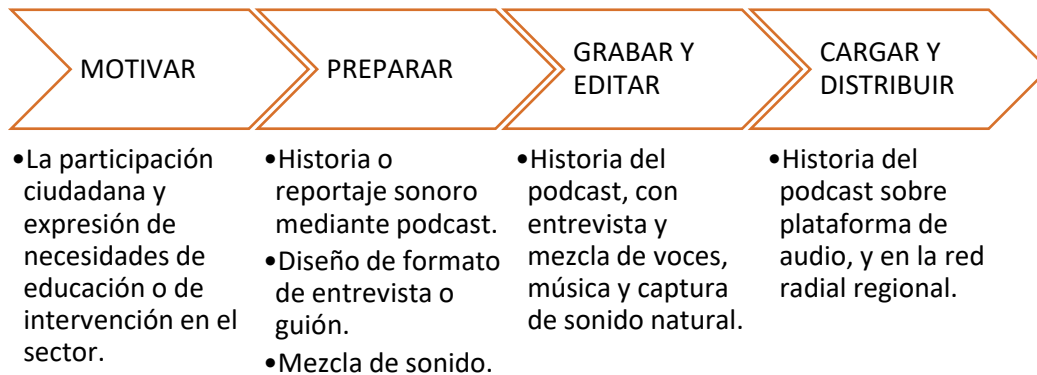
Fuente: Elaboración propia

La producción periódica de artículos de opinión permitirá motivar la participación ciudadana en el desarrollo de políticas públicas e educación, en la gestión de programas sociales, y la gestión educativa, donde se facilite la intermediación que permita expresar demandas y necesidades del sector.

- Producción periódica de podcasts

Este proceso se establece para producción de contenido sonoro o *podcasts*, entrevistando actores de diversos grupos poblaciones de la región quienes podrán expresar necesidades de educación, entre otros aspectos. Lo anterior, en cumplimiento del uso de fuentes de datos fiables, y de normativas y políticas internas sobre propiedad intelectual, protección de datos de carácter personal (figura G3).

Figura G3. Flujo del proceso misional 3



Fuente: Elaboración propia

- Diseño y producción de piezas creativas

Este proceso se establece en cumplimiento del uso de fuentes de datos fiables, y de normativas y políticas internas sobre propiedad intelectual, protección de datos de carácter de personal, para diseño y producción de piezas creativas, tanto las que serán integradas al contenido informativo y noticioso que se ofrecerá con objeto social, como las que se producirán para el servicio de publicidad digital (figura G4).

Figura G4. Flujo del proceso misional 4

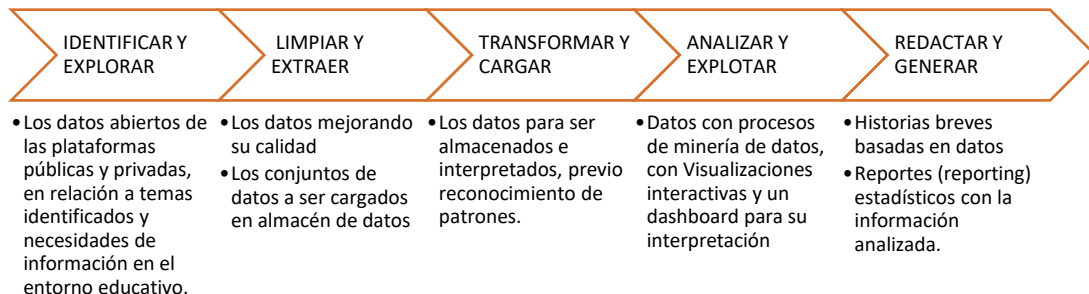


Fuente: Elaboración propia

- Analítica e inteligencia

Este proceso se establece para el análisis y explotación de datos y conjuntos de datos que puedan servir en la obtención de información, a través de inteligencia de negocio, donde se genere contenido para integrar a los contenidos informativos y noticiosos, y resulte útil para la toma de decisiones por parte de los interesados en la comunidad educativa (figura G5).

Figura G5. Flujo del proceso misional 5



Fuente: Elaboración propia

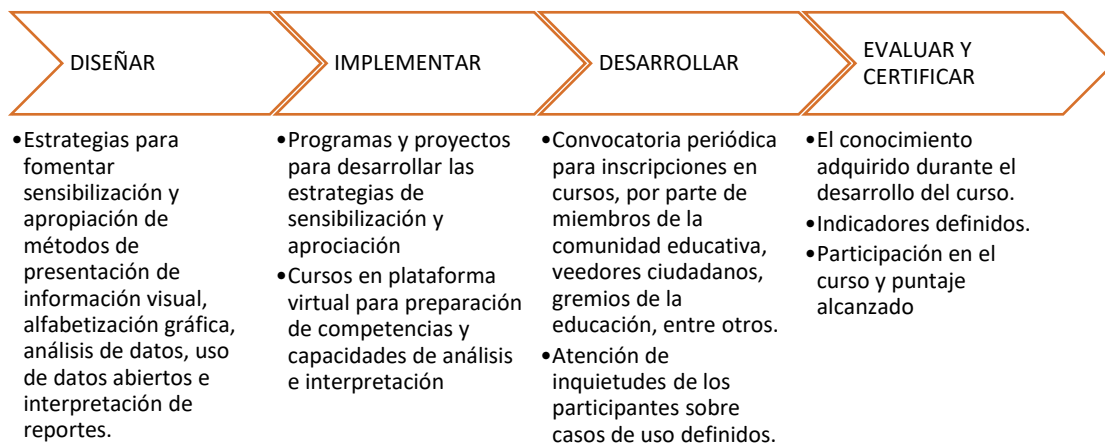
Adicionalmente, en la analítica que se desarrollará, tendrán incidencia los siguientes aspectos:

- Minería de datos descriptiva en temas de estrategia y operación del sector económico estratégico de educación
  - ✓ Analítica de datos para diagnosticar el desempeño y el impacto de las iniciativas (programas / estrategias), planes y políticas sociales relacionados con la transformación educativa de la población rural y urbana, y la población en proceso de reintegración
  - ✓ Analítica de datos para diagnosticar el desempeño y el impacto de los proyectos educativos para población rural y urbana, y la población en proceso de reintegración

- ✓ Desarrollo de elementos visuales interactivos para el análisis de información como: visualizaciones, geovisualizaciones o mapas con datos espaciales, tableros de control (*dashboard*)
- ✓ Elaboración de reportes (*reporting*) estadísticos gráficos sobre actualidad educativa para la toma de decisiones
- Minería de datos predictiva en temas de estrategia y operación del sector de educación
  - ✓ Analítica predictiva, aplicada en ciencias del comportamiento, sobre medición de indicadores de calidad de la educación
  - ✓ Analítica predictiva aplicada para determinar la cobertura de la educación conforme a la oferta y la demanda educativa
- Sensibilización y apropiación

Este proceso se establece con el propósito de desarrollar el servicio de formación solidaria y premium para la explotación de datos, que conlleva diseño de cursos con ejercicios de capacitación a personas de la comunidad educativa, veedores ciudadanos, entre otros, interesados en conocer métodos de presentación de información visual, análisis de datos, explotación de datos abiertos e interpretación de gráficos y reportes, en referencia al fortalecimiento de competencias para la generación de conocimiento y toma de decisiones informadas (figura G6).

Figura G6. Flujo del proceso misional 6



Fuente: Elaboración propia

### Anexo H. Plan de compras detallado

Con el propósito de adquirir bienes y servicios necesarios, que garanticen una adecuada prestación de la oferta de servicios de la organización, se ha establecido el siguiente plan de compras (tabla H1).

Tabla H1. Plan de compras detallado 2019

Descripción del bien o servicio	Valor total
<b>GASTOS DE FUNCIONAMIENTO</b>	<b>235.801.000</b>
<b>GASTOS DE PERSONAL</b>	<b>235.801.000</b>
SERVICIOS PERSONALES INDIRECTOS	<b>235.801.000</b>
Honorarios	198.800.000
Remuneración servicios técnicos	22.939.000
Otros gastos de servicios personales	14.062.000
Cuentas por pagar	0
<b>GASTOS GENERALES</b>	<b>53.444.000</b>
<b>ADQUISICIÓN DE BIENES</b>	<b>10.400.000</b>
COMPRA DE EQUIPO	<b>8.900.000</b>
Equipo para brigada de emergencia	450.000
Muebles y enseres y equipos para oficina	8.250.000
Otras compras de equipo no relacionadas	0
Caja menor	200.000
Cuentas por pagar	0
<b>MATERIALES Y SUMINISTROS</b>	<b>1.500.000</b>
Papelería y útiles de oficina	600.000
Combustible para vehículos	0
Repuestos para vehículos	0
Repuestos para equipos varios de oficina	300.000
Elementos eléctricos	300.000
Medicamentos para botiquín	100.000
Otros materiales y suministros	0
Caja menor	200.000
Cuentas por pagar	0
<b>ADQUISICIÓN DE SERVICIOS</b>	<b>43.044.000</b>



Descripción del bien o servicio	Valor total
<b>MANTENIMIENTO</b>	<b>6.400.000</b>
Mantenimiento de infraestructura física	4.000.000
Mantenimiento de equipos de oficina, muebles y enseres	0
Servicio de vigilancia de instalaciones	0
Servicio de aseo y cafetería	2.200.000
Otros servicios de mantenimiento	0
Mantenimiento de vehículos	0
Caja menor	200.000
Cuentas por pagar	0
<b>SERVICIOS PÚBLICOS</b>	<b>4.544.000</b>
Servicio de acueducto y alcantarillado	600.000
Servicio de recolección de basuras	300.000
Servicio de energía eléctrica	400.000
Servicio de gas natural	200.000
Servicio de telefonía celular	500.000
Servicio de telefonía fija	2.544.000
<b>ARRENDAMIENTOS</b>	<b>12.000.000</b>
Servicio de arrendamiento	12.000.000
Cuentas por pagar	0
<b>VIÁTICOS Y PASAJES</b>	<b>3.600.000</b>
<b>SUSCRIPCIONES Y PUBLICACIONES</b>	<b>4.600.000</b>
Afiliación a asociaciones	3.500.000
Suscripción a revistas y periódicos	500.000
Adquisición de libros	400.000
Otros servicios de impresos y publicaciones	0
Caja menor	200.000
Cuentas por pagar	0
<b>SEGUROS</b>	<b>1.200.000</b>
<b>PROGRAMA DE BIENESTAR SOCIAL</b>	<b>800.000</b>
<b>PROGRAMA DE EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN</b>	<b>3.000.000</b>
<b>GASTOS DE PUBLICIDAD</b>	<b>6.900.000</b>
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>172.244.000</b>
<b>GASTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>172.244.000</b>
Remuneración mano de obra (profesionales independientes)	134.162.000
Servicios tecnológicos (en la nube)	38.082.000
Cuentas por pagar	0
<b>GASTOS DE INVERSIÓN</b>	<b>20.600.000</b>
<b>ADQUISICIÓN DE SERVICIOS PARA LA VENTA</b>	<b>8.200.000</b>
Servicios de comunicación y publicidad (espacios	8.000.000

Descripción del bien o servicio	Valor total
publicitarios en medios masivos)	
Otros servicios para la venta	0
Caja menor	200.000
Cuentas por pagar	0
<b>PROYECTOS DE INVERSIÓN</b>	<b>12.400.000</b>
PROGRAMA DE DESARROLLO DE FORMACIÓN ANALÍTICA VISUAL Y EXPLOTACIÓN DE DATOS	0
ADQUISICIÓN DE TECNOLOGÍA DE INFORMACIÓN	<b>12.400.000</b>
CUENTAS POR PAGAR	0
<b>TOTAL PLAN DE COMPRAS</b>	<b>482.089.000</b>

Fuente: Elaboración propia

### Anexo I. Detalle de funciones y perfiles

La definición de funciones y perfiles se ha realizado a nivel de equipos de trabajo que a su vez están representados de acuerdo a las operaciones de la organización. A continuación, en la tabla I1, se detallan los equipos de trabajo y sus funciones:

Tabla I1. Equipos de trabajo y funciones

Equipo de trabajo por proceso	Funciones de equipo de trabajo
<b>*Comité de la Estrategia de servicios de información</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Planificar y preparar los servicios de información y programa maestro que ofrecerá la organización</li> <li>. Entender las necesidades de información de la audiencia</li> <li>. Diseñar estrategias de comunicación de las políticas públicas en educación, de la gestión de programas sociales y la gestión educativa</li> <li>. Explorar opciones de proyectos para desarrollar los servicios de información y seleccionar los proyectos prioritarios</li> <li>. Planificar la colaboración en Gobierno abierto y decidir métodos y herramientas a utilizar para ejercicios de colaboración y de opinión</li> <li>. Planificar la estrategia de comunicación para despliegue y difusión de servicios de información, y campañas publicitarias</li> <li>. Planificar las estrategias de talento humano, sistemas de información y servicios tecnológicos</li> <li>. Planificar las estrategias administrativas y financieras que dan apoyo al desarrollo de los proyectos prioritarios para los programas definidos</li> <li>. Establecer alianzas estratégicas con proveedores de información, medios de comunicación digitales y radiales, y con organismos e instituciones enfocados a la educación</li> <li>. Planear y priorizar los eventos que debe atender y/o desarrollar la organización</li> <li>. Hacer seguimiento a los avances de acciones en cada uno de los planes</li> <li>. Gestionar la contratación de procesos de auditoría interna y hacer seguimiento a los planes para la mejora.</li> </ul>

Equipo de trabajo por proceso	Funciones de equipo de trabajo
<p><b>*Producción periódica de contenido informativo</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Colaborar en la planeación del programa maestro e implementación de estrategias de comunicación de las políticas públicas en educación, de la gestión de programas sociales y la gestión educativa</li> <li>. Orientar la operación de producción de la noticia y otro contenido informativo</li> <li>. Hacer rastreo, en los medios tradicionales, digitales y sociales, de las noticias, artículos e historias más importantes, recopilarlas y organizarlas por temas</li> <li>. Buscar historias en el archivo documental propio para vincular a las noticias</li> <li>. Redactar una noticia hipertextual sobre alguna necesidad de información, tema o mensaje preparado, utilizando fuentes de datos fiables para armar la historia</li> <li>. Redactar una historia de forma creativa utilizando narrativa transmedia trabajando uno de los siguientes formatos: artículo basado en datos, reportaje basado en datos, y para infografía realizar creaciones en conjunto con equipo humano creativo</li> <li>. Utilizar una visualización de datos que se haya trabajado al interior y descubrir conocimiento que pueda servir para la redacción de la historia</li> <li>. Integrar piezas creativas y/o visualizaciones elaboradas por los equipos de trabajo encargados</li> <li>. Editar el contenido informativo revisando la redacción de los textos, que el mensaje transmitido sea el proyectado, y prepararlo para la publicación</li> <li>. Aplicar la normatividad y políticas internas sobre propiedad intelectual, protección de datos de carácter personal, almacenamiento de datos y publicación de contenidos, entre otras.</li> </ul>
<p><b>*Producción abierta de artículos de opinión</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Motivar la participación ciudadana en el desarrollo de políticas públicas de educación, en la gestión de programas sociales, y la gestión educativa donde se facilite la intermediación que permita expresar demandas y necesidades del sector.</li> <li>. Desarrollar convocatoria dirigida a pedagogas, sociólogas, antropólogas, politólogas, psicólogas, para el ejercicio de redacción de un artículo periodístico de opinión</li> <li>. Explorar noticias y artículos periodísticos en los medios tradicionales, digitales y sociales</li> <li>. Redactar un artículo periodístico sobre tema identificado utilizando las fuentes de datos necesarias y fiables para armar una historia que exprese demandas y necesidades del sector educativo.</li> <li>. Editar sintaxis y ortografía del artículo periodístico redactado y prepararlo para su publicación</li> <li>. Aplicar la normatividad y políticas internas sobre propiedad intelectual, protección de datos de carácter personal, almacenamiento de datos y publicación de contenidos, entre otras.</li> </ul>

Equipo de trabajo por proceso	Funciones de equipo de trabajo
<p><b>*Producción periódica de podcast</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Motivar la participación ciudadana en el desarrollo de políticas públicas de educación, en la gestión de programas sociales, y la gestión educativa donde se facilite la intermediación que permita expresar demandas y necesidades de educación o de intervención en el sector.</li> <li>. Preparar una historia o reportaje sonoro mediante podcast, el diseño del instrumento de entrevista o guion y de la mezcla de sonido</li> <li>. Grabar la historia del podcast entrevistando a los actores objeto de reportaje, y capturando sonido natural</li> <li>. Editar el reportaje aplicando mezcla de voces, música, y sonido natural, revisando que el mensaje transmitido esté enfocado a los propósitos sociales</li> <li>. Cargar la historia del podcast sobre plataforma de audio con cuenta oficial y distribuir en la red radial regional</li> <li>. Aplicar la normatividad y políticas internas sobre propiedad intelectual, protección de datos de carácter personal, almacenamiento de datos y publicación de contenidos, entre otras.</li> </ul>
<p><b>*Diseño y producción de piezas creativas</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Participar en el diseño e implementación de la estrategia creativa</li> <li>. Entender las necesidades de publicidad del cliente, analizar los datos del anuncio, la temática y el mensaje de marca o evento del ámbito educativo que se requiere</li> <li>. Diseñar las piezas gráfica con ideas inspiradoras, breve contenido a incluir y de acuerdo al tamaño y forma definidos en el catálogo, previa elección del cliente</li> <li>. Crear las piezas publicitarias requeridas con el apoyo de recursos gráficos pertinentes que generen impacto visual y grabarlas en formato definido para la pauta publicitaria</li> <li>. Diseñar y crear las composiciones gráficas, infografías o ilustraciones requeridas en el proceso de sensibilización y apropiación</li> <li>. Medir el éxito de los diseños realizados</li> <li>. Aplicar la normatividad y políticas internas sobre propiedad intelectual, protección de datos de carácter personal, almacenamiento de datos y publicación de contenidos, entre otras.</li> </ul>

Equipo de trabajo por proceso	Funciones de equipo de trabajo
<p><b>*Analítica e inteligencia</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Explorar las plataformas de datos abiertos públicas y privadas e identificar los conjuntos de datos de utilidad a explotar, en referencia a los temas identificados y las necesidades de información del entorno educativo</li> <li>. Verificar la calidad de los datos y hacer limpieza de los mismos para mejorar su calidad</li> <li>. Coordinar con el equipo de trabajo encargado del almacén de datos de la organización y Big Data, para definir y generar los subconjuntos de datos fuente que serán cargados en el almacén de datos</li> <li>. Extraer los datos de los conjuntos de datos seleccionados y prepararlos para la minería de datos</li> <li>. Manejar herramientas de Inteligencia de negocios para realizar minería de datos.</li> <li>. Realizar minería de datos descriptiva y predictiva generando modelo de datos necesario para explotación y análisis, generando información que pueda ser interpretada</li> <li>. Crear visualizaciones interactivas y un dashboard para su interpretación y análisis que permita a las partes interesadas mejorar la productividad y la toma de decisiones</li> <li>. Redactar breves historias basadas en datos</li> <li>. Generar reportes (reporting) estadísticos con la información analizada</li> <li>. Aplicar la normatividad y políticas internas sobre propiedad intelectual, protección de datos de carácter personal, almacenamiento de datos y publicación de contenidos, entre otras.</li> </ul>

Equipo de trabajo por proceso	Funciones de equipo de trabajo
<p><b>*Gestión de la Estrategia de comunicación</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Participar en la definición e implementación de la estrategia de comunicación para despliegue y difusión de servicios de información</li> <li>. Participar en la identificación de necesidades de información de la comunidad en temas de interés educativo</li> <li>. Manejar las comunicaciones con los medios, organizaciones e instituciones con las que se tenga alianza</li> <li>. Desarrollar campañas mediáticas para ofrecer un mensaje de desarrollo sostenible encaminado a una educación de calidad y reducción de desigualdades</li> <li>. Mantener actualizadas, preservadas y seguras las listas de suscriptores y seguidores en los diferentes canales de comunicación</li> <li>. Publicar el contenido informativo que se haya generado, en el portal Web institucional y blog oficial</li> <li>. Presentar la historias que se hayan generado a miembros de la comunidad educativa, veedores ciudadanos, Investigadores universitarios y a miembros de agremiaciones en educación, evitando la publicación masiva y desenfocada en relación a los segmentos de clientes definidos</li> <li>. Difundir los mensajes, e historias en twitter y en otras redes sociales usando cuentas oficiales.</li> <li>. Supervisar y rebatir incongruencia y viralidad de las respuestas en reacción al contenido digital que ha sido publicado en redes sociales, en el portal Web institucional y blog oficial</li> <li>. Supervisar y rebatir las noticias falsas y negativas que generen otros medios en contra de la organización</li> <li>. Generar boletines informativos (newsletter) recopilando noticias y reportes (reporting) generados por el equipo encargado, y hacer el envío de los boletines por sistema dispuesto para email marketing</li> <li>. Publicar el contenido de pauta publicitaria en el portal Web institucional</li> <li>. Elaborar e implementar planes de mejora en respuesta a las auditorías internas</li> <li>. Aplicar la normatividad y políticas internas sobre propiedad intelectual, protección de datos de carácter personal, almacenamiento de datos y publicación de contenidos, entre otras.</li> </ul>

Equipo de trabajo por proceso	Funciones de equipo de trabajo
<b>*Sensibilización y apropiación de analítica visual</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Diseñar e implementar una estrategia para fomentar la sensibilización y apropiación de métodos de presentación de información visual, alfabetización gráfica, análisis de datos, uso de datos abiertos, e interpretación de reportes.</li> <li>. Diseñar y mantener un curso en plataforma virtual para la preparación en competencias y capacidades de explotación de datos abiertos, interpretación de reportes, analítica visual y uso de modelos de decisión, utilizando material desarrollado por el equipo encargado.</li> <li>. Realizar convocatoria periódica para inscripción al curso por parte de miembros de la comunidad educativa, veedores ciudadanos, periodistas, Investigadoras universitarias, pedagogas, sociólogas, antropólogas, politólogas y psicólogas, y agremiaciones en educación.</li> <li>. Desarrollar el curso y atender las inquietudes de los participantes sobre casos de uso definidos</li> <li>. Evaluar el conocimiento al inicio y al final del curso y hacer medición de indicadores definidos</li> <li>. Expedir certificados a los participantes del curso</li> <li>. Aplicar la normatividad y políticas internas sobre propiedad intelectual, protección de datos de carácter personal, almacenamiento de datos y publicación de contenidos, entre otras.</li> </ul>
<b>*Gestión de la Arquitectura de información</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Participar en la planificación e implementación de estrategias de sistemas de información, arquitectura de información y servicios tecnológicos en un modelo de arquitectura empresarial</li> <li>. Diseñar y administrar el flujo de información de la organización con propósito de mejorar la productividad y la toma de decisiones</li> <li>. Administrar la Infraestructura en la nube pública para el Data Warehouse</li> <li>. Administrar la Infraestructura en la nube pública para Servidor virtual de aplicaciones</li> <li>. Instalar y administrar los sistemas de información requeridos por los procesos de la organización</li> <li>. Configurar instancias y servicios web en la nube pública para el procesamiento según capacidad requerida</li> <li>. Mantener la integración de los datos y Big Data al servicio de los sistemas de información que requieren los procesos de la organización</li> <li>. Diseñar, implementar y mantener un almacén de datos (Data Warehouse) con las dimensiones y conjuntos de datos requeridos para que la organización pueda manejar la información de cada proceso</li> <li>. Cargar al almacén de datos los subconjuntos de datos fuente generados por los otros equipos de trabajo y por los sistemas de información.</li> </ul>



Equipo de trabajo por proceso	Funciones de equipo de trabajo
*Gestión de recursos	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Participar en la planificación e implementación de estrategias de talento humano</li> <li>. Realizar operaciones de contratación de recursos</li> <li>. Gestionar las compras de acuerdo al plan de compras anual</li> <li>. Gestionar los pagos a servicios de funcionamiento administrativo y tecnológico</li> <li>. Verificar en plataforma de control administrativo de contratistas independientes el cumplimiento que se ha reportado de hitos o entregables desarrollados para cada proyecto</li> <li>. Gestionar el abono y liberación de pago a contratistas y a empleados bajo nómina</li> <li>. Llevar a cabo el proceso periódico de nómina en la herramienta tecnológica dispuesta</li> <li>. Llevar de manera periódica las operaciones contables y financieras de la organización en la herramienta tecnológica dispuesta</li> <li>. Elaborar e implementar planes de mejora en respuesta a las auditorías internas.</li> </ul>
*Revisoría fiscal	Funciones del revisor fiscal establecidas en el artículo 207 del Código de Comercio.

Fuente: Elaboración propia

En la tabla I2 se describen los equipos de trabajo y sus perfiles, detallando profesión, estudios y experiencia necesarios:

Tabla I2. Equipos de trabajo y perfiles

Equipo de trabajo	Perfiles
*Comité técnico de la Estrategia de servicios de información	Director(a) General, Director(a) de noticias, Director(a) de programas y proyectos, Asistente de Dirección General Director(a) General: Ingeniero (a) de sistemas o Comunicador (a) social y Periodista con estudios de postgrado en gerencia de proyectos, política social, o ciencias computacionales, dos años de experiencia en coordinación de proyectos periodísticos, en dirección de programas sociales, gestión de políticas o proyectos sociales del ámbito educativo.
*Gestión de programas y proyectos	Director(a) de programas y proyectos Ingeniero (a) de sistemas o Comunicador (a) social y Periodista con estudios de postgrado en gerencia de proyectos o política social, un año de experiencia en coordinación de proyectos periodísticos, en dirección de programas sociales, gestión de políticas o proyectos sociales, preferiblemente certificado en PMP.

Equipo de trabajo	Perfiles
<b>*Producción abierta de artículos de opinión</b>	<p>Redactora, Editor(a)</p> <p>Redactora: Pedagoga, socióloga, antropóloga, politóloga o psicóloga, con estudios de postgrado en desarrollo educativo y social, política social, o gestión y desarrollo social, un año de experiencia en seguimiento y análisis de políticas públicas, y en redacción de textos.</p> <p>Editor (a): Comunicador (a) social y Periodista con estudios de postgrado en periodismo digital, un año de experiencia en seguimiento y análisis de políticas públicas, y en edición de contenido periodístico.</p>
<b>*Producción periódica de podcast</b>	<p>Reportero(a), Editor(a)</p> <p>Reportero(a): Comunicador (a) social y Periodista con estudios en periodismo digital, un año de experiencia en narrativa sonora, producción y realización de radio.</p> <p>Editor (a): Comunicador (a) social y Periodista con estudios de postgrado en periodismo digital, un año de experiencia en seguimiento y análisis de políticas públicas, y en edición de contenido periodístico.</p>
<b>*Diseño y producción de piezas creativas</b>	<p>Diseñador(a) gráfico(a): Profesional en publicidad, o Diseñador(a) gráfico(a), un año de experiencia en redacción publicitaria, en diseño publicitario digital y diseño de contenidos digitales para la web</p>
<b>*Analítica e inteligencia</b>	<p>Analista de datos: Ingeniero(a) de Sistemas con estudios de postgrado en estadística, gestión de la información o tecnologías de la información, un año de experiencia en análisis de datos, analítica Web, analítica visual, manejo de herramientas de inteligencia de negocios, Big Data y redacción de historias basadas en datos</p>
<b>*Sensibilización y apropiación de analítica visual</b>	<p>Analista de datos: Ingeniero(a) de Sistemas con estudios de postgrado en estadística, gestión de la información o tecnologías de la información, un año de experiencia en análisis de datos, analítica Web, visualización de datos, manejo de herramientas de inteligencia de negocios, Big Data, y redacción de historias basadas en datos</p>
<b>*Gestión de la Estrategia de comunicación</b>	<p>Community Manager: Profesional en publicidad, o Comunicador (a) social y Periodista, estudios en publicidad y marketing digital, un año de experiencia relacionada en estrategia de comunicación en medios sociales, y <i>community manager</i></p>

Equipo de trabajo	Perfiles
<b>*Gestión de recursos</b>	Administrador(a) financiero(a): Administrador(a) de empresas con estudios de postgrado en contabilidad y finanzas y/o MBA, un año de experiencia relacionada en desarrollo y gestión de empresas del sector solidario, gestión de capital humano, finanzas y contabilidad.
<b>*Revisoría fiscal</b>	Revisor Fiscal: Contador público titulado

Fuente: Elaboración propia

### *Anexo J. Acuerdo de transferencia de Propiedad Intelectual*

Acuerdos contractuales de tipo crowdsourcing donde se transfieren derechos de propiedad intelectual sobre los productos entregados por el participante ganador de un concurso o adjudicado en proyecto virtual. Se establece como un mecanismo fiable y de alcance internacional que protege la propiedad intelectual.

El Acuerdo de “Derechos de propiedad intelectual incluye todos los derechos de autor, marcas registradas, diseños, patentes, bases de datos, semiconductores o derechos de disposición del circuito, nombres comerciales, nombres de empresas o nombres de dominio, otros derechos de propiedad, o cualquier derecho a la concesión o registro de tales derechos, existentes en cualquier parte del mundo, creados o existentes antes o después de la fecha del Acuerdo”. (Freelancer International Pty Limited, 2014).

A continuación en la figura J1 se observa un acuerdo ya realizado en el marco de este Plan de negocios utilizando servicios tercerizados de un Freelancer para el avance de una estrategia de comunicación y de la arquitectura de información. Se trata del acuerdo de transferencia de derechos de propiedad intelectual sobre creación de plantilla para home y otras secciones del sitio Web institucional de la Fundación EDuna.

Figura J1. Acuerdo de Transferencia de PI

## Crowdsourcing IP Transfer Agreement

Last updated: November 2014

This agreement relates to the transfer of intellectual property rights for the following entry created in the contest "Crear plantillas de WordPress para home y secciones de sitio web":

Entry #9

The agreement transfers Intellectual Property ownership from [REDACTED] (the "Seller") to MONICA ORDUZ (the "Buyer").

Agreed to by the Seller, [REDACTED] August 10, 2018 10:48 AM.

Agreed to by the Buyer, MONICA ORDUZ, August 10, 2018 10:50 AM.

### 1. Acceptance of Agreement

This agreement ("Agreement") is a contract between you and other users of [www.freelancer.com](http://www.freelancer.com) or related sites ("Site") if you are a user of the Site and host or enter contests hosted on the site ("Contest"). The Site is offered to you conditional on your acceptance of this Agreement. Please review the terms and conditions set out below before using the Site. Your continued use of the Site after such time will signify your acceptance of this Agreement

This Agreement and all policies and terms incorporated by reference constitute the entire agreement between you and other users of the Site. This Agreement incorporates the User Agreement applicable to [www.freelancer.com](http://www.freelancer.com) and related sites ("User Agreement").

Where referred to "Freelancer", this means Freelancer International Pty Limited and any and all associated companies.

If you do not agree to any of these terms and conditions you should immediately cease to use the Site.

### 2. Amendment of Agreement

Freelancer may amend or modify this Agreement in whole or in part from time to time, without notice, by posting an amended Agreement on the Site or any linked information. Such updated version of the Agreement will be effective at the time we post it.

### 3. Conflict between Agreement and User Agreement

To the extent that there is any inconsistency between the terms of this Agreement, the User Agreement or any agreement between Users, then those documents will be read in the following order of precedence:

- first, the User Agreement will take precedence over all other documents; and
- second, this Agreement will take precedence over any separate agreement between Users.

### 4. Users

The terms "You", "Your", "User", or "Users" refer to anyone accessing the Site. The Site provides a venue to introduce Users who wish to host Contests ("Buyers") and Users who wish to enter such Contests ("Sellers") whereby they submit work to the Site ("Work") that the Buyer may select as the winning Contest entry. A transaction will then occur via the Buyer selecting the winner of the Contest ("Winner"). The Site enables Users to identify each other, hold a Contest, select the Winner, invoice and pay for Works. A transaction may also occur if a Seller (other than a Seller who is the winner of the Contest) offers the Contest entry for sale to a Buyer at a price equal to or lower than the Contest award price.

### 5. Date of Agreement

This Agreement is entered into between the Buyer and Seller on the date that the Buyer selects the Winner of a Contest or the date the Buyer agrees to purchase a non-winning Contest entry.

### 6. Relationship between Users

Upon the Buyer selecting the Winner (by selecting a Seller's Work that has been entered in the Contest) or by agreeing to purchase a non-winning Contest entry, the Buyer agrees to purchase, and the Seller agrees to deliver the Work in accordance with the following agreements: (1) this Agreement; and (2) all applicable policies and terms incorporated by reference that apply to the Site, as amended from time to time; (3) any other contractual provisions accepted by both the Buyer and Seller uploaded to the Site, to the extent not inconsistent with the User Agreement; and (4) the Work specifications as described on the Site, to the extent not inconsistent with the User Agreement.

#### 7. Intellectual Property Rights

In this Agreement, "Intellectual Property Rights" includes all copyright, trade mark, design, patent, database, semi-conductor or circuit layout rights, trade names, business names, company names or domain names, other proprietary rights, or any rights to the grant or registration of such rights, existing anywhere in the world, whether created or in existence before or after the date of this Agreement.

#### 8. Entries to Contests

The Seller grants Freelancer a non-exclusive, irrevocable, worldwide, unrestricted right to use the Work free of charge for any purpose. The Seller grants to the Buyer an exclusive option ("Option") to, by the date that is fourteen days following the end of the Contest or the sale of an entry as specified on the Site ("Option Period") in addition to any further extensions, acquire the Intellectual Property Rights to the Work in accordance with the terms of this Agreement. If the Buyer does not exercise the Option, the Intellectual Property Rights shall be vested in the Seller and the Seller shall be entitled to use his or her Work at the end of the Option Period.

You acknowledge that Freelancer shall not be put in a less favourable position than if the Work had never been submitted to the Site. Design and development work carried out by Freelancer or Buyers that host Contests could use the same or similar idea to that which is submitted as part of the Work. Therefore, the applicant acknowledges that the know-how which is already held by Freelancer or that of Buyers when the Work was submitted or which at a later stage and independently from the Work will be developed by Freelancer and related parties or Buyers can be used without restrictions, and that such use will not infringe the Seller's Intellectual Property Rights.

#### 9. Assignment of Intellectual Property Rights

If a Buyer has purchased Work pursuant to a Contest by way of selecting the Winner or by agreeing to purchase a non-winning Contest entry, then upon payment in full being made for the Work, the Seller hereby assigns to the Buyer all Intellectual Property Rights which the Seller has or may in the future have in the Work.

#### 10. Warranties

The Seller represents and warrants that the Seller's Work and content of any such Work: (a) will be free from defects in material and workmanship; (b) will not infringe upon or misappropriate any copyright, patent, trademark, trade secret, or other intellectual property right or proprietary right or right of publicity or privacy; (c) will not violate any law or regulation; (d) will not be defamatory or trade libelous; (e) will not be offensive; (f) will not include incomplete, false or inaccurate information about User or any other individual; and (g) will not contain any viruses or other computer programming routines that are intended to damage, detrimentally interfere with, surreptitiously intercept or expropriate any system, data or personal information.

The Buyer and Seller both warrant that they each have all necessary rights and authority to enter into and perform this Agreement.

#### 11. Freelancer not a party

This agreement is between a Seller and Buyer and for the avoidance of doubt, Freelancer is not a party to this Agreement. We are not involved in any transactions between you and any other Users. You acknowledge and agree that Freelancer will not be a party to any such dispute regarding transactions involving the Site or be obligated to take any action or refrain from taking any action toward resolving any such dispute. If you have a dispute with any other Users of the Site, you hereby release Freelancer (as applicable) as well as our related entities, affiliates, and our and their respective officers, directors, agents, and employees, from any and all claims, demands, and damages (actual and consequential) of every kind and nature, known and unknown, related to such a dispute.

#### 12. Freelancer makes no warranties

FREELANCER DOES NOT MAKE ANY OTHER WARRANTIES, EXPRESS OR IMPLIED, REGARDING THE WORKS SOLD ON THE SITE OR ITS DELIVERY SYSTEMS, INCLUDING, WITHOUT LIMITATION, ANY IMPLIED WARRANTIES OF MERCHANTABILITY OR FITNESS FOR A PARTICULAR PURPOSE. FREELANCER SHALL NOT BE LIABLE TO USERS OR ANY OTHER PERSON OR ENTITY FOR

ANY PUNITIVE, SPECIAL, INDIRECT, CONSEQUENTIAL, INCIDENTAL OR OTHER SIMILAR DAMAGES, COSTS OR LOSSES ARISING OUT OF THIS AGREEMENT, EVEN IF FREELANCER HAS BEEN ADVISED OF THE POSSIBILITY OF SUCH DAMAGES, COSTS OR LOSSES. SOME JURISDICTIONS DO NOT PERMIT THE EXCLUSION OR LIMITATION OF IMPLIED WARRANTIES OR LIABILITY FOR CERTAIN CATEGORIES OF DAMAGES. FREELANCER SHALL NOT BE LIABLE FOR ANY DAMAGES, COSTS OR LOSSES ARISING OUT OF OR AS A RESULT OF THE CONTEXT IN WHICH WORKS PURCHASED ON THE SITE ARE USED.

13. Indemnity

The Seller agrees to indemnify and hold the Buyer and Freelancer (as applicable) as well as our related entities, affiliates, and our and their respective officers, directors, agents, and employees, harmless from and against any and all claims, demands, proceedings, losses and damages (actual, special and consequential) of every kind and nature, known and unknown, including reasonable legal fees, made by any third party due to or arising out of your breach of this User Agreement or your violation of any law or the rights of a third party.

14. Applicable law

Any dispute arising out of or in connection with this Agreement shall be governed by the laws of the State of New South Wales, Australia. The parties irrevocably submit to the non-exclusive jurisdiction of the courts of New South Wales, Australia.

15. General

The provisions of this Agreement are severable, and if any provision of this Agreement is held to be invalid or unenforceable, such provision may be removed and the remaining provisions will be enforced. Nothing in this clause shall exclude or restrict your liability arising out of fraud or fraudulent misrepresentation.

Fuente: Tomado de (Freelancer International Pty Limited, 2014)

### *Anexo K. Simulador financiero simplificado*

El simulador financiero simplificado es una herramienta proporcionada por la Universidad EAN en su versión 2.6, que ha servido de instrumento para el desarrollo de aspectos financieros del proyecto establecido para el plan de negocio. El documento de este anexo se encuentra en formato Excel. En ese documento se detallan los cálculos realizados para la proyección de ventas y premisas, costos de infraestructura, nóminas y gastos fijos, inversión total y necesidades de financiación, estados financieros básicos proyectados, y resultados de evaluación financiera.