

El progreso de la digitalización no solo abarca grandes empresas e instituciones oficiales, sino que se está acelerando también entre la gente común de todo el mundo, incluida la República Dominicana.

Durante dos años hemos estudiado aspectos de cómo los dominicanos populares utilizan computadoras, celulares e internet, para qué propósitos, encontrando qué obstáculos y beneficios, y con qué perspectivas de futuro. Participaron jóvenes estudiantes de bachillerato, micro y miniempresarios, y agentes jurídicos en tres lugares: Dajabón, ciudad intermedia en la frontera con Haití; Los Cacaos, municipio rural y crecientemente turístico de San Cristóbal; y Domingo Savio, un barrio popular del Distrito Nacional, a orillas del río Ozama, que incluye Guachupita, Los Guandules y La Ciénaga. Además, hemos realizado estudios de contraste en zonas de clase media y media-alta de San Cristobal y de Santo Domingo.

Este libro recoge los métodos, resultados y análisis de nuestros estudios en las cuatro áreas fundamentales que abordamos: comunicación, educación, micro y miniempresas, y perspectivas desde la administración de justicia.

Instituciones educativas de la Compañía de Jesús que participaron en esta investigación



Consejería de la Presidencia,
Interior, Diálogo Social y
Simplificación Administrativa

Agencia Andaluza de
Cooperación Internacional
para el Desarrollo

ISBN: 978-9945-9398-7-3



Varios autores Digitalización en entornos populares dominicanos



DIGITALIZACIÓN EN ENTORNOS POPULARES DOMINICANOS:

COMUNICACIÓN, EDUCACIÓN, MIPYMES Y LEGISLACIÓN



Digitalización en
entornos populares dominicanos:
comunicación, educación, mipymes y
legislación

Raúl González Fabre (editor)

Digitalización en entornos populares dominicanos: comunicación, educación, mipymes y legislación

Coautores

Francisco Amador Hidalgo

María Bertrán Girón

Celia Camilli Trujillo

Isabel Cáceres

Zaida Espinosa Zárate

Gloria Fernández- Pacheco Alises

Raúl González Fabre

Julio Jiménez Escobar

María L. Kubica

Ana M. López Rodríguez

Blanca Martín Ríos

Salud Millán Lara

Manuel Novo Foncubierta

Pablo Navazo

Jesús Plaza de la Hoz

Rosa Y. Ruiz Alcántara

ISBN: 978-9945-9398-7-3

DEWEY: 658.022

Edición EUB, 2024



©Instituto de Estudios Superiores en Humanidades,
Ciencias Sociales y Filosofía Pedro Francisco Bonó, 2024

Editorial Universitaria Bonó

Calle Josefa Brea nro. 65, Mejoramiento Social, Edificio Bonó,

Santo Domingo, República Dominicana

Tel: 809-682-4448 ext. 1012

editorial@bono.edu.do

<https://editorial.bono.edu.do/>

©Todos los derechos reservados. Queda hecho el depósito que previene la ley. Esta publicación no puede ser reproducida sin la autorización escrita de los titulares del *copyright*, bajo las sanciones establecidas en las leyes dominicanas.

Este libro fue impreso en papel libre de ácidos, proveniente de árboles ecológicamente amigables y su proceso de impresión cumple con las exigencias requeridas para garantizar su permanencia y durabilidad.

Diseño y diagramación: Letragráfica

Impresión: Amigo del Hogar

Calle Manuel Ma. Valencia nro. 4, esq. Max Henríquez Ureña, Los Prados.

Santo Domingo, República Dominicana

Tel: 809-548-7594 • Fax: 809-548-6252

Cómo citar esta obra

APA

González Fabre, R. (Ed.). (2024). *Digitalización en entornos populares dominicanos: comunicación, educación, mipymes y legislación*. Editorial Universitaria Bonó.

CHICAGO/DEUSTO

González Fabre, Raúl, ed. *Digitalización en entornos populares dominicanos: comunicación, educación, mipymes y legislación*. Editorial Universitaria Bonó, 2024.

MLA

González Fabre, Raúl, editor. *Digitalización en entornos populares dominicanos: comunicación, educación, mipymes y legislación*. Editorial Universitaria Bonó, 2024.

IMPRESO EN REPÚBLICA DOMINICANA - PRINTED IN DOMINICAN REPUBLIC

Contenido

1. Introducción	9
<i>Raúl González Fabre</i>	
Referencias	13
2. Una mirada al contexto	15
<i>Rosa Y. Ruiz Alcántara</i>	
2.1. La República Dominicana: el panorama nacional desde diferentes ángulos	15
2.2. Acercándonos a nuestros contextos de estudio	39
Referencias	50
3. Comunicación	55
<i>Isabel Cáceres; Pablo Navazo</i>	
3.1. Introducción	55
3.2. Método	57
3.3. Resultados	64
3.4. Análisis	133
3.A. Anexos	146

4. Educación	225
<i>Zaida Espinosa Zárate; Jesús Plaza de la Hoz;</i>	
<i>Celia Camilli Trujillo</i>	
4.1. Introducción	225
4.2. Puntos focales	226
4.3. Método	234
4.4. Resultados	240
4.5. Análisis	272
4.6. Conclusiones	417
Referencias	426
4.A. Anexo	427
5. Micro y miniempresas	431
<i>Raúl González Fabre; Francisco Amador Hidalgo;</i>	
<i>Rosa Y. Ruiz Alcántara; Salud Millán Lara</i>	
5.1. Introducción	431
5.2. Puntos focales	433
5.3. Método	434
5.4. Resultados	437
5.5. Análisis de las encuestas	455
5.6. ¿Qué nos dijeron las entrevistas?	504
5.7. Análisis comparativos y de conjunto	510
5.8. Una lectura conclusiva	522
Referencias	526
5.A. Anexos	527
6. Entorno jurídico	621
<i>María Bertrán Girón; Gloria Fernández-Pacheco Alises;</i>	
<i>Manuel Novo Foncubierta; Ana M. López Rodríguez;</i>	
<i>Blanca Martín Ríos; Julio Jiménez Escobar; María L. Kubica</i>	
6.1. Objetivos	621
6.2. Método	621

6.3. Resultados y análisis	624
6.4 Conclusiones	635
Referencias	638
6.A. Anexos	638

1. Introducción

Raúl González Fabre

La digitalización está avanzando a grandes pasos en nuestros países, incorporándose a las más diversas actividades. En la vida cotidiana de las personas, en las empresas y en las administraciones públicas, se hace cada vez un uso más amplio de productos, servicios y recursos que el sector de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) pone a nuestra disposición.

Con solo ver los equipos y programas que utilizamos cotidianamente, ya concluimos que las TIC constituyen un sector con fuerte tendencia al monopolio, como cabía esperar en cuanto se fundamenta en patentes industriales, copyright y en general sistemas de propiedad intelectual. Sin embargo, también es cierto que ese sector viene movido por mercados razonablemente competitivos. Incluso los cuasi-monopolios deben innovar para no ser desplazados rápidamente, como demuestran los numerosos cadáveres de la industria TIC en los últimos cuarenta años. La creación de nuevos recursos y posibilidades es continua, a veces exponencial, según se refleja en algunas estadísticas globales.

En el corto periodo de elaboración de este proyecto, hemos podido asistir a la explosión del teletrabajo, la enseñanza a distancia y las

videoconferencias que la pandemia provocó en 2020 y 2021; el ‘hype’ de los metaversos que algunos anuncios provocaron en 2021 y 2022; y la repentina puesta de largo de diversas variantes de la Inteligencia Artificial Generativa en 2022 y 2023. Si este libro fuera escrito dentro de un par de años, en 2025, sin duda habría nuevos productos estrella para mencionar.

La competencia, unida a los bajos costes marginales y los efectos de red típicos de la informática, hace que gran cantidad de los productos y recursos sean cercanos a gratuitos en dinero para el usuario, a veces pagados con publicidad y/o con datos, a veces –como ocurre con el software y los contenidos totalmente abiertos– solo por donativos.

La adopción de TIC, nuevas o ya más maduras, no solo ocurre a nivel organizacional, con la implantación de sistemas sofisticados de informática y robótica que integran los procesos internos de la organización y los conectan con los diversos *stakeholders*. También tiene lugar por medio de aparatos compactos como los celulares, que sirven como nodos desde los cuales las personas realizan operaciones muy diversas, pasando con facilidad de la recepción a la elaboración y de esta a la comunicación de datos e ideas, con solo moverse de un programa a otro arrastrando contenidos. Un pequeño aparato permite acceder, a un coste relativamente bajo de *hardware*, *software* y datos, a todo aquello que se ofrezca libremente en Internet, y construir a partir de ello.

Esto tiene una consecuencia importante: las TIC resultan accesibles también a personas de ingresos bajos y medio-bajos y en lugares que deben considerarse parte del Sur global. Podemos verlo con dos indicadores clave extraídos de las estadísticas de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (ITU, 2023): el porcentaje de la población mundial que usó Internet en 2022, y el porcentaje de personas bajo cobertura al menos de una red de telefonía móvil 3D, que permitiría dicha conexión:

Tabla 1.1. Estadísticas sobre alcance de TIC en 2022

	Población bajo cobertura al menos de una red móvil 3G (%)	Población que usó Internet (%)
Mundo	94,8	66,3
Ingreso bajo	75,2	26,4
Ingreso medio-bajo	94,9	56,1

Fuente: Datos de ITU (2023)

Esto modifica sin duda la manera en que la gente vive, cómo hace las cosas e incluso qué cosas hace. Se trata de una revolución económica, política y cultural impulsada por la revolución tecnológica de las TIC. Las organizaciones y las administraciones están cambiando, conexiones y averiguaciones antes muy costosas ahora están a disposición de casi cualquiera, se abre el espacio a avances hace poco impensables en algunos campos de punta, como la medicina, la exploración espacial o la generación de energía, pero también se introducen grandes modificaciones en las actividades ordinarias de las personas de a pie, con las consecuencias que esto tiene para su interacción con familia y amigos, su educación y aprendizaje, su trabajo cotidiano, su integración en la corrientes culturales, sus operaciones económicas, su participación política, su relación con las administraciones públicas...

Sin embargo, el estudio de los aspectos sociales de la digitalización no tiene la misma cobertura que la digitalización misma. Una revisión, incluso superficial, de la literatura permite identificar rápidamente la prioridad en número de fuentes concedida al estudio de las empresas tecnológicas y a la digitalización de grandes empresas, sobre el estudio del impacto de la digitalización en las poblaciones, las pequeñas empresas y las administraciones públicas. También se advierte la prioridad del estudio de la digitalización en los países de ingresos altos y medio-altos sobre los demás; e incluso dentro de los países de ingresos bajos y medio-bajos, de los sectores formales de la economía y la población sobre los informales –empresas y/o trabajadores no registrados, casas construidas por la propia familia, conexiones irregulares de electricidad, déficit severo de servicios públicos, escasa bancarización...

Al final, mientras la digitalización se extiende a gran velocidad produciendo una verdadera revolución civilizacional que afectará a todos, sabemos mucho más de lo que está ocurriendo con ella en las grandes empresas y en las poblaciones del Norte global que en las pequeñas empresas y las poblaciones informales del Sur global, aunque según los países se trate de una proporción apreciable o incluso de la mayoría de los habitantes.

Esto debe sin duda remediarse, porque la cuestión del desarrollo sigue pendiente para una porción significativa de la Humanidad. Si la modernidad está en curso de una transmutación mayor en virtud del impacto de la digitalización, necesitamos saber cómo está ocurriendo la incorporación de las mayorías del Sur global a ella, para qué y cómo la usan, qué ventajas y obstáculos encuentran, qué planes tienen...

Al fin, la potencialidad de las TIC respecto al desarrollo no solo estriba en el uso de las TIC por los sectores ya modernos de la sociedad –las empresas bien instaladas, las administraciones públicas, los profesionales capacitados– a favor del desarrollo de los más vulnerables. Para quien conciba el desarrollo como posibilitación y activación de las poblaciones no plenamente engranadas con la modernidad global, al mismo tiempo que en la transformación de esa modernidad para que todos puedan participar en ella –un proceso de acercamiento mutuo hasta que nadie quede fuera–, resulta central monitorizar las nuevas posibilidades que los sectores menos modernos de las sociedades perciben en las TIC, y los usos que realizan de ellas. El desarrollo no tendrá éxito si los sectores más modernos de la sociedad desconocen la iniciativa de los demás, o simplemente la ignoran.

En esta concepción es donde entra nuestro proyecto de investigación: ‘Digitalización de las Poblaciones del Sur’, liderado por la Universidad Loyola de Andalucía (España). Ese proyecto pretende desarrollar un procedimiento sistemático para estudiar algunos aspectos de la digitalización de poblaciones populares en los países de ingreso bajo y medio-bajo. Su foco está puesto no en los usos de la tecnología que tienen por objeto a esas poblaciones sino en los usos de los que ellas son sujeto: los que encuentran interesantes e implementan, la medida

en que utilizan las posibilidades ofrecidas por otros, y los inconvenientes que encuentran para ir más allá.

Para esto nuestro punto de inicio ha sido la República Dominicana, donde hemos contado con el apoyo del Instituto Superior Pedro Francisco Bonó (Santo Domingo), el Instituto Politécnico Loyola (San Cristóbal) y el Instituto Tecnológico San Ignacio de Loyola (Dajabón). Nos hemos centrado en cuatro aspectos fundamentales, para cada uno de los cuales se constituyó un grupo de investigación: Comunicación, Educación, Micro y miniempresas, y Derecho. Las localizaciones del estudio fueron el barrio Domingo Savio de Santo Domingo (Guachupita, Los Guandules y La Ciénaga), donde se pretendía estudiar una zona popular urbana; el pueblo de Los Cacaos (provincia de San Cristóbal), como ejemplo de zona popular rural; y la ciudad de Dajabón (provincia del mismo nombre), en la frontera norte con Haití.

Tras una introducción general con estadísticas relevantes sobre el país y cada una de las tres localidades, en este reporte se describen la metodología y los resultados básicos de la investigación para cada una de esas localidades, junto con análisis conclusivos de conjunto. Fue posible realizar encuestas de contraste con estudiantes y micro y miniempresas de zonas de clase media y media-alta en las ciudades de Santo Domingo y San Cristóbal, que permiten identificar aspectos comunes y diferentes respecto a las zonas populares. Esto se encuentra también reflejado en este informe.

Referencias

- González Fabre, R. (2022). La digitalización de las poblaciones del Sur: dos perspectivas en una narración. En: AAVV (2022). *Huella digital: ¿Servidumbre o servicio?* Valencia: tirant.
- ITU (2023). Time series of ICT data for the world, by geographic regions, by urban/rural area and by level of development. www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/ITU_regional_global_Key_ICT_indicator_aggregates_Nov_2022_revised_15Feb2023.xlsx

2. Una mirada al contexto

Rosa Y. Ruiz Alcántara

2.1. La República Dominicana: el panorama nacional desde diferentes ángulos

2.1.1. Los principales indicadores nacionales

La República Dominicana se encuentra ubicada en las Antillas Mayores, en el Caribe, compartiendo isla con Haití. El último Censo Nacional publicado (ONE, 2010) situaba la población total dominicana en 9,4 millones, de los cuales 4.739.038 eran hombres y 4.706.243 eran mujeres. El Banco Mundial (2023b) estimó los habitantes de República Dominicana en 11,2 millones para 2022, de los cuales 5,6 millones serían hombres y otro tanto mujeres. El Boletín Censal nº 26 de la ONE (agosto 2023), recoge una cifra menor y más fiable para 2022, que resulta del nuevo censo y no de una estimación: 10,76 millones de habitantes, de los cuales 5,32 millones de hombres, y 5,44 millones de mujeres. Se observa una clara disminución de la tasa de crecimiento poblacional entre censos.

Pese a esto, la población dominicana es aún joven. Según la Oficina Nacional de Estadísticas (2010), de los 9,4 millones de habitantes de entonces, apenas 587.134 personas sobrepasaban los 65 años (831.425

personas para 2022, según el Banco Mundial, 2023b). La esperanza de vida al nacer en la República Dominicana proyectada para el 2016 era de 73 años, y se esperaba que para el 2020 fuera de 74 (ONE, 2010).

Políticamente, el sistema dominicano es de carácter democrático y representativo, basado en una competencia multipartidista. El poder del Estado se realiza en tres ramas: el poder ejecutivo, el legislativo y el judicial. El país se divide en provincias, estas a su vez en municipios, distritos, parajes y secciones.

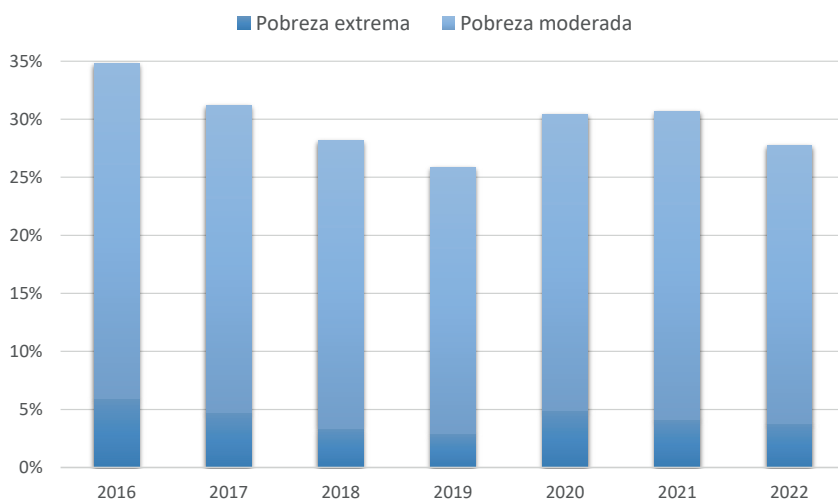
En cuanto al Producto Interno Bruto dominicano, en el 2022, según el Banco Mundial (2023b), alcanzó los 113,64 mil millones USD a precios corrientes (10.120,6 USD por persona). El PIB creció un 4,9% en 2022, esperándose una desaceleración al 4,4% en el 2023, atendiendo a proyecciones del Banco Mundial (2023a).

En su estudio Panorama Macroeconómico 2023-2027, el Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo de la República Dominicana (MEPyD, 2023a) establece que:

el desempeño de la economía en los primeros cuatro meses del año 2023 ha estado impulsado por el sector servicios, principalmente por la actividad de hoteles, bares y restaurantes. Lo anterior se explicó por la llegada de 2,80 millones de visitantes no residentes al país durante el primer cuatrimestre del año, equivalente a un crecimiento interanual de 21,7%. Adicionalmente, se destaca el crecimiento del sector agropecuario, específicamente de la actividad agrícola. Sin embargo, la ralentización observada en sectores que han liderado el crecimiento en los últimos años, tales como la construcción, la manufactura y el comercio, empujaron a la baja el resultado del Producto Interno Bruto (PIB) real en este período. (p. 8)

Por otro lado, y según el Boletín de Estadísticas Oficiales de Pobreza Monetaria en la República Dominicana (MEPyD, 2023b), para el año 2022 las tasas de pobreza monetaria recuperaban su tendencia decreciente tras el impacto de la pandemia:

Gráfico 2.1. Tasas de Pobreza Monetaria en República Dominicana



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de MEPyD (2023b, p.62)

Para el año 2022, ya en la etapa post-COVID, la Encuesta Nacional Continua de la Fuerza de Trabajo (ENCFT) del Banco Central de la República Dominicana (2023) arroja datos que avalan una recuperación del mercado laboral dominicano. Considerando solo el empleo formal, los datos de la Tesorería de la Seguridad Social (TSS, 2023) también exhiben una recuperación en sus informes. Así, ya para marzo del 2023 la cantidad de trabajadores registrados y que cotizaban al Sistema Nacional de Seguridad Social ascendió a 2.266.060 personas, lo que supone 105.548 empleados adicionales respecto del conteo del período anterior. Diversas fuentes citan que las mujeres son las líderes en la creación de empleo.

No obstante, y como en casi todos los contextos similares, marcados por la informalidad laboral, la generación de empleo de calidad sigue siendo un gran reto para la República Dominicana. De hecho, según el informe Panorama Laboral 2022 para América Latina y el Caribe, publicado por la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2023), para el contexto dominicano la tasa de informalidad de 57,4%

registrada en el segundo trimestre del 2022 superó en más de 2 puntos porcentuales el valor de igual trimestre de 2019, y en casi 3 puntos porcentuales el registro de fines de ese mismo año (pp. 56-57).

Para paliar de alguna forma esta situación, varias acciones han sido ejecutadas desde el Gobierno Central –gestión 2020-2024 del presidente Luis Abinader–. Algunas de estas iniciativas tienen que ver con programas para el incentivo de la actividad turística a gran escala, con interconexión de diversos eslabones en la cadena de valor (educación, agricultura, servicios, entre otros), la reactivación de sectores productivos, las alianzas de inversión pública-privada, la reducción de la pobreza, el incremento de la protección y de la asistencia social, así como un fortalecimiento de los sistemas educativos, atendiendo al liderazgo de la mujer en el hogar.

En un marco que alberga esperanzas de generación de empleo, se desarrollan iniciativas a nivel nacional desde el Ministerio de Industria, Comercio y mipymes (MICM) para promover la actividad emprendedora, sobre todo mediante el otorgamiento de crédito y apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes). Estas acciones procuran que se produzca trabajo digno y de calidad capaz de combatir la pobreza.

En cuanto a la cobertura de salud, uno de los principales logros nacionales de las últimas décadas ha sido la promulgación en el año 2001 de la Ley de Seguridad Social (87-01). Esta legislación permite que se preste cobertura a los ciudadanos en tres aspectos básicos: salud, pensiones y riesgos laborales. Un elemento positivo de esta legislación es su financiamiento compartido por empleados y empleadores, recayendo la mayor proporción sobre el empresario.

Como resultado, los costos de salud para las familias donde al menos un integrante dispone de un empleo formal se perciben como disminuidos. En efecto, basta con que un miembro familiar posea un empleo formal, para que el mismo pueda acceder automáticamente al sistema, adquiriendo el derecho de que por el mismo costo per cápita suyo (ya hemos dicho que co-financiado entre el empleado y el empleador), obtengan cobertura en salud su compañero(a) de vida y sus hijos,

sin importar cuántos dependientes directos tenga el trabajador. Por un costo adicional es posible incluir a los padres y a los hermanos.

Según datos ofrecidos por la Organización Panamericana de Salud en su portal web (OPS, 2023), en la República Dominicana para el 2019 el gasto público en salud representó 2,7% del producto interno bruto (PIB) y 16,3% del gasto público total, mientras que el gasto de bolsillo supuso 42,9% del gasto total en salud.

La ley actual solo abarca a los empleados cuyas empresas están declaradas como existentes mercantilmente hablando, o sea, las formales. Los grandes retos en términos de expansión de la Seguridad Social son incrementar la afiliación de los profesionales independientes, captar el sector informal, y ampliar la red de servicios reduciendo los costos asociados.

Por otro lado, si pasamos revista a la situación tecnológica del país, viendo los datos de años anteriores al actual se aprecia un incremento significativo en la conectividad: según la Oficina Nacional de Estadística (2015), a partir de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (ENHOGAR), 90,9% de los dominicanos daba cuenta en 2014 de poseer teléfono fijo o móvil, mientras que apenas 21,7% disponía de servicios de Internet. Más recientemente, para el 2020, según la Organización Panamericana de Salud (OPS, 2023), el porcentaje de población con conexión a Internet ascendía a 76,9%. Esta cifra representa un incremento considerable respecto del año 2000, dos décadas antes, cuando este mismo indicador arrojaba apenas un valor de 3,7%.

La cifra más actualizada de INDOTEL (2022) indica que la penetración de Internet alcanzó en 2021 al 89,8% de la población y la de la telefonía celular al 92,4%, con incrementos significativos de 2020 a 2021. Esta aceleración probablemente sea debida a la utilidad que ambos servicios mostraron durante la pandemia: la telefonía móvil para todo tipo de operaciones comerciales y familiares; y la conexión a Internet para la actividad escolar. Esto se confirma en cierta manera por el hecho de que, según la misma fuente, la banda ancha móvil pasó de cubrir al 73,6% de los usuarios (en 2020) al 70,4% (en 2021).

No fue pues tanto un incremento de la oferta como de la demanda el que provocó la mayor penetración de estas tecnologías: se incorporaron a la red muchas personas incluso en las zonas en que la calidad del servicio no era tan alta.

2.1.2. La actividad emprendedora y las mipymes (Micro, pequeñas y medianas empresas)

La República Dominicana es una de las economías de mayor dinamismo en la región de América Latina, propulsada en la última década por actividades orientadas a la exportación, así como a la manufactura en zonas francas y al turismo.

Por otra parte, las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) constituyen un componente fundamental en la estructura empresarial de América Latina. Acorde con la literatura respectiva, esta relevancia se manifiesta en dos indicadores básicos: 1) su participación en el número total de empresas y, 2) en la creación de empleo.

Un estudio de PNUD & MICM (2020, p. 5) recoge datos de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), según la cual las mipymes constituyen el 99% de la estructura empresarial de la región, generando así un porcentaje considerable de los empleos en las referidas economías. Por diversas condiciones, tales como la informalidad contextual, la mayor parte de estas entidades son microempresas, representando las mismas aproximadamente un 88,4% del total. No obstante, a pesar de conformar un conglomerado tan amplio, la productividad de las mipymes resulta muy baja comparada con las grandes empresas.

Según el mismo estudio (PNUD & MICM, 2020) en la República Dominicana existen en la actualidad, y de manera estimada, casi 1,5 millones de micro, pequeñas y medianas empresas. A pesar de su fragilidad y constante modificación tanto en su oferta como en su estructura, se estima que las mipymes generan más de 2 millones de empleos en la economía nacional, lo que equivale al 54,4% de la población

ocupada del mercado laboral, aportando un significativo porcentaje al PIB de 38,6%. (p. 5)

Usando datos más antiguos, PNUD & MICM (2020) caracterizan las mipymes siguiendo a la Encuesta Nacional de Hogares de Propósitos Múltiples (ENHOGAR, 2013). Esa encuesta encontró que el 50,98% están ubicadas en locales fijos y el 26,78% se alojan en locales móviles. En cuanto a localización, alrededor del 83,3% de las mipymes están situadas en zonas urbanas y tan solo 16,7% se localiza en zonas rurales.

Por sectores de actividad económica, la mayor parte de las mipymes operan en el sector terciario de la economía: 46,7% en el comercio y 38,4% en otros servicios. «Las actividades tradicionales en las que se desempeñan son almacenes y colmados (bodegas con alimentos y artículos básicos), salones de belleza y barberías, textiles y calzados, restaurantes, bares y cantinas, y reparación de efectos personales y enseres domésticos.» (PNUD & MICM, 2020, p. 6).

Dada la relevancia social, económica y cultural de las mipymes en la República Dominicana, y con el objetivo de proveer de más carácter y de representatividad a este importante sector, en el año 2012 se creó el Viceministerio de Fomento a las mipymes con asiento en el Ministerio de Industria, Comercio y mipymes (MICM). Sus funciones principales, según la Ley 37-17, son «diseñar, formular y supervisar la ejecución de políticas públicas para el apoyo a las mipymes, con énfasis en el acceso a los mercados de bienes y servicios y a los mercados financieros, locales e internacionales, la formación de capital humano, acceso a la economía digital, fomento a la sostenibilidad ambiental y el consumo y producción sostenible» (PNUD & MICM, 2020, p. 6).

Aparte de estos aspectos descriptivos, basados en buena parte en una encuesta de hace una década, vale la pena también considerar estudios más recientes sobre la actividad emprendedora en República Dominicana, puesto que la mayor parte de las empresas comienzan siendo micro o pequeñas. Veamos.

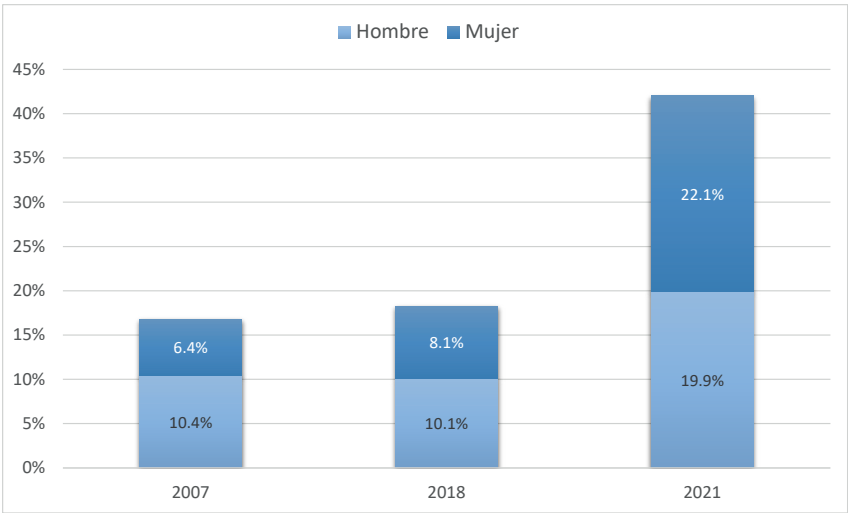
La actividad emprendedora dominicana la examinaremos primordialmente a la luz del Global Entrepreneurship Monitor (GEM,

2022), siguiendo algunos hallazgos de su último informe para República Dominicana. Según Acs et al. (2008):

el proyecto del Monitor Global de la Actividad Emprendedora constituye el único modelo mediante el cual todos los países miembros recolectan datos relacionados con el auto-empleo, con el tamaño de las empresas así como con la entrada y la salida de las organizaciones del mercado, ya que casi ninguno de estos registros son comparables en sí mismos entre los países, ni siquiera en los más desarrollados (...) Una de las mayores fortalezas del proyecto GEM es la aplicación de definiciones uniformes y una recolección de datos a través de los países con la finalidad de realizar comparaciones internacionales (p. 267).

Según los resultados obtenidos en la Encuesta GEM-República Dominicana (2022) para 2021 la tasa de actividad emprendedora (TEA) en el país ha experimentado un gran crecimiento respecto a mediciones anteriores (Gráfico 2.2).

Gráfico 2.2. Evolución de la actividad emprendedora total por sexo



Fuente: GEM (2022, p.27)

Infiriendo a partir de los análisis esbozados por el GEM (2022), este incremento en la tasa de la actividad emprendedora en la República Dominicana en el período 2007-2021 se explicaría desde diversos escenarios, eventualmente combinados entre sí:

- Necesidad sostenida de parte de los emprendedores dominicanos en cuanto a generar ingresos adicionales a un empleo formal y/o informal y, de esta forma, paliar la crisis post-COVID-19.
- Respuesta a la pérdida de empleos formales por parte de los dominicanos debida a la crisis COVID-19.
- Aprovechamiento de ambientes y condiciones favorables, tanto estatales como privados, para la iniciación de nuevos modelos de negocio.
- Renovación en los modelos de negocio respecto del año 2007, con una tendencia más hacia lo digital, amén de los aprendizajes generados durante la pandemia.

El Gráfico 2.2 muestra también una fuerte incorporación de las mujeres al emprendimiento. Mientras en 2007 la TEA de las mujeres era aproximadamente 60% de la de los hombres, en 2021 supera el 110%. Esto viene a confirmar lo indicado por el informe PNUD & MICM (2020, p.5), que estima que el 51,3% de las microempresas dominicanas son lideradas por mujeres.

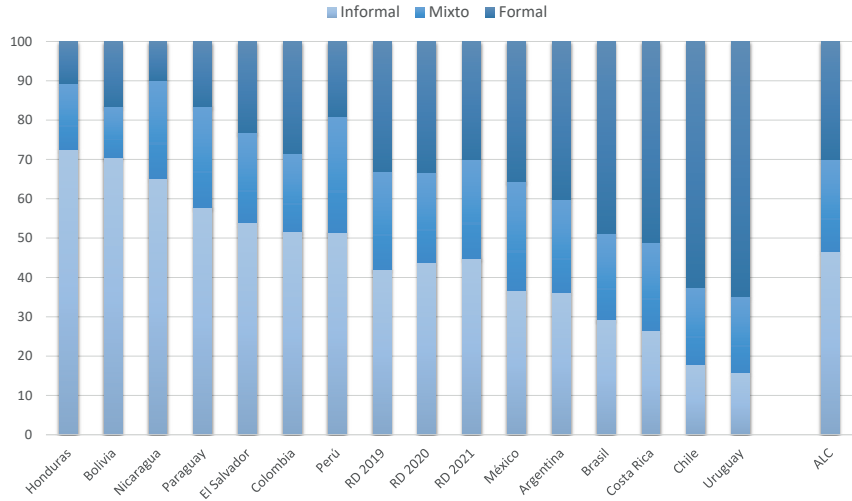
Aunque ya con diez años de antigüedad, el estudio más importante sobre mipymes en República Dominicana sigue siendo el de Ortiz, Cabal & Mena (2014), publicado por FondoMicro. En él se consideran numerosos aspectos de la inserción económica y social de las mipymes, prestando una atención detallada a las microempresas.

2.1.3. La informalidad en el mercado laboral dominicano

Para abordar una caracterización contextual de la informalidad en la República Dominicana, resulta pertinente remontarse al enfoque del fenómeno en el área latinoamericana. Así, «es indiscutible que el sector informal representa una parte importante en la economía de la región debido a su participación en el mercado laboral» (DGII, 2013, p. 12).

En el Estudio Multidimensional de la República Dominicana (2022) desarrollado conjuntamente por la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos) y el Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo de la República Dominicana, se muestra que el promedio de la población en hogares con algún empleado informal para América Latina ronda el 70%. Dos tercios de esas personas (alrededor del 45%) pertenecen a hogares sin ningún empleado formal.

Gráfico 2.3. Distribución de la población total en porcentaje, por grado de informalidad de los hogares



Fuente: OECD (2022, p. 21)

Para medir la informalidad en República Dominicana, una de las primeras iniciativas sistemáticas ha sido desarrollada por el Banco Central Dominicano a través de la Encuesta Nacional de Fuerza de Trabajo. Así, para cuantificar la informalidad el Banco Central de la República Dominicana (2007) utiliza tres criterios básicos:

- a. La primera definición descansa en un criterio legal y considera como informales a los siguientes grupos: los asalariados del sector privado que no tienen contrato firmado con la empresa o

entidad para la cual trabajan ni gozan de la mayoría de los beneficios estipulados en la ley laboral (regalía pascual y vacaciones, entre otros), o cuya empresa o entidad no tiene licencia para realizar sus operaciones; los trabajadores familiares no remunerados y los trabajadores domésticos, y los patrones o trabajadores por cuenta propia sin licencia para operar (p. 28).

- b. La segunda definición de informalidad se basa en la incorporación o no de los trabajadores al sistema de seguridad social, entendiendo por éste el sistema en el cual las personas cotizan a un determinado plan de pensión, ya sea a través de una empresa para la cual trabajan o de forma individual (p. 29).
- c. La tercera definición está asociada a la tradición iniciada por la OIT. En ese tenor, el Banco Central de la República Dominicana ha definido como trabajadores informales a los siguientes grupos: asalariados que laboran en establecimientos de menos de cinco empleados, trabajadores por cuenta propia y patrones en los grupos ocupacionales agricultores y ganaderos, operadores y conductores, artesanos y operarios, comerciantes, vendedores y trabajadores no calificados, trabajadores no remunerados y servicio doméstico (p. 31).

Para el 2021, y según el Estudio Multidimensional de la República Dominicana (OECD, 2022) la informalidad validada en el mercado laboral de la República Dominicana se sitúa en una tasa de 45,4%, lo que la coloca prácticamente a la par con los promedios de la región. Adicionalmente, y según el mismo estudio, «en la República Dominicana, el 91% de los empleados de pequeñas empresas y el 22,8% de los empleados de medianas empresas trabajan de manera informal.» (p. 22).

Esta situación de informalidad caracteriza el único ingreso del cual dependen mayoritariamente los hogares rurales y los de más bajos ingresos en la República Dominicana. En efecto, en el año 2021,

el 64,6% de las personas del quintil de ingresos más pobres vivía en un hogar que dependía únicamente del empleo informal, en comparación con el 26,4% del quintil de ingresos más rico. Los hogares en áreas rurales también

tienen niveles significativamente más altos de informalidad. Hasta un 56,6% de la población en áreas rurales vivía en un hogar completamente informal en 2021. También hay diferencias territoriales considerables en la composición de los hogares informales: un 54,1% de la población total en la región sur vive en un hogar completamente informal, en comparación con un 42,1% de la población en el Gran Santo Domingo. (OECD, 2022, p. 13).

Son bien conocidas las consecuencias de la informalidad en cuanto a vulnerabilidad social y económica. En este sentido, los gobiernos se han enfocado tradicionalmente en las implicaciones de la informalidad. No obstante, definir verdaderas estrategias que incentiven la migración desde la informalidad hacia la formalidad parece ser más efectivo. Estas eventuales estrategias implican, entre otras cosas, «abordar las barreras y los desincentivos que enfrentan las empresas para operar formalmente. De hecho, la formalización de la empresa a menudo precede a la formalización del empleo. Sin embargo, la formalización sigue siendo poco atractiva o inasequible para muchas empresas dominicanas, especialmente para las más pequeñas.» (OECD, 2022, p. 22).

Además de los costos laborales, quizás el factor más altamente citado por el referido estudio como una de las barreras más importantes para la transición empresarial dominicana desde la informalidad hacia la formalidad es:

la carga tributaria y administrativa asociada con el estatus formal, misma que puede ser alta para algunas micro, pequeñas o medianas empresas (mipymes). A tal efecto, el gobierno dominicano se ha esforzado por agilizar estos procedimientos, lo que ha ayudado a reducir los desincentivos a la formalización de empresas. El país también ha implementado regímenes tributarios simplificados para pequeños contribuyentes, pero las tasas impositivas no están diferenciadas para mipymes o empresas recién formalizadas. Las regulaciones del salario mínimo tienen diversas variantes sectoriales y relacionadas con el tamaño de la entidad, lo que genera complejidad en su aplicación y dificulta el cumplimiento de la regulación,

empujando a algunas empresas a operar de manera informal (OECD, 2022, p. 22).

2.1.4. Las mipymes y el COVID

Bajo el mismo mandato constitucional ya citado en párrafos anteriores, ante las condiciones sanitarias generadas por la pandemia del COVID-19, el Gobierno de la República Dominicana decretó el estado de emergencia a nivel nacional en marzo de 2020, que fue prorrogado y modificado en diferentes aspectos hasta ser completamente levantado en octubre de 2021, ya con una administración distinta.

Las medidas más importantes desde el punto de vista de la producción consistieron en: un toque de queda cubriendo las horas de la noche; restricciones a los horarios de trabajo tanto en el Estado como en la empresa privada; y limitaciones diversas según el desarrollo de la pandemia a la entrada de turistas extranjeros, la celebración de eventos públicos, los aforos de locales de hostelería y espectáculos, etc. (Proyecto Mesoamérica, 2022). A partir de mediados de 2021 el turismo extranjero se había recuperado en buena medida, puesto que quedaban en vigor pocos elementos del estado de excepción que lo afectaran.

A continuación, mostramos algunos de los resultados más relevantes en torno al comportamiento de las mipymes en medio de la pandemia del COVID-19 en la República Dominicana, según los resultados obtenidos por la exploración realizada por PNUD & MCIM en su estudio «Situación Económica de Mercado de las mipymes en República Dominicana por la crisis del COVID 19» (2020), a saber:

Primeramente, al ser cuestionados sobre su funcionamiento, las personas encuestadas respondieron, en su gran mayoría, que han paralizado sus operaciones. En efecto, apenas un 1% de las mipymes comunicaron que operaron con normalidad durante la pandemia. Llama la atención en el estudio que son las empresas a cargo de mujeres las que arrojan un mayor porcentaje de cese de operación total.

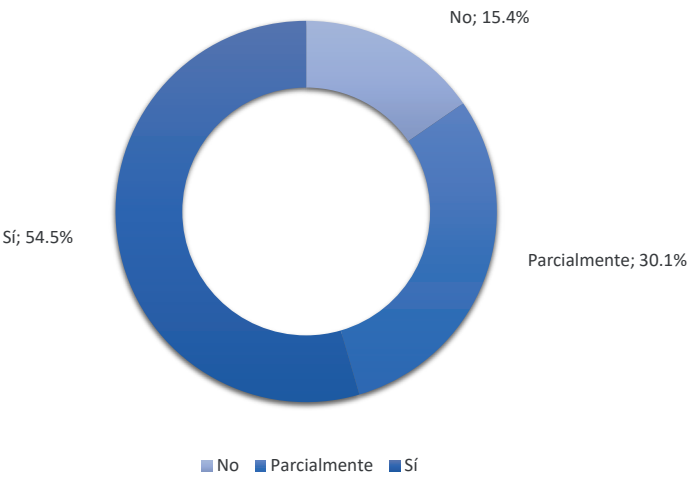
En cuanto a las vías de comunicación usadas por las mipymes dominicanas en medio de la situación de aislamiento de la pandemia, el canal más utilizado fue Whatsapp, con un 46,3%. También fue relevante el uso de Instagram, con un 19,3% (PNUD & MCIM, 2020, p. 25). Por otro lado, tanto los canales propios de distribución como Internet supusieron un medio relativamente importante para la entrega de servicios, en tanto que la mayoría de las mipymes declaró usar el teletrabajo como medio de adaptación de la jornada laboral y su productividad.

Tabla 2.1. Distribución de bienes y servicios (%)

Distribución de productos y servicios (%)	Sí	No
Internet	13	87
Local	18	82
Plataformas de entrega a domicilio	5	94
Canales propios	20	80

Fuente: PNUD & MCIM (2020, p. 25)

Gráfico 2.4. ¿La naturaleza de su negocio le permite aplicar teletrabajo?



Fuente: PNUD & MCIM (2020, p. 26)

2.1.5. La educación en el contexto de República Dominicana

En la República Dominicana se han venido desarrollando durante las últimas décadas importantes ajustes al modelo educativo. Por ejemplo, durante los períodos presidenciales del Lic. Danilo Medina (2012-2016, 2016-2020), se realizaron relevantes mejoras y avances en este aspecto. Esta renovación del sistema educativo dominicano ha sido una respuesta a la deficiencia histórica y a los resultados poco satisfactorios que ha producido tradicionalmente el sector educativo en el país.

De tal forma, en la memoria institucional presentada en 2016 por el Ministerio de Educación de la República Dominicana (MINERD, 2015), se hace referencia a la forma en que el contexto educativo dominicano venía siendo sacudido. La Reforma Educativa, que tuvo su génesis en una exitosa lucha cívica y ciudadana para que se cumpliera el mandato legal de otorgamiento del 4% del PIB al sector Educación, fue uno de los logros más destacables en relación a la educación dominicana. Según el MINERD (2015), los pilares de dicha Reforma Educativa son los siguientes:

- Las escuelas de jornada extendida, eliminando paulatinamente las tandas múltiples por una ampliada matutina.
- El plan nacional de atención integral a la primera infancia.
- El plan nacional de alfabetización «Quisqueya Aprende Contigo».
- La construcción, ampliación y rehabilitación de aulas.
- El desarrollo de la carrera docente y la formación de directores.
- El desarrollo curricular y gestión del conocimiento.

En cuanto a los niveles en los que se estratifica el sistema educativo dominicano, encontramos que bajo la jurisdicción del MINERD se disponen el nivel inicial, el primario y el secundario, a saber:

- a. Nivel Inicial. Intenta captar niños menores de seis años y no presenta, en todos los grados que abarca, características de obligatoriedad, excepto en el grado previo al nivel primario. El nivel inicial dominicano cuenta con tres grados: niños de 3 años; de 3 a 4 años; y de 4 a 5 años.

- b. Nivel Primario. Abarca desde el primer grado hasta el sexto. Cursar el nivel primario es considerado un derecho universal y por tanto adquiere características de obligatoriedad, asumiendo totalmente el Estado las consecuencias económicas y organizacionales que se derivan de ofrecerlo a la población. Este nivel se subdivide a su vez en primer y segundo ciclo.
- c. Nivel Secundario. Además de los cuatro años de bachillerato, a este nivel le han sido agregados (2014-2015) los grados quinto y sexto. El propósito es que el estudiante culmine la etapa escolar con unos 17 años, para que posteriormente se inserte en la formación superior y/o técnico profesional. La Ley Orgánica de Educación considera este nivel gratuito, pero no obligatorio. El nivel medio también se organiza en ciclos. El último ciclo puede ser de acuerdo a tres modalidades: la general, la técnico profesional y la concerniente a las artes.

En relación al mandato presidencial corriente (Lic. Luis Abinader, 2020-2024) la gestión educativa nacional ha enfrentado importantes desafíos, tales como las clases virtuales en medio de la pandemia, la ejecución presupuestaria, el retroceso en los medidores de calidad educativa, tanto nacionales como internacionales, y los cambios de ministros al frente de la cartera educativa.

Así, para el año lectivo 2020-2021, y según datos ofrecidos por el Anuario de Indicadores Educativos del Ministerio de Educación de la República Dominicana (2022, p. 5), estos son los principales hitos:

- Matriculados en el Nivel Inicial: 8,60% del total de estudiantes.
- Matriculados en el Nivel Primario: 46,76% del total estudiantes.
- Matriculados en el Nivel Secundario: 36,18% del total de estudiantes.
- Matriculados en el Sistema de Educación de Adultos: 8,46% del total de estudiantes.
- Tasa de analfabetismo de la población de 15 años y más: 6,31%, con cifras semejantes para mujeres y hombres.

Según los últimos indicadores ofrecidos por el Ministerio de Educación para el año lectivo 2020-2021, las cifras de cobertura neta (alumnos que según edad están en el grado que les corresponde) para el conjunto del país y por sexo, son las siguientes:

Tabla 2.2. Tasa neta de cobertura por sexo, según nivel y grado, 2020-2021

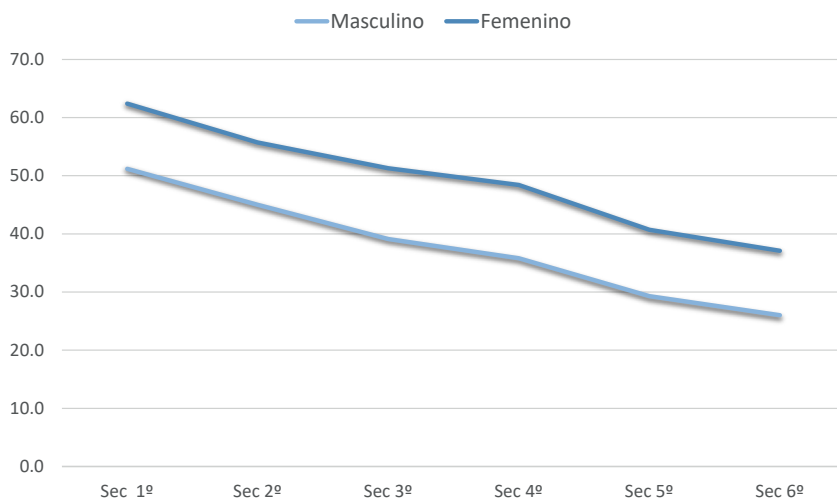
Nivel	Grado	Sexo		Total
		Masculino	Femenino	
Educ. Temprana		2,2	2,2	2,2
	Maternal	0,5	0,5	0,5
	Infantes	1,7	1,8	1,8
	Párvulos	3,9	3,8	3,9
Inicial		32,5	33,6	33,0
	Pre-Kinder	8,6	9,0	8,8
	Kinder	18,4	19,2	18,8
	PrePrimario	66,0	67,8	66,9
Primario		87,9	89,1	88,5
	Primero	84,3	84,7	84,5
	Segundo	81,7	82,1	81,9
	Tercero	76,8	78,7	77,7
	Cuarto	70,8	76,0	73,4
	Quinto	62,1	69,1	65,5
	Sexto	56,1	66,0	60,9
Secundario		64,3	72,2	68,2
	Primero	51,2	62,4	56,7
	Segundo	45,0	55,7	50,3
	Tercero	39,1	51,3	45,1
	Cuarto	35,8	48,4	42,0
	Quinto	29,3	40,7	35,0
	Sexto	26,0	37,1	31,5

Fuente: MINERD (2022, p. 20)

La Tabla 2.2 anterior sustenta un par de observaciones:

- A partir del cuarto año de primaria se abre una brecha de género: la cobertura neta para niños se vuelve significativamente menor que para niñas en los mismos grados.
- La cobertura neta de secundaria disminuye para ambos sexos de manera consistente conforme avanzan los grados, como puede verse en el siguiente gráfico:

Gráfico 2.5. Evolución de la cobertura neta en los distintos grados de secundaria, por sexo, 2020-2021



Fuente: Elaboración propia con datos de MINERD (2022, p. 20)

La pandemia COVID-19 supuso un gran problema añadido para el sistema educativo, puesto que el curso 2019-2020 debió pasarse súbitamente de presencial a distancia cuando todavía quedaba aproximadamente un 30% del tiempo lectivo. Como ocurrió en otros países, numerosos estudiantes, sobre todo en zonas populares, no contaban con conexiones adecuadas a Internet, equipos con pantalla de tamaño suficiente, ni lugares donde estudiar tranquilamente en sus casas (Then & Vásquez, 2020).

Un gran esfuerzo nacional fue necesario para que la pandemia no resultara masivamente disruptiva en la educación primaria y secundaria. El mayor empeño debió ponerse al principio del curso 2020-2021, que comenzó para los estudiantes dos meses más tarde de la fecha habitual. Todavía el primer cuatrimestre del curso 2021-2022 se mantuvo la enseñanza *online*, y al comienzo de 2022 se restauró la escolaridad presencial en prácticamente todo el territorio nacional, con algunas medidas de precaución y con especial atención a posibles rebrotes.

El informe IDEC (2022) nota un considerable impacto de la pandemia en la inasistencia escolar (niños que no ingresaron o que abandonaron) tanto en la educación primaria (p. 30) como en la secundaria (p. 36) durante el curso 2021-2022, que no se había recuperado totalmente en la matrícula del 2022-2023. Esto ocurrió más en la educación privada que en la pública, según el mismo informe.

Al finalizar el año escolar 2022-2023, la discusión nacional en términos de educación se ha vuelto a concentrar en el manejo de los grandes recursos asignados a la cartera ministerial, y en los resultados obtenidos en las últimas pruebas diagnósticas aplicadas a los alumnos del sistema, los cuales dan cuenta de un rendimiento muy por debajo del esperado para el país y para la región.

En efecto, según el informe dado a conocer por el Ministro de Educación, Lic. Ángel Hernández (Reyes, 2023), habiendo sido evaluados 6.351 estudiantes en tercer grado de primaria, apenas un escaso 17% logró una calificación satisfactoria en contenidos relacionados con Lengua Española y solo un 19% en Matemáticas.

Si nos fijamos en sexto grado de primaria, el referido informe establece que del total de alumnos evaluados a nivel nacional en este grado (6.286 estudiantes), únicamente un 33% logró cifras satisfactorias en Español, en tanto que para los contenidos relacionados con las Ciencias Exactas solo un 0,7% demostró disponer de aprendizajes suficientes. En Ciencias de la Naturaleza solo un 8,7% pudo alcanzar el escalafón de satisfactorio. En tanto, para el tercer grado de secundaria, y siendo la muestra a nivel nacional de 5.900 estudiantes, apenas un 24% alcanzó resultados satisfactorios en Lengua, y solo un 8% logró

resultados positivos en Matemáticas, mientras que únicamente un 13% lo logró en Ciencias Sociales y un 19% en Ciencias de la Naturaleza.

En diversas declaraciones públicas, el ministro de Educación, Lic. Ángel Hernández ha reiterado que estos resultados se explican por varias razones:

- a. Las inversiones estatales en materia de Educación no han aportado nada al sistema.
- b. No existe autoridad en el rol de quienes ejercen en las escuelas como directores y maestros.
- c. No existe un involucramiento real de los padres en el proceso educativo de sus hijos.
- d. La centralización de las decisiones del Ministerio respecto de sus dependencias locales y regionales, los cuales lucen «desconectadas» entre sí.

En definitiva, y a pesar de que se aprecian importantes avances en el sistema educativo dominicano, sobre todo en lo concerniente a la disposición de recursos económicos para invertir tanto en cobertura como en cuanto a la oferta como alternativa de impacto social, quedan aún pendientes en la agenda nacional aspectos relevantes por resolver, tales como la calidad y el contenido de las clases impartidas en los centros educativos, la deserción escolar, la delincuencia escolar, la formación integral del personal docente y administrativo, así como el ajuste necesario como para que todo este engranaje se conforme como una gran maquinaria que prepare ciudadanos competentes y formados académica y cívicamente.

2.1.6. La cuestión del desarrollo humano en la República Dominicana según el PNUD

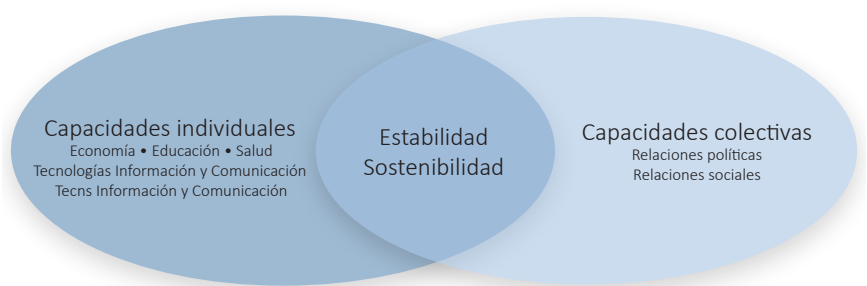
El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) es un organismo que se encarga a nivel mundial de propiciar, analizar y

fomentar el desarrollo integral de los pueblos. En efecto, constituye «la red mundial en materia de desarrollo que promueve el cambio y que conecta a los países con los conocimientos, la experiencia y los recursos necesarios para ayudar a los pueblos a forjar una vida mejor» (PNUD, 2023).

Una de las formas mediante las que el PNUD concreta el impulso y la investigación en cuanto a los temas relacionados con el desarrollo a nivel global, es la publicación de sus Informes sobre Desarrollo Humano cada año, por países y a nivel mundial. Su concepto de desarrollo humano supone que las personas puedan elegir en libertad y optimizar efectivamente sus capacidades. De hecho, para el PNUD, «el desarrollo es un proceso de liberación desde una situación de privaciones. Una persona sin educación, sin salud, desnutrida y sin empleo no puede elegir ni tiene opciones en la vida» (PNUD, 2008, p. 6).

De lo anterior se deduce que el desarrollo humano, más allá de lo puramente económico, depende del poder de cada individuo, así como de la interacción de las capacidades tanto colectivas como individuales de las personas. El informe PNUD (2008) se concentró en la relación entre el desarrollo humano y el empoderamiento, partiendo conceptualmente del esquema que se muestra en el Gráfico 2.6.

Gráfico 2.6. Capacidades individuales y colectivas simultáneas



Fuente: PNUD (2008, p. 5)

Empleando estos conceptos y subdivisiones en diferentes niveles para tener indicadores mensurables, el PNUD (2008) obtuvo valores para las cuatro regiones en que distribuyó al país:

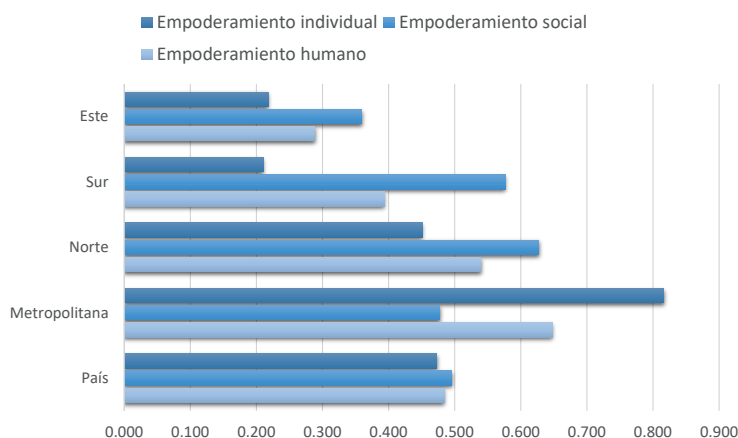
Tabla 2.3. División regional utilizada para el Índice de Empoderamiento Humano (IEH)

Metropolitana	Norte	Este	Sur
<i>Distrito Nacional</i>	<i>Dajabón</i>	El Seibo	Azua
Santo Domingo	Duarte	La Altagracia	Bahoruco
	Españillat	La Romana	Barahona
	La Vega	San Pedro de Macorís	Elías Piña
	María Trinidad Sánchez	Monte Plata	Peravia
	Montecristi	Hato Mayor	<i>San Cristóbal</i>
	Puerto Plata		San Juan
	Salcedo		Pedernales
	Santiago		Independencia
	Santiago Rodríguez		San José de Ocoa
	Valverde		
	Monseñor Nouel		
	Sánchez Ramírez		
	Samaná		

Fuente: PNUD (2008, p. 49). Cuadros sombreados en gris para las localizaciones donde se realizaron los estudios de este proyecto.

El resultado de su proceso estadístico consiste en un Índice de Empoderamiento Humano (IEH) en escala de 0 a 1, que por regiones resulta:

Gráfico 2.7. Empoderamiento humano, individual y colectivo



Fuente: PNUD (2008, p. 54)

En cuanto a las localizaciones de nuestro estudio, el mismo informe ofrece los siguientes valores para el Índice de Empoderamiento Individual por provincias (PNUD, 2008, p. 53):

- Distrito Nacional: 0,783.
- Dajabón: 0,515.
- San Cristóbal: 0,448.

Análogamente, el aspecto político del IEH (correspondiente a las capacidades colectivas en el Gráfico 2.6) se mide con un Índice de Empoderamiento Político, que da los siguientes valores para las provincias de nuestra investigación (PNUD, 2008, p. 116):

- Distrito Nacional: 0,494.
- Dajabón: 0,541.
- San Cristóbal: 0,625.

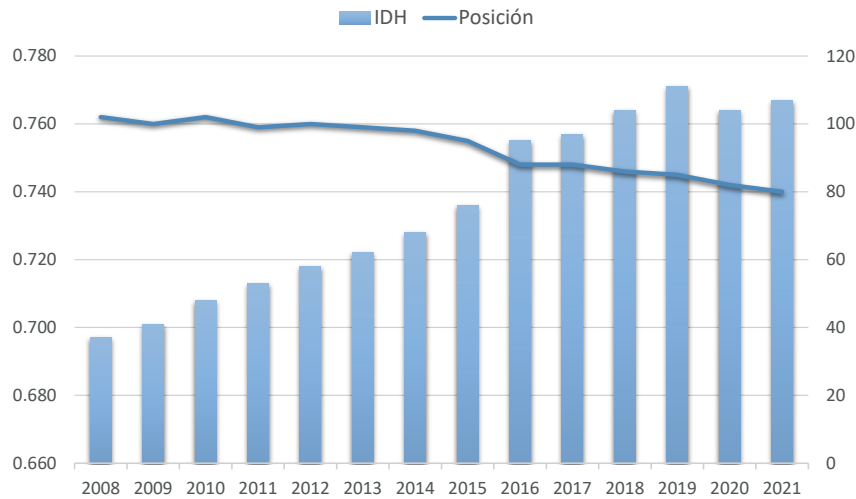
Estas son cifras antiguas; no hemos encontrado un estudio posterior usando la misma metodología. Por tanto, deben leerse más bien de manera comparativa y considerando el posible impacto de los cambios en el país durante los últimos 15 años.

Más recientes son las cifras generales del Índice de Desarrollo Humano (IDH), que el PNUD publica a nivel mundial. El IDH considera tres elementos a partes iguales: la renta per cápita, la esperanza de vida al nacer, y un indicador educativo que combina alfabetización, escolarización y duración de la educación obligatoria.

El último Informe de Desarrollo Humano es de 2022, y calcula el IDH para 2021. Allí la República Dominicana figura con un IDH de 0,767 en el puesto 80 de los 192 países que considera. Esto es inmediatamente posterior a China, que está en el puesto 79, y sitúa a República Dominicana en un nivel de desarrollo humano «alto» (PNUD, 2022a, p.27). Ajustado por la desigualdad, sin embargo, el mismo PNUD (2022b) calcula que el IDH de República Dominicana en 2021 queda en 0,618.

El IDH dominicano ha venido evolucionando positivamente en la última década y media. El traspies de la pandemia, que se notó en 2020, fue claramente global, puesto que no supuso ningún descenso del país en el orden por IDH sino al revés: en 2020 ocupaba la posición 82 mientras que en 2019 había sido la 85.

Gráfico 2.8. Evolución del IDH y la posición de República Dominicana, 2008-2021



No hemos encontrado cifras actualizadas de valores del IDH por provincias o por regiones de la República Dominicana. La última publicada corresponde a 2016 (PNUD, 2017). Para las provincias donde realizamos nuestro estudio, los valores correspondientes son:

- Distrito Nacional: 0,742.
- Dajabón: 0,451.
- San Cristóbal: 0,476.

En paralelo, y comprendiendo el período temporal de los años 1990-2021, la renta per cápita dominicana subió un 202,8% en valores constantes, la esperanza de vida al nacer en la República Dominicana aumentó en 5,5 años, el promedio de escolaridad creció en 4,0 años, y los años esperados de escolaridad aumentaron en 5,3 (PNUD, 2022b).

2.2. Acercándonos a nuestros contextos de estudio

2.2.1. Dajabón, en la línea fronteriza noroeste

La ciudad de Dajabón es la capital de la provincia del mismo nombre. Esta es una de las siete provincias de la línea fronteriza de República Dominicana con Haití, la segunda de norte a sur. Históricamente, la línea fronteriza nacional ha sido de baja densidad poblacional y se ha encontrado prácticamente estancada en cuanto a su desarrollo.

El modelo productivo predominante en la zona fronteriza, según estudios y publicaciones de diversas entidades estatales, se caracteriza por:

- La ganadería bovina con pocos elementos de complejidad tecnológica.
- El cultivo de arroz, elemento imprescindible en la mesa dominicana.
- El cultivo del banano, con la esperanza cifrada en las exportaciones.
- El comercio, tanto local como binacional.

No obstante, acciones recientes desde el Estado han suscitado proyectos de largo impacto en la zona, tales como instalación de universidades, centrales de energía renovable, complejos turísticos, entre otras acciones tendentes al encadenamiento productivo de la zona, todo esto con la esperanza de una reacción definitiva hacia el desarrollo sostenible de la región fronteriza.

La provincia de Dajabón tiene una extensión de 1.007,30 km². Limita al norte con Montecristi; al este con Santiago Rodríguez; al sur con Elías Piña; y al oeste con la República de Haití. De acuerdo al IX Censo Nacional de Población y Vivienda, a diciembre 2010 en la provincia se contaban 63.955 habitantes, 52% hombres y 48% mujeres. Su densidad poblacional era baja: 63 hab./km².

Según el Plan para el desarrollo económico local de Dajabón (MEPyD, 2017a), a nivel provincial se daban las siguientes condiciones:

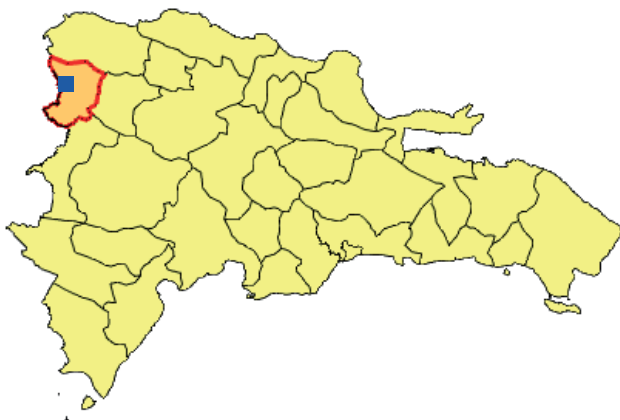
- En el año 2010, casi 50 mil personas (75,3% de la población) tenía un grado de escolaridad entre primaria y superior. El 47% de la población total tenía niveles de educación básica: de estos, 54% eran hombres y el 46% mujeres. Por otro lado, 21% de la población poseía educación media: 49% eran hombres y 51% mujeres. En la educación universitaria o superior se contaba el 8% de la población, 38% hombres y 62% mujeres (p. 20).
- En 2013 en la provincia de Dajabón se crearon 22.396 empleos de acuerdo a cifras de la ENFT (2013). Basándose en la ENFT, en el 2013 la Población en Edad de Trabajar (PET) en Dajabón ascendía a 57.746 personas, 49% hombres y 51% mujeres. De esta PET, 25.333 (43,8%) era población económicamente activa (PEA), la cual estaba segmentada en 72% hombres y 28% mujeres.

La tasa de ocupación de los hombres (57,9%) era muy superior a la tasa de las mujeres (20,1%). La tasa de desempleo promedio en Dajabón (11,6%) se situaba por debajo del promedio nacional (15,0%), siendo superior en las mujeres (17,1%) que en los hombres (9,5%).

Del total de población ocupada en 2013 (16.479), el 13,1% eran trabajadores empleados a sueldo o salario, reportándose a unos 440 empleadores o patronos en la provincia. Los trabajadores por cuenta propia constituían la primera categoría ocupacional (12.763 personas), representando el 57% de la población ocupada (pp. 21-22).

- Las tasas de pobreza de la provincia de Dajabón, estimadas en 2010, eran del 53,9% (promedio nacional 40,4%) para pobreza general y del 15,9% para pobreza extrema (promedio nacional 10,4%). Esas tasas situaban a Dajabón en los puestos 18 y 19, respectivamente, de las 32 provincias del país (pp. 23-24).

Gráfico 2.9. Situación de la provincia de Dajabón y de la ciudad de Dajabón



Fuente: Elaboración propia

La ciudad de Dajabón, capital de la provincia, es una de las comunidades urbanas en la frontera con la República de Haití. Esta condición impregna toda su vida, marcada, entre otras actividades, por el comercio binacional y por la gran presencia de nacionales haitianos.

Se encuentra a unos 300 km de Santo Domingo, la capital del país, una de las distancias más largas que cabe recorrer por tierra en República Dominicana. Esto ha implicado que tradicionalmente se vea como una realidad lejana a las grandes urbes nacionales, una suerte de ciudad fronteriza con dinámicas propias, en parte marcada por la entrada de nacionales haitianos y por la influencia de las condiciones políticas, sociales y económicas del país vecino.

Muchas de las actividades comerciales de la zona consisten en negocios orientados principalmente a satisfacer las necesidades cotidianas de los hogares, la mayoría de ellos amparados bajo la informalidad. En efecto, casi todas las actividades comerciales tienen un carácter familiar, informal y de pequeña escala productiva. Más del 60 % de los establecimientos tiene 1 ó 2 empleados. En general, son micro y pequeños negocios de subsistencia, con un volumen de venta pequeño, orientados a cubrir los ingresos de la familia o complementarlos.

En cuanto al comercio binacional, a través de la ciudad de Dajabón se articulan dos tipos de mercado entre República Dominicana y Haití:

- el de carácter formal, registrado por la Dirección General de Aduanas y demás entidades estatales; y
- el informal, denominado popularmente como «el mercado de la frontera», «la pulga», «la feria», o bien «los haitianos».

ProDominicana (2022) nota que, tras la caída debida a la pandemia en 2020, en 2021 se recuperaron los niveles previos del comercio transnacional a través de Dajabón.

Según los datos de la Dirección General de Aduanas, las exportaciones formales desde Dajabón sumaron 81 MM US\$ FOB en 2022 (DGA, 2023a). Teniendo en cuenta que el total de exportaciones hacia Haití de todo el país fue de 621 MM US\$ (DGA, 2023b), esto implica que por Dajabón se realizan el 13% de las exportaciones dominicanas hacia el país fronterizo. Datos similares son ofrecidos para las importaciones por la colecturía de Dajabón. En 2022 por allí se registraron 0,87 MM US\$ FOB (DGA, 2023c). DGA (2023d) no ofrece, sin

embargo, un registro total de importaciones formales desde Haití, de manera que no podemos comparar. Sin embargo, la proporción entre exportaciones e importaciones por Dajabón sugiere que la balanza de pagos es muy favorable a República Dominicana.

El comercio formal tiene poco impacto directo en la localidad, salvo en el sector de la hostelería, que recibe numerosos viajantes dominicanos en los días de negocio –lo que explica el gran número de hoteles de la ciudad–.

Las actividades informales, por el contrario, tienen un gran impacto económico, social y cultural en la zona. Aunque el «mercado de pulgas» es visto como propio de personas de segmentos socioeconómicos más bien de poco poder adquisitivo, es preciso acotar que, debido al volumen y las articulaciones comerciales, el mercado informal fronterizo es un negocio principalmente de exportadores-importadores-mayoristas de gran capacidad financiera, donde también se aprovecha ese espacio para transacciones de muchos bienes sin la carga impositiva y fiscal correspondiente. Así, la zona fronteriza es vista también como un espacio ideal para el trasiego ilegal de armas, drogas, bebidas alcohólicas, carbón, vegetales e incluso productos industriales.

En este escenario, Dajabón tiene un rol privilegiado debido a su ubicación fronteriza y la magnitud de los intercambios económicos y sociales que históricamente se han desarrollado con Haití. Esta afirmación toma forma concreta en las siguientes condiciones:

- Sin duda, con respecto a su zona geográfica específica la ciudad de Dajabón es el centro financiero y comercial de mayor dinamismo en la frontera entre la República Dominicana y Haití.
- Con el paso del tiempo, y a pesar de las voces nacionalistas, la realidad es que en la provincia de Dajabón se ha formado una especial pluralidad, identificada con su propia cultura y con la cultura haitiana.
- Dajabón cuenta con una población en constante capacitación para su creciente sector agroindustrial, industrial, comercial, turístico y agropecuario. Adicionalmente, y por la presencia de diversas entidades de gran prestigio social, como el ITESIL,

Dajabón es actualmente una zona atractiva para personas interesadas en la cooperación internacional, en la asistencia social y en el contacto con otras culturas, permitiendo el turismo solidario o de voluntarios.

- Dada su cercanía con otros enclaves críticos en la oferta turística nacional (actualmente en la mira de grandes proyectos estratégicos del Gobierno basados en la articulación territorial), tales como Monte Cristi y Santiago Rodríguez, Dajabón emerge como un eventual polo de especial atractivo cultural, con un modelo turístico basado en la cultura, la naturaleza y el comercio binacional.

La inestabilidad social y política de los últimos años en las zonas de Haití más cercanas a su capital, ha provocado una acelerada densificación poblacional del lado haitiano fronterizo con Dajabón, especialmente en la ciudad de Ouanaminthe. No sucede de igual forma en la ciudad dominicana de Dajabón, lo que ha generado algunas preocupaciones de seguridad nacional.

No obstante, la población de clase media y media alta de Dajabón no mira tanto hacia Haití, pese a las intensas relaciones transfronterizas. Sus oportunidades se ubican mayoritariamente en las ciudades de mayor importancia de la región norte y del país, tales como Santiago de los Caballeros y Santo Domingo.

2.2.2. Los Cacaos, una comunidad agrícola-turística en la provincia de San Cristóbal

Los Cacaos es un municipio de la provincia de San Cristóbal, marcado mayoritariamente por actividades agrícolas no altamente tecnificadas y, más recientemente, gracias a sus características naturales privilegiadas, por las actividades relacionadas con el turismo ecológico y natural, así como con el senderismo.

La provincia de San Cristóbal tiene una extensión de 1.240,91 km². Limita con el mar Caribe al sur, y con las provincias de Santo Domingo al este; San José de Ocoa y Peravia al oeste; y Monseñor Nouel y Monte Plata al norte. De acuerdo al IX Censo Nacional de Población y Vivienda, a diciembre 2010 en la provincia San Cristóbal se contaban 569.930 habitantes. De esta población 50% eran hombres y 50% mujeres. Es la tercera demarcación de mayor densidad poblacional a nivel nacional (459 hab./km²), solo por debajo del Distrito Nacional y de la provincia Santo Domingo (MEPyD, 2017b, p. 12).

Según el Plan para el desarrollo económico local de San Cristóbal (MEPyD, 2017b), a nivel provincial se daban las siguientes condiciones:

- En el año 2010, más de 440 mil personas (77,3% de la población) tenían un grado de escolaridad entre primaria y superior. El 42% de la población total tenía niveles de educación básica. De éstos, 53% eran hombres y el 47% mujeres. Por otro lado, 26% de la población poseía educación media: 49% eran hombres y 51% mujeres. En la educación universitaria o superior se contaba con 13% de la población, 37% hombres y 63% mujeres (p. 19).
- En 2013 la provincia San Cristóbal produjo 340.564 nuevos empleados, de acuerdo a cifras de la ENFT (2013). Basándose en la ENFT, en el 2013 la Población en Edad de Trabajar (PET) en San Cristóbal ascendía a 506.453 personas, 51% hombres y 49% mujeres. De esta PET, 299.056 (59,0%) era población económicamente activa (PEA), la cual estaba segmentada en 58% hombres y 42% mujeres.

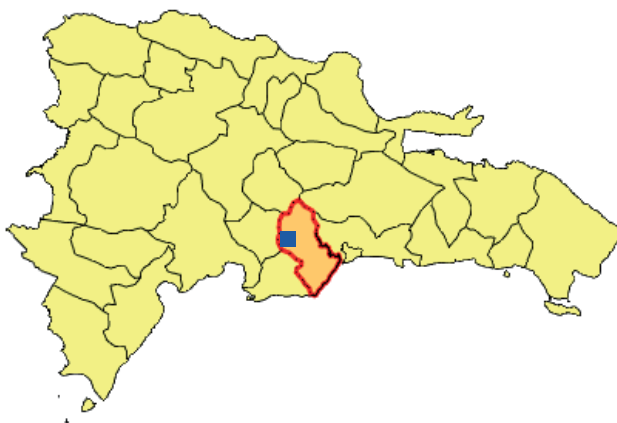
La tasa de ocupación de los hombres (67,4%) era significativamente superior a la tasa de las mujeres (50,5). La tasa de desempleo promedio en San Cristóbal (19,6%) se sitúa por encima del promedio nacional (15,0%), siendo superior en las mujeres (28,1%) que en los hombres (13,3%).

Del total de población ocupada en 2013 (240.560), el 36,3% eran trabajadores empleados a sueldo o salario, reportándose a unos 2.773 empleadores o patronos en la provincia de San

Cristóbal. Los trabajadores por cuenta propia constituían la primera categoría ocupacional (95.016 personas), representando casi el 40% de la población ocupada (p. 21).

- Las tasas de pobreza de la provincia de San Cristóbal, estimadas en 2010, eran del 31,4% (promedio nacional 40,4%) para pobreza general y del 6,4% para pobreza extrema (promedio nacional 10,4%). Esas tasas habían venido descendiendo en los años prece- dentes, situando a San Cristóbal dentro del cuarto superior de las provincias de República Dominicana (pp. 22-23).

Gráfico 2.10. Situación de la provincia de San Cristóbal y de Los Cacaos



Fuente: elaboración propia

El municipio de Los Cacaos pertenece a la segunda circunscripción de la provincia de San Cristóbal, con cabecera en Villa Altigracia. En 2010 contaba una población de 9.540 habitantes en 185,9 km², para una densidad de 51 hab./km² (ONE, 2016). Se trata de un valor mucho más bajo que el promedio provincial (459 hab./km²), lo que refleja que se trata de una zona de campo y montaña, con población mayormente dispersa y sin grandes núcleos poblados.

Según la página web informativa de su Ayuntamiento (2023), el municipio de Los Cacaos cuenta con cuatro secciones y 42 parajes, todos ubicados en las estribaciones de la cordillera central, condición que matiza y define su agradable clima y sus condiciones de población de montaña. En efecto, Los Cacaos se encuentra ubicado en un angosto valle de características de intra-montaña y posee un clima de bosque tropical húmedo.

Los «cacaeros», como se hacen llamar los oriundos de Los Cacaos, gracias al privilegiado clima que poseen en la localidad, así como a la tradición de agricultura proveniente de la migración interna desde otras comunidades aledañas, hicieron históricamente de la agricultura la base fundamental de su economía. Así, fue el café el producto más importante, por ser la base de donde obtenían el mayor de sus beneficios. Aunque la matriz de producción se diversificó a otros productos tales como el banano, el ají, el ñame, la yautía, el guineo y el tomate, hoy por hoy Los Cacaos es más reconocida por su relevancia turística que por su agricultura.

En los últimos años el municipio ha cobrado un particular protagonismo en el mapa de preferencias turísticas, tanto nacionales como internacionales, debido a su ambiente campestre de montaña y su gran orografía. Es atravesado por varios ríos, de los cuales el Nizao es el más importante. La suya es la cuenca más intervenida a nivel nacional en términos de aprovechamiento de agua, contando con el complejo hidroeléctrico de Jiguey-Aguacate-Valdesia, responsable de todo el suministro de agua potable al Distrito Nacional, así como de diversos canales de riego en la región y de generación de energía hidroeléctrica.

Los lagos de las presas se han integrado en el paisaje y en la vida de Los Cacaos, abriendo oportunidades para el turismo. En efecto, y aunque aún de manera muy artesanal e incipiente, la conversión productiva de la comunidad de Los Cacaos, de enteramente agrícola a mixta (agrícola-turística), ha suscitado una cierta especialización en su oferta de infraestructura, servicios, seguridad, gestión municipal y proyección.

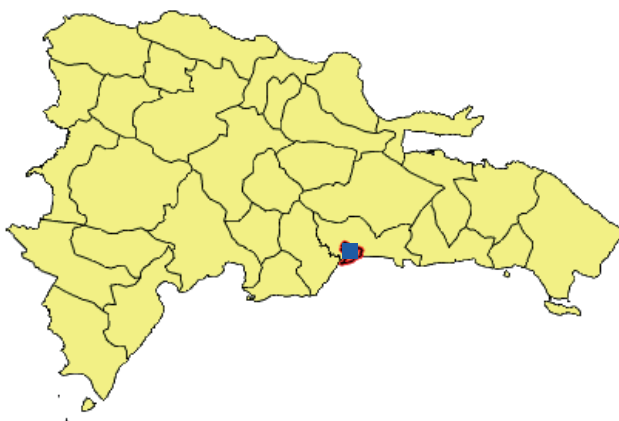
Consecuentemente, la zona cuenta con visibilidad a nivel de plataformas tales como YouTube, AirBNB y redes sociales. En ella operan

grupos de guías turísticos certificados por el Ministerio de Turismo y de Medio Ambiente, y la localidad es destino reconocido por grupos diversos, destacándose los ecoturistas, ciclistas y amantes de la vida natural.

2.2.3. Domingo Savio, en la capital del país

El barrio de Santo Domingo Savio está situado en el Distrito Nacional de la República Dominicana, donde tiene su asiento la capital del país. Según datos provistos por la Oficina Nacional de Estadísticas (ONE, 2012) el Distrito Nacional posee una extensión territorial de 91,08 Km², con una población total de 910.076 habitantes, lo que supone una densidad de 10.030 hab./km². El Distrito Nacional está ubicado en la Región Ozama: limita al norte, oeste y al este con la provincia Santo Domingo y al sur con el Mar Caribe. Aparte las divisiones administrativas, un solo continuo urbano incluye el D.N. y se extiende por la provincia de Santo Domingo y en menor medida por la de San Cristóbal.

Gráfico 2.11. Situación del Distrito Nacional
y los barrios de Santo Domingo Savio



Fuente: elaboración propia

El barrio Santo Domingo Savio se encuentra ubicado en el lado oeste de la cuenca baja del río Ozama, entre los puentes Francisco del Rosario Sánchez y Juan Bosch. Santo Domingo Savio ha sido considerado históricamente como un barrio popular, poblado principalmente por trabajadores. Otros barrios populares colindan con Santo Domingo Savio, o se encuentran enfrente, del otro lado del río.

El sector Domingo Savio comprende los barrios La Ciénaga, Guachupita y Los Guandules, últimamente marcados como entornos de amplia fragilidad en términos de seguridad ciudadana. Continuando con los datos provistos por la Oficina Nacional de Estadísticas (2012), el área abarcada por estas demarcaciones comprendidas en Domingo Savio es de 102,49 ha. (45,15 ha. de la Ciénaga y 57,34 de los Guandules, respectivamente). Están contenidas dentro la circunscripción No. 3 del Distrito Nacional, en la cual se concentra la mayor cantidad de población y densidad de todo Santo Domingo (mapa en Sosa Valdez, 2021, p. 187). De hecho, en el año 1999 Santo Domingo Savio era el espacio capitalino que presentó la mayor tasa de crecimiento demográfico.

Además de las condiciones de inseguridad ciudadana y el evidente hacinamiento, uno de los mayores problemas históricos de Domingo Savio está relacionado con el manejo hídrico, tanto el vertido de las aguas residuales como el desagüe hacia el río Ozama que amenaza a las casas del barrio en la amplia franja a sus orillas en épocas de lluvias (Cela, 1987). Según datos ofrecidos por la Presidencia de la República (2017), la Cañada de Bonavides, que atraviesa el sector, nace en la llamada «Loma del Chivo» en el barrio de María Auxiliadora, termina en el río Ozama y recibe todo el vertido de sólidos y aguas residuales de estos espacios.

Diversos planes urbanísticos han sido diseñados para resolver este problema, en niveles administrativos cada vez más altos. Durante el presente periodo presidencial (2020-2024), la Comisión presidencial constituida previamente ha sido convertida en un ‘Gabinete para la rehabilitación, saneamiento, preservación y uso sostenible de las cuencas de los ríos Ozama e Isabel’ encabezado por el Ministerio de Medio

Ambiente. Al momento de realizar el trabajo de campo correspondiente a nuestro estudio, una pequeña parte del Plan de Desarrollo Urbano Sostenible de la Ciénaga planeado por la anterior Comisión, había sido ya realizado, requiriendo el desalojo y demolición de algunas casas a la orilla del río.

Referencias

- Acs, Z., Desai, S. and Klapper, L. 2008. What does «entrepreneurship» data really shows? *Small Business Economics* 31, pp. 265–281 (2008).
- Alcaldía del D.N. (s.f.) Plan Municipal de Desarrollo del Distrito Nacional 2020-2024. [https://www.sismap.gob.do/Municipal/uploads/evidencias/637462984116335145-5\)-2020-2024-PLAN-MUNICIPAL-DE-DESARROLLO-20.11.2020.pdf](https://www.sismap.gob.do/Municipal/uploads/evidencias/637462984116335145-5)-2020-2024-PLAN-MUNICIPAL-DE-DESARROLLO-20.11.2020.pdf)
- Ayuntamiento de Dajabón (2023). Página web oficial. <https://ayuntamientodajabon.gob.do/>
- Ayuntamiento de Los Cacaos (2023). Página web oficial. <https://ayuntamientoloscacaos.gob.do/>
- Banco Central de la República Dominicana (2007). *La Informalidad en el Mercado Laboral Urbano de la República Dominicana*. Secretaría de Estado de Economía, Planificación y Desarrollo; Banco Central de la República Dominicana; Banco Mundial. <https://documents1.worldbank.org/curated/en/372361468248057650/pdf/716560ESW0P10500PUBLIC00SPANISH0ACS.pdf>
- Banco Central de la República Dominicana (2023). *Boletín Trimestral del Mercado Laboral ene-mar 2023*. <https://www.bancentral.gov.do/a/d/2541-encuesta-continua-encft>
- Banco Mundial (2023a). República Dominicana: panorama general. <https://www.bancomundial.org/es/country/dominicanrepublic/overview>
- Banco Mundial (2023b). República Dominicana: datos. <https://datos.bancomundial.org/pais/república-dominicana>
- Cela, J. (1987). Espacios urbanos y conflictos sociales: el caso de la Zona Norte de Santo Domingo. *Ciencia y Sociedad* 12 (3). <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7481062.pdf>

- Datos Macro (2023). República Dominicana - Índice de Desarrollo Humano. Expansión. <https://datosmacro.expansion.com/idh/república-dominicana>
- DGA (2023a). Exportaciones por colecturía enero 2012-marzo 2023. Dirección General de Aduanas. https://www.aduanas.gob.do/media/24303/exportaciones_por_colecturia_enero_2012_mayo_2023.xlsx
- DGA (2023b). Exportaciones por país de destino enero 2012-marzo 2023. Dirección General de Aduanas. https://www.aduanas.gob.do/media/24334/exportaciones_por_pais_destino_enero_2012_mayo_2023.xlsx
- DGA (2023c). Importaciones por colecturía enero 2012-marzo 2023. Dirección General de Aduanas. https://www.aduanas.gob.do/media/24295/importaciones_por_colecturia_enero_2012_mayo_2023.xlsx
- DGA (2023d). Importaciones por país de origen enero 2012-marzo 2023. Dirección General de Aduanas. https://www.aduanas.gob.do/media/24293/importaciones_por_pais_de_origen_enero_2012_mayo_2023.xlsx
- DGII (2013). *Impacto de la informalidad en la recaudación del impuesto sobre la renta de las personas físicas*. Dirección General de Impuestos Internos. https://www.ciat.org/Biblioteca/DocumentosdeTrabajo/2013/2013_DT_4_impacto_dgii.pdf
- GEM (2022). Global Entrepreneurship Monitor. *Reporte República Dominicana 2021*. https://anje.org/wp-content/uploads/2022/02/INFORME_GEM_2022.pdf
- IDEC (2022). *Informe general de seguimiento y monitoreo del año 2022*. <https://idec.edu.do/uploads/publicaciones/informe-general-idec-2022-web.pdf>
- INDOTEL (2022). *Informe Anual Desempeño de las Telecomunicaciones 2021*. <https://transparencia.indotel.gob.do/wp-content/uploads/2022/12/informe-desempeno-de-las-telecomunicaciones-2021.pdf>
- MEPyD (2017a). *Plan para el desarrollo económico local de la provincia Dajabón*. [https://mepyd.gob.do/wp-content/uploads/drive/DIGEDES/Planes%20para%20el%20Desarrollo%20Economico%20Local%20Provinciales%20y%20Regionales/DAJABON-%20IMPRENTA%20%5BCC%5D%20\(2\).pdf](https://mepyd.gob.do/wp-content/uploads/drive/DIGEDES/Planes%20para%20el%20Desarrollo%20Economico%20Local%20Provinciales%20y%20Regionales/DAJABON-%20IMPRENTA%20%5BCC%5D%20(2).pdf)

- MEPyD (2017b). *Plan para el desarrollo económico local de la provincia San Cristóbal*. <https://mepyd.gob.do/wp-content/uploads/drive/DIGEDES/Planes%20para%20el%20Desarrollo%20Economico%20Local%20Provinciales%20y%20Regionales/SAN%20CRISTOBAL%20-%20IMPRESA.pdf>
- MEPyD (2023a). *Panorama macroeconómico 2023-2027 a junio 2023*. Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo. https://mepyd.gob.do/wp-admin/admin-ajax.php?juwpfisadmin=false&action=wpfd&task=file.download&wpfd_category_id=20468&wpfd_file_id=362430&token=&preview=1
- MEPyD (2023b). *Boletín de estadísticas oficiales de pobreza monetaria en la República Dominicana 2022*. Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo. <https://mepyd.gob.do/publicaciones/boletin-de-estadisticas-oficiales-de-pobreza-monetaria-en-republica-dominicana-2022/>
- MINERD (2016). *Memoria Institucional del Ministerio de Educación de la República Dominicana 2015*. Ministerio de Educación de la República Dominicana. <https://www.ministeriodeeducacion.gob.do/docs/memorias/memoria-2015.pdf>
- MINERD (2022). *Anuario de Indicadores Educativos el Ministerio de Educación de la República Dominicana 2020-2021*. Ministerio de Educación de la República Dominicana. <https://www.ministeriodeeducacion.gob.do/docs/oficina-nacional-de-planificacion-y-desarrollo-educativo/2fpr-anuario-de-indicadores-educativos-ano-lectivo-2020-2021pdf.pdf>
- Morillo Pérez, A. (2014). *Mapa de la pobreza en la República Dominicana. Informe general*. MEPyD. https://mepyd.gob.do/mepyd/wp-content/uploads/archivos/uaaes/mapa_pobreza/2014/Mapa%20de%20la%20pobreza%202014,%20informe%20general,%20editado%20final%20FINAL.pdf
- Municipio de Dajabón (2021). *Plan Municipal de Desarrollo 2020-2024*. <https://ayuntamientodajabon.gob.do/transparencia/wp-content/uploads/2021/03/Borrador-Final-PMD-Municipio-de-Dajabon-2020-2024.pdf>
- OECD (2022). *Multi-dimensional Review of the Dominican Republic: Towards Greater Well-being for All*. OECD Development Pathways, OECD Publishing. <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/560c12bf-en.pdf>

- OIT (2023). *Panorama Laboral 2022 para América Latina y el Caribe*. Organización Internacional del Trabajo. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_867497.pdf
- ONE (2012). *Censo Nacional de Población y Vivienda 2010. Informe General*. Oficina Nacional de Estadística. <http://coleccion.es.agn.gob.do/opac/ficha.php?informatico=00111564PI&codopac=OPDIG&idpag=1535598975>
- ONE (2015). Estimaciones y proyecciones nacionales de población 1950-2100. <https://biblioteca.es.agn.gob.do/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=62934>
- ONE (2016). Tu municipio en cifras. Los Cacaos. <https://ayuntamientolos-cacaos.gob.do/wp-content/uploads/2019/07/Los-Cacaos-2016.pdf>
- ONE (2018). Tu municipio en cifras. Dajabón. <https://ayuntamientodajabon.gob.do/wp-content/uploads/2018/04/Dajab%C3%B3n.pdf>
- ONE (2023). Boletín Censal nº26, 10 de agosto 2023.
- ONE & UNICEF (2015). *ENHOGAR - Encuesta Nacional de Hogares de Propósitos Múltiples 2014. Resultados Principales*. Oficina Nacional de Estadística. <https://dominicanrepublic.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/RepublicaDominicanaEnhogarMICS2014ResultadosPrincipales.pdf>
- OPS (2023). República Dominicana. Organización Panamericana de la Salud. <https://www.paho.org/es/republica-dominicana>
- Ortiz, M., Cabal, M., & Mena, R. (2014). *Micro, Pequeñas y medianas Empresas en la República Dominicana 2013*: FondoMicro. https://fondo-micro.org/wp-content/uploads/2014/10/listfile_download3.pdf
- PNUD (2008). *Informe Nacional de Desarrollo Humano de la República Dominicana*. <https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2023-03/INDH%20RD%202008.pdf>
- PNUD (2017). Desarrollo Humano Regional IDHr de República Dominicana. <https://mapa.do.undp.org/map>
- PNUD & MICM (2020). *Situación económica y de mercado de las mipymes en República Dominicana por la crisis del COVID 19*. PNUD. https://dominicanrepublic.un.org/sites/default/files/2020-07/INFORME_Encuesta_mipymes_PNUDMICM_17_6_2020-comprimido.pdf
- PNUD (2021). *La próxima frontera: desarrollo humano y el Antropoceno. Nota informativa para los países acerca del Informe sobre Desarrollo Humano 2020. República Dominicana*. <https://hdr.undp.org/sites/default/files/Country-Profiles/es/DOM.pdf>

- PNUD (2022a). *Informe sobre Desarrollo Humano 2021-2022. Panorama General*. <https://hdr.undp.org/system/files/documents/global-report-document/hdr2021-22overviewspdf.pdf>
- PNUD (2022b). Country data: Dominican Republic. <https://hdr.undp.org/data-center/specific-country-data#/countries/DOM>
- PNUD (2023). PNUD en República Dominicana. <https://www.undp.org/es/dominican-republic>
- Presidencia de la República Dominicana (2017). *Perfil Proyecto Nuevo Domingo Savio (Sectores: La Ciénaga- Los Guandules, Distrito Nacional D.N.)* Presidencia de la República Dominicana. <https://www.urbe.gob.do/wp-content/uploads/2021/01/perfil-proyecto-nds.pdf>
- ProDominicana (2022). *Perfiles Productivos Provinciales para la Promoción de las Exportaciones y la Atracción de Inversión para el Desarrollo*. <https://prodominicana.gob.do/Documentos/Perfiles%20productivos%20provinciales%202022.pdf>
- Proyecto Mesoamérica (2022), República Dominicana, COVID-19. <http://proyectomesoamerica.org/index.php/republica-dominicana-COVID-19>
- Rauber, I. (2002). *Género y pobreza. Problemas urbano ambientales de los barrios La Ciénaga y Los Guandules y su vínculo con las relaciones entre hombres y mujeres*. UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000146646>
- Reyes, N. (2023, 30 de mayo). Ministro de Educación: Alumnos no aprenden ni siquiera lo básico. *Listín Diario*. https://listindiario.com/la-republica/educacion/20230530/ministro-educacion-alumnos-aprenden-siquiera-basico_756055.html
- Sosa Valdez, D. (2021). ¿(In)sostenibles? Confrontando la sostenibilidad urbana a los barrios pobres dominicanos. *Revista INVI*, 36, 173-199. <https://www.scielo.cl/pdf/invi/v36n101/0718-8358-invi-36-101-173.pdf>
- Then, C. & Vásquez, J. (2020). Educación Dominicana en el Contexto de la COVID-19. IDEICE. <https://ideice.gob.do/documentacion/publicaciones-msg-set-id-4-art-132-educacion-dominicana-en-el-contexto-de-la-COVID-19>
- TSS (2023). *Boletín estadístico del Régimen Contributivo del Sistema Dominicano de Seguridad Social (DSSS)*. Marzo 2023. Tesorería de la Seguridad Social. https://www.tss.gob.do/transparencia/assets/bercsdss_032023.pdf

3. Comunicación

Isabel Cáceres; Pablo Navazo

3.1. Introducción

En el contexto general del proyecto, desde el área de Comunicación se ha pretendido abordar tanto la formación teórico-práctica de población en contextos vulnerables, como el análisis del impacto y potencial del ámbito digital.

Por eso nuestra línea de acción se ha desarrollado en dos fases consecutivas. En primer lugar, se ha realizado un estudio de las audiencias más jóvenes provenientes de las poblaciones menos favorecidas, para analizar sus referentes socioculturales, entender sus influencias y sus modelos referenciales. Una vez retratado el entorno digital en el que los jóvenes se mueven habitualmente, se han extraído y desarrollado conclusiones sobre sus valores y los mensajes a los que constantemente se exponen. Este análisis y conclusiones servirán como un punto de partida reflexivo para el desarrollo de la segunda parte didáctica del proyecto. Esta segunda fase, que ya no está contenida aquí, tendrá como foco el desarrollo profesional de los jóvenes, empoderando sus capacidades comunicativas de cara a una potencial empleabilidad futura.

Pretendemos proponer una formación que fomente la adquisición de conocimientos en tecnologías audiovisuales por parte de los jóvenes participantes, conocimiento que les capacite para un mejor empleo en un contexto sociolaboral algo precario. Se parte de la convicción de que la formación en alfabetización mediática, digital y audiovisual en personas pertenecientes a comunidades de escasos recursos, puede ser una eficaz herramienta para el empoderamiento, tratando de evitar así la exclusión social y favorecer el cambio social dentro y fuera de sus poblaciones de origen. Algunas de las competencias concretas implementadas en la formación para los jóvenes abarcan los siguientes objetivos específicos:

- Adquisición por estos jóvenes de habilidades de análisis y reflexión para comprender la trascendencia y el alcance de los entornos digitales.
- Adquisición de habilidades para generar producciones audiovisuales de calidad con contenido analítico y mensaje constructivo hacia el cambio social.
- Aplicación de mejoras en perfiles personales bajo el enfoque profesional de usuarios, es decir, potenciar el desarrollo de habilidades digitales de cara a su empleabilidad laboral.
- Creación y mejora de canales de difusión de contenidos digitales en redes sociales centradas en cambios de valores sociales.

La investigación realizada desde el área de Comunicación se ha centrado en el análisis de cuatro grandes aspectos del impacto del proceso de digitalización en los jóvenes estudiantes dominicanos dentro de contextos vulnerables. En primer lugar, el análisis ha querido atender a las distintas variables de impacto en el uso en Internet en general y las redes sociales en concreto, por parte de los más jóvenes. Desde cuestiones como ¿dónde y con qué frecuencia hacen uso de Internet y redes sociales? hasta con ¿qué fines utilizan Internet y las redes sociales principalmente?

En segundo lugar, el estudio se centra en las audiencias más jóvenes, en concreto respecto al consumo y la producción de contenidos culturales digitales. Se analiza desde el tipo de contenidos que suelen publicar en redes sociales hasta las aplicaciones y herramientas *online* empleadas para la realización de contenidos audiovisuales.

En tercer lugar, también se han considerado las problemáticas que pueden presentar el desarrollo de la digitalización y así como los cuidados parentales en el ámbito digital, para poder detectarlos y paliarlos. Finalmente se ha tratado de enfocar la mirada en la satisfacción personal de los jóvenes y su estado de bienestar bajo el prisma de sus condiciones socioculturales, tratando de indagar sobre los efectos de la digitalización en las relaciones sociales de los adolescentes.

3.2. Método

Los participantes en este estudio fueron principalmente adolescentes y jóvenes procedentes de distintos entornos vulnerables de República Dominicana. En concreto, se trataba de muchachos y muchachas de entre 15 y 20 años habitantes de tres entornos diferentes:

- Urbano (Domingo Savio, Distrito Nacional).
- Rural (Los Cacaos, provincia de San Cristóbal).
- De frontera (Dajabón, frontera con Haití).

En cada una de las localizaciones se llevaron a cabo dos recogidas de datos complementarias: encuestas y entrevistas. Las encuestas permitieron explorar las tendencias generales de uso de Internet y la digitalización, mientras que las entrevistas ofrecieron un análisis más detallado de las experiencias personales e individuales de los jóvenes con el uso de Internet. En este libro nos ocupamos únicamente de los resultados de las encuestas.

3.2.1. Encuestas

Las encuestas fueron aplicadas por una empresa profesional de sondeos en las tres áreas mencionadas anteriormente. Además de estos tres entornos caracterizados por su distinto nivel de vulnerabilidad, se realizaron también encuestas de contraste a adolescentes y jóvenes de contextos no especialmente vulnerables (zonas de clase media y media-alta en San Cristóbal y Santo Domingo). Esto permitió la comparación de los entornos vulnerables respecto a poblaciones comunitarias de una posición social más desahogada.

3.2.1.1. Demografía

El número total de jóvenes encuestados fue de 1.074, divididos por zonas como puede observarse en la Tabla 3.1.

Tabla 3.1. Zonas de residencia de los participantes en el estudio

	Frecuencia
Dajabón	386
Los Cacaos	61
Domingo Savio	236
Encuestas de Contraste	391
Total	1074

Los 1.074 adolescentes se dividían en 483 varones y 591 hembras, y tenían un rango de edad de entre 15 y 20 años, siendo la edad media mayor de dieciséis años y medio ($M = 16.68$, $DT = 0.70$).

En concreto, la distribución por edades puede verse en la Tabla 3.2.

Tabla 3.2. Edad de los participantes en el estudio

	Frecuencia
15 años	6
16 años	460
17 años	484
18 años	117
19 años	6
20 años	1

Estos adolescentes estaban escolarizados en trece centros distintos. Como se observa en la Tabla 3.3, la mayor parte de los participantes se encontraban en el Colegio Loyola Santo Domingo (n = 100), en el Instituto Tecnológico San Ignacio de Loyola (n = 192), en el Liceo Técnico Domingo Savio Fe y Alegría (n = 133) y en la Secundaria Babeque (n = 163).

Tabla 3.3. Centros escolares en los que se encontraban los participantes del estudio

	Lugar	Frecuencia
Centro Educativo Padres Somascos	Dajabón	53
Colegio Evangélico Simón Bolívar	Dajabón	18
Instituto Tecnológico San Ignacio de Loyola	Dajabón	192
Liceo Carmen Digna	Dajabón	50
Liceo Manuel Arturo Machado	Dajabón	47
Madre Gertrudis Castanner Fe y Alegría	Dajabón	26
Liceo Rosario Torres	Domingo Savio	103
Liceo Técnico Domingo Savio Fe y Alegría	Domingo Savio	133

Liceo Marino Garabito	Los Cacaos	61
Instituto Politécnico Loyola	San Cristóbal (contraste)	77
Colegio Loyola Santo Domingo	Santo Domingo (contraste)	100
Colegio Santa Barbara	Santo Domingo (contraste)	51
Centro Secundaria Babeque	Santo Domingo (contraste)	163
Total		1074

Respecto a las características familiares y sociodemográficas de los participantes, como se observa en la Tabla 3.4, la mayoría de los jóvenes viven en casas construidas por personas comunes ($n = 676$), seguido por quienes viven en apartamentos en edificios de varios pisos ($n = 346$) y, menos frecuentemente, quienes viven en casas construidas por empresas constructoras ($n = 52$).

En la Tabla 3.5. figura el número de personas que conviven en los hogares. Lo más frecuente es que los adolescentes convivan en familias de tres ($n = 124$), cuatro ($n = 176$) o cinco personas ($n = 199$).

Como puede verse en la Tabla 3.6, el nivel educativo de las familias de los participantes era, en general, medio-alto, ya que la mayoría de familias tenían estudios mayores a secundaria ($n = 634$) o secundaria completa ($n = 261$) o incompleta ($n = 106$).

Tabla 3.4. Tipo de vivienda en la que viven los participantes del estudio

	Dajabón	Los Cacaos	Domingo Savio	San Cristóbal	Santo Domingo	Total
Apartamento en un edificio de varios pisos	17	3	47	17	262	346
Casa construida por una empresa constructora	18	2	3	6	23	52
Casa construida por personas comunes	351	56	186	54	29	676
Total	386	61	236	77	314	1074

Tabla 3.5. Número de personas que viven en el hogar (incluyendo al propio participante)

	Dajabón	Los Cacaos	Domingo Savio	San Cristóbal	Santo Domingo	Total
1	0	1	0	0	0	1
2	23	7	13	0	9	52
3	68	17	39	8	52	184
4	109	8	59	33	129	338
5	103	15	81	24	87	310
6	46	4	32	12	30	124
7	21	4	8	0	6	39
8	13	2	3	0	1	19
9	3	2	1	0	0	6
10	0	1	0	0	0	1
Total	386	61	236	77	314	1074

Tabla 3.6. Nivel educativo más alto en el hogar («De entre todos los adultos en activo en tu familia, ¿cuál es el grado de escolaridad de quien estudió más?»)

	Dajabón	Los Cacaos	Domingo Savio	San Cristóbal	Santo Domingo	Total
Primaria incompleta	11	4	6	0	0	21
Primaria completa	10	6	10	0	0	26
Secundaria incompleta	44	18	40	4	0	106
Secundaria completa	138	16	94	4	9	261
Mayor a secundaria	169	13	83	69	300	634
Ninguno	5	1	1	0	0	7
No sabe / No contesta	9	3	2	0	5	19

Por último, en las siguientes tablas puede verse la relación entre el género de los participantes y su edad (Tabla 3.7), entre el género de los participantes y su zona de residencia (Tabla 3.8) y entre la edad de los participantes y su zona de residencia (Tabla 3.9).

Tabla 3.7. Género de los participantes por edad

	15 años	16 años	17 años	18 años	19 años	20 años	Total
Varón	2	211	204	61	4	1	483
Hembra	4	249	280	56	2	0	591
Total	6	460	484	117	6	1	1074

Tabla 3.8. Género de los participantes por zona de residencia

	Dajabón	Los Cacaos	Domingo Savio	San Cristóbal	Santo Domingo	Total
Varón	178	30	97	34	144	483
Hembra	208	31	139	43	170	591

Tabla 3.9. Edad promedio de los participantes por zona de residencia

	N	Edad promedio	Desviación
Dajabón	386	16,71	0,675
Los Cacaos	61	17,20	1,030
Domingo Savio	236	16,87	0,709
San Cristóbal	77	16,32	0,637
Santo Domingo	314	16,49	0,544
Total	1074	16,68	0,700

3.2.1.2. Cuestionario

El instrumento de recogida de datos consistió en una encuesta con preguntas cerradas con múltiples opciones de respuesta. El cuestionario completo puede verse en el Anexo 3.1. Para el presente estudio solo se tuvieron en cuenta los resultados de algunas de las preguntas, en concreto, aquellas más relacionadas con las cuestiones objeto de estudio del ámbito de la Comunicación.

Las preguntas pueden agruparse en los bloques de contenidos diferenciados que se detallan a continuación:

1. Datos identificativos y sociodemográficos: Número de participante, género, edad, centro escolar, zona de residencia, curso académico, composición familiar, etc.
2. Uso de Internet y redes sociales.
 - 2.1. Uso general de Internet (lugares de conexión, dispositivos que utilizan para conectarse a Internet, frecuencia de uso de Internet, problemas frecuentes para utilizar Internet).
 - 2.2. Redes sociales (frecuencia general de uso de redes sociales, amplitud de la red social, contactos/seguidores, funciones de las redes sociales, uso que hacen de redes sociales)
 - 2.3. Actividades en Internet (tipo de actividad que realizan en Internet).
 - 2.4. Búsqueda de información a través de Internet (Google, YouTube...).
 - 2.5. Promoción educativa y laboral a través de Internet (utilización de Internet para la formación y para el desarrollo profesional).
 - 2.6. Inconvenientes en el seguimiento del curso derivados de la suspensión de clases por la pandemia.
3. Producción de contenidos: Edición y producción de contenidos en Internet/redes sociales (realizar o editar contenidos audiovisuales, publicaciones en redes sociales).

3.3. Resultados

3.3.1. Dajabón

3.3.1.1. Datos sociodemográficos de los participantes

En Dajabón contestaron a las encuestas un total de 386 adolescentes, 178 varones y 208 hembras (Tabla 3.10), de entre 15 y 18 años (Tabla 3.11). Alrededor de la mitad se encontraban escolarizados en quinto curso ($n = 194$) y la otra mitad en sexto curso ($n = 192$), como puede observarse en la Tabla 3.12. Una amplia mayoría de los participantes de Dajabón, el 91%, vivían en casas construidas por personas comunes, y el resto vivían en casas construidas por constructoras o en apartamentos en edificios de varios pisos (Tabla 3.13).

Tabla 3.10. Género de los participantes (Dajabón)

	Frecuencia	Porcentaje
Varón	178	46,1
Hembra	208	53,9
Total	386	100

Tabla 3.11. Edad de los participantes (Dajabón)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
15 años	1	0,3	0,3
16 años	157	40,7	40,9
17 años	181	46,9	87,8
18 años	47	12,2	100
Total	386	100	

Tabla 3.12. Nivel de escolarización de los participantes (Dajabón)

	Frecuencia	Porcentaje
Quinto curso	194	50,3
Sexto curso	192	49,7
Total	386	100

Tabla 3.13. Tipo de vivienda de los participantes (Dajabón)

	Frecuencia	Porcentaje
Apartamento en un edificio de varios pisos	17	4,4
Casa construida por una empresa constructora	18	4,7
Casa construida por personas comunes	351	90,9
Total	386	100

3.3.1.2. Resultados de la encuesta

3.3.1.2.1. Inconvenientes para el seguimiento del curso por la pandemia

El primer contenido que exploramos en las encuestas fueron los inconvenientes que habían encontrado los jóvenes para seguir el curso académico durante la pandemia por COVID-19. Esta encuesta se realizó en el año 2022, inmediatamente después de la crisis asociada a esta pandemia. Como se observa en la Tabla 3.14, la mayoría de los participantes reportaron que no habían tenido dificultades significativas para seguir el curso académico. Los inconvenientes más frecuentes fueron no contar con recursos computacionales suficientes para seguir las clases ($n = 95$), por ejemplo cuando varios hermanos compartían una sola computadora en el hogar, la falta de tiempo por tener que colaborar en las tareas domésticas y del hogar ($n = 70$) o que sus familiares no habían podido ayudarles en las tareas escolares por falta de tiempo ($n =$

= 51). Aun así, el número de jóvenes que reportaron estas dificultades fue inferior a los que no habían tenido esta problemática.

Tabla 3.14. Inconvenientes en el seguimiento del curso por la pandemia (Dajabón)

¿Cuáles son los principales inconvenientes que ha tenido en el seguimiento del curso durante el tiempo de suspensión de clases por la pandemia?	Sí	No
Mis familiares no han podido ayudarme en las tareas de la escuela por falta de tiempo	51	335
Mis familiares no han podido ayudarme por falta de formación	37	349
No he tenido recursos computacionales suficientes para el seguimiento de las clases	95	291
He tenido dificultades para acercarme al colegio a recoger las tareas	34	352
He tenido dificultades por falta de tiempo por tener que colaborar en las tareas del hogar	70	316
He tenido dificultades por falta de tiempo por tener que trabajar	24	362
He tenido dificultades por falta de tiempo por tener que cuidar de un hijo/s o familiar cercano	8	378

3.3.1.2.2. Conexión y uso de Internet y redes sociales

Lugar de conexión a Internet

Otro de los contenidos abordados se refería a los lugares y dispositivos a través de los cuales los jóvenes se conectan a Internet. En la Tabla 3.15 se aprecia un uso mayoritario de los dispositivos móviles (n = 368) seguido por conexión a través de computadoras desde los hogares familiares (n = 179) y muy de cerca por conexión en hogares de familiares o amigos (n = 140) y en la escuela o centro de estudios (n = 105).

Tabla 3.15. Lugares de conexión a Internet (Dajabón)

¿Desde dónde sueles conectarte habitualmente a Internet?	Sí	No
Desde la computadora de casa	179	207
Desde mi celular personal	368	18
En el colegio o centro de estudio	105	281
Desde la casa de un amigo o un familiar	140	246
Desde un cibercafé o un negocio con wifi de pago	44	342
Desde una red abierta en la calle	60	326
Desde una biblioteca o institución pública	61	325
Otro	1	385

Frecuencia de uso de Internet

Respecto a la frecuencia con la que los adolescentes y jóvenes se conectaban a Internet, la Tabla 3.16 muestra que la gran mayoría de jóvenes en Dajabón se conectan a Internet y redes sociales más de 5 veces al día (n = 260). Esta tendencia se observa tanto en los muchachos (n = 110) como en las muchachas (n = 150). La enorme mayoría de los adolescentes se conectaban a Internet al menos una vez al día.

Tabla 3.16. Frecuencia de uso de Internet y redes sociales (Dajabón)

¿Con qué frecuencia haces uso de Internet y las redes sociales?	Menos de una vez al día	Una vez al día	De 2 a 3 veces al día	De 4 a 5 veces al día	Más de 5 veces al día
Muestra completa	2	18	73	33	260
Varones	1	12	34	21	110
Hembras	1	6	39	12	150

Problemas con el uso de Internet

En este estudio también exploramos los problemas o dificultades más comunes que los adolescentes de Dajabón se encontraban a la hora de utilizar Internet. En la Tabla 3.17 se aprecia una problemática mayor de conexión a Internet por saturación publicitaria (n = 141) seguida por la baja velocidad de conexión (n = 71) y la deficiente cobertura de la red (n = 48). Sin embargo, otras variables como el coste de acceder a Internet o cuestiones de privacidad y falta de confidencialidad no suponen un problema para la mayoría de estos jóvenes.

Tabla 3.17. Problemas con el uso de Internet (Dajabón)

¿En qué medida encuentras proble- mas de cada tipo al utilizar Internet?	Nunca	Poco	Medio	Bastante	Mucho
Velocidad	71	75	119	50	71
Calidad de acceso (buena cobertura)	79	91	99	69	48
Seguridad	143	84	70	56	33
Coste	182	84	57	32	28
Privacidad / Falta de confi- dencialidad	199	71	49	36	31
Idioma	170	84	68	35	29
Demasiada publicidad	56	38	68	83	141
Infección por virus o pro- grama espía (spyware)	188	72	53	37	35

Uso de redes sociales

Otro de los objetivos de este estudio era conocer qué redes sociales utilizan con más frecuencia los adolescentes en Dajabón. Como se observa en la Tabla 3.18, la gran mayoría de jóvenes en Dajabón hacen un uso extensivo de las redes sociales digitales en general, en concreto

de las apps Tik Tok (n = 146), Instagram (n = 135) y Facebook (n = 97). Esta tendencia en el empleo de estas determinadas aplicaciones digitales se observa tanto en los varones destacando el uso de Instagram (n = 52), como en el de las mujeres en Tik Tok con una altísima cifra de respuestas (n = 102). Los adolescentes también mencionaron otras redes sociales que utilizan con frecuencia, entre las que se encuentran WhatsApp, Messenger, Snapchat y Telegram. Por el contrario, se observa en la Tabla 3.18 que el uso que los adolescentes y jóvenes hacían de LinkedIn, red social más vinculada al contexto laboral, era muy infrecuente (en concreto, ningún adolescente en Dajabón la utilizaba mucho; y únicamente 15 la utilizaban en algún momento, 5 hombres y 10 mujeres).

Tabla 3.18. Redes sociales utilizadas por los participantes (Dajabón)

¿En qué medida usas las siguientes redes sociales?					
Muestra total	Nunca	Poco	Medio	Bastante	Mucho
Facebook	83	85	71	50	97
Twitter	319	31	16	7	13
Instagram	50	53	69	79	135
Tik Tok	65	42	64	69	146
LinkedIn	371	12	2	1	0
Varones	Nunca	Poco	Medio	Bastante	Mucho
Facebook	39	38	40	17	44
Twitter	151	14	5	2	6
Instagram	21	33	33	39	52
Tik Tok	43	21	36	34	44
LinkedIn	173	4	1	0	0

Hembras	Nunca	Poco	Medio	Bastante	Mucho
Facebook	44	47	31	33	53
Twitter	168	17	11	5	7
Instagram	29	20	36	40	83
Tik tok	22	21	28	36	102
LinkedIn	198	8	1	1	0

Número de contactos/seguidores

En la Tabla 3.19 se observa que la mayoría de jóvenes en Dajabón tienen entre 10 y 200 seguidores en su red social más usada ($n = 178$) y que en comparación pocos jóvenes tienen más de 1000 seguidores en redes sociales ($n = 75$). Esta tendencia se observa tanto en los varones como en las mujeres, aunque en estas hay más variabilidad, encontrando a algunas de ellas con relativamente pocos seguidores ($n = 77$) y a otras con un número relativamente alto de seguidores ($n = 13$).

Tabla 3.19. Número de contactos de redes sociales de los participantes (Dajabón)

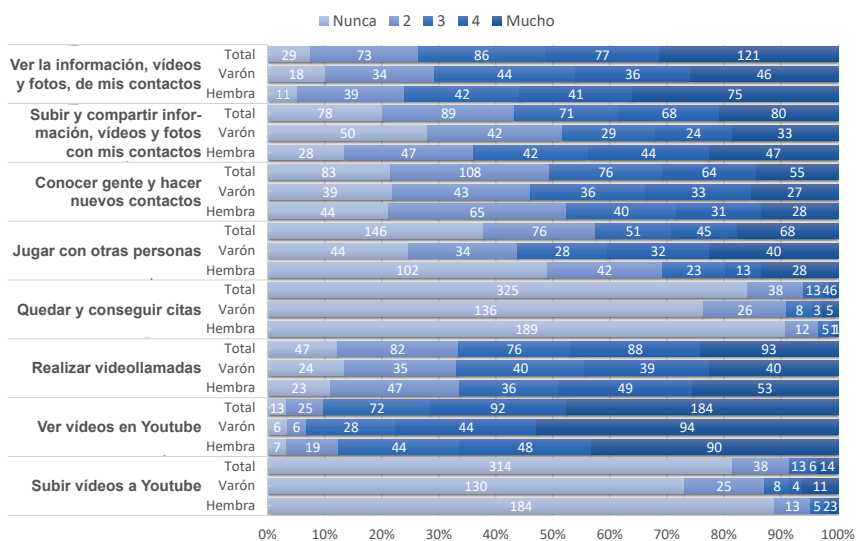
¿Cuántos contactos/seguidores tienes actualmente en tu red social más usada?	10 a 200	200 a 500	500 a 1000	1000 a 2000	2000 a 3000	Más de 3000
Muestra total	178	85	48	41	14	20
Varones	101	37	9	21	3	7
Hembras	77	48	39	20	11	13

Actividades en redes sociales

Otro de los grandes objetivos de este estudio era conocer las actividades que los adolescentes y jóvenes de Dajabón realizan en redes

sociales. Para ello, se exploraron contenidos como ver información de otros contactos, compartir información, conocer a otras personas, jugar, ver videos, etc. Como se observa en el Gráfico 3.1, los resultados muestran que las actividades que más adolescentes realizan en redes sociales son ver videos en YouTube (n = 184) y ver información, videos o fotos de sus contactos (n = 121). Por el contrario, muy pocos jóvenes utilizan las redes sociales para tener citas (n = 6) o para subir videos a YouTube (n = 14). Esta tendencia se confirma de forma similar en muchachos y en muchachas: en ambos géneros una de las actividades más frecuentes consiste en ver la información de sus contactos, ver videos en YouTube y, en el caso de los muchachos, realizar videollamadas y jugar a juegos con otras personas. Además de las actividades incluidas en los cuestionarios, los adolescentes y jóvenes de Dajabón informaron de que también utilizaban las redes sociales para buscar información, aprender o practicar idiomas, hacer tareas, aprender, buscar tutoriales, hacer compras, leer libros, escuchar música, o emprender.

Gráfico 3.1. Actividades que realizan los jóvenes en redes sociales (Dajabón)



Seguir a personas famosas

Otro contenido que exploramos a través de las encuestas era el seguimiento que los adolescentes y jóvenes hacían en redes sociales de personas famosas (por ejemplo, *influencers*, *youtubers* o *bloggers*). Como se observa en la Tabla 3.20, la mayoría de participantes en el estudio seguían a alguna persona famosa (n = 285), y esto ocurría tanto en muchachos (n = 127) como en muchachas (n = 158). El número de adolescentes que no seguían a famosos a través de Internet era más reducido (n = 101 en la muestra completa). Cuando se exploró a qué personas famosas seguían a través de redes sociales, encontramos que un número considerable de participantes mencionaban a *youtubers* o productores de radio y discográficos como Santiago Matías (también conocido como Alofoke), a cantantes y compositores como Emanuel Herrera Batista «El Alfa» o cantantes *youtubers* como Kimberly Loaiza.

Tabla 3.20. Número de adolescentes y jóvenes que siguen a personas famosas en Internet

¿Sigues habitualmente algún «influencer», «youtuber» o «blogger»?	Sí	No
Muestra total	285	101
Varones	127	51
Hembras	158	50

Actividades que los jóvenes realizan en Internet

Uno de los grandes bloques de contenido que exploramos con las encuestas tenía que ver con las actividades que los muchachos y muchachas de Dajabón realizan utilizando Internet. Esta información puede consultarse desglosada en la Tabla 3.21. En primer lugar, encontramos que las actividades que los jóvenes de Dajabón realizan con más frecuencia en Internet están relacionadas con el ocio (por ejemplo, ver películas o series, n = 201; descargar contenido audiovisual

como música o películas, n = 155), con su aprendizaje y formación académica (por ejemplo, mejorar su aprendizaje, n = 186) o con un uso práctico (por ejemplo, enviar o recibir archivos, n = 142; traducir contenidos, n = 116; o buscar información de actualidad, n = 151). Por otra parte, encontramos también un número considerable de adolescentes y jóvenes que buscaban información sobre temas de salud en Internet (n = 101).

Por otra parte, también pudimos explorar las actividades que los adolescentes no solían hacer a través de Internet o que hacían con poca frecuencia. Entre estas, encontramos que los adolescentes no utilizaban Internet para realizar apuestas (n = 361), para buscar empleo (n = 322), para vender productos (n = 321), ni para hacer gestiones administrativas (n = 304) o bancarias (n = 305). En la Tabla 3.21 puede encontrarse también el desglose de estas actividades para muchachos y para muchachas independientemente.

Tabla 3.21. Actividades que los adolescentes y jóvenes realizan a través de Internet (Dajabón)

¿Utilizas Internet para?					
Muestra total	Nunca	Poco	Medio	Bastante	Mucho
Ver películas/series tipo Netflix, HBO...	26	36	63	60	201
Jugar a videojuegos/seguir competiciones <i>online</i>	136	66	51	49	84
Hacer apuestas (deportivas, casinos, loterías...)	361	14	5	4	2
Seguir mis hobbies (cine, teatro, cocina, jardinería, manualidades...)	95	66	80	71	74
Descargar contenidos audiovisuales (música/películas/series/libros electrónicos)	35	41	74	81	155
Descargar software (programas y apps) para móvil o computadora	97	73	86	49	81
Mejorar mi aprendizaje y formación (consultar videotutoriales, acceder a cursos <i>online</i> ...)	8	23	63	106	186

Enviar/recibir archivos	25	39	91	89	142
Traducir contenidos a otros idiomas	50	61	78	81	116
Buscar empleo	322	36	19	3	6
Desempeñar mi trabajo (en caso de que lo tengas)	211	47	44	38	46
Buscar información de la actualidad	30	32	72	101	151
Buscar información práctica (horarios, direcciones...)	82	60	91	81	72
Buscar información deportiva	101	64	71	59	91
Buscar información sobre temas de salud	29	68	97	91	101
Consultar información sobre tráfico	224	86	50	18	8
Consultar la previsión meteorológica	143	114	68	36	25
Difundir y apoyar causas políticas	304	39	23	10	10
Hacer gestiones con la Administración	304	51	20	5	6
Acceder al servicio sanitario	247	69	51	9	10
Buscar vivienda (compra, alquiler...)	343	14	15	10	4
Comprar productos	180	56	73	37	40
Vender productos	321	36	17	9	13
Realizar/recibir transferencias bancarias y utilizar otros servicios de banca	305	28	24	13	16
Acceder a contenidos explícitos para adultos	300	45	27	8	6
Varones	Nunca	Poco	Medio	Bastante	Mucho
Ver películas/series tipo Netflix, HBO...	13	20	38	32	75
Jugar a videojuegos/seguir competiciones <i>online</i>	32	26	30	33	57
Hacer apuestas (deportivas, casinos, loterías...)	163	6	4	3	2
Seguir mis hobbies (cine, teatro, cocina, jardinería, manualidades...)	50	39	32	34	23
Descargar contenidos audiovisuales (música/películas/series/libros electrónicos)	13	16	39	48	72

Descargar software (programas y apps) para móvil o computadora	30	33	43	27	45
Mejorar mi aprendizaje y formación (consultar videotutoriales, acceder a cursos <i>online</i> ...)	4	10	40	51	73
Enviar/recibir archivos	9	14	53	41	61
Traducir contenidos a otros idiomas	30	31	39	35	43
Buscar empleo	149	17	10	1	1
Desempeñar mi trabajo (en caso de que lo tengas)	92	24	26	13	23
Buscar información de la actualidad	15	19	34	42	68
Buscar información práctica (horarios, direcciones...)	41	24	49	29	35
Buscar información deportiva	30	19	32	33	64
Buscar información sobre temas de salud	18	41	45	32	42
Consultar información sobre tráfico	100	41	27	6	4
Consultar la previsión meteorológica	67	53	31	20	7
Difundir y apoyar causas políticas	140	18	10	6	4
Hacer gestiones con la Administración	130	33	12	3	0
Acceder al servicio sanitario	116	32	24	4	2
Buscar vivienda (compra, alquiler...)	160	4	7	6	1
Comprar productos	95	30	24	14	15
Vender productos	150	11	10	3	4
Realizar/recibir transferencias bancarias y utilizar otros servicios de banca	144	12	7	3	12
Acceder a contenidos explícitos para adultos	112	34	22	5	5
Hembras	Nunca	Poco	Medio	Bastante	Mucho
Ver películas/series tipo Netflix, HBO...	13	16	25	28	126
Jugar a videojuegos/seguir competiciones <i>online</i>	104	40	21	16	27
Hacer apuestas (deportivas, casinos, loterías...)	198	8	1	1	0

Seguir mis hobbies (cine, teatro, cocina, jardinería, manualidades...)	45	27	48	37	51
Descargar contenidos audiovisuales (música/películas/series/libros electrónicos)	22	25	35	43	83
Descargar software (programas y apps) para móvil o computadora	67	40	43	22	36
Mejorar mi aprendizaje y formación (consultar videotutoriales, acceder a cursos online...)	4	13	23	55	113
Enviar/recibir archivos	16	25	38	48	81
Traducir contenidos a otros idiomas	20	30	39	46	73
Buscar empleo	173	19	9	2	5
Desempeñar mi trabajo (en caso de que lo tengas)	119	23	18	25	23
Buscar información de la actualidad	15	13	38	59	83
Buscar información práctica (horarios, direcciones...)	41	36	42	52	37
Buscar información deportiva	71	45	39	26	27
Buscar información sobre temas de salud	11	27	52	59	59
Consultar información sobre tráfico	124	45	23	12	4
Consultar la previsión meteorológica	76	61	37	16	18
Difundir y apoyar causas políticas	164	21	13	4	6
Hacer gestiones con la Administración	174	18	8	2	6
Acceder al servicio sanitario	131	37	27	5	8
Buscar vivienda (compra, alquiler...)	183	10	8	4	3
Comprar productos	85	26	49	23	25
Vender productos	171	15	7	6	9
Realizar/recibir transferencias bancarias y utilizar otros servicios de banca	161	16	17	10	4
Acceder a contenidos explícitos para adultos	188	11	5	3	1

Se exploró también las búsquedas que los participantes de Dajabón realizaban a través de buscadores de Internet como Google y a través de YouTube. Como se observa en la Tabla 3.22, los adolescentes utilizaban frecuentemente Google para tareas como traducir contenidos a otros idiomas (n = 111), para buscar material de ocio y entretenimiento (n = 98), para buscar webs relacionadas con temas de su interés (n = 98) o para buscar imágenes y fotografías (n = 91). Adicionalmente, los adolescentes y jóvenes de Dajabón utilizaban con mucha frecuencia YouTube para ver videoclips de música (n = 211), para ver a *youtubers* famosos a los que siguen (n = 118) y para ver tutoriales y contenido formativo (n = 156).

Tabla 3.22. Búsquedas que los adolescentes y jóvenes realizan a través de buscadores como Google (Dajabón)

	Nunca	Poco	Medio	Bastante	Mucho
Información práctica, como horarios y direcciones	138	86	74	41	47
Información sobre contenidos deportivos	110	69	72	50	85
Productos o servicios para comprar	194	72	53	36	31
Imágenes y fotografías	67	61	84	83	91
Contenidos <i>online</i> para descargar	134	54	77	57	64
Traducciones de contenidos a o de otros idiomas	36	56	92	91	111
Ocio y entretenimiento	85	53	78	72	98
Contenidos explícitos para adultos	294	44	34	8	6
Webs relacionadas con temas de tu interés	117	34	70	67	98

Tabla 3.23. Búsquedas que los adolescentes y jóvenes realizan a través de YouTube (Dajabón)

¿Qué temas buscas normalmente en los videos de YouTube?	Nunca	Poco	Medio	Bastante	Mucho
Tutoriales y formación	26	28	77	99	156
Videoclips de música	14	30	52	79	211
Cine, series o cortos	75	57	67	86	101
Contenido deportivo	124	68	61	49	84
Contenido humorístico o cómico	73	61	88	84	80
Youtubers que sigues	89	35	67	77	118

Promoción sociolaboral a través de Internet

Otro de los contenidos que estábamos interesados en explorar era cómo Internet promovía o apoyaba la promoción sociolaboral de los adolescentes y jóvenes de Dajabón, a través de la creación o edición de contenidos audiovisuales. En este caso, como se muestra en la Tabla 3.24, observamos que algo más de la mitad de los participantes en Dajabón utilizaban aplicaciones *online* para editar contenidos audiovisuales (n = 200), frente a algo menos de la mitad que no las habían utilizado (n = 186).

Entre las aplicaciones que más frecuentemente utilizaban los jóvenes de Dajabón para editar contenidos se encuentran sobre todo aplicaciones de edición de imagen y video, como Canva, Photoshop, Capcut, Filmora go, Inshot, Picsart, Kinemaster, Photogrid, Tik Tok y Vivavideo.

Tabla 3.24. Creación o edición de contenidos audiovisuales (Dajabón)

	Sí	No
En los últimos 3 meses, ¿has utilizado alguna vez aplicaciones <i>online</i> para realizar o editar algún contenido audiovisual?	200	186

Producción de contenidos en Internet y redes sociales

El último bloque de contenidos que se exploró a través de las encuestas en Dajabón tenía que ver con los contenidos que los participantes producían y publicaban en Internet y redes sociales.

En primer lugar, como se observa en la Tabla 3.25, un número importante de adolescentes y jóvenes nunca publicaban o producían contenidos en redes sociales, especialmente sobre cuestiones políticas (n = 323), sobre *challenges* o retos (n = 254) o cuestiones laborales (n = 248), pero también era elevado el número de participantes que nunca compartían contenido personal (n = 107) o contenidos sobre sus hobbies o aficiones (n = 163). Por otra parte, entre quienes sí publicaban contenido en Internet y redes sociales, lo más frecuente era publicar contenidos personales sobre sí mismos, su familia o amigos (n = 59), sobre hobbies o aficiones (n = 46) o contenidos deportivos (n = 50).

Tabla 3.25. Contenidos que los adolescentes y jóvenes suben para publicar en redes sociales (Dajabón)

	Nunca	Poco	Medio	Bastante	Mucho
Contenidos personales: contenidos sobre mi familia, amigos y sobre mí	107	84	84	52	59
Contenidos sobre mis hobbies o aficiones	163	62	69	46	46
Contenidos religiosos	178	93	46	36	33
Contenidos laborales	248	69	32	20	17
Contenidos políticos (protestas, denuncias, ideas, políticas...)	323	39	14	5	5
Contenidos deportivos	167	62	62	45	50
Contenidos audiovisuales hechos por mí	206	62	60	29	29
Contenidos sobre challenges (retos) que encuentro en redes	254	54	44	14	20

En segundo lugar, exploramos el tipo de contenidos que los adolescentes y jóvenes compartían en Internet. Como se observa en la Tabla 3.26, lo más frecuente era que los participantes en Dajabón solo publicaran fotografías en las que aparecían ellos (n = 197), aunque un número considerable de adolescentes subían y publicaban fotos independientemente de quien salga en ellas (n = 94) y otros no subían o publicaban ninguna foto en Internet o redes sociales (n = 58). Por último, una minoría de jóvenes de Dajabón compartían la mayoría de las fotos que tenían (n = 37).

Si se indaga en mayor profundidad en el contenido no personal que los jóvenes suben a Internet, se encuentra que la mayoría suben fotos no personales (n = 209) o videos (n = 168), como se observa en la Tabla 3.27.

Tabla 3.26. Categorías o tipos de contenido que los adolescentes y jóvenes comparten en Internet o redes sociales (Dajabón)

¿Cuál de estas frases describe mejor lo que haces cuando subes fotos personales en Internet o redes sociales?	Frecuencia
Subo la mayoría de fotos que tengo	37
Subo solo algunas fotos, independientemente de quién salga en ellas	94
Solo subo fotos en las que aparezco yo. Si sale más gente, primero pido su permiso antes de subirlas o publicarlas	197
Nunca subo fotos más o de mis amigos o familiares	58

Tabla 3.27. Material no personal que los adolescentes y jóvenes suben a Internet (Dajabón)

¿Qué tipos de materiales NO personales (es decir que NO sean sobre ti, tu familia, tus amigos y compañeros, etc.) has subido en Internet?	Sí	No
Fotos	209	177
Videos	168	218

Comentarios, opiniones u otro tipo de textos	129	257
Ficheros de audio	28	358
Otro tipo de contenidos	10	376
Ninguno, solo he subido contenidos personales	26	360
Ninguno, no he subido nada de ningún tipo	80	306

3.3.2. Los Cacaos

3.3.2.1. Datos sociodemográficos de los participantes

Respecto a los datos sociodemográficos de los participantes, en Los Cacaos contestaron a las encuestas un total de 61 adolescentes, 30 varones y 31 mujeres (Tabla 3.28), de entre 16 y 20 años (Tabla 3.29). Algo más de la mitad se encontraban escolarizados en quinto curso ($n = 37$) y el resto en sexto curso ($n = 24$), como puede observarse en la Tabla 3.30. La gran mayoría de los participantes de Los Cacaos, el 92%, vivían en casas construidas por personas comunes, y el resto vivían en casas construidas por constructoras o en apartamentos en edificios de varios pisos (Tabla 3.31).

Tabla 3.28. Género de los participantes (Los Cacaos)

	Frecuencia	Porcentaje
Varón	30	49,2
Hembra	31	50,8
Total	61	100

Tabla 3.29. Edad de los participantes (Los Cacaos)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
16 años	19	31,1	31,1
17 años	18	29,5	60,7
18 años	18	29,5	90,2
19 años	5	8,2	98,4
20 años	1	1,6	100
Total	61	100	

Tabla 3.30. Nivel de escolarización de los participantes (Los Cacaos)

	Frecuencia	Porcentaje
Quinto curso	37	60,7
Sexto curso	24	39,3
Total	61	100

Tabla 3.31. Tipo de vivienda de los participantes (Los Cacaos)

	Frecuencia	Porcentaje
Apartamento en un edificio de varios pisos	3	4,9
Casa construida por una empresa constructora	2	3,3
Casa construida por personas comunes	56	91,8
Total	61	100

3.3.2.2. Resultados de la encuesta

3.3.2.2.1. Inconvenientes para el seguimiento del curso por la pandemia

El primer contenido que exploramos en las encuestas fueron los inconvenientes que habían encontrado los jóvenes para seguir el curso académico durante la pandemia por COVID-19 en Los Cacaos. Esta encuesta se realizó en el año 2022, inmediatamente después de la crisis asociada a esta pandemia. Al ser una zona rural, podría esperarse que el alumnado hubiera tenido mayores dificultades que en otros contextos.

Como se observa en la Tabla 3.32, la mayoría de los participantes reportaron que no habían tenido dificultades significativas para seguir el curso académico. Los inconvenientes más frecuentes fueron no contar con recursos computacionales suficientes para seguir las clases (n = 11) y la falta de tiempo por tener que colaborar en las tareas domésticas y del hogar (n = 11). Aun así, el número de jóvenes que reportaron dificultades fue inferior a los que no habían tenido problemas. De hecho, un número muy considerable de jóvenes (alrededor de entre 50 y 59) reportaron que no habían sufrido inconvenientes en el seguimiento del curso por la pandemia.

Tabla 3.32. Inconvenientes en el seguimiento del curso por la pandemia (Los Cacaos)

¿Cuáles son los principales inconvenientes que ha tenido en el seguimiento del curso durante el tiempo de suspensión de clases por la pandemia?	Sí	No
Mis familiares no han podido ayudarme en las tareas de la escuela por falta de tiempo	6	55
Mis familiares no han podido ayudarme por falta de formación	2	59
No he tenido recursos computacionales suficientes para el seguimiento de las clases	11	50
He tenido dificultades para acercarme al colegio a recoger las tareas	5	56

He tenido dificultades por falta de tiempo por tener que colaborar en las tareas del hogar	11	50
He tenido dificultades por falta de tiempo por tener que trabajar	4	57
He tenido dificultades por falta de tiempo por tener que cuidar de un hijo/s o familiar cercano	4	57

3.3.2.2.2. Conexión y uso de Internet y redes sociales

Lugar de conexión a Internet

Otro de los contenidos que se abordaron en la encuesta estaba relacionado con los lugares y dispositivos a través de los cuales los jóvenes se conectaban a Internet. En la Tabla 3.33 se aprecia un uso mayoritario de conexión a Internet a través del celular personal (n = 58) seguido por conexión a través de computadoras desde los hogares familiares (n = 30) y en la escuela o centro de estudios (n = 20).

Tabla 3.33. Lugares de conexión a Internet (Los Cacaos)

¿Desde dónde sueles conectarte habitualmente a Internet?	Sí	No
Desde la computadora de casa	30	31
Desde mi celular personal	58	3
En el colegio o centro de estudio	20	41
Desde la casa de un amigo o un familiar	13	48
Desde un cibercafé o un negocio con wifi de pago	4	57
Desde una red abierta en la calle	8	53
Desde una biblioteca o institución pública	13	48
Otro	0	61

Frecuencia de uso de Internet

Otro de los contenidos explorados tenía que ver con la frecuencia con la que los adolescentes y jóvenes se conectaban a Internet. Como se observa en la Tabla 3.34, la mayoría de jóvenes en Los Cacaos se conectan a Internet y redes sociales más de 5 veces al día (n = 32). Esta tendencia se observa tanto en los muchachos (n = 14) como en las muchachas (n = 18). Otro hallazgo relevante es que todos los estudiantes encuestados se conectaban a Internet al menos una vez al día.

Tabla 3.34. Frecuencia de uso de Internet y redes sociales (Los Cacaos)

¿Con qué frecuencia haces uso de Internet y las redes sociales?	Menos de una vez al día	Una vez al día	De 2 a 3 veces al día	De 4 a 5 veces al día	Más de 5 veces al día
Muestra completa	0	5	15	9	32
Varones	0	4	8	4	14
Hembras	0	1	7	5	18

Problemas con el uso de Internet

En este estudio también exploramos los problemas o dificultades más comunes que los adolescentes de Los Cacaos se encontraban a la hora de utilizar Internet. En la Tabla 3.35 se aprecia una problemática mayor de conexión a Internet por saturación publicitaria (n = 20) seguido por la baja velocidad de conexión (n = 8) y la deficiente cobertura de la red (n = 9). Sin embargo, otras variables como el coste de acceder a Internet o cuestiones de privacidad o falta de confidencialidad no suponen un problema para la mayoría de estos jóvenes que viven en una población rural.

Tabla 3.35. Problemas con el uso de Internet (Los Cacaos)

¿En qué medida encuentras problemas de cada tipo al utilizar Internet?	Nunca	Poco	Medio	Bastante	Mucho
Velocidad	16	8	20	9	8
Calidad de acceso (buena cobertura)	13	14	10	15	9
Seguridad	30	13	9	5	4
Coste	37	8	8	3	4
Privacidad / Falta de confidencialidad	32	11	8	5	5
Idioma	30	9	8	9	5
Demasiada publicidad	16	6	7	12	20
Infección por virus o programa espía (spyware)	33	8	6	8	6

Uso de redes sociales

Otro de los objetivos de este estudio era conocer qué redes sociales utilizan con más frecuencia los adolescentes en Los Cacaos. Como se observa en la Tabla 3.36, la gran mayoría de jóvenes en Los Cacaos hacen un uso extensivo de las redes sociales digitales en general, en concreto de las apps Tik Tok ($n = 23$), Instagram ($n = 18$) y Facebook ($n = 15$). Esta tendencia en el empleo de determinadas aplicaciones digitales se observa tanto en los muchachos como en las muchachas, ya que en ambos géneros las redes sociales más utilizadas son, de nuevo, Tik Tok, Instagram y Facebook. Los adolescentes también mencionaron otras redes sociales que utilizan con frecuencia, entre las que se encuentran Messenger, WhatsApp y Snapchat. Por el contrario, se observa en la Tabla 3.36 que el uso que los adolescentes y jóvenes hacían de Twitter y LinkedIn era muy infrecuente (en concreto, únicamente 3 participantes utilizaban LinkedIn en algún momento, 2 muchachos y 1 muchacha).

Tabla 3.36. Redes sociales utilizadas por los participantes (Los Cacaos)

¿En qué medida usas las siguientes redes sociales?

Muestra total	Nunca	Poco	Medio	Bastante	Mucho
Facebook	5	25	11	5	15
Twitter	55	2	1	1	2
Instagram	13	14	8	8	18
Tik Tok	14	5	8	11	23
LinkedIn	58	1	1	0	1
Varones	Nunca	Poco	Medio	Bastante	Mucho
Facebook	5	11	5	3	6
Twitter	25	1	1	1	2
Instagram	9	7	4	3	7
Tik Tok	8	2	6	6	8
LinkedIn	28	1	1	0	0
Hembras	Nunca	Poco	Medio	Bastante	Mucho
Facebook	0	14	16	2	9
Twitter	30	1	0	0	0
Instagram	4	7	4	5	11
Tik tok	6	3	2	5	15
LinkedIn	30	0	0	0	1

Número de contactos/seguidores

En la Tabla 3.37 se observa que la mayoría de jóvenes en Los Cacaos tienen entre 10 y 200 seguidores en su red social más usada ($n = 30$) o entre 200 y 500 seguidores ($n = 17$), mientras que solo 3 jóvenes tienen más de 1000 seguidores en redes sociales (todos ellos varones).

Esta tendencia se observa tanto en los muchachos como en las muchachas, situándose la mayoría de ellos en el nivel de 10 a 200 seguidores.

Tabla 3.37. Número de contactos de redes sociales de los participantes (Los Cacaos)

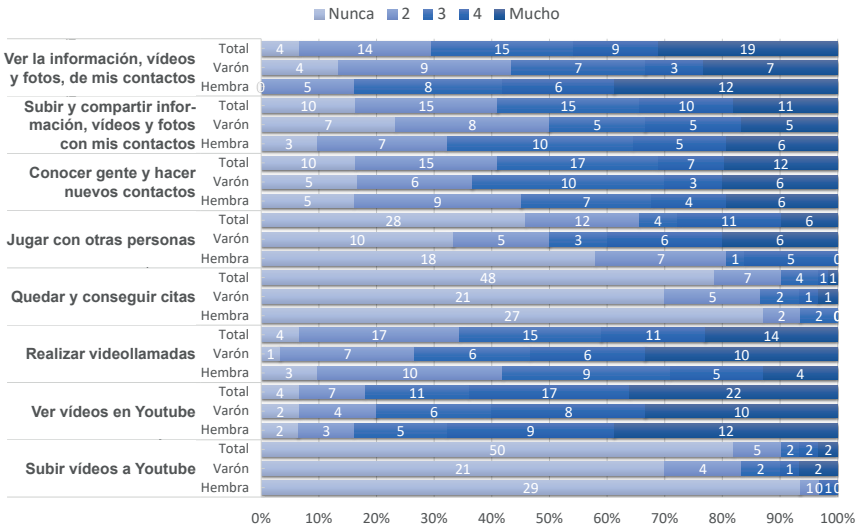
¿Cuántos contactos/ seguidores tienes actualmente en tu red social más usada?	10 a 200	200 a 500	500 a 1000	1000 a 2000	2000 a 3000	Más de 3000
Muestra total	30	17	5	4	2	3
Varones	15	6	4	2	0	3
Hembras	15	11	1	2	2	0

Actividades en redes sociales

Otro de los grandes objetivos de este estudio era conocer las actividades que los adolescentes y jóvenes de Los Cacaos realizan en redes sociales. Para ello, se exploraron contenidos como ver información de otros contactos, compartir información, conocer a otras personas, jugar, ver videos, etc. Como se observa en el Gráfico 3.2, los resultados muestran que las actividades que más adolescentes realizan en redes sociales son ver videos en YouTube ($n = 22$) y ver información, videos o fotos de sus contactos ($n = 19$). Por el contrario, muy pocos jóvenes utilizan las redes sociales para tener citas ($n = 1$) o para subir videos a YouTube ($n = 2$). Esta tendencia se confirma de forma similar en muchachos y en muchachas: en ambos géneros una de las actividades más frecuentes consiste en ver videos en YouTube, ver la información de sus contactos, y, en el caso de los muchachos, realizar videollamadas. Resulta relevante mencionar que un número considerable de muchachos juegan a juegos *online* con otras personas ($n = 6$) mientras que ninguna chica mencionó esta actividad.

Además de las actividades incluidas en los cuestionarios, los adolescentes y jóvenes de Los Cacaos informaron de que también utilizaban las redes sociales para chatear, estudiar, hacer tareas o actividades de entretenimiento.

Gráfico 3.2. Actividades que realizan los jóvenes en redes sociales (Los Cacaos)



Seguir a personas famosas

Otro contenido que exploramos a través de las encuestas era el seguimiento que los adolescentes y jóvenes hacían en redes sociales de personas famosas (por ejemplo, *influencers*, *youtubers* o *bloggers*). Como se observa en la Tabla 3.38, la mayoría de los participantes en el estudio seguían a alguna persona famosa (n = 40), y esto ocurría tanto en muchachos (n = 21) como en muchachas (n = 19). El número de adolescentes que no seguían a famosos a través de Internet era más reducido (n = 21 en la muestra completa). Cuando se exploró a qué personas famosas seguían a través de redes sociales, encontramos que un número considerable de participantes mencionaban a *youtubers* o productores de radio y discográficos como Santiago Matías (también

conocido como Alofoke), a *influencers* como Ashley Montero o a cantantes como Karol G.

Tabla 3.38. Número de adolescentes y jóvenes que siguen a personas famosas en Internet (Los Cacaos)

¿Sigues habitualmente algún «influencer», «youtuber» o «blogger»?	Sí	No
Muestra total	40	21
Varones	21	9
Hembras	19	12

Actividades que los jóvenes realizan en Internet

Uno de los grandes bloques de contenido que exploramos con las encuestas tenía que ver con las actividades que los muchachos y muchachas de Los Cacaos realizan utilizando Internet. Esta información puede consultarse desglosada en la Tabla 3.39. En primer lugar, encontramos que las actividades más frecuentes están relacionadas con el ocio (por ejemplo, ver películas o series, $n = 25$; descargar contenido audiovisual como música o películas, $n = 17$), con su aprendizaje y formación académica (por ejemplo, mejorar su aprendizaje, $n = 16$) o con un uso práctico (por ejemplo, enviar o recibir archivos, $n = 14$; traducir contenidos, $n = 11$; o buscar información de actualidad, $n = 12$).

Por otra parte, también pudimos explorar las actividades que los adolescentes no solían hacer a través de Internet o que hacían con poca frecuencia. Entre estas, encontramos un número considerable de adolescentes que no utilizaban Internet para buscar empleo ($n = 56$), para realizar apuestas ($n = 55$), para vender productos ($n = 54$), y para hacer gestiones administrativas ($n = 51$) o bancarias ($n = 51$). En la Tabla 3.39 puede encontrarse también el desglose de estas actividades para muchachos y para muchachas de manera separada.

Tabla 3.39. Actividades que los adolescentes
y jóvenes realizan a través de Internet (Los Cacaos)

¿Utilizas Internet para?

Muestra total	Nunca	Poco	Medio	Bastante	Mucho
Ver películas/series tipo Netflix, HBO...	8	5	11	12	25
Jugar a videojuegos/seguir competiciones <i>online</i>	33	5	10	5	8
Hacer apuestas (deportivas, casinos, loterías...)	55	4	0	1	1
Seguir mis hobbies (cine, teatro, cocina, jardinería, manualidades...)	20	16	11	8	6
Descargar contenidos audiovisuales (música /películas /series /libros electrónicos)	8	13	14	9	17
Descargar software (programas y apps) para móvil o computadora	26	9	8	9	9
Mejorar mi aprendizaje y formación (consultar videotutoriales, acceder a cursos <i>online</i> ...)	6	6	15	18	16
Enviar/recibir archivos	8	17	11	11	14
Traducir contenidos a otros idiomas	6	19	11	14	11
Buscar empleo	56	3	2	0	0
Desempeñar mi trabajo (en caso de que lo tengas)	45	7	4	3	2
Buscar información de la actualidad	6	13	20	10	12
Buscar información práctica (horarios, direcciones...)	21	11	11	10	8
Buscar información deportiva	30	10	7	9	5
Buscar información sobre temas de salud	13	13	18	9	8
Consultar información sobre tráfico	43	7	7	3	1
Consultar la previsión meteorológica	29	13	8	6	5
Difundir y apoyar causas políticas	54	2	2	1	2

Hacer gestiones con la Administración	51	2	3	2	3
Acceder al servicio sanitario	50	6	3	1	1
Buscar vivienda (compra, alquiler...)	54	3	3	0	1
Comprar productos	38	6	10	4	3
Vender productos	54	1	3	2	1
Realizar/recibir transferencias bancarias y utilizar otros servicios de banca	51	3	3	3	1
Acceder a contenidos explícitos para adultos	50	3	4	4	0
Varones	Nunca	Poco	Medio	Bastante	Mucho
Ver películas/series tipo Netflix, HBO...	3	3	6	5	13
Jugar a videojuegos/seguir competiciones <i>online</i>	9	3	7	4	7
Hacer apuestas (deportivas, casinos, loterías...)	25	3	0	1	1
Seguir mis hobbies (cine, teatro, cocina, jardinería, manualidades...)	12	7	5	3	3
Descargar contenidos audiovisuales (música/ películas/ series/ libros electrónicos)	4	6	6	5	9
Descargar software (programas y apps) para móvil o computadora	8	6	6	6	4
Mejorar mi aprendizaje y formación (consultar videotutoriales, acceder a cursos <i>online</i> ...)	2	3	10	8	7
Enviar/recibir archivos	5	8	5	6	6
Traducir contenidos a otros idiomas	4	8	6	8	4
Buscar empleo	26	2	2	0	0
Desempeñar mi trabajo (en caso de que lo tengas)	21	2	4	2	1
Buscar información de la actualidad	3	8	9	5	5
Buscar información práctica (horarios, direcciones...)	11	4	4	7	4

Buscar información deportiva	7	6	5	8	4
Buscar información sobre temas de salud	9	3	9	4	5
Consultar información sobre tráfico	18	6	4	2	0
Consultar la previsión meteorológica	14	6	4	2	4
Difundir y apoyar causas políticas	26	1	2	1	0
Hacer gestiones con la Administración	26	2	1	1	0
Acceder al servicio sanitario	28	2	0	0	0
Buscar vivienda (compra, alquiler...)	26	2	1	1	0
Comprar productos	19	3	4	2	2
Vender productos	27	1	2	0	0
Realizar/recibir transferencias bancarias y utilizar otros servicios de banca	24	2	2	2	0
Acceder a contenidos explícitos para adultos	20	3	4	3	0
Hembras	Nunca	Poco	Medio	Bastante	Mucho
Ver películas/series tipo Netflix, HBO...	5	2	5	7	12
Jugar a videojuegos/seguir competiciones <i>online</i>	24	2	3	1	1
Hacer apuestas (deportivas, casinos, loterías...)	30	1	0	0	0
Seguir mis hobbies (cine, teatro, cocina, jardinería, manualidades...)	8	9	6	5	3
Descargar contenidos audiovisuales (música/ películas/ series/ libros electrónicos)	4	7	8	4	8
Descargar software (programas y apps) para móvil o computadora	18	3	2	3	5
Mejorar mi aprendizaje y formación (consultar videotutoriales, acceder a cursos <i>online</i> ...)	4	3	5	10	9
Enviar/recibir archivos	3	9	6	5	8

Traducir contenidos a otros idiomas	2	11	5	6	7
Buscar empleo	30	1	0	0	0
Desempeñar mi trabajo (en caso de que lo tengas)	24	5	1	1	0
Buscar información de la actualidad	3	5	11	5	7
Buscar información práctica (horarios, direcciones...)	10	7	7	3	4
Buscar información deportiva	23	4	2	1	1
Buscar información sobre temas de salud	4	10	9	5	3
Consultar información sobre tráfico	25	1	3	1	1
Consultar la previsión meteorológica	15	7	4	4	1
Difundir y apoyar causas políticas	28	1	0	0	2
Hacer gestiones con la Administración	25	2	2	0	2
Acceder al servicio sanitario	22	4	3	1	1
Buscar vivienda (compra, alquiler...)	28	1	2	0	0
Comprar productos	19	3	6	2	1
Vender productos	27	1	2	1	0
Realizar/recibir transferencias bancarias y utilizar otros servicios de banca	27	1	1	1	1
Acceder a contenidos explícitos para adultos	30	0	0	1	0

Por otra parte, se exploró también las búsquedas que los participantes de Los Cacaos realizaban a través de buscadores de Internet como Google y a través de YouTube. Como se observa en la Tabla 3.40, los adolescentes utilizaban frecuentemente Google para tareas como traducir contenidos a otros idiomas ($n = 9$), para buscar material de ocio y entretenimiento ($n = 9$) o para buscar imágenes y fotografías ($n = 9$). Adicionalmente (Tabla 3.41), los adolescentes y jóvenes de Los Cacaos utilizaban con mucha frecuencia YouTube para ver tutoriales y

contenido formativo (n = 16), para ver *videoclips* de música (n = 15) y para ver a *youtubers* famosos a los que siguen (n = 11).

Tabla 3.40. Búsquedas que los adolescentes y jóvenes realizan a través de buscadores como Google (Los Cacaos)

	Nunca	Poco	Medio	Bastante	Mucho
Información práctica, como horarios y direcciones	19	13	13	10	6
Información sobre contenidos deportivos	28	17	8	3	5
Productos o servicios para comprar	39	9	9	3	1
Imágenes y fotografías	9	11	19	13	9
Contenidos <i>online</i> para descargar	28	13	9	4	7
Traducciones de contenidos a o de otros idiomas	7	18	13	14	9
Ocio y entretenimiento	15	17	11	9	9
Contenidos explícitos para adultos	53	5	1	2	0
Webs relacionadas con temas de tu interés	20	9	13	10	6

Tabla 3.41. Búsquedas que los adolescentes y jóvenes realizan a través de YouTube (Los Cacaos)

¿Qué temas buscas normalmente en los videos de YouTube?	Nunca	Poco	Medio	Bastante	Mucho
Tutoriales y formación	4	13	14	14	16
Videoclips de música	2	12	14	18	15
Cine, series o cortos	17	13	12	9	10
Contenido deportivo	27	15	8	7	4
Contenido humorístico o cómico	21	9	14	9	8
<i>Youtubers</i> que sigues	23	5	13	9	11

Promoción sociolaboral a través de Internet

Otro de los contenidos que estábamos interesados en explorar era cómo Internet promovía o apoyaba la promoción sociolaboral de los adolescentes y jóvenes de Los Cacaos, a través de la creación o edición de contenidos audiovisuales. En este caso, como se muestra en la Tabla 3.42, observamos que la mayoría de adolescentes y jóvenes de Los Cacaos no utilizaban aplicaciones *online* para editar contenidos audiovisuales (n = 42), frente a una minoría que sí los habían utilizado (n = 19). Entre las aplicaciones que más frecuentemente utilizaban los jóvenes de Los Cacaos para editar contenidos se encuentran sobre todo aplicaciones de edición de imagen y video, como Capcut, Picsart, Kinemaster y Photogrid.

Tabla 3.42. Creación o edición de contenidos audiovisuales (Los Cacaos)

	Sí	No
En los últimos 3 meses, ¿has utilizado alguna vez aplicaciones <i>online</i> para realizar o editar algún contenido audiovisual?	19	42

Producción de contenidos en Internet y redes sociales

El último bloque de contenidos que se exploró a través de las encuestas en Los Cacaos tenía que ver con los contenidos que los participantes producían y publicaban en Internet y redes sociales.

En primer lugar, como se observa en la Tabla 3.43, un número importante de adolescentes y jóvenes nunca publicaban o producían contenidos en redes sociales, especialmente sobre cuestiones políticas (n = 58), sobre *challenges* o retos (n = 47) o contenidos audiovisuales hechos por ellos (n = 44), pero también era elevado el número de participantes que nunca compartían contenidos sobre sus *hobbies* o aficiones (n = 33). Por otra parte, entre quienes sí publicaban contenido en Internet y redes sociales, lo más frecuente era publicar contenidos

personales sobre sí mismos, su familia o amigos (n = 11) y contenido laboral (n = 7) o religioso (n = 5).

Tabla 3.43. Contenidos que los adolescentes y jóvenes suben para publicar en redes sociales (Los Cacaos)

	Nunca	Poco	Medio	Bastante	Mucho
Contenidos personales: contenidos sobre mi familia, amigos y sobre mí	16	17	11	6	11
Contenidos sobre mis hobbies o aficiones	33	10	11	5	2
Contenidos religiosos	37	8	7	4	5
Contenidos laborales	42	5	6	1	7
Contenidos políticos (protestas, denuncias, ideas, políticas...)	58	3	0	0	0
Contenidos deportivos	43	9	4	3	2
Contenidos audiovisuales hechos por mí	44	6	6	2	3
Contenidos sobre challenges (retos) que encuentro en redes	47	4	6	2	2

En segundo lugar, exploramos el tipo de contenidos que los adolescentes y jóvenes compartían en Internet. Como se observa en la Tabla 3.44, lo más frecuente era que los participantes en Los Cacaos solo publicaran fotografías en las que aparecían ellos (n = 27), aunque un número considerable de adolescentes subían y publicaban fotos independientemente de quien salga en ellas (n = 24).

Si se indaga en mayor profundidad en el contenido no personal que los jóvenes suben a Internet, se encuentra que la mayoría suben fotos no personales (n = 28), videos no personales (n = 25) o comentarios, opiniones u otros textos (n = 26), como se observa en la Tabla 3.45.

Tabla 3.44. Categorías o tipos de contenido que los adolescentes y jóvenes comparten en Internet o redes sociales (Los Cacaos)

¿Cuál de estas frases describe mejor lo que haces cuando subes fotos personales en Internet o redes sociales?	Frecuencia
Subo la mayoría de fotos que tengo	4
Subo solo algunas fotos, independientemente de quién salga en ellas	24
Solo subo fotos en las que aparezco yo. Si sale más gente, primero pido su permiso antes de subirlas o publicarlas	27
Nunca subo fotos mías o de mis amigos o familiares	6

Tabla 3.45. Material no personal que los adolescentes y jóvenes suben a Internet (Los Cacaos)

¿Qué tipos de materiales NO personales (es decir que NO sean sobre ti, tu familia, tus amigos y compañeros, etc.) has subido en Internet?	Sí	No
Fotos	28	33
Videos	25	36
Comentarios, opiniones u otro tipo de textos	26	35
Ficheros de audio	4	57
Otro tipo de contenidos	2	59
Ninguno, solo he subido contenidos personales	5	56
Ninguno, no he subido nada de ningún tipo	11	50

3.3.3. Domingo Savio

3.3.3.1. Datos sociodemográficos de los participantes

Respecto a los datos sociodemográficos de los participantes, en Domingo Savio contestaron a las encuestas un total de 236 adolescentes, 97 hombres y 139 mujeres (Tabla 3.46), de entre 16 y 18 años

(Tabla 3.47). Alrededor de la mitad se encontraban escolarizados en quinto curso (n = 119) y la otra mitad en sexto curso (n = 117), como puede observarse en la Tabla 3.48. La mayoría de los participantes de Domingo Savio vivían en casas construidas por personas comunes (n = 186), y el resto vivían en casas construidas por constructoras o en apartamentos en edificios de varios pisos (Tabla 3.49).

Tabla 3.46. Género de los participantes (Domingo Savio)

	Frecuencia	Porcentaje
Varón	97	41,1
Hembra	139	58,9
Total	236	100

Tabla 3.47. Edad de los participantes (Domingo Savio)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
16 años	76	32,2	32,2
17 años	114	48,3	80,5
18 años	46	19,5	100
Total	236	100	

Tabla 3.48. Nivel de escolarización de los participantes (Domingo Savio)

	Frecuencia	Porcentaje
Quinto curso	119	50,4
Sexto curso	117	49,6
Total	236	100

Tabla 3.49. Tipo de vivienda de los participantes (Domingo Savio)

	Frecuencia	Porcentaje
Apartamento en un edificio de varios pisos	47	19,9
Casa construida por una empresa constructora	3	1,3
Casa construida por personas comunes	186	78,8
Total	236	100

3.3.3.2. Resultados de la encuesta

3.3.3.2.1. Inconvenientes para el seguimiento del curso por la pandemia

El primer contenido que exploramos en las encuestas fueron los inconvenientes que habían encontrado los jóvenes para seguir el curso académico durante la pandemia por COVID-19 en Domingo Savio. Esta encuesta se realizó en el año 2022, inmediatamente después de la crisis asociada a esta pandemia.

Como se observa en la Tabla 3.50, la mayoría de los participantes reportaron que no habían tenido dificultades significativas para seguir el curso académico. Entre quienes sí tuvieron inconvenientes, los más frecuentes fueron no contar con recursos computacionales suficientes para seguir las clases ($n = 59$) y la falta de tiempo por tener que colaborar en las tareas domésticas y del hogar ($n = 26$). Aun así, el número de jóvenes que reportaron estas dificultades era inferior a los que no habían tenido esta problemática. De hecho, un número muy considerable de jóvenes reportaron que no habían tenido inconvenientes en el seguimiento del curso por la pandemia.

Tabla 3.50. Inconvenientes en el seguimiento del curso por la pandemia (Domingo Savio)

¿Cuáles son los principales inconvenientes que ha tenido en el seguimiento del curso durante el tiempo de suspensión de clases por la pandemia?	Sí	No
Mis familiares no han podido ayudarme en las tareas de la escuela por falta de tiempo	13	223
Mis familiares no han podido ayudarme por falta de formación	8	228
No he tenido recursos computacionales suficientes para el seguimiento de las clases	59	177
He tenido dificultades para acercarme al colegio a recoger las tareas	14	222
He tenido dificultades por falta de tiempo por tener que colaborar en las tareas del hogar	26	210
He tenido dificultades por falta de tiempo por tener que trabajar	7	229
He tenido dificultades por falta de tiempo por tener que cuidar de un hijo/s o familiar cercano	5	231

3.3.3.2.2. Conexión y uso de Internet y redes sociales

Lugar de conexión a Internet

Otro de los contenidos que se abordaron en la encuesta estaba relacionado con los lugares y dispositivos a través de los cuales los jóvenes se conectaban a Internet. En la Tabla 3.51 se aprecia que el acceso a Internet se realizaba en la gran mayoría de los adolescentes de Domingo Savio a través de su celular personal ($n = 217$) seguido por conexión a través de computadoras desde los hogares familiares ($n = 85$). El resto de lugares y dispositivos de conexión a Internet eran menos frecuentes.

Tabla 3.51. Lugares de conexión a Internet (Domingo Savio)

¿Desde dónde sueles conectarte habitualmente a Internet?	Sí	No
Desde la computadora de casa	85	151
Desde mi celular personal	217	19

En el colegio o centro de estudio	38	198
Desde la casa de un amigo o un familiar	42	194
Desde un cibercafé o un negocio con wifi de pago	2	234
Desde una red abierta en la calle	18	218
Desde una biblioteca o institución pública	3	233
Otro	0	236

Frecuencia de uso de Internet

Otro de los contenidos explorados tenía que ver con la frecuencia con la que los adolescentes y jóvenes se conectaban a Internet. Como se observa en la Tabla 3.52, la gran mayoría de jóvenes en Domingo Savio se conectan a Internet y redes sociales más de 5 veces al día (n = 156). Esta tendencia se observa tanto en los muchachos (n = 63) como en las muchachas (n = 93). Otro hallazgo relevante es que todos los adolescentes y jóvenes encuestados se conectaban a Internet todos los días (al menos, una vez al día).

Tabla 3.52. Frecuencia de uso de Internet y redes sociales (Domingo Savio)

¿Con qué frecuencia haces uso de Internet y las redes sociales?	Menos de una vez al día	Una vez al día	De 2 a 3 veces al día	De 4 a 5 veces al día	Más de 5 veces al día
Muestra completa	0	10	47	23	156
Varones	0	5	20	9	63
Hembras	0	5	27	14	93

Problemas con el uso de Internet

En este estudio también exploramos los problemas o dificultades más comunes que los adolescentes de Domingo Savio se encontraban a la

hora de utilizar Internet. En la Tabla 3.53. se apreciaba una problemática mayor en el uso de Internet por saturación publicitaria (n = 89) y por la baja velocidad de conexión (n = 41). El resto de dificultades o problemas en la conexión a Internet eran relativamente infrecuentes entre los participantes, con una gran cantidad de adolescentes que manifestaban no tener problemas relacionados con la privacidad o falta de confidencialidad (n = 119) o con el coste de acceder a Internet (n = 109).

Tabla 3.53. Problemas con el uso de Internet (Domingo Savio)

¿En qué medida encuentras problemas de cada tipo al utilizar Internet?	Nunca	Poco	Medio	Bastante	Mucho
Velocidad	46	25	88	36	41
Calidad de acceso (buena cobertura)	63	31	83	31	27
Seguridad	91	39	39	39	28
Coste	109	33	51	18	25
Privacidad / Falta de confidencialidad	119	31	38	20	28
Idioma	120	43	41	18	14
Demasiada publicidad	34	23	41	49	89
Infección por virus o programa espía (spyware)	113	35	36	36	16

Uso de redes sociales

Otro de los objetivos de este estudio era conocer qué redes sociales utilizan con más frecuencia los adolescentes en Domingo Savio. Como se observa en la Tabla 3.54, la gran mayoría de jóvenes en Domingo Savio hacen un uso extensivo de las redes sociales digitales en general, en concreto de las apps Tik Tok (n = 97), Instagram (n = 87) y Facebook (n = 83). Esta tendencia en el empleo de determinadas aplicaciones digitales se observa tanto en los muchachos como en las muchachas, ya que en ambos géneros las redes sociales más utilizadas son, de

nuevo, Tik Tok, Instagram y Facebook. Los adolescentes también mencionaron otras redes sociales que utilizan con frecuencia, entre las que se encuentran Messenger, Telegram o Whatsapp. Por el contrario, se observa en la Tabla 3.54 que el uso que los adolescentes y jóvenes hacían de Twitter y LinkedIn era muy infrecuente (en concreto, únicamente 7 participantes utilizaban LinkedIn en algún momento).

Tabla 3.54. Redes sociales utilizadas por los participantes (Domingo Savio)

¿En qué medida usas las siguientes redes sociales?					
Muestra total	Nunca	Poco	Medio	Bastante	Mucho
Facebook	37	52	41	23	83
Twitter	200	17	7	4	8
Instagram	30	38	32	49	87
Tik Tok	56	18	32	33	97
LinkedIn	229	3	1	1	2
Varones	Nunca	Poco	Medio	Bastante	Mucho
Facebook	15	15	19	9	39
Twitter	80	9	4	2	2
Instagram	14	20	9	19	35
Tik Tok	31	6	16	11	33
LinkedIn	95	0	0	0	2
Hembras	Nunca	Poco	Medio	Bastante	Mucho
Facebook	22	37	22	14	44
Twitter	120	8	3	2	6
Instagram	16	18	23	30	52
Tik tok	25	12	16	22	64
LinkedIn	134	3	1	1	0

Número de contactos/seguidores

En la siguiente Tabla 3.55 se observa que la mayoría de jóvenes en Domingo Savio tienen entre 10 y 200 seguidores en su red social más usada (n = 94) o entre 200 y 500 seguidores (n = 74), mientras que solo 16 jóvenes tienen más de 3000 seguidores en redes sociales. Esta tendencia se observa tanto en los muchachos como en las muchachas, situándose la mayoría de ellos en el nivel de 10 a 200 seguidores.

Tabla 3.55. Número de contactos de redes sociales de los participantes (Domingo Savio)

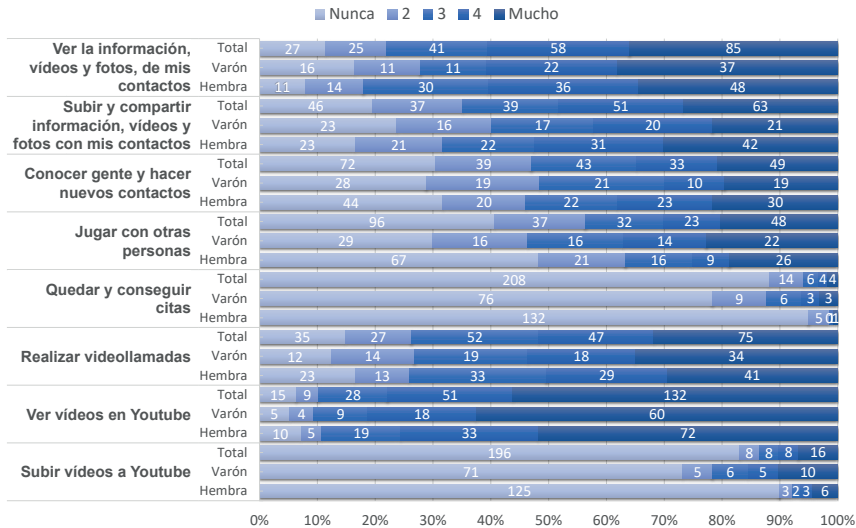
¿Cuántos contactos/ seguidores tienes actualmente en tu red social más usada?	10 a 200	200 a 500	500 a 1000	1000 a 2000	2000 a 3000	Más de 3000
Muestra total	94	74	24	18	10	16
Varones	41	31	7	8	4	6
Hembras	53	43	17	10	6	10

Actividades en redes sociales

Otro de los grandes objetivos de este estudio era conocer las actividades que los adolescentes y jóvenes de Domingo Savio realizan en redes sociales. Para ello, se exploraron contenidos como ver información de otros contactos, compartir información, conocer a otras personas, jugar, ver videos, etc. Como se observa en la Gráfico 3.3, los resultados muestran que las actividades que más adolescentes realizan en redes sociales son ver videos en YouTube (n = 132), ver información, videos o fotos de sus contactos (n = 85) o realizar videollamadas (n = 75). Por el contrario, muy pocos jóvenes utilizan las redes sociales para tener citas (n = 4) o para subir videos a YouTube (n = 16). Además de las actividades incluidas en los cuestionarios, los adolescentes y jóvenes de Domingo Savio informaron de que también utilizaban las redes

sociales para informarse sobre noticias, estudiar, escuchar música, chatear o para hacer *marketing* digital.

Gráfico 3.3. Actividades que realizan los jóvenes en redes sociales (Domingo Savio)



Seguir a personas famosas

Otro contenido que exploramos a través de las encuestas era el seguimiento que los adolescentes y jóvenes hacían en redes sociales de personas famosas (por ejemplo, *influencers*, *youtubers* o *bloggers*). Como se observa en la Tabla 3.56, la mayoría de participantes en el estudio seguían a alguna persona famosa (n = 182), y esto ocurría tanto en muchachos (n = 79) como en muchachas (n = 103). El número de adolescentes que no seguían a famosos a través de Internet era más reducido (n = 54 en la muestra completa). Cuando se exploró a qué personas famosas seguían a través de redes sociales, encontramos que un número considerable de participantes mencionaban a *youtubers* o productores de radio y discográficos como Santiago Matías (también conocido como Alofoke), a *influencers* como Ashley Montero o a cantantes como Kimberly Lozaia.

Tabla 3.56. Número de adolescentes y jóvenes que siguen a personas famosas en Internet (Domingo Savio)

¿Sigues habitualmente algún «influencer», «youtuber» o «blogger»?	Sí	No
Muestra total	182	54
Varones	79	18
Hembras	103	36

Actividades que los jóvenes realizan en Internet

Uno de los grandes bloques de contenido que exploramos con las encuestas tenía que ver con las actividades que los muchachos y muchachas de Domingo Savio realizan utilizando Internet. Esta información puede consultarse desglosada en la Tabla 3.57. En primer lugar, encontramos que las actividades que los jóvenes de Domingo Savio realizan con más frecuencia en Internet están relacionadas con el ocio (por ejemplo, ver películas o series, $n = 127$; descargar contenido audiovisual como música o películas, $n = 95$), con su aprendizaje y formación académica (por ejemplo, mejorar su aprendizaje, $n = 111$) o con un uso práctico (por ejemplo, buscar información de actualidad, $n = 112$). Por otra parte, también pudimos explorar las actividades que los adolescentes no solían hacer a través de Internet o que hacían con poca frecuencia. Entre estas, encontramos un número considerable de adolescentes que no utilizaban Internet para buscar empleo ($n = 196$), para realizar apuestas ($n = 224$), para difundir o apoyar causas políticas ($n = 196$) o para hacer gestiones bancarias ($n = 202$). En la Tabla 3.57 puede encontrarse también el desglose de estas actividades para muchachos y para muchachas de manera separada.

Tabla 3.57. Actividades que los adolescentes y jóvenes realizan a través de Internet (Domingo Savio)

¿Utilizas Internet para?

Muestra total	Nunca	Poco	Medio	Bastante	Mucho
Ver películas/series tipo Netflix, HBO...	20	13	32	44	127
Jugar a videojuegos/seguir competiciones <i>online</i>	94	32	28	31	51
Hacer apuestas (deportivas, casinos, loterías...)	224	5	1	1	5
Seguir mis hobbies (cine, teatro, cocina, jardinería, manualidades...)	70	29	35	51	51
Descargar contenidos audiovisuales (música/películas/series/libros electrónicos)	29	21	44	47	95
Descargar software (programas y apps) para móvil o computadora	62	36	38	39	61
Mejorar mi aprendizaje y formación (consultar videotutoriales, acceder a cursos <i>online</i> ...)	3	10	30	82	111
Enviar/recibir archivos	15	26	48	62	85
Traducir contenidos a otros idiomas	25	37	45	40	89
Buscar empleo	196	7	11	10	12
Desempeñar mi trabajo (en caso de que lo tengas)	139	8	31	26	32
Buscar información de la actualidad	16	12	35	61	112
Buscar información práctica (horarios, direcciones...)	32	31	47	45	81
Buscar información deportiva	83	33	32	31	57
Buscar información sobre temas de salud	35	28	60	50	63
Consultar información sobre tráfico	151	28	27	17	13
Consultar la previsión meteorológica	119	38	36	17	26
Difundir y apoyar causas políticas	196	21	8	6	5
Hacer gestiones con la Administración	181	23	14	13	5

Acceder al servicio sanitario	189	13	10	17	7
Buscar vivienda (compra, alquiler...)	199	11	11	7	8
Comprar productos	104	31	37	25	39
Vender productos	188	13	14	14	7
Realizar/recibir transferencias bancarias y utilizar otros servicios de banca	202	12	4	9	9
Acceder a contenidos explícitos para adultos	195	13	13	10	5
Varones	Nunca	Poco	Medio	Bastante	Mucho
Ver películas/series tipo Netflix, HBO...	6	8	20	20	43
Jugar a videojuegos/seguir competiciones <i>online</i>	20	15	13	19	30
Hacer apuestas (deportivas, casinos, loterías...)	93	2	0	0	2
Seguir mis hobbies (cine, teatro, cocina, jardinería, manualidades...)	35	14	17	16	15
Descargar contenidos audiovisuales (música/películas/series/libros electrónicos)	9	9	24	22	33
Descargar software (programas y apps) para móvil o computadora	14	21	20	17	25
Mejorar mi aprendizaje y formación (consultar videotutoriales, acceder a cursos <i>online</i> ...)	0	5	11	44	37
Enviar/recibir archivos	8	8	26	28	27
Traducir contenidos a otros idiomas	10	16	20	16	35
Buscar empleo	85	1	5	2	4
Desempeñar mi trabajo (en caso de que lo tengas)	60	2	12	10	13
Buscar información de la actualidad	6	2	18	22	49
Buscar información práctica (horarios, direcciones...)	19	12	23	18	25
Buscar información deportiva	15	9	17	19	37
Buscar información sobre temas de salud	19	10	28	23	17

Consultar información sobre tráfico	60	11	11	10	5
Consultar la previsión meteorológica	51	20	10	6	10
Difundir y apoyar causas políticas	85	6	5	0	1
Hacer gestiones con la Administración	74	11	6	3	3
Acceder al servicio sanitario	81	3	7	4	2
Buscar vivienda (compra, alquiler...)	84	5	6	2	0
Comprar productos	50	12	13	10	12
Vender productos	77	3	8	5	4
Realizar/recibir transferencias bancarias y utilizar otros servicios de banca	82	3	2	5	5
Acceder a contenidos explícitos para adultos	67	7	10	9	4
Hembras	Nunca	Poco	Medio	Bastante	Mucho
Ver películas/series tipo Netflix, HBO...	14	5	12	24	84
Jugar a videojuegos/seguir competiciones <i>online</i>	74	17	15	12	21
Hacer apuestas (deportivas, casinos, loterías...)	131	3	1	1	3
Seguir mis hobbies (cine, teatro, cocina, jardinería, manualidades...)	35	15	18	35	36
Descargar contenidos audiovisuales (música/películas/series/libros electrónicos)	20	12	20	25	62
Descargar software (programas y apps) para móvil o computadora	48	15	18	22	36
Mejorar mi aprendizaje y formación (consultar videotutoriales, acceder a cursos <i>online</i> ...)	3	5	19	38	74
Enviar/recibir archivos	7	18	22	34	58
Traducir contenidos a otros idiomas	15	21	25	24	54
Buscar empleo	111	6	6	8	8
Desempeñar mi trabajo (en caso de que lo tengas)	79	6	19	16	19

Buscar información de la actualidad	10	10	17	39	63
Buscar información práctica (horarios, direcciones...)	13	19	24	27	56
Buscar información deportiva	68	24	15	12	20
Buscar información sobre temas de salud	16	18	32	27	46
Consultar información sobre tráfico	91	17	16	7	8
Consultar la previsión meteorológica	68	18	26	11	16
Difundir y apoyar causas políticas	111	15	3	6	4
Hacer gestiones con la Administración	107	12	8	10	2
Acceder al servicio sanitario	108	10	10	6	5
Buscar vivienda (compra, alquiler...)	115	6	5	7	6
Comprar productos	54	19	24	15	27
Vender productos	111	10	6	9	3
Realizar/recibir transferencias bancarias y utilizar otros servicios de banca	120	9	2	4	4
Acceder a contenidos explícitos para adultos	128	6	3	1	1

Por otra parte, se exploró también las búsquedas que los participantes de Domingo Savio realizaban a través de buscadores de Internet como Google y a través de YouTube. Como se observa en la Tabla 3.58, los adolescentes utilizaban frecuentemente Google para tareas como buscar imágenes y fotografías ($n = 87$), traducir contenidos a otros idiomas ($n = 72$), para buscar material de ocio y entretenimiento ($n = 63$) o para consultar *webs* relacionadas con temas de su interés ($n = 61$). Adicionalmente, los adolescentes y jóvenes de Domingo Savio utilizaban con mucha frecuencia YouTube (Tabla 3.59) para ver tutoriales y contenido formativo ($n = 123$) y para ver *videoclips* de música ($n = 141$).

Tabla 3.58. Búsquedas que los adolescentes y jóvenes realizan a través de buscadores como Google (Domingo Savio)

	Nunca	Poco	Medio	Bastante	Mucho
Información práctica, como horarios y direcciones	72	32	42	37	53
Información sobre contenidos deportivos	97	39	23	22	55
Productos o servicios para comprar	103	35	32	25	41
Imágenes y fotografías	31	22	40	56	87
Contenidos <i>online</i> para descargar	73	37	43	35	48
Traducciones de contenidos a o de otros idiomas	24	33	59	48	72
Ocio y entretenimiento	52	25	48	48	63
Contenidos explícitos para adultos	179	22	12	9	14
Webs relacionadas con temas de tu interés	88	18	37	32	61

Tabla 3.59. Búsquedas que los adolescentes y jóvenes realizan a través de YouTube (Domingo Savio)

¿Qué temas buscas normalmente en los videos de YouTube?	Nunca	Poco	Medio	Bastante	Mucho
Tutoriales y formación	12	13	34	54	123
Videoclips de música	7	11	29	48	141
Cine, series o cortos	40	44	36	45	91
Contenido deportivo	101	21	29	25	60
Contenido humorístico o cómico	42	33	37	42	82
<i>Youtubers</i> que sigues	57	16	32	49	82

Promoción sociolaboral a través de Internet

Otro de los contenidos que estábamos interesados en explorar era cómo Internet promovía o apoyaba la promoción sociolaboral de los adolescentes y jóvenes de Domingo Savio, a través de la creación o edición de contenidos audiovisuales. En este caso, como se muestra en la Tabla 3.60, observamos que la mayoría de adolescentes y jóvenes de Domingo Savio utilizaban aplicaciones *online* para editar contenidos audiovisuales (n = 130), frente a una minoría que no los habían utilizado (n = 106). Entre las aplicaciones que más frecuentemente utilizaban los jóvenes de Domingo Savio para editar contenidos se encuentran sobre todo programas de edición de imagen y video, como Canva, Capcut, Filmora go, Inshot, Photogrid, Picsart, Power point, o Kinemaster.

Tabla 3.60. Creación o edición de contenidos audiovisuales (Domingo Savio)

	Sí	No
En los últimos 3 meses, ¿has utilizado alguna vez aplicaciones <i>online</i> para realizar o editar algún contenido audiovisual?	130	106

Producción de contenidos en Internet y redes sociales

El último bloque de contenidos que se exploró a través de las encuestas en Domingo Savio tenía que ver con los contenidos que los participantes producían y publicaban en Internet y redes sociales.

En primer lugar, como se observa en la Tabla 3.61, un número importante de adolescentes y jóvenes nunca publicaban o producían contenidos en redes sociales, especialmente sobre cuestiones políticas (n = 212) o contenidos laborales (n = 165), pero también era elevado el número de participantes que nunca compartían contenidos sobre sus hobbies o aficiones (n = 97). Por otra parte, entre quienes sí publicaban contenido en Internet y redes sociales, lo más frecuente era publicar contenidos personales sobre sí mismos, su familia o amigos (n = 50) y contenido sobre sus hobbies y aficiones (n = 47).

Tabla 3.61. Contenidos que los adolescentes y jóvenes suben para publicar en redes sociales (Domingo Savio)

	Nunca	Poco	Medio	Bastante	Mucho
Contenidos personales: contenidos sobre mi familia, amigos y sobre mí	86	27	37	36	50
Contenidos sobre mis hobbies o aficiones	97	33	28	31	47
Contenidos religiosos	102	36	42	31	25
Contenidos laborales	165	26	24	8	13
Contenidos políticos (protestas, denuncias, ideas, políticas...)	212	7	9	3	5
Contenidos deportivos	137	28	24	20	27
Contenidos audiovisuales hechos por mí	123	31	28	26	28
Contenidos sobre <i>challenges</i> (retos) que encuentro en redes	152	24	25	20	15

En segundo lugar, exploramos el tipo de contenidos que los adolescentes y jóvenes compartían en Internet. Como se observa en la Tabla 3.62, lo más frecuente era que los participantes en Domingo Savio publicaran fotografías independientemente de quien salga en ellas ($n = 88$), seguidos de quienes solo publicaban fotos en las que aparecían ellos ($n = 83$). Si se indaga en mayor profundidad en el contenido no personal que los jóvenes suben a Internet, se encuentra que la mayoría suben fotos no personales ($n = 132$) pero no otro tipo de contenido no personal, como puede verse en la Tabla 3.63.

Tabla 3.62. Categorías o tipos de contenido que los adolescentes y jóvenes comparten en Internet o redes sociales (Domingo Savio)

¿Cuál de estas frases describe mejor lo que haces cuando subes fotos personales en Internet o redes sociales?	Frecuencia
Subo la mayoría de fotos que tengo	36
Subo solo algunas fotos, independientemente de quién salga en ellas	88

Solo subo fotos en las que aparezco yo. Si sale más gente, primero pido su permiso antes de subirlas o publicarlas	83
Nunca subo fotos mías o de mis amigos o familiares	29

Tabla 3.63. Material no personal que los adolescentes y jóvenes suben a Internet (Domingo Savio)

¿Qué tipos de materiales NO personales (es decir que NO sean sobre ti, tu familia, tus amigos y compañeros, etc.) has subido en Internet?	Sí	No
Fotos	132	104
Videos	98	138
Comentarios, opiniones u otro tipo de textos	68	168
Ficheros de audio	9	227
Otro tipo de contenidos	4	232
Ninguno, solo he subido contenidos personales	20	216
Ninguno, no he subido nada de ningún tipo	46	190

3.3.4. Encuestas de contraste

3.3.4.1. Datos sociodemográficos de los participantes

Respecto a los datos sociodemográficos de los participantes, en San Cristóbal y Santo Domingo Central contestaron a las encuestas un total de 391 adolescentes, 178 hombres y 213 mujeres (Tabla 3.64), de entre 15 y 19 años (Tabla 3.65), distribuidos a partes prácticamente iguales entre 5º y 6º cursos (Tabla 3.66). Respecto al tipo de vivienda en la que habitaban los participantes, aquí se observa un patrón algo distinto al que se encontró en los participantes de Dajabón, Los Cacaos y Domingo Savio. Entre los encuestados, la mayor parte de adolescentes y jóvenes vivían en apartamentos en edificios de varios pisos (n =

279), mientras que un menor número vivían en casas construidas por personas comunes o por constructoras (Tabla 3.67).

Tabla 3.64. Género de los participantes
(San Cristóbal y Santo Domingo Central)

	Frecuencia	Porcentaje
Varón	178	45,5
Hembra	213	54,5
Total	391	100

Tabla 3.65. Edad de los participantes (San Cristóbal y Santo Domingo Central)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
15 años	5	1,3	1,3
16 años	208	53,2	54,5
17 años	171	43,7	98,2
18 años	6	1,5	99,7
19 años	1	0,3	100
Total	391	100	

Tabla 3.66. Nivel de escolarización de los participantes (San Cristóbal y Santo Domingo Central)

	Frecuencia	Porcentaje
Quinto curso	198	50,6
Sexto curso	193	49,4
Total	391	100

Tabla 3.67. Tipo de vivienda de los participantes
(San Cristóbal y Santo Domingo Central)

	Frecuencia	Porcentaje
Apartamento en un edificio de varios pisos	279	71,4
Casa construida por una empresa constructora	29	7,4
Casa construida por personas comunes	83	21,2
Total	391	100

3.3.4.2. Resultados de la encuesta

3.3.4.2.1. Inconvenientes para el seguimiento del curso por la pandemia

El primer contenido que exploramos en las encuestas fueron los inconvenientes que habían encontrado los jóvenes para seguir el curso académico durante la pandemia por COVID-19 en San Cristóbal y Santo Domingo Central. Como se observa en la Tabla 3.68, la gran mayoría de los participantes reportaron que no habían tenido dificultades significativas para seguir el curso académico, siendo muy reducido el número de participantes que sí habían encontrado dificultades al respecto (entre 10 y 50, aproximadamente). Entre quienes sí tuvieron inconvenientes, el más frecuente fue la falta de tiempo por tener que colaborar en las tareas domésticas y del hogar ($n = 50$). Aun así, el número de jóvenes que reportaron estas dificultades era inferior a los que no habían tenido esta problemática. De hecho, un número muy considerable de jóvenes reportaron que no habían tenido inconveniente ninguno en el seguimiento del curso por la pandemia.

Tabla 3.68. Inconvenientes en el seguimiento del curso por la pandemia (San Cristóbal y Santo Domingo Central)

¿Cuáles son los principales inconvenientes que ha tenido en el seguimiento del curso durante el tiempo de suspensión de clases por la pandemia?	Sí	No
Mis familiares no han podido ayudarme en las tareas de la escuela por falta de tiempo	30	361
Mis familiares no han podido ayudarme por falta de formación	11	380
No he tenido recursos computacionales suficientes para el seguimiento de las clases	31	360
He tenido dificultades para acercarme al colegio a recoger las tareas	24	367
He tenido dificultades por falta de tiempo por tener que colaborar en las tareas del hogar	50	341
He tenido dificultades por falta de tiempo por tener que trabajar	9	382
He tenido dificultades por falta de tiempo por tener que cuidar de un hijo/s o familiar cercano	10	381

3.3.4.2.2. Conexión y uso de Internet y redes sociales

Lugar de conexión a Internet

Otro de los contenidos que se abordaron en la encuesta estaba relacionado con los lugares y dispositivos a través de los cuales se conectaban a Internet. En la Tabla 3.69 se aprecia que el acceso a Internet se realizaba en la gran mayoría de los adolescentes de San Cristóbal y Santo Domingo Central a través de su celular personal ($n = 362$) seguido por conexión a través de computadoras desde los hogares familiares ($n = 265$) y por la conexión en el colegio o centro de estudios ($n = 106$). El resto de lugares y dispositivos de conexión a Internet eran menos frecuentes.

Tabla 3.69. Lugares de conexión a Internet (San Cristóbal y Santo Domingo Central)

¿Desde dónde sueles conectarte habitualmente a Internet?	Sí	No
Desde la computadora de casa	265	126

Desde mi celular personal	362	29
En el colegio o centro de estudio	106	285
Desde la casa de un amigo o un familiar	73	318
Desde un cibercafé o un negocio con wifi de pago	31	360
Desde una red abierta en la calle	15	376
Desde una biblioteca o institución pública	29	362
Otro	1	390

Frecuencia de uso de Internet

Otro de los contenidos explorados tenía que ver con la frecuencia con la que los adolescentes y jóvenes se conectaban a Internet. Como se observa en la Tabla 3.70, la gran mayoría de jóvenes en San Cristóbal y Santo Domingo Central se conectan a Internet y redes sociales más de 5 veces al día (n = 300). Esta tendencia se observa tanto en los muchachos (n = 126) como en las muchachas (n = 174). Otro hallazgo relevante es que casi todos los adolescentes y jóvenes encuestados se conectaban a Internet al menos 2 veces al día (el número de participantes que se conectaban menos de eso era muy reducido).

**Tabla 3.70. Frecuencia de uso de Internet y redes sociales
(San Cristóbal y Santo Domingo Central)**

¿Con qué frecuencia haces uso de Internet y las redes sociales?	Menos de una vez al día	Una vez al día	De 2 a 3 veces al día	De 4 a 5 veces al día	Más de 5 veces al día
Muestra completa	1	5	26	59	300
Varones	1	3	15	33	126
Hembras	0	2	11	26	174

Problemas con el uso de Internet

En este estudio también exploramos los problemas o dificultades más comunes que los adolescentes de San Cristóbal y Santo Domingo Central se encontraban a la hora de utilizar Internet. En la Tabla 3.71 se aprecia una problemática mayor en el uso de Internet por saturación publicitaria ($n = 82$) y, en algunas ocasiones, por problemas de velocidad o por la calidad de la cobertura para acceder a Internet. El resto de dificultades o problemas en la conexión a Internet eran relativamente infrecuentes entre los participantes, con una gran cantidad de adolescentes que manifestaban no tener problemas relacionados con la privacidad o falta de confidencialidad ($n = 211$), o con el coste de acceder a Internet ($n = 186$).

Tabla 3.71. Problemas con el uso de Internet
(San Cristóbal y Santo Domingo Central)

¿En qué medida encuentras problemas de cada tipo al utilizar Internet?	Nunca	Poco	Medio	Bastante	Mucho
Velocidad	61	124	142	48	16
Calidad de acceso (buena cobertura)	73	151	101	49	16
Seguridad	186	110	59	30	5
Coste	186	122	55	15	6
Privacidad / Falta de confidencialidad	211	107	53	15	5
Idioma	270	76	35	8	2
Demasiada publicidad	37	65	113	93	82
Infección por virus o programa espía (<i>spyware</i>)	222	104	50	13	2

Uso de redes sociales

Otro de los objetivos de este estudio era conocer qué redes sociales utilizan con más frecuencia los adolescentes en San Cristóbal y Santo Domingo Central. Como se observa en la Tabla 3.72, la gran mayoría de jóvenes en San Cristóbal y Santo Domingo Central hacen un uso extensivo de las redes sociales digitales en general, en concreto de las

apps Tik Tok (n = 215) e Instagram (n = 196). Esta tendencia en el empleo de determinadas aplicaciones digitales se observa tanto en los muchachos como en las muchachas, ya que en ambos géneros las redes sociales más utilizadas son, de nuevo, Tik Tok e Instagram. No obstante, resulta curioso observar cómo entre los muchachos la red social más utilizada es Instagram (con Tik Tok en segundo lugar) y en las muchachas esta tendencia se revierte, utilizando en primer lugar Tik Tok (y en segundo lugar Instagram).

Los adolescentes de San Cristóbal y Santo Domingo Central también mencionaron otras redes sociales que utilizan con frecuencia, entre las que se encuentran Whatsapp, BeReal, Snapchat, Facetime, Messenger o Twitch. Por el contrario, se observa en la Tabla 3.75 que el uso que los adolescentes y jóvenes hacían de otras redes sociales como Facebook o LinkedIn era muy infrecuente. En concreto, merece la pena destacar el bajo número de adolescentes de estas zonas que utilizaban la red social Facebook (solo 6 la utilizaban bastante o mucho) o LinkedIn (solo 2 la utilizaban bastante).

Tabla 3.72. Redes sociales utilizadas por los participantes
(San Cristóbal y Santo Domingo Central)

¿En qué medida usas las siguientes redes sociales?					
Muestra total	Nunca	Poco	Medio	Bastante	Mucho
Facebook	334	41	10	3	3
Twitter	203	120	42	17	9
Instagram	12	28	54	101	196
Tik Tok	54	24	36	62	215
LinkedIn	371	15	1	2	0
Varones	Nunca	Poco	Medio	Bastante	Mucho
Facebook	150	22	5	0	1
Twitter	83	54	28	9	4
Instagram	12	17	24	45	80

Tik Tok	41	16	24	32	65
LinkedIn	166	9	1	0	0
Hembras	Nunca	Poco	Medio	Bastante	Mucho
Facebook	184	19	5	3	2
Twitter	120	66	14	8	5
Instagram	0	11	30	56	116
Tik tok	13	8	12	30	150
LinkedIn	205	6	2	0	0

Número de contactos/seguidores

En la siguiente Tabla 3.73 se observa que la mayoría de jóvenes en San Cristóbal y Santo Domingo Central tienen entre 10 y 200 seguidores en su red social más usada ($n = 129$) o entre 200 y 500 seguidores ($n = 110$), mientras que solo 8 jóvenes tienen más de 3000 seguidores en redes sociales. Esta tendencia se observa tanto en los muchachos como en las muchachas, situándose la mayoría de ellos en los primeros niveles de respuesta. No obstante, se observa que en el caso de las muchachas la mayor parte de las encuestadas tenían entre 500 y 1000 seguidores ($n = 65$) o entre 200 y 500 seguidores ($n = 62$).

Tabla 3.73. Número de contactos de redes sociales de los participantes (San Cristóbal y Santo Domingo Central)

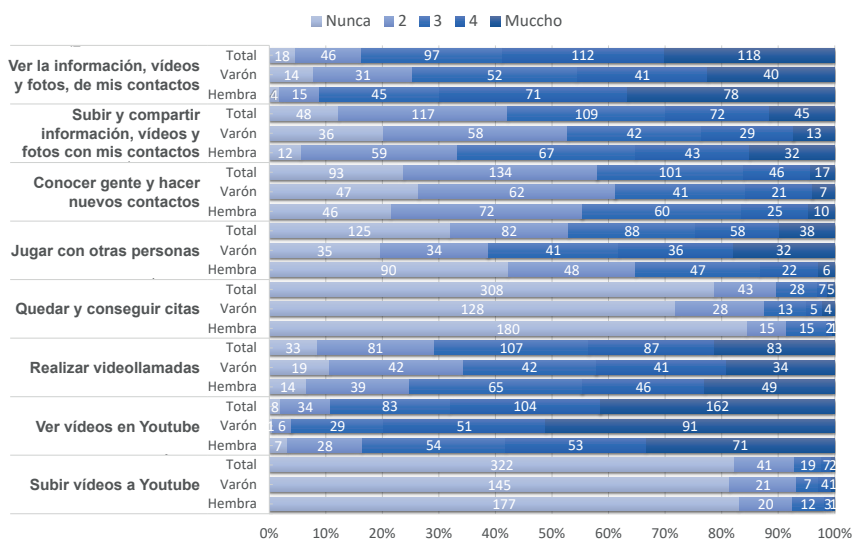
¿Cuántos contactos/ seguidores tienes actualmente en tu red social más usada?	10 a 200	200 a 500	500 a 1000	1000 a 2000	2000 a 3000	Más de 3000
Muestra total	129	110	99	37	8	8
Varones	76	48	34	14	1	5
Hembras	53	62	65	23	7	3

Actividades en redes sociales

Otro de los grandes objetivos de este estudio era conocer las actividades que los adolescentes y jóvenes de San Cristóbal y Santo Domingo Central realizan en redes sociales. Para ello, se exploraron contenidos como ver información de otros contactos, compartir información, conocer a otras personas, jugar, ver videos, etc. Como se observa en el Gráfico 3.4, los resultados muestran que las actividades que más adolescentes realizan en redes sociales son ver videos en YouTube ($n = 162$), ver información, videos o fotos de sus contactos ($n = 118$) o realizar videollamadas ($n = 83$). Por el contrario, muy pocos jóvenes utilizan las redes sociales para subir videos a YouTube ($n = 2$) o para tener citas ($n = 5$).

Además de las actividades incluidas en los cuestionarios, los adolescentes y jóvenes de San Cristóbal y Santo Domingo Central informaron de que también utilizaban las redes sociales para informarse sobre noticias, estudiar, escuchar música, chatear o para hacer *marketing* digital.

Gráfico 3.4. Actividades que realizan los jóvenes en redes sociales (San Cristóbal y Santo Domingo Central)



Seguir a personas famosas

Otro contenido que exploramos a través de las encuestas era el seguimiento que los adolescentes y jóvenes hacían en redes sociales de personas famosas (por ejemplo, *influencers*, *youtubers* o *bloggers*). Como se observa en la Tabla 3.74, la mayoría de participantes en el estudio seguían a alguna persona famosa (n = 308), y esto ocurría tanto en muchachos (n = 144) como en muchachas (n = 164). El número de adolescentes que no seguían a famosos a través de Internet era más reducido (n = 83 en la muestra completa). Cuando se exploró a qué personas famosas seguían a través de redes sociales, encontramos que un número considerable de participantes mencionaban a *youtubers* o productores de radio y discográficos como Santiago Matías (también conocido como Alofoke), a *influencers* como Ashley Montero o a cantantes como Kimberly Lozaia.

Tabla 3.74. Número de adolescentes y jóvenes que siguen a personas famosas en Internet (San Cristóbal y Santo Domingo Central)

¿Sigues habitualmente algún «influencer», «youtuber» o «blogger»?	Sí	No
Muestra total	308	83
Varones	144	34
Hembras	164	49

Actividades que los jóvenes realizan en Internet

Uno de los grandes bloques de contenido que exploramos con las encuestas tenía que ver con las actividades que los muchachos y muchachas de San Cristóbal y Santo Domingo Central realizan utilizando Internet. Esta información puede consultarse desglosada en la Tabla 3.75. En primer lugar, encontramos que las actividades que los jóvenes de San Cristóbal y Santo Domingo Central realizan con más frecuencia en Internet están relacionadas con el ocio (por ejemplo,

ver películas o series, n = 211; descargar contenido audiovisual como música o películas, n = 131), con su aprendizaje y formación académica (por ejemplo, mejorar su aprendizaje, n = 114) o con un uso práctico (por ejemplo, buscar información de actualidad, n = 117).

Por otra parte, también pudimos explorar las actividades que los adolescentes no solían hacer a través de Internet o que hacían con poca frecuencia. Entre estas, encontramos un número considerable de adolescentes que no utilizaban Internet para buscar empleo (n = 344) o vivienda (n = 330), para realizar apuestas (n = 360) o para hacer gestiones administrativas (n = 287) o bancarias (n = 265). En la Tabla 3.75 puede encontrarse también el desglose de estas actividades para muchachos y para muchachas de manera separada.

Tabla 3.75. Actividades que los adolescentes y jóvenes realizan a través de Internet (San Cristóbal y Santo Domingo Central)

¿Utilizas Internet para?

Muestra total	Nunca	Poco	Medio	Bastante	Mucho
Ver películas/series tipo Netflix, HBO...	7	29	51	93	211
Jugar a videojuegos/seguir competiciones <i>online</i>	81	74	82	72	82
Hacer apuestas (deportivas, casinos, loterías...)	360	19	7	5	0
Seguir mis hobbies (cine, teatro, cocina, jardinería, manualidades...)	27	59	104	106	95
Descargar contenidos audiovisuales (música/películas/series/libros electrónicos)	26	47	83	104	131
Descargar software (programas y apps) para móvil o computadora	55	78	119	76	62
Mejorar mi aprendizaje y formación (consultar videotutoriales, acceder a cursos <i>online</i> ...)	6	44	91	136	114
Enviar/recibir archivos	14	42	113	111	111
Traducir contenidos a otros idiomas	26	96	105	90	74

Buscar empleo	344	18	15	12	2
Desempeñar mi trabajo (en caso de que lo tengas)	270	28	44	25	24
Buscar información de la actualidad	3	37	122	112	117
Buscar información práctica (horarios, direcciones...)	24	53	129	118	67
Buscar información deportiva	79	75	90	72	75
Buscar información sobre temas de salud	28	120	142	63	38
Consultar información sobre tráfico	176	101	58	39	16
Consultar la previsión meteorológica	105	128	105	36	17
Difundir y apoyar causas políticas	271	58	37	17	8
Hacer gestiones con la Administración	287	52	31	15	4
Acceder al servicio sanitario	266	66	41	15	2
Buscar vivienda (compra, alquiler...)	330	33	20	6	2
Comprar productos	59	57	141	90	44
Vender productos	298	46	30	11	6
Realizar/recibir transferencias bancarias y utilizar otros servicios de banca	265	60	38	9	19
Acceder a contenidos explícitos para adultos	269	79	23	12	8
Varones	Nunca	Poco	Medio	Bastante	Mucho
Ver películas/series tipo Netflix, HBO...	3	20	30	56	69
Jugar a videojuegos/seguir competiciones <i>online</i>	10	19	39	48	62
Hacer apuestas (deportivas, casinos, loterías...)	157	14	4	3	0
Seguir mis hobbies (cine, teatro, cocina, jardinería, manualidades...)	18	37	46	40	37
Descargar contenidos audiovisuales (música/películas/series/libros electrónicos)	16	23	38	39	62

Descargar software (programas y apps) para móvil o computadora	19	31	55	40	33
Mejorar mi aprendizaje y formación (consultar videotutoriales, acceder a cursos <i>online</i> ...)	2	25	40	58	53
Enviar/recibir archivos	10	22	56	40	50
Traducir contenidos a otros idiomas	17	52	41	37	31
Buscar empleo	158	9	8	3	0
Desempeñar mi trabajo (en caso de que lo tengas)	115	17	20	12	14
Buscar información de la actualidad	2	17	59	49	51
Buscar información práctica (horarios, direcciones...)	14	31	59	46	28
Buscar información deportiva	20	23	36	41	58
Buscar información sobre temas de salud	14	55	73	23	13
Consultar información sobre tráfico	72	46	30	23	7
Consultar la previsión meteorológica	56	56	41	17	8
Difundir y apoyar causas políticas	132	24	15	6	1
Hacer gestiones con la Administración	133	24	12	6	3
Acceder al servicio sanitario	123	28	20	7	0
Buscar vivienda (compra, alquiler...)	148	20	8	2	0
Comprar productos	33	28	58	42	17
Vender productos	124	26	18	7	3
Realizar/recibir transferencias bancarias y utilizar otros servicios de banca	112	34	18	2	12
Acceder a contenidos explícitos para adultos	89	54	20	9	6
Hembras	Nunca	Poco	Medio	Bastante	Mucho
Ver películas/series tipo Netflix, HBO...	4	9	21	37	142
Jugar a videojuegos/seguir competiciones <i>online</i>	71	55	43	24	20

Hacer apuestas (deportivas, casinos, loterías...)	203	5	3	2	0
Seguir mis hobbies (cine, teatro, cocina, jardinería, manualidades...)	9	22	58	66	58
Descargar contenidos audiovisuales (música/películas/series/libros electrónicos)	10	24	45	65	69
Descargar software (programas y apps) para móvil o computadora	36	47	64	36	29
Mejorar mi aprendizaje y formación (consultar videotutoriales, acceder a cursos <i>online</i> ...)	4	19	51	78	61
Enviar/recibir archivos	4	20	57	71	61
Traducir contenidos a otros idiomas	9	44	64	53	43
Buscar empleo	186	9	7	9	2
Desempeñar mi trabajo (en caso de que lo tengas)	155	11	24	13	10
Buscar información de la actualidad	1	20	63	63	66
Buscar información práctica (horarios, direcciones...)	10	22	70	72	39
Buscar información deportiva	59	52	54	31	17
Buscar información sobre temas de salud	14	65	69	40	25
Consultar información sobre tráfico	104	55	28	16	9
Consultar la previsión meteorológica	49	72	64	19	9
Difundir y apoyar causas políticas	139	34	22	11	7
Hacer gestiones con la Administración	154	28	19	9	1
Acceder al servicio sanitario	143	38	21	8	2
Buscar vivienda (compra, alquiler...)	182	13	12	4	2
Comprar productos	26	29	83	48	27
Vender productos	174	20	12	4	3
Realizar/recibir transferencias bancarias y utilizar otros servicios de banca	153	26	20	7	7
Acceder a contenidos explícitos para adultos	180	25	3	3	2

Por otra parte, se exploró también las búsquedas que los participantes de San Cristóbal y Santo Domingo Central realizaban a través de buscadores de Internet como Google y a través de YouTube. Como se observa en la Tabla 3.76, los adolescentes utilizaban frecuentemente Google para buscar material de ocio y entretenimiento (n = 125) o para buscar webs relacionadas con temas de su interés (n = 118). Adicionalmente, los adolescentes y jóvenes de San Cristóbal y Santo Domingo Central utilizaban con mucha frecuencia YouTube, según se refleja en la Tabla 3.77, para ver *videoclips* de música (n = 126) y para ver a *youtubers* que siguen (n = 107).

Tabla 3.76. Búsquedas que los adolescentes y jóvenes realizan a través de buscadores como Google (San Cristóbal y Santo Domingo Central)

	Nunca	Poco	Medio	Bastante	Mucho
Información práctica, como horarios y direcciones	42	93	111	84	61
Información sobre contenidos deportivos	89	94	83	63	62
Productos o servicios para comprar	62	79	116	88	46
Imágenes y fotografías	19	71	109	113	79
Contenidos <i>online</i> para descargar	80	105	112	62	32
Traducciones de contenidos a o de otros idiomas	36	110	120	85	40
Ocio y entretenimiento	24	41	82	118	125
Contenidos explícitos para adultos	256	81	35	12	6
Webs relacionadas con temas de tu interés	59	26	74	111	118

Tabla 3.77. Búsquedas que los adolescentes y jóvenes realizan a través de YouTube (San Cristóbal y Santo Domingo Central)

¿Qué temas buscas normalmente en los videos de YouTube?	Nunca	Poco	Medio	Bastante	Mucho
Tutoriales y formación	29	69	116	97	70
Videoclips de música	28	56	90	91	126
Cine, series o cortos	80	91	89	76	55
Contenido deportivo	113	76	70	70	62
Contenido humorístico o cómico	44	70	117	91	69
Youtubers que sigues	80	43	78	81	107

Promoción sociolaboral a través de Internet

Otro de los contenidos que estábamos interesados en explorar era cómo Internet promovía o apoyaba la promoción sociolaboral de los adolescentes y jóvenes de San Cristóbal y Santo Domingo Central, a través de la creación o edición de contenidos audiovisuales. En este caso, como se muestra en la Tabla 3.78, observamos que la mayoría de adolescentes y jóvenes de San Cristóbal y Santo Domingo Central utilizaban aplicaciones *online* para editar contenidos audiovisuales (n = 274), frente a una minoría que no los habían utilizado (n = 117). Entre las aplicaciones que más frecuentemente utilizaban los jóvenes de San Cristóbal y Santo Domingo Central para editar contenidos se encuentran sobre todo programas de edición de imagen y video, como Premiere, Canva, Capcut, Inshot, Filmora go, Picsart, Photoshop o Tik Tok.

Tabla 3.78. Creación o edición de contenidos audiovisuales (San Cristóbal y Santo Domingo Central)

	Sí	No
En los últimos 3 meses, ¿has utilizado alguna vez aplicaciones <i>online</i> para realizar o editar algún contenido audiovisual?	274	117

Producción de contenidos en Internet y redes sociales

El último bloque de contenidos que se exploró a través de las encuestas en San Cristóbal y Santo Domingo Central tenía que ver con los contenidos que los participantes producían y publicaban en Internet y redes sociales.

En primer lugar, como se observa en la Tabla 3.79, un número importante de adolescentes y jóvenes nunca publicaban o producían contenidos en redes sociales, especialmente sobre cuestiones religiosas (n = 314), políticas (n = 307) o contenidos laborales (n = 305). Por otra parte, entre quienes sí publicaban contenido en Internet y redes sociales, lo más frecuente era publicar contenidos personales sobre sí mismos, su familia o amigos (n = 46) y contenido sobre sus hobbies y aficiones (n = 44).

Tabla 3.79. Contenidos que los adolescentes y jóvenes suben para publicar en redes sociales (San Cristóbal y Santo Domingo Central)

	Nunca	Poco	Medio	Bastante	Mucho
Contenidos personales: contenidos sobre mi familia, amigos y sobre mí	101	118	79	47	46
Contenidos sobre mis hobbies o aficiones	110	85	84	68	44
Contenidos religiosos	314	38	19	18	2
Contenidos laborales	305	36	32	10	8
Contenidos políticos (protestas, denuncias, ideas, políticas...)	307	35	36	9	4
Contenidos deportivos	202	65	55	38	31
Contenidos audiovisuales hechos por mí	220	72	55	21	23
Contenidos sobre <i>challenges</i> (retos) que encuentro en redes	300	52	28	8	3

En segundo lugar, exploramos el tipo de contenidos que los adolescentes y jóvenes compartían en Internet. Como se observa en la Tabla

3.80, lo más frecuente era que los participantes en San Cristóbal y Santo Domingo Central publicaran fotografías en las que solo aparecían ellos (n = 196), seguidos por quienes solo subían algunas fotos, independientemente de quien salga en ellas (n = 99).

Si se indaga en mayor profundidad en el contenido no personal que los jóvenes suben a Internet, se encuentra que la mayoría suben fotos no personales (n = 165) o videos no personales (n = 110), pero no otro tipo de contenido no personal, como se observa en la Tabla 3.81. Aun así, el número de adolescentes y jóvenes que no subía material no personal era más elevado que el número de adolescentes que sí subía material no personal.

Tabla 3.80. Categorías o tipos de contenido que los adolescentes y jóvenes comparten en Internet o redes sociales (San Cristóbal y Santo Domingo Central)

¿Cuál de estas frases describe mejor lo que haces cuando subes fotos personales en Internet o redes sociales?	Frecuencia
Subo la mayoría de fotos que tengo	19
Subo solo algunas fotos, independientemente de quién salga en ellas	99
Solo subo fotos en las que aparezco yo. Si sale más gente, primero pido su permiso antes de subirlas o publicarlas	196
Nunca subo fotos más o de mis amigos o familiares	77

Tabla 3.81. Material no personal que los adolescentes y jóvenes suben a Internet (San Cristóbal y Santo Domingo Central)

¿Qué tipos de materiales NO personales (es decir que NO sean sobre ti, tu familia, tus amigos y compañeros, etc.) has subido en Internet?	Sí	No
Fotos	165	226
Videos	110	281
Comentarios, opiniones u otro tipo de textos	107	284
Ficheros de audio	25	366
Otro tipo de contenidos	10	381

Ninguno, solo he subido contenidos personales	32	359
Ninguno, no he subido nada de ningún tipo	107	284

3.4. Análisis

A continuación, se presentan los análisis de los resultados mostrados en el apartado anterior. Los análisis siguen la misma estructura de contenidos que se ha utilizado para los resultados, presentando en primer lugar datos relativos a la frecuencia de uso de Internet y los lugares de conexión, seguido por un análisis del tipo de actividades y tareas que los adolescentes y jóvenes realizan a través de Internet y redes sociales.

3.4.1. Análisis locales

3.4.1.1. Dajabón

En Dajabón, comunidad fronteriza de Republica Dominicana con Haití, encuestamos a un total de 386 adolescentes y jóvenes, mayoritariamente de entre 16 y 17 años, y que se encontraban escolarizados en quinto o sexto curso de Educación secundaria.

Debido a que la recogida de estos datos se realizó inmediatamente después de la pandemia de COVID-19, se decidió incluir un cuestionario inicial que evaluara las dificultades que los jóvenes habían tenido para seguir el curso durante esos meses. Tras la evaluación, observamos que estos adolescentes no manifestaron dificultades especialmente relevantes para seguir el curso académico en los años de la pandemia. Así, la enorme mayoría de muchachos y muchachas de Dajabón alegaron que no habían tenido inconvenientes para seguir el curso durante el tiempo que se habían suspendido las clases por la pandemia. Este primer dato puede arrojar luz sobre los recursos tecnológicos de los muchachos y muchachas de esta localidad para poder continuar con

su formación aun en momentos en que las clases presenciales se habían suspendido.

Al explorar los recursos electrónicos para acceder a Internet, encontramos que la gran mayoría de adolescentes y jóvenes de Dajabón tienen acceso y se conectan a Internet de manera muy frecuente, con una moda de más de cinco veces al día, y principalmente lo hacen a través de sus celulares personales. Además, la mayoría de ellos no mencionan tener problemas de coste para usar Internet, y tampoco problemas especialmente relevantes de velocidad de la red ni de cobertura de acceso. Estos datos iniciales nos muestran que, en general, la digitalización de los adolescentes y jóvenes en Dajabón es alta, al menos en términos de acceso y uso: estos muchachos y muchachas se conectan de forma casi continuada durante el día a Internet, utilizando como medio principal sus propios celulares personales y sin problemas importantes de velocidad, cobertura o coste.

Al realizar un análisis de las redes sociales más utilizadas por estos jóvenes, encontramos que las plataformas más utilizadas son las aplicaciones Tik Tok e Instagram, seguidas por la plataforma Facebook. Resulta interesante mencionar aquí una diferencia pequeña pero consistente entre muchachos y muchachas: mientras que en el caso de los varones la aplicación más frecuentada es Instagram (seguida de cerca por Tik Tok), en las muchachas ocurre la tendencia opuesta, siendo la red social más frecuentada Tik Tok (seguida por Instagram). Es posible que las sutiles diferencias en el tipo de contenido que ofrecen cada una de estas aplicaciones generen más interés en un género frente a otro, aunque afirmarlo requeriría de un estudio en mayor profundidad. La tercera plataforma más utilizada, tanto por muchachos como por muchachas, es Facebook: en este caso, encontramos una gran variabilidad, con casi el mismo número de adolescentes que mencionan usarla con mucha frecuencia o que por el contrario no la utilizan nunca. Por último, resulta también interesante destacar que casi ningún adolescente de los entrevistados mencionó utilizar la red social LinkedIn, una aplicación más vinculada al empleo y a la creación de redes profesionales. Entre las actividades que los jóvenes realizaban

en estas redes sociales destaca especialmente la recepción de contenido, más que la creación o producción de material propio: la mayor parte de jóvenes mencionaron que utilizaban las redes sociales para ver información, videos o fotos de sus contactos, mientras un número mucho más reducido las utilizaba también para subir y compartir su propia información, videos o fotos con sus contactos. Además, la mayor parte de ellos menciona seguir a personas famosas en redes sociales.

Tras este análisis de las redes sociales más utilizadas por los adolescentes, se profundizó en las actividades que los muchachos y muchachas realizan en Internet en general. Los datos de las encuestas informan de que, de nuevo, los adolescentes en Dajabón asumen un rol limitado en Internet, actuando más como receptores de información que como productores o creadores de distintos contenidos. En esta línea, las actividades más frecuentes de los adolescentes estaban relacionadas con su aprendizaje y formación (por ejemplo, acceder a videotutoriales, buscar cursos *online* o información académica), con actividades de ocio y entretenimiento (por ejemplo, ver películas o series en Internet, escuchar o descargar música) o con tareas prácticas del día a día (por ejemplo, traducir contenido o buscar información de actualidad).

En un paso posterior, exploramos específicamente la producción de contenidos audiovisuales a través de Internet y redes sociales. En primer lugar, como ya se anticipó anteriormente, se encontró que la mayoría de adolescentes y jóvenes en Dajabón no suben contenidos a Internet y redes sociales, o lo hacen en muy pocas ocasiones. Así, la mayor parte de adolescentes mencionó que nunca subía contenidos personales, laborales, políticos, audiovisuales hechos por ellos mismos o contenidos sobre *challenges* o retos de Internet. Entre quienes sí subían contenidos a Internet y redes sociales, lo más frecuente era subir contenidos personales, sobre sí mismos, sus familias o amigos, o contenidos sobre sus hobbies o aficiones. La mayor parte de los adolescentes encuestados mencionaron, además, que solo subían fotos en las que aparecían ellos mismos, y que si salía más gente pedían su permiso antes de publicarlas. No obstante, otro número importante de

los adolescentes y jóvenes mencionaron que subían y compartían fotos independientemente de quien saliera en ellas.

3.4.1.2. Los Cacaos

En Los Cacaos, comunidad rural en República Dominicana, encuestamos a un total de 61 adolescentes y jóvenes, mayoritariamente de entre 16 y 18 años, que se encontraban escolarizados en quinto o sexto curso de Educación secundaria.

Los resultados hallados en este grupo son muy similares a los encontrados en las otras comunidades de República Dominicana. Como ya se ha mencionado, se decidió incluir un cuestionario para evaluar las dificultades que los jóvenes habían tenido para seguir el curso durante los meses de la pandemia. En una comunidad rural en zona de montaña, podría esperarse que las dificultades para el seguimiento del curso durante la suspensión de clases por la pandemia hubieran sido considerables. Sin embargo, se encontró que la gran mayoría de los adolescentes de Los Cacaos no habían experimentado dificultades especialmente relevantes para seguir el curso académico durante la pandemia. Este primer dato puede arrojar luz sobre los recursos de los muchachos y muchachas de esta localidad para poder continuar con su formación aun en momentos en que las clases presenciales se habían suspendido.

En segundo lugar, se analizaron los recursos electrónicos que los adolescentes tenían para acceder a Internet. Encontramos que la gran mayoría de adolescentes y jóvenes de Los Cacaos acceden y se conectan a Internet con mucha frecuencia, una media de más de cinco veces al día, y principalmente lo hacen a través de sus celulares personales. Algunos adolescentes mencionan determinados problemas de velocidad y de cobertura para conectarse a Internet; sin embargo, la mayoría indica que no tiene dificultades de coste de acceso a Internet. Como ocurría en otras poblaciones de República Dominicana, estos datos iniciales nos muestran unas tasas de digitalización de los adolescentes de Los Cacaos altas: se conectan con mucha frecuencia a Internet, a través de sus celulares personales y sin problemas importantes de conexión.

Al realizar un análisis de las redes sociales más utilizadas por estos jóvenes, encontramos que las plataformas más utilizadas tanto por muchachos como por muchachas son las aplicaciones Tik Tok e Instagram. La tercera plataforma más utilizada, tanto por muchachos como por muchachas, es Facebook: en este caso, encontramos una gran variabilidad, con números similares de adolescentes que mencionan usarla con frecuencia o que por el contrario no la utilizan nunca. Por último, resulta también interesante destacar que casi ningún adolescente de los entrevistados mencionó utilizar la red social LinkedIn, una aplicación más vinculada al empleo y a la creación de redes profesionales. Este hallazgo es similar al encontrado entre los adolescentes de Dajabón. Entre las actividades que los jóvenes de Los Cacaos realizaban en estas redes sociales destaca especialmente la recepción de contenido, más que la creación o producción de material propio: la mayor parte de jóvenes mencionaron que utilizaban las redes sociales para ver información, videos o fotos de sus contactos, mientras un número mucho más reducido las utilizaba también para subir y compartir su propia información, videos o fotos con sus contactos. Además, la mayor parte de ellos menciona seguir a personas famosas en redes sociales.

Tras este análisis de las redes sociales más utilizadas por los adolescentes, se profundizó en las actividades que los muchachos y muchachas realizan en Internet en general. Los datos de las encuestas informan de que, de nuevo, los adolescentes asumen un rol receptivo en Internet, actuando más como receptores de información que como productores o creadores de distintos contenidos. Las actividades más frecuentes de los adolescentes estaban relacionadas con su aprendizaje y formación (por ejemplo, acceder a videotutoriales, buscar cursos *online* o información académica), con actividades de ocio y entretenimiento (por ejemplo, ver películas o series en Internet, escuchar o descargar música) o con tareas prácticas del día a día (por ejemplo, traducir contenido o buscar información de actualidad).

En un paso posterior, exploramos específicamente la producción de contenidos audiovisuales a través de Internet y redes sociales. En primer lugar, como ya se anticipó anteriormente, se encontró que la

mayoría de adolescentes y jóvenes en Los Cacaos no suben contenidos a Internet y redes sociales, o lo hacen en muy pocas ocasiones. Así, la mayor parte de adolescentes indicó que nunca subía contenidos personales, laborales, políticos, audiovisuales hechos por ellos mismos o contenidos sobre *challenges* o retos de Internet. Entre quienes sí subían contenidos a Internet y redes sociales, lo más frecuente era subir contenidos personales, sobre sí mismos, sus familias o amigos.

3.4.1.3. Domingo Savio

En Domingo Savio, barrio urbano de Santo Domingo, encuestamos a un total de 236 adolescentes y jóvenes, mayoritariamente de entre 16 y 18 años, y que se encontraban escolarizados en quinto o sexto curso de Educación secundaria.

El patrón de resultados de los adolescentes de esta localidad es muy similar al de las localidades analizadas con anterioridad, Dajabón y Los Cacaos. Aun así, a continuación se detallan algunos de los hallazgos más relevantes sobre estos participantes.

En primer lugar, se incluyó un cuestionario inicial para evaluar las dificultades que los jóvenes habían tenido para seguir el curso durante la suspensión de clases por la pandemia. Tras la evaluación, observamos que los adolescentes de Domingo Savio no manifestaron dificultades relevantes o significativas para seguir el curso académico en los momentos de pandemia por COVID-19. Una gran mayoría de muchachos y muchachas de esta localidad alegaron que no habían tenido inconvenientes para seguir el curso durante el tiempo que se habían suspendido las clases por la pandemia.

Al explorar los recursos electrónicos que utilizan los muchachos y muchachas para acceder a Internet, encontramos que la gran mayoría de adolescentes y jóvenes de Domingo Savio tienen acceso y se conectan a Internet de manera muy frecuente, una media de más de cinco veces al día, y principalmente lo hacen a través de sus celulares personales. Sin embargo, en esta localidad encontramos a un número importante de participantes que alegaron problemas de medios para

conectarse a Internet, debido a dificultades en la velocidad, la calidad de acceso o la cobertura. Los problemas de coste para conectarse a Internet eran relevantes para la mitad de los participantes, aproximadamente. Por tanto, estos datos iniciales nos muestran que, en general, los adolescentes de Domingo Savio tienen tasas importantes de digitalización, ya que se conectan de manera muy frecuente a Internet, utilizando principalmente sus propios celulares principales. No obstante, la variedad de dificultades asociadas a la conexión que encontramos en esta localidad es más elevada que la de otras poblaciones.

Al realizar un análisis de las redes sociales más utilizadas por estos jóvenes encontramos resultados muy similares a los de otras poblaciones de República Dominicana. Las redes sociales más utilizadas son Tik Tok, en primer lugar; Instagram, en segundo lugar; y Facebook, en tercer lugar. Es interesante mencionar aquí las diferencias que se hallaron entre muchachos y muchachas en el uso de estas aplicaciones: mientras que en el caso de los muchachos la aplicación más utilizada era Facebook, seguida por Instagram y en tercer lugar por Tik Tok, en el caso de las muchachas la red social más frecuentada era Tik Tok, seguida de Instagram y, en tercer lugar, Facebook. Es posible que las diferencias en el tipo de contenido que ofrecen cada una de estas aplicaciones generen más interés en un género frente a otro, aunque establecerlo requeriría de un estudio en mayor profundidad. Por último, resulta también interesante destacar que casi ningún adolescente de los entrevistados mencionó utilizar la red social LinkedIn, una aplicación más vinculada al empleo y a la creación de redes profesionales.

Entre las actividades que los jóvenes realizaban en estas redes sociales destaca especialmente la recepción de contenido, más que la creación o producción de material propio: la mayor parte de jóvenes mencionaron que utilizaban las redes sociales para ver videos o para ver información, videos o fotos de sus contactos, mientras un número mucho más reducido las utilizaba también para subir y compartir su propia información con sus contactos o para subir sus videos. Además, la mayor parte de ellos mencionan seguir a personas famosas en redes sociales.

Tras este análisis de las redes sociales más utilizadas por los adolescentes, se profundizó en las actividades que los muchachos y muchachas realizan en Internet en general. Los datos de las encuestas informan de que, de nuevo, los adolescentes en Domingo Savio asumen un rol receptivo en Internet, actuando más como receptores de información que como productores o creadores de distintos contenidos. En esta línea, las actividades más frecuentes de los adolescentes estaban relacionadas con su aprendizaje y formación (por ejemplo, acceder a videotutoriales, buscar cursos *online* o información académica), con actividades de ocio y entretenimiento (por ejemplo, ver películas o series en Internet, escuchar o descargar música) o con tareas prácticas del día a día (por ejemplo, buscar información de actualidad).

En un paso posterior, exploramos específicamente la producción de contenidos audiovisuales a través de Internet y redes sociales de los adolescentes de Domingo Savio. En primer lugar, como ya se anticipó, se encontró que la mayoría de adolescentes y jóvenes no suben contenidos a Internet y redes sociales. Así, la mayor parte de ellos y ellas mencionó que nunca subía contenidos personales, laborales, políticos, audiovisuales hechos por ellos mismos o contenidos sobre *challenges* o retos de Internet. Entre quienes sí subían contenidos a Internet y redes sociales, lo más frecuente era subir contenidos personales, sobre sí mismos, sus familias o amigos, o contenidos sobre sus hobbies o aficiones. La mayor parte de los adolescentes encuestados mencionaron que subían y compartían algunas fotos independientemente de quien saliera en ellas. No obstante, otro número importante de adolescentes mencionó que solo subían fotos en las que aparecían ellos mismos, y que si salía más gente pedían su permiso antes de publicarlas.

3.4.1.4. Encuestas de contraste en San Cristóbal y Santo Domingo

Como ya se ha mencionado en apartados anteriores de este trabajo, para la realización de este estudio se incluyeron encuestas a adolescentes y jóvenes de zonas de un nivel socioeconómico medio-alto de San Cristóbal y Santo Domingo. El objetivo de estas encuestas era

servir como grupo de comparación y contraste con los adolescentes de Dajabón, Los Cacaos y Domingo Savio.

En total, en estas zonas encuestamos a un total de 391 adolescentes y jóvenes de 5º y 6º cursos de Secundaria, mayoritariamente de 16 y 17 años.

En primer lugar, se incluyó un cuestionario inicial para evaluar las dificultades que los jóvenes habían tenido para seguir el curso durante la suspensión de clases por la pandemia. Tras la evaluación, observamos que la enorme mayoría de adolescentes de estas zonas no manifestaron dificultades relevantes o significativas para seguir el curso académico en los momentos de pandemia por COVID-19. Casi todos los muchachos y muchachas de estas localidades alegaron que no habían tenido inconvenientes para seguir el curso durante el tiempo que se habían suspendido las clases por la pandemia.

Al explorar los recursos electrónicos que utilizan los muchachos y muchachas para acceder a Internet, encontramos que la gran mayoría de adolescentes y jóvenes de los grupos de contraste tienen acceso y se conectan a Internet de manera muy frecuente, una media de más de cinco veces al día, y principalmente lo hacen a través de sus celulares personales y desde computadoras del hogar. En relación a las dificultades para conectarse a Internet, hay un número considerable de adolescentes con dificultades medias de velocidad y con algunas dificultades de cobertura o calidad de acceso. Por otra parte, la mayoría de adolescentes entrevistados menciona que no tienen dificultades relacionadas con el coste, la seguridad o la privacidad en Internet. En resumen, estos datos iniciales nos muestran unas tasas de digitalización altas en los adolescentes de San Cristóbal y Santo Domingo: se conectan de forma casi continuada a Internet, a través de sus celulares personales y a través de computadoras y sin problemas importantes de coste, aunque sí con algunas dificultades de velocidad y cobertura.

Al realizar un análisis de las redes sociales más utilizadas por estos jóvenes encontramos resultados interesantes en comparación con los de otras localidades, con algunas similitudes y también con diferencias. Las redes sociales más utilizadas son Tik Tok, en primer lugar; e

Instagram, en segundo lugar. Resulta interesante mencionar aquí una diferencia pequeña pero consistente entre muchachos y muchachas: mientras que en el caso de los varones la aplicación más frecuentada es Instagram (seguida de cerca por Tik Tok), en las muchachas ocurre la tendencia opuesta, siendo la red social más frecuentada Tik Tok (seguida por Instagram). Es posible que las sutiles diferencias en el tipo de contenido que ofrecen cada una de estas aplicaciones generen más interés en un género frente a otro, aunque esto requeriría de un estudio en mayor profundidad. Este patrón de resultados diferencial en función del género es similar al encontrado en otras localidades como Dajabón. Sin embargo, en estas encuestas hallamos un resultado distinto al de las otras localidades: mientras que en Dajabón, Los Cacaos y Domingo Savio la red social Facebook era utilizada por un número considerable de adolescentes (siendo la tercera red social más usada), en San Cristóbal y Santo Domingo no es utilizada por prácticamente ningún adolescente. Estas diferencias en el uso de Facebook podrían tener que ver con distintas tendencias vinculadas al nivel socioeconómico de la población, pero deben ser exploradas en mayor profundidad.

Entre las actividades que los jóvenes realizaban en las redes sociales destaca especialmente la recepción de contenido, más que la creación o producción de material propio: la mayor parte de jóvenes mencionaron que utilizaban las redes sociales para ver videos o para ver información, videos o fotos de sus contactos, mientras un número mucho más reducido las utilizaba también para subir y compartir su propia información con sus contactos o para subir sus videos. Además, la mayor parte de ellos mencionan seguir a personas famosas en redes sociales.

Tras este análisis de las redes sociales más utilizadas por los adolescentes, se profundizó en las actividades que los muchachos y muchachas realizan en Internet en general. Los datos de las encuestas informan de que, de nuevo, los adolescentes en San Cristóbal y Santo Domingo asumen un rol receptivo en Internet, actuando más como receptores de información que como productores o creadores de distintos contenidos. En esta línea, las actividades más frecuentes de los adolescentes estaban relacionadas con su aprendizaje y formación (por

ejemplo, acceder a videotutoriales, buscar cursos *online* o información académica), con actividades de ocio y entretenimiento (por ejemplo, ver películas o series en Internet, escuchar o descargar música) o con tareas prácticas del día a día (por ejemplo, buscar información de actualidad).

En un paso posterior, exploramos específicamente la producción de contenidos audiovisuales a través de Internet y redes sociales. En primer lugar, como ya se anticipó, se encontró que la mayoría de adolescentes y jóvenes suben poco o ningún contenido a Internet y redes sociales. Así, la mayor parte de adolescentes mencionó que subían pocos contenidos personales y que nunca subían contenidos laborales, políticos, audiovisuales hechos por ellos mismos o contenidos sobre *challenges* o retos de Internet. Entre quienes sí subían contenidos a Internet y redes sociales, lo más frecuente era subir contenidos personales, sobre sí mismos, sus familias o amigos, o contenidos sobre sus hobbies o aficiones. La mayor parte de los adolescentes encuestados mencionaron que solo subían fotos en las que aparecían ellos mismos, y que si salía más gente pedían su permiso antes de publicarlas. No obstante, otro número importante de adolescentes mencionó que subían y compartían algunas fotos independientemente de quien saliera en ellas.

3.4.2. Comparación y conclusiones

En los apartados previos se han analizado en detalle los hallazgos sobre la digitalización de los adolescentes y jóvenes de Dajabón, Los Cacaos, Domingo Savio y las encuestas de contraste en San Cristóbal y Santo Domingo, todas ellas localidades de República Dominicana. Como ha quedado de manifiesto, en general, las similitudes entre los jóvenes de las localidades predominan y son mucho más frecuentes que las diferencias entre ellas.

En primer lugar, la gran mayoría de adolescentes y jóvenes de las localidades estudiadas en República Dominicana mencionan no haber tenido dificultades especiales para el seguimiento del curso durante la

suspensión de clases por la pandemia de COVID-19. Esto ocurre así en todas las localidades: el número de adolescentes que mencionan alguna dificultad para seguir el curso durante la pandemia es muy inferior al de quienes mencionan no haber tenido problemas. Este hallazgo puede arrojar luz sobre los recursos de los adolescentes y sus familias para sobrellevar la situación educativa excepcional, así como los recursos con los que quizá contaron las escuelas para paliar o mitigar los efectos de la crisis sanitaria en la educación de adolescentes. En cualquier caso, es un resultado positivo que informa de la capacidad de las familias y la sociedad para mantener el sistema educativo a pesar de las dificultades sanitarias.

En segundo lugar, los datos de acceso a Internet reflejan que los niveles de digitalización de los adolescentes y jóvenes en República Dominicana son, en general, altos. La mayor parte de los participantes tienen acceso a Internet y se conectan de manera muy frecuente, una media de más de cinco veces al día. Este dato sugiere que los muchachos y muchachas utilizan Internet de una forma casi continuada en su día a día. Además, lo hacen principalmente a través de sus celulares personales y en las zonas de contraste (San Cristóbal y Santo Domingo) un número considerable se conectan también desde computadoras en el hogar. Por último, la mayor parte de los adolescentes no tiene dificultades importantes para acceder o conectarse a Internet, aunque en localidades y casos concretos se encontraron dificultades medias relacionadas con la cobertura o con la velocidad de conexión. Sin embargo, el coste de acceder a Internet no apareció como una barrera importante en ninguna de las localidades, aunque evidentemente lo era más en Domingo Savio (18% de respuestas ‘mucho’ o ‘bastante’ al coste como problema en la Tabla 3.55), Dajabón (16%) y Los Cacaos (12%) que en las encuestas de contraste en San Cristóbal y Santo Domingo Central (5%).

Al analizar las redes sociales más utilizadas por los jóvenes, encontramos que las aplicaciones con mayor uso se repiten de nuevo en las distintas localidades: Tik Tok es la red social más utilizada por los adolescentes en general, seguida por Instagram y, en tercer lugar, por

Facebook. En algunos casos se encontraron pequeñas diferencias de género, puesto que entre las muchachas predominaba el uso de Tik Tok como red social principal y entre los muchachos era más frecuente el uso de Instagram. Por otra parte, la red social LinkedIn, vinculada al mundo laboral y profesional, es muy poco utilizada por los adolescentes de República Dominicana.

Cuando se exploran las actividades que los adolescentes realizan en estas redes sociales encontramos que destaca especialmente la recepción de contenido, más que la creación o producción de material propio: la mayor parte de jóvenes en todas las localidades mencionan que utilizan las redes sociales para ver información, videos o fotos de sus contactos, mientras un número mucho más reducido las utiliza también para subir y compartir su propia información, videos o fotos con sus contactos. Además, la mayor parte de ellos siguen a personas famosas en redes sociales.

Tras este análisis de las redes sociales más utilizadas por los adolescentes, se profundizó en las actividades que los muchachos y muchachas realizan en Internet en general. Resulta muy interesante ver cómo los datos de las distintas localidades son, de nuevo, muy similares. En general, las actividades que los adolescentes realizan en Internet tienen más que ver con la recepción de contenidos que con la producción o creación de materiales. En este sentido, las actividades más frecuentes de los adolescentes están relacionadas con su aprendizaje y formación (por ejemplo, acceder a videotutoriales, buscar cursos *online* o información académica), con actividades de ocio y entretenimiento (por ejemplo, ver películas o series en Internet, escuchar o descargar música) o con tareas prácticas del día a día (por ejemplo, traducir contenido o buscar información de actualidad).

Por último, se exploró específicamente la producción de contenidos audiovisuales a través de Internet y redes sociales. En primer lugar, como ya se anticipó anteriormente, se encontró que la mayoría de adolescentes y jóvenes en República Dominicana no suben contenidos propios a Internet y redes sociales, o lo hacen en muy pocas ocasiones. Así, la mayor parte de adolescentes mencionó que nunca subía

contenidos personales, laborales, políticos, audiovisuales hechos por ellos mismos o contenidos sobre *challenges* o retos de Internet. Entre quienes sí subían contenidos a Internet y redes sociales, lo más frecuente era subir contenidos personales, sobre sí mismos, sus familias o amigos, contenidos sobre sus hobbies o aficiones o contenidos deportivos. Alrededor de la mitad de los adolescentes encuestados mencionaron, además, que solo subían fotos en las que aparecían ellos mismos, y que si salía más gente pedían su permiso antes de publicarlas. Alrededor de la otra mitad mencionaron que subían y compartían fotos independientemente de quien saliera en ellas.

El conjunto de las encuestas, realizadas con el mismo cuestionario y procedimiento por los mismos encuestadores, en localidades de diverso nivel socioeconómico (ingresos medio-altos, medios, medio-bajos y bajos) y diferentes contextos (citadino, barrial, rural y de frontera), señalan que la relación con Internet en general, y las redes sociales en particular, de los jóvenes de edades entre 16 y 18 años escolarizados en 5º y 6º de Secundaria en República Dominicana, constituye un asunto fundamentalmente generacional.

3.A. Anexos

3.A.1. Cuestionario de la encuesta de Comunicación y Educación

Instrucciones para los encuestadores

Las preguntas de este cuestionario se distinguen en dos grupos:

- no numeradas (las seis primeras), y
- numeradas (todas las demás).

Las preguntas no numeradas deben ser llenadas por el encuestador antes de comenzar el diálogo con el encuestado.

Sobre las preguntas numeradas, las hay de tres tipos:

- Las que admiten UNA sola respuesta. Las respuestas a estas preguntas se muestran con CÍRCULOS.

- Las que admiten VARIAS respuestas. Las respuestas a estas preguntas se muestran con CUADRADOS.
- Las que indican un valor en una ESCALA de 1 (mínimo, totalmente en desacuerdo) a 5 (máximo, totalmente de acuerdo). Debe marcarse uno de los valores en cada línea, según exprese el encuestado. Cabe la posibilidad también de marcar NS/NC en caso de que por alguna razón prefiera no responder.

En algunas preguntas de este cuestionario, si la respuesta es afirmativa, debe preguntarse a continuación ‘Cuáles’ y anotar las respuestas del encuestado.

Para asegurar la homogeneidad de las respuestas, el encuestador:

1. Debe leer cada pregunta al encuestado.
2. Si es de las preguntas ‘tipo círculo’ las leerá a continuación todas las posibles respuestas y el encuestado solo podrá elegir una.
3. Si es de ‘tipo cuadrado’, leerá las posibles respuestas una por una y el encuestado afirmará o negará respecto a cada una.
4. Si es de ‘tipo escala’, leerá cada frase y pedirá un número de 1 a 5 según cuán de acuerdo esté el entrevistado en que esa es su experiencia. Si no sabe o prefiere no contestar, marque NS/NC.
5. Si en alguna pregunta de cualquiera de los tipos la posibilidad ‘Cuáles’ existe, deberá anotar lo que el encuestado indique sobre en qué consiste ese ‘Cuáles’.

Los títulos de secciones no deben ser leídos por el encuestador. Son solo para organización interna del cuestionario.

Nota sobre numeración

La numeración general del cuestionario corresponde al diseño original. Donde se podían dar respuestas múltiples, se preguntó sobre las alternativas una por una, con respuestas de No/Sí. La numeración entre paréntesis corresponde a esas alternativas.

Los resultados de las Tablas contenidas en el Anexo 3.A.2 siguen la numeración entre paréntesis.

I. Identificación

- Número de encuesta
- Fecha de aplicación
- Encuestador
- (1) Lugar
 - o Dajabón
 - o Los Cacaos
 - o Santo Domingo Savio
- (2) Centro escolar
- (3) Género del entrevistado
 - o Hombre
 - o Mujer

II. Datos generales

1. (4) Edad ____
2. (5) ¿Tiene hijos a su cargo?
 - o No
 - o Sí. (6) ¿Cuántos? ____
3. (7) ¿Dónde vives: Barrio/Colonia/Residencial/Poblado?

4. (8) Municipio: _____
5. (9) Tipo de vivienda que habitas:
 - o Apartamento en un edificio de varios pisos
 - o Casa construida por una empresa constructora
 - o Casa construida por personas comunes
6. (10) Último curso que estás realizando o realizas _____

III. Composición y situación familiar

7. (11) ¿Cuántas personas viven en el hogar (duermen y comen), incluido usted? ____

8. Díganos algo sobre ellas:

8.1. (12) ¿Nos puedes decir cuántas de esas personas son mayores ya retirados o jubilados, y personas enfermas que no trabajan?

8.2. (13) ¿Nos puedes decir cuántas de esas personas son adultos en activo, que trabajan fuera de casa? _____

8.3. (14) ¿Nos puedes decir cuántas de esas personas son adultos en activo, que no tienen un trabajo, pero están buscando? _____

8.4. (15) ¿Nos puedes decir cuántas de esas personas son adultos en activo, que solo trabajan en las tareas de la casa y la familia?

8.5. (16) ¿Nos puedes decir cuántas de esas personas son personas en edad escolar, que van al liceo, la escuela, la universidad?

8.7. (17) ¿Nos puedes decir cuántas de esas personas son bebés y niños pequeños que todavía no van a la escuela? ____

8.8. (18) De entre todos los adultos en activo en tu familia, ¿sabes cuál es el grado de escolaridad de quien estudió más?

- o Ninguno
- o Primaria incompleta
- o Primaria completa
- o Secundaria incompleta
- o Secundaria completa
- o Mayor a secundaria

8.9. (19) El jefe del hogar (tu representante si tienes menos de 18 años, o quien lo era antes de esa edad si ya cumpliste 18), es:

- o Un hombre
- o Una mujer

9. ¿Cuáles son los principales inconvenientes que ha tenido en el seguimiento del curso durante el tiempo de suspensión de clases por la pandemia?

- (20) Mis familiares no han podido ayudarme en las tareas de la escuela por falta de tiempo.
- (21) Mis familiares no han podido ayudarme por falta de formación.
- (22) No he tenido recursos computacionales suficientes para el seguimiento de las clases.
- (23) He tenido dificultades para acercarme al colegio a recoger las tareas.
- (24) He tenido dificultades por falta de tiempo por tener que colaborar en las tareas del hogar.
- (25) He tenido dificultades por falta de tiempo por tener que trabajar.
- (26) He tenido dificultades por falta de tiempo por tener que cuidar de un hijo/s o familiar cercano.
- (27) Ninguno. No he tenido ningún inconveniente.

IV. Uso general de Internet y redes sociales

10. ¿Desde dónde sueles conectarte habitualmente a Internet?

- (28) Desde la computadora de casa
- (29) Desde mi celular personal
- (30) En el colegio o centro de estudio
- (31) Desde la casa de un amigo o un familiar
- (32) Desde un cibercafé o un negocio con wifi de pago
- (33) Desde una red abierta en la calle
- (34) Desde una biblioteca o institución pública
- (35) Otro _____

11. (36) ¿Con qué frecuencia haces uso de Internet y las redes sociales?
o Menos de una vez al día

- o Una vez al día
- o De 2 a 3 veces al día
- o De 4 a 5 veces al día
- o Más de 5 veces al día

12. ¿En qué medida encuentras problemas de cada tipo al utilizar Internet?

(1: Nunca; 5: Mucho, Muy a menudo).

(37) Velocidad	1	2	3	4	5	NS/NC
(38) Calidad del acceso (buena cobertura)	1	2	3	4	5	NS/NC
(39) Seguridad	1	2	3	4	5	NS/NC
(40) Coste	1	2	3	4	5	NS/NC
(41) Privacidad / Falta de confidencialidad	1	2	3	4	5	NS/NC
(42) Idioma	1	2	3	4	5	NS/NC
(43) Demasiada publicidad	1	2	3	4	5	NS/NC
(44) Infección por virus o programa espía (<i>spyware</i>)	1	2	3	4	5	NS/NC

13. ¿En qué medida usas las siguientes redes sociales?

(1: Nunca; 5: Muy a menudo)

(45) Facebook	1	2	3	4	5	NS/NC
(46) Twitter	1	2	3	4	5	NS/NC
(47) Instagram	1	2	3	4	5	NS/NC
(48) Tik Tok	1	2	3	4	5	NS/NC
(49) LinkedIn	1	2	3	4	5	NS/NC
(50) Otra (indicar cuáles)						

14. (51) ¿Cuántos contactos/seguidores tienes actualmente en tu red social más usada?

- o 10 a 200
- o 200 a 500
- o 500 a 1000
- o 1000 a 2000
- o 2000 a 3000
- o Más de 3000

15. ¿Utilizas las redes sociales para?
(1: Nunca; 5: Mucho, Muy a menudo).

(52) Ver la información, videos y fotos, de mis contactos	1	2	3	4	5	NS/NC
(53) Subir y compartir información, videos y fotos con mis contactos	1	2	3	4	5	NS/NC
(54) Conocer gente y hacer nuevos contactos	1	2	3	4	5	NS/NC
(55) Jugar con otras personas	1	2	3	4	5	NS/NC
(56) Quedar y conseguir citas	1	2	3	4	5	NS/NC
(57) Realizar videollamadas	1	2	3	4	5	NS/NC
(58) Ver videos en YouTube	1	2	3	4	5	NS/NC
(59) Subir videos a YouTube	1	2	3	4	5	NS/NC

16. (61) ¿Sigues habitualmente algún «influencer», «youtuber» o «blogger»?

- o No
- o Sí. (62) ¿Cuáles? _____

17. ¿Utilizas Internet para?:
(1: Nunca; 5: Mucho, Muy a menudo).

(63) Ver películas/series tipo Netflix, HBO...	1	2	3	4	5	NS/NC
(64) Jugar a videojuegos/seguir competiciones <i>online</i>	1	2	3	4	5	NS/NC
(65) Hacer apuestas (deportivas, casinos, loterías...)	1	2	3	4	5	NS/NC
(66) Seguir mis hobbies (cine, teatro, cocina, jardinería, manualidades...)	1	2	3	4	5	NS/NC
(67) Descargar contenidos audiovisuales (música/películas/series/libros electrónicos)	1	2	3	4	5	NS/NC
(68) Descargar <i>software</i> (programas y apps) para móvil o computadora	1	2	3	4	5	NS/NC
(69) Mejorar mi aprendizaje y formación (consultar videotutoriales, acceder a cursos <i>online</i> ...)	1	2	3	4	5	NS/NC
(70) Enviar/recibir archivos	1	2	3	4	5	NS/NC
(71) Traducir contenidos a otros idiomas	1	2	3	4	5	NS/NC
(72) Buscar empleo	1	2	3	4	5	NS/NC
(73) Desempeñar mi trabajo (en caso de que lo tengas)	1	2	3	4	5	NS/NC
(74) Buscar información de la actualidad	1	2	3	4	5	NS/NC
(75) Buscar información práctica (horarios, direcciones...)	1	2	3	4	5	NS/NC
(76) Buscar información deportiva	1	2	3	4	5	NS/NC
(77) Buscar información sobre temas de salud	1	2	3	4	5	NS/NC
(78) Consultar información sobre tráfico	1	2	3	4	5	NS/NC
(79) Consultar la previsión meteorológica	1	2	3	4	5	NS/NC
(80) Difundir y apoyar causas políticas	1	2	3	4	5	NS/NC
(81) Hacer gestiones con la Administración	1	2	3	4	5	NS/NC

(82) Acceder al servicio sanitario	1	2	3	4	5	NS/NC
(83) Buscar vivienda (compra, alquiler...)	1	2	3	4	5	NS/NC
(84) Comprar productos	1	2	3	4	5	NS/NC
(85) Vender productos	1	2	3	4	5	NS/NC
(86) Realizar/recibir transferencias bancarias y utilizar otros servicios de banca	1	2	3	4	5	NS/NC
(87) Acceder a contenidos explícitos para adultos	1	2	3	4	5	NS/NC

18. ¿Qué buscas normalmente en Google?

(1: Nunca; 5: Mucho, Muy a menudo)

(88) Información práctica, como horarios y direcciones	1	2	3	4	5	NS/NC
(89) Información sobre contenidos deportivos	1	2	3	4	5	NS/NC
(90) Productos o servicios para comprar	1	2	3	4	5	NS/NC
(91) Imágenes y fotografías	1	2	3	4	5	NS/NC
(92) Contenidos <i>online</i> para descargar	1	2	3	4	5	NS/NC
(93) Traducciones de contenidos a o de otros idiomas	1	2	3	4	5	NS/NC
(94) Ocio y entretenimiento	1	2	3	4	5	NS/NC
(95) Contenidos explícitos para adultos	1	2	3	4	5	NS/NC
(96) Webs relacionadas con temas de tu interés	1	2	3	4	5	NS/NC
(97) ¿Cuáles?	1	2	3	4	5	NS/NC

19. ¿Qué temas buscas normalmente en los videos de YouTube?
(1: Nunca; 5: Mucho, Muy a menudo)

(98) Tutoriales y formación	1	2	3	4	5	NS/NC
(99) Videoclips de música	1	2	3	4	5	NS/NC
(100) Cine, series o cortos	1	2	3	4	5	NS/NC
(101) Contenido deportivo	1	2	3	4	5	NS/NC
(102) Contenido humorístico o cómico	1	2	3	4	5	NS/NC
(103) <i>Youtubers</i> que sigues	1	2	3	4	5	NS/NC
(104) ¿Cuáles?	1	2	3	4	5	NS/NC

V. Promoción sociolaboral

20. ¿Cuánto estás de acuerdo con las siguientes frases?
(1: Totalmente en desacuerdo; 5: Totalmente de acuerdo)

(105) Internet y las redes sociales son un medio efectivo para formarse y aprender	1	2	3	4	5	NS/NC
(106) Internet y las redes sociales pueden repercutir positivamente en mi vida profesional futura, es decir, pueden servir para mi promoción sociolaboral	1	2	3	4	5	NS/NC

21. (107) En los últimos 3 meses, ¿has seguido algún curso de formación a distancia impartido a través de Internet?

o No.

o Sí. (108) ¿Sobre qué temática? _____

22. (109) En los últimos 3 meses, has utilizado alguna vez aplicaciones *online* para realizar o editar algún contenido audiovisual (por ejemplo, un video, un audio/podcast, editar una foto, un currículum bien diseñado...)?
- o No.
 - o Sí. (110) ¿Cuáles aplicaciones utilizaste? _____

VI. Relaciones sociales

23. ¿Cuánto estás de acuerdo con las siguientes frases sobre Internet y las redes sociales?
- (1: Totalmente en desacuerdo; 5: Totalmente de acuerdo)

(111) Son un medio efectivo para relacionarme con amigos y familiares	1	2	3	4	5	NS/NC
(112) Me ayudan a mantener relaciones positivas con los demás, es decir, hacen que la convivencia con los otros sea más satisfactoria	1	2	3	4	5	NS/NC
(113) Me proporcionan una red de contactos que me sirven de apoyo para afrontar los problemas cotidianos	1	2	3	4	5	NS/NC
(114) Contribuyen a que me sienta perteneciente a ciertos grupos	1	2	3	4	5	NS/NC
(115) Me ayudan a participar en distintas formas de interacción social	1	2	3	4	5	NS/NC
(116) Contribuyen a mantener vivos los grupos y asociaciones (por ejemplo, facilitan que sus miembros compartan sus intereses, se organicen mejor, etc.)	1	2	3	4	5	NS/NC

24. (117) ¿Qué personas conforman tus listas de amigos/seguidores *online*?
- o Solo amigos que conozco en persona.

- o Amigos, y también amigos de mis amigos, aunque no los conozca personalmente.
- o Amigos, amigos de mis amigos y en alguna ocasión he añadido a mi lista de amigos a personas completamente desconocidas.
- o Cualquiera que me solicite amistad.

VII. Producción de contenidos en Internet/redes sociales

25. ¿Qué tipo de contenidos sueles subir para publicar en redes sociales?

(1: Nunca; 5: Mucho, Muy a menudo)

(118) Contenidos personales: contenidos sobre mi familia, amigos y sobre mí	1	2	3	4	5	NS/NC
(119) Contenidos sobre mis hobbies o aficiones	1	2	3	4	5	NS/NC
(120) Contenidos religiosos	1	2	3	4	5	NS/NC
(121) Contenidos laborales	1	2	3	4	5	NS/NC
(122) Contenidos políticos (protestas, denuncias, ideas políticas...)	1	2	3	4	5	NS/NC
(123) Contenidos deportivos	1	2	3	4	5	NS/NC
(124) Contenidos audiovisuales hechos por mí	1	2	3	4	5	NS/NC
(125) Contenidos sobre challenges (retos) que encuentro en redes	1	2	3	4	5	NS/NC

26. (126) ¿Cuál de estas frases describe mejor lo que haces cuando subes fotos personales en Internet o redes sociales?

- o Subo la mayoría de fotos que tengo

- o Subo solo algunas fotos, independientemente de quién salga en ellas
- o Solo subo fotos en las que aparezco yo. Si sale más gente, primero pido su permiso antes de subirlas o publicarlas.
- o Nunca subo fotos mías o de mis amigos o familiares.

27. En los últimos 30 días, ¿qué tipos de materiales NO personales (es decir que NO sean sobre ti, tu familia, tus amigos y compañeros, etc.) has subido en Internet? Indica todos los tipos:

- (127) Fotos
- (128) Videos
- (129) Comentarios, opiniones u otro tipo de textos
- (130) Ficheros de audio
- (131) Otro tipo de contenidos
- (132) Ninguno, solo he subido contenidos personales
- (133) Ninguno, no he subido nada de ningún tipo

VIII. Bienestar

28. ¿Cuánto te ayudan Internet y las redes sociales a?:

(1: Muy poco o nada; 5: Absolutamente, mucho)

(134) Mejorar mi esperanza de vida	1	2	3	4	5	NS/NC
(135) Mantener una buena salud física	1	2	3	4	5	NS/NC
(136) Protegerme frente a distintos tipos de violencia	1	2	3	4	5	NS/NC
(137) Desarrollar mis sentidos, mi imaginación y pensamiento	1	2	3	4	5	NS/NC
(138) Sentir y expresar emociones hacia los otros (amor, pena, duelo, agradecimiento, rabia, indignación...)	1	2	3	4	5	NS/NC

(139) Saber lo que quiero hacer con mi vida para ser mejor persona	1	2	3	4	5	NS/NC
(140) Tener una buena convivencia con los demás	1	2	3	4	5	NS/NC
(141) No sufrir discriminación ni discriminar a otros	1	2	3	4	5	NS/NC
(142) Proteger y respetar el medioambiente	1	2	3	4	5	NS/NC
(143) Jugar, entretenerme y disfrutar	1	2	3	4	5	NS/NC
(144) Conocer mis derechos y defenderlos	1	2	3	4	5	NS/NC
(145) Encontrar un empleo	1	2	3	4	5	NS/NC

3.A.2. Respuestas completas a la encuesta

3.A.2.1. Dajabón

Datos demográficos					
		Hombre	Mujer		
3	Género	178	208		
		15	16	17	18
4	Edad	1	157	181	47
		Sí	No		
5	Tiene hijos	5	381		
		Apartamento	Casa constructora	Casa autoconstruida	
9	Tipo de vivienda	17	18	351	
		Quinto	Sexto		
10	Curso	194	192		
		2 o menos	3	4	5
11	Personas en el hogar	23	68	109	103
		0	1	2	3
12	Mayores inactivos	280	85	20	0
13	Mayores activos	39	136	157	40
14	Mayores en paro	278	94	11	1
15	Trabajo hogar	291	90	4	0
16	En edad escolar	0	173	129	64
17	Bebés o muy pequeños	327	50	7	1
		Ninguno	Primaria inc	Primaria	Secundaria inc
18	Mayor escolaridad	5	11	10	44

			min	max	media	desv
			1	2	1,539	0,499
19	20		min	max	media	desv
0	0		15	18	16,710	0,675
			min	max	media	desv
			1	2	1,987	0,113
			min	max	media	desv
			1	3	2,865	0,453
			min	max	media	desv
			5	6	5,497	0,501
6	7 o más		min	max	media	desv
46	37		2	9	4,547	1,445
4	5 o más		min	max	media	desv
1	0		0	4	0,334	0,598
10	4		0	7	1,637	0,985
0	1		0	5	0,322	0,586
0	0		0	2	0,255	0,459
13	7		1	9	1,858	1,026
0	0		0	3	0,174	0,443
Secundaria	Más secundaria		min	max	media	desv
138	169		0	5	4,138	1,063

		Hombre	Mujer		
19	Género jefe hogar	170	216		
Inconvenientes durante la pandemia					
		Sí	No		
20	COVID-Falta tiempo familiares	51	335		
21	COVID-Falta formación familiares	37	349		
22	COVID-Falta equipos computacionales	95	291		
23	COVID-Dificultad acercarse colegio	34	352		
24	COVID-Tareas hogar	70	316		
25	COVID-Trabajo	24	362		
26	COVID-Cuidado familiares	16	370		
Uso de Internet y redes sociales					
		Sí	No		
28	Cnx Computador casa	179	207		
29	Cnx Mi celular	368	18		
30	Cnx Colegio	105	281		
31	Cnx Casa amigo	140	246		
32	Cnx Cibercafé	44	342		
33	Cnx Red abierta calle	60	326		
34	Cnx Biblioteca pública	61	325		

			min	max	media	desv
			1	2	1,560	0,497
			min	max	media	desv
			1	2	1,868	0,339
			1	2	1,904	0,295
			1	2	1,754	0,431
			1	2	1,912	0,284
			1	2	1,819	0,386
			1	2	1,938	0,242
			1	2	1,959	0,200
			min	max	media	desv
			1	2	1,536	0,499
			1	2	1,047	0,211
			1	2	1,728	0,446
			1	2	1,637	0,481
			1	2	1,886	0,318
			1	2	1,845	0,363
			1	2	1,842	0,365

		Menos 1 vez/ día	1 vez/día	2-3 veces/día	4-5 veces/día
36	Frecuencia uso	2	18	73	33
		1	2	3	4
37	Problema velocidad	71	75	119	50
38	Problema cobertura	79	91	99	69
39	Problema seguridad	143	84	70	56
40	Problema coste	182	84	57	32
41	Problema privacidad	199	71	49	36
42	Problema idioma	170	84	68	35
43	Problema publicidad	56	38	68	83
44	Problema virus	188	72	53	37
		1	2	3	4
45	Uso Facebook	83	85	71	50
46	Uso Twitter	319	31	16	7
47	Uso Instagram	50	53	69	79
48	Uso Tik Tok	65	42	64	69
49	Uso LinkedIn	371	12	2	1
		10 a 200	200 a 500	500 a 1000	1000 a 2000
51	Cuántos contactos	178	85	48	41
		1	2	3	4
52	Para ver contactos	29	73	86	77

Más 5 veces/día		min	max	media	desv
260		1	5	4,376	0,978
5		min	max	media	desv
71		1	5	2,935	1,340
48		1	5	2,782	1,299
33		1	5	2,358	1,334
28		1	5	2,060	1,272
31		1	5	2,039	1,320
29		1	5	2,142	1,280
141		1	5	3,557	1,432
35		1	5	2,114	1,349
5		min	max	media	desv
97		1	5	2,982	1,490
13		1	5	1,352	0,909
135		1	5	3,508	1,416
146		1	5	3,490	1,497
0		1	4	1,049	0,270
2000 a 3000	más 3000	min	max	media	desv
14	20	1	6	2,192	1,461
5		min	max	media	desv
121		1	5	3,487	1,308

53	Para compartir contactos	78	89	71	68
54	Para conocer gente	83	108	76	64
55	Para jugar con otros	146	76	51	45
56	Para citas	325	38	13	4
57	Para videollamadas	47	82	76	88
58	Para ver videos	13	25	72	92
59	Para subir videos	314	38	13	6
		Sí	No		
61	Sigues a alguien	285	101		
		1	2	3	4
63	Para ver películas	26	36	63	60
64	Para jugar / seguir juegos	136	66	51	49
65	Para apuestas	361	14	5	4
66	Para hobbies	95	66	80	71
67	Para descargar contenidos	35	41	74	81
68	Para descargar software	97	73	86	49
69	Para aprendizaje	8	23	63	106
70	Para enviar/recibir archivos	25	39	91	89
71	Para traducir	50	61	78	81
72	Para buscar empleo	322	36	19	3
73	Para mi trabajo	211	47	44	38
74	Para información actualidad	30	32	72	101

80	1	5	2,956	1,431
55	1	5	2,741	1,347
68	1	5	2,516	1,517
6	1	5	1,259	0,714
93	1	5	3,254	1,353
184	1	5	4,060	1,107
14	1	5	1,358	0,911
	min	max	media	desv
	1	2	1,262	0,440
5	min	max	media	desv
201	1	5	3,969	1,291
84	1	5	2,687	1,577
2	1	5	1,114	0,502
74	1	5	2,904	1,450
155	1	5	3,725	1,328
81	1	5	2,855	1,465
186	1	5	4,137	1,027
142	1	5	3,736	1,235
116	1	5	3,394	1,392
6	1	5	1,277	0,730
46	1	5	2,122	1,455
151	1	5	3,806	1,255

75	Para información práctica	82	60	91	81
76	Para información deportiva	101	64	71	59
77	Para información salud	29	68	97	91
78	Para información tráfico	224	86	50	18
79	Para información metereológica	143	114	68	36
80	Para causas políticas	304	39	23	10
81	Para hacer gestiones Administración	304	51	20	5
82	Para servicio sanitario	247	69	51	9
83	Para buscar vivienda	343	14	15	10
84	Para comprar	180	56	73	37
85	Para vender	321	26	17	9
86	Para servicios banca	305	28	24	13
87	Para contenidos adultos	300	45	27	8
		1	2	3	4
88	Información práctica	138	86	74	41
89	Información deportiva	110	69	72	50
90	Para compras	194	72	53	36
91	Imágenes	67	61	84	83
92	Contenidos para descargar	134	54	77	57
93	Traducciones	36	56	92	91
94	Ocio y entretenimiento	85	53	78	72
95	Contenidos adultos	294	44	34	8

72	1	5	3,003	1,402
91	1	5	2,935	1,520
101	1	5	3,433	1,255
8	1	5	1,705	0,999
25	1	5	2,187	1,213
10	1	5	1,402	0,910
6	1	5	1,337	0,770
10	1	5	1,617	0,977
4	1	5	1,233	0,733
40	1	5	2,225	1,388
13	1	5	1,360	0,930
16	1	5	1,464	1,037
6	1	5	1,381	0,830
5	min	max	media	desv
47	1	5	2,412	1,380
85	1	5	2,821	1,518
31	1	5	2,062	1,318
91	1	5	3,181	1,408
64	1	5	2,645	1,490
111	1	5	3,479	1,296
98	1	5	3,117	1,487
6	1	5	1,415	0,855

96	Temas interés personal	117	34	70	67
		1	2	3	4
98	Tutoriales y formación	26	28	77	99
99	Videoclips música	14	30	52	79
100	Cine, series, cortos	75	57	67	86
101	Contenido deportivo	124	68	61	49
102	Contenido humorístico	73	61	88	84
103	YouTubers	89	35	67	77
		1	2	3	4
105	Medio para formarse	5	8	37	98
106	Promoción sociolaboral	7	13	46	115
		Sí	No		
107	Curso últimos meses	77	309		
109	Edición últimos meses	200	186		
		1	2	3	4
111	Relaciones con amigos y familia	5	12	41	94
112	Relaciones positivas con otros	15	23	87	125
113	Red de contactos para apoyo	16	41	95	122
114	Pertenencia a grupos	32	59	113	109

98		1	5	2,987	1,580
5		min	max	media	desv
156		1	5	3,858	1,218
211		1	5	4,148	1,140
101		1	5	3,210	1,468
84		1	5	2,744	1,549
80		1	5	3,096	1,399
118		1	5	3,259	1,541
5		min	max	media	desv
238		1	5	4,440	0,848
205		1	5	4,290	0,931
		min	max	media	desv
		1	2	1,801	0,400
		1	2	1,482	0,500
5		min	max	media	desv
234		1	5	4,399	0,892
136		1	5	3,891	1,076
112		1	5	3,707	1,119
73		1	5	3,342	1,187

115	Participar en interacción social	13	23	84	143
116	Mantener vivos grupos	15	26	66	132
		En persona	Amigos de amigos	Ocasionalmente	Cualquiera
117	Quiénes son tus amigos	129	146	78	33
		1	2	3	4
118	Contenidos personales	107	84	84	52
119	Contenidos sobre hobbies	163	62	69	46
120	Contenidos religiosos	178	93	46	36
121	Contenidos laborales	248	69	32	20
122	Contenidos políticos	323	39	14	5
123	Contenidos deportivos	167	62	62	45
124	Contenidos audiovisuales propios	206	62	60	29
125	Contenidos sobre challenges	254	54	44	14
		Mayoría fotos	Algunas	Aparezco yo	Ninguna
126	Autorización fotos	37	94	197	58
		1	2		
127	No personal fotos	209	177		
128	No personal videos	168	218		
129	No personal textos	129	257		

123		1	5	3,881	1,033
147		1	5	3,959	1,083
		min	max	media	desv
		1	4	2,039	0,938
5		min	max	media	desv
59		1	5	2,668	1,403
46		1	5	2,352	1,425
33		1	5	2,101	1,310
17		1	5	1,676	1,108
5		1	5	1,264	0,708
50		1	5	2,350	1,452
29		1	5	1,997	1,292
20		1	5	1,684	1,134
		min	max	media	desv
		1	4	2,715	0,835
		min	max	media	desv
		1	2	1,459	0,499
		1	2	1,565	0,496
		1	2	1,666	0,472

130	No personal audio	28	358		
131	No personal otro	10	376		
132	No personal nada no-personal	26	360		
133	No personal nada nunca	80	306		

	Bienestar				
--	------------------	--	--	--	--

		1	2	3	4
134	Ayuda esperanza vida	22	37	97	116
135	Ayuda salud física	68	112	88	62
136	Ayuda proteger de violencia	53	79	95	79
137	Ayuda desarrollar imaginación	21	46	85	120
138	Ayuda expresar emociones	50	63	107	96
139	Ayuda conocer vocación	37	56	93	101
140	Ayuda convivencia	21	45	116	118
141	Ayuda no discriminación	65	56	83	89
142	Ayuda proteger medioambiente	14	38	67	130
143	Ayuda jugar, entretenerme	20	32	77	98
144	Ayuda conocer derechos	11	25	87	121
145	Ayuda encontrar empleo	150	49	65	68

		1	2	1,927	0,260
		1	2	1,974	0,159
		1	2	1,933	0,251
		1	2	1,793	0,406
5		min	max	media	desv
114		1	5	3,681	1,160
56		1	5	2,808	1,305
80		1	5	3,140	1,331
114		1	5	3,674	1,174
70		1	5	3,189	1,274
99		1	5	3,438	1,276
86		1	5	3,526	1,122
93		1	5	3,231	1,402
137		1	5	3,876	1,112
159		1	5	3,891	1,184
142		1	5	3,927	1,052
53		1	5	2,545	1,487

3.A.2.2. Los Cacaos

Datos demográficos					
		Hombre	Mujer		
3	Género	30	31		
		15	16	17	18
4	Edad	0	19	18	18
		Sí	No		
5	Tiene hijos	3	58		
		Apartamento	Casa constructora	Casa autoconstruida	
9	Tipo de vivienda	3	2	56	
		Quinto	Sexto		
10	Curso	37	24		
		2 o menos	3	4	5
11	Personas en el hogar	8	17	8	15
		0	1	2	3
12	Mayores inactivos	47	10	4	0
13	Mayores activos	12	24	15	8
14	Mayores en paro	47	12	1	1
15	Trabajo hogar	43	15	3	0
16	En edad escolar	0	28	18	9
17	Bebés o muy pequeños	55	3	3	0
		Ninguno	Primaria inc	Primaria	Secundaria inc
18	Mayor escolaridad	1	4	6	18
		Hombre	Mujer		
19	Género jefe hogar	43	18		

			min	max	media	desv
			1	2	1,508	0,504
19	20		min	max	media	desv
5	1		16	20	17,197	1,030
			min	max	media	desv
			1	2	1,951	0,218
			min	max	media	desv
			1	3	2,869	0,465
			min	max	media	desv
			5	6	5,393	0,493
6	7 o más		min	max	media	desv
4	9		1	10	4,410	1,953
4	5 o más		min	max	media	desv
0	0		0	2	0,295	0,587
2	0		0	4	1,410	1,055
0	0		0	3	0,279	0,581
0	0		0	2	0,344	0,574
4	2		1	6	1,934	1,138
0	0		0	2	0,148	0,477
Secundaria	Más secundaria		min	max	media	desv
16	13		0	5	3,431	1,244
			min	max	media	desv
			1	2	1,295	0,460

Inconvenientes durante la pandemia				
		Sí	No	
20	COVID-Falta tiempo familiares	6	55	
21	COVID-Falta formación familiares	2	59	
22	COVID-Falta equipos computacionales	11	50	
23	COVID-Dificultad acercarse colegio	5	56	
24	COVID-Tareas hogar	11	50	
25	COVID-Trabajo	4	57	
26	COVID-Cuidado familiares	4	57	
Uso de Internet y redes sociales				
		Sí	No	
28	Cnx Computador casa	30	31	
29	Cnx Mi celular	58	3	
30	Cnx Colegio	20	41	
31	Cnx Casa amigo	13	48	
32	Cnx Cibercafé	4	57	
33	Cnx Red abierta calle	8	53	
34	Cnx Biblioteca pública	13	48	
		Menos 1 vez/ día	1 vez/día	2-3 veces/día
36	Frecuencia uso	0	5	15
				9

			min	max	media	desv
			1	2	1,902	0,300
			1	2	1,967	0,180
			1	2	1,820	0,388
			1	2	1,918	0,277
			1	2	1,820	0,388
			1	2	1,934	0,250
			1	2	1,934	0,250
			min	max	media	desv
			1	2	1,508	0,504
			1	2	1,049	0,218
			1	2	1,672	0,473
			1	2	1,787	0,413
			1	2	1,934	0,250
			1	2	1,869	0,340
			1	2	1,787	0,413
Más 5 veces/día			min	max	media	desv
32			2	5	4,115	1,050

		1	2	3	4
37	Problema velocidad	16	8	20	9
38	Problema cobertura	13	14	10	15
39	Problema seguridad	30	13	9	5
40	Problema coste	37	8	8	3
41	Problema privacidad	32	11	8	5
42	Problema idioma	30	9	8	9
43	Problema publicidad	16	6	7	12
44	Problema virus	33	8	6	8
		1	2	3	4
45	Uso Facebook	5	25	11	5
46	Uso Twitter	55	2	1	1
47	Uso Instagram	13	14	8	8
48	Uso Tik Tok	14	5	8	11
49	Uso LinkedIn	58	1	1	0
		10 a 200	200 a 500	500 a 1000	1000 a 2000
51	Cuántos contactos	30	17	5	4
		1	2	3	4
52	Para ver contactos	4	14	15	9
53	Para compartir contactos	10	15	15	10
54	Para conocer gente	10	15	17	7
55	Para jugar con otros	28	12	4	11

5		min	max	media	desv
8		1	5	2,754	1,350
9		1	5	2,885	1,392
4		1	5	2,016	1,258
4		1	5	1,817	1,242
5		1	5	2,016	1,323
5		1	5	2,180	1,397
20		1	5	3,230	1,627
6		1	5	2,115	1,439
5		min	max	media	desv
15		1	5	3,000	1,354
2		1	5	1,246	0,850
18		1	5	3,066	1,559
23		1	5	3,393	1,605
1		1	5	1,115	0,580
2000 a 3000	más 3000	min	max	media	desv
2	3	1	6	2,016	1,396
5		min	max	media	desv
19		1	5	3,410	1,321
11		1	5	2,951	1,347
12		1	5	2,934	1,352
6		1	5	2,262	1,448

56	Para citas	48	7	4	1
57	Para videollamadas	4	17	15	11
58	Para ver videos	4	7	11	17
59	Para subir videos	50	5	2	2
		Sí	No		
61	Sigues a alguien	40	21		
		1	2	3	4
63	Para ver películas	8	5	11	12
64	Para jugar / seguir juegos	33	5	10	5
65	Para apuestas	55	4	0	1
66	Para hobbies	20	16	11	8
67	Para descargar contenidos	8	13	14	9
68	Para descargar software	26	9	8	9
69	Para aprendizaje	6	6	15	18
70	Para enviar/recibir archivos	8	17	11	11
71	Para traducir	6	19	11	14
72	Para buscar empleo	56	3	2	0
73	Para mi trabajo	45	7	4	3
74	Para información actualidad	6	13	20	10
75	Para información práctica	21	11	11	10
76	Para información deportiva	30	10	7	9
77	Para información salud	13	13	18	9

1	1	5	1,361	0,817
14	1	5	3,230	1,270
22	1	5	3,754	1,247
2	1	5	1,377	0,952
	min	max	media	desv
	1	2	1,344	0,479
5	min	max	media	desv
25	1	5	3,672	1,423
8	1	5	2,180	1,489
1	1	5	1,180	0,671
6	1	5	2,410	1,334
17	1	5	3,230	1,407
9	1	5	2,443	1,522
16	1	5	3,525	1,260
14	1	5	3,098	1,387
11	1	5	3,082	1,295
0	1	3	1,115	0,412
2	1	5	1,525	1,043
12	1	5	3,148	1,249
8	1	5	2,557	1,444
5	1	5	2,164	1,393
8	1	5	2,770	1,309

78	Para información tráfico	43	7	7	3
79	Para información metereológica	29	13	8	6
80	Para causas políticas	54	2	2	1
81	Para hacer gestiones Administración	51	2	3	2
82	Para servicio sanitario	50	6	3	1
83	Para buscar vivienda	54	3	3	0
84	Para comprar	38	6	10	4
85	Para vender	54	1	3	2
86	Para servicios banca	51	3	3	3
87	Para contenidos adultos	50	3	4	4
		1	2	3	4
88	Información práctica	19	13	13	10
89	Información deportiva	28	17	8	3
90	Para compras	39	9	9	3
91	Imágenes	9	11	19	13
92	Contenidos para descargar	28	13	9	4
93	Traducciones	7	18	13	14
94	Ocio y entretenimiento	15	17	11	9
95	Contenidos adultos	53	5	1	2
96	Temas interés personal	20	9	13	10
		1	2	3	4

1	1	5	1,557	0,992
5	1	5	2,098	1,325
2	1	5	1,279	0,878
3	1	5	1,426	1,072
0	1	4	1,250	0,628
1	1	5	1,213	0,686
3	1	5	1,820	1,218
1	1	5	1,279	0,839
1	1	5	1,361	0,913
0	1	4	1,377	0,879
5	min	max	media	desv
6	1	5	2,525	1,349
5	1	5	2,016	1,245
1	1	5	1,656	1,015
9	1	5	3,033	1,264
7	1	5	2,164	1,381
9	1	5	3,000	1,265
9	1	5	2,672	1,387
0	1	4	1,213	0,635
6	1	5	2,534	1,392
5	min	max	media	desv

98	Tutoriales y formación	4	13	14	14
99	Videoclips música	2	12	14	18
100	Cine, series, cortos	17	13	12	9
101	Contenido deportivo	27	15	8	7
102	Contenido humorístico	21	9	14	9
103	YouTubers	23	5	13	9
		1	2	3	4
105	Medio para formarse	1	4	11	16
106	Promoción sociolaboral	1	3	7	21
		Sí	No		
107	Curso últimos meses	4	57		
109	Edición últimos meses	19	42		
		1	2	3	4
111	Relaciones con amigos y familia	2	2	7	19
112	Relaciones positivas con otros	2	4	8	27
113	Red de contactos para apoyo	7	3	10	26
114	Pertenencia a grupos	4	10	20	18
115	Participar en interacción social	2	7	15	18
116	Mantener vivos grupos	3	5	12	18

16		1	5	3,410	1,270
15		1	5	3,525	1,163
10		1	5	2,705	1,442
4		1	5	2,115	1,279
8		1	5	2,574	1,431
11		1	5	2,672	1,546
5		min	max	media	desv
29		1	5	4,115	1,034
29		1	5	4,213	0,951
		min	max	media	desv
		1	2	1,934	0,250
		1	2	1,689	0,467
5		min	max	media	desv
31		1	5	4,230	1,007
20		1	5	3,967	1,016
15		1	5	3,639	1,239
9		1	5	3,295	1,116
19		1	5	3,738	1,124
22		1	5	3,850	1,162

		En persona	Amigos de amigos	Ocasionalmente	Cualquiera
117	Quiénes son tus amigos	12	28	9	12
		1	2	3	4
118	Contenidos personales	16	17	11	6
119	Contenidos sobre hobbies	33	10	11	5
120	Contenidos religiosos	37	8	7	4
121	Contenidos laborales	42	5	6	1
122	Contenidos políticos	58	3	0	0
123	Contenidos deportivos	43	9	4	3
124	Contenidos audiovisuales propios	44	6	6	2
125	Contenidos sobre challenges	47	4	6	2
		Mayoría fotos	Algunas	Aparezco yo	Ninguna
126	Autorización fotos	4	24	27	6
		1	2		
127	No personal fotos	28	33		
128	No personal videos	25	36		
129	No personal textos	26	35		
130	No personal audio	4	57		

			min	max	media	desv
			1	4	2,344	1,015
5			min	max	media	desv
11			1	5	2,656	1,436
2			1	5	1,902	1,165
5			1	5	1,885	1,318
7			1	5	1,787	1,368
0			1	2	1,049	0,218
2			1	5	1,557	1,041
3			1	5	1,590	1,116
2			1	5	1,492	1,027
			min	max	media	desv
			1	4	2,574	0,763
			min	max	media	desv
			1	2	1,541	0,502
			1	2	1,590	0,496
			1	2	1,574	0,499
			1	2	1,934	0,250

131	No personal otro	2	59		
132	No personal nada no-personal	5	56		
133	No personal nada nunca	11	50		

Bienestar

		1	2	3	4
134	Ayuda esperanza vida	3	9	11	17
135	Ayuda salud física	11	18	15	13
136	Ayuda proteger de violencia	9	11	17	10
137	Ayuda desarrollar imaginación	9	7	16	15
138	Ayuda expresar emociones	9	13	15	11
139	Ayuda conocer vocación	7	10	14	12
140	Ayuda convivencia	7	10	11	16
141	Ayuda no discriminación	8	5	13	19
142	Ayuda proteger medioambiente	3	6	13	18
143	Ayuda jugar, entretenerme	4	12	8	21
144	Ayuda conocer derechos	0	6	19	14
145	Ayuda encontrar empleo	29	7	11	6

		1	2	1,967	0,180
		1	2	1,918	0,277
		1	2	1,820	0,388
5		min	max	media	desv
21		1	5	3,721	1,227
4		1	5	2,689	1,191
14		1	5	3,148	1,364
14		1	5	3,295	1,346
13		1	5	3,098	1,363
18		1	5	3,393	1,370
17		1	5	3,426	1,360
16		1	5	3,492	1,324
21		1	5	3,787	1,171
16		1	5	3,541	1,259
22		2	5	3,852	1,030
8		1	5	2,295	1,476

3.A.2.3. Domingo Savio

Datos demográficos					
		Hombre	Mujer		
3	Género	97	139		
		15	16	17	18
4	Edad	0	76	114	46
		Sí	No		
5	Tiene hijos	1	235		
		Apartamento	Casa constructora	Casa autoconstruida	
9	Tipo de vivienda	47	3	186	
		Quinto	Sexto		
10	Curso	119	117		
		2 o menos	3	4	5
11	Personas en el hogar	13	39	59	81
		0	1	2	3
12	Mayores inactivos	199	29	7	1
13	Mayores activos	22	77	88	39
14	Mayores en paro	173	53	10	0
15	Trabajo hogar	174	54	7	0
16	En edad escolar	0	98	83	41
17	Bebés o muy pequeños	217	19	0	0
		Ninguno	Primaria inc	Primaria	Secundaria inc
18	Mayor escolaridad	1	6	10	40
		Hombre	Mujer		
19	Género jefe hogar	129	107		

			min	max	media	desv
			1	2	1,589	0,493
19	20		min	max	media	desv
0	0		16	18	16,873	0,709
			min	max	media	desv
			1	2	1,996	0,065
			min	max	media	desv
			1	3	2,589	0,802
			min	max	media	desv
			5	6	5,496	0,501
6	7 o más		min	max	media	desv
32	12		2	9	4,513	1,277
4	5 o más		min	max	media	desv
0	0		0	3	0,195	0,493
8	2		0	6	1,750	1,024
0	0		0	2	0,309	0,547
0	0		0	2	0,289	0,516
11	3		1	5	1,890	0,939
0	0		0	1	0,081	0,273
Secundaria	Más secundaria		min	max	media	desv
94	83		0	5	4,004	1,000
			min	max	media	desv
			1	2	1,453	0,499

Inconvenientes durante la pandemia					
		Sí	No		
20	COVID-Falta tiempo familiares	13	223		
21	COVID-Falta formación familiares	8	228		
22	COVID-Falta equipos computacionales	59	177		
23	COVID-Dificultad acercarse colegio	14	222		
24	COVID-Tareas hogar	26	210		
25	COVID-Trabajo	7	229		
26	COVID-Cuidado familiares	5	231		
Uso de Internet y redes sociales					
		Sí	No		
28	Cnx Computador casa	85	151		
29	Cnx Mi celular	217	19		
30	Cnx Colegio	38	198		
31	Cnx Casa amigo	42	194		
32	Cnx Cibercafé	2	234		
33	Cnx Red abierta calle	18	218		
34	Cnx Biblioteca pública	3	233		
		Menos 1 vez/ día	1 vez/día	2-3 veces/día	4-5 veces/día
36	Frecuencia uso	0	10	47	23

Más 5 veces/día						
156						

		1	2	3	4
37	Problema velocidad	46	25	88	36
38	Problema cobertura	63	31	83	31
39	Problema seguridad	91	39	39	39
40	Problema coste	109	33	51	18
41	Problema privacidad	119	31	38	20
42	Problema idioma	120	43	41	18
43	Problema publicidad	34	23	41	49
44	Problema virus	113	35	36	36
		1	2	3	4
45	Uso Facebook	37	52	41	23
46	Uso Twitter	200	17	7	4
47	Uso Instagram	30	38	32	49
48	Uso Tik Tok	56	18	32	33
49	Uso LinkedIn	229	3	1	1
		10 a 200	200 a 500	500 a 1000	1000 a 2000
51	Cuántos contactos	94	74	24	18
		1	2	3	4
52	Para ver contactos	27	25	41	58
53	Para compartir contactos	46	37	39	51
54	Para conocer gente	72	39	43	33
55	Para jugar con otros	96	37	32	23

5		min	max	media	desv
41		1	5	3,004	1,319
27		1	5	2,694	1,307
28		1	5	2,466	1,439
25		1	5	2,225	1,376
28		1	5	2,182	1,431
14		1	5	1,996	1,236
89		1	5	3,576	1,438
16		1	5	2,182	1,351
5		min	max	media	desv
83		1	5	3,267	1,513
8		1	5	1,318	0,888
87		1	5	3,530	1,442
97		1	5	3,411	1,628
2		1	5	1,068	0,447
2000 a 3000	más 3000	min	max	media	desv
10	16	1	6	2,254	1,489
5		min	max	media	desv
85		1	5	3,631	1,364
63		1	5	3,203	1,479
49		1	5	2,780	1,522
48		1	5	2,534	1,577

56	Para citas	208	14	6	4
57	Para videollamadas	35	27	52	47
58	Para ver videos	15	9	28	51
59	Para subir videos	196	8	8	8
		Sí	No		
61	Sigues a alguien	182	54		
		1	2	3	4
63	Para ver películas	20	13	32	44
64	Para jugar / seguir juegos	94	32	28	31
65	Para apuestas	224	5	1	1
66	Para hobbies	70	29	35	51
67	Para descargar contenidos	29	21	44	47
68	Para descargar software	62	36	38	39
69	Para aprendizaje	3	10	30	82
70	Para enviar/recibir archivos	15	26	48	62
71	Para traducir	25	37	45	40
72	Para buscar empleo	196	7	11	10
73	Para mi trabajo	139	8	31	26
74	Para información actualidad	16	12	35	61
75	Para información práctica	32	31	47	45
76	Para información deportiva	83	33	32	31
77	Para información salud	35	28	60	50

4	1	5	1,229	0,731
75	1	5	3,424	1,417
132	1	5	4,174	1,176
16	1	5	1,475	1,157
	min	max	media	desv
	1	2	1,229	0,421
5	min	max	media	desv
127	1	5	4,038	1,289
51	1	5	2,631	1,612
5	1	5	1,127	0,633
51	1	5	2,932	1,548
95	1	5	3,669	1,396
61	1	5	3,004	1,553
111	1	5	4,220	0,915
85	1	5	3,746	1,232
89	1	5	3,555	1,400
12	1	5	1,453	1,100
32	1	5	2,169	1,537
112	1	5	4,021	1,201
81	1	5	3,475	1,421
57	1	5	2,771	1,613
63	1	5	3,331	1,375

78	Para información tráfico	151	28	27	17
79	Para información metereológica	119	38	36	17
80	Para causas políticas	196	21	8	6
81	Para hacer gestiones Administración	181	23	14	13
82	Para servicio sanitario	189	13	17	10
83	Para buscar vivienda	199	11	11	7
84	Para comprar	104	31	37	25
85	Para vender	188	13	14	14
86	Para servicios banca	202	12	4	9
87	Para contenidos adultos	195	13	13	10
		1	2	3	4
88	Información práctica	72	32	42	37
89	Información deportiva	97	39	23	22
90	Para compras	103	35	32	25
91	Imágenes	31	22	40	56
92	Contenidos para descargar	73	37	43	35
93	Traducciones	24	33	59	48
94	Ocio y entretenimiento	52	25	48	48
95	Contenidos adultos	179	22	12	9
96	Temas interés personal	88	18	37	32
		1	2	3	4

13		1	5	1,784	1,224
26		1	5	2,123	1,389
5		1	5	1,318	0,833
5		1	5	1,466	0,978
7		1	5	1,445	1,003
8		1	5	1,364	0,956
39		1	5	2,424	1,529
7		1	5	1,470	1,041
9		1	5	1,352	0,976
5		1	5	1,377	0,926
5		min	max	media	desv
53		1	5	2,860	1,550
55		1	5	2,572	1,632
41		1	5	2,432	1,544
87		1	5	3,619	1,399
48		1	5	2,780	1,522
72		1	5	3,470	1,325
63		1	5	3,191	1,494
14		1	5	1,547	1,138
61		1	5	2,831	1,649
5		min	max	media	desv

98	Tutoriales y formación	12	13	34	54
99	Videoclips música	7	11	29	48
100	Cine, series, cortos	40	24	36	45
101	Contenido deportivo	101	21	29	25
102	Contenido humorístico	42	33	37	42
103	YouTubers	57	16	32	49
		1	2	3	4
105	Medio para formarse	8	7	27	58
106	Promoción sociolaboral	1	6	39	76
		Sí	No		
107	Curso últimos meses	94	142		
109	Edición últimos meses	130	106		
		1	2	3	4
111	Relaciones con amigos y familia	0	7	21	72
112	Relaciones positivas con otros	5	12	46	78
113	Red de contactos para apoyo	11	24	53	75
114	Pertenencia a grupos	19	31	59	85
115	Participar en interacción social	15	17	57	74
116	Mantener vivos grupos	11	22	48	89

123	1	5	4,114	1,156
141	1	5	4,292	1,045
91	1	5	3,521	1,500
60	1	5	2,669	1,681
82	1	5	3,377	1,512
82	1	5	3,352	1,587
5	min	max	media	desv
136	1	5	4,301	1,014
114	1	5	4,254	0,852
	min	max	media	desv
	1	2	1,602	0,491
	1	2	1,449	0,498
5	min	max	media	desv
136	2	5	4,428	0,777
95	1	5	4,042	0,997
73	1	5	3,742	1,140
42	1	5	3,424	1,163
73	1	5	3,733	1,160
65	1	5	3,745	1,103

		En persona	Amigos de amigos	Ocasionalmente	Cualquiera
117	Quiénes son tus amigos	82	98	32	24
		1	2	3	4
118	Contenidos personales	86	27	37	36
119	Contenidos sobre hobbies	97	33	28	31
120	Contenidos religiosos	102	36	42	31
121	Contenidos laborales	165	26	24	8
122	Contenidos políticos	212	7	9	3
123	Contenidos deportivos	137	28	24	20
124	Contenidos audiovisuales propios	123	31	28	26
125	Contenidos sobre challenges	152	24	25	20
		Mayoría fotos	Algunas	Aparezco yo	Ninguna
126	Autorización fotos	36	88	83	29
		1	2		
127	No personal fotos	132	104		
128	No personal videos	98	138		
129	No personal textos	68	168		
130	No personal audio	9	227		

		min	max	media	desv
		1	4	1,992	0,945
5		min	max	media	desv
50		1	5	2,733	1,585
47		1	5	2,568	1,592
25		1	5	2,326	1,411
13		1	5	1,636	1,142
5		1	5	1,229	0,765
27		1	5	2,034	1,435
28		1	5	2,174	1,458
15		1	5	1,822	1,279
		min	max	media	desv
		1	4	2,445	0,895
		min	max	media	desv
		1	2	1,441	0,498
		1	2	1,585	0,494
		1	2	1,712	0,454
		1	2	1,962	0,192

131	No personal otro	4	232		
132	No personal nada no-personal	20	216		
133	No personal nada nunca	46	190		

Bienestar					
		1	2	3	4
134	Ayuda esperanza vida	8	8	75	64
135	Ayuda salud física	47	38	67	43
136	Ayuda proteger de violencia	24	39	52	65
137	Ayuda desarrollar imaginación	12	17	59	71
138	Ayuda expresar emociones	18	34	50	78
139	Ayuda conocer vocación	27	16	62	65
140	Ayuda convivencia	13	27	61	75
141	Ayuda no discriminación	42	30	50	56
142	Ayuda proteger medioambiente	18	18	60	58
143	Ayuda jugar, entretenerme	13	23	34	55
144	Ayuda conocer derechos	10	10	49	66
145	Ayuda encontrar empleo	78	22	40	48

		1	2	1,983	0,129
		1	2	1,915	0,279
		1	2	1,805	0,397
5		min	max	media	desv
81		1	5	3,856	1,042
41		1	5	2,970	1,357
56		1	5	3,381	1,288
77		1	5	3,780	1,131
56		1	5	3,508	1,215
66		1	5	3,538	1,279
60		1	5	3,602	1,146
58		1	5	3,246	1,417
82		1	5	3,712	1,232
111		1	5	3,966	1,227
101		1	5	4,008	1,092
48		1	5	2,856	1,556

3.A.2.4. San Cristóbal y Santo Domingo central (contraste)

Datos demográficos					
		Hombre	Mujer		
3	Género	178	213		
		15	16	17	18
4	Edad	5	208	171	6
		Sí	No		
5	Tiene hijos	0	391		
		Apartamento	Casa constructora	Casa autoconstruida	
9	Tipo de vivienda	279	29	83	
		Quinto	Sexto		
10	Curso	0	8211		
		2 o menos	3	4	5
11	Personas en el hogar	9	60	162	111
		0	1	2	3
12	Mayores inactivos	337	43	11	0
13	Mayores activos	12	110	212	50
14	Mayores en paro	342	44	4	0
15	Trabajo hogar	270	115	5	1
16	En edad escolar	0	131	187	65
17	Bebés o muy pequeños	380	11	0	0
		Ninguno	Primaria inc	Primaria	Secundaria inc
18	Mayor escolaridad	0	0	0	4
		Hombre	Mujer		
19	Género jefe hogar	206	185		

			min	max	media	desv
			1	2	1,545	0,499
19	20		min	max	media	desv
1	0		15	19	16,463	0,567
			min	max	media	desv
			2	2	2,000	0,000
			min	max	media	desv
			1	3	1,499	0,822
			min	max	media	desv
			32	84	65,214	16,134
6	7 o más		min	max	media	desv
42	7		2	8	4,355	1,007
4	5 o más		min	max	media	desv
0	0		0	2	0,166	0,442
7	0		0	4	1,821	0,757
0	0		0	2	0,133	0,369
0	0		0	3	0,327	0,512
6	2		1	6	1,880	0,783
0	0		0	1	0,028	0,166
Secundaria	Más secundaria		min	max	media	desv
13	369		3	5	4,946	0,269
			min	max	media	desv
			1	2	1,473	0,500

Inconvenientes durante la pandemia				
		Sí	No	
20	COVID-Falta tiempo familiares	30	361	
21	COVID-Falta formación familiares	11	380	
22	COVID-Falta equipos computacionales	31	360	
23	COVID-Dificultad acercarse colegio	24	367	
24	COVID-Tareas hogar	50	341	
25	COVID-Trabajo	9	382	
26	COVID-Cuidado familiares	10	381	
Uso de Internet y redes sociales				
		Sí	No	
28	Cnx Computador casa	265	126	
29	Cnx Mi celular	362	29	
30	Cnx Colegio	106	285	
31	Cnx Casa amigo	73	318	
32	Cnx Cibercafé	31	360	
33	Cnx Red abierta calle	15	376	
34	Cnx Biblioteca pública	29	362	
		Menos 1 vez/ día	1 vez/día	2-3 veces/día
36	Frecuencia uso	1	5	26
				59

			min	max	media	desv
			1	2	1,923	0,266
			1	2	1,972	0,166
			1	2	1,921	0,271
			1	2	1,939	0,240
			1	2	1,872	0,334
			1	2	1,977	0,150
			1	2	1,974	0,158
			min	max	media	desv
			1	2	1,322	0,468
			1	2	1,074	0,262
			1	2	1,729	0,445
			1	2	1,813	0,390
			1	2	1,921	0,271
			1	2	1,962	0,192
			1	2	1,926	0,262
Más 5 veces/día			min	max	media	desv
300			1	5	4,668	0,681

		1	2	3	4
37	Problema velocidad	61	124	142	48
38	Problema cobertura	73	151	101	49
39	Problema seguridad	186	110	59	30
40	Problema coste	186	122	55	15
41	Problema privacidad	211	107	53	15
42	Problema idioma	270	76	35	8
43	Problema publicidad	37	65	113	93
44	Problema virus	222	104	50	13
		1	2	3	4
45	Uso Facebook	334	41	10	3
46	Uso Twitter	203	120	42	17
47	Uso Instagram	12	28	54	101
48	Uso Tik Tok	54	24	36	62
49	Uso LinkedIn	371	15	1	2
		10 a 200	200 a 500	500 a 1000	1000 a 2000
51	Cuántos contactos	129	110	99	37
		1	2	3	4
52	Para ver contactos	18	46	97	112
53	Para compartir contactos	48	117	109	72
54	Para conocer gente	93	134	101	46
55	Para jugar con otros	125	82	88	58

5		min	max	media	desv
16		1	5	2,575	1,025
16		1	5	2,446	1,059
5		1	5	1,867	1,018
6		1	5	1,784	0,938
5		1	5	1,711	0,929
2		1	5	1,455	0,783
82		1	5	3,303	1,240
2		1	5	1,642	0,865
5		min	max	media	desv
3		1	5	1,210	0,597
9		1	5	1,744	0,972
196		1	5	4,128	1,090
215		1	5	3,921	1,459
0		1	4	1,059	0,303
2000 a 3000	más 3000	min	max	media	desv
8	8	1	6	2,256	1,188
5		min	max	media	desv
118		1	5	3,680	1,156
45		1	5	2,870	1,192
17		1	5	2,386	1,101
38		1	5	2,494	1,332

56	Para citas	308	43	28	7
57	Para videollamadas	33	81	107	87
58	Para ver videos	8	34	83	104
59	Para subir videos	322	41	19	7
		Sí	No		
61	Sigues a alguien	308	83		
		1	2	3	4
63	Para ver películas	7	29	51	93
64	Para jugar / seguir juegos	81	74	82	72
65	Para apuestas	360	19	7	5
66	Para hobbies	27	59	104	106
67	Para descargar contenidos	26	47	83	104
68	Para descargar software	55	78	119	77
69	Para aprendizaje	6	44	91	136
70	Para enviar/recibir archivos	14	42	113	111
71	Para traducir	26	96	105	90
72	Para buscar empleo	344	18	15	12
73	Para mi trabajo	270	28	44	25
74	Para información actualidad	3	37	122	112
75	Para información práctica	24	53	129	118
76	Para información deportiva	79	75	90	72
77	Para información salud	28	120	142	63

5		1	5	1,358	0,797
83		1	5	3,271	1,244
162		1	5	3,967	1,077
2		1	5	1,276	0,683
		min	max	media	desv
		1	2	1,212	0,409
5		min	max	media	desv
211		1	5	4,207	1,043
82		1	5	3,000	1,430
0		1	4	1,123	0,470
95		1	5	3,468	1,206
131		1	5	3,683	1,237
62		1	5	3,033	1,263
114		1	5	3,788	1,035
111		1	5	3,673	1,105
74		1	5	3,230	1,204
2		1	5	1,235	0,710
24		1	5	1,734	1,243
117		1	5	3,775	1,005
67		1	5	3,386	1,106
75		1	5	2,972	1,398
38		1	5	2,905	1,066

78	Para información tráfico	176	101	58	39
79	Para información metereológica	105	128	105	36
80	Para causas políticas	271	58	37	17
81	Para hacer gestiones Administración	287	52	31	15
82	Para servicio sanitario	266	66	41	15
83	Para buscar vivienda	330	33	20	6
84	Para comprar	59	57	141	90
85	Para vender	298	46	30	11
86	Para servicios banca	265	60	38	9
87	Para contenidos adultos	269	79	23	12
		1	2	3	4
88	Información práctica	42	93	111	84
89	Información deportiva	89	94	83	63
90	Para compras	62	79	116	88
91	Imágenes	19	71	109	113
92	Contenidos para descargar	80	105	112	62
93	Traducciones	36	110	120	85
94	Ocio y entretenimiento	24	41	83	118
95	Contenidos adultos	257	81	35	12
96	Temas interés personal	59	26	74	111
		1	2	3	4

16		1	5	2,021	1,171
17		1	5	2,315	1,096
8		1	5	1,550	0,972
4		1	5	1,450	0,874
2		1	5	1,515	0,868
2		1	5	1,253	0,668
44		1	5	3,008	1,197
6		1	5	1,417	0,867
19		1	5	1,611	1,075
8		1	5	1,494	0,894
5		min	max	media	desv
61		1	5	3,074	1,227
62		1	5	2,783	1,380
46		1	5	2,941	1,238
79		1	5	3,414	1,142
32		1	5	2,645	1,204
40		1	5	2,957	1,130
125		1	5	3,714	1,194
6		1	5	1,540	0,893
118		1	5	3,523	1,382
5		min	max	media	desv

98	Tutoriales y formación	29	79	116	97
99	Videoclips música	28	56	90	91
100	Cine, series, cortos	80	91	89	76
101	Contenido deportivo	113	76	70	70
102	Contenido humorístico	44	70	117	91
103	YouTubers	80	43	78	81
		1	2	3	4
105	Medio para formarse	0	8	59	126
106	Promoción sociolaboral	0	7	57	138
		Sí	No		
107	Curso últimos meses	98	293		
109	Edición últimos meses	274	117		
		1	2	3	4
111	Relaciones con amigos y familia	2	16	47	108
112	Relaciones positivas con otros	5	30	127	158
113	Red de contactos para apoyo	10	46	107	154
114	Pertenencia a grupos	23	55	135	122
115	Participar en interacción social	6	18	106	157
116	Mantener vivos grupos	5	27	96	138

70		1	5	3,256	1,184
126		1	5	3,591	1,267
55		1	5	2,834	1,336
62		1	5	2,724	1,447
69		1	5	3,182	1,240
107		1	5	3,237	1,480
5		min	max	media	desv
198		2	5	4,315	0,801
189		2	5	4,302	0,782
		min	max	media	desv
		1	2	1,749	0,434
		1	2	1,299	0,459
5		min	max	media	desv
218		1	5	4,340	0,880
71		1	5	3,665	0,905
74		1	5	3,604	1,005
56		1	5	3,340	1,071
104		1	5	3,857	0,917
125		1	5	3,898	0,974

		En persona	Amigos de amigos	Ocasionalmente	Cualquiera
117	Quiénes son tus amigos	88	194	91	18
		1	2	3	4
118	Contenidos personales	101	118	79	47
119	Contenidos sobre hobbies	110	85	84	68
120	Contenidos religiosos	314	38	19	18
121	Contenidos laborales	305	36	32	10
122	Contenidos políticos	307	35	36	9
123	Contenidos deportivos	202	65	55	38
124	Contenidos audiovisuales propios	220	72	55	21
125	Contenidos sobre challenges	300	52	28	8
		Mayoría fotos	Algunas	Aparezco yo	Ninguna
126	Autorización fotos	19	99	196	77
		1	2		
127	No personal fotos	165	226		
128	No personal videos	110	281		
129	No personal textos	107	284		
130	No personal audio	25	366		

			min	max	media	desv
			1	4	2,100	0,796
5			min	max	media	desv
46			1	5	2,537	1,310
44			1	5	2,619	1,351
2			1	5	1,353	0,815
8			1	5	1,414	0,899
4			1	5	1,384	0,827
31			1	5	2,056	1,327
23			1	5	1,862	1,197
3			1	5	1,368	0,770
			min	max	media	desv
			1	4	2,847	0,789
			min	max	media	desv
			1	2	1,578	0,495
			1	2	1,719	0,450
			1	2	1,726	0,446
			1	2	1,936	0,245

131	No personal otro	10	381		
132	No personal nada no-personal	32	359		
133	No personal nada nunca	107	284		

Bienestar

		1	2	3	4
134	Ayuda esperanza vida	43	58	127	111
135	Ayuda salud física	70	96	111	76
136	Ayuda proteger de violencia	58	81	138	78
137	Ayuda desarrollar imaginación	14	30	111	150
138	Ayuda expresar emociones	32	79	137	106
139	Ayuda conocer vocación	20	41	95	168
140	Ayuda convivencia	17	59	143	121
141	Ayuda no discriminación	79	84	106	67
142	Ayuda proteger medioambiente	16	46	125	140
143	Ayuda jugar, entretenerme	12	16	76	125
144	Ayuda conocer derechos	16	36	116	134
145	Ayuda encontrar empleo	174	49	68	62

		1	2	1,974	0,158
		1	2	1,918	0,274
		1	2	1,726	0,446
5		min	max	media	desv
52		1	5	3,182	1,172
38		1	5	2,785	1,226
36		1	5	2,880	1,165
86		1	5	3,675	1,015
37		1	5	3,095	1,083
67		1	5	3,565	1,053
51		1	5	3,332	1,024
55		1	5	2,834	1,317
64		1	5	3,486	1,030
162		1	5	4,046	1,024
89		1	5	3,624	1,059
38		1	5	2,338	1,421

4. Educación

Zaida Espinosa Zárate; Jesús Plaza de la Hoz;
Celia Camilli Trujillo

4.1. Introducción

Es una evidencia que la sociedad global en la que se desenvuelven los jóvenes del siglo XXI tiene como componente nativo el conocimiento y manejo naturalizado de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), cualquiera que sea el nivel de experiencia de los usuarios. En este sentido, ni las barreras socioeconómicas ni las geográficas suponen un obstáculo a su presencia en el día a día de la juventud.

Tanto las relaciones sociales cercanas, como los procesos de aprendizaje, como los accesos a la gran sociedad y al ejercicio de la ciudadanía están mediados en mayor o menor medida por la Red y por las redes, cuya evolución y cambio, por cierto, muestran un dinamismo imparable, del que los propios jóvenes son no pocas veces protagonistas tanto pasivos como activos.

Precisamente porque las TIC han venido para quedarse y están afectando a todos los ámbitos de la vida moderna, es pertinente preguntar

a los jóvenes en formación de entornos vulnerables por el tipo de relación que guardan con ellas, de modo que puedan advertirse líneas de promoción de un uso educativo y empoderador de ellas, frente al peligro de ser absorbidos por la espiral de un consumo predominantemente pasivo.

4.2. Puntos focales

La investigación en el área de Educación se interesó en analizar tres grandes aspectos del impacto de la digitalización en los jóvenes estudiantes dominicanos en contextos vulnerables.

En primer lugar, se indagó en los efectos de la digitalización en las relaciones sociales de los adolescentes, esto es, en la construcción social o comunitaria que permiten las TIC, con un foco fundamental no tanto en la cantidad de los vínculos que estas generan, sino en su calidad, según la percepción de los estudiantes.

En segundo lugar, se estudió el impacto de las TIC en el aprendizaje, atendiendo tanto a sus ventajas como inconvenientes en relación con el proceso formativo de los jóvenes, y a su contribución en la formación de un proyecto personal de vida.

Por último, se abordó la relación de digitalización y justicia en la percepción de los estudiantes, analizando si estos consideran que las TIC aumentan su capacidad de ejercer control sobre el entorno que habitan, tanto en un sentido político como material, esto es, en relación al reclamo de derechos que las TIC posibilitan y a su virtualidad para hacerles prosperar profesional y materialmente en la vida. Es decir, se analizaron los usos específicamente políticos de las TIC por parte de los adolescentes y su percepción acerca de en qué medida pueden serles de ayuda para denunciar injusticias, reclamar derechos y mejorar su vida.

A continuación, se exponen las preguntas de investigación relativas a cada uno de estos tres aspectos y se describen con más detalle.

4.2.1. Bloque 1: Efectos de la digitalización en las relaciones interpersonales y en la construcción social o comunitaria de estudiantes dominicanos en contextos de vulnerabilidad

En este bloque se estudia el papel que juegan Internet y las redes sociales en la construcción de las relaciones sociales de los estudiantes que viven en contextos de vulnerabilidad, para analizar si en los usos comunicativos o relacionales que los jóvenes dan a las TIC predominan los usos comunicativos meramente instrumentales o utilitarios o, por el contrario, los expresivos no instrumentales. Es decir, se analiza si a través de las TIC se refuerza su sentido de pertenencia a grupos y la construcción de relaciones interpersonales de calidad o si, por el contrario, aquellas no se usan de modos que fortalezcan la comunidad.

Esto se puede analizar, por ejemplo, en lo que ocurre en el tiempo de descanso y de ocio, cuando este es mediado digitalmente. El entretenimiento digital ofrece a los jóvenes multiplicidad de opciones que no dependen ni están vinculadas con el entorno inmediato en el que vive el individuo, sino que, al contrario, muchas veces lo distancian de él. La dispersión que se produce en las actividades de ocio puede anticipar la dispersión o desagregación social que se refleja después en la vida comunitaria: las pantallas –individuales– de cada uno reemplazan las reuniones en la calle, o reestructuran el sentido de estas. Así pues, la alfabetización digital reduce la dependencia del entorno inmediato del individuo en su tiempo lúdico, de modo que este puede volverse cada vez más hostil, o satisfacer menos al sujeto en este sentido. Esto puede provocar, a su vez, que la huida del individuo de él se busque con más intensidad. Este proceso de disolución social puede observarse en el aumento de la violencia y, por consiguiente, en la inseguridad que se vive en los barrios más marginales, y que constituye el principal enemigo del día a día de la gente.

Lo que resulta evidente es que la participación en la red transforma la vivencia del sujeto de su comunidad de referencia, y merece la pena analizar qué efectos tiene el acceso al mundo virtual en la salud de la comunidad y en la calidad de las relaciones interpersonales

desarrolladas, desde la ambivalencia que cabe detectar en el proceso digitalizador y que hay que resolver educativamente en favor de sus dimensiones positivas. Es decir, cómo puede la digitalización constituirse en oportunidad para reforzar y afianzar las relaciones sociales, y cómo pueden contrarrestarse sus efectos negativos de disolución social.

Preguntas de investigación del bloque 1:

- 1) ¿Cómo son los usos comunicativos que hacen los jóvenes de Internet y las redes sociales? ¿Tienen estos que ver con la afiliación, con el establecimiento de una comunicación con finalidades expresivas y no puramente instrumentales y el desarrollo de un sentido de pertenencia o, por el contrario, tiende a ser puramente instrumental-utilitario? Es decir, ¿en qué medida sirven las TIC para vincular a las personas con conexiones «fuertes»?
- 2) ¿Cuál es el papel que desempeña lo digital en la construcción de la comunidad de los jóvenes en contextos vulnerables? La digitalización ¿fomenta para ellos los procesos de disolución de la cohesión comunitaria? ¿O cabe detectar usos de las redes en los jóvenes que refuercen su comunidad y contribuyan a la constitución de redes solidarias de apoyo, tanto respecto a la gente que tienen más cerca (familiares, vecinos, compañeros de clase, etc., respecto a los que no basta con el contacto puramente virtual, sino que el contacto físico es esencial), como respecto a los que no forman parte de sus círculos de intimidad?
- 3) ¿Cómo transforma la participación en la red la vivencia del sujeto de su comunidad de referencia? ¿Se pluraliza esta, de modo que el individuo construye diferentes aspectos de su identidad en diferentes comunidades?, ¿se ensancha, de modo que los referentes disponibles para los jóvenes son más diversos y variados?
- 4) ¿Pueden advertirse distintas fases de un mismo proceso socio-cultural en los tres entornos estudiados (urbano, rural y frontera)? Es decir, al cruzar la información de estos tres ambientes, ¿pueden identificarse distintos momentos de un proceso de transformación de la comunidad? Si es así, ¿cómo pueden prevenirse

- sus consecuencias indeseadas -la disolución comunitaria- en aquellos ambientes en que esta aún se da de manera incipiente?
- 5) ¿Cómo pueden constituirse las TIC en oportunidad para reforzar y afianzar las relaciones sociales, mejorando su calidad y profundidad, y cómo pueden contrarrestarse sus efectos negativos de disolución social a través de la educación?

4.2.2. Bloque 2: Efectos de la digitalización en el proceso formativo de los estudiantes dominicanos en contextos vulnerables

En este bloque se indaga en la percepción general de los estudiantes de las oportunidades y amenazas que suponen las TIC para su aprendizaje y formación, así como en su implicación personal en actividades formativas recientes.

Este enfoque en la formación permite entender cómo se comprenden a sí mismos los jóvenes desde las posibilidades educativas que se les abren en el entorno digital, en concreto, si se perciben a sí mismos como sujetos más activos, empoderados, con más capacidad de agencia o, por el contrario, si su actitud se ha vuelto más pasivo-consumidora. Es decir, se pretende indagar si, gracias a la digitalización, consideran que se han vuelto sujetos más comprometidos y capaces de realizar los esfuerzos que exige un proyecto de vida, o si tienden a hacer un uso hedonista, de puro entretenimiento de las TIC. En otras palabras, se pregunta si utilizan las TIC para el ocio en sentido etimológico (hacer algo con afán, ocuparse de algo con dedicación, lo cual tiene que ver con la dimensión propiamente humana de diseñar un proyecto de vida) o para el mero descanso, es decir, para pasar el rato, de modo que las TIC se limitarían a aportar meramente una nueva manera o terreno de esparcimiento. Esto es, ¿se conciben los jóvenes dominicanos a sí mismos como sujetos con una capacidad de decisión e iniciativa acrecentada a través del espacio digital, como capaces de tomar las riendas de su vida y perseguir su proyecto personal?

Desde una perspectiva educativa, debe explorarse cuál es la situación en la que se encuentran los jóvenes dominicanos en contextos de pobreza en este sentido para poder determinar cómo pueden favorecerse estos procesos educativos de exploración de la propia identidad y vocación y construcción de un proyecto vital desde el autoconocimiento y reconocimiento a través del entorno virtual.

Preguntas de investigación del bloque 2:

- 1) ¿Qué ventajas y amenazas perciben los estudiantes dominicanos en las TIC en relación a su proceso formativo y vital?
- 2) ¿Cuál ha sido su uso personal de las TIC con finalidades educativas?
- 3) ¿Consideran que las TIC constituyen un espacio que facilita el desarrollo de la libertad positiva (autodominio, autocontrol, capacidad de dirigir la propia vida hacia un propósito considerado valioso, de modo que esta no sea controlada por las apetencias del momento, la moda o el *influencer* de turno) y el perfeccionamiento humano o, por el contrario, los dificultan? ¿Son las TIC un lugar que ayuda a los jóvenes a definir su propia identidad, a conocerse a sí mismos y, por tanto, a construir un propósito vital, a encontrar su propia autenticidad en un momento clave de la vida como es la adolescencia, o son meramente un espacio más sometido a las leyes del mercado que proporciona ruido y dispersión en este sentido? En otras palabras: ¿aporta el entorno digital las condiciones adecuadas para educarse y explorar la propia identidad y encontrar un proyecto de vida?

4.2.3. Bloque 3: Efectos de la digitalización en el control del entorno (político y material) de los adolescentes dominicanos en situación de vulnerabilidad

El control que el individuo tiene sobre el entorno que habita constituye uno de los aspectos clave para el florecimiento individual y social. Este control depende de la capacidad de participación política que

tenga la persona y de su efectividad, así como de su capacidad para lograr fines en sentido material (conseguir un trabajo, poseer propiedades, disponer de protección legal...). En otras palabras, el control sobre el entorno tiene que ver con la medida en que el individuo siente que tiene capacidad de transformar el medio y ejercer su acción con eficacia en la realidad material, política y económica en la que se inserta. Normalmente son los grupos dominantes o privilegiados los que tienen el poder y la influencia necesaria para la transformación de estos espacios y de sus prácticas, y son sus representaciones y comprensiones o imágenes del mundo las que se acaban imponiendo hasta llegar en algunos casos a naturalizarse, esto es, a entenderse como los únicos modos válidos o legítimos de hacer las cosas, y no unos más, entre otros. Por ello, el sentido de agencia de estos es muy claro. En cambio, los más pobres y menos privilegiados resultan ser los que no tienen voz, los no escuchados y los que, por tanto, ven disminuida su capacidad de agencia, de modo que se vuelven invisibles.

Sin embargo, los medios digitales pueden contribuir a revertir esta tendencia, si los sujetos, en lugar de hacer un uso pasivo-consumidor de ellos, se apropian de sus posibilidades y las ponen al servicio de su empoderamiento, la visibilización y reivindicación de sus intereses legítimos. Esto exige una labor educativa para que, por una parte, los más vulnerables desarrollen sentidos de agencia digitalmente mediados, y para que, por otra, los poderosos desarrollen una capacidad de escucha del otro que puede potenciarse a través de la conexión que brindan los medios digitales. Esto es fundamental para mejorar la democracia, pues permite que el ámbito público esté informado por una pluralidad de perspectivas.

Para el sector más pobre de la población las cuestiones políticas se reducen, o al menos están fuertemente ligadas, a lo municipal, a la política cotidiana de los barrios, que resulta en decisiones y acciones locales que pueden mejorar sustancialmente la vida del individuo o mantenerla en condiciones precarias. La lógica política que se reconoce en estos barrios es la del patronazgo, donde la mejora de las condiciones de vida del individuo depende fuertemente de los contactos personales

que este haya logrado hacer. Es decir, la vida política bebe sustancialmente de la lógica amigo-enemigo, en la que aparece la corrupción como forma de favorecer a «los míos». En esta comprensión política está ausente una concepción del derecho como cuidado del invisible, del otro, aunque no sea conocido, que elimina la posibilidad de pasar por encima de él precisamente por esto, porque no sea conocido. Cabe preguntarse, entonces, si la digitalización ha llevado a un mayor empoderamiento político de la población más desaventajada: si esta ha visto en los derechos legalmente reconocidos y publicitados por las TIC una posibilidad de defensa frente a las situaciones de injusticia. Es decir, si la digitalización representa para los pobres un acceso al derecho que no tendrían de otro modo.

Por tanto, en este bloque se analiza el impacto de las TIC en el control que la persona puede ejercer sobre el entorno, con el objetivo de indagar en la conciencia cívico-política de los jóvenes dominicanos en contextos desaventajados, y su experiencia de la ley y de la capacidad de las TIC para hacerla valer.

En concreto, se examina cuáles son los usos cívico-políticos efectivos que hacen los jóvenes de las TIC, en contraste con la percepción general que tienen de las posibilidades de estas para la participación política. Es decir, se compara la realidad que el proceso de digitalización tiene en sus vidas en sentido cívico-político, con las posibilidades abstractas o quizá inexploradas que ven en ellas y de las que podrían apropiarse. En definitiva, se indaga en qué medida consideran los jóvenes que las TIC pueden aumentar su capacidad de agencia política y de participación en su entorno, y en qué medida se han implicado en usos de este tipo a través de ellas.

También se analiza la percepción de los estudiantes acerca de las posibilidades del entorno digital para potenciar su promoción sociolaboral y mejorar profesional y económicamente sus vidas. Esto es, si creen que Internet y las redes sociales pueden contribuir a mejorar sus condiciones materiales de vida, de modo que la función comunicativa y educativa que potencian las TIC efectivamente impacte en la promoción sociolaboral de esta población vulnerable.

Preguntas de investigación del bloque 3:

- 1) ¿Qué percepciones tienen los jóvenes del derecho y de la eficacia de la ley? ¿En qué medida se sienten protegidos por ella y por las autoridades que la representan y aplican? ¿Sirven las TIC para reconocer la ciudadanía y reconocerse como ciudadano?
- 2) ¿Qué injusticias concretas perciben en su entorno?
- 3) ¿Consideran en general que las TIC sirven para denunciar las injusticias y mejorar el estado de su entorno? Es decir, ¿creen que el medio digital es efectivo para señalar las situaciones irregulares y defender sus derechos o esto es una pérdida de tiempo? ¿Hasta qué punto la dimensión conectiva y reivindicadora de las TIC suple la posible orfandad institucional y la corrupción, y permite desarrollar redes solidarias de apoyo y generar nuevos lazos de proximidad? Esto es, ¿representa la digitalización para los jóvenes en contextos vulnerables un acceso al derecho –al reconocimiento de todos como iguales ante el Estado– y al reclamo de mejores condiciones de vida que no tendrían de otro modo, mediante la lógica política de los contactos?
- 4) ¿Se han implicado personalmente en la denuncia de alguna situación injusta en alguna ocasión? ¿Se detectan, aunque sea de manera incipiente, usos políticos de las TIC en los jóvenes dominicanos en contextos vulnerables?
- 5) ¿Consideran estos adolescentes que las TIC pueden ayudarles a mejorar su comunidad local? ¿Qué grado de implicación puede identificarse en ellos en este sentido?
- 6) ¿Perciben los estudiantes dominicanos que las TIC les ayudarán en su vida profesional? ¿Consideran que las TIC les pueden servir para mejorar económicamente o, por el contrario, que son fundamentalmente fuente de perjuicio económico? ¿Las usan o las han usado ya en este sentido en sus vidas o, por el contrario, su uso no va más allá del entretenimiento? ¿Al servicio de qué están las TIC para ellos, sobre todo? Es decir, ¿para qué les sirven más, o para qué las emplean más: con el objetivo de «dar un palo» (convertirse en *influencer*, por ejemplo) o como recurso

para el desarrollo de su creatividad y la extensión de su capacidad de acción a través de ella? Esto es, ¿qué representaciones tienen de las TIC respecto a su capacidad de promoción sociolaboral?

En definitiva, en este bloque se indaga si la digitalización lleva al empoderamiento político de estos jóvenes y, si es así, se explora bajo qué condiciones. En otras palabras, se estudia si las TIC facilitan el autogobierno o, por el contrario, proporcionan una excusa más para abandonar la esfera política, contribuyendo así al avance del despotismo blando y la pérdida de libertad.

4.3. Método

4.3.1. Diseño general

Se trata de una investigación descriptiva por encuesta que tiene por objetivo definir con mayor precisión la opinión, la actitud o el comportamiento de un grupo de personas sobre un tema dado, recopilando información a través de un cuestionario. Con la finalidad de precisar esta información y añadir información relevante que no puede ser captada en un cuestionario, se realizaron entrevistas semiestructuradas que permitieron profundizar en el tema de estudio.

4.3.1.1. Muestra

Dado que nuestro enfoque es educativo, la población objeto de estudio fueron jóvenes de entornos vulnerables con manejo de TIC. En concreto, se trata de población de entre 16 y 18 años con esas características, procedentes de tres entornos diferentes: urbano, en concreto, de Domingo Savio; rural, jóvenes cuya educación formal se lleva a cabo en Los Cacaos; y de frontera, adolescentes cuyas vidas se ven afectadas por la peculiaridad de estudiar en la localidad fronteriza con Haití de Dajabón. En cada una de las tres localizaciones se llevaron a cabo encuestas y entrevistas. Para estas últimas, se acudió a tres centros

educativos facilitados por los coordinadores locales y se entrevistó a alumnado del segundo ciclo del nivel secundario (16-18 años).

Además, se realizaron encuestas de contraste en centros educativos de nivel socioeconómico medio-alto de San Cristóbal y Santo Domingo Central para comparar resultados y observar en qué medida el nivel socioeconómico es determinante de estos.

4.3.2. Encuestas

4.3.2.1. Número de encuestas

El número de encuestas completas obtenidas es de 683. La selección de centros educativos se realizó con la ayuda de los coordinadores del proyecto sobre el terreno. Las encuestas fueron aplicadas por una empresa profesional de sondeos, tras hacer pruebas con el cuestionario.

Una vez realizadas las encuestas y eliminadas las respuestas por una razón o por otra incompletas o ambiguas, quedamos con los siguientes números de cuestionarios completos para cada localización:

- Dajabón (DJ), Enero 2022, 386 encuestas.
- Los Cacaos (LC), Febrero 2022, 61 encuestas.
- Domingo Savio (DS), Abril-Mayo 2022, 236 encuestas.

Encuestas de contraste:

- San Cristóbal (SC), Noviembre 2022, 77 encuestas
- Santo Domingo Central (SD), Noviembre 2022, 314 encuestas

4.3.2.2. Cuestionarios

El cuestionario completo de las encuestas puede verse en el Anexo 3.A.1. Para el presente estudio enfocado en Educación solo se tuvieron en cuenta los resultados de algunas preguntas, en concreto, aquellas que tienen relación específica con los tres bloques objeto de estudio, que son las preguntas 20, 23 y 28. No obstante, se toman algunos

datos de otras preguntas como la 15, 17, 21, 24, 25 y 28 como base para interpretar mejor los resultados de las entrevistas.

4.3.3. Entrevistas

Se llevaron a cabo 74 entrevistas semiestructuradas, con la siguiente distribución por localidades:

- Dajabón (DJ), Junio 2022, 25 entrevistas.
- Los Cacaos (LC), Junio 2022, 21 entrevistas.
- Domingo Savio (DS), Junio 2022, 28 entrevistas.

La guía que se empleó para estas puede encontrarse en el Anexo 4.A.1. El carácter cualitativo de este estudio se percibe como imprescindible para construir un relato consistente en el que quede asegurada la comprensión de las circunstancias que afectan a los jóvenes en cada uno de sus ambientes, las demandas y necesidades del alumnado en relación con las TIC, y cómo perciben que estas pueden afectar a sus posibilidades de vida y a sus capacidades para relacionarse satisfactoriamente con otros, para formarse y para participar cívico-políticamente en sus comunidades.

4.3.4. Aplicación de los puntos focales

Los principales aspectos que se indagaron en cada uno de los bloques, bien en las encuestas, bien en las entrevistas, son los siguientes:

4.3.4.1. Bloque 1: Efectos de la digitalización en las relaciones interpersonales y en la construcción social o comunitaria de estudiantes dominicanos en contextos de vulnerabilidad

1. Usos de las TIC, para determinar en qué medida los jóvenes hacen usos comunicativos y relacionales de ellas, respecto a otros usos (informacionales, entretenimiento, etc.) (pregunta 15 del cuestionario). En las entrevistas en profundidad, se indagó en

concretó cuál era la finalidad de la comunicación cuando a través de las TIC los jóvenes entran en contacto con otra(s) persona(s): por una parte, si tenían un propósito instrumental (finalidades comunicativas instrumentales), de modo que la comunicación se entabla porque se necesita algo de la otra persona para resolver un problema, arreglar un asunto, para que dé cierta información que uno no tiene, por motivos laborales, económicos, etc., o, por otra, porque simplemente la persona quiere hablar y saber de la otra persona (finalidades comunicativas expresivas), de modo que busca el contacto con el otro por sí mismo (por ejemplo, por motivos afectivos) y no por un motivo instrumental. Esto habla de una capacidad de las TIC de reforzar la cohesión social y el sentido de pertenencia, esto es, tiene que ver con la construcción de un espacio humano de intersubjetividad.

2. Composición de la red social digital, es decir, con quién se contacta a través del medio digital y en qué medida (pregunta 24 del cuestionario).
3. Alcance de la red social digital, esto es, cuál es la localización o dónde están aquellos con los que se contacta: si son de la misma localidad, del mismo país, pero residentes en una ciudad/pueblo diferente, o del extranjero.
4. Equilibrio contacto digital/comunicación cara a cara
5. Calidad/calidad de la red social digital, es decir, *cómo* son las relaciones que se tienen con la gente con la que se contacta a través de Internet y las redes sociales (pregunta 23 del cuestionario). En las entrevistas en profundidad se indagó en si los jóvenes preferían un contacto más estrecho, intenso, habitual o constante con unos pocos, frente a un contacto con muchos más superficial y, además, se midió la calidad de la red social digital en términos de en qué medida las TIC:
 - Ayudan a *convivir* con otros, es decir, hacen que la convivencia con los otros sea más satisfactoria/plena.
 - Contribuyen a que la persona *se sienta perteneciente* a ciertos grupos.

- Ayudan a *participar* en distintas formas de interacción social.
 - Contribuyen a *preservar grupos, asociaciones, agrupaciones* con distintos intereses y contribuyen a su desarrollo. Es decir, facilitan que se mantengan vivos, que se organicen mejor y que sus miembros compartan sus intereses.
 - Permiten que la persona se sienta *en iguales condiciones* a los demás, es decir, si constituyen un espacio en el que se le trata con *dignidad y respeto*.
 - Disminuyen la *discriminación* que la persona pudiera sufrir por razón de raza, sexo, orientación sexual, etnia, casta, religión u origen nacional.
 - Sirven para *reconocer* a los otros y mostrar interés y preocupación por ellos.
6. Riesgos percibidos de las TIC para las relaciones interpersonales.

4.3.4.2. Bloque 2: Efectos de la digitalización en el proceso formativo de los estudiantes dominicanos en contextos vulnerables

1. Percepción sobre las oportunidades y amenazas de las TIC para el aprendizaje y la formación, cómo repercuten positivamente en la vida profesional futura de los jóvenes y si son un medio efectivo para formarse y aprender (pregunta 20 del cuestionario)
2. Implicación personal de los estudiantes en cursos de formación *online* en los últimos 3 meses (pregunta 21).

4.3.3.3. Bloque 3: Efectos de la digitalización en el control del entorno (político y material) de los adolescentes dominicanos en situación de vulnerabilidad

1. Usos específicamente cívico-políticos de las TIC entre los jóvenes en contraste con otros usos de ellas (dentro de la pregunta 17 del cuestionario).
2. TIC y capacidades básicas. En el cuestionario (pregunta 28) se exploró en qué medida perciben los jóvenes que las TIC les

ayudan a actualizar capacidades básicas para una vida digna, en concreto, a:

- a. mejorar su esperanza de vida
 - b. tener una buena salud física
 - c. protegerse frente a la violencia
 - d. desarrollar sus sentidos, imaginación y pensamiento
 - e. sentir y expresar emociones hacia otros
 - f. saber qué quieren hacer con su vida
 - g. tener una buena convivencia con los demás, y no sufrir discriminación ni discriminar
 - h. proteger y respetar el medioambiente
 - i. jugar, entretenerse y disfrutar
 - j. conocer sus derechos y defenderlos y encontrar un empleo
3. Concepción del derecho
 4. Ejemplos de derechos que consideran fundamentales
 5. Cumplimiento efectivo del derecho
 6. Ejemplos de violaciones de derechos en su entorno
 7. Percepción general de la efectividad de las TIC para reclamar derechos
 8. Implicación personal o propia en la denuncia de injusticias
 9. TIC y comunidad local
 10. TIC para el empleo
 11. TIC para la mejora económica

4.3.5. Técnicas de análisis de datos

En el análisis estadístico se han empleado los programas Excel 2017 y SPSS 20. La distribución de las variables cualitativas se presenta mediante frecuencias absolutas y relativas y la distribución de las variables ordinales tipo Likert mediante frecuencias absolutas y cuartiles.

Para explorar las diferencias en las respuestas a la encuesta por grupos de edad, sexo, curso y número de convivientes en el hogar se realizó un análisis univariante, en el que se calculó el test chi-cuadrado

o el test exacto de Fisher para comparar la distribución de las respuestas de naturaleza cualitativa y los test no paramétricos U de Mann Whitney o Kruskal Wallis, según si son 2 o más muestras independientes, en las respuestas de tipo Likert. Un análisis similar se ha utilizado para comparar las respuestas por centro o nivel socioeconómico.

Todos los test se consideran bilaterales y como estadísticamente significativo un p-valor menor de 0,05.

Para el análisis de las entrevistas se trabajó con el método comparativo constante que permite analizar datos cualitativos a través de la comparación constante, y que requiere la saturación de los datos y no la prueba o verificación de las hipótesis. Consiste en comparar nuevos datos con datos previamente recopilados, buscando similitudes y diferencias, y desarrollando teorías sustantivas basadas en los hallazgos. Este proceso facilita la identificación de conceptos.

4.4. Resultados

Presentamos aquí los resultados descriptivos para cada localización y para cada uno de los tres bloques. En cada uno de estos bloques se presentan los resultados cuantitativos (cuestionario). Los resultados del estudio cualitativo (entrevistas) aparecen en el siguiente apartado, dentro del Análisis.

4.4.1. Dajabón

4.4.1.1. Bloque 1: Efectos de la digitalización en las relaciones interpersonales y en la construcción social o comunitaria de estudiantes dominicanos en contextos de vulnerabilidad

4.4.1.1.1. Finalidades comunicativas/relacionales del uso de TIC y redes (pregunta 15):

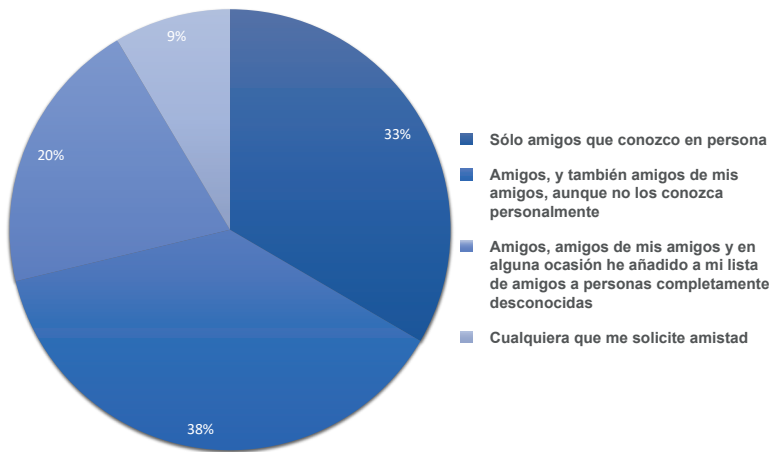
La principal finalidad que los jóvenes de Dajabón buscan en las redes sociales (pregunta 15 del cuestionario, Gráfico 3.1 del capítulo

anterior) tiene sobre todo un carácter pasivo, que se refiere a ver información, fotos y videos de sus contactos y ver videos en YouTube. En segundo lugar, los jóvenes manifiestan que las redes les ayudan a conocer gente nueva, compartir contenidos con sus contactos y realizar videollamadas; en cambio, citas, juegos y creación de materiales audiovisuales son las opciones menos elegidas.

4.4.1.1.2. Composición de la red social digital (pregunta 24)

Respecto a la red digital de amigos y conocidos, el cuestionario indica porcentajes altos de prudencia, pues el 70% contacta solo con amigos o amigos de amigos. En el otro extremo, solo un 8,5% admite a cualquiera que solicite amistad; sin embargo, esporádicamente el 20% ha añadido a algún desconocido.

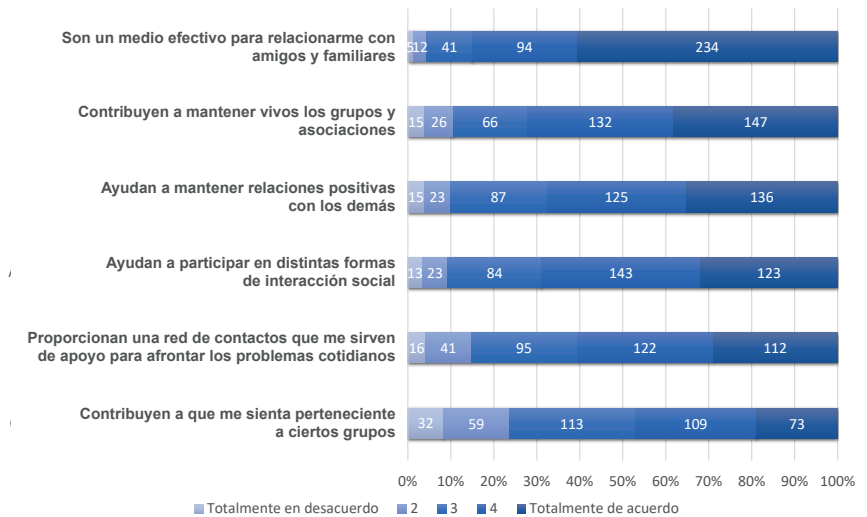
Gráfico 4.1. Composición de la red social digital (Dajabón)



4.4.1.1.3. Calidad de la red social digital, medida en términos de cómo contribuyen las TIC a la mejora de sus relaciones personales (pregunta 23)

La opción mayoritariamente elegida en el cuestionario por los estudiantes de Dajabón a la hora de calificar la calidad de sus relaciones virtuales, es la que señala que estas les ayudan a relacionarse con familiares y amigos. Pero también recibe alta puntuación su consideración de que las TIC facilitan las relaciones positivas con los demás en general, así como el aspecto instrumental de apoyo que se obtiene de estas frente a los problemas del día a día, al igual que el protagonismo de poder participar en las distintas interacciones, en grupos y asociaciones. En cambio, no se valora tanto el sentimiento de pertenencia a unos grupos u otros que puedan aportar.

Gráfico 4.2. Calidad de la red social digital (Dajabón)

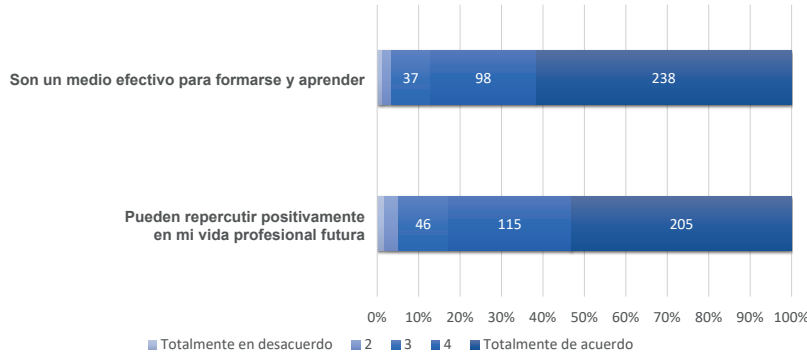


4.4.1.2. Bloque 2: Efectos de la digitalización en el proceso formativo de los estudiantes dominicanos en contextos vulnerables

4.4.1.2.1. Percepción sobre las oportunidades y amenazas de las TIC para el aprendizaje y la formación (pregunta 20)

El 83% (n=320) de los jóvenes de Dajabón se muestran «totalmente de acuerdo o de acuerdo» (valores 4 y 5) con que Internet y las redes repercuten positivamente en su vida profesional futura. Por su parte, un 87% (n=336) afirma estar «totalmente de acuerdo o de acuerdo» en que son un medio efectivo para aprender y formarse. Al comparar estas dos afirmaciones, los estudiantes muestran mayor inclinación respecto a la segunda, un 62% frente a un 53%, respectivamente.

Gráfico 4.3. Las TIC para la formación y profesión (Dajabón)



4.4.1.2.2. Implicación personal de los estudiantes en cursos de formación online (pregunta 21)

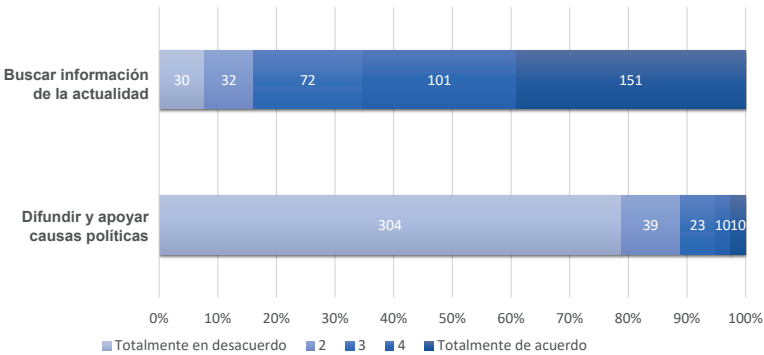
En Dajabón, el 19.9% (n=77) de los encuestados afirman que en los últimos 3 meses ha realizado algún curso de formación a distancia impartido a través de Internet.

4.4.1.3. Bloque 3: Efectos de la digitalización en el control del entorno (político y material) de los adolescentes dominicanos en situación de vulnerabilidad

4.4.1.3.1. Usos políticos de las TIC (preguntas 17 y 25)

A pesar de que dos tercios de los jóvenes de Dajabón indican que usan Internet a menudo o muy a menudo para buscar información de la actualidad (65,28%), solo el 5,18% declara que lo hace para difundir y apoyar causas políticas (Gráfico 4.4).

Gráfico 4.4. Usos políticos de las TIC en Dajabón



En coherencia con esto, lo mismo ocurre respecto a los contenidos específicamente políticos que ellos suben a la red: solo el 2,59% de los jóvenes de Dajabón dicen que publican esta clase de contenidos a menudo o muy a menudo (Gráfico 4.5).

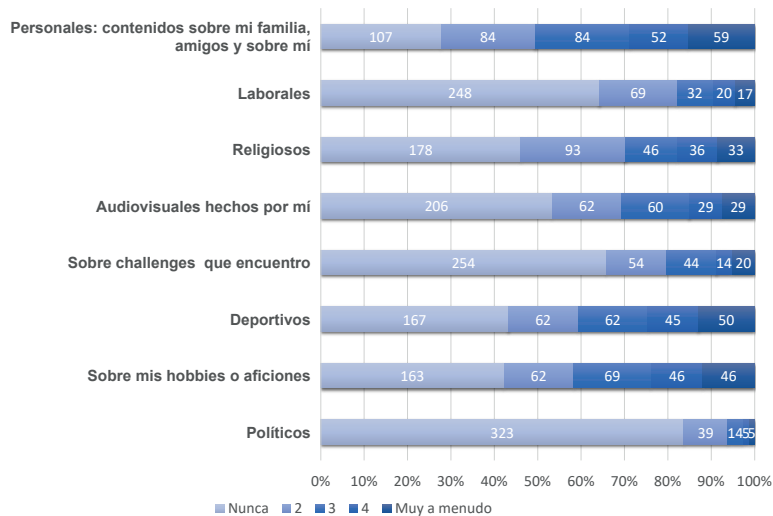
4.4.1.3.2. TIC y capacidades básicas (pregunta 28)

Al preguntar a estos estudiantes en qué medida piensan que las TIC les ayudan a actualizar capacidades básicas para tener una vida digna, destacan las siguientes respuestas: en primer lugar, el 69,17% de los encuestados expresan que están de acuerdo o muy de acuerdo en que

las TIC les ayudan a proteger y respetar el medioambiente. Esta cuestión aparece después también en las entrevistas, frente a lo que ocurre en otros entornos, apreciándose que la conciencia acerca del cuidado del medioambiente aparece marcada en Dajabón, en concreto, a través de los problemas de basura y reciclaje.

En segundo lugar, por número de respuestas, el 68,13% afirma que están de acuerdo o muy de acuerdo con que las TIC les ayudan a conocer sus derechos y defenderlos. Destaca, además, que este ítem es el que obtiene menos estudiantes que estén en desacuerdo o totalmente en desacuerdo: solo 9,33% expresan esta visión.

Gráfico 4.5. Tipos de contenidos publicados (Dajabón)

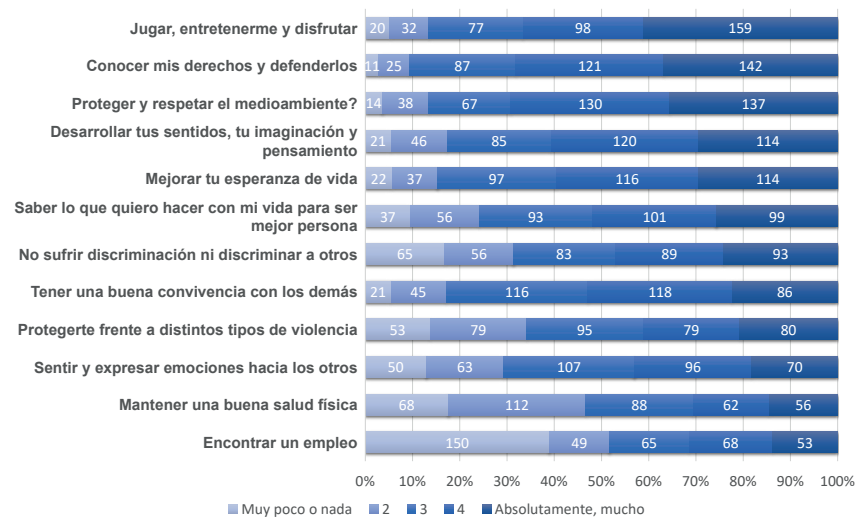


En tercer lugar, 66,58% indica que las tecnologías le ayudan a jugar, entretenerse y disfrutar. Esta es la respuesta con la que más estudiantes están muy de acuerdo: en concreto, el 41,19% lo expresan así. En cuarto lugar, el 60,62% afirma que las TIC le ayudan a desarrollar sus sentidos, imaginación y pensamiento.

En cambio, en el otro extremo, más de la mitad de los adolescentes considera que las TIC no le han ayudado nada o muy poco a encontrar un empleo. En cambio, en las entrevistas que se presentarán en el siguiente apartado de Análisis, aparece en general una percepción positiva de las TIC como facilitadoras en la búsqueda de empleo. Por otro lado, casi la mitad de los jóvenes afirma que tampoco las TIC les ayudan a mantener una buena salud física o lo hacen poco.

Respecto a no sufrir discriminación ni discriminar, son más jóvenes los que expresan una aportación positiva o muy positiva de las TIC (47,15%, frente al 31,35%, que dicen que les ayudan nada o muy poco). Algo semejante ocurre respecto de la capacidad que aportan las TIC para protegerse de la violencia: 41,19% de los estudiantes expresan su acuerdo con esta idea, mientras que el 34,2% consideran lo contrario, y el resto se mantienen en una posición intermedia.

Gráfico 4.6. TIC y capacidades básicas (Dajabón)



4.4.2. *Los Cacaos*

4.4.2.1. Bloque 1: Efectos de la digitalización en las relaciones interpersonales y en la construcción social o comunitaria de estudiantes dominicanos en contextos de vulnerabilidad

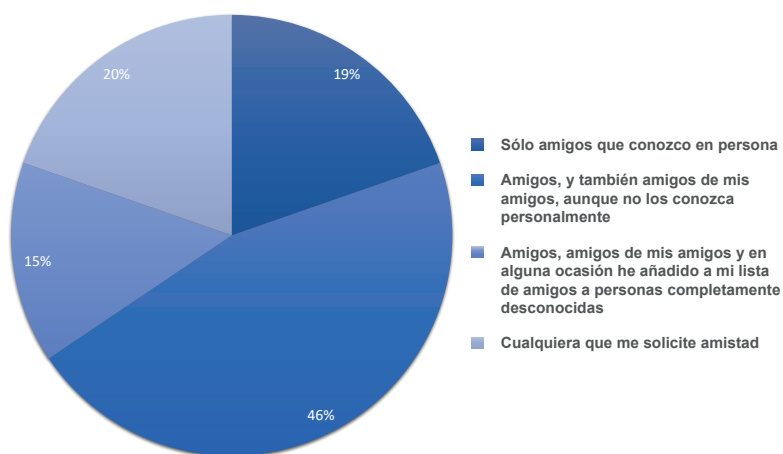
4.4.2.1.1. Finalidades comunicativas/relacionales del uso de TIC y redes (pregunta 15):

Los estudiantes encuestados en Los Cacaos hacen un uso de las redes sociales (pregunta 15) que se centra sobre todo en ver videos en YouTube; con menos frecuencia las usan para ver lo que sus contactos suben o comentan, así como para compartir con ellos información y material audiovisual, o hacer videollamadas; también las usan, aunque algo menos, para conocer gente nueva. Respecto a conseguir citas o subir videos *online*, son pocos los que señalan esta virtualidad de las redes sociales (Gráfico 3.2 del capítulo anterior).

4.4.2.1.2. Composición de la red social digital (pregunta 24)

El grado de confianza en los contactos que se obtienen por las redes, según el cuestionario, es algo mayor en el entorno de Los Cacaos que en Dajabón, pues el 46% añade a los amigos de sus amigos a sus redes sin mayor problema -frente al 38% en Dajabón-; pero sobre todo porque casi un 20% admite a cualquiera que le requiera amistad, aunque no lo conozca de nada, el mismo porcentaje que los que solo incluyen entre sus contactos a aquellos amigos que conocen ya personalmente. Los que admiten a desconocidos en sus redes solo ocasionalmente son casi un 15%.

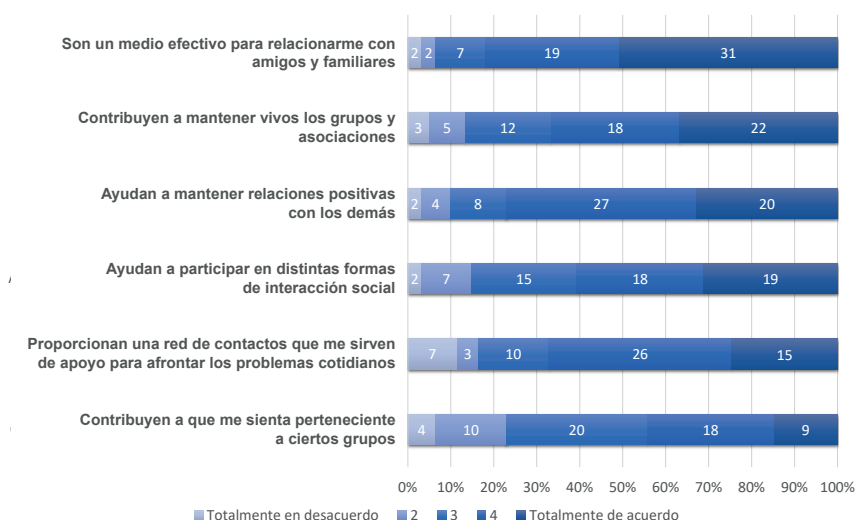
Gráfico 4.7. Composición de la red social digital (Los Cacaos)



4.4.2.1.3. Calidad de la red social digital, medida en términos de cómo contribuyen las TIC a la mejora de sus relaciones personales (pregunta 23)

En este apartado se repiten los resultados agrupados del cuestionario que se recogían para Dajabón. También en Los Cacaos poder relacionarse efectivamente con amigos y familiares es la opción que recibe la puntuación más alta sobre la virtualidad de las redes sociales. De igual modo, aprecian también, aunque algo menos, que mejoren la convivencia y las relaciones saludables con los demás, así como el apoyo en las dificultades ordinarias; el mismo grado de alta consideración tienen respecto a las TIC como cauce de participación y como medio para mantener vivos grupos y asociaciones diversas. También estos estudiantes de zona rural valoran, pero menos, el sentirse parte de algunos grupos, en la misma medida que sucedía con el alumnado de Dajabón.

Gráfico 4.8. Calidad de la red social digital (Los Cacaos)

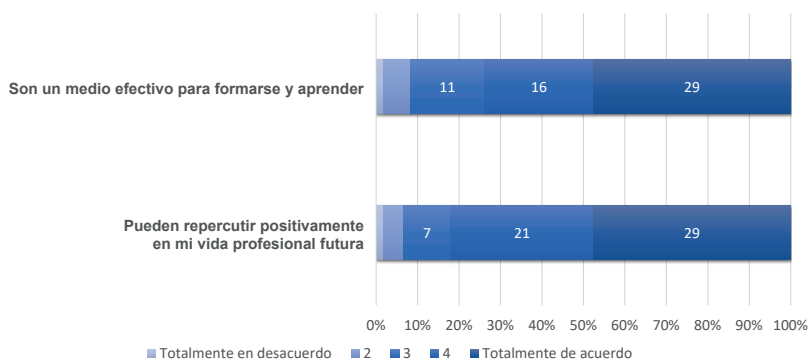


4.4.2.2. Bloque 2: Efectos de la digitalización en el proceso formativo de los estudiantes dominicanos en contextos vulnerables

4.4.2.2.1. Percepción sobre las oportunidades y amenazas de las TIC para el aprendizaje y la formación (pregunta 20)

En Los Cacaos, el 82% (n=50) de los jóvenes se muestran «totalmente de acuerdo o de acuerdo» con que la tecnología y las redes sociales pueden repercutir positivamente en su vida profesional futura. Con un porcentaje ligeramente inferior, un 74% (n=45) afirma estar «totalmente de acuerdo o de acuerdo» con que son un medio efectivo para aprender y formarse.

Gráfico 4.9. Las TIC para la formación y la profesión (Los Cacaos)



4.4.2.2.2. Implicación personal de los estudiantes en cursos de formación online (pregunta 21)

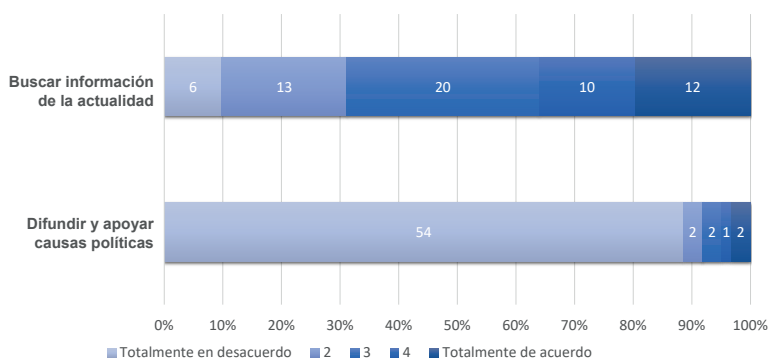
En Los Cacaos, el 6.6% (n=4) de los alumnos han seguido en los últimos 3 meses algún curso de formación a distancia impartido a través de Internet, resultado que tiene que tomarse con cautela debido al bajo número de respuestas.

4.4.2.3. Bloque 3: Efectos de la digitalización en el control del entorno (político y material) de los adolescentes dominicanos en situación de vulnerabilidad

4.4.2.3.1. Usos políticos de las TIC (preguntas 17 y 25)

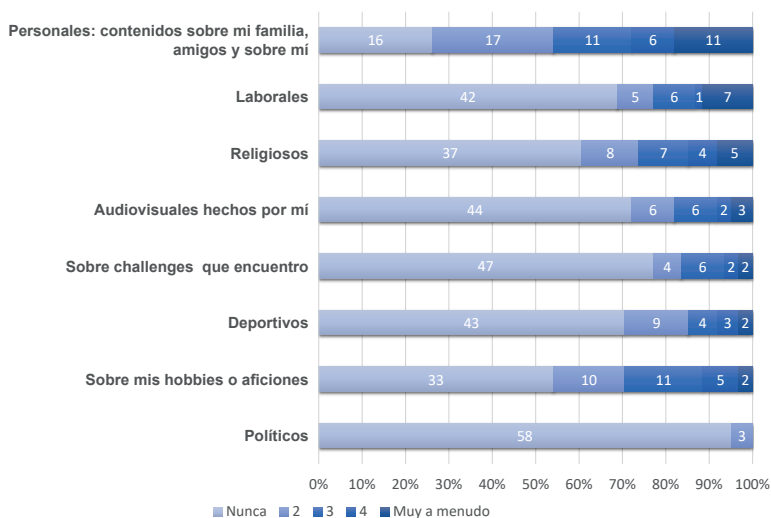
En Los Cacaos, igual que sucede en general en Dajabón y en el resto de los entornos, solo el 4,92% de los estudiantes dice que usa Internet para difundir y apoyar causas políticas a menudo o muy a menudo. Algo más de interés les despierta la búsqueda de información de la actualidad (36,06% expresan que usan Internet a menudo o muy a menudo para esto), pero este es claramente menor que el que se da entre los jóvenes de Domingo Savio (73,30%) y de Dajabón (65,28%).

Gráfico 4.10. Usos políticos de las TIC (Los Cacaos)



Tampoco estos estudiantes suben contenidos de tipo político a sus redes, como se aprecia en el siguiente gráfico (Gráfico 4.13), donde se ve que todos los estudiantes de Los Cacaos dicen que nunca o casi nunca publican sobre estas cuestiones.

Gráfico 4.11. Tipos de contenidos publicados (Los Cacaos)

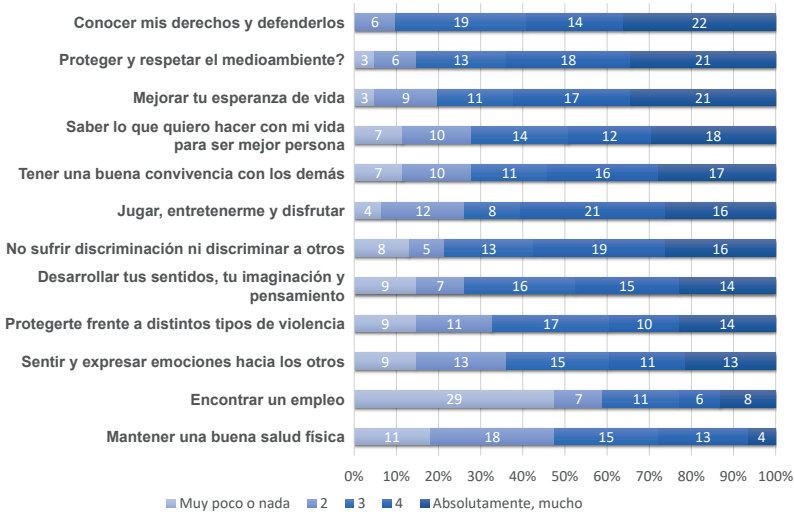


4.4.2.3.2. TIC y capacidades básicas

En cuanto a la percepción de los estudiantes de la zona rural acerca de si las TIC les ayudan a lograr capacidades fundamentales para una vida digna, 63,93% de los encuestados están de acuerdo o muy de acuerdo con que les ayudan a proteger el medioambiente; 62,29%, a mejorar su esperanza de vida, y el 60,66% a jugar, entretenerse y disfrutar. En cuarto lugar, el 59,02% se muestra de acuerdo o muy de acuerdo con que las tecnologías le ayudan a conocer sus derechos y defenderlos. De hecho, este es el ítem respecto al que menos estudiantes están en desacuerdo o totalmente en desacuerdo. Solo el 9,83% de los estudiantes dan 2 puntos sobre 5 a esta afirmación y ninguno la puntúa con un 1. Todo el resto de encuestados, es decir, 90,16%, la puntúa con 3 o más puntos, siendo esta la afirmación con mayor grado de acuerdo de todas. Tras ella, el 57,38% están de acuerdo o muy de acuerdo con que las TIC les ayudan a no sufrir discriminación ni discriminar.

Como en Dajabón, encontrar un empleo es aquello que menos estudiantes señalan como logrado a través de las TIC, seguido por mantener una buena salud física.

Gráfico 4.12. TIC y capacidades básicas (Los Cacaos)



4.4.3. Domingo Savio

4.4.3.1. Bloque 1: Efectos de la digitalización en las relaciones interpersonales y en la construcción social o comunitaria de estudiantes dominicanos en contextos de vulnerabilidad

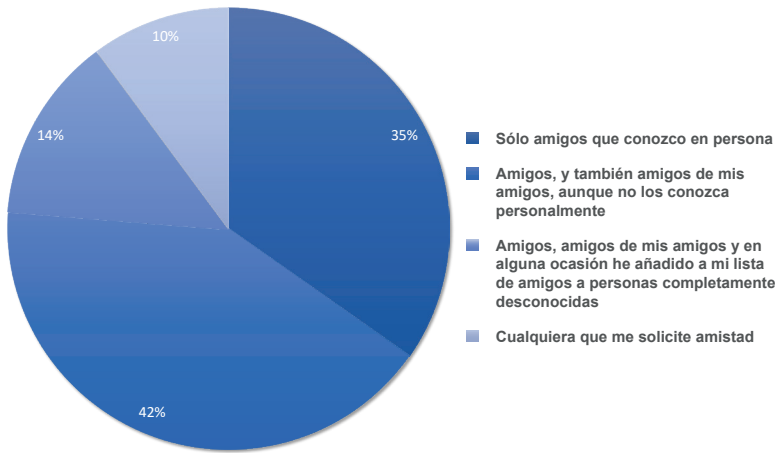
4.4.3.1.1. Finalidades comunicativas/relacionales del uso de TIC y redes (pregunta 15)

Igual que en Los Cacaos, en Domingo Savio, los estudiantes dicen usar las redes sociales sobre todo para ver videos en YouTube. Esta opción se lleva la puntuación más elevada, por encima de otras finalidades comunicacionales/relacionales directas. No obstante, le siguen la realización de videollamadas y la visualización de información de los conocidos. Como el resto de la juventud dominicana encuestada, también valoran subir y compartir contenidos con los amigos y, como el resto también, dan menos importancia relativa a los juegos en red; un número aún menor indica usar las redes sociales para lograr citas y crear contenidos en YouTube (Gráfico 3.3 del capítulo anterior).

4.4.3.1.2. Composición de la red social digital (pregunta 24)

En la capital, el cuestionario muestra que los jóvenes contactan en el mayor porcentaje de los vistos hasta ahora con amigos y amigos de amigos, un 75%, si bien los que contactan solo con amigos personales tienen un porcentaje mayor ahora que en los dos entornos anteriores. En cuanto a establecer contacto con los que son completamente desconocidos, son ahora un 10% quienes lo admiten. Aquellos que reconocen que alguna vez han añadido a gente del todo nueva en sus redes no llega al 14%.

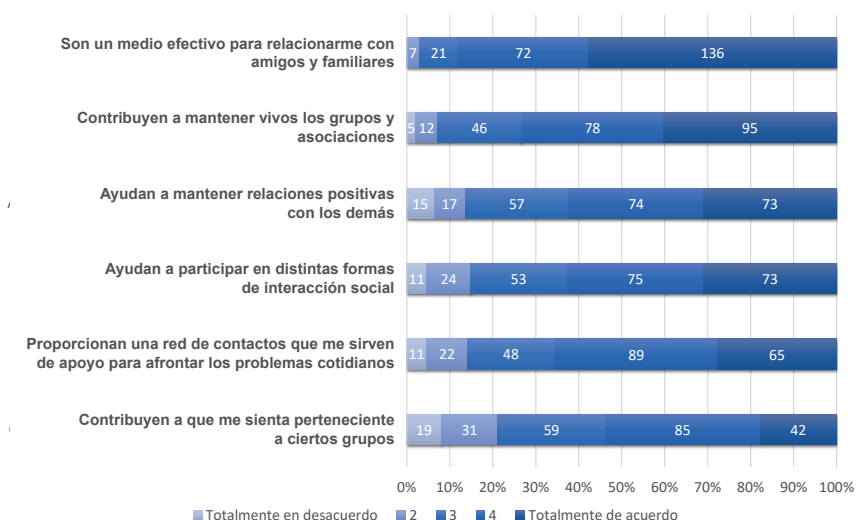
Gráfico 4.13. Composición de la red social digital (Domingo Savio)



4.4.3.1.3. Calidad de la red social digital, medida en términos de cómo contribuyen las TIC a la mejora de sus relaciones personales (pregunta 23)

Vuelve a repetirse en esta cuestión la tendencia que mostraban los cuestionarios de Los Cacaos y Dajabón, pues también en la capital los jóvenes valoran en primer lugar la relación que las redes ofrecen entre familiares y amigos. En segundo lugar y también muy bien valoradas estarían el resto de las opciones, tanto la facilidad que traen para establecer relaciones positivas y una buena convivencia, como el apoyo que aportan los contactos en el día a día, o la participación en grupos y asociaciones, así como la sensación de pertenencia a algunos grupos que brindan las TIC.

Gráfico 4.14. Calidad de la red social digital (Domingo Savio)

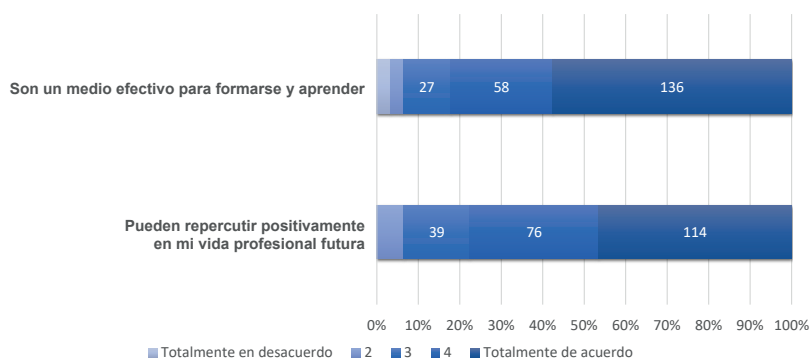


4.4.3.2. Bloque 2: Efectos de la digitalización en el proceso formativo de los estudiantes dominicanos en contextos vulnerables

4.4.3.2.1. Percepción sobre las oportunidades y amenazas de las TIC para el aprendizaje y la formación (pregunta 20)

Los estudiantes de Domingo Savio se muestran «totalmente de acuerdo y de acuerdo» (valores 4 y 5) con que el Internet y las redes sociales pueden repercutir positivamente en su vida profesional futura en un 81% (n=190) y, con un porcentaje similar, el 82% manifiesta que son un medio efectivo para formarse y aprender. Cuando se comparan estas dos afirmaciones, prevalece el uso de las TIC como un medio para la formación de los encuestados, con un 58% de los encuestados frente a un 48%.

Gráfico 4.15. Las TIC para la formación y profesión (Domingo Savio)



4.4.3.2.2. Implicación personal de los estudiantes en cursos de formación online (pregunta 21)

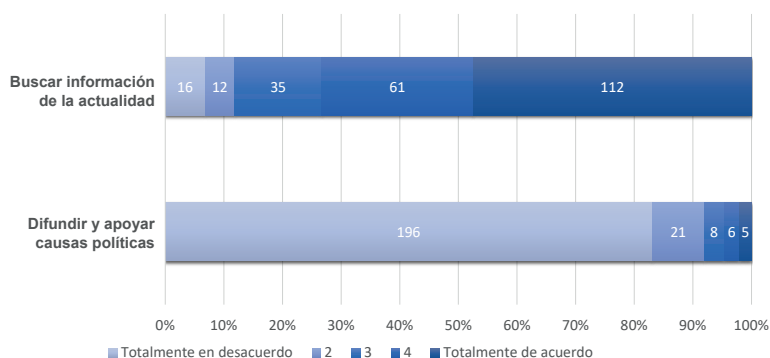
En Domingo Savio, el 39.8% (n=94) de los estudiantes ha seguido en los últimos 3 meses algún curso de formación a distancia impartido a través de Internet.

4.4.3.3. Bloque 3: Efectos de la digitalización en el control del entorno (político y material) de los adolescentes dominicanos en situación de vulnerabilidad

4.4.3.3.1. Usos políticos de las TIC (preguntas 17 y 25)

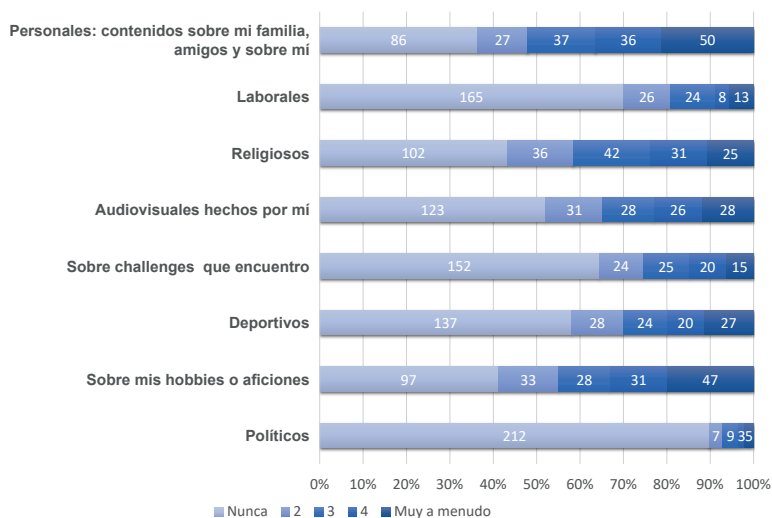
Casi tres cuartos de los jóvenes encuestados en el barrio de Domingo Savio de la capital tienen interés por la información de la actualidad, y declaran que usan Internet en este sentido a menudo o muy a menudo (73,30%). Sin embargo, como ocurría en los dos contextos anteriores, solo el 4,66% afirma que emplean la red para difundir y apoyar causas políticas a menudo o muy a menudo.

Gráfico 4.16. Usos políticos de las TIC (Domingo Savio)



Respecto a los contenidos que ellos mismos suben, tampoco hay interés por la cuestión política, como se refleja en el gráfico 4.20, donde se aprecia que solo el 3,39% publica sobre temas específicamente políticos a menudo o muy a menudo.

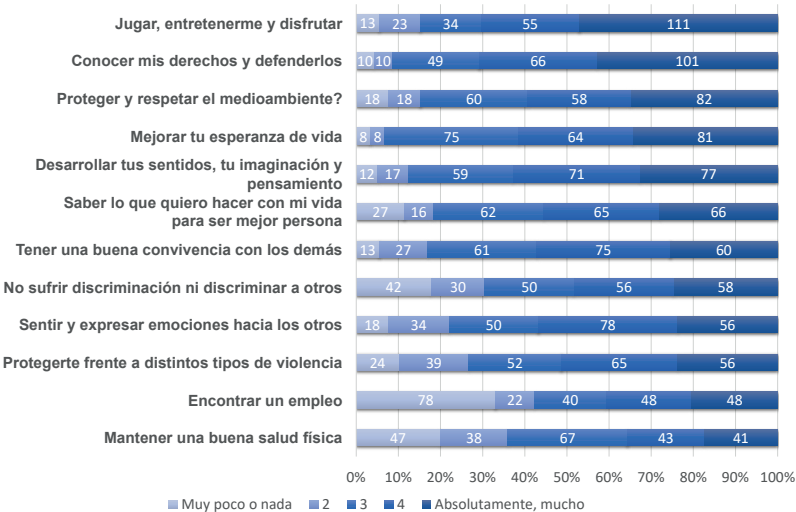
Gráfico 4.17. Tipos de contenidos publicados (Domingo Savio)



4.4.3.3.2. TIC y capacidades básicas

En Domingo Savio, la capacidad que los jóvenes declaran actualizar en mayor medida a través de las TIC es, notoriamente, la de conocer sus derechos y defenderlos, con el 70,76% de los encuestados declarando estar de acuerdo o totalmente de acuerdo con esto. Le sigue de cerca el poder jugar, entretenerse y disfrutar, con un 70,33% de estudiantes de esta zona que expresa un acuerdo de 4 ó 5 puntos sobre 5 con ello. En tercer lugar, 62,71% declara su acuerdo o su acuerdo total con que Internet y las redes sociales le sirven para desarrollar sus sentidos, imaginación y pensamiento y, en cuarto lugar, el 61,44% considera que las redes le ayudan a mejorar su esperanza de vida. Este es el ítem, además, con el que menos estudiantes se muestran en desacuerdo o muy en desacuerdo (un 6,78%), seguido por la afirmación de que las redes les ayudan a conocer sus derechos y defenderlos, respecto a lo que solo el 8,47% de estudiantes expresa su desacuerdo o su desacuerdo total.

Gráfico 4.18. TIC y capacidades básicas (Domingo Savio)



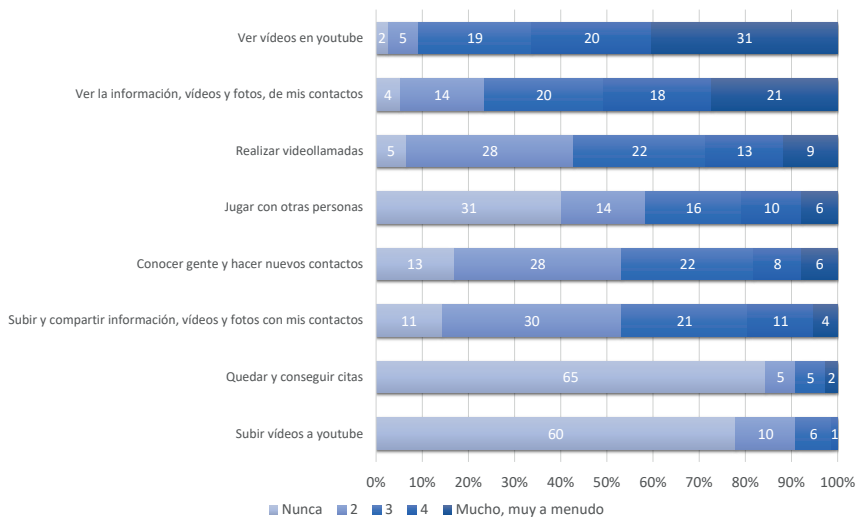
En el otro extremo, y en línea con lo que pasaba en la frontera y en el contexto rural, son pocos (35,59%) los jóvenes de la capital los que están de acuerdo o muy de acuerdo con que las TIC les ayudan a mantener una buena salud física, siendo este el ítem en el que menos estudiantes muestran estar de acuerdo. Como pasaba también en las anteriores localizaciones, a este le sigue el encontrar un empleo, respecto al que solo el 40,68% de estudiantes muestra su acuerdo.

4.4.4. San Cristóbal (contraste)

4.4.4.1. Bloque 1: Efectos de la digitalización en las relaciones interpersonales y en la construcción social o comunitaria de estudiantes dominicanos en contextos de vulnerabilidad

4.4.4.1.1. Finalidades comunicativas/relacionales del uso de TIC y redes (pregunta 15)

Gráfico 4.19. Usos comunicativos/relacionales de las TIC (San Cristóbal)

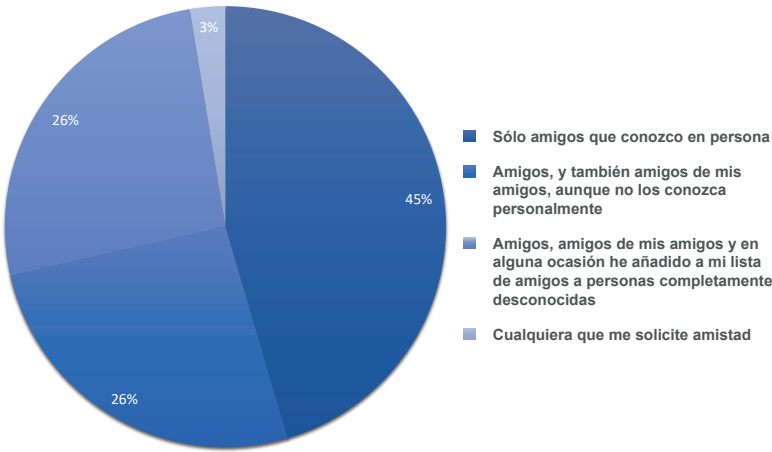


En cuanto a las finalidades de las redes sociales (Gráfico 4.19), los estudiantes encuestados en San Cristóbal sitúan su primera opción en la visualización de videos en YouTube, como ocurría en Los Cacaos y en Domingo Savio; a continuación, se posiciona la búsqueda de información, videos y fotos de sus contactos, así como realizar videollamadas. Las opciones menos elegidas son subir videos a YouTube y quedar y conseguir citas. En medio, optan por jugar con otros, conocer gente nueva y compartir información con sus contactos.

4.4.4.1.2. Composición de la red social digital (pregunta 24)

En San Cristóbal, el 45% de los estudiantes encuestados conforman su red social con amigos y amigos de amigos. Solo dos alumnos (un 2,6%) admiten a cualquiera que se lo solicite, si bien esporádicamente permiten algún desconocido un 26%, mismo porcentaje que solo incluye en sus redes a amigos a los que conoce personalmente (Gráfico 4.20). Así pues, el 71,5% admite amigos o amigos de amigos; frente al 28,6 que admite desconocidos alguna vez.

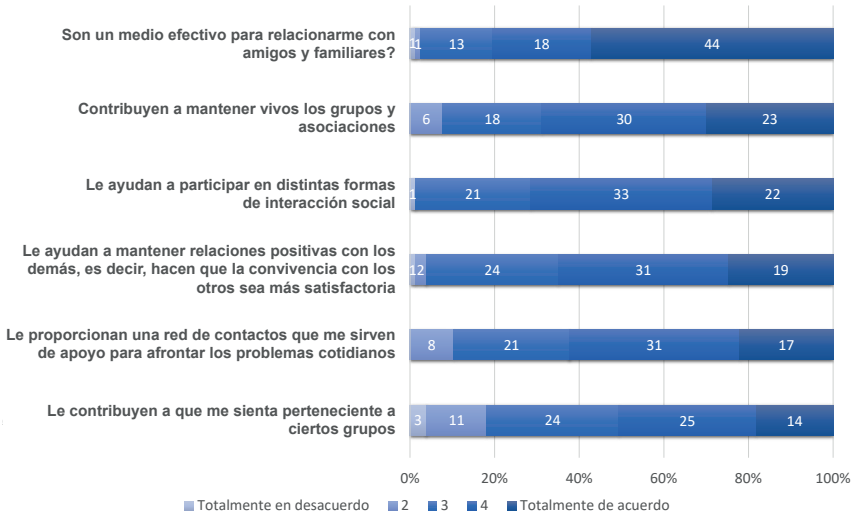
Gráfico 4.20. Composición de la red social digital (San Cristóbal)



4.4.4.1.3. Calidad de la red social digital, medida en términos de cómo contribuyen las TIC a la mejora de sus relaciones personales (pregunta 23)

En cuanto a la calidad de las redes sociales (Gráfico 4.21), los jóvenes de San Cristóbal indican que las consideran sobre todo un medio efectivo para relacionarse con amigos y familiares, además de contribuir a mantener los grupos y a participar e interactuar socialmente. Las tres opciones menos elegidas son la contribución de las TIC a la convivencia satisfactoria, el apoyo obtenido de los contactos y, la menos elegida, el sentido de pertenencia a grupos generado a través de las redes.

Gráfico 4.21. Calidad de la red social (San Cristóbal)



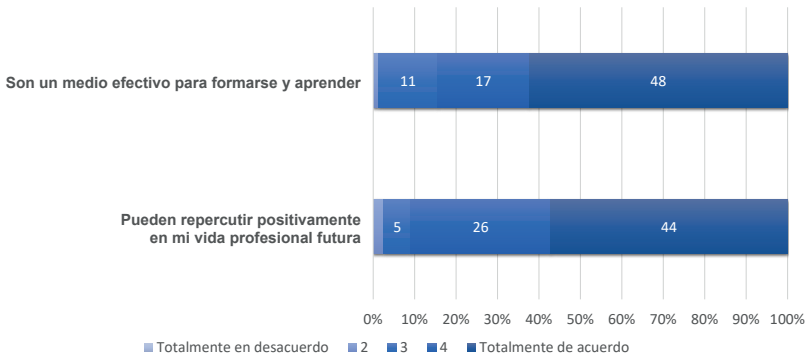
4.4.4.2. Bloque 2: Efectos de la digitalización en el proceso formativo de los estudiantes dominicanos en contextos vulnerables

4.4.4.2.1. Percepción sobre las oportunidades y amenazas de las TIC para el aprendizaje y la formación (pregunta 20)

El 90% (n=70) de los jóvenes de San Cristóbal se muestran de acuerdo con que Internet y las redes sociales pueden repercutir positivamente

en su vida profesional futura, y un 84% (n=65) afirma estar de acuerdo con que son un medio efectivo para aprender y formarse. Al comparar estas dos afirmaciones, los encuestados muestran ligeramente mayor acuerdo con la segunda afirmación, con un 62% de los encuestados en total acuerdo frente a un 57%.

Gráfico 4.22. Las TIC para la formación y profesión (San Cristóbal)



4.4.4.2.2. Implicación personal de los estudiantes en cursos de formación online (pregunta 21)

En San Cristóbal, el 31.2% (n=24) de los encuestados han seguido en los últimos 3 meses algún curso de formación a distancia impartido a través de Internet.

4.4.4.3. Bloque 3: Efectos de la digitalización en el control del entorno (político y material) de los adolescentes dominicanos en situación de vulnerabilidad

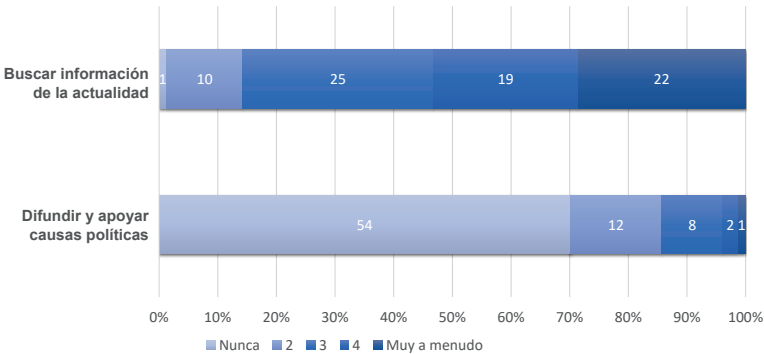
4.4.4.3.1. Usos políticos de las TIC (preguntas 17 y 25)

Más de la mitad de los jóvenes encuestados en San Cristóbal están interesados o muy interesados en conocer la información de actualidad a través de Internet. En concreto, el 53,25% de ellos dice usar Internet

para esto a menudo o muy a menudo, frente a tan solo el 14,28% que no lo usa nunca o casi nunca para ello.

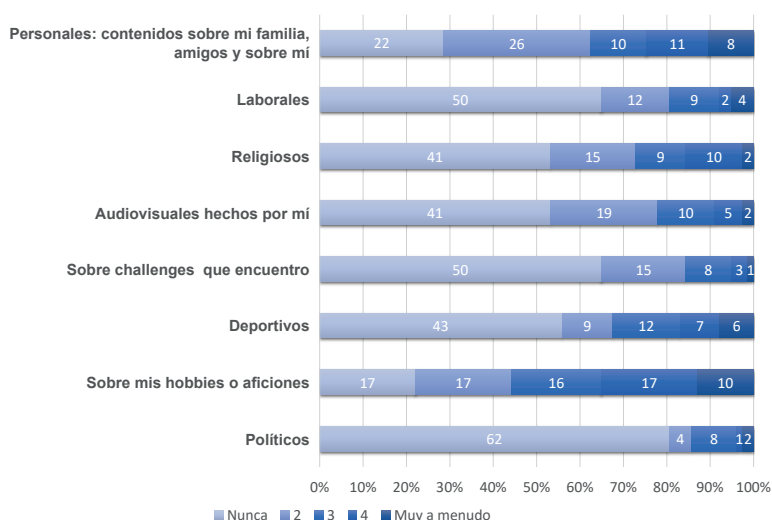
Si bien este interés informativo está presente, los usos activos de tipo político de Internet entre ellos son casi inexistentes. En efecto, solo 3 estudiantes del centro de San Cristóbal declaran usar a menudo o muy a menudo Internet para difundir y apoyar causas políticas, lo que representa el 3,89% de los jóvenes de este lugar, frente al 85,71% que dicen no usarlo nunca o casi nunca con este propósito, como se observa en el Gráfico 4.26.

Gráfico 4.23. Usos políticos de las TIC (San Cristóbal)



En línea con esto, el tipo de contenidos que los jóvenes de San Cristóbal dicen publicar no es apenas de tipo político. En efecto, el 85,71% de ellos declara que nunca o casi nunca sube esta clase de contenidos (Gráfico 4.24).

Gráfico 4.24. Tipos de contenidos publicados (San Cristóbal)

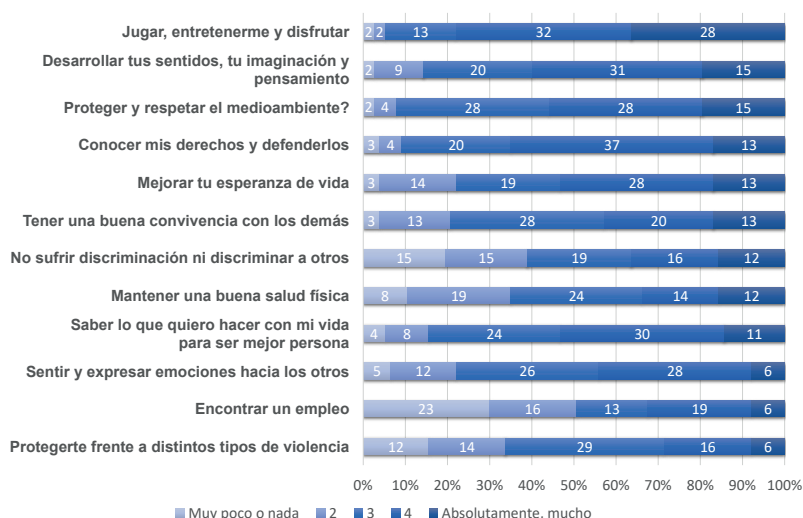


4.4.4.3.2. TIC y capacidades básicas

En relación a cómo perciben los jóvenes del centro educativo de San Cristóbal en qué medida Internet y las redes sociales les sirven para lograr capacidades fundamentales para poder llevar una vida digna, en primera posición afirman (77,92%) que estas les sirven para jugar, entretenerse y disfrutar. En segundo lugar, el 64,93% considera que les ayudan a conocer sus derechos y defenderlos; la tercera posición la ocupa el desarrollar los sentidos, imaginación y pensamiento, con 59,74% de los estudiantes que perciben la contribución de Internet y las redes sociales en este sentido. Poco más de la mitad de ellos (53,25%) dicen que les ayudan a saber lo que quieren hacer con su vida para ser mejor persona.

En el otro extremo, las respuestas menos elegidas son encontrar un empleo (50,64% declaran que el entorno digital no les sirve para esto), no sufrir discriminación ni discriminar (38,96%), mantener una buena salud (35,06%) y protegerse frente a distintos tipos de violencia (33,77%) (Gráfico 4.25).

Gráfico 4.25. TIC y capacidades básicas (San Cristóbal)



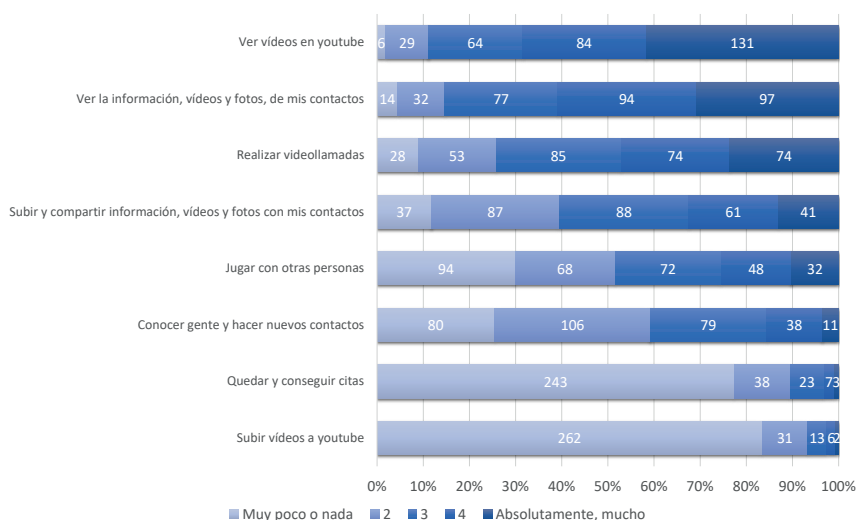
4.4.5. Santo Domingo Central (contraste)

4.4.5.1. Bloque 1: Efectos de la digitalización en las relaciones interpersonales y en la construcción social o comunitaria de estudiantes dominicanos en contextos de vulnerabilidad

4.4.5.1.1. Finalidades comunicativas/relacionales del uso de TIC y redes (pregunta 15)

El alumnado de Santo Domingo Central repite las elecciones de San Cristóbal. También una mayoría opta por ver videos en YouTube como primera finalidad de las redes, junto con informarse de videos y fotos de sus contactos, así como realizar videollamadas. Algo menos de atención reciben el hecho de subir información, videos y fotos para compartir, jugar con otros y conocer gente nueva. De igual modo, subir videos a YouTube y quedar y conseguir citas son las opciones menos elegidas con bastante diferencia sobre las demás (Gráfico 4.26).

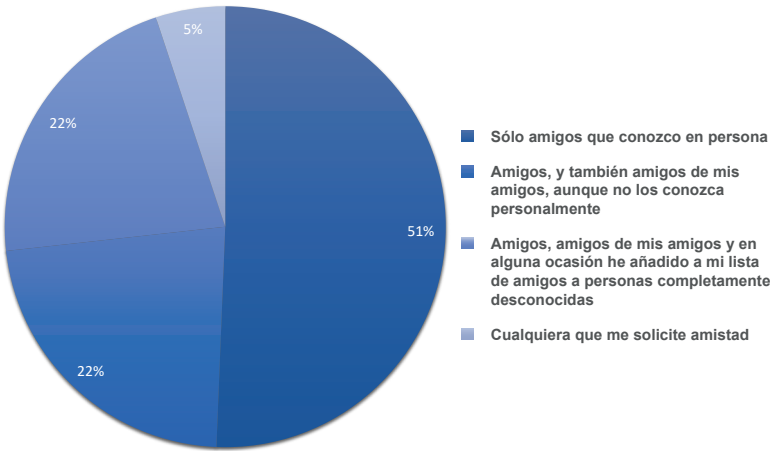
**Gráfico 4.26. Usos comunicativos/relacionales de las TIC
(Santo Domingo Central)**



4.4.5.1.2. Composición de la red social digital (pregunta 24)

En Santo Domingo Central hay algo más de diferencia en la composición de las redes sociales virtuales (Gráfico 4.27). En efecto, algo más de la mitad elige la opción de admitir entre sus contactos tanto a amigos como a amigos de amigos; vuelve prácticamente a igualarse, con un 22%, el porcentaje de los que admiten ocasionalmente a algún desconocido o bien solo a amigos conocidos personalmente. Ahora sube algo más el porcentaje (5%) de los que incluyen a cualquiera que se lo pida. Por tanto, el 72,3% admite solo a amigos o amigos de amigos, frente al 27,7% que incluye a desconocidos a veces o siempre.

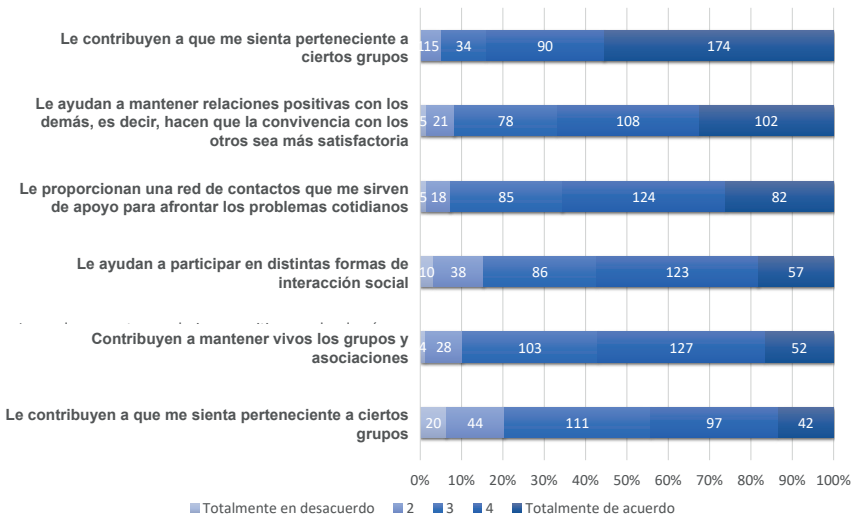
Gráfico 4.27. Composición de la red social digital (Santo Domingo Central)



4.4.5.1.3. Calidad de la red social digital, medida en términos de cómo contribuyen las TIC a la mejora de sus relaciones personales (pregunta 23)

Sobre la aportación de las redes a las relaciones, lo que más destacan los estudiantes de Santo Domingo Central (Gráfico 4.28) es la efectividad en el trato con amigos y familiares; mucho también valoran que mantienen vivos los grupos, así como la participación e interacción sociales. Algo menos de importancia tienen para ellos las opciones de apoyo en los problemas, la contribución de las redes a mantener relaciones positivas y, finalmente, a sentirse perteneciente a grupos.

Gráfico 4.28. Calidad de la red social digital (Santo Domingo Central)

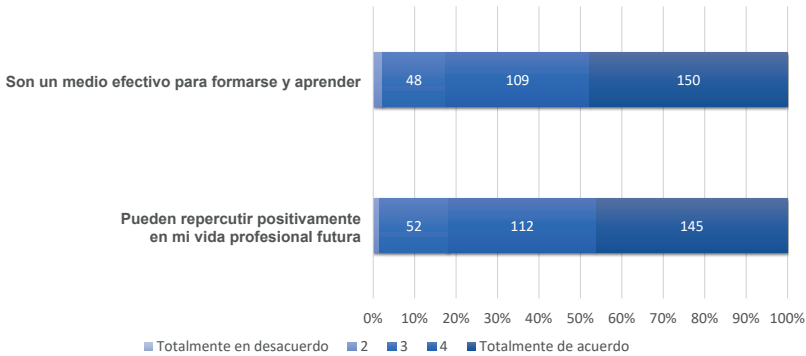


4.4.5.2. Bloque 2: Efectos de la digitalización en el proceso formativo de los estudiantes dominicanos en contextos vulnerables

4.4.5.2.1. Percepción sobre las oportunidades y amenazas de las TIC para el aprendizaje y la formación (pregunta 20)

El 81% (n=257) de los jóvenes de Santo Domingo Central se muestran de acuerdo con que Internet y las redes sociales pueden repercutir positivamente en su vida profesional futura y un 82% (n=259) afirma estar de acuerdo con que son un medio efectivo para aprender y formarse. Al comparar estas dos afirmaciones, los encuestados muestran un grado de acuerdo muy similar respecto a ambas cosas, con un 46% y un 47% en total acuerdo, respectivamente.

Gráfico 4.29. Las TIC para la formación y profesión (Santo Domingo Central)



4.4.5.2.2. Implicación personal de los estudiantes en cursos de formación online (pregunta 21)

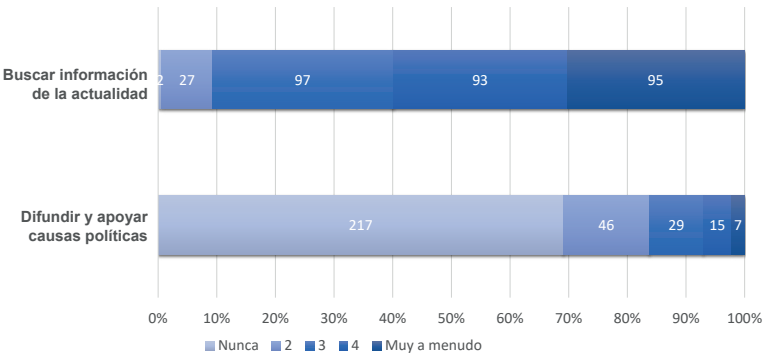
En Santo Domingo Central, el 23.6% (n=74) de los encuestados han seguido en los últimos 3 meses algún curso de formación a distancia impartido a través de Internet.

4.4.5.3. Bloque 3: Efectos de la digitalización en el control del entorno (político y material) de los adolescentes dominicanos en situación de vulnerabilidad

4.4.5.3.1. Usos políticos de las TIC

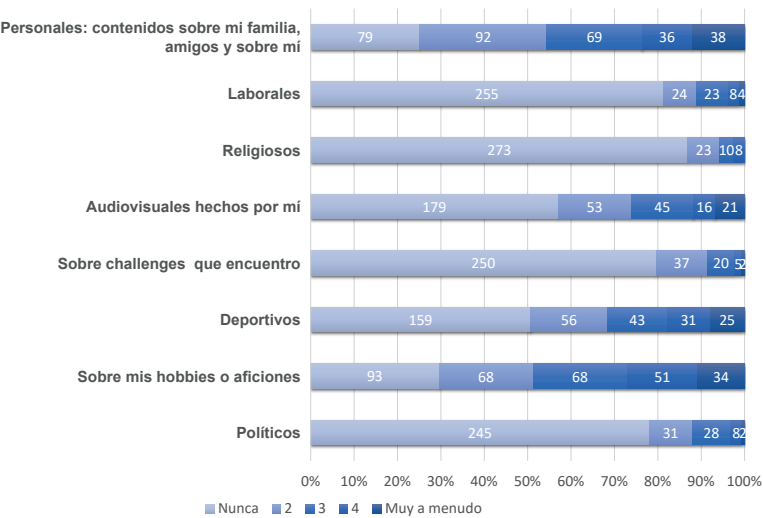
Como en San Cristóbal, más de la mitad de los estudiantes de Santo Domingo Central afirman usar Internet para mantenerse informados sobre la actualidad (59,87%). En cambio, no usan activamente la red para difundir y apoyar causas políticas (7%). De hecho, el 83,76% declara no usar nunca o casi nunca Internet con este propósito (Gráfico 4.30).

Gráfico 4.30. Usos políticos de las TIC (Santo Domingo Central)



De manera todavía más clara, activamente tampoco emplean la red para publicar contenidos de tipo político. En concreto, el 91,4% de los estudiantes encuestados en Santo Domingo Central dice no publicar nunca o casi nunca este tipo de cosas (Gráfico 4.31).

Gráfico 4.31. Tipos de contenidos publicados (Santo Domingo Central)

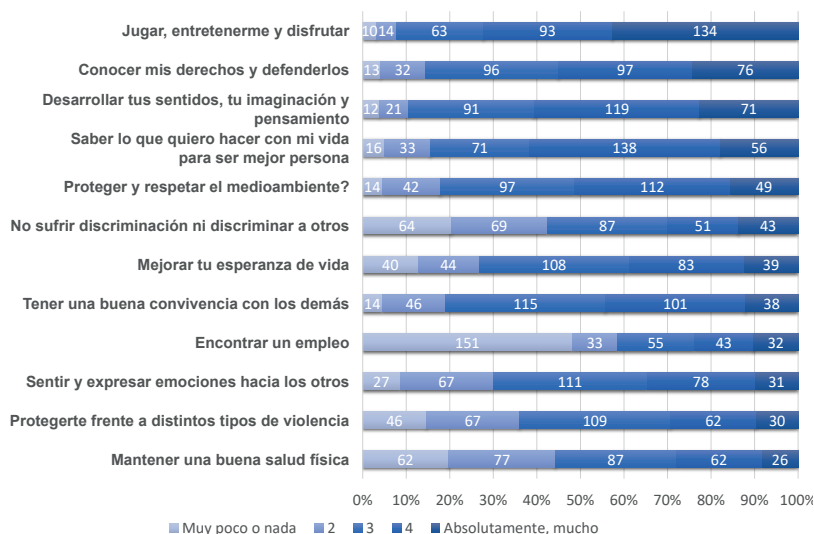


4.4.5.3.2. TIC y capacidades básicas

Respecto al logro de capacidades básicas a través de las TIC, en Santo Domingo Central repiten con mayor frecuencia de respuestas los mismos ítems que en San Cristóbal, si bien su orden cambia: «jugar, entretenerme y disfrutar» (con el 72,29% que declara que las redes les sirven totalmente o mucho para esto), «saber lo que quiero hacer con mi vida para ser mejor persona» (61,78%), «desarrollar mis sentidos, imaginación y pensamiento» (60,51%) y «conocer mis derechos y defenderlos» (55,09%).

Los ítems que obtienen menor frecuencia de respuestas son, de nuevo, encontrar un empleo (respecto a lo que las redes no han ayudado nada o casi nada, según el 58,6%), mantener una buena salud física (44,26%), no sufrir discriminación ni discriminar (42,37%) y protegerse frente a distintos tipos de violencia (35,99%). En esto también los estudiantes de este lugar concuerdan con los de San Cristóbal (Gráfico 4.32).

Gráfico 4.32. TIC y capacidades básicas (Santo Domingo Central)



4.5. Análisis

Para cada localización, el análisis que se presenta sigue, de nuevo, la misma estructura a través de los tres bloques distinguidos.

4.5.1. *Análisis locales*

4.5.1.1. Dajabón

4.5.1.1.1. Bloque 1: Efectos de la digitalización en las relaciones interpersonales y en la construcción social o comunitaria de estudiantes dominicanos en contextos de vulnerabilidad

Finalidades comunicativas/relacionales del uso de TIC y redes

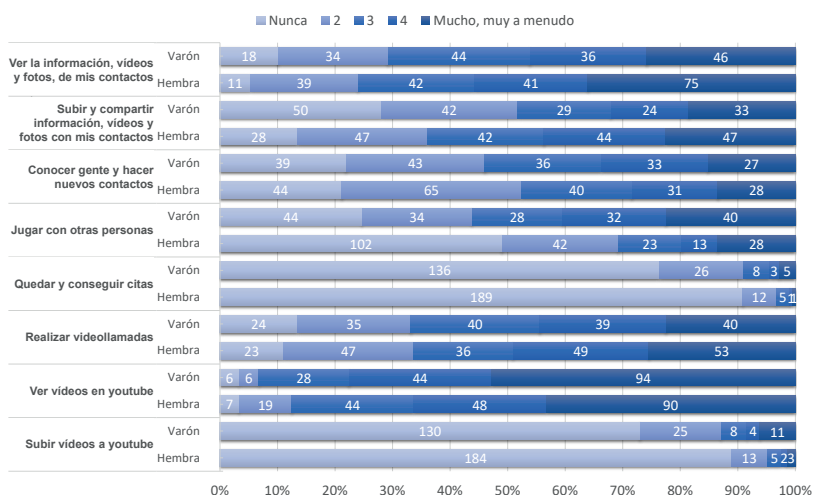
Si se pone el foco en algunas variables, como el sexo, la edad, el curso y el número de convivientes en el hogar, los datos muestran diferencias estadísticamente significativas respecto a las tres primeras variables, pero ninguna en cuanto al tamaño de la familia (Tabla 4.1). En concreto, se presentan marcados en gris oscuro los ítems respecto a los que se encuentran diferencias significativas para estas variables y en gris claro las medianas de los subgrupos que presentan un valor promedio más alto. Se observa, por ejemplo, que las mujeres usan en mayor frecuencia las TICS para «Ver la información de mis contactos» y «Subir y compartir información de mis contactos», mientras que los hombres las usan para «Jugar», «Quedar y conseguir citas», «Ver videos en YouTube» y «Subir videos a YouTube». El ítem «Quedar y conseguir citas» tiene muy poca variabilidad, por lo que los p75 de ambos grupos están en 1, es decir, el 75% de los sujetos responden a este uso «muy poco o nada», pero en el Gráfico 4.33 se puede observar que son los hombres los que presentan ligeramente mayor frecuencia de uso.

Tabla 4.1. Usos comunicativos/relacionales de las TIC en función de sexo, edad, curso y número de convivientes en el hogar (Dajabón)

		Ver la información, videos y fotos, de mis contactos				Subir y compartir información, videos y fotos de mis contactos		Jugar con otras personas		Quedar y conseguir citas		Ver videos en YouTube		Subir videos a YouTube	
		N	Mediana	p25-p75	Mediana	p25-p76	Mediana	p25-p77	Mediana	p25-p78	Mediana	p25-p79	Mediana	p25-p80	
Género	Varón	178	3	2-5	2	1-4	3	1.75-4	1	1-1	5	4-5	1	1-2	
	Hembra	208	4	3-5	3	2-4	2	1-3	1	1-1	4	3-5	1	1-1	
	p-valor	0,026			0,001		<0.001		<0.001		0,018		<0.001		
Edad	15-17	339	4	2-5	3	2-4	2	1-4	1	1-1	4	3-5	1	1-1	
	18-20	47	4	3-5	3	2-4	1	1-3	1	1-2	4	3-5	1	1-1	
	p-valor	0,911			0,381		0,040		0,049		0,990		0,845		
Curso	5	194	3	2-5	3	2-4	2	1-4	1	1-1	4,5	3.75-5	1	1-1	
	6	192	4	3-5	3	2-4	2	1-3	1	1-1	4	3-5	1	1-1	
	p-valor	0,114			0,361		0,037		0,035		0,133		0,037		
N convivientes	1-3	91	4	2-5	3	2-4	2	1-4	1	1-1	4	3-5	1	1-1	
	4-6	258	3	2-5	3	1-4	2	1-4	1	1-1	4	3-5	1	1-1	
	7 o más	37	4	2.5-5	3	2-4	2	1-4	1	1-1	5	3-5	1	1-1	
	p-valor	0,553			0,065		0,551		0,892		0,728		0,835		

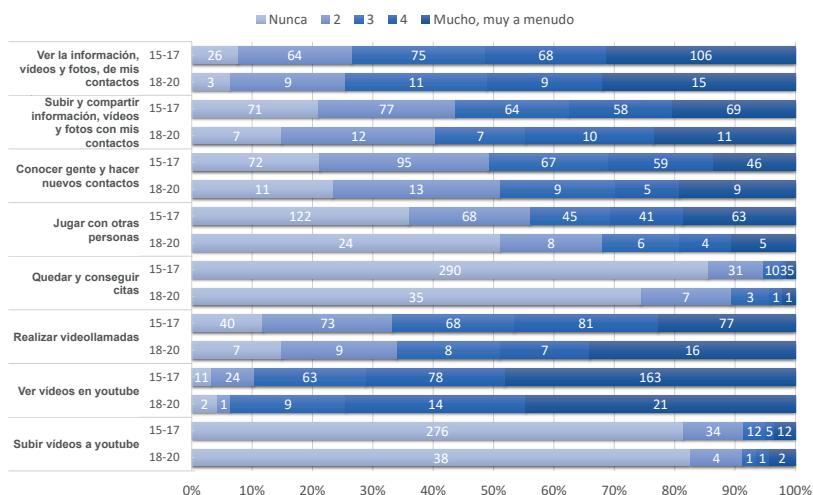
Desglosando las diferencias según la variable sexo (Gráfico 4.33), las muchachas ven más información, videos y fotos de sus contactos; y suben y comparten también más información que los muchachos. En cambio, los varones juegan más con otras personas, quedan para conseguir citas en mayor proporción que las muchachas, y ven y suben videos a YouTube también más que las representantes del sexo opuesto.

Gráfico 4.33. Usos comunicativos/relacionales de las TIC en función del sexo (Dajabón)



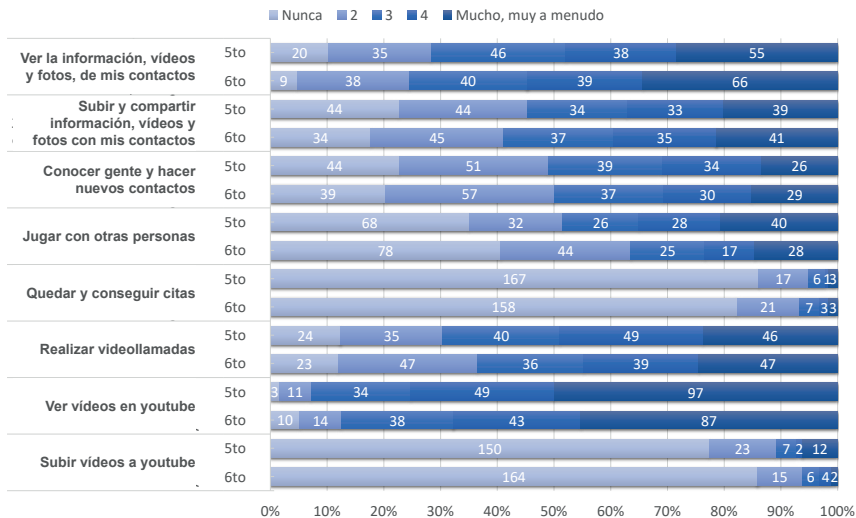
En cuanto a la edad de los encuestados en Dajabón (Gráfico 4.34), los más jóvenes de 15 a 17 años juegan más con otras personas por la red, mientras que los mayores, de 18 a 20, quedan más para conseguir citas *online*.

Gráfico 4.34. Usos comunicativos/relacionales de las TIC en función de la edad (Dajabón)



Finalmente, otras dos diferencias significativas pueden observarse en los datos respecto al curso del alumnado (Gráfico 4.35). Los de 5º curso juegan más con otras personas y son también ellos los que suben videos a YouTube en mayor proporción que los de 6º curso.

Gráfico 4.35. Usos comunicativos/relacionales de las TIC en función del curso (Dajabón)



En conjunto, en las entrevistas cualitativas de Dajabón se confirma la principal intención comunicativa de Internet y las redes sociales que aparecía en el cuestionario, con un total de 48 alusiones a esta finalidad en los discursos de los estudiantes: «Por ejemplo, en el caso de WhatsApp lo normal [es], comunicarse, ver mensajes, etcétera» (DJ19J). Además de la comunicación en general, 13 señalan chatear con los amigos, y 9 con padres y familiares. Un número similar de comentarios recibe el entretenimiento como finalidad que se atribuye a las TIC, en el que destacan precisamente la visualización de videos con diversa intencionalidad, además de oír música, leer, jugar o ver fotos: «Tiktok a veces para entretenimiento, e Instagram... entretenimiento

también...»(DJ25J). Con el mismo número de referencias (48), la formación profesional adquiere una relevancia semejante: «... solo lo utilizaba para los grupos, que hay grupos de aquí de lengua española, matemática, en fin, las cuatro materias básicas hay grupos sobre eso...» (DJ20Z). Aunque muchas de ellas hacen alusión a tareas escolares, algunos apuntan también al uso de las redes para el futuro profesional en el desempeño laboral. Por ejemplo, hay dos estudiantes que comentan el uso que hacen de Internet y las redes para sus negocios de compra-venta de ropa *online*: «también yo puedo usar las redes sociales para hacer negocio, yo puedo poner una tienda, incluso puedo poner una repostería y decir como «yo vendo en este sitio y hago envíos» ... «Sí, con mi mamá, era de vender ropa entonces hicimos una tienda virtual y vendíamos» (DJP13Z). La búsqueda de información ocupa la siguiente posición, con la mitad de alusiones (22): «Las redes sociales para ver lo que nos comunica el mundo, ver ya sea el paisaje, ver lo que son ahora mismo... *influencers*, pero *influencers* ya sea de... que nos den alguna influencia buena y no malas, sí» (DJ22J).

A la hora de interpretar estas finalidades y, en concreto, las específicamente comunicativas o relacionales del uso de Internet y las redes, los estudiantes de Dajabón son sobre todo receptores de contenidos en sus diversos formatos, contenidos que comparten entre ellos. En el acercamiento cualitativo se observa que relacionarse con los amigos y entretenerse constituyen su principal finalidad al conectarse a la red; y el mismo peso de intervenciones recibe el uso escolar y profesional de futuro.

Podemos intuir una relación con el mundo virtual en cierto modo pasiva, propia de consumidores, frente a la más activa de creadores de contenidos o de emprendimiento. También cabe advertir una finalidad instrumental centrada en la mejora de su aprendizaje escolar con vistas a las ventajas que les puede reportar para el desempeño profesional más adelante.

Estructura y componentes de la red social virtual

No se observan diferencias significativas desde el punto de vista estadístico en las variables que se vienen mencionando.

La información que se obtiene de las entrevistas en Dajabón indica cómo familiares y amigos son, por este orden, los contactos *online* más numerosos (28 y 20 menciones, respectivamente); son ellos a los que también se da por igual mayor importancia. Entre los familiares con los que se comunican virtualmente, destacan los padres, los primos y los hermanos, además del padre, la madre o la madrastra, y algún tío. Aunque la mayoría (21) indica un mayor número de contactos ubicados en el entorno cercano, muchos (10) reconocen también comunicarse con personas en otras ciudades de la República Dominicana -la mitad de ellos en Santo Domingo-; y 14 estudiantes mencionan hasta 11 destinos en el extranjero, siendo Estados Unidos, con 8 alusiones, el más referido, casi el doble que Europa (5) y el doble que el resto de los países americanos de habla hispana (4).

Tras familia y amigos, los compañeros del colegio son los más presentes en las redes, si bien no les dan el rango de importancia que a los primeros. Un par de alumnas mencionan también a su novio, y otro más a los profesores.

La relevancia de los contactos de cerca y de fuera es similar a juicio de los estudiantes. En cambio, destacan 7 de ellos que contactan con desconocidos bien por alguna afición común, como la lectura, bien por tratarse de seguir y ser seguido, como en el caso de los *influencers*.

En todo caso, son mayoría (12) los que no entablan conversaciones con gente que no conocen personalmente; incluso uno lo avala con una mala experiencia al respecto.

En cuanto a si prefieren la comunicación cara a cara o virtual, solo dos mencionan explícitamente que es preferible la comunicación virtual, frente a 16 que opinan que siempre prefieren el contacto personal al mediado por la red.

Esta estructura de las redes sociales virtuales de los estudiantes de Dajabón indica que prefieren los contactos cara a cara y apenas

interactúan en red con quienes no conocen previamente, lo que se muestra también cuando 17 de los 25 entrevistados manifiestan comportamientos de autocontrol del uso de las redes: «cuando yo voy a mi casa hago mis cosas, cuando yo me pongo a hacer tareas y voy a utilizar la *tablet* o algo yo suelo mantener todo lo que está a mi alrededor ... en segundo plano...» (DJ19J). Se trata, en consecuencia, de un alumnado prudente en su manejo de la Red. Los destinatarios fundamentales de su interacción por las redes son familiares y amigos, a los que dan una importancia similar; aunque son sobre todo de ámbitos cercanos, también se comunican con personas que viven en la capital y con una gran variedad de países del extranjero. La dispersión de amistades y familia es relevante entre estos estudiantes; se reflejan así familias extensas bien por composición familiar -alusiones al padre, a la madre y a la madrastra-, bien por motivos laborales -hasta en 11 destinos distintos del extranjero-.

Calidad de la comunicación online percibida

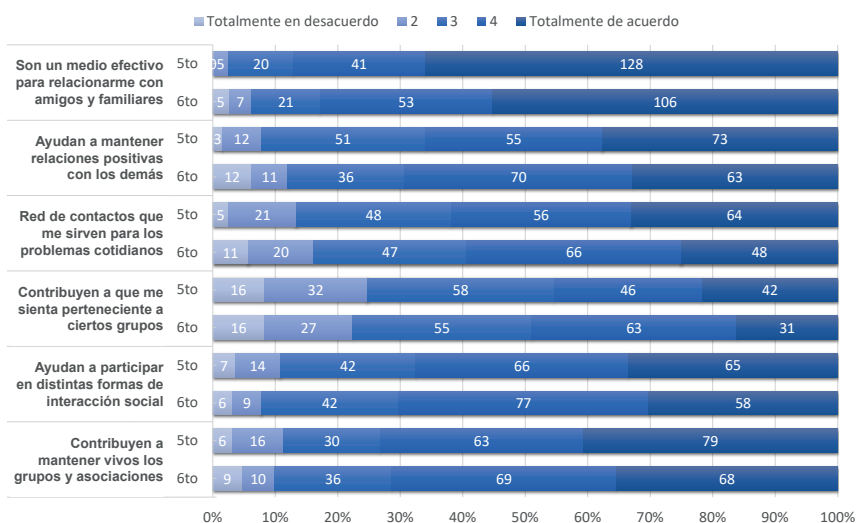
Respecto a las variables de contraste, solo aparecen diferencias estadísticamente significativas en cuanto a que los alumnos de 5º califican las redes como un medio efectivo para relacionarse con amigos y familiares en mayor grado que los de 6º. Este ítem tiene muy poca variabilidad, con un 75% (p25=4) de sujetos que se muestran «de acuerdo» o «totalmente de acuerdo» en ambos grupos (Tabla 4.2), pero en el gráfico se observa que son los alumnos de quinto los que se muestran en mayor acuerdo.

Tabla 4.2. Calidad de la red social digital en función del sexo, edad, curso y número de convivientes en el hogar (Dajabón)

		Son un medio efectivo para relacionarme con amigos y familiares		
		N	Mediana	p25-p75
Género	Varón	178	5	4-5
	Hembra	208	5	4-5
	p-valor	0,303		

Edad	15-17	339	5	4-5
	18-20	47	5	4-5
	p-valor	0,649		
Curso	5º	194	5	4-5
	6º	192	5	4-5
	p-valor	0,028		
N convivientes	1-5	91	5	4-5
	4-6	258	5	4-5
	7 o más	37	5	4-5
	p-valor	0,253		

Gráfico 4.36. Calidad de la red social digital en función del curso (Dajabón)



En las entrevistas indagamos en este sentido sobre la autenticidad mayor o menor con que los estudiantes se muestran en las redes

virtuales, la confianza que estas les merecen, así como el tipo de relaciones que facilitan o generan.

En el caso de Dajabón, al preguntar por la visión general de las redes en cuanto a su confiabilidad, las respuestas son más bien negativas, pues hay cuatro veces más comentarios preventivos (40) [«No, completamente no, porque muchas veces yo he conocido personas que por chat son como que muy felices, como muy alegres y yo como ‘qué chévere esa persona’ y cuando la conozco en persona es como una persona completamente deprimida, no se ríe.....» (DJ18J)] que aquellos que ven sinceridad en los contactos (10) [«Yo lo pondría haciendo un promedio un 75%» (de sinceridad) (DJ2J)]. Para 3 estudiantes las redes tienen ambas caras [«Ambos. He conocido muchos contactos que sí me han favorecido y me han sido muy útiles.... Pero hay otros que solamente te buscan como, por ejemplo «ay, necesito tu ayuda... ya luego que tienen lo que quieren ya no vuelven a escribir ya más» (DJ4J)].

Entre los primeros, que desconfían, 6 han tenido malas experiencias y otros 3 ven poca seriedad online para las relaciones de pareja. Hay incluso 5 más que opinan que por las redes se discute, se humilla o se deterioran las amistades.

Por contraste, al hablar de las posibilidades de las redes, hacen numerosas declaraciones positivas (103) sobre sus ventajas. En primer lugar, consideran que favorecen las relaciones de amistad (38), bien porque ayudan a hacer amigos (18), bien porque afianzan las amistades previas (11), o los grupos de amigos (10): [«Sirven para ambas cosas porque, o sea, hay amistades que..., no pueden ir a tu casa y se siguen conociendo más por tanto por las redes sociales al igual que se conocen más personas por las redes sociales y terminan siendo mejores amigos que esos que ya se conocen desde hace tiempo» (DJ4J)].

El segundo grupo de referencias positivas sobre las relaciones en red se orienta al ámbito emocional, con 18 comentarios que apuntan a que las redes le ayudan a uno a sentirse acogido en los grupos (10), facilitan socializar a los más tímidos o vergonzosos (9) o recibir apoyo emocional (2); también son cauce para expresarse mejor (1) o ver lo que hacen

los amigos (1). Es importante también el papel que desempeñan para constituir grupos de interés lúdico (13), alrededor de aficiones (8) o directamente para jugar (5). [«Sí, yo diría que sí porque a veces las personas les cuesta para sí expresarse cara a cara y se le hace más fácil hacerlo por medio de redes sociales, así pueden darse a conocer mejor que hacerlo, o sea, sin nervios... porque hay personas que tienen ansiedad social. Entonces yo diría que sí ayuda bastante» (DJ5J)].

En igual medida que para el entretenimiento [«Sí, yo tengo un grupo... de baloncesto... un ejemplo... había una aplicación que es Discord, que uno se relaciona para los videojuegos, para jugar... nos unimos personas de varios sitios, tanto como Uruguay, Estados Unidos, Paraguay y jugábamos y así nos fuimos conociendo (DJP16Z)], el alumnado indica las ventajas técnicas de poder comunicarse con los ausentes (12) o la rapidez de la comunicación (2) [«Sí, claro, porque, o sea, podemos comunicarnos con personas que no tengamos de frente y también no solo en el mismo país, sino en muchos países» (DJ24J)].

A continuación, reciben atención los grupos de clase (8) [«Y los de la clase, un ejemplo, hay un día que a uno se le olvida que hay una tarea entonces los otros compañeros le dicen «mañana hay una tarea» y nos damos informaciones por ahí (DJ8Z.115)], la facilidad para establecer relaciones de pareja (6) [«Han surgido muchísimas parejas por la tecnología... o sea, hay muchas aplicaciones como para conseguir pareja y eso, entonces lo que yo creo es que lo que más abundan son los enamoramientos y eso por redes sociales» (DJ18J.102)] y las ventajas laborales (5) para el trabajo actual o el futuro. Curiosamente, solo 2 estudiantes indican la configuración de grupos familiares.

En consecuencia, en Dajabón los estudiantes reconocen las ventajas que ofrece lo virtual para contactar con las personas más queridas. Quizá porque se reservan precisamente para esos contactos confiables, muestran en las entrevistas su prevención sobre la sinceridad de otros contactos en general. Aunque pueden estar influyendo sus experiencias personales y cercanas en algunas situaciones negativas, como veremos después, su percepción general de las relaciones virtuales es positiva, sobre todo en relación con los amigos y en el plano emocional -les

ayuda a socializar-, y también para el entretenimiento que pueden compartir y por la facilidad para comunicarse con los ausentes.

Riesgos percibidos en las TIC para las relaciones interpersonales:

Antes de tratar de los inconvenientes concretos que los estudiantes de Dajabón perciben en las TIC para las relaciones sociales, la primera impresión importante que señalar es que casi todos manifiestan de algún modo controlar ellos mismos su uso del entorno virtual. 17 de los 25 participantes en las entrevistas refieren cómo personalmente le dan un buen uso o un uso no problemático (8) a la red [«en mi caso yo creo que le doy buen uso porque veo cosas que me ayudan a mejorar» (DJ20Z.097)], no suben información personal (4), no tratan con desconocidos (4) [«no me gusta estar mucho en contacto con gente que yo no conozco y mejor prefiero conocerlos cara a cara para así yo saber» (DJ7J.085)], bloquean o ignoran los contactos negativos (2) [«(¿Y qué has hecho?) Pues ignorarlo porque no me gusta ponerle mucha atención» (DJ23Z.122)] o la usan para el estudio (2); incluso uno manifiesta que denuncia en las redes su mal uso [«si hay un comentario bien feo, yo digo ‘eso está mal’, ¿sabes en Instagram que puedes denunciar cosas? Pues así yo hago» (DJ1Z.138)].

En Dajabón, la mayor parte de los problemas que encuentran los estudiantes en el manejo del mundo virtual tiene que ver con las relaciones (42). La mitad de estos comentarios aluden al aislamiento y la dependencia que supone la red, deteriorando las interacciones cercanas (11), generando discusiones (13) o malas interpretaciones (8) al carecer de toda la información que el contacto cara a cara ofrece.

«Yo creo que las dificultan porque... Es como que estamos aquí pero realmente yo estoy usando mi celular y yo no voy a hablar contigo, entonces digo que eso no favorece porque tal vez tú vayas a visitarme y por estar yo en el celular o usando la computadora no te estoy prestando atención y lo que pasa en la otra persona es sentirse mal» (DJ13Z.105).

Un segundo ámbito de preocupación lo constituye la falta de transparencia (35 alusiones). En efecto, a los perfiles falsos (17) y el robo

de información (9) se unen los *hackers* que te suplantan tu perfil (4) y el trato con desconocidos (4).

«Bueno, ahora lo que hay es muchos *hackers*, pueden hackear tus redes sociales, ahí pueden hacer cosas inapropiadas, y lo hacen con tu persona, pero no fuiste tú (DJ9J.015).

En tercer lugar, por el número de apreciaciones, se sitúa el *bullying* (19), en el que sobresalen las situaciones de acoso o abuso (12), sobre todo respecto a menores (4). También se alude a los secuestros (3), el envío de contenido sexual (2) y el *sexting* (2).

«Sí, a través de las redes... me decían que no fuera al colegio, mis propios compañeros me escribieron que no fuera al colegio, que me iban a dar golpes y yo no iba al colegio, no me gustaba ir al colegio... (DJ4J.119).

Casi el mismo número de comentarios reciben las lesiones a la intimidad (18) expresadas como insultos o amenazas (7), filtrar conversaciones privadas (3), difundir bulos (2) o variadas formas de hacer daño como subir fotos o videos o comentarios y bromas ofensivas para un tercero.

«Y eso, o sea, están mal porque ¿por qué tú tienes que insultar a una persona que ni conoces? Eso es lo que yo pienso» (DJ1Z.134).

En el campo de la salud, los 8 comentarios se concretan en problemas de adicción (4), depresión (2), deterioro de la vista y también hiperactividad.

«La adicción porque puede ser que sea adicto. A veces no tenemos un control de pasar solo dos horas o una hora

entonces nos sobrepasamos y nos olvidamos de que hay un mundo allá afuera» (DJ14J.015).

Los contenidos inapropiados reciben 6 alusiones, entre juegos dañinos, pornografía, páginas ilegales o exposición a situaciones de violencia.

«un peligro a los niños mayormente porque ya que la Internet es una gama muy extensa, pueden encontrar allí cosas que no son adecuadas para su edad... en los videojuegos y en Internet, que, como son niños, son influenciados» (DJ24J.013).

En este ámbito de frontera solo en cuatro comentarios se alude a cómo afectan negativamente las redes al estudio.

«Sí, yo hay veces que me pasa, yo entro a estudiar y luego me pongo a hacer como otras cosas y se me olvida y entonces pierdo la noción del tiempo» (DJ3Z.045).

Si ponemos el foco en la proximidad de las experiencias narradas, hasta 13 estudiantes indican cercanía -familiares o amigos afectados-, mientras que 9 comentan que se trata de vivencias personales.

«Sobre lo que es ahora en chicas... a una amiga mía le dijeron que era fea y que era bastante fea porque no la van a querer, que es gorda y todo eso» (DJ22J.095).

«hablo por experiencia propia cuando digo que es un vicio, o sea, es una adicción, yo he durado días enteros sin levantarme de mi cama, sin ir al baño, nada, por estar en la computadora jugando» (DJ6Z.057).

Al interpretar los comentarios en esta cuarta categoría sobre la influencia negativa de Internet y las redes en las relaciones sociales, se percibe que, si valoraban sobre todo la calidad de las relaciones con amigos y familia, es lógico que ahora adviertan sobre todo los problemas que en este campo se

presentan *online*. De hecho, manifiestan que las redes pueden deteriorar esos mismos lazos cercanos que ellos tanto aprecian, al fomentar aislamiento y dependencia, las discusiones o los malentendidos. La posibilidad de verse engañados por perfiles falsos, robos de identidad o de información personal puede estar aludiendo a esa prevención que indicaban sobre los contactos desconocidos, sobre todo porque en esta ocasión son hasta 11 las declaraciones de experiencias negativas al respecto, bien personales, bien de algún amigo o familiar. Una tercera clase de influencia dañina que advierten estos estudiantes en el entorno *online* la constituyen el *bullying* en sus diversas modalidades de acoso, así como los atentados a la intimidad, en forma de insultos directos o de difusión de textos, fotos o videos personales sin consentimiento, aunque no siempre con consecuencias graves. También aquí mencionan varias experiencias al respecto. Añaden algunos problemas que pueden acarrear para la salud, sobre todo la adicción, y varios estudiantes ven que también les afectan a su rendimiento escolar.

4.5.1.1.2. Bloque 2: Efectos de la digitalización en el proceso formativo de los estudiantes dominicanos en contextos vulnerables

Percepción sobre las oportunidades y amenazas de las TIC para el aprendizaje y la formación (pregunta 20)

En función del género, edad, curso o número de convivientes en el hogar no se encontraron diferencias estadísticamente significativas en Dajabón respecto a esta cuestión. En todos los subgrupos, más del 75% ($p_{25}=4$) de estudiantes se muestran de acuerdo con relación a que las TIC repercuten positivamente en la vida profesional futura y que, a la vez, son un medio efectivo para formarse y aprender.

En líneas generales, según la opinión de los estudiantes de Dajabón manifestada en las entrevistas, las TIC favorecen el aprendizaje. En concreto, es recurrente en estos jóvenes el uso de Apps para estudiar inglés, siendo este tipo de aplicaciones las que más emplean. No obstante, demuestran su versatilidad en el uso formativo de Internet al expresar algunos que a través de la red mejoran el léxico [«Me ha ayudado mucho a mejorar mi léxico y todo eso» (DJ6Z)] o que facilita su formación emocional «Sí, me encanta. Me encanta educarme emocionalmente y así» (DJ20Z).

También consideran que la tecnología facilita la comprensión porque explica la información con más claridad, con palabras más sencillas y con apoyo visual, como es el caso de videos en YouTube: «A veces si tú estás esperando a que salga, vamos a decir, un vídeo de una curiosidad, cultura general o lo que sea y ahí vamos aprendiendo» (DJ1Z).

Además, subrayan que en Internet se pueden encontrar distintas explicaciones ante un problema o duda y que el uso de ordenadores también facilita el aprendizaje «y también cuando tengo que hacer un trabajo lo puedo realizar mediante una computadora... así. Son muy buenos para poder estudiar, te facilita mucho el trabajo (DJ15J)».

También son conscientes de cómo las TIC favorecen el aprendizaje de las personas mayores: «hasta las personas mayores que tal vez no usan redes, o tal vez no se informan tanto, aprenden también» (DJ1Z) y se plantean qué pasaría si la tecnología no existiese: «Yo creo que ahora lo que es esta generación, si la tecnología no existiera hubiera muchísimos problemas de aprendizaje» (DJ18J).

Por otra parte, se percatan de sus amenazas para su proceso formativo, entre ellas, la dependencia: «Bueno, depende de las restricciones que se tengan, porque las redes sociales son un poquito adictivas, nos podemos llevar, hay veces que nos podemos llevar, estoy viendo, estoy haciendo esto, pero puede ser que pase un anuncio, a mí me guste ese anuncio, voy a entrar en ese anuncio, y de ahí me despido» (DJ14J).

En concreto, señalan como principal amenaza la distracción, poniendo en evidencia la falta de estrategias para reducirla en su consumo: «Sí, mientras... a mí me ha pasado que mientras yo estudio y me llega algún mensaje o alguna notificación de un juego, yo dejo de estudiar para entonces entrar al juego» (DJ22J), o cómo se emplean para relajarse y así «cortar la rutina de estudio», pero el efecto termina siendo contraproducente: «Sí, a todos nos pasa que a veces estamos haciendo algo, pero a veces decimos vamos a descansar un poco la vista, la mente... y ahí se robó el tiempo» (DJ14J).

Al respecto, algunos jóvenes ponen el foco en un uso adecuado y responsable, y no en las TIC en sí mismas: «Sí, a veces me dicen que es un poco malo porque las personas no han podido desarrollarse por sí mismas, pero es una ayuda que, si las sabemos utilizar, podemos lograr grandes cosas con ella» (DJ24J).

Implicación personal de los estudiantes en cursos de formación online (pregunta 21)

Al comparar las respuestas de los cuestionarios según las características de los participantes como sexo, edad, curso y número de convivientes en el hogar, no se encontraron diferencias significativas.

La tecnología ha ampliado el horizonte de formación con una amplia variedad de cursos *online*. Así lo demuestran los jóvenes de Dajabón en las entrevistas cuando son conscientes de su importancia para su currículum vitae: «Sí, porque ya que en las redes sociales hay muchos cursos online que tú puedes escoger tu curso y te dan certificado y esas cosas, por las redes sociales» (DJ9J), o ven cómo el acceso a estos cursos incide también a favor de sus familias: «Porque incluso hay universidades hoy en día que son virtuales, mi madre está tomando clases virtuales» (DJ21Z).

No obstante, alegan que no siempre lo *online* mantiene la motivación hacia el estudio por lo que han desistido y prefieren la modalidad presencial:

«[Entrevistador: ¿Alguna vez has hecho algún curso *online*?]

- Intenté hacer uno de inglés, pero luego lo dejé [se ríe]

[Entrevistador: ¿Por qué?]

- Porque se me fue la motivación

[Entrevistador: Claro, vale, vale, ¿cuánto duraste en el curso?]

- Como 3 semanas» (DJ23Z).

4.5.1.1.3. Bloque 3: Efectos de la digitalización en el control del entorno (político y material) de los adolescentes dominicanos en situación de vulnerabilidad

Usos políticos de las TIC

Los usos políticos activos de los estudiantes de Dajabón son muy limitados (5,18%), pues no difunden ni apoyan causas políticas

personalmente ni suben contenidos de este tipo a la red (2,59%), aunque sí les interesa la información de actualidad a dos tercios de ellos.

Si analizamos esta cuestión en función del sexo, edad, curso y número de convivientes en el hogar, se observa que no se encuentran diferencias significativas.

Respecto a los contenidos políticos que ellos mismos suben, se aprecia una diferencia significativa en función del curso en el que los estudiantes están: los de 6º grado son algo más activos en este sentido (Tabla 4.3).

Tabla 4.3: Publicación de contenido político en función del sexo, edad, curso y número de convivientes en el hogar (Dajabón)

		Contenidos políticos			
		N	Mediana	p25-p75	p-valor
Género	Varón	178	1	1-1	,106
	Hembra	208	1	1-1	
Edad	15-17	339	1	1-1	,566
	18-20	47	1	1-1	
Curso	5to	194	1	1-1	,025
	6to	192	1	1-1	
N convivientes	1-3	91	1	1-1	,056
	4-6	258	1	1-1	
	7 o más	37	1	1-1	

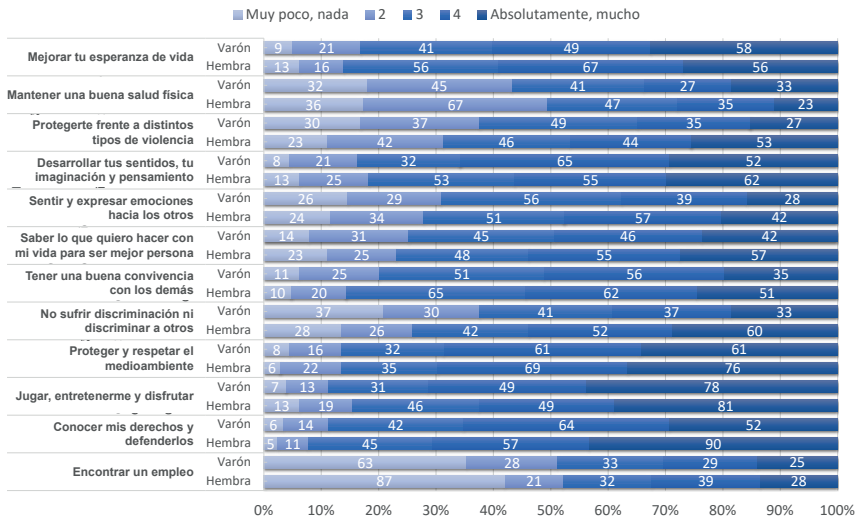
TIC y capacidades básicas

Respecto a las capacidades humanas que consiguen actualizar a través de las TIC, destacan sobre todo, y en orden, que les ayudan a proteger y respetar el medioambiente, a conocer sus derechos y defenderlos,

y a jugar, entretenerse y disfrutar. En cambio, los jóvenes consideran que las tecnologías les ayudan a encontrar un empleo nada o muy poco. Este resultado puede achacarse a su corta edad y a que no se han implicado personalmente en este uso de las TIC todavía, pues en las entrevistas aparece en general una percepción positiva de las TIC como facilitadoras en la búsqueda de empleo. Algo semejante ocurre respecto a su percepción acerca de si TIC les ayudan a mantener una buena salud física, pues casi la mitad de ellos (46,63%) afirma que lo hacen poco o nada, lo cual puede deberse a que esta cuestión no resulta problemática en general en la juventud.

Si comparamos las respuestas por sexo, destaca el hecho de que las mujeres de Dajabón perciben que las TIC les ayudan significativamente más que a los varones a protegerse frente a la violencia, a no sufrir discriminación ni discriminar, así como a conocer sus derechos y defenderlos (Gráfico 4.37).

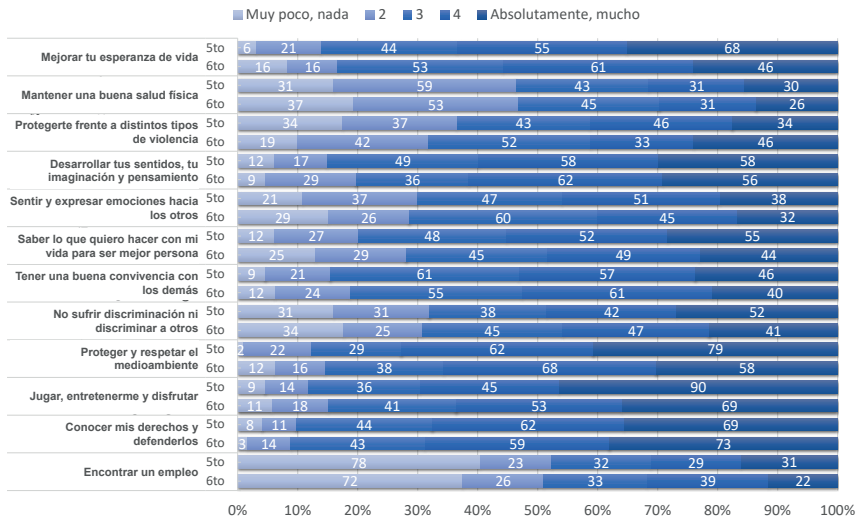
Gráfico 4.37. TIC y capacidades básicas en función del sexo (Dajabón)



Si se analizan las respuestas en función de la edad y del número de convivientes en el hogar, no se aprecian diferencias significativas, pero

sí lo hacen en función del curso en el que los estudiantes están: los estudiantes de 5º grado consideran que las TIC les ayudan a mejorar su esperanza de vida y a proteger y respetar el medioambiente significativamente más que los de 6º (Gráfico 4.38).

Gráfico 4.38. TIC y capacidades básicas en función del curso (Dajabón)



Concepción del derecho

Respecto a la comprensión del derecho de los jóvenes de Dajabón, la idea más repetida en las entrevistas (hasta en 9 de los 25 entrevistados) lo presenta como aquello que corresponde al ser humano desde el nacimiento o por naturaleza. Dice un entrevistado que el derecho es aquello «que te corresponde, lo que es tuyo, lo que se le debe y todo el mundo debe cumplir» (DJ19J). Enfatizando esta comprensión del derecho como derecho natural, este estudiante afirma que se trata de «cosas inmutables... que me avalan como un ser humano» (DJ19J). Otros estudiantes explican:

«Creo que son cada una de las cosas que nos pertenecen al momento en que nosotros existimos, que son propios de nosotros, que deben sernos cumplidos» (DJ2J).

«Para mí tener derecho significa lo que te corresponde, lo que es tuyo ya, como... eso para mí es el derecho» (DJ1Z).

«Los derechos son cosas que tenemos de nacimiento» (DJ25J).

«Los derechos son los... son los... cómo le digo... lo que me acompaña siempre, por ejemplo, el derecho a la protección, derecho a estudiar, son cosas que me acompañan siempre» (DJ11J).

«O sea, que nos proteja seamos lo que seamos, seamos buenos o malos a la ley que corresponde protegernos y sacar lo mejor del pueblo dominicano. O sea, en pocas palabras son esas cosas que nosotros [tenemos] por el simple hecho de estar vivo» (DJ18J).

Por esta vinculación de los derechos con la naturaleza humana, aparece también con fuerza en cinco ocasiones la relación del derecho con los deberes, o la comprensión del derecho como deber, es decir, como aquello que tenemos que cumplir y como «algo obligatorio que no se puede quitar ni interrumpir» (DJ24J). En otras palabras, como objeto de exigencia (3) y que puede reclamarse por ser «algo que es mío» (DJ7J).

La segunda idea que aparece relaciona el derecho con la libertad negativa. Es decir, se entiende como aquello que aporta al individuo una esfera de acción en la que puede actuar sin interferencias u obstáculos externos. Más de 7 entrevistados expresan esta comprensión del derecho y otros dos lo asocian con la libertad en general, esto es, con lo que puede hacerse. Ligado a esto, aparece la idea del derecho como respeto en tres ocasiones:

«Derecho es todo lo que tú puedes hacer sin que alguien te lo impida» (DJ3Z).

«Como que, un ejemplo... que yo puedo hacer tal cosa sin, un ejemplo, que la otra persona me diga que eso no se puede... y así» (DJ8Z)

«Bueno, los derechos es todo como a lo que yo tengo acceso a hacer, o sea, todo lo que yo puedo hacer y que no me lo puede prohibir nadie» (DJ9J).

«Yo diría que son las cosas que estamos permitido hacer, o sea, que tenemos la libertad de hacer diría» (DJ14J).

«Diría que es aquello que nos permite, por un ejemplo, si tengo que hacer algo o así por el estilo o si tengo, por ejemplo, un derecho sería algo que me permiten hacer algo y que no me limita» (DJ17Z).

«Entonces los derechos son muy importantes porque nos ayudan a respetarnos a nosotros mismos, pero esos derechos van a depender de nosotros, de cómo nos fortalecemos y cómo nosotros reforzamos que las personas valoren esos derechos que nosotros tenemos nosotros mismos. Entonces considero que como dominicano eso es algo muy importante, tener derecho aquí como ciudadano del país» (DJ10Z).

«Para mí tener derecho... es como... respetar, o sea, respetar a otras personas, o sea, respetar, aunque tú seas más grande que yo, que yo sea más chiquito que tú... ser, tener, o sea, tener... no creerse mejor que otro. Para mí... derecho como... ese conjunto de valores como tanto como el respeto tener a otras personas, ser humilde a las otras personas sin humillar a otro, para mí eso es el derecho» (DJ16Z).

Ejemplos de derechos

A pesar del énfasis en la libertad al tratar en abstracto del concepto de derecho e intentar definirlo, cuando los jóvenes de Dajabón ejemplifican este concepto en derechos concretos que consideran fundamentales, se observa que son los derechos de segunda generación, relacionados con la igualdad y no tanto con la libertad negativa, los que les vienen en primer lugar a la cabeza. Es decir, se refieren sobre todo a

derechos que requieren de la intervención del Estado para garantizar ciertos bienes necesarios para tener una vida digna, esto es, para que las libertades puedan ser reales y no meramente formales. Esta visión se expresa en la afirmación de uno de los entrevistados: derecho es «la posibilidad de salir adelante sin ningún problema para ser una persona de bien» (DJ12Z). Así, por ejemplo, el derecho a la educación es el más mencionado cuando se les pregunta por derechos que consideran fundamentales: 13 jóvenes de Dajabón se refieren a él y lo concretan en distintas situaciones: el derecho a estudiar a lo largo de la vida, el derecho al estudio a pesar de un embarazo, el derecho a contar con recursos como la radio y apoyo para la educación de adultos, etc. En segundo lugar, aparece el derecho a la vivienda, mencionado por 6 estudiantes, el derecho a la atención sanitaria, mencionado por 4 y a la alimentación (3). Dos estudiantes se refieren a la necesidad de protección y a poder ser defendido por un abogado como derecho a la justicia, que se vincula, además, con el derecho a una nacionalidad.

«Por ejemplo, tienen derecho a la educación, aunque en este país hay muchas personas que no tienen derechos, eso para mí debería ser ilegal, que una persona, un menor de edad, no estudie ni tenga las capacidades de poder desarrollarse en lo que es la vida. El derecho de una vivienda, el derecho a poder ir a un hospital, a un centro médico y lo atiendan bien, aunque no tenga dinero, esos derechos deberían ser primordiales para el país y veo que en algunos casos no se ven bien» (DJ24J).

Entre los derechos relacionados con la libertad que, como se ha dicho, aparecen en menor medida, destaca el derecho a la libertad de expresión, mencionado por 4 estudiantes. La libertad de género es mencionada por un estudiante, y los derechos de la mujer por otros dos, en un caso haciendo referencia explícita a los derechos laborales durante la maternidad para poder llevar al bebé al médico. A este respecto dice DJ17Z:

«Bueno, en mi opinión no recuerdo algunos derechos en realidad, pero me acuerdo de un par de leyes que vimos en las clases. Por ejemplo, algunas leyes que tenemos, bueno, más del trabajador en realidad, por ejemplo, el tema de las mujeres, estamos tratando el tema del derecho a un par de vacaciones, que las vacaciones se acumulaban y ese tipo de cosas. Lo considero bien, porque por ejemplo cuando se encuentran en el estado natal y así, cuando están en el estado de gestación, sería conveniente que tengan estas vacaciones, entonces se acumulan y ese tipo de cosas. O sea, derecho para cuando quiera tener un hijo pues que tenga... pueda dejar de trabajar... Que pueda llevar a su hijo al pediatra un día, a mediodía... y así» (DJ17Z).

Cumplimiento efectivo del derecho

Respecto al cumplimiento efectivo del derecho, ocho estudiantes manifiestan una percepción abstracta positiva de ello, afirmando que los derechos se cumplen en general. En concreto, dos estudiantes resaltan el efectivo cumplimiento del derecho a la educación, que aparece repetidamente en las entrevistas a los estudiantes de Dajabón (frente a lo que ocurre en Los Cacaos, en donde esta cuestión apenas se tematiza). DJ10Z considera que se cumple el derecho a la educación a lo largo de la vida y DJ1Z explica cómo funciona la educación para adultos a través de la radio, afirmando que es un recurso que se utiliza realmente en la comunidad. Cuatro estudiantes, además, consideran que, si se compara el cumplimiento de derechos en esta zona respecto a otras en República Dominicana, Dajabón sale bien parada frente a la delincuencia de la capital (DJ5J y DJ11J), la mayor discriminación hacia los extranjeros -haitianos, se entiende por el contexto- que se da en ella (DJ24J) y la menor posibilidad de manipulación mediática en esta zona, en tanto que todos se conocen (DJ19J):

«Bueno, no sabría explicarlo bien porque creo que funciona más dependiendo como en los sectores y la calidad de vida que hay en esos sitios, no es más cómo algo de... cambia,

porque por ejemplo la capital suele ser más peligrosa que aquí en Dajabón porque como hay más personas, más jóvenes, suele haber un mayor número de delincuencia y esa clase de cosas» (DJ5J).

«Yo creo que en los campos... yo he ido a varios campos, yo creo que es menor la discriminación que en las ciudades porque yo creo... yo viví en Santo Domingo un tiempo, en las ciudades es más discriminatorio sobre la parte de los extranjeros» (DJ24J).

«En sitios de afuera, en sitios lejos. Por ejemplo, en la capital es muy diferente a aquí

[Entrevistador: ¿Y eso a favor de más derechos en la capital que aquí o al revés?]

No, vienen estando los mismos derechos, pero quizás se cumplan menor cantidad

[Entrevistador: ¿Allí o aquí?]

- Allí

[Entrevistador: ¿Ah sí? ¿Por qué?]

- Porque son como sitios más poblados y hay gente que no tienen buen pensar en la cabeza. Aquí puede aparecer, pero como son menos personas, suele ser menos común» (DJ11J).

Pese a estas visiones positivas, son mayores en número las voces críticas que consideran que Dajabón se sitúa en una posición de desventaja respecto a otros lugares del país en el efectivo cumplimiento del derecho a la salud, pues los medios de los que se disponen en la zona no son comparables a los que se tienen en un hospital de Santo Domingo, como defienden DJ1Z, DJ25J, o del derecho al trabajo, como DJ25J y DJ3Z resaltan al señalar el desempleo existente, que lleva también a no poder estudiar lo que a uno le gusta por falta de trabajo en esa área (DJ25J) o la falta de unas infraestructuras públicas aceptables. En este sentido, DJ25J

critica el estado de las carreteras o del pavimento en Dajabón, que daña los vehículos, de modo que son los propios vecinos los que tienen que echar cemento ante la pasividad del Estado, a pesar de que ellos necesitan más la intervención del Estado al disponer de menos medios económicos que otras personas que habitan otros lugares:

«Por ejemplo, aquí en Dajabón, las calles están mal, pero en Santo Domingo, que hay personas con más dinero que no necesariamente lo necesitan... no es que no lo necesitan; obvio necesitan una calle buena, si no se dañarían los carros, pero sería de esas personas que pueden hacerlas, se las da el gobierno, aquí tienen que entre todos juntar para poner el cemento, que no es lo mismo, porque el pavimento no es igual, pero tienen que hacerlo ellos mismos sin tener los recursos» (DJ25J).

«La falta de medicamentos aquí, aquí no llegan todos los medicamentos que llegan, por ejemplo, a el hospital Santo Domingo» (DJ25J).

Tres estudiantes denuncian también la falta de disfrute del derecho a la vivienda (DJ6Z, DJ8Z, DJ13Z) cuando se les pregunta por injusticias en su entorno.

Respecto al derecho a la educación, hay dos críticas destacadas: las dificultades económicas, que comprometen el efectivo cumplimiento de este derecho por los elevados costes de los estudios universitarios, como DJ24J relata, y los problemas con las TIC que surgieron en la pandemia, que dificultaron considerablemente el disfrute de este derecho. Respecto a lo primero, dice DJ24J:

«Aparte las universidades son muy caras para esa área [ingeniería robótica], qué sé yo... y lamentablemente voy a tener que estudiar otra cosa que no me guste y eso es lo que yo creo, que deberían poner como una parte de empleos para nuevas personas que sepan, no porque tengan cuña o qué sé yo» (DJ24J).

Respecto a lo segundo, los problemas con las TIC surgidos en la pandemia, DJ19J explica su ilusión de recibir una computadora y no tener que acceder a la plataforma de estudiantes a través del celular -cosa que ya le estaba dañando los ojos- y poder almacenar mayores cantidades de información, pero también cómo esta se vio frustrada rápidamente cuando esta dejó de funcionar poco tiempo después de recibirla. Como el estudiante explica, inicialmente la idea fue muy bien recibida:

«A mí me gustó la idea porque estaba un poco cansado ya de los ojos, de tener que trabajar en el celular ahí la plataforma de clases y etcétera, pude guardar mucha información que antes no podía, por ejemplo, los cursos que he tomado, el curso que yo tomé de informática yo necesitaba una computadora para tomarlo» (DJ19J).

Pero la experiencia positiva duró poco porque los ordenadores que entregó el gobierno rápidamente dejaron de funcionar, impidiendo disfrutar de los beneficios que iban a traer y causando, además, pérdida de información valiosa (DJ19J).

Por otra parte, otros estudiantes describen la falta de universalidad de los derechos en el trato desigual que reciben las personas en función de distintos factores: unos estudiantes apuntan a las ideas políticas como determinantes de un mayor o menor disfrute de derechos; otros, a la nacionalidad o lugar de procedencia, de modo que se le hace pagar más a los que vienen de la capital o a los turistas (DJ4J) y, sobre todo, la idea más repetida es el trato desigual recibido en función de si se tienen contactos o influencias (DJ15J), lo cual prima sobre los conocimientos que uno posea o su preparación a la hora de buscar un trabajo, por ejemplo. Esto es lo que DJ24J relata mostrando visiblemente su preocupación.

«Por ejemplo, la falta de empleo yo veo una injusticia, personas que han durado mucho, mucho tiempo trabajando, esforzándose para poder, por ejemplo, sacar buenas notas, ir bien y después que tengan que durar mucho tiempo para conseguir empleo y que venga una persona que tal vez no esté suficientemente capacitada pero sí esté pegada con el gobierno, que le den empleo antes que otras personas. Entonces yo creo que el país en sí se está basando más por las conexiones que tengan que por los conocimientos que tengan. Yo creo que cuando van a ir a buscar un trabajo las entrevistas deben ser preguntándole qué conocimientos tenga» (DJ24J).

Además del papel fundamental que otorgan a disponer de contactos, la pobreza aparece como el factor determinante de un menor disfrute de derechos (DJ2J, DJ14J, DJ18J, DJ25J), primando sobre el lugar de residencia, según DJ18J, de modo que el estatus o condición socioeconómica es relevante para el derecho. Como describen dos estudiantes (DJ14J, DJ25J), los de más condición obtienen más del gobierno sin ser precisamente los que más lo necesitan. En relación con esto, tres estudiantes (DJ8Z, DJ14J y DJ18J) se refieren a la ineffectividad de la justicia, de modo que, si uno puede pagar, puede librarse de las penas:

«Realmente no [todo el mundo tiene los mismos derechos] porque todo aquí depende... en el país depende de tu condición social; pero si fuera por mí, debería ser calidad humana... Realmente las personas que tienen más obtienen puestos mejores sin necesitarlo y personas que tienen más, obtienen más ayuda del Gobierno sin necesitarlo» (DJ25J).

«Yo siento que los derechos cambian dependiendo de tu posición en este país. [Entrevistador: ¿Puedes explicar?] De la alta sociedad los que tiene más dinero pueden zafarse de un problema muy fácilmente, mientras quizás le violentan sus derechos a personas que no estén en su misma económica. Ok, un ejemplo, quizás un señor vende coco en la calle y uno que anda en un «jeepetón», o sea, un vehículo más caro,

lo toca, él se va a hacer el desentendido simplemente porque tiene dinero, quizá pase un momento y él le pasa una moña, o sea, dinero, de 1000-500 pesos y ya el problema está resuelto y ¿quién le resuelve a ese señor que quizás se quedó destruido por el choque? La justicia, o sea, el derecho lo va a tener el que tenga más dinero» (DJ2J).

«Pues hay veces que el favoritismo se utiliza mucho por nuestra posición económica. Yo digo... a mí nunca me ha gustado que mis compañeros digan «no, porque tú tienes dinero», o sea, yo no tengo dinero, yo no trabajo, pero hay veces que si llegas a ciertos lugares le dan la preferencia a la persona que tiene más estatus social que al que no tiene, entonces diría que eso no debería de estar permitido» (DJ14J).

«No, hay personas que a pesar de que tienen el derecho también no tienen los recursos para entrar en una institución y por eso no pueden estudiar y hay escuelas públicas en la que no hay que pagar, o sea, paga el gobierno, pero no sirve una buena educación

[Entrevistador: ¿No dan buena educación?]

-No, por ejemplo, yo estuve en la pública y ahí mayormente se ven peleas y todo eso y no recibí una educación digna.

[Entrevistador: Claro, muy bien, ajá. ¿Y por qué? ¿por qué no es buena la educación allí?]

-No sé, yo siento que los profesores no están bien formados y tampoco hay una organización estable en la escuela como aquí, por ejemplo» (DJ6Z).

Ejemplos de violaciones de derechos

Cuando se pregunta por las violaciones de derechos más importantes en el entorno, aparece la cuestión del racismo hacia los haitianos de manera palmaria. 11 de los 25 entrevistados describen esta discriminación subrayando diferentes aspectos de ella: desde una asistencia

sanitaria inexistente o deficiente para los inmigrantes procedentes del país vecino, de modo que «lo dejan morir porque no le prestan mucha atención» (DJ24J), hasta la falta de salarios dignos, la violencia física ejercida hacia ellos, o situaciones de abuso de poder en las que se les hace trabajar en condiciones indignas bajo la amenaza de que van a denunciarles por encontrarse en República Dominicana en situación de ilegalidad. DJ18J resume esta situación como «falta de compasión hacia los haitianos». Otros estudiantes comentan al respecto:

«Claro, porque las personas son muy racistas aquí, aunque digan que no. El racismo no solamente color porque por ser haitiano o haitiana, te denigran simplemente porque tu país tiene más problemas económicos que el de nosotros.

[Entrevistador: ¿Y de eso tienes...? ¿conoces casos?]

-Sí, bastantes. Por ejemplo, yo vivo en La Vigía, La Vigía es una zona arrocera, donde están todas las parcelas y mayormente están casi todas las fincas. Una de las mayores partes de siembra queda frontera con Haití justamente, por abierto a Haití. Por ahí pasan muchos haitianos, entonces la mayoría de personas allá les ponen el trabajo más pesado y si ellos reclaman un pago mayor al que se les acordó porque trabajaron más, le dan golpes, los someten o le llaman a la policía simplemente por ser ilegales. Entonces, son injusticias porque ellos trabajan ganándose un sueldo, comida y los... ¿cómo se dice? Los que dan un empleo, los empleadores, no lo cumplen» (DJ25J).

«No, o sea, aquí en la frontera yo creo como que a los vecinos... no son vecinos, los discriminan de una forma terrible. Yo he oído que han ido hasta personas que han sufrido accidentes o que hayan tenido enfermedades van a los hospitales y por ser, qué sé yo, extranjeros, no quieren aceptarlos, o sea, le dicen «no, qué sé yo qué, no podemos aceptarlo», no le dan la ayuda necesaria o a veces hasta le dan ayuda necesaria, pero lo dejan morir porque no le prestan mucha atención, el cuidado que ellos merecen.

Entonces como somos seres humanos todos yo creo que todos deberíamos recibir los mismos derechos» (DJ24J).

Sin embargo, por otra parte, cuatro entrevistados apuntan a violaciones de derechos que se producen no contra los haitianos, sino generadas por ellos, y que pueden tomarse como indicio o señal de la tensa relación entre ambos pueblos, reflejando probablemente los prejuicios y estereotipos que están presentes en el entorno. Un estudiante se refiere a la existencia de bandas que secuestran gente que cruza a Haití (DJ9J), otro a derechos que son violados por los haitianos, que salen impunes (DJ5J), y DJ22J se queja de que los haitianos quieren venir aquí sin papeles. Como DJ13Z resume, recogiendo bien esta percepción, «los haitianos nos generan caos a nosotros y a sí mismos» (DJ13Z):

«Bueno, además de que ellos entren ilegales y así y suelen bueno, no todos ellos porque la mayoría entran para trabajar, algunos también entran para ser criminales, meterse a casas, robar... también están irrespetando eso, no están cumpliendo con ese deber e incluso no se les están arrebatando sus derechos, salen impunes, salen impunes porque las autoridades casi no hacen nada respecto a eso» (DJ5J).

«Ahora mismo se están dando muchos casos en Haití porque están... hay unas bandas que están secuestrando personas que cruzan para allá y eso» (DJ9J).

«Hay muchas injusticias las cuales... los haitianos quieren venir aquí como... sin papeles, sin identidad, quieren entrar aquí y como gobernar aquí República Dominicana, que ha sucedido bastante. No me acuerdo la fecha, pero hubo un enfrentamiento con haitianos y aquí dominicanos los cuales... los haitianos querían entrar aquí a República Dominicana obligados y se... los dominicanos hicimos lo posible para que ellos no entraran» (DJ22J).

El siguiente grupo de injusticias que aparecen con nitidez tienen que ver con la violencia sufrida en el contexto: tres estudiantes (DJ12Z y DJ19J y DJ5J) se refieren a atracos y robos; DJ10Z y DJ16Z, al *bullying* y la violencia en la adolescencia, y el último incluye en ella también las faltas de respeto graves de hijos a padres. Solo un estudiante se refiere al abuso sexual como un problema (DJ21Z), y también solo uno se refiere a la homofobia (DJ23Z), al maltrato animal (DJ9J) y a la falta de libertad (DJ10Z). En caso de embarazo, DJ13Z denuncia la imposibilidad de disfrutar del derecho a la educación porque se les echa a las muchachas del colegio a mitad de curso en caso de resultar embarazadas.

Al hablar de estas violaciones de derechos, una estudiante enfatiza la necesidad de implicación política de las personas para el desarrollo, pero también la responsabilidad que corresponde a los políticos para un cumplimiento efectivo del derecho (DJ6Z):

«Por ejemplo, todas las personas tienen derecho a un hogar, pero aquí los políticos cuando hacen campaña prometen arreglar calles, hacerles casas a las personas que no tienen... pero hacen una y luego no hacen más nada, solamente por la campaña, y yo siento que esos derechos a esas personas no se están cumpliendo. Si este es un país tercermundista, yo siento que, si nosotros ganásemos acceso en eso en la política, podríamos desarrollarnos un poco más» (DJ6Z).

«No me voy a meter en eso, yo no... no sé mucho de eso, pero yo siento que los políticos podrían hacer algo más» (DJ6Z).

Percepción general de la efectividad de las TIC para reclamar derechos

En relación a la percepción general que tienen los estudiantes de la efectividad de las TIC como vía para reclamar derechos y denunciar injusticias, los entrevistados destacan por encima de todo la capacidad divulgativa y de difusión que estas tienen. 12 estudiantes apuntan a este rasgo como el factor decisivo que vuelve a estas herramientas útiles

en la lucha por la justicia. En relación con esto, 6 jóvenes representan las tecnologías como vías para denunciar, protestar y organizarse en grupos para este fin y hacer campañas (DJ5J, DJ7J, DJ9J, DJ15J, DJ21Z, DJ22J). Así, por ejemplo, DJ2J aporta un ejemplo de denuncia a través de las TIC relacionado con la agresión a una mujer y otro (DJ6Z) se refiere a la posibilidad de hacer uso del teléfono de emergencia para este fin. Dos estudiantes resaltan la importante labor que hacen los periodistas o comunicadores sociales de la zona para dar voz a estos procesos, poniendo ejemplos de familiares en esos puestos. En relación con esto, dos estudiantes (DJ12Z, DJ17Z) señalan la utilidad de las TIC para grabar evidencias de injusticias.

Además de esta función de denuncia, también aparece la posibilidad de usar las TIC de forma preventiva para la visualización de videos con mensaje moral, pero esta posibilidad solo es mencionada por un estudiante (DJ16Z), así como también solo uno (DJ4J) explica que las TIC constituyen una fuente de conocimiento de los derechos.

A pesar de la consideración prácticamente unánime de la utilidad de las TIC para aumentar la justicia, hay tres estudiantes que se muestran más críticas y se cuestionan su verdadero alcance. La observación más notoria proviene de DJ2J y DJ18J. El primero de estos últimos se pregunta «quién va a escuchar nuestra voz» (DJ2J) y, frente a la idea de que las TIC sirven para recabar las opiniones del pueblo, el segundo critica su inutilidad porque al final los políticos «hacen lo que les da la gana sin importar lo que se votó» (DJ18J). Además, DJ25J observa que pueden también usarse en sentido contrario, para cometer una injusticia, como no pagar a los haitianos denunciando a través de ellas que estas personas son ilegales después de que hayan hecho un trabajo.

Implicación personal o propia en la denuncia de injusticias

A pesar de esto, y a pesar de la percepción general positiva de la utilidad de las TIC para el derecho, es significativo que 11 estudiantes afirmen explícitamente no haberse implicado nunca personalmente en denunciar injusticias a través de las TIC. Una chica explica que se

debe a su timidez o vergüenza (DJ8Z), a que se prioriza el bien propio (DJ6Z) y cuatro (DJ21Z, DJ23Z, DJ5J, DJ6Z) dicen explícitamente que no les interesan los contenidos políticos o que «no son de mi agrado» (DJ23Z). Otros dos dicen que solo ven, no comparten ni comentan este tipo de contenidos (DJ8Z, DJ11J). Solo dos jóvenes afirman explícitamente que los jóvenes sí tienen interés por cuestiones políticas, pero no los tratan por vergüenza (DJ1Z) o por su falta real de oportunidades para participar a causa de que los adultos no los incluyen (DJ2J):

«Sí, o sea, mayormente los jóvenes nos interesamos por temas de política, pero no hablamos tanto sobre eso a veces porque tal vez nos da vergüenza, no sé, pero creo que la mayoría de nuestros padres sí» (DJ1Z).

«Se puede hacer. De hecho, hay muchas personas que luchan por los derechos de todos, activistas, muchas causas, pero el punto es que sus voces no son escuchadas porque son apagadas por la misma persona que se cree con el derecho por encima de los demás, sí, mediante las redes sociales yo puedo armar grupos diciendo «miren, esto no está bien» y que quizás más personas se unan a mi causa diciendo «oh, sí, tú tienes razón, es cierto, eso no se ve bien» pero el punto es ¿quién va a escuchar nuestra voz? Pero sí se puede hacer» (DJ2J).

«Yo voy a responder algo y es que las personas que suelen como dirigir esas cosas, más mayores, o sea, como que a la juventud no nos dan mucha oportunidad en cuanto a eso, dicen que sí, pero yo creo que no; y como que no... al ser personas mayores, ellos no están tan actualizados con las nuevas formas que son las redes sociales, el Internet y eso entonces no hay grupos, un ejemplo, que nos conecten con diferentes causas de aquí de la misma comunidad, yo no lo he visto. [Entrevistador: ¿Y se podría?] Se podría, pero tendrían que actualizarse e incluir más a jóvenes que son los que están más actualizados con todo esto de las nuevas tecnologías» (DJ2J).

Los pocos que tímidamente dicen hacer algo al respecto de las injusticias que perciben, se limitan a comentar el contenido, como DJ23Z relata que hizo al ver una noticia en la que se insultaba a una mujer por estar con muchos hombres. Otros simplemente lo comparan, como cuenta DJ20Z que hizo respecto a un post que señalaba la necesidad de asfaltar una calle muy deteriorada o DJ3Z para la búsqueda de una chica desaparecida; o dan a *like*, como DJ1Z hizo al comentar los problemas que padecieron los estudiantes con las TIC durante la pandemia. Sin embargo, ninguno de los estudiantes dice generar contenidos propios de este tipo ni tomar la iniciativa para denunciar alguna situación deficiente. Estas explicaciones confirman los resultados obtenidos en las encuestas.

TIC y comunidad local

La pasividad que se percibe en los estudiantes en la denuncia de injusticias es así también respecto a las problemáticas que les afectan más directamente relacionadas con su entorno más inmediato. Al preguntarles por las posibilidades que les abren las TIC para participar activamente en su comunidad concreta, tres estudiantes expresan su falta de implicación personal (DJ3Z) (DJ6Z) (DJ21Z). Por ejemplo, DJ3Z afirma que «no soy un tipo de persona así, que se esté entrometiendo». No obstante, dos personas explican que a través de alguna actividad escolar han usado las TIC para denunciar algún problema local, como DJ8Z explica respecto de la basura y DJ10Z respecto al medioambiente. DJ1Z también explica su participación en relación al reciclaje:

«También... las basuras y eso.

[Entrevistador: ¿Qué pasa con la basura?]

Casi siempre lo que hacen es que van y la tiran a los ríos, también hay basura en las calles a veces... hay partes que el camión no pasa donde la basura, igual pasa por algunos lugares y eso. Por lo menos allá donde yo vivo es como si fuera un campo y ya lo han controlado más, pero también

lo que hacen es que la queman, entonces eso es como un deterioro como para la zona. Y eso es lo que siempre me ha ocurrido aquí» (DJ8Z).

«Sí, considero que sí y he comunicado mucho con profesores que nos han propuesto algunas actividades que realicemos y siempre menciono eso, que debemos hacer al ambiente... podemos al medio ambiente, podemos hacer campañas no solo personales, también publicitarias que la podemos colgar en Internet para que otras personas se animen a colaborar en ello. Entonces considero que sí, participaría en alguno de esos grupos.

[Entrevistador: Vale ¿pero lo has hecho alguna vez? ¿alguna vez has...?]

Subí una tarea el año pasado en la virtualidad, que deberíamos hacer una plantilla relacionada al medio ambiente y al cuidado. La publicamos, pero no tuvo tanto reconocimiento» (DJ10Z).

A pesar de que falta este uso de las TIC entre los jóvenes de Dajabón, ellos perciben que hay problemas en el entorno que hay que denunciar. Como se ha visto, entre estos destaca claramente la cuestión de la basura, que es señalada por cuatro (DJ1Z, DJ6, DJ8Z, DJ23). DJ6Z también menciona la delincuencia y DJ13Z los problemas con la luz:

«Hay mucha delincuencia. Sí, por ejemplo, a mi cuñado lo asaltaron hace poco, le quitaron su vehículo y sus pertenencias. La contaminación, hay lugares que están llenos de basura» (DJ6Z)

«Había un problema que era con la luz, entonces nosotros estábamos... se pusieron de acuerdo, una persona hizo un comunicado y lo que los demás hacían era como compararlo» (DJ13Z).

Además, perciben que las TIC sirven para este propósito cívico, y saben dar buenos ejemplos de usos de ellas en este sentido: DJ1Z se refiere a la utilidad de la radio como medio para denunciar, a la posibilidad que traen de señalar una problemática de forma anónima (DJ6Z), decir lo que no nos agrada y darlo a conocer (DJ14J, DJ22J), de usarlas para convocar a gente (DJ4J), para lograr influencia, promocionar y llamar la atención a la gente (DJ5J, DJ24J), es decir, dar tu punto de vista y que otras personas puedan apoyarte y unirse a tu causa y, en último término, «hacer llegar a los de arriba injusticias» (DJ25J), como la que DJ25J señala acerca de que no se están haciendo actividades para los jóvenes en el pueblo que debían hacerse y para las que hay unos fondos concedidos. Es decir, las TIC posibilitan establecer contactos con los políticos, según DJ5J explica, porque sin esos contactos «no llegas a ningún sitio» (DJ5J). No obstante, para DJ17z, para que las TIC efectivamente funcionen como un medio para reclamar derechos es necesario el compromiso.

«Puede ser bueno, porque por ejemplo los ayuntamientos aquí tienen destinado un fondo de dinero que es para los jóvenes, hacer actividades con los jóvenes, que no las hacen. Si hubiera por ejemplo un método de que los de rango mayor se enteraran de que, por ejemplo, ese tipo de actividades no se hacen estarían mis derechos siendo respetados porque yo estoy informando que algo que debe pasar no está pasando.

[Entrevistador: ¿Y eso puedes hacerlo por las redes dices?]

Exacto, si hubiera un tipo de comunicación con los de mayor rango

[Entrevistador: Ajá, ¿pero de hecho no sucede? No hay cauce]

-No» (DJ25J).

«Yo diría ahora mismo no porque como no estoy involucrado en cosas políticas ni esa clase de cosas... pero quizá en un futuro me pueda llegar a servir como a establecer contactos

porque a pesar de que hay que esforzarse, también hay que saber que en este país si tú no tienes contactos con políticos no vas a llegar a ningún sitio. Entonces sí hay que establecer contactos con políticos» (DJ25J).

«Claro, sí. Muchas veces yo creo que hay países que han prohibido las tecnologías, o sea, en la guerra de Rusia-Ucrania hasta cerraron todos los medios de tecnología porque no dejaban que las personas se expresaran, y yo un punto que le doy muy bien hecho a las tecnologías es que dejan que las personas se expresen sin importar la distinción, el país, lo que estén pasando, dejan que esas personas se expresen y es una buena forma también de que puedas expresarte, que las demás personas puedan ver tu punto de vista y puedan apoyarte o unirse a tu causa» (DJ24J).

Por tanto, las tecnologías digitales aparecen como un espacio de participación, como un lugar en el que se pueden aportar nuestras respuestas (DJ24J, DJ1Z, DJ2J), y que, como DJ2J nota, resulta especialmente útil para personas calladas, con miedo o vergüenza:

«No veo ningún inconveniente, de hecho, es para participar desde mi punto de vista [Entrevistador: ¿Cómo te ayuda más a participar?]

Un ejemplo, no es mi caso, porque yo cuando tengo que decir algo lo digo, pero hay personas que quizás se sienten con el miedo de incluirse en algo y en un grupo que, un ejemplo, tenga que ver con ayudar a otras [Se corta] se sienten más incluidos, o sea, por lo general, todas las personas que en persona son como muy callados, que no levantan su voz para lo que sea, las diferentes causas, por redes sociales se sueltan, dan a conocer lo que ellos piensan, su punto de vista sobre las cosas y esas mismas voces pueden ser las que resuelva la causa, el problema o lo que sea» (DJ2J).

En la relación de las TIC con la comunidad en la que los jóvenes viven, esta función reivindicativa es la más subrayada, si bien DJ11J y DJ13Z explican que las TIC también pueden usarse para estar al tanto de los cursos virtuales y actividades ofrecidas en la comunidad «para estar más cerca de ella» (DJ13Z). Es decir, con un propósito de acceso a información local y también como una vía de apoyo y ayuda psicológica a las personas, si bien esta última función afectiva, emocional o moral solo es mencionada por una persona (DJ6Z):

«Claro, hay muchas páginas dedicadas a eso. Por ejemplo, yo tuve una amiga que ella tenía tendencias suicidas y otra amiga mediante la tecnología reportó eso y muchas personas le enviaron mensajes y ella se sintió mucho mejor, la ayudaron en eso, ayuda psicológica y eso» (DJ6Z)

No obstante, 5 estudiantes señalan también problemas que las TIC pueden traer a su entorno inmediato. Además de que alguno considera que pueden suponer un impedimento para implicarse en la comunidad y derivar en falta de acción física, DJ20Z apunta a la necesidad de acción física, de hechos, pues la mera publicación online no ayuda tanto. A la misma idea apunta DJ23Z al referirse a la mayor efectividad de la presencialidad física que de la tecnología para resolver los problemas. DJ14J y DJ24J mencionan los problemas que pueden surgir al participar, que llegan a caracterizarse como «peligros» por la posibilidad de discusiones graves a través de las redes (DJ14J). DJ24J se refiere al miedo a entrar a grupos por posibilidad de engaño y por cuestiones de seguridad.

«Bueno, las personas casi no leen entonces yo digo que publicar algo de la tecnología en Facebook, Instagram o cualquier red social no ayudaría tanto. Ellos, aquí en Dajabón se comprueba más con los hechos, si tú tomas la iniciativa de, por ejemplo, un pedazo asfaltarlo y echarle un poco de algo, ellos ven, entonces se creen todo. Yo creo que la tecnología no entra tanto ahí creo» (DJ20Z).

«Mayormente con la política es mejor presencialmente porque no hacen mucho caso por la tecnología» (DJ23Z).

TIC para el empleo

A pesar de que hasta 9 estudiantes (DJ1Z, DJ3Z, DJ5J, DJ8Z, DJ12Z, DJ13Z, DJ20Z, DJ21Z, DJ10Z) expresan que no han usado personalmente las TIC para buscar empleo, tienen una opinión muy positiva de estas para este fin. En concreto, consideran que facilita el acceso al empleo al constituir una plataforma donde no solo conocer ofertas de trabajo (DJ3Z, DJ9J, DJ10Z, DJ11J, DJ13Z, DJ14J, DJ18J, DJ21Z) —que, según puntualizan dos estudiantes (DJ16Z, DJ25J), puede ser «en cualquier lugar del país» (DJ16Z)—, sino también ofrecerse como trabajador destacando los puntos fuertes de uno (DJ18J, DJ20Z). Los estudiantes destacan algunas plataformas para este fin: Facebook (DJ7J) o LinkedIn (DJ2J), aunque este estudiante señala la falta de su uso en la comunidad por falta de actualización. Tres estudiantes (DJ19J, DJ20Z, DJ23Z) mencionan que han recibido orientación laboral en el colegio para usar las TIC para este fin, y muchos mencionan su currículum digital. Además, tres jóvenes (DJ4J, DJ24J, DJ25J) resaltan que este medio evita desplazamientos en la búsqueda de empleo, cuatro (DJ8Z, DJ15J, DJ22J, DJ24J) que facilitan la comunicación y la recomendación, otro (DJ6Z) que las TIC son una fuente de información valiosa para las entrevistas y DJ5J menciona que sirven para hacer contactos. No obstante, una estudiante (DJ1Z) observa que de estos beneficios solo pueden beneficiarse los que ya tienen cierta alfabetización digital, de modo que la exclusión digital lleva a beneficiarse menos de las oportunidades que ofrecen las TIC para el empleo.

Los pocos inconvenientes que ven a Internet y las redes sociales para el empleo se reducen a la existencia de puestos falsos de trabajo (DJ7J, DJ11J, DJ24J) —como un supuesto trabajo de modelo en otro país que no era tal (DJ25J)—, puestos que no son como se espera (DJ18J) o no actualizados, que causan pérdida de tiempo y dinero (DJ19J). No

obstante, claramente los estudiantes resaltan mucho más los aspectos positivos que los negativos.

TIC para la mejora económica

También es claramente positiva la percepción general de la contribución de las TIC a la mejora económica a través de distintas vías y son solo 5 estudiantes los que dicen explícitamente que ellos no las utilizan ni las han utilizado nunca con este propósito (DJ8Z, DJ10Z, DJ20Z, DJ21Z, DJ24J). La vía más destacada que reconocen para esta finalidad se refiere a la venta de productos o la promoción de negocios, pues hasta 16 estudiantes se refieren a esta posibilidad (DJ5J, DJ7J, DJ10Z, DJ11J, DJ12Z, DJ13Z, DJ14J, DJ15J, DJ16Z, DJ17Z, DJ19J, DJ20Z, DJ21Z, DJ23Z, DJ25J). DJ22J menciona, además, que se puede hacer a través de Facebook-, y algunos ofrecen ejemplos personales o de su entorno cercano de esto en la venta de ropa (DJ7J, DJ16Z, DJ23Z):

«Para sacar dinero, sí, yo he participado, o sea, participado, yo tenía lo que era... iba a vender lo que era unos tenis y yo lo difundí por...

[Entrevistador: ¿Unos tenis?]

Sí, lo iba a difundir por Facebook, o sea, por... para vender. Marketplace, sí, sí. También yo tenía un videojuego y también lo difundí por ahí y personas de mi entorno me preguntaban para comprarlo y tuve la oportunidad de venderlo» (DJ16Z)

«Fue con mi mamá, que yo le ayudaba a ella a vender ropa y eso. Les tomamos fotos y lo publicamos

[Entrevistador: Muy bien ¿y habéis vendido bastantes cosas?]

Sí

[Entrevistador: ¿Y ahora seguís haciéndolo?]

Mi mami sigue haciéndolo sí, vende carteras y eso» (DJ23Z).

Otras opciones que mencionan para mejorar económicamente a través de las TIC son la creación de contenido (DJ9J, DJ10Z) y ser *influencer* (DJ1Z), la creación de *software* (DJ21Z), las criptomonedas (DJ1Z, DJ24J), la posibilidad de beneficiarse de las TIC montando un ciber (DJ4J), el diseño gráfico (DJ6Z) y el uso de una aplicación que paga por ver videos (DJ23Z).

Además de estos usos directos para mejorar económicamente a través de las TIC, dos estudiantes entienden que esta mejora se logra a través del conocimiento que pueden aportar las tecnologías: en concreto, a través de los tutoriales (DJ1Z) y por constituir lo digital una fuente de invención y desarrollo, que DJ3Z reconoce mencionando la importancia de los informáticos.

Los pocos problemas que según los estudiantes pueden traer las TIC para la mejora económica se agrupan en cuatro categorías que, por orden de menciones son: las posibles estafas que llevan a la falta de confianza de los usuarios, mencionadas por 4 estudiantes (DJ4J, DJ11J, DJ14J, DJ24J), la distracción a la que puede llevar Internet y las redes sociales (DJ6Z), que DJ22J concreta en los juegos, que pueden traer, además, perjuicio económico, y el hecho de que hay personas que fracasan al hacer de las redes su fuente principal de ingresos (DJ18J).

4.5.1.2. Los Cacaos

4.5.1.2.1. Bloque 1: Efectos de la digitalización en las relaciones interpersonales y en la construcción social o comunitaria de estudiantes dominicanos en contextos de vulnerabilidad

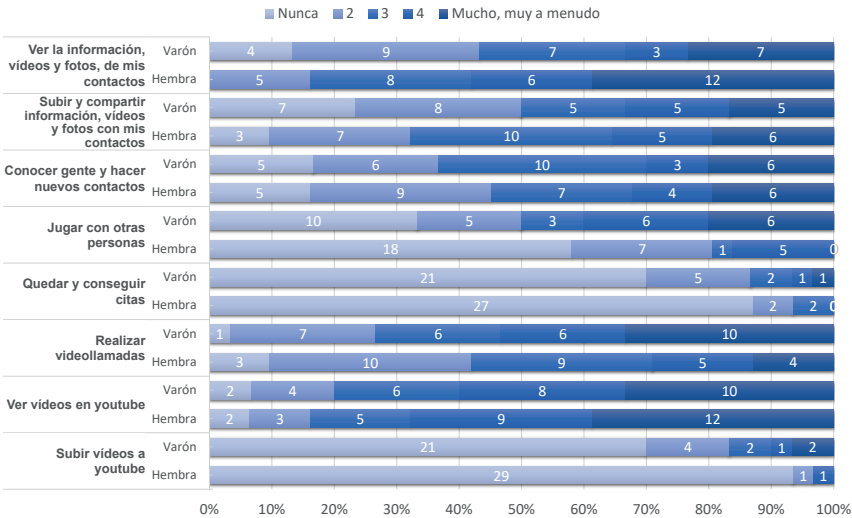
Finalidades comunicativas o relacionales del uso de Internet y las redes

Al fijarnos en las diferencias por sexo, edad, curso y tamaño del hogar, podemos observar (Tabla 4.4) que el mayor número de valores estadísticamente significativos se concentra en la variable sexo. En efecto, sobre todo los muchachos usan las redes para jugar con otras personas, hacer videollamadas y subir videos a YouTube; las muchachas solo muestran un mayor uso frente a los muchachos en ver información de sus contactos (Gráfico 4.39).

Tabla 4.4. Usos comunicativos/relacionales de las TIC en función de sexo, edad, curso y número de convivientes en el hogar (Los Cacaos)

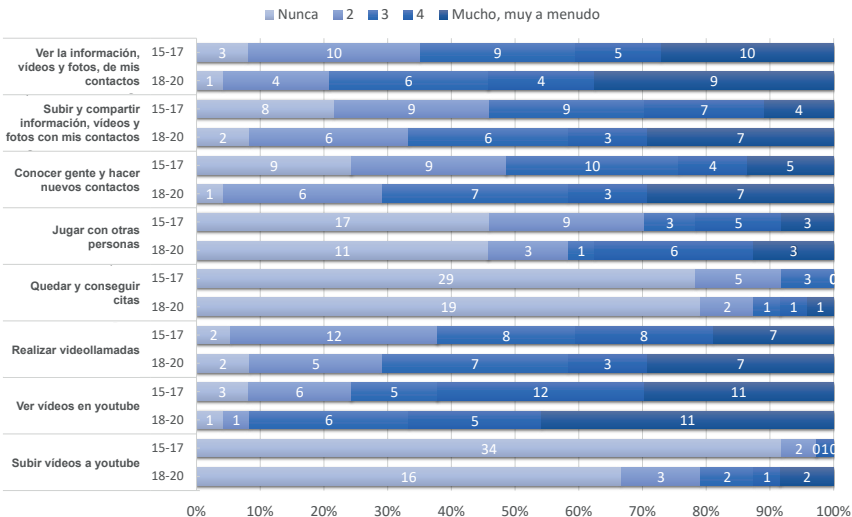
		Ver la información, videos y fotos, de mis contactos			Conocer gente y hacer nuevos contactos		Jugar con otras personas		Realizar videollamadas		Subir videos a YouTube	
		N	Mediana	p25-p75	Mediana	p25-p75	Mediana	p25-p75	Mediana	p25-p75	Mediana	p25-p75
Género	Varón	30	3	2-4.25	3	2-4	2,5	1-4	4	2-5	1	1-2
	Hembra	31	4	3-5	3	2-4	1	1-2	3	2-4	1	1-1
p-valor		0,020			0,807		0,011		0,046		0,018	
Edad	15-17	37	3	2-5	3	1.5-3.5	2	1-3	3	2-4	1	1-1
	18-20	24	4	3-5	3	2-5	2	1-4	3	2-5	1	1-2
p-valor		0,220			0,042		0,562		0,579		0,011	
Curso	5	37	3	2-5	3	2-4.5	2	1-4	3	2-4.5	1	1-1
	6	24	3	3-4	2	2-3	1	1-4	3	2-4	1	1-1
p-valor		0,861			0,032		0,506		0,790		0,628	
N convivientes	1-3	25	3	2-4.5	3	2-4.5	3	1-4	3	2-4.5	1	1-1
	4-6	27	3	2-5	2	1-3	2	1-3	3	2-4	1	1-1
7 o más		9	3	2-5	3	3-5	1	1-1.5	3	2-4.5	1	1-2.5
p-valor		0,823			0,009		0,052		0,818		0,317	

Gráfico 4.39. Usos de las TIC en función del sexo (Los Cacaos)



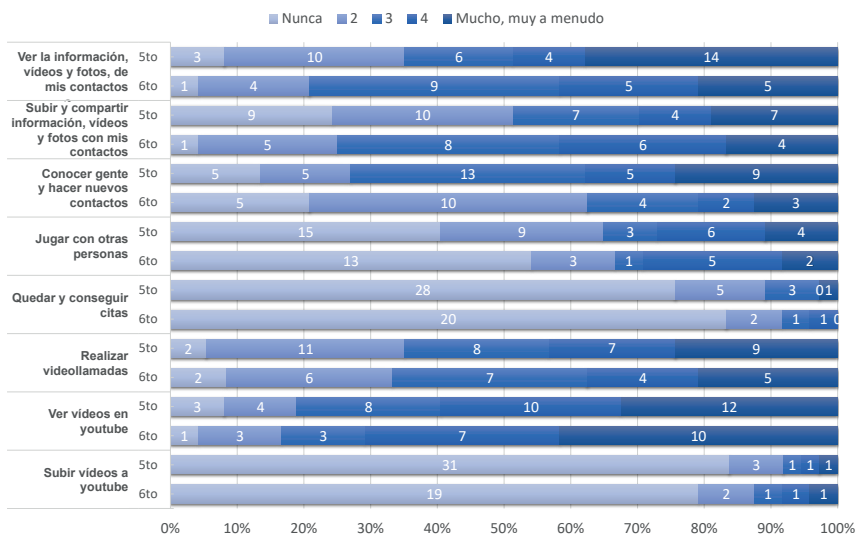
Por edades, son los mayores (18-20 años) los que estadísticamente usan las redes más para conocer gente y hacer nuevos contactos, así como para subir videos a YouTube.

Gráfico 4.40. Usos de las TIC en función de la edad (Los Cacaos)



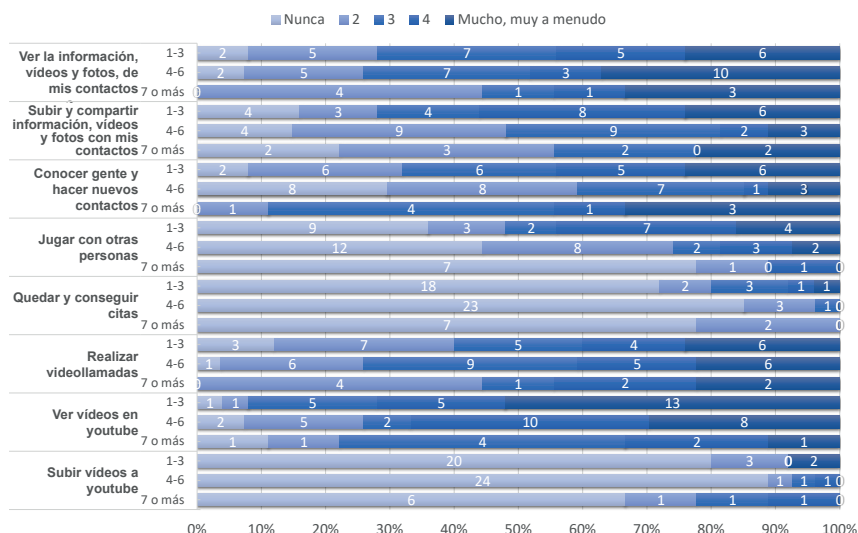
En cuanto al curso y el tamaño del hogar, la única diferencia estadística que reseñar se da en el mismo ítem, conocer gente y hacer nuevos contactos; los de 5º curso (Gráfico 4.41) y los que conviven con 7 o más personas en casa (Gráfico 4.42) tienden a destacar algo más respecto de 6º curso y de los que conviven con menos familiares.

Gráfico 4.41. Usos de las TIC en función del curso (Los Cacaos)



La aportación de las entrevistas cualitativas en Los Cacaos sitúa la comunicación en tercer puesto de referencias sobre las finalidades de las redes, tras la formación y el entretenimiento. En efecto, la formación se sitúa en la primera posición entre las finalidades que los jóvenes dicen dar al mundo virtual, por encima del entretenimiento y la comunicación. En concreto, de las 51 referencias al ámbito profesional, 28 se relacionan con las tareas escolares y las clases, 9 con la propia formación y 5 con videos tutoriales que complementan el aprendizaje; hay 4 alusiones a la carrera profesional de futuro y otras cuatro a la búsqueda de empleo. Finalmente, también en este ámbito geográfico, dos alumnos indican las posibilidades que ofrece Internet para montar tu propio negocio *online*.

Gráfico 4.42. Usos de las TIC en función del tamaño del hogar (Los Cacaos)



«Porque si yo... quiero escoger la carrera de educación, eso me favorece mucho a la hora de yo estudiar y entrar a la universidad...» (LC13Z.053).

En el campo del entretenimiento (40 comentarios) los jóvenes destacan sobre todo la visualización de videos (21), ver y subir fotos (10) y escuchar música (5).

«Yo en la laptop veo películas, lo tengo... le puse música, como hay gente que le gusta, y el celular lo uso para el chat, el video en Tiktok...» (LC9J.044).

37 estudiantes señalan a las redes como cauce de comunicación y, respecto a esto, lo principal es chatear con los amigos (18), además de con familiares (7) o con la novia (2).

«Yo lo utilizo para comunicarme con mi familia cuando estamos distanciados...». (LC5Z.029).

El tipo de información que buscan en la red (14 referencias) solo lo detallan algunos estudiantes (páginas de autoayuda -2-, la vida de los famosos -1-, datos sobre series-1-).

«Bueno, para buscar informaciones interesantes como tareas de investigar acerca de temas que me interesan. Además de eso, para aprender cosas nuevas, navegar...» (LC15Z.027).

Dos estudiantes indican también la posibilidad del negocio virtual [«podemos realizar algunas empresas virtuales que nos ayuden en nuestro desarrollo» (LC1J.015)].

Así pues, según las encuestas realizadas en Los Cacaos, poder ver material audiovisual como entretenimiento es elegido como finalidad primordial del uso de Internet, junto con el desarrollo del propio aprendizaje. Estar al día o descargar archivos no tiene tanta importancia, aunque algo más que los videojuegos o las consultas con la administración. Por eso, las redes las usan sobre todo para ver videos, además de compartir información con sus contactos, pero no para conocer gente nueva o crear ellos mismos contenido. Vemos, en consecuencia, un uso más bien pasivo e instrumental, bien de entretenimiento, bien de formación en el ámbito escolar.

En cambio, estos datos del cuestionario reciben algún matiz cualitativo en las entrevistas, porque en ellas adquiere mayor relevancia el uso educativo, para tareas del colegio, el propio aprendizaje o incluso el futuro profesional y la búsqueda de empleo. Esto es coherente con la situación geográfica rural que tiende a poner las miras en el desarrollo profesional más allá del entorno limitado. Ciertamente, para entretenerse confirman que son los videos que visualizan su principal actividad online, aunque también ven y suben fotos.

Estructura y componentes de la red social virtual

Las variables que estamos considerando para detallar la composición de la red social de los alumnos de Los Cacaos no arrojan diferencias estadísticas significativas en ninguno de los ítems de la pregunta 24.

La parte cualitativa de la investigación de Los Cacaos respecto al tipo de contactos que los estudiantes tienen sitúa a la familia en el primer lugar (25 referencias), por encima de las amistades (20), el novio, novia o esposo (4). No mencionan ni a los compañeros, ni a los profesores, por lo que dejan fuera los contactos escolares. A la hora de otorgarles especial relevancia, 6 mencionan de nuevo a la familia y 5 a los amigos, y solo 1 a la novia.

Podemos advertir que, en esta ocasión, los familiares aludidos son sobre todo los hermanos (6); el padre (2) o la madre (2), pero nunca ambos; primos (3) y tíos (1), los abuelos (1) y un cuñado (1).

El lugar donde viven los contactos virtuales es sobre todo el entorno cercano: 16 mencionan contactos de San Cristóbal; y a esto le siguen destinos en el extranjero (11) -sobre todo en Estados Unidos (4), uno en Chile y otro en Francia-.

En esta ocasión solo hay 4 estudiantes que reconocen haber aceptado contacto con desconocidos sin que eso haya supuesto problema alguno; en cambio, son 7 los que indican su disposición habitual de no comunicar con quien no conocen previamente.

La importancia que dan a esos contactos virtuales, lejanos, frente a los más cercanos, es ligeramente superior (5 alusiones frente a 4), por lo que prácticamente se equilibran.

En cuanto a si prefieren la comunicación cara a cara o virtual, 10 alumnos indican esta última bien porque les ayuda a vencer la timidez, bien porque elimina las distancias de los que están lejos, bien porque se trata de familiares con los que no tienen contacto. Aun así, 8 prefieren el contacto directo, y 2 señalan a ambos como importantes.

A la hora de interpretar la composición de la red social de los estudiantes, estos indicaban que comunican *online* sobre todo con amigos y familiares. En la pregunta 24 del cuestionario disminuye el peso de los amigos, pero crece el de los amigos de amigos, por lo que se mantiene un alto grado de confianza en las personas con las que contactan. En cambio, hasta un 20% de los estudiantes no tiene problema en admitir a cualquiera, incluso completamente desconocido, que les solicite amistad. Podemos intuir que se trata de solicitudes de amistad y no de

búsquedas intencionadas de nuevos contactos. Cualitativamente, son los familiares los primeros con los que contactan y a los que dan mayor relevancia, por encima de los amigos. Del hecho de que mencionen al padre o a la madre, a primos y a tíos, pero nunca a los padres, pudiera concluirse una cierta desestructuración familiar; pudiera avalarlo que dan algo más de importancia a los contactos virtuales porque eliminan distancias, así como que, después de los cercanos, contactan sobre todo con el extranjero, donde tienen familiares.

Calidad de la comunicación *online* percibida.

Aplicando el foco a las variables de sexo, edad, curso y tamaño del número de convivientes, no se aprecian diferencias significativas tampoco aquí.

En las entrevistas, cuando comentan acerca de la sinceridad en las redes y la autenticidad de los contactos en la comunicación digitalmente mediada, también aquí son mayoría los estudiantes que mencionan aspectos negativos (26): «Ahora mismo uno no conoce a una persona por redes, que uno esté hablando cuando viene a ver, uno está hablando con una persona que no es» (LC8Z.077). De entre ellos, hay 8 que aluden a los perfiles falsos, que las redes no pueden competir en transparencia con los contactos cara a cara (6), que en el mundo *online* es más relevante la cantidad que la calidad de los contactos, y que incluso pueden deteriorar la relación con los más cercanos. Solo tres estudiantes ven sinceridad en las relaciones virtuales y para 10 más la gente a veces es sincera y otras veces no tanto.

En cambio, al preguntar más en concreto sobre las aportaciones de las redes, hay muchos comentarios positivos (53) para diversos tipos de relaciones. De hecho, en opinión del alumnado de Los Cacaos, las redes contribuyen sobre todo y destacadamente a la amistad (29), bien para fortalecerla (14), para establecer nuevos amigos (10), o manejarse en los grupos ya constituidos (3).

«son profundos porque los... o sea, los contactos que yo tengo, un ejemplo, yo hablo con ellos por la tecnología...

en verdad tenemos muchos años tratándonos y ellos se fueron para allá y yo me quedé aquí, pero eso no quiere decir, o sea, seguimos con la misma amistad por redes» (LC19Z.087).

El siguiente tipo de relaciones indicadas como fin de las redes son los grupos de clase (7) [«De trabajo, académico, o sea, de escuelas» (LC1J.103)]. A continuación, tienen un mismo peso de comentarios (4) tanto la intencionalidad lúdica (compartir aficiones), como la afectiva de formación de parejas, como la meramente técnica de mantener el contacto con las personas que viven lejos y la rapidez de comunicación.

[Tipo de relaciones] «Musicales... gente que también no conozco en persona» (LC10Z.129-131); «De trabajo, de amistad, en algunas de romance. No sé, en mi caso no ha pasado, pero de romance» (LC18J.101).

En este contexto rural la finalidad emocional apenas recibe un par de respuestas, las mismas que las ventajas que suponen las redes de cara al mundo laboral. Solo un estudiante indica también el contacto con el grupo familiar.

En consecuencia, si nos referimos a la calidad de los intercambios virtuales, vuelven a ser amigos y familia los más valorados. Ahora, junto con la mejora de las relaciones en general, los estudiantes aprecian que las TIC faciliten la participación en grupos y asociaciones. No obstante, estos alumnos muestran también cierto grado de desconfianza, más del doble, frente a los que lo consideran un entorno sincero en general o al menos tan sincero como inauténtico a partes iguales.

De los beneficios que reconocen que aportan las redes a las relaciones interpersonales, destaca sobre todo que fortalecen las relaciones de amistad, así como hacer nuevos amigos, constituir grupos de clase o de aficiones compartidas, incluso resultan útiles para relaciones de pareja. Solo un estudiante hace un comentario negativo en cuanto al deterioro de la relación con los amigos que traen las TIC. Entre estos estudiantes

tienen menos peso las ventajas emocionales que posibilitan las TIC o los grupos de trabajo.

Si relacionamos el alto grado de desconfianza de estos jóvenes respecto a la sinceridad *online*, con la buena valoración que dan a las TIC para establecer y fortalecer amistades o hacer amigos que comparten intereses, podemos concluir que, aunque la sensación general respecto al medio digital no es muy fiable, su experiencia de hecho es positiva, como manifiestan expresamente algunos estudiantes.

Riesgos percibidos de las TIC para las relaciones interpersonales:

En relación con el autocontrol del alumnado de Los Cacaos en el uso de la red, solo 8 de los 21 estudiantes refieren tomar medidas de precaución, como no tratar con desconocidos (5), no subir información personal (2), manejar las normas de seguridad en Internet (2), hacer un buen uso (1) o ignorar al indeseable (1).

«en WhatsApp pasa también lo mismo, no le doy mi número a personas que yo veo que no pueden aportar nada en mi vida» (LC15Z.071).

En el ámbito rural, tanto el deterioro de las relaciones personales como las lesiones a la intimidad reciben 21 comentarios en cada categoría. Sobre peligros y usos negativos de la red para las relaciones, 10 hablan sobre el aislamiento y la dependencia que provocan; 8 se refieren a discusiones, sobre todo de pareja (4); 2 a malas interpretaciones de los mensajes y una más a influencias tóxicas.

«algunas veces, por estar con el celular pues no le brindamos la atención o el amor necesario a nuestras familias que sí están ahí en nuestro hogar, y para mí que eso es como un problema» (LC12J.117).

En cuanto a la intimidad, las 21 referencias se distribuyen de forma diversa, entre los insultos y amenazas (6), las publicaciones de otros sin permiso (4), subir fotos ajenas (3), difundir falsedades, ofender o pedir fotos inconvenientes (2 cada uno), filtrar conversaciones y hacer bromas.

[Insultos por redes] «Hacia mí y también hacia otras personas» [Entrevistador: ¿Y cómo has reaccionado?] «Bueno, asombrada porque también hay personas que ni conocemos y están hablando de otra manera» (LC10Z.153-55).

La siguiente categoría aludida son los robos y engaños, con 15 comentarios. La mayoría (9) mencionan a los *hackers* y 6 más indican perfiles falsos.

«Sí, que se dicen muchas mentiras, de que... ellos... hay varias personas que, por hacer maldad, pueden hasta... foto... que hacen una imagen tuya que no es y la suben a las redes sociales» (LC1J.103).

Los estudiantes de esta zona solo comentan 4 situaciones de *bullying* (3 sobre acoso y una sobre secuestros). El mismo número de alusiones reciben los contenidos inapropiados (4), 2 de ellos sobre pornografía.

«la mayoría de dominicanos coge la tecnología, ellos hacen un Facebook, crean un Facebook falso y se ponen a bromear contigo por ahí, si tú tienes esto... te relajan por ahí, eso le llaman *bullying*» (LC17J.123).

«Bueno puede ser que usted sabe que han pasado casos de que hay mujeres que se toman foto en cuera y las suben a las redes sociales los videos que hacen de pornografía y se lo suben... cosas personales lo suben a las redes, y muchas cosas más» (LC5Z.045).

Solo un estudiante menciona el deterioro de la vista y ninguno se refiere a que las redes distraigan de los estudios.

Aunque en total el número de experiencias negativas que indican aquí los estudiantes es menor, sorprende que la mayoría (10) son de tipo personal, y 4 se refieren a su círculo cercano de relaciones.

«Una vez yo pensé que estaba hablando con mi tío y sin embargo no era él, era otra persona» (LC1J.087).

«Sí, sí he visto mal uso de la persona, he visto cómo han discriminado personas a través de la tecnología, que han subido videos y cosas que hayan hecho daño tanto emocional como físicamente a la persona» (LC7Z.039).

Para aclarar un poco más la influencia negativa de lo virtual en las relaciones sociales, tal como la perciben los estudiantes de Los Cacaos, podemos indicar que aluden sobre todo al deterioro de las relaciones cercanas, por el aislamiento y la dependencia que promueven las redes, junto con discusiones variadas, también de pareja. Esto es coherente con la valoración también prioritaria que le dan a la comunicación con los próximos. El segundo ámbito de percepción negativa lo constituyen los daños a la intimidad, donde se acumulan la mayor parte de las experiencias personales (insultos, publicaciones de contenidos íntimos sin permiso); curiosamente, las redes fortalecen la amistad y contribuyen a aumentar los amigos, pero a la vez llevan consigo problemas al interior de esas relaciones. En cambio, son menores las referencias a robos y hackeos de perfiles; y menos todavía los comentarios sobre *bullying*. Las razones pueden tener que ver con las dimensiones del entorno, donde los contactos más estrechos y el conocimiento de familiares, vecinos y compañeros minimizan los problemas tanto de suplantación de identidad como de acoso y abuso que pudieran prolongarse en el tiempo hasta constituir propiamente *bullying*. Por otra parte,

ningún estudiante menciona el deterioro que pudieran ocasionar las redes para su aprendizaje.

4.5.1.2.2. Bloque 2: Efectos de la digitalización en el proceso formativo de los estudiantes dominicanos en contextos vulnerables

Percepción sobre las oportunidades y amenazas de las TIC para el aprendizaje y la formación (pregunta 20)

Al analizar las respuestas según las características de los encuestados, no se encuentran diferencias en el grado de acuerdo en cuanto al sexo, edad o número de convivientes en el hogar, pero sí se observan diferencias a favor de los estudiantes de sexto curso, quienes consideran en mayor medida las redes sociales e Internet como un medio efectivo para formarse y aprender (mediana=5 y rango intercuartil RIQ:4-5, vs mediana=4 y RIQ:3-5, p-valor=0.034).

Tabla 4.5. Las TIC para la formación y profesión en función del sexo, edad, curso y número de convivientes (Los Cacaos)

		Pueden repercutir positivamente en mi vida profesional futura				Son un medio efectivo para formarse y aprender		
		N	Mediana	p25-p75	p-valor	Mediana	p25-p75	p-valor
Género	Varón	30	4	4-5	,617	4	4-5	,631
	Hembra	31	5	4-5		5	3-5	
Edad	15-17	37	5	4-5	,564	4	3.5-5	,868
	18-20	24	4	4-5		4	3-5	
Curso	5to	37	4	4-5	,141	4	3-5	,034
	6to	24	5	4-5		5	4-5	
N convivientes	1-3	25	4	4-5	,369	5	4-5	,515
	4-6	27	5	4-5		4	3-5	
	7 o más	9	4	3.5-4.5		4	3.5-5	

En las entrevistas, el acceso al conocimiento es considerado por los estudiantes como uno de los principales beneficios de las TIC. Como dice un estudiante: «Porque en Internet puedo hallar como quien dice todo» (LC10Z), siendo fácil la búsqueda de información. Manifiestan que son un canal de comunicación entre personas, facilitan el intercambio de conocimiento y experiencias: «A través de la tecnología yo personalmente leo muchos libros que me ayudan tanto financieramente como personalmente» (LC1J). Son un instrumento para procesar la información y para el desarrollo de habilidades y capacidades, pero también para informar y formar, colaborar y compartir entre ellos.

Las TIC educan y educan en valores y para la vida en donde se profundiza, descubren y se adquieren nuevos conocimientos o se amplían: «La tecnología nos ayuda a adquirir conocimientos que nosotros no conocemos actualmente» (LC7Z).

Comparan el momento histórico en el que viven, en donde el acceso al conocimiento se obtiene principalmente a través de las TIC, con la búsqueda de información en los libros:

«Porque muchos antes más atrás, cuando no existía mucha tecnología, tendríamos que esforzarnos más en buscar en libros y esos, pero ahora lo tenemos más fácil de entrar a Google y buscar todo, investigar sobre todo y tener más información» (LC4Z).

Por otro lado, en su discurso detallan con especial cuidado por qué la tecnología los distrae e interfiere en los hábitos de estudio o hace que pierdan la rutina, la concentración y el tiempo; o que pasen muchas horas de entretenimiento:

«Pues eso mismo que yo dije, la distracción, que en la red hay muchas cosas que, bueno... juegos, películas y todo

eso que tú estudiando te puede descentrar un poco e irte a YouTube y buscar música, juegos y todo eso» (LC12J).

Los jóvenes también señalan como uno de los problemas asociados a las TIC el aislamiento familiar:

«[Entrevistador: ¿Y piensas que pueden también causar problemas para el estudio?

- Sí, claro, por el exceso también de usar teléfonos

[Entrevistador: ¿Por el exceso? A ver, explica un poco.

O sea, que a veces, el teléfono es bueno y el Internet, pero no por mucho tiempo porque eso nos aleja también de nuestra familia. Si estamos ahí cerca pero solo usando el teléfono no les prestamos atención a las personas que están a nuestro lado» (LC15Z).

Implicación personal de los estudiantes en cursos de formación *online* (pregunta 21)

Si comparamos las respuestas por grupos según las características de los participantes (sexo, edad, curso y número de convivientes), no encontramos diferencias estadísticamente significativas.

Los estudiantes de Los Cacaos manifiestan en las entrevistas una formación muy específica a través de las TIC. Por ejemplo, se refieren a la participación en las olimpiadas de biología o cómo les ayudan a aprender sobre mecánica: «Es más beneficio lo que he tenido que... a veces... yo a mí me gusta realmente la mecánica y eso, yo a veces he querido poner una pieza en motor, yo agarro un tutorial, ya que veo el tutorial, lo hago y así queda bien» (LC9J). También explican cómo los cursos *online* invitan a indagar temas o contenidos relativos a la carrera que se desea estudiar en un futuro, «de algo que te llame la atención, sea una carrera que tú quieras estudiar» (LC12J).

También otros señalan cómo se constituyen en fuentes de apoyo al estudio: «Sí, ayudan bastante a estudiar» (LC4Z), responden

preguntas y dudas y se investiga a través de ellas por placer y de forma permanente:

«Sí, hay personas que usan la tecnología para eso y hay otros que no. Hay gente que usa la tecnología y no le da el valor que tiene, pero sí, porque todo lo que usted quiera aprender o desea saber, usted solo tiene que buscarlo [en Internet]» (LC5Z).

4.5.1.2.3. Bloque 3: Efectos de la digitalización en el control del entorno (político y material) de los adolescentes dominicanos en situación de vulnerabilidad

Usos políticos de las TIC

Respecto a los usos políticos de las TIC, en la zona rural, como ocurría en Dajabón, los jóvenes indican que nunca o casi nunca usan Internet para difundir y apoyar causas políticas (solo el 4,92% de los estudiantes dice que lo hace a menudo o muy a menudo), ni suben contenidos de este tipo a las redes. De hecho, todos ellos dicen que no lo hacen nunca o casi nunca esto último. Sí tienen algo de interés en conocer información de actualidad (36,06%), pero este es sustancialmente menor que el que tienen los estudiantes de la zona urbana de Domingo Savio (73,30%) y de Dajabón (65,28%).

No se observan diferencias significativas si comparamos todos estos resultados por sexo, ni edad, curso o número de convivientes en el hogar.

TIC y capacidades básicas

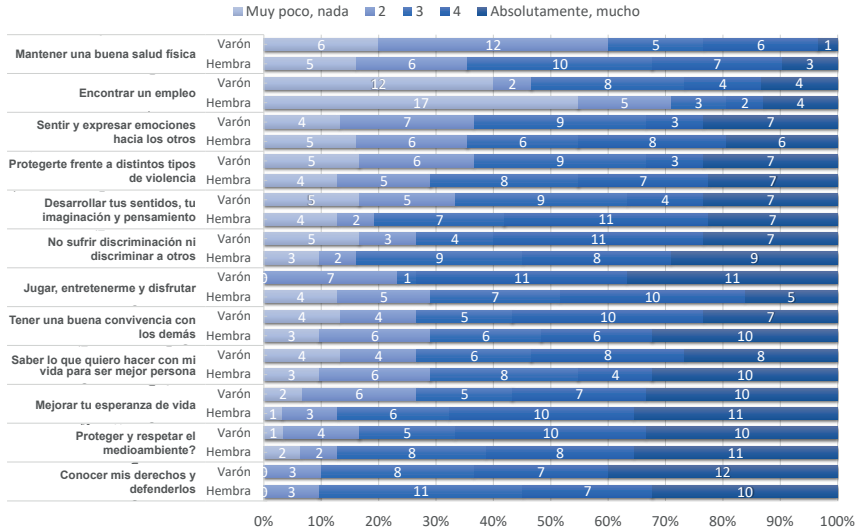
En cuanto a las capacidades fundamentales a las que las TIC contribuyen, los jóvenes de Los Cacaos dicen que les ayudan a proteger el medio ambiente en primer lugar -igual que ocurría en Dajabón-; en segundo lugar, a mejorar su esperanza de vida y, en tercer lugar, a jugar y entretenerse -como también pasaba en Dajabón-. Si bien la primera y la tercera cuestión aparecían también en las primeras tres posiciones

en Dajabón, aquí destaca el hecho de que «mejorar la esperanza de vida» sube al segundo puesto. El cuarto lugar lo ocupa el «conocer los propios derechos y defenderlos» en número de estudiantes que están de acuerdo o muy de acuerdo, pero este es el ítem en el que menos estudiantes están en desacuerdo (6), exactamente igual que ocurriría en Dajabón, por lo que adquiere una preeminencia importante.

Como en Dajabón, encontrar un empleo es aquello que menos estudiantes señalan como logrado a través de las TIC, seguido por mantener una buena salud física, probablemente por las mismas razones relativas a la corta edad de los encuestados a las que se apuntaron más arriba.

Si se analizan estos resultados por sexo (Gráfico 4.43), la única diferencia significativa se observa en que los muchachos de Los Cacaos expresan que las TIC les permiten jugar, entretenerse y disfrutar significativamente más que las muchachas, pero respecto al resto de capacidades básicas no hay diferencias significativas por sexo.

Gráfico 4.43. TIC y capacidades básicas en función del sexo (Los Cacaos)



En función de la edad y del número de convivientes en el hogar no se encuentran diferencias significativas, pero sí lo hacen en función del curso: son los estudiantes de 6º, frente a los de 5º, los que expresan que las TIC les ayudan más a protegerse frente a distintos tipos de violencia (Gráfico 4.44 y Tabla 4.6).

Gráfico 4.44. TIC y capacidades básicas en función del curso (Los Cacaos)

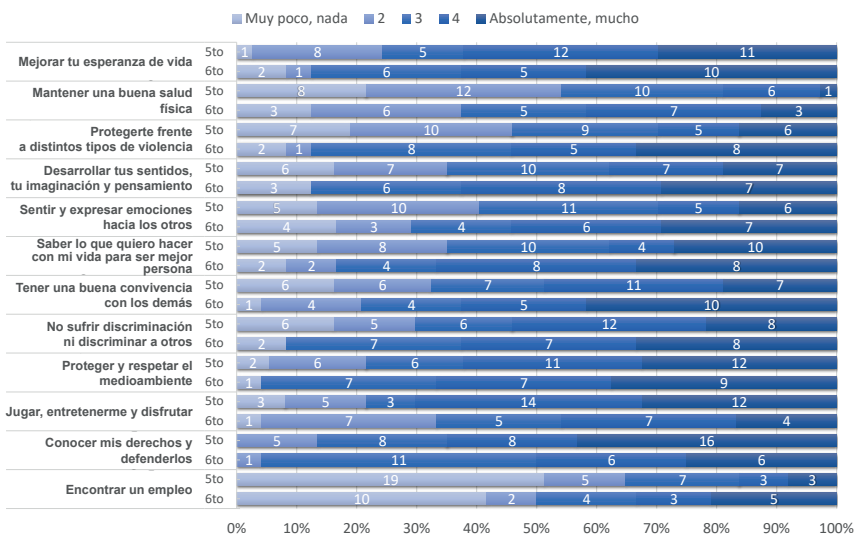


Tabla 4.6. TIC y capacidades básicas en función del sexo y curso (Los Cacaos)

		Protegerse frente a distintos tipos de violencia			Jugar, entretenerme y disfrutar	
		N	Mediana	p25-p75	Mediana	p25-p75
Género	Varón	30	3	2-4.25	4	2.75-5
	Hembra	31	3	2-4	3	2-4
	p-valor		0,506		0,040	
Curso	5	37	3	2-4	4	3-5
	6	24	4	3-5	3	2-4
	p-valor		0,015		0,103	

Concepción del derecho

En las entrevistas realizadas en Los Cacaos, destaca una comprensión del derecho por parte de los estudiantes vinculada a la libertad (7). En concreto, a la libertad negativa como la posibilidad de ser y actuar sin interferencias u obstáculos externos, es decir, sin intervención de otros. Este es el término más repetido en la explicación del significado del derecho para los jóvenes, relacionado con el derecho como respeto (3), que constituye otro de los términos más empleados para describir el derecho.

«Son los que uno tiene como... lo que uno puede hacer sin que nadie le moleste» (LC3J).

«Derechos... es como ser libre, tener derecho a todo, como... derecho a la vida, derecho todo como ser humano dominicano de aquí, derecho a un buen trabajo así, derecho al estudio» (DJ4Z).

«Bueno, tener derecho es como tenerlo casi todo, porque cuando tú tienes derecho, tienes derecho en especial a la vida, tiene derecho a ser libre, tienes derecho a la libertad y todo... cuando eres libre, eres libre tanto en lo físico como en lo emocional y en lo personal» (LC8Z)

«Para mí, el tener derecho significa hacer una decisión propia personal, por ejemplo, como el derecho a la vida, derecho al voto, derecho a si quiero tener la comunicación o no, y eso significa para mí el derecho, el poder de uno poder decidir en una opinión» (LC7Z)

«Bueno, los derechos para mí son... [se ríe] Mi derecho es como... respetarme y respetar a los demás» (LC11J)

«¿Los derechos? [se ríe] Todo el mundo tiene derecho a ser lo que le gusta, tiene derecho a la vida, al respeto... entre otras cosas» (LC14J)

«Bueno, yo digo que eso significa mucho porque cuando uno tiene derecho, uno... o sea, cuando uno tiene derecho a algo, uno se siente como... cómo le digo... uno se siente

como... o sea, cuando yo tengo derecho a algo, yo me siento de que, un ejemplo, tienen que respetarme, tienen que respetar mi opinión, un ejemplo, si yo estoy hablando, si yo tengo un derecho de algo, un ejemplo, nadie me puede decir de que... o sea, contradecir» (LC19Z)

Solo en tres casos este concepto se vincula con lo que pertenece a la persona desde el nacimiento, y en 3 ocasiones los estudiantes se refieren al derecho como un objeto de conquista:

«Los derechos yo creo que eso es los que nos pertenecen a nosotros como persona inmediatamente que nacemos y ya. Por ejemplo, inmediatamente nacemos nosotros tenemos derecho a la vida, que nadie nos puede quitar eso, y si alguien me la quita tiene que pagarlo. También tenemos derecho a la libertad y todas esas cosas, a la educación, la salud... yo creo que esos son derechos que nosotros, que nos pertenecen y que nadie nos los puede tomar o quitar o prohibir» (LC6J).

«O sea, yo tengo que pelear por mi derecho, yo no puedo dejar que nadie me diga lo contrario» (LC19Z).

Por otra parte, aparece la idea del derecho como autoridad (1), relacionado con normas y reglas (3) y deberes (1), y solo en una ocasión se definen explícitamente los derechos como privilegios:

«Los derechos no son más que las reglas que rigen una ciudad, o sea, los derechos son las cosas que podemos hacer y debemos hacer (LC1J).

Ejemplos de derechos

Como ejemplos de derechos, el más mencionado es el derecho a la vida (7), que se describe con frecuencia como el más básico y fundamento de todos. Relacionado con el propio ser, se expresa de la forma más neta en esta descripción de una joven sobre el derecho en general: tener

derecho es «tener derecho de ti misma» (LC5Z). LC17J se refiere a este derecho de esta manera:

«Bueno, como dicen por ahí, la gente tiene derecho a la vida porque tú sabes que en este país se trata de mucha violencia y así. A esa persona que le quitan la vida, por algún derecho no hay que quitársela, porque yo no tengo derecho a matarle, a quitarle la vida a otra persona. Es lo mismo» (LC17J).

Este derecho al ser se puede vincular con el derecho que es mencionado en dos ocasiones a tener un nombre propio. Junto con la vida, el derecho a la libertad y al voto son los más mencionados. En una ocasión se hace referencia a la libertad sexual. También son mencionados como derechos importantes la educación, la salud y el trabajo, pero son pocos los jóvenes que se refieren a ellos.

Efectivo cumplimiento del derecho

Respecto al efectivo cumplimiento del derecho, un gran número de jóvenes indica que los derechos son respetados en su localidad. Dos de ellos señalan un contraste explícito entre lo que ocurría en el pasado y la situación actual de disfrute de derechos como un proceso histórico de conquista de derechos. Al preguntar si se perciben diferencias en el cumplimiento de los derechos en función del lugar de residencia, dos entrevistados incluso señalan que la zona rural en la que viven resulta aventajada en este sentido, pues se describe como un lugar tranquilo y bueno para vivir, donde reina el respeto y no existe la discordia y la violencia que se percibe en otros entornos:

«Bueno en la capital, porque en la capital es que se dan muchos casos así. Aquí las personas como que saben su vaina, su conmemoración, es decir, como que se manifiestan entre todos y se tratan como una familia. Pero en los pueblos, en la capital se tratan con violencia, no hay respeto.

[Entrevistador: ¿Piensas que hay más derechos en la zona rural que en la capital?]

Ajá» (LC17J).

«En este país, es un país que sí se cumplen los derechos, podemos tener derechos. Anteriormente no, anteriormente en los años atrás donde existía lo que era el gobierno del trujillismo y eso, el ciudadano estaba que no tenía casi derecho a nada porque esos presidentes hubieran implantado una norma, pero luego la Constitución fue renovada, donde se les dio el derecho al ser humano» (LC7Z).

En cambio, otros jóvenes se muestran más críticos al percibir diferencias en el cumplimiento de los derechos en función del lugar en que se habita e identificar la zona rural en la que viven como desventajada, bien sea en general, o bien señalando distintas causas de esta desventaja: dos se refieren a las diferencias económicas como causantes de ella, de modo que la pobreza juega un papel en el logro de los derechos. Otro señala las diferencias educativas y otra persona ejemplifica esta situación en las diferencias apreciables en el disfrute del derecho a la salud, en tanto que los medios disponibles en la zona rural no son tan buenos como los que se encuentran en entornos urbanos. En dos ocasiones se atribuye la falta de cumplimiento efectivo de los derechos a la falta de igualdad y en una ocasión se apunta a un fundamento teológico del derecho, señalando que la religión actúa como factor de prevención del incumplimiento del derecho.

«Bueno, muchas veces cambia porque, aunque tenemos, aunque todo el mundo tiene los mismos derechos, por ejemplo, ese derecho a la salud, aquí no te van a brindar la misma salud que te brindan en Santo Domingo o en San Cristóbal, muy diferente eso.

[Entrevistador: O sea, que en principio ¿ves que ahí puede que haya más derechos en las zonas urbanas que en la rural no?]

Exacto. O sea, que tenga mayor calidad los de la zona urbana que rural» (LC6J).

«No tienen los mismos derechos, me refiero al ámbito tecnológico, como «desarrollativo» también, porque en las zonas rurales no tenemos un estrecho campo en la tecnología debido a que no somos tan desarrollados. Muy pocas personas o las que tienen un flujo más grande de dinero son las que puede adquirir a las tecnologías y etcétera» (LC1J).

«Sí, porque en este país suceden muchas cosas como niños pelear con sus padres, padres a su pareja y a su niño y así sucesivamente, por eso digo que mientras uno esté con Dios, más fácil le salen las cosas. Porque cuando uno está con Dios, él le va abriendo camino para que no coja los malos...» (LC8Z)

Ejemplos de violaciones de derechos

Los derechos que se señalan como los más vulnerados son los de la mujer: feminicidios, violaciones y maltrato a la mujer, así como el racismo frente a los haitianos y la violencia en general. Cuando esta se dirige contra la mujer, se señala en una ocasión que no hay posibilidad de ayudar por miedo. En relación con el racismo, se menciona la falta de un salario digno, equiparándola con los trabajos forzados:

«Que las personas, los dominicanos, no tratan a los haitianos como una persona normal, ellos no se dan cuenta que ellos son seres humanos al igual que nosotros, que por su condición y por su situación son lo mismo. Entonces... los tratan mal.

[Entrevistador: Los tratan mal... por ejemplo ¿has visto alguna vez alguna situación así injusta que pienses tú que está mal?]

Los ponen a trabajar forzado

[Entrevistador: A trabajar forzado... ¿y no les pagan?]

Le pagan, sí, pero no el salario que debe» (LC13Z)

«Hay gente que... vamos a suponer por ejemplo como esas mujeres que son maltratadas. A veces uno quiere hacer algo, pero no puede por miedo a que esa persona... no sé, lo meta preso o algo así, pero sí he visto que han vivido muchas cosas» (LC2Z).

Percepción general de la efectividad de las TIC para reclamar derechos

Respecto a la percepción general de la capacidad de las TIC para hacer valer el derecho, en la práctica totalidad de casos se afirma que las TIC pueden constituir una fuente de apoyo frente a la injusticia. La mayoría de encuestados aporta ejemplos de cómo se puede uno beneficiar de la mediación tecnológica para hacer valer el derecho. En concreto, algunos presentan las TIC como vía para la denuncia. Algunos concretan más y se refieren al teléfono de emergencias 911, a las posibilidades que ofrecen las TIC para grabar evidencias, subir videos y subir post informativos, y a la posibilidad de denunciar a través de Facebook. Muchos concretan el aporte de las TIC frente a la injusticia en la difusión y divulgación que aportan, resaltando su función comunicativa, y otros las presentan como medios de prevención y alerta eficaces.

«Bueno sí, la tecnología ayuda muchísimo porque, por lo menos en Facebook, si hay alguna agresión contra una mujer, sea contra un niño, sea contra cualquier persona, sea un animal, sea una violación al medio ambiente, cualquier cosa, tú puedes usar las redes sociales para denunciar esta violación. Entonces ¿qué pasa? ahí las autoridades actúan y se puede mejorar» (LC15Z).

Solamente un estudiante se refiere a la inutilidad de las TIC para denunciar violaciones de derechos:

«A veces sí lo suben a las redes sociales, pero yo entiendo que eso debería ir más a la justicia que las redes sociales, porque las redes sociales no van a ayudar en nada. Eso debe ir a la justicia para que tomen medidas con eso, las redes sociales lo que hacen ‘ah, que mira allí donde atracaron...’. Hay gente que lo hace para evitar, por ejemplo, si atracaron por ahí mismo, evitar que, si tú pasas, que tengas precaución de que por ahí atracan. Pero eso ya hay que llevarlo a justicia, no a las redes sociales. Y pueden pasar más problemas, que la persona que lo sube y el que está haciendo eso lo vea, sale peor, es mejor llevar a la justicia para que tomen medidas con eso» (LC5Z).

Por otro lado, también aparece una percepción de las TIC como fuente de conocimiento de los derechos:

«Sí, nos ayuda bastante ya que podemos buscar los códigos penales, los códigos que nosotros, por ejemplo, de tránsito y todo eso. Código... cómo se le dice... los códigos, o sea, todos podemos ver los códigos de los derechos, que ahí nosotros podemos buscar «bueno, déjame ver si esto está bien o está mal», y ahí uno busca un código y uno puede tener derecho a reclamar a cualquier cosa» (LC7Z).

Implicación personal o propia en la denuncia de injusticias

Si bien el acuerdo es prácticamente unánime en relación a la virtualidad de las tecnologías para hacer valer el derecho, al preguntar por la implicación personal de los entrevistados en uso de las TIC para este fin, se observa que es muy limitada o nula. Es decir, se percibe un contraste muy grande entre la percepción general de las TIC como ayuda para el derecho y el uso efectivo que los jóvenes les dan para este propósito. Esto es así tanto respecto a la reproducción de contenidos políticos de otros como a la generación de contenidos propios. En el primer caso, varios dicen que solo ven, no comparten ni comentan cuestiones de este tipo. Respecto a lo segundo, algunos señalan explícitamente que usan las TIC para entretenerse y no para usos políticos.

En un caso, una estudiante alude a la vergüenza y timidez como motivo para no hacer un uso activo de las TIC en este sentido. La única implicación política personal que se refiere en las entrevistas consiste en compartir y/o comentar alguna noticia que ha parecido injusta. Como esta estudiante relata:

«Bueno yo comento cómo deben ser las cosas a veces, también comparto para que las personas vean cómo está la sociedad hoy en día y para que se haga justicia

[Entrevistador: Muy bien, ¿y te acuerdas de alguna cosa que has compartido? ¿alguna noticia ahora mismo?]

Bueno últimamente la que compartí... fue un caso que pasó, no sé si lo viste, de una chica que salió con sus amigas y luego como que apareció... no sé, apareció sin vida, algo así, eso fue lo último que compartí

[Entrevistador: Claro ¿lo compartiste para darle difusión?]

Claro, para que se haga justicia porque bueno, realmente me dio muchísima pena

[Entrevistador: ¿Y comentaste algo?]

Bueno, lo único que comenté es que es un caso muy lamentable, que se debiera hacer justicia, que no debería quedar impune» (LC15Z)

TIC y comunidad local

Cuando se pregunta a los entrevistados por cómo contribuyen las TIC a su comunidad local (por ejemplo, a reforzar la comunidad en la que habitan, o a denunciar problemas que se perciben en ella, o en sentido negativo: qué consecuencias negativas tiene el uso de las TIC en la comunidad), aparecen tres cuestiones con gran nitidez.

En primer lugar, aparece en las respuestas de manera clara una conciencia de la importancia del turismo para la región, y de las posibilidades que las TIC abren para potenciar esta actividad económica,

en la que varios de los jóvenes se han implicado personalmente. En concreto, la mayoría de jóvenes de la zona señala que las TIC pueden potenciar su entorno local porque sirven de ventana o escaparate del lugar y del entorno natural en el que habitan y por el que los jóvenes manifiestan en sus palabras y gestos aprecio. Es decir, son conscientes del valor turístico que posee su región, y que está siendo crecientemente notado, e incluso se emocionan al explicar cómo llega gente a visitar la zona como nunca había pasado antes, como explica la siguiente estudiante en relación con la Semana Santa:

«Bien, sí. Porque era algo nunca vivido en mi tiempo, en mi época, no lo había visto, me emocionó mucho porque cuando uno ve algo así, que el pueblo se le va desarrollando, va teniendo escala más... más profunda, uno lo comparte y cuando uno comparte tiene más posibilidad de que siga creciendo» (LC8Z).

«Del modo que yo como ciudadana puedo conocer una realidad que otros que no están aquí conozcan, yo puedo darle a conocer a través de las redes; subir un texto, imágenes o compartir esa información con personas que puedan ayudar a que eso se corrija» (LC1J)

En segundo lugar, las TIC se describen como fuente de información local de interés, esto es, como vía para estar más cerca de la comunidad. Por ejemplo, para estar al tanto de cursos virtuales y actividades ofrecidas. En este sentido varios jóvenes se refieren a grupos de la comunidad de los que forman parte y que les sirven de medio para enterarse de lo que pasa en la zona. Pero también, activamente, las TIC aparecen repetidamente como espacio de participación donde se pueden subir fotos de actividades, como lugar donde se puede aportar nuestras respuestas, donde recabar las opiniones del pueblo o participar en encuestas para sacar adelante proyectos locales.

No obstante, esta cercanía no solo tiene un sentido cognitivo o informativo, sino también afectivo o moral, en tanto que se entiende que las TIC sirven como apoyo o ayuda a las personas de la comunidad.

«Sí se puede, claro que sí, porque actualmente también existen muchos grupos. Por ejemplo, aquí en Los Cacaos existen grupos de limpiezas, grupos informativos, grupos también que te ayudan a ver lo que pasa día a día y en esos grupos tú puedes participar haciendo cualquier tipo de actividad que hagan en esos grupos, claro, porque no puede ser de otra cosa que no hagan ahí. Entonces sí, puedo participar a través de las redes sociales en eso que me preguntaste

[Entrevistador: Muy bien ¿participas en alguno o alguna vez has...? ¿o no?]

Bueno por el momento estoy en uno que le llaman «Cacao informativo», o sea, tú das cuenta de todo lo que pasa aquí, también estoy en el de limpieza y otro... bueno, también participo en un grupo que tenemos de sí algún día alguien necesita mi ayuda, si alguien necesita de mí, que lo ayudemos y todo eso, también soy ahí» (LC15Z).

Por último, es significativo que ningún estudiante señala ningún problema concreto que afronta la comunidad y para el que pudieran usarse las TIC de manera efectiva, frente a lo que ocurre en otros entornos (por ejemplo, en Dajabón aparece clara y repetidamente el problema local de la basura, seguido por el agua y la delincuencia). Al contrario, tres jóvenes apuntan a las consecuencias negativas del uso de las TIC para la comunidad. En concreto, se refieren a la evasión de la realidad y la distracción que generan, que dificultan el compromiso, en un caso, y la falta de acción física a la que un uso excesivo de las TIC puede llevar. Un joven indica expresamente que no participa ni se implica personalmente en la comunidad a través de las TIC.

«Sí, porque hay veces que nosotros como personas le damos un uso demasiado, o sea, utilizamos demasiado la tecnología

y evadimos la realidad. Si yo estoy enfocada en el teléfono muchas veces no puedo salir a conocer algunas cosas que pasan en mi comunidad» (LC1J)

TIC para el empleo

En relación con el uso de las TIC para el empleo, si bien algunos jóvenes señalan que, por su corta edad, aún no se han implicado en la búsqueda de trabajo, muchos tienen una percepción general positiva de las TIC para el empleo. Sin embargo, hay también quienes señalan las limitaciones de las TIC para este propósito o apuntan a sus efectos negativos en este sentido.

Entre los que tienen una visión positiva, varios concretan la utilidad de las tecnologías para el sector del turismo, en concreto, para ejercer de guía turístico, en lo que algunos estudiantes están personalmente implicados:

«O sea, hay un tipo de página donde yo trabajo con... o sea, tenemos un jefe que se llama [NO SE ENTIENDE] que es como quien dice una empresa, que es el que [NO SE ENTIENDE] de todo el barrio, o sea, todo el sitio, entonces, él tiene una página donde él sube fotos de varios lugares diferentes haciendo tipo... varios tipos de excursiones, y ahí, un ejemplo, la pública para darle como... cómo le digo...

[Entrevistador: ¿Publicidad o...?]

Ajá, publicidad, y ahí las personas se contactan con él y terminan un acuerdo y ahí ellos vienen hacia acá y entonces le asignan un guía, le explican...

[Entrevistador: Muy bien ¿y tú haces algo como para difundir esa página web?]

Sí, compartirla» (LC4Z)

Entre los efectos positivos de las TIC para encontrar un trabajo, se subraya su dimensión conectiva (facilitan la comunicación y la recomendación) y su capacidad de aportar información valiosa para las entrevistas de trabajo y sobre el propio trabajo en cuestión que a uno le gusta, además de servir de plataforma para encontrar ofertas de trabajo.

Sin embargo, dos jóvenes resaltan la importancia de la presencia física para buscar trabajo, desplazando la importancia de las TIC en este sentido, y cuatro ahondan en dos problemas estas pueden suponer en relación al empleo: por un lado, hacen notar la existencia de ofertas falsas de trabajo y, por otro, acusan a las tecnologías de llevar a la pérdida de puestos de trabajo para las personas.

TIC para la mejora económica

Por último, los jóvenes relatan su percepción general de la utilidad o inutilidad de las TIC para mejorar económicamente y ascender en la escala social y, en algunos casos, su uso personal de las TIC en este sentido. Solo tres personas ligan las TIC a la posibilidad de sufrir un perjuicio económico al generar un espacio propicio para las estafas o los fraudes. Así, estos estudiantes subrayan los riesgos de algunas plataformas y la falta de confianza que algunas de estas les despiertan.

En cambio, la mayoría considera que, en general, las TIC pueden aprovecharse para mejorar en sentido económico, si bien varios niegan utilizar personalmente las TIC con este objetivo. En concreto, en términos generales señalan distintas posibilidades de contribución de las TIC a la mejora económica: además de señalar la posibilidad de generar contenido y ganar dinero con ello, como un estudiante relata refiriéndose, en concreto, a YouTube, muchos consideran que las TIC constituyen una fuente de información valiosa para montar negocios y emprender, así como proporcionan una plataforma donde se puede acceder a conocimientos útiles a través de tutoriales. También, pueden servir como fuente de consejo y ayuda para administrar el dinero.

En el plano personal, los dos temas que más aparecen en relación a la capacidad de las TIC para ayudar en el ascenso socioeconómico,

son su uso para el turismo y para vender productos *online*. Varios estudiantes comparten cómo usan las redes sociales e Internet para promocionar un negocio relacionado con el turismo, y otra gran cantidad de jóvenes explica cómo han vendido productos a través de Internet y el beneficio que han conseguido a través de ello, en alguna ocasión a través de una tienda virtual. En concreto, tres estudiantes explican cómo venden ropa y obtienen ganancias por ello, y una se refiere a la ayuda que esto le supuso durante la pandemia por coronavirus:

«Sí, claro que sí, porque yo conozco una persona, bueno una compañera, que quizá la entrevistaron, no sé. Ella tiene una tienda *online* y le va muy bien, y puede ser un... eso es una forma de ingreso a su familia y en los últimos meses, no sé, en la pandemia las tiendas *online* han sido de gran ayuda y yo he encontrado... y hay muchas personas que no tenían un trabajo físico, que *online* lo tienen y le va mucho mejor que un trabajo físico» (LC18J).

Además, un estudiante considera que las TIC le ayudan a mejorar su capacidad de compra y de decisión, ayudando a la persona a que no sea víctima de estafas en las compras. Otra afirma que las TIC han supuesto para ella un apoyo y facilitador en el proceso de emigración para conocer los trámites y procesos por los que ha de pasar.

4.5.1.3. Domingo Savio

4.5.1.3.1. Bloque 1: Efectos de la digitalización en las relaciones interpersonales y en la construcción social o comunitaria de estudiantes dominicanos en contextos de vulnerabilidad

Finalidades comunicativas/relacionales del uso de TIC y redes

Al analizar los datos obtenidos en Domingo Savio por algunas variables, se obtienen diferencias estadísticas significativas solo para el sexo,

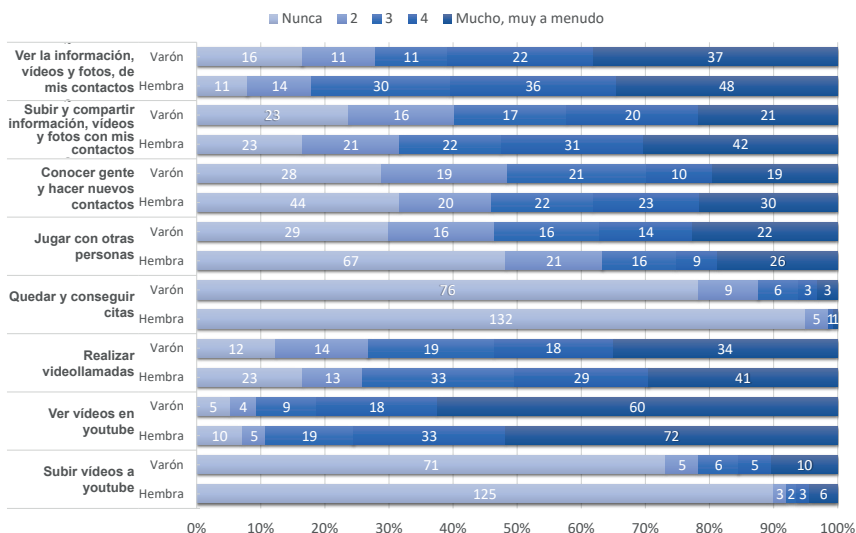
pero no para la edad, el curso o el tamaño del grupo familiar de convivencia (Tabla 4.7).

Tabla 4.7. Usos comunicativos/relacionales de las TIC en función de sexo, edad, curso y número de convivientes en el hogar (Domingo Savio)

		Jugar con otras personas			Quedar y conseguir citas		Subir videos a YouTube	
		N	Mediana	p25-p75	Mediana	p25-p75	Mediana	p25-p75
Género	Varón	97	3	1-4	1	1-1	1	1-2
	Hembra	139	2	1-4	1	1-1	1	1-1
	p-valor		0,009		<0.001		0,001	
Edad	15-17	190	2	1-4	1	1-1	1	1-1
	18-20	46	1,5	1-3.25	1	1-1	1	1-1
	p-valor		0,339		0,479		0,551	
Curso	5	119	2	1-4	1	1-1	1	1-1
	6	117	2	1-4	1	1-1	1	1-1
	p-valor		0,344		0,895		0,138	
N convivientes	1-3	52	2	1-3.75	1	1-1	1	1-1
	4-6	172	2	1-4	1	1-1	1	1-1
	7 o más	12	2	1-3	1	1-1.75	1	1-1
	p-valor		0,216		0,152		0,086	

Dentro de esas diferencias por sexo, respecto a las finalidades del uso de TIC y redes, los muchachos muestran mayor tendencia que las chicas a jugar con otras personas, a quedar y conseguir citas y a subir videos a YouTube. En ninguno de los demás ítems las muchachas parecen diferenciarse de sus compañeros de modo relevante (Gráfico 4.45).

Gráfico 4.45. Usos de las TIC en función de sexo (Domingo Savio)



El aporte de las entrevistas indica una preferencia por los usos lúdicos de las redes (48), por encima de los educativos y comunicacionales. Dentro del entretenimiento, la visualización de videos es la actividad más indicada, con 18 alusiones, seguida de ver fotos o publicaciones (5), jugar y atender a diversas aficiones (5 cada una) y escuchar música (2). Hay algunos estudiantes que señalan un uso más activo, como subir videos (2) o fotos (2).

«Utilizo YouTube más que nada, porque por ahí veo... me entretengo, veo YouTube, veo novelas, mis series, uso Netflix, porque Netflix se utiliza con Internet para ver mis series, películas...entre otras cosas» (DS7Z.025).

Tras el entretenimiento, el ámbito educativo es el que recibe más comentarios (37). Además del apoyo en tareas escolares (24 comentarios), los estudiantes indican la formación para el futuro profesional (6) y la búsqueda de empleo (2).

«para buscar videos, para hacer referencias y también para dar información de lo que a mí me gusta, hablar con otras personas de otros países como...de España, México, Argentina...todas las personas que también les interesa ese ámbito del doblaje. O sea, que yo uso las redes sociales para dar más información y a ver si nosotros podemos tomar... podemos estar de acuerdo con eso de hacer ese trabajo» (DS28Z.029)]

La comunicación, con 32 referencias, la acaparan los amigos (17 alusiones), por encima de los familiares (6) y la pareja (1).

«después que vino la pandemia, la tecnología nos ayudó mucho a comunicarnos, como no podíamos estar presencial nosotros los jóvenes nos aferramos mucho la tecnología, a estar todo el tiempo en casa, extrañar personas. Comenzamos a utilizar la tecnología con frecuencia para comunicarnos e interactuar con los demás» (DS6J.045).

La siguiente categoría en número de comentarios es la búsqueda de información (23); aquí se diversifican las finalidades que detallan: variadas aficiones, incluida la política y la religión, resolver problemas propios o ajenos, o la curiosidad por la gente famosa.

«si yo tengo alguna duda con respecto a una clase, yo puedo usar la tecnología para buscarla en 10 segundos» (DS5Z.039).

Solo dos estudiantes indican la compra *online*, y la promoción del propio negocio. Un alumno añade la posibilidad de denunciar robos en línea.

«una tendencia también muy popular, que hay chicos jóvenes los cuales, algo que saben hacer, lo producen y hacen su negocio» (DS7Z.043).

Por tanto, entre las finalidades principales por las que usan las TIC los estudiantes encuestados de Domingo Savio destacan de nuevo la visualización de películas y series por encima de usos comunicativos y formativos. En la aportación cualitativa, se repiten las preferencias del cuestionario; en efecto, es el entretenimiento, alrededor de videos y fotos, la principal actividad a la que aluden. En segundo lugar, la formación profesional requerida por las tareas escolares, por encima de la necesidad de comunicación y de informarse, si bien las materias por las que se interesan son ahora muy variadas. En el entorno urbano parece que se prioriza la dimensión lúdica de Internet, en línea con las mayores posibilidades que la ciudad ofrece para el ocio y la ocupación del tiempo libre, pero con un aporte más activo en cuanto a subir contenidos, tanto videos como fotos, para compartir.

Estructura y componentes de la red social virtual

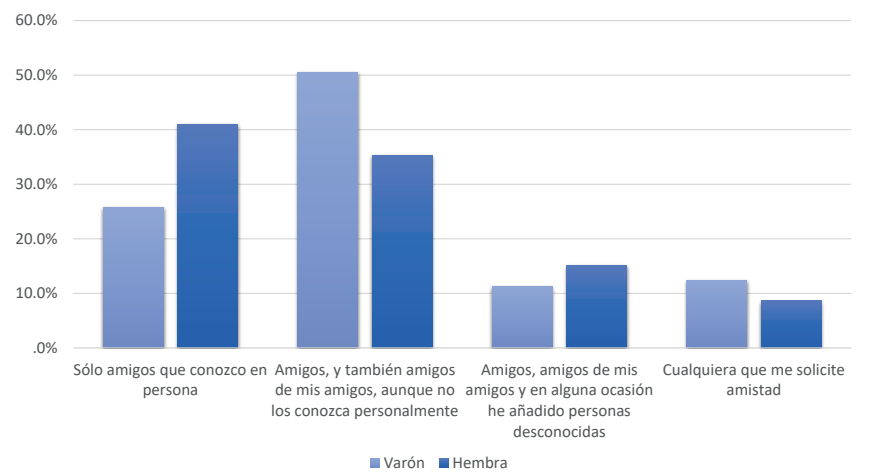
En este caso, las variables sexo y curso arrojan diferencias estadísticamente significativas, frente a la edad y el tamaño del hogar, respecto a los que las diferencias no son relevantes en lo estadístico (Tabla 4.8).

Tabla 4.8. Composición de la red social digital en función de sexo y curso (Domingo Savio)

	Género		Curso	
	Varón	Hembra	5to	6to
N	97	139	119	117

	N	25	57	41	41
Sólo amigos que conozco en persona	%	25,8%	41,0%	34,5%	35,0%
Amigos, y también amigos de mis amigos, aunque no los conozca personalmente	N	49	49	56	42
	%	51%	35%	47,1%	35,9%
Amigos, amigos de mis amigos y en alguna ocasión he añadido personas completamente desconocidas	N	11	21	16	16
	%	11%	15%	13,4%	13,7%
Cualquiera que me solicite amistad	N	12	12	6	18
	%	12%	9%	5,0%	15,4%
p-valor		,038		,046	

Gráfico 4.46. Composición de la red social digital en función de sexo (Domingo Savio)

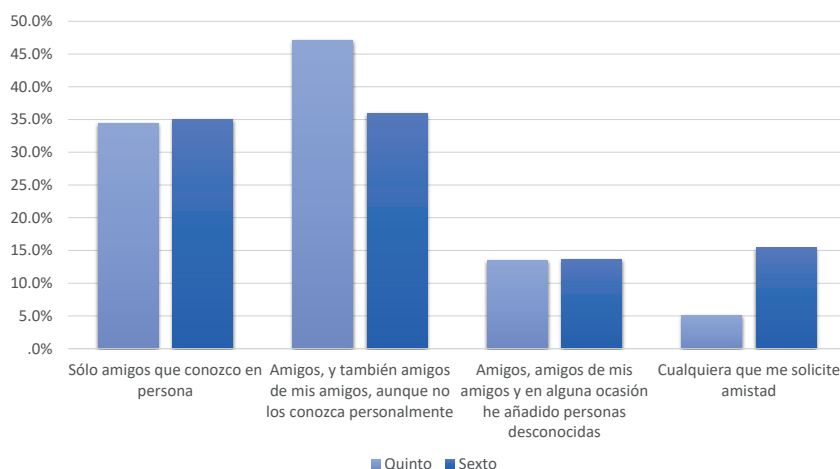


Las diferencias entre muchachos y muchachas se orientan en favor de los muchachos en cuanto a que ellos contactan más con amigos y amigos de amigos, así como con cualquiera que solicite su amistad; las muchachas incluyen más en sus listas de contactos a solo amigos

conocidos personalmente y también, aunque esporádicamente, a desconocidos (Gráfico 4.46).

Si nos fijamos en los cursos (Gráfico 4.47), las diferencias se concentran en los ítems de contactos con amigos y amigos de amigos, a favor de los de 5º frente a los de 6º; los de 6º, en cambio, tienden más que los de 5º a contactar con cualquiera que les solicite amistad.

Gráfico 4.47. Composición de la red social digital en función del curso en Domingo Savio



La parte cualitativa sitúa los contactos de las redes en la capital, e incluye sobre todo a familiares (22) y amigos (21), bastante por encima de los compañeros del instituto (8) y de los profesores (2).

La composición en detalle de esos familiares objeto de contacto virtual se distribuye sobre todo entre el padre (5) y los padres (4), la madre (3) y la hermana (3); y hermanos, tíos, tío, tía, primos y abuela reciben una alusión, igual que una madrastra y un hermanastro.

En cuanto a la relevancia que les dan a unos y otros, expresan una importancia semejante respecto a familiares (10) y amigos (9), por encima de los compañeros (2) y de la novia (1); entre esos familiares de relación virtual más intensa aparecen los padres, la madre y la hermana con tres comentarios cada uno, además de un padre y un padrastro.

El lugar de residencia de los contactos está tanto en el extranjero como en el entorno cercano (23 referencias cada uno). Los contactos con otros países se equilibran entre Estados Unidos, con 5 alusiones, y Europa, con otras 5, aunque en tres países distintos. México y Colombia solo se mencionan una vez. En cambio, son mucho menores en número los contactos virtuales que se establecen con otras ciudades de la República Dominicana (8).

El mismo número de estudiantes afirma contactar con desconocidos (2) que no hacerlo, aunque estos últimos admiten tener también gente que no conocen en sus redes, aunque no interactúen con ellos, como sí hacen los primeros sin problema.

Respecto a la relevancia de los contactos, 9 estudiantes indican que son los cercanos los más importantes, y 7 expresan las ventajas de las TIC para eliminar distancias, sobre todo con familiares lejanos. Para 4 son ambos relevantes. El contacto virtual se valora un poco más que el presencial (2 comentarios sobre el primero por ninguno sobre el segundo).

Por tanto, al interpretar estos datos cualitativos sobre la estructura de sus redes virtuales, son una vez más familiares y amigos los contactos más numerosos, también en Domingo Savio. Una minoría de encuestados reconoce contactar con completos desconocidos, algo mayor si se trata de contactos esporádicos; por lo que también en la capital el uso general de las redes indica prudencia. Los familiares mencionados en sus contactos se diversifican bastante entre el padre, la madre y la madrastra, hermanos y hermanastros, abuela, primos y tíos; con esto se manifiesta tanto la extensión del plexo familiar como la complejidad de su estructura. En este ámbito se igualan los contactos con el extranjero (a partes iguales entre Estados Unidos y Europa) y los del entorno cercano. En cuanto a su importancia, van a la par tanto amigos como familia y le dan un peso parecido tanto a los de fuera como a los cercanos. En definitiva, el uso comunicativo de Internet es variado, confiado, sobre todo enfocado al intercambio con familia y amistades, tanto cercanos como en el extranjero, donde los lazos siguen vivos gracias a las redes.

Calidad de la comunicación online percibida

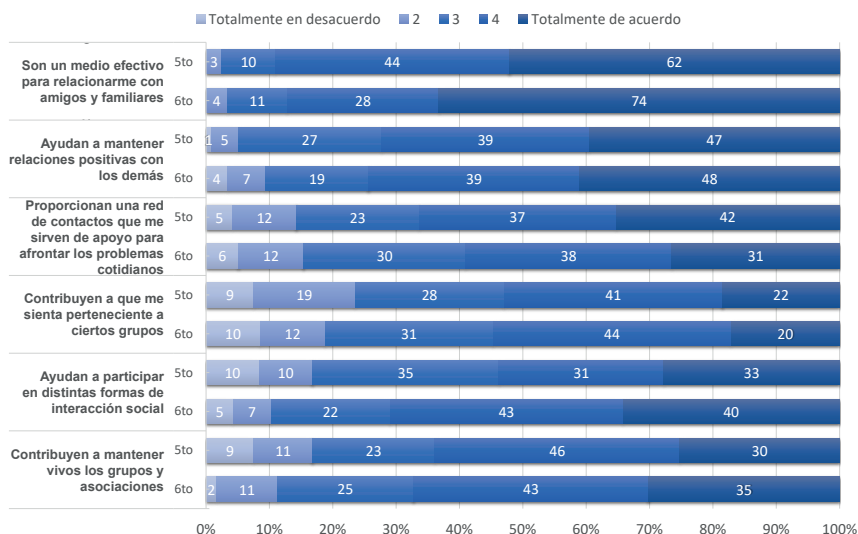
La calidad de la red social según las variables que venimos detallando solo arroja diferencias en un ítem y respecto a la variable curso (Tabla 4.9).

Tabla 4.9. Calidad de la red social digital en función del sexo, edad, curso y número de convivientes en el hogar (Domingo Savio)

		Ayudan a participar en distintas formas de interacción social		
		N	Mediana	p25-p75
Género	Varón	97	4	3-5
	Hembra	139	4	3-5
	p-valor	0,756		
Edad	15-17	190	4	3-5
	18-20	46	4	3-5
	p-valor	0,957		
Curso	5	119	4	3-5
	6	117	4	3-5
	p-valor	0,026		
N convivientes	1-3	52	4	3-5
	4-6	172	4	3-5
	7 o más	12	3	2-4
	p-valor	0,073		

Dentro de los cursos de los estudiantes, se ve en efecto que el alumnado de sexto es algo más propenso que el de quinto a pensar que las redes ayudan a participar en distintas formas de interacción social (Gráfico 4.48).

Gráfico 4.48. Calidad de la red social digital en función del curso (Domingo Savio)



En las entrevistas realizadas en Domingo Savio aparece, en línea con lo manifestado en los entornos previos, pero incluso de forma más acentuada, que son mayoría (63 comentarios) los estudiantes que no se fían de las redes, frente a los que ven en ellas relaciones sinceras (6). Los que concretan su prevención, aluden a que por las redes se establecen más cantidad que calidad de contactos (16); algunos también indican la existencia de perfiles falsos (4), o el hecho de dejarse llevar por lo que todos hacen (1).

«en las redes se ven muchas cosas que no son, o sea, las redes son como una máscara porque las personas en la realidad no son como se muestran en las redes. Hay personas que muestran una cosa en las redes, pero luego en persona son muy diferentes» (DS11Z.054).

Otros 11 comentarios muestran la ambivalencia de las redes en este campo -confían y desconfían a la vez-.

«Yo pienso que depende de la situación, depende de las personas. Hay personas que pueden mentir muchísimo por Internet, porque no tiene consecuencia, o ser muy sincero porque no le den la mayor importancia» (DS12J.097).

A la hora de referirse a las aportaciones positivas de las redes sociales, son bastantes más (91) los comentarios que las detallan. De nuevo la amistad es el aspecto más promovido por las redes (44) en la percepción de los estudiantes, sobre todo para profundizar en la amistad (22) y hacer nuevos amigos (12); también consideran que sirven para añadir conocidos (5) o intervenir en el grupo de amigos (4).

«yo pienso que los hace más profundos porque, al yo tener muchos amigos no quiere decir que tú los conozcas a todos, no vas a poder conocerlos a todos. Simplemente hablas con ellos y así se conocen mejor y así tú puedes ver si tienen algo en común y también se pueden ver en un lugar, ser amigos, y así como que la cosa va fluyendo» (DS23J.080).

Le sigue, en número de comentarios, las ventajas de tipo afectivo o emocional que traen las redes; en efecto, 16 comentarios indican las oportunidades de las redes para socializar a aquellos a quienes les cuesta el trato cara a cara (8), la posibilidad que aportan para sentirse acogido (3) o recibir apoyo (1).

«No sé, quizá porque soy un poco más reservado en persona, se me hace más fácil conversar vía Internet» (DS18J.060).

A continuación, otros señalan las posibilidades lúdicas de esas relaciones, con 13 alusiones. Estas se centran en la capacidad de generar grupos de aficiones compartidas (10) y de participar en juegos *online* (3).

«A mí me gusta dibujo, la arquitectura, baile y todo eso, o hacer algo cada rato, como salir a paseo, yo busco personas que le gusten lo mismo y podemos estar en contacto y eso no nos afecta, sino que nos hace bien, son personas que tienen el mismo pensamiento y eso si nos ayuda» (DS7Z.087).

El resto de las posibilidades que abren las TIC en relación con las relaciones se distribuyen entre su capacidad de eliminar distancias (8), sus posibilidades afectivas para formar pareja (6), y las escolares y laborales (2 comentarios cada una). En este entorno, nadie comenta respecto a los grupos con familiares en red.

«puede favorecer mucho porque eso facilita más la comunicación entre personas que viven lejos» (DS18J.052).

«Oh, mayormente se crean parejas, que se da muy habitual, los nuevos amigos y así...» (DS11Z.102).

«Y así uno se puede comunicar si no sabe algo, pregunta en el grupo o sí no sabe algo, le pregunta a la profesora, se comunica con los estudiantes y así sucesivamente» (DS25J.100).

Si ponemos el foco en la calidad de esta comunicación virtual, en Domingo Savio, además de valorar estas relaciones con los más próximos afectivamente, reconocen sus posibilidades para las relaciones positivas, de mejora de la convivencia y de apoyo y participación en distintas asociaciones. Una apertura que contrasta con la opinión mayoritaria en las entrevistas sobre la inautenticidad de los contactos virtuales en general, al considerar que es más la cantidad que la calidad lo que cuenta *online*. En este sentido, el entorno urbano puede estar influyendo en la percepción de complejidad y distancia social que promueve una mayor prevención en el juicio sobre la sinceridad de las relaciones virtuales.

Si descendemos a los beneficios que los estudiantes perciben que pueden obtener de las redes, la mayor parte se concentra en las

relaciones de amistad, que se profundizan o se amplían; añaden en un segundo lugar el apoyo emocional que ayuda a socializar y sentirse acogido, por encima de intereses lúdicos, de ventajas en acortar distancias, o de formación de parejas. Que los beneficios emocionales tengan esta importancia puede ponerse en relación también con un entorno urbano más anónimo en general de intercambios impersonales. En cambio, las relaciones de pareja parece que se benefician por las ventajas técnicas que supone el medio virtual al simplificar la mayor complejidad social.

Riesgos percibidos en las TIC para las relaciones interpersonales

En el caso de Domingo Savio, solo 7 de los 27 alumnos entrevistados aportan algún comentario en el código de autocontrol en el uso de las redes. Algunos afirman explícitamente que le dan un buen uso (2), que no suben nada personal (2), no tratan con desconocidos (2), saben cómo usar la red (1) o bloquean los contactos tóxicos (1).

«En primer lugar, yo que utilizo la tecnología para hablar con personas que tengan confianza conmigo, ya sea amigo del liceo, amigos fuera del liceo...etcétera, etcétera. Si me llega un mensaje anónimo; yo primero me informo sobre de quién es esa persona sin darle informaciones más, porque tú no vas a dar información sobre una persona sin saber quién es esa persona ni por qué motivo te escribe» (DS6Z.058).

En las categorías de efectos y usos negativos que advierten en Internet para las relaciones interpersonales, los alumnos de la capital comentan sobre todo problemas de robos de identidad y engaños (36). Dentro de este campo destacan los perfiles falsos (19), el robo de información personal (9) y los *hackers* que te suplantan tu perfil (6). El mayor número de comentarios específicos se refiere a estafas (5).

«Sobre todo, datos personales, porque a veces uno entra en alguna página y le piden los datos y uno lo pone y usted no sabe qué va a pasar con tus datos» (DS10Z.032).

El segundo grupo de comportamientos negativos aludidos se engloba en las lesiones a la intimidad (27), bien por subir fotos sin permiso (6), insultar o amenazar (4), filtrar conversaciones (4), difundir información privada (3), o videos íntimos (3), además de peticiones de fotos íntimas, bromas y ofensas de menor transcendencia.

«en Twitter se han usado tanto que hay muchas personas que no toman bien la opinión de otro...crítica... que es sacar la información personal de una persona. Entonces yo digo que ese es el punto malo de que están usando de las redes sociales. También de las personas tóxicas que solamente están insultando porque su opinión no es igual a la de otro» (DS28Z.039).

En la tercera categoría del deterioro de relaciones encontramos 24 comentarios, que se distribuyen entre la mala interpretación del mensaje (9), las discusiones (8) y el aislamiento y la dependencia que suponen las redes (7).

«A través de las redes se pierden más los sentimientos, el afecto de la persona. Mayormente estás perdiendo la humanidad de la persona» (DS5Z.099).

La cuarta categoría, dedicada al *bullying*, agrupa 17 comentarios, de los que 11 tienen relación con acoso o abuso. Sorprende que haya 4 menciones a secuestros, 1 al *sexting* y otra al peligro de violación.

«Hay personas que lo utilizan para hacerle daño a otras personas, usando las redes sociales le hacen *bullying*, a los chicos le hacen *bullying* por las redes sociales, la vergüenza...

Hay otras personas mayores que pueden secuestrar a niños, porque a veces, si el niño no tiene conocimiento de cómo usarlas, hay personas que lo usan para lo que es el maltrato, porque hay personas que maltratan físicamente, lo graban, lo suben a las redes sociales y ahí, a la persona le hacen *bullying*» (DS7Z.035).

Finalmente, la salud engloba 13 comentarios que hacen alusión a la depresión (4), el suicidio (4), y referencias puntuales al deterioro de la vista, el dolor de cabeza, la obesidad o el daño emocional.

«puede crear un joven con baja autoestima y sería también asocial, porque muchas personas hoy en día solamente llegan a su casa, se quedan con sus teléfonos...esos aparatos así, y provocan que muchos tengan obesidad o también de...o también sufran desnutrición» (DS2J.012).

Solo un estudiante indica la exposición o consumo de contenidos inapropiados, de pornografía, concretamente; y otro añade su perjuicio para el estudio.

«nos enfocamos mucho en la red...y pasamos ahí todo el tiempo y eso nos afecta. Podemos caer en depresión, podemos ver algo que no queremos...» (DS23Z.067).

Un dato interesante es que, de todas estas menciones negativas, 18 comentarios tienen que ver con experiencias cercanas y 8 con experiencias personales.

«Bueno, yo tenía una compañera que utilizaban el Internet simplemente para hacerle *bullying*, *cyberbullying* ... - Y eso le afectaba mucho a ella, entonces, el que hacía eso, lo hacía de manera como...para broma o algo así, pero a ella le hacía daño» (DS21Z.053,055).

«Con mi amigo, fue que...yo subí una foto sin que él supiera... no salía ni que tan bien, él no le gustó como se veía,

entonces se tiró conmigo y hubo una enemistad. No fue para siempre, pero hubo una enemistad temporal, vamos, por una semana, dos semanas» (DS19J.090).

Por tanto, respecto a las desventajas percibidas por los estudiantes en las TIC para las relaciones, los jóvenes sitúan en primera posición el robo o suplantación de identidad, en concreto las estafas. Además, son pocos los estudiantes que mencionan directamente su capacidad de controlar un uso adecuado de Internet. Este alumnado de ciudad resalta los peligros de los *hackers* y el robo de datos personales. Un segundo número de comentarios se refieren a las lesiones de la intimidad, aunque muy diversificadas y no siempre graves, sobre todo subir fotos sin permiso. El deterioro de las relaciones se centra en los malentendidos y discusiones por encima del aislamiento. El *bullying* recibe algunos comentarios, sobre todo por experiencias cercanas de acoso, que ya se indicaban en la difusión de intimidades sin permiso. En este entorno, los secuestros alcanzan el mayor número de alusiones, así como problemas graves de salud como la depresión o los suicidios. Puede que el entorno urbano dé mayor publicidad a comportamientos especialmente lesivos como los mencionados, pero también facilita sentir como cercanos esos problemas, pues así se indica por parte de estos estudiantes (hasta 26 veces, respecto a diversos riesgos).

4.5.1.3.2. Bloque 2: Efectos de la digitalización en el proceso formativo de los estudiantes dominicanos en contextos vulnerables

Percepción sobre las oportunidades y amenazas de las TIC para el aprendizaje y la formación (pregunta 20)

En cuanto al grado de acuerdo en función del sexo, edad o curso, no se encontraron diferencias significativas en los jóvenes de Domingo Savio respecto a la contribución de las TIC a la formación, pero sí se observa que los participantes que viven en hogares con mayor número

de convivientes muestran menor grado de acuerdo en considerar las redes sociales e Internet como un medio efectivo para formarse y aprender (mediana=3.5 y rango intercuartil RIQ=3-4.75, vs mediana=5 y RIQ=4-5, p-valor=0.014). La Tabla 4.10 y el Gráfico 4.49 así lo demuestran.

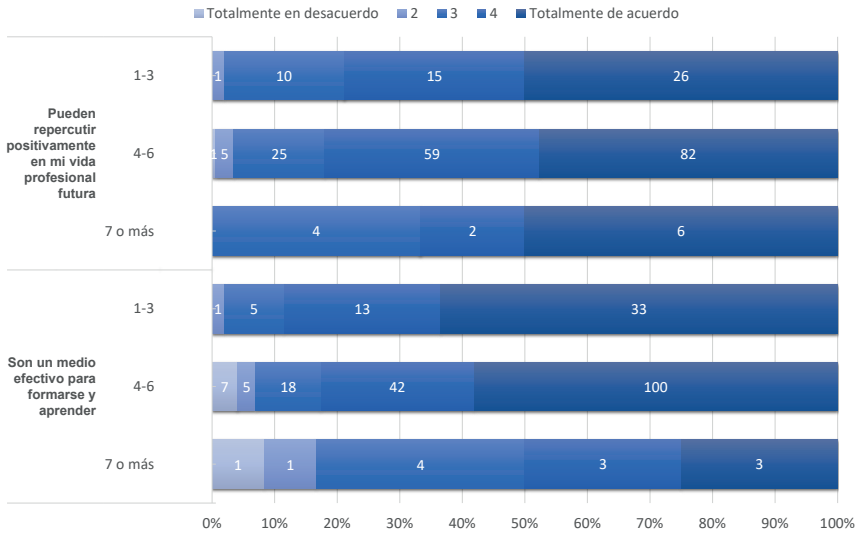
Tabla 4.10. Las TIC para la formación y profesión en función del sexo, edad, curso y número de convivientes (Domingo Savio)

		Pueden repercutir positivamente en mi vida profesional futura				Son un medio efectivo para formarse y aprender		
		N	Mediana	p25-p75	p-valor	Mediana	p25-p75	p-valor
Género	Varón	97	4	4-5	,768	4	4-5	,631
	Hembra	139	5	4-5		5	3-5	
Edad	15-17	190	4	4-5	,471	5	4-5	,585
	18-20	46	4,5	4-5		5	4-5	
Curso	5	119	4	4-5	,895	5	4-5	,392
	6	117	4	4-5		5	4-5	
N convivientes	1-3	52	4,5	4-5	,947	5	4-5	,014
	4-6	172	4	4-5		5	4-5	
	7 o más	12	4,5	3-5		3,5	3-4.75	

Los jóvenes de Domingo Savio subrayan en las entrevistas que en Internet pueden encontrar distintas explicaciones ante un problema o duda: «Si no entiendo, te vas a Internet, te lo puedes explicar porque hay muchos resultados» (DSS10J), y el valor que suponen para quienes no tienen acceso la educación: «Y aquellas personas que no tienen, no pueden, no tienen la posibilidad de ir a una escuela, esa misma persona puede cubrir sus clases por medio de la tecnología, porque ahora mismo hay muchos profesores que suben contenido, ellos enseñan a otras personas» (DSS4Z). Los jóvenes aprenden de otras culturas

a través de las TIC y a cómo enfrentar situaciones de riesgo: «la tecnología, eso te ayuda a tú sobrellevar algo, a tú tener conocimiento y reacción» (DSS4Z).

Gráfico 4.49. Las TIC para la formación y profesión en función del número de convivientes (Domingo Savio)



Además, comparan las bondades de Internet con relación a los libros: es más económico conectarse que comprar libros, además de que se accede a la información de una manera más rápida y esta percepción se hace evidente en la siguiente frase textual:

«Ayudan demasiado: porque antes, cuando no había mucha tecnología en el país, se usaban los libros y usted sabe que es un problema buscar cada información en cada libro porque quizá el libro tenga demasiadas páginas y es difícil encontrar la respuesta o lo que necesitas para completar tus tareas» (DSS13Z).

Igualmente refieren a las diferencias generacionales con sus padres o profesores, quienes tenían que desplazarse a las bibliotecas, mientras que ellos obtienen el conocimiento desde sus casas a través de sus móviles:

«Sí, porque mis padres me hacían cuentos para cuando ellos estudiaban, para buscar información debían caminar hasta 5 km a una biblioteca a buscar información para poder hacer la tarea. Ahora no, ahora tú desde tu propia casa puedes buscar información y la información abunda en Internet» (DSS6Z).

Como contraparte, señalan que tienden a distraerse al estar pendientes de los «likes» o también porque están permanentemente visualizando la actividad de sus amigos en las redes sociales: «El Internet siempre le distrae mucho la mente a la persona, a los estudiantes» (DSS10J), a lo que añaden: las TIC pueden convertirse en una adicción con consecuencias como pérdida de sueño y de la noción del tiempo, ruptura y aislamiento social y familiar:

«En un pasado sí. Yo era... muy... ¿cómo le digo? Yo tenía un vicio masivo con lo que era las redes sociales, yo lo que era dormirme a las 3:00 h de la mañana, estar despierto con el teléfono... siempre era así, no sé, eso... cuando venía a la escuela, o sea, yo tengo que levantarme a las 6 y me acostaba las 3, a las 02:00 h de la mañana... entonces eso me dejaba la mente... siempre estaba aquí durmiendo» (DSS10J).

En sus palabras, las TIC por sí mismas no son perjudiciales, pero sí lo es su uso inadecuado: «Hay muchas personas que no utilizan las tecnologías de la información de manera adecuada» (DSS6J).

Implicación personal de los estudiantes en cursos de formación online (pregunt 21)

Si comparamos las respuestas por grupos a la pregunta de si han realizado algún curso *online* en los últimos tres meses, según las características de los participantes como sexo, edad, curso y número de convivientes, no encontramos diferencias estadísticamente significativas.

4.5.1.3.3. Bloque 3: Efectos de la digitalización en el control del entorno (político y material) de los adolescentes dominicanos en situación de vulnerabilidad

Usos políticos de las TIC

En Domingo Savio, los usos políticos de las TIC son de nuevo muy limitados: no hay apenas usos activos de difusión y denuncia de cuestiones políticas (4,66%), ni se suben a las redes cuestiones de este tipo (3,39%), aunque sí se percibe interés por las informaciones de actualidad (73,30%), como ocurría en Dajabón, si bien en Domingo Savio este interés es aún más claro, situándose este entorno en la primera posición en este respecto.

No se aprecian diferencias significativas si se analizan los datos en función del sexo, edad, curso o número de convivientes.

TIC y capacidades básicas

En este entorno urbano, es el conocimiento y defensa de los derechos la capacidad básica más señalada por los estudiantes como lograda a través de las TIC, seguida de cerca por el poder jugar, entretenerse y disfrutar, en segundo lugar, y por el desarrollo de sus sentidos, imaginación y pensamiento, en tercer lugar. Por último, aparece la cuestión de que las TIC contribuyen a mejorar su esperanza de vida.

Como en el resto de localizaciones, son pocos los jóvenes de la capital los que consideran que las redes les ayudan a mantener una buena salud física o a encontrar un trabajo, siendo estos los ítems con los que

menos estudiantes expresan estar de acuerdo o totalmente de acuerdo. Se intuye que las causas de esto, de nuevo, radican en la juventud de los estudiantes, que hace que todavía no se hayan implicado personalmente en la búsqueda de empleo, ni la salud propia constituya una cuestión de especial preocupación para ellos.

Si estos resultados se analizan en función del sexo, edad, curso y número de convivientes en el hogar, se observa que el sexo es la única variable que produce diferencias significativas.

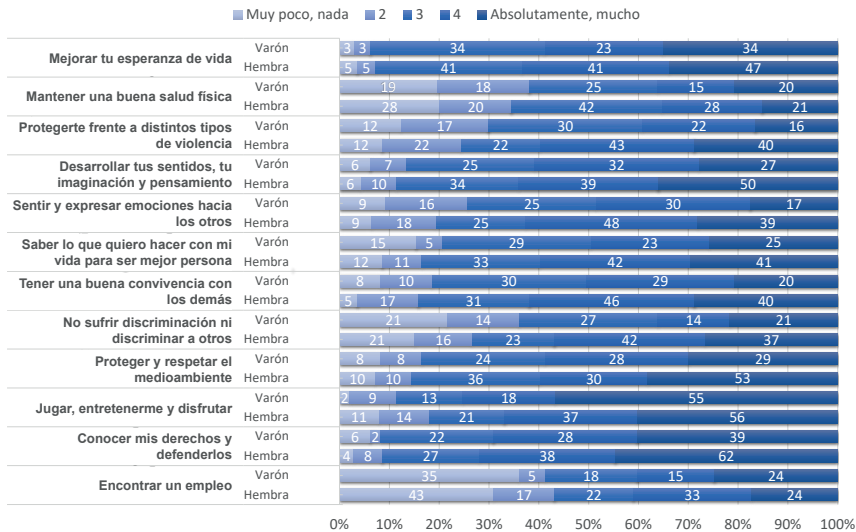
Tabla 4.11. TIC y capacidades básicas en función del sexo, edad, curso y número de convivientes en Domingo Savio

		Protegerse frente a distintos tipos de violencia			Sentir y expresar emociones hacia los otros		No sufrir discriminación ni discriminar a otros		Jugar, entretenerme y disfrutar	
		N	Mediana	p25-p75	Mediana	p25-p75	Mediana	p25-p75	Mediana	p25-p75
Género	Varón	97	3	2-4	3	2-4	3	2-4	5	3.5-5
	Hembra	139	4	3-5	4	3-5	4	2-5	4	3-5
	p-valor		0,009		0,026		0,024		0,017	
Edad	15-17	190	3,5	2-4	4	3-4.25	3,5	2-5	4	3-5
	18-20	46	4	3-4	3	2.75-4	3	2-4	5	3.75-5
	p-valor		0,602		0,273		0,444		0,208	
Curso	5	119	3	2-5	4	3-5	4	2-5	4	3-5
	6	117	4	2-4	4	3-4	3	2-4	4	3-5
	p-valor		0,911		0,087		0,263		0,799	
N convivientes	1-3	52	4	2-4	4	3-4	3	2-4	4	3-5
	4-6	172	3,5	2-5	4	3-5	3	2-5	4	3-5
	7 o más	12	4	3-4	4	3-4	3,5	2.25-4	4	2.25-5
	p-valor		0,902		0,905		0,913		0,268	

En concreto, estas diferencias significativas se dan respecto a los siguientes ítems: las mujeres perciben que las TIC les ayudan más a protegerse frente a la violencia, a sentir y expresar emociones y a no sufrir discriminación ni discriminar.

En cambio, los hombres expresan que las TIC les permiten jugar, entretenerse y disfrutar significativamente más que a las mujeres (Gráfico 4.50).

Gráfico 4.50. TIC y capacidades básicas en función del sexo (Domingo Savio)



Estas diferencias se encuentran también en los otros contextos geográficos, por lo que parece que el sexo resulta más determinante para ellas que la localización.

Concepción del derecho

Los estudiantes entrevistados en Domingo Savio relacionan el derecho con cinco ideas.

En primer lugar, 7 se refieren a la *libertad negativa* de poder actuar sin interferencias. Como ejemplos, DS7Z alude explícitamente a la ausencia de obstáculos para actuar; DS13Z, a «no estar condicionados

por la opresión»; DS9J, a la «facilidad de hacer cosas», o DS10Z, a «lo que yo puedo hacer». La idea de respeto se vincula con esta concepción:

«Los derechos es algo como que cada quien debe de respetar de una persona, sea, si tú dices que no quieres hacer algo, nadie puede obligarte porque debe de respetarte tu decisión» (DS22J9).

Esta visión se resume muy bien en las palabras de DS7Z, que expresa en términos espaciales lo que significa el derecho a través del concepto de «amplitud»:

«El derecho es amplitud, es aventura a la democracia, a tener libre expresión, hacer lo que te guste sin que nadie te prohíba eso» (DS7Z).

Algo semejante se encuentra en DS13Z:

«Todos tenemos derecho a la vida, a comer, a hacer [NO SE ENTIENDE], a tener nuestro propio espacio. O sea, cosas para poder sobrevivir, o sea, no estar condicionados por la opresión quizás...por no ser libres. O sea, tenemos derecho a vivir la vida básicamente, todos los derechos son para poder mantener un buen funcionamiento de las personas, todo para mantener estable la vida de las personas» (DS13Z).

Con seis menciones aparece, en segundo lugar, una cierta asociación de la idea de derecho a la *libertad positiva* por la que la persona es capaz de desarrollar la vida que quiere y vivir conforme a aquello que considera valioso. Así, un estudiante explica que el derecho es lo que «impulsa» a la persona y representa «un empuje para lograr lo que quieres»:

«Entonces, el derecho es lo que te impulsa, lo que te hace tú lograr algo, sin que nada te imponga. Tú tienes derecho a trabajar, pero las personas no te dejan ejercer tu derecho, que es trabajar, tú no puedes salir adelante, porque no

puedes lograr lo que quieres...entonces esto es el derecho, es ese empuje que te deja» (DS7Z).

DS26Z lo relaciona con la propia autenticidad u originalidad de la persona, por la que esta encuentra su «propio camino de ser» (DS26Z):

«Derechos para mí es como tener tú propia expresión, tener tu propio camino de ser, tener como... ser auténtico, ser original; esto es derecho para mí, que tú puedas hacer lo que usted quiera» (DS26Z)

Otros tres estudiantes expresan una idea semejante al asociar el derecho con la identidad propia y con el tener un nombre:

«Una persona sin derechos es una persona sin identidad» (DS5Z)

«Para mí los derechos son como cosas que tenemos... ¿Cómo se dice? ¿cómo se diría esa palabra? Son las cosas como que nos identifican físicamente y temporalmente también, las cuales nosotros tenemos... los derechos...son como que nosotros los tenemos ya inculcados, es como que ya están ahí y nosotros podemos hacer» (DS23J).

«Bueno, tener derechos es muy importante para uno mismo. Tenemos derecho a nombre, que es obligatorio; la Constitución dice eso» (DS27Z)

Por otro lado, aparecen otras dos visiones contrastantes del derecho: 5 estudiantes (DS1Z, DS2J, DS3Z, DS12J, DS18J) expresan que el derecho es *lo que pertenece a la persona desde el nacimiento* y, por tanto, *lo que le corresponde por naturaleza*:

«Los derechos es lo que podemos hacer, las cosas que nos corresponden prácticamente... Es algo que yo tengo por el simple hecho de ser humano y de abordar la sociedad, yo creo que eso es el derecho» (DS12J)

Esta idea da lugar a valoraciones positivas del derecho como una «bendición», en tanto que es «fuente de igualdad» (DS1Z). DS18J es aún más expresivo al sostener que representan «seguros de vida»:

«Para mí los derechos son como los seguros de vida, que cada persona tiene acceso a ellos... esas cosas que a cada persona les compete como ser humano» (DS18J)

Frente a esta asociación del derecho con la naturaleza humana, cuatro estudiantes (DS6J, DS7Z, DS9J, DS19J) expresan una visión más positivista del derecho como *algo que se adquiere o que es otorgado en tanto que se es ciudadano de un país*:

«Lo que te conviene como ciudadano de un país» (DS9J)

Por último, 5 estudiantes (DS14J, DS16Z, DS4J, DS8J, DS7Z) relacionan el derecho con *las normas/reglas, deberes u obligaciones que deben cumplirse*, y algunos resaltan que estos vienen impuestos por el gobierno o instancias de poder más altas que el individuo:

«Los derechos son...son mayormente...normas...vienen siendo como reglas y normas hacia nosotros mismos... Entonces, los derechos vienen siendo beneficios propios, que nos brinda nuestro Estado, o sea, son normativas que son decretadas desde una división más alta» (DS14J)

«Los derechos son como reglas o normas que el dominicano debe cumplir, o cualquier persona, no solo los dominicanos» (DS16Z)

Solo un estudiante se refiere a los derechos como privilegios (DS18J)

Ejemplos de derechos

Respecto a los derechos más mencionados por los jóvenes de Domingo Savio, destaca por encima de todos la libertad (9) y, dentro

de esta, la libertad de expresión (5) (si bien otras como la religiosa, de movimientos o de compra son mencionadas una vez cada una). Este énfasis en la libertad de expresión aparece de forma clara, hasta el punto de que en algunos casos se responde a la pregunta por el derecho en general refiriéndose a la libertad de expresión, como hace DS28Z:

«Derecho es cuando tienes libertad de expresión, puedes hacer algo justo y también tienes derecho de quejarte de algo que está muy mal, cuando pasa algo no puedes quedarte callado y también tienes que dar tu derecho para hablar de cómo te sientes y también pues...decir cómo ha ido todo. No callarte porque el gobierno nos diga que te calles, tienes que...si te pagan por no decir nada, eso no va a comprar el daño que hizo...se lo va a pagar a los que te lo han hecho» (DS28Z).

En segundo lugar, el derecho a la vida aparece mencionado 7 veces, en una ocasión en contraste con el derecho al aborto (DS7Z), y relacionado con la vida, en 3 ocasiones se menciona el derecho a la alimentación. También 7 veces aparece el derecho a la educación. 3 menciones recibe el derecho a la vivienda y 2 a la salud. Los estudiantes también expresan aquí la importancia de la familia y el derecho a formar una propia en varias ocasiones.

Efectivo cumplimiento del derecho

Solo un estudiante (DS3Z) responde afirmativamente a que el derecho efectivamente se cumple en la realidad. El resto expresan distintas visiones respecto a su falta de universalidad. Las *diferencias económicas* son las determinantes del mayor o menor disfrute de derechos según 6 estudiantes (DS1Z, DS5Z, DS6J, DS7Z, DS11Z, DS26Z), mientras que para dos de ellos la clave está en *el conocimiento de los derechos*, sin el que estos resultan inevitablemente afectados.

Respecto a lo primero, DS11Z expresa claramente la situación:

«Los derechos en este país equivalen más por la situación económica. O sea, el que tenga más rango, el que tenga más dinero...ese es el que tiene más derechos» (DS11Z)

Lo mismo indica con otras palabras DS7Z:

«Bueno, no le veo la mentira, porque aquí como dice, por la plata baila el mono, aquí... pueden tener los derechos las personas que son de alto rango, por así decirlo, por dinero, por el dinero que tenga. O sea, no vamos a comparar que una persona de gran... de un buen estado económico, a alguien de una baja tasa económica... le vamos a poner los mismos derechos, aquí no se hace eso, aquí en República Dominicana no tienen los mismos derechos para todas las personas, dependiendo de tu situación económica» (DS7Z).

Respecto a lo segundo, dos jóvenes explican que, para lograr el disfrute de derechos es fundamental que la persona tenga un conocimiento de ellos. Sin este, como expresa DS7Z, las personas tienen miedo a las autoridades y estas pueden abusar de su poder:

«Los derechos son iguales para cada persona, la diferencia es qué tanto conocimiento tiene, dependiendo del lugar, de sus derechos, las personas. Porque podemos tener diferentes lugares donde no se conocen tanto los derechos. Entonces, ahí va a haber un abuso de poder, porque si un pueblo no conoce la mayoría de sus derechos, a diferencia de otro, en otro va a haber menos injusticias» (DS12J)

«Hay pobladores que tienen miedo a las autoridades y eso... indica que también no tienen conocimiento así, para poder reclamar tus derechos. Si tú no tienes conocimiento de cuáles son tus derechos y tus deberes, tú no vas a poder ir a nada

[Entrevistador: ¿Y por qué no tienen conocimiento?]

Pues porque son personas que no pudieron ir a la escuela, no se enfocaron mucho en estudiar, solamente se la pasan en

lo que es el barrio... que es la delincuencia, la drogadicción, la prostitución...y todo eso» (DS7Z).

En relación con estos abusos de poder que pueden surgir, cuatro estudiantes (DS5Z, DS10Z, DS16J, DS19J) mencionan la corrupción como un mal que afecta especialmente, «más en un país como este» (DS5Z), y que lleva a la ineffectividad de la justicia. DS19J explica en este sentido:

«(Se ríe) Aquí no, en algunos barrios y así... aquí, lo que es el derecho de la ley, de protección, de la justicia... aquí la policía son muy corruptos. Ellos, si le dan... los sobornan, ellos dejan el tema aparte y ellos son así... si tú le das soborno, tú le das dinero ya dejan tema; son corruptos, como que ese derecho como que no lo respetan» (DS19J).

Con el mismo tono, otro estudiante expresa el mismo problema:

«Muy poco, aquí en la República Dominicana los derechos se pierden porque... cómo te explico... aquí en República Dominicana, los derechos de aquí casi se violan todos... no sé si tú has tenido amigos aquí... que tú vas transitando libremente y te viene, te para un policía, le enseñas todos tus papeles, todos tus todos tus documentos y uf... te suben preso. Entonces, ahí están violando un derecho, que no sé si eso es derecho a la integridad física o qué, pero aquí mayormente se violan todos los derechos.

[Entrevistador: ¿Y hay corrupción?]

(Se ríe) Claro, aquí se vive de la corrupción» (DS16J).

Por esto, DS10Z apunta a la responsabilidad de los políticos para asegurar el efectivo cumplimiento del derecho, señalando también que hay «bastante corrupción»:

«Son ellos los que hacen que se cumplan esos derechos, porque ellos son los que nos gobiernan a nosotros, y a veces hasta ellos mismos los que nos quitan los derechos a nosotros» (DS10Z).

Otro estudiante (DS19J) percibe que la corrupción policial es mayor en la ciudad que en zonas rurales. A este respecto, al preguntarles por *las diferencias en el cumplimiento del derecho en función de la ubicación geográfica*, 5 jóvenes (DS18J, DS2J, DS5Z, DS13J, DS14J) reconocen que en la zona rural del país se disfrutaban de menos derechos. DS18J expresa esta visión en general:

«No sé, es que en la política siempre hay diferencias, siempre hay controversias. Entonces no tengo mucho conocimiento de eso, pero por cosas que veo, y me he dado cuenta, veo como que no hay esa equidad, entre derechos que se deben cumplir aquí en la ciudad y otros en el campo, zonas rurales» (DS18J)

Otros estudiantes concretan en qué aspectos en particular se observa esa falta de equidad. Por ejemplo, DS5Z se refiere a la dificultad de encontrar el derecho a la salud suficientemente garantizado en zona rural, así como el derecho a las TIC. DS13J explica que la conexión no es buena en estas zonas:

«Pues sí, porque se supone que todo el mundo tiene derecho a Internet, pero en el campo es más complicado eso, por ejemplo, en los campos lejos, que no hay señal, no hay cables, es más difícil de ver eso» (DS13J).

«Sí, pero es que sucede algo, que los recursos de un campo y los de aquí no son los mismos, ya que...podría decirse, tienes derecho a...vamos a decir...yo suponiendo, tienes derecho a un dispositivo digital, pero en los campos es más difícil conseguir un dispositivo que aquí en la capital,

ya que la capital mayormente es el centro de todo aquel que llega, todo primero y luego se distribuye hacia allá» (DS14J).

Ejemplos de violaciones de derechos

Entre los ejemplos de injusticias que perciben los estudiantes de Domingo Savio, se encuentran sobre todo la falta de acceso a la vivienda, mencionada en tres ocasiones (DS10Z, DS17Z, DS11Z), el problema de la delincuencia (DS7Z, DS11Z), respecto al que DS11Z se ha manifestado públicamente; a la educación (DS11Z), y el maltrato a la mujer (DS27Z):

«No se cumplen a veces lo de la vivienda, que no todo el mundo tiene una vivienda, aquí sucede mucho eso» (DS17Z).

«A veces no tanto porque hay una persona que por falta de papeles y cosas de nacimiento no se escribe a la escuela y también con los hogares, hay muchos niños y huérfanos en la calle» (DS11Z).

Percepción general de la efectividad de las TIC para reclamar derechos

Ocho estudiantes (DS6J, DS10Z, DS23J, DS28Z, DS7Z, DS4J, DS21Z, DS26Z) expresan explícitamente que las TIC representan un apoyo frente a la injusticia en tanto que constituyen una vía para denunciar:

«Exacto, sí pueden [ayudar a denunciar injusticias]. Si no escuchan a una persona física...tendrán que hacerlo... tendrán que alertar a todas las personas para que vean la verdad.

[Entrevistador: ¿Tú alguna vez te has implicado en algo? ¿has denunciado algo en tu barrio, en tu contexto...?]

No, pero he investigado cosas que...he llegado a la conclusión que hay que hacer eso. Si no te escuchan, tienes que buscar otros métodos. Como digo, nada en esta vida es fácil. Tomar una prueba o buscar también una información de esa persona que te ha agredido y buscar su historial» (DS28Z)

DS4J hace una analogía entre lo que se hace por Internet en estos casos y los carteles que se emplean en manifestaciones en la realidad.

DS7Z pone un ejemplo de denuncia en el caso del maltrato doméstico, y DS21Z explica que hay *youtubers* que se dedican a denunciar situaciones que lo requieren:

«Sí, ‘Luisito comunica’, no sé si lo conoces, Luisito comunica. Es un *youtuber* que hace videos de gente pobre gente, de gente que le hace falta el dinero. Luisito comunica es un *youtuber* que también hace contenido de los...de los países pobres y eso, también tengo de las ciudades... Sí, Capricornio TV, no sé si lo conoces, Capricornio TV; son *youtubers* que también hacen videos así de esa manera: que entran a los barrios y ven la situación y lo reportan, hacen un video, un documento...hablan de la situación que tienes en el barrio y la persona lo ve y van, y revisan y ayudan y eso» (DS21Z).

En relación con la comunidad inmediata en la que se vive, DS21Z explica cómo se usan las redes como espacio de reclamo:

«- Sí, sí puedo. Utilizamos las redes como...subir imagen de lo que hay en tu barrio junto con más miembros puede ser que sea una justicia que llega al oído del Gobierno y eso y ahí puede que lo ayude.

- [Entrevistador: Muy bien ¿y alguna vez has conocido alguna iniciativa de tu barrio, de tu zona?]

- Bueno, yo vivo en la Ciénega. En la Ciénega utilizan mucho eso, utilizan la página de Facebook para reclamar cuando hay un delito, cuando necesitan ayuda del presidente, ahí suben videos, imagen o audios hablando con imágenes» (DS21Z)

La posibilidad del anonimato es vista como un elemento positivo por tres estudiantes, que expresan que las autoridades establecen vías virtuales de denuncia cuando la denuncia física entraña alguna situación de riesgo para la víctima (DS23J) o las TIC permiten señalar problemáticas o tratar temas que no se quieren tratar cara a cara (DS8J, DS10Z).

«Pueden también denunciar personas, por ejemplo, por Messenger, porque ahí ahora está que los policías tienen redes sociales y como quieren que tal vez tú tengas miedo de ir personalmente al lugar, ellos se crearon como páginas así para que tú, de tu móvil, puedas comunicarte con ellos» (DS23J).

«Sí, porque ya ahí tú puedes poner tu opinión más fácilmente y también... anónimos, no tienes que poner tus datos...o alguna denuncia, compartirla» (DS10Z)

Frente a esto, un estudiante (DS4J) considera que la exposición de uno mismo en la red al denunciar injusticias puede ser problemática y por eso se decanta por la presencialidad:

«Yo digo de mi parte que es bueno tú ir al Departamento de Justicia, así tú dices tu situación y no tiene que ser tan pública, porque eso es lo de...lo que sucede en las tecnologías, que ya tu situación personal, cuando tú la quieres demandar, excepto las violaciones, a veces tenemos miedo de eso, entonces yo digo que mejor ir personal» (DS4J).

Otro estudiante se refiere, además, a la utilidad de disponer de acceso a un teléfono de emergencia (DS26Z).

En relación con la utilidad de las TIC para la denuncia, 3 jóvenes concretan que estas pueden emplearse para grabar evidencias de violaciones de derechos:

«Hay personas que, un ejemplo, en su barrio pasa algo, que ellos lo graban y lo mandan hacia esa... hacia esta empresa de las noticias, que ellos se dan cuenta de lo que pasa y así puedan defender sus derechos. Hay personas que a veces hacen cosas injustas y ellos lo graban y lo mandan» (DS15J).

«Por ejemplo, yo llego como... una ayuda a esa persona, esa persona se encuentra en un sitio, yo llego a ayudarla... se... no sería de buen gusto a esta persona tirarle una foto en el estado que está, pero sí para ayudarla, entonces, en ese momento se le tira la foto y hacemos un comentario... lo cual, podríamos pedir ayuda porque somos una conexión» (DS17Z).

En relación a una manifestación en contra de las pruebas nacionales educativas al concluir Bachillerato llevada a cabo por estudiantes, DS16Z explica que la tecnología jugaba un papel clave para mostrar lo que se estaba reclamando:

«Claro, a nosotros, según eso vimos... cuando hicimos la marcha, yo no estaba ahí, pero mi compañero sí, nos recomendaron que teníamos que usar la tecnología. Entonces... nos dijeron que teníamos que hacer videos y reacciones para... todos los videos de todas las escuelas, eso le llega al presidente y así ser poder escuchado, pero no...» (DS16Z).

En línea con esto, 7 estudiantes (DS3Z, DS5Z, DS9J, DS11Z, DS18J, DS19J, DS24Z) explican que la capacidad de las TIC para denunciar se debe a la difusión y divulgación que aportan:

«Sí [las TIC pueden ayudar a reivindicar derechos, a defenderlos y exigirlos] porque se puede hacer un video y

expandirlo. La mayoría de las personas lo que hacen es... se une todo el pueblo y hacen video y lo difunden por las redes sociales, las tecnologías usan de todo, ayuda mucho para la sociedad y la comunidad» (DS9J).

«Yo digo que sí también, porque hay una cosa que se puede hacer como que...recolectar firmas vía virtual. Entonces, como mayormente casi todo el mundo usa las redes sociales, se va mandando así y se va regando la voz» (DS11Z).

«Yo diría sí. Por ejemplo, por redes sociales uno puede hacer levantamientos como con *hashtags*. Por ejemplo, la libertad, uno puede subir fotos y hacer declaraciones, enviarlas a grupos... así para que se difunda» (DS18J).

«Tú puedes defender algún derecho por las redes sociales, como publicando *posts*, dando tu opinión de que tú crees de ese derecho... cosas así» (DS19J).

En concreto, DS2J explica que el aumento de la capacidad comunicativa que proporcionan las TIC ayuda para cubrir de mejor manera el derecho a la salud.

Es interesante observar que 4 estudiantes (DS12J, DS13J, DS19J, DS6J) consideran que el aporte de las TIC en la defensa frente a la injusticia está en que constituyen una fuente de conocimiento de los derechos, de modo que permiten informarse de estos. Sin este conocimiento, el derecho queda anulado.

«Sí [las TIC pueden ayudar a la gente que tiene oprimidos sus derechos a reivindicarlos], porque los mantiene informados, o sea, puede conocer más sus derechos, no solo... básicamente tiene más accesible para poder tener más información» (DS19J).

«Sí, tú puedes influenciar en un derecho por las redes sociales publicando tu opinión de qué tú crees de ese derecho, en qué aspectos te afecta, y por ahí tú puedes informarte o hacer una retroalimentación de los derechos que tiene el humano y saber la ley por la búsqueda de Internet (DS19J)

Frente a todo esto, solo dos estudiantes consideran a las TIC inútiles para denunciar violaciones de derechos (DS1Z, DS16Z) porque no se escucha la voz de las personas. DS16Z explica que ni las manifestaciones presenciales ni el eco que estas tuvieron en las redes sirvieron para acabar con las pruebas educativas establecidas al finalizar bachillerato, respecto a las que este estudiante explica:

«Nosotros consideramos que un examen no determina cuatro años que nosotros hicimos en la escuela, que fueron suficientes, trabajando duro, haciendo trabajos bonitos, haciendo muchas cosas y... entonces, nosotros queríamos quitar eso y no se nos escuchó» (DS16Z).

Implicación personal o propia en la denuncia de injusticias

Igual que sucede en el resto de entornos, las entrevistas a los jóvenes de Domingo Savio muestran que la implicación política personal de los estudiantes a través de las TIC es mínima o nula. Al menos ocho estudiantes (DS1Z, DS3Z, DS10Z, DS11Z, DS13Z, DS21Z, DS25Z, DS26Z) declaran explícitamente que no han usado las TIC en este sentido nunca. Sin embargo, unos pocos (DS5Z, DS10Z, DS26Z) sí expresan interés en ver los noticiarios y estar al corriente de lo que sucede en la actualidad. Por ejemplo, esto es lo que ocurre con DS10Z, quien afirma que «nosotros sabemos que tenemos que luchar para que tengamos como vivir... como personas», si bien luego reconoce que el uso predominante que los jóvenes dan a las TIC es de entretenimiento. Lo mismo señala DS1Z, que emplea las TIC para el entretenimiento, y no para ver ni tratar con contenidos políticos: «En realidad, yo no le presto mucha atención a eso de política, eso solamente es un medio de entendimiento para mí» (DS1Z). También DS11Z explica que se implica y participa en cosas del barrio, pero no políticas.

Las causas a las que se apela para explicar esta falta de participación son de distinto tipo, entre las que destacan la pereza, la impotencia, la preferencia por la presencialidad y el miedo a las consecuencias, siendo

esta última la razón más señalada. Respecto a lo primero, DS21Z explica:

«Sí [he pensado en tener la iniciativa para denunciar], pero a veces me da pereza. Yo tengo un canal de YouTube con 300 y pico seguidores, pero los videos que subo simplemente son de *covers*, videos...o sea, música en letra, *lyrics*.

[Entrevistador: Ajá, ¿Qué tú generas?]

No, no lo genero. Simplemente cojo un contenido de YouTube, lo edito y eso» (DS21Z).

Por otro lado, DS1Z alude a la impotencia o falta de capacidad de los jóvenes para generar cambios:

«Uno no puede, nosotros no podemos hacer nada para cambiar esa política. Son solamente ellos [los políticos] los que tienen el poder» (DS1Z).

DS24Z explica que prefiere participar de forma física y no virtual:

«No, porque yo soy una persona que sí voy a participar tiene que ser en algo que valga la pena. Y no participo por redes sociales. Pero sí en forma física, en forma visual (DS24Z).

No obstante, la razón más señalada para explicar la falta de implicación política de los jóvenes a través de Internet y las redes sociales es que ese activismo trae consecuencias a la persona o provoca que sea señalada, que sea «parte de eso» (DS21Z), algo que varios estudiantes consideran indeseable:

«Yo no suelo meterme en esas cosas, o sea, cada vez que lo veo [NO SE ENTIENDE], yo si veo la posibilidad de ayudar, quizás lo haga, pero igualmente eso trae consecuencias.

[Entrevistador: ¿Sí?, ¿cómo de qué tipo?]

Si, por ejemplo, en el barrio donde todos se conocen, si yo veo que le hacen *bullying* a una persona, o sea, si yo ayudo a esa persona, puede que hoy pase desapercibido, pero mañana puede que a mí me caiga alguna. O sea, yo tranquilo» (DS13Z).

«Bueno, yo a eso no me entro. Mira, si tú hablas conmigo, que no sea de nada de lo que está pasando, porque yo no voy a dar mi opinión, después digo algo y después dicen que uno fue que dijo... ay no, yo para eso no. No estoy en eso» (DS25Z).

«Yo las sigo, pero muy poco las comparto, sincero. Porque, o sea, como cuando tú compartes algo así, se hace parte de eso, entonces no...no me gusta mucho intervenir en eso.

[Entrevistador: ¿Por qué?]

Porque soy un poco reservado. Y eso es...como cuando tú estás compartiendo ya tienes como un deber, cuando ya lo haces mucho, que si lo dejas de hacer se hace medio incómodo, o sea, cuando te vuelves a habituar a eso. Y no quiero tener esa costumbre.

[Entrevistador: Claro, ¿prefieres permanecer al margen de la política?]

Sí» (DS21Z).

No obstante, unos pocos estudiantes (DS10Z, DS11Z, DS7Z, DS16, DS20Z, DS28Z) declaran haber denunciado alguna injusticia que les afecta en primera persona, y haber usado las TIC para ello. Es el caso de seis estudiantes, que reclaman una mejor calidad de la comida escolar, la vuelta a las clases presenciales tras la pandemia, la suspensión del examen nacional de evaluación tras la conclusión de Bachillerato, un caso de injusticia con una vecina y otro de maltrato a la mujer.

Respecto a la mala calidad de la comida de la escuela, DS20Z dice:

«Sí, prácticamente. Con la tecnología prácticamente se viene reclamando también las comidas de la escuela... es mala, entonces, para ver si podemos mejorar eso.

[Entrevistador: ¿Y lo habéis hecho a través de redes sociales?]

Sí, hemos tirado fotos y eso» (DS20Z)

DS11Z recuerda cómo los estudiantes se implicaron en una recogida de firmas virtual para lograr tener clases presenciales durante la pandemia. Al preguntarle por cómo pudo seguir educándose en la pandemia y si tenía ordenador dice:

«También eso era un problema, porque en ese tiempo yo no tenía *laptop* todavía, entonces en la técnica que yo estoy, se basa en eso, porque es el desarrollo de aplicaciones y fue un caos, sí...tuve que buscar datos prestados y así para poder aprobar el curso» (DS11Z).

Respecto a la denuncia de la prueba educativa nacional al final de Bachiller, dos jóvenes explican su implicación:

«Sí, hubo un pequeño problema con eso de la prueba nacional.

[Entrevistador: Cuéntame un poco, que no sé a qué te refieres de la prueba nacional]

Eso es una prueba que hace como el gobierno para...o sea, es como para medirnos a los estudiantes que estamos terminando el bachiller. Entonces, ellos no nos la hacen por saber si usted aprendiste, sino que lo hacen para...si tú no pasas la prueba, tienes que repetir el año. Entonces, veo eso una injusticia porque una simple prueba no puede hacer como que uno repita todo de nuevo. Entonces hicimos como una pequeña...una pequeña denuncia sobre eso, y todos los estudiantes que estamos compartiendo, mandándosela a personas del Twitter y cosas así» (DS10Z).

«Por ejemplo, nosotros los de sexto, hicimos una marcha en contra de las pruebas nacionales. Nosotros nos reunimos de diferentes escuelas, hicimos una marcha allá en el Ministerio y no se le escuchó a ninguno de los jóvenes. Una marcha grandísima. Porque nosotros consideramos que un examen no determina cuatro años que nosotros hicimos en la escuela, que fueron suficientes, trabajando duro, haciendo trabajos bonitos, haciendo muchas cosas y... entonces, nosotros queríamos quitar eso y no se nos escuchó» (DS16Z).

Respecto a un conflicto entre vecinos, DS28Z recuerda cómo usó las TIC para lograr justicia:

«Pues bueno, yo recuerdo que gracias...con mi papá, mi mamá, pudimos por el medio de las redes, pudimos denunciar a una persona, una antigua vecina nuestra porque hacía muchas cosas injustas» (DS28Z).

Y DS7Z se refiere a su apoyo a través de las TIC en un caso de maltrato a una mujer.

Sin embargo, en la mayoría de los casos en los que se hace algún uso político de las TIC, este está limitado a comentar, dar a «me gusta» o compartir algunas cuestiones, pero se observa que la mayoría de estudiantes no toman la iniciativa o inician propuestas para transformar las realidades limitadas que encuentran. Esta implicación más bien pasiva se observa, por ejemplo, en los siguientes casos:

«Sí, lo comparto y a veces le doy *like*, sigo a la página...porque son videos que de verdad necesitan ayuda, son países, ciudad, barrios... (DS21Z).

«Sí, con cualquier, cualquier cosa que yo vi que es una injusticia, cuando se...o los ladrones que se roban algo...uno lo comparte» (DS10Z).

TIC y comunidad local

Todos los estudiantes consideran que las TIC les ayudan a participar en la comunidad en la que viven, si bien resaltan diferentes aspectos de esta participación: en tres casos (DS3Z, DS12J, DS27Z) se refieren a la posibilidad de ayudar a otros a través de la red, si bien en uno de estos se explica que toda ayuda que se brinda en la comunidad no es gratuita, sino que busca un beneficio propio (DS12J). En segundo lugar, las TIC posibilitan comunicar (DS27Z) y participar en actividades organizadas en el lugar (DS6J, DS18J). En tercer lugar, se indica que sirven de espacio donde aportar y dar las respuestas y opiniones propias y, por último, que facilitan la realización de trámites (DS8J).

Respecto a lo primero, a la ayuda que se puede ofrecer a las personas a través de las TIC, DS27Z se refiere a la posibilidad de organizar la colecta de bienes para los más necesitados en la cena de navidad:

«En la cena de Navidad se hace muchas [NO SE ENTIENDE], entonces ahí se comentan quiénes van, quiénes no...y lo que se puede llevar, lo que se puede aprovechar para dárselo a los niños más necesitados» (DS27Z).

En relación con esta participación en la comunidad, DS12J expresa la visión de que esta se lleva a cabo desde una motivación egoísta, es decir, para la búsqueda del bien propio, aunque de esto se deriva un beneficio para todos. Es decir, si cada uno en la comunidad busca su beneficio propio, todos acaban beneficiados:

«Claro que sí, nadie hace nada gratis. Si yo voy a esforzarme por adquirir conocimientos y autoemplearme, es con un motivo de beneficio. Yo no voy a... y por eso que se... se aporta a la sociedad. Todos los aportes que se hacen a la sociedad es esperando un beneficio propio, pero el beneficio propio siempre trae un beneficio para los demás. Por ejemplo, yo quiero conseguir dinero, aprendo a programar y alguien necesita ayuda para programar algo, me contrata

a mí y si esa ayuda es un bien para todos, pues entonces ganamos los dos» (DS12J).

Entre los tres estudiantes que explican cómo las TIC permiten comunicar y participar en actividades de la comunidad, DS18J expresa cómo esta participación permite a la persona sentirse perteneciente e incluido en una comunidad:

«Yo diría que sí, porque a veces se hacen actividades de varios concursos, y con la tecnología te permite inscribirte de forma tecnológica y así hacer actividades, no poder... ¿cómo le digo? Actividades como que uno tiene que mandar un video como para... y de ahí elegir quienes pueden participar, si se califica, y así uno puede hacerlo a través de eso, y uno puede sentirse ahí incluido, en las actividades de barrio, ciudad, del país» (DS18J).

Un estudiante pone como ejemplo el uso que hace de las redes sociales para promocionar los torneos de baloncesto en los que participa para recaudar dinero:

«Por ejemplo, en el *Basket*, que se hace un torneo anual, entonces nosotros recaudamos fondos con esos torneos, recaudamos fondos y esa información, nosotros tenemos... una portada, lo cual la subimos y decimos «tenemos torneo» «cancha...» y damos como esa impresión. Ya entonces cuando las personas van entrando, se le cobra algo que sí se puede pagar y así recaudamos los fondos» (DS17Z).

Destacando el papel de las TIC como entorno de participación en el que los individuos pueden aportar sus opiniones, un estudiante destaca su contribución al intercambio de opiniones políticas:

«Sí, con la cosa de...que están diciendo de las elecciones del nuevo presidente, están diciendo si es bueno, si es malo.

Así tú...también subieron un post que tú podrías decir si te gustaba el nuevo presidente y no, muchas personas dijeron que no, muchos dijeron que sí y otros representaron por qué no decían que sí, y otros por qué no decían que no (DS23J).

Y otro (DS8J) explica cómo agilizan la realización de trámites como pedir cita médica o pagar el impuesto de circulación.

El único inconveniente que se ve en las tecnologías para participar en la comunidad radica en la necesidad de tener un dispositivo electrónico, lo cual no ocurre en todos los casos. Dos estudiantes (DS15J y DS18J) aluden a esto:

«Inconvenientes [de las tecnologías para participar en la vida pública]... no, para mí no, le explico, para mí no porque si no participan en vía tecnología, en las redes sociales, es porque no tienes un dispositivo para hacerlo. Pero, si uno tiene, sí puede participar, hay personas, algunas familias que tienen bajos recursos y como que no pueden obtener y fluir con dispositivo para poder participar» (DS15J).

«Yo diría que, bueno personas que quizás no tienen los recursos para quizás tener un teléfono avanzado, así una *laptop*... yo diría que para mí es el único problema» (DS18J).

TIC para el empleo

La percepción de la utilidad de las TIC para el trabajo es muy positiva. En concreto, los jóvenes expresan que facilitan el acceso (DS3Z, DS5Z, DS10Z, DS13J, DS20Z) -»es más cómodo» (DS13J) o «físicamente es más tedioso» (DS20Z) y evitan desplazamientos y gastos derivados de ellos (DS16Z, DS28Z). Como indica este último estudiante, «si una persona no tiene medio de transporte o no mucho sueldo para estar gastando dinero para buscar un trabajo o no buscar» (DS28Z). En concreto, 10 personas (DS2J, DS4J, DS6J, DS7Z, DS8J, DS9J, DS19J, DS23J, DS25J, DS27Z) señalan que Internet y

las redes sociales facilitan el acceso al trabajo porque constituyen una plataforma en la que conocer ofertas:

«Sí, sí porque siempre hay personas como que suben, a lo mejor, como que necesito una persona que me limpie, una persona que me lave y también aparecen algunas páginas que...sobre...sobre márketing aparecen y sobre...también sobre...cómo se dice...secretaria. Y muchas páginas que tú puedes preguntar si tienen un puesto, que lo ponen, te lo dicen, se ven personas, te contratan...y así» (DS23J).

«Sí, hay muchas páginas de empleo, como páginas amarillas, buscarempleo.com, pues muchas páginas para ayudar a buscar empleo» (DS27Z).

Dos estudiantes destacan Facebook (DS6J) y LinkedIn (DS19J) como redes sociales útiles para este fin.

Además de buscar trabajo en Internet, algunos jóvenes de Domingo Savio subrayan que ellos también pueden tener la iniciativa para ofrecerse como trabajadores a través de la red, por ejemplo, como *freelancers*, como explica DS12J:

«Claro, un ejemplo porque, hay un método que yo vi que utilizaba un muchacho, que me dio risa, pero a la vez como que fue muy efectivo, él subió a «Market Place», es en Facebook, que se utiliza cuando usted vende algo en Facebook, entonces, él puso «busco trabajo» y a través de eso le acabaron tirando: ‘sí, tenemos trabajo’» (DS14J).

«Súper útiles. De hecho, yo estaba viendo que, por Internet, uno puede buscar páginas de Internet donde uno puede ofrecer su trabajo, yo creo que es *freelancer*, donde uno puede hacer su propio trabajo que uno sepa hacer. Y tú entras en estas páginas y tú ves cuáles son los trabajos que pueden ofrecerte a ti, y ahí decidir que tú quieres hacer. De hecho, yo entré a una página y yo vi que hay personas que diseñan pistas de música y las venden a distintos precios, que enseñan artes, que programan lo que tú quieren que

programen. Entonces sí, yo creo que para autoemplearse te ayuda, y para conseguir un empleo a mayor escala también, porque puedes adquirir conocimientos de ahí» (DS12J).

Además, cuatro destacan que Internet constituye una fuente de información valiosa en relación al empleo. En concreto, DS2J se refiere a su utilidad para hacer buenas entrevistas de trabajo.

Y, a diferencia de lo que ocurre en el entorno rural y de frontera, 3 mencionan que Internet y las redes sociales proporcionan información del tipo de persona que son los candidatos (DS2J, DS6J, DS14J), lo cual puede revertir en estos en sentido positivo o negativo, en función de qué datos se encuentren sobre ellos en el entorno virtual. Como dice DS14J:

«Claro, dependiendo la empresa que sea, porque hay empresas que además se fijan en el historial informático de esa persona, o sea, lo que esa persona haya hecho anteriormente».

Tres jóvenes de Domingo Savio (DS2J, DS6J, DS11Z) mencionan la facilidad que proporciona el entorno virtual para hacer contactos útiles para el empleo. Además, dos explican cómo las TIC facilitan hacer cursos que también son ventajosos para ello. Por ejemplo, DS27Z explica su realización de cursos de inglés durante la pandemia para facilitar su búsqueda de empleo:

«- Sí, cursos, cursos de inglés en pandemia incluso. Busqué unos cursos de inglés porque en la escuela...no estábamos dando inglés, porque no había profesora y me puse a buscar cursos y ahí empecé a...duolingo también entré.

[Entrevistador: ¿Hiciste alguno?]

Sí, hice muchos, pero no los pude terminar

[Entrevistador: Vale ¿por qué?]

El profesor no los siguió dando, pero ya estaba finalizando» (DS27Z).

En cambio, solo 5 personas expresan algún inconveniente en el uso de las TIC para el empleo. Un estudiante se refiere a la importancia de la presencia física al buscar trabajo y considera que «es más efectivo presencial, pero si no puedes presencial, puedes hacerlo online» (DS17Z). En relación con esto, DS15J ve un problema en la falta de conocimiento profundo de las personas a través de las redes. Y tres estudiantes se refieren a problemas más graves como el robo de datos del currículum enviado para fines ilícitos o la existencia de ofertas falsas de trabajo que causan una pérdida de tiempo:

«Ha habido muchas situaciones en la cual dan un currículum y resulta que son personas que simplemente necesitan más detalles de ti, necesitan conocerte para hacerte algo... daño, no sé o para tomar tus documentos y hacerse pasar por una persona y así abrir cuenta bancaria y eso...y hacerte meter en cosas que tú pensabas que estabas ahí» (DS21Z).

«Sí porque hay personas como que...tú buscas un trabajo y dices que lo encuentras en esa página, pero al final como que cuando tú vas a solicitar algo o a ver cómo es, como que es de otra manera, porque lo que está sucediendo es que como que las personas usan cosas llamativas para que tú lo veas, para que te llame la atención, pero cuando tú lo sabes no son nada nada nada igual como lo plantearon ahí. Como me pasó a mí» (DS23J).

En este contexto urbano, solo tres estudiantes indican explícitamente que no han usado nunca las TIC para buscar empleo (DS4J, DS5Z, DS13J).

TIC para la mejora económica

Como percepción general, muchos estudiantes de Domingo Savio consideran que las TIC constituyen un aporte para el aumento de la

riqueza, y solamente 3 declaran no haberlas utilizado nunca con este fin (DS16Z, DS17Z y DS26Z), como ocurre en este caso:

«Se podría decir que sí, que me puede ayudar a mejorar, bueno, si tienes... si le sabes dar buen uso, porque yo todavía no le he dado ese tan buen uso para que la tecnología ayude a mejorarme económicamente» (DS16Z).

En general, entre las posibilidades abstractas que abre el entorno digital para este fin, tres se refieren a la creación de contenido y hacer páginas web (DS8J, DS9J, DS16Z), otros dos a convertirse en *influencer* (DS15J, DS21Z), cinco a estudiar a través de las redes (DS9J, DS26Z) y desarrollar habilidades viendo videos (DS14J), en concreto, algunos específicos sobre cómo administrar las propias finanzas (DS19J). Como dice DS1Z, «gracias a Dios, nosotros los dominicanos, tenemos como diez profesiones sin haber estudiado» (DS1Z). Otro se refiere a la posibilidad que traen de trabajar desde casa (DS22J); DS21Z menciona una aplicación que paga por ver videos (DS21Z), y otro alude a la posibilidad que aportan de comprar productos más baratos que en las tiendas físicas (DS10Z). Algunos comentarios al respecto son:

«Claro, o sea, en el desarrollo, o sea, se le puede dar un desarrollo bastante amplio a la tecnología porque a través de esas tú puedes desarrollar habilidades de manualidades viendo videos, puedes ayudarte monetariamente con esta misma» (DS14J)

«En mi entorno yo... yo uso, a veces yo veo videos sobre como tener una administración económica para cuando yo tenga en un futuro, sí. Pero puede ser, si la persona sabe usarla... se puede informar cómo administrar económicamente sus finanzas» (DS19J)

«Bueno, hay una app, apps, que son para ganar dinero y eso, que simplemente tienes que ver videos o hacer juegos etc.

Muchas cosas, pero lo que...toma mucho tiempo, porque a veces dice «ver un video de una hora», pero no vas a estar una hora viendo un video de un gatito que está moviendo la cabeza y da un poco de pereza y aburrimiento y simplemente te aburres y lo quitas» (DS21Z)

No obstante, se percibe que la forma más mencionada en que los jóvenes de Domingo Savio utilizan las TIC para mejorar económicamente radica en vender productos o promocionar algún negocio:

«Sí porque una persona que seas... que vende productos, puede crear páginas para subir fotos del producto, videos, para promocionarlo y extender más al mercado» (DS18J).

Ocho estudiantes (DS4J, DS5Z, DS10Z, DS11Z, DS16Z, DS18J, DS23J, DS25J) se refieren a esto, que han puesto en práctica en primera persona. Algunos de ellos relatan cómo promocionan a través de las redes su propio trabajo, que compatibilizan con sus estudios:

«Haces un corte de pelo bonito, le tiras una foto y lo subo y puede haber alguna persona que le interese, te tira, por ejemplo, dónde está ubicada la barbería para venir y hacerse un corte [en la barbería en la que trabaja, a la que dice que se dedica] «normalmente, fines de semana, sábados y domingos, porque como estoy en la escuela...pero si yo llego temprano del cole y ahí aparecen dos o tres personas...» (DS10Z).

Otro estudiante que trabaja instalando jacuzzis explica:

«En Instagram, tengo una plataforma mía, un perfil y tengo [NO SE ENTIENDE], ahí aparecen todos los jacuzzis, todo tipo de jacuzzi, todo diseño... y ahí la gente que le interese, está el número de la compañía, está el número personal, y está el número del empleado... Prácticamente ponemos cuando hay una oferta o algo, se le pone un descuento...

ahora mismo para el día de la madre, cuando estaba, había muchos descuentos y todo bajo precio... fueron mucha gente que fueron a eso»

[Entrevistador: Ah muy bien muy bien ¿y eso lo ponéis *online* no? ¿por Internet?]

Exacto, subes diferentes fotos con la oferta» (DS20Z).

Otros también cuentan cómo han hecho uso de Internet y las redes para su beneficio económico gracias a un juego con el que han ganado dinero (DS11Z), a la venta de móviles [«Y hasta vendí celulares una vez, y accesorios» (DS11Z)] o de ropa:

«Sí, porque mi mamá puso una tienda *online*, de ropas y cosas así, y yo la estaba ayudando bastante a subir la ropa.

[Entrevistador: ¿Y la promocionaste?]

Exactamente, en mis redes, redes de mis amigos, les compartía el *link* para que lo subieran a sus historias» (DS27Z).

También DS14J relata cómo un compañero del colegio desarrolló una aplicación y le pagaron:

«También desarrollando aplicaciones que es una de las técnicas de aquí, que un muchacho hizo un juego y le pagaron 500 dólares» (DS14J).

La utilidad de las TIC para el emprendimiento aparece mencionada por dos estudiantes (DS7Z y DS10Z), una de las cuales comenta al respecto:

«A mí, como le dije anteriormente, ahora hay tendencias que igual te ayudan, te enseñan como ser emprendedor, a cómo tú puedes salir adelante con lo poco que tú tienes, solamente con tus conocimientos y habilidades tú puedes salir adelante, ganar dinero y así seguir influenciando, salir a flote» (DS7Z).

Frente a esto, unos pocos estudiantes expresan reservas sobre la utilidad real de las TIC para mejorar en sentido económico. Dos (DS2J y DS14J) se refieren al elevado coste de la tecnología y a cómo se puede perder dinero cuando uno se vuelve adicto a ella y quiere comprar continuamente mejores productos tecnológicos. Uno explica que no sirven para este propósito, sino que para eso lo único que sirve es trabajar (DS24Z), otro a la posibilidad de perder seguidores y dinero, cuando la promoción a través de las redes constituye el único trabajo del que uno depende (DS4J). DS12J se refiere al problema de los engaños y estafas a través de la red:

«Claro, claro que sí. Por ejemplo, yo creo que se puede, eso se puede ver en las estafas. Las estafas, por ejemplo, donde pongan a varias personas que le dicen «invierte en esto», y «trae a amigos». Eso tiene un trabajo detrás, contratan a otra persona para que diseñe esa estructura, para crear un modelo de negocio, para que hagan la publicidad, y ahí se estafa también. O sea, es un arma de doble filo la tecnología, se puede utilizar para cosas buenas y para cosas malas» (DS12J).

Finalmente, otro estudiante alude al problema de gastar dinero en juegos (DS6J).

4.5.2. Análisis comparativos y de conjunto

4.5.2.1. Bloque 1: Efectos de la digitalización en las relaciones interpersonales y en la construcción social o comunitaria de estudiantes dominicanos en contextos de vulnerabilidad

Si comparamos las respuestas de los cuestionarios y apreciaciones de las entrevistas en los tres entornos, en cuanto a la finalidad del uso de TIC y redes, los estudiantes de los tres entornos priorizan la categoría lúdica de ver videos en YouTube, que además es la única estadísticamente

significativa a favor del entorno de Domingo Savio. La parte cualitativa así lo indica, en efecto, pues el entretenimiento -y, dentro de él, la visualización de videos- es la primera categoría aludida en Santo Domingo, frente a Dajabón y Los Cacaos, donde aparece también, pero en segundo lugar. Las entrevistas también indican otra diferencia, pues, así como los jóvenes de Dajabón ponen en primer lugar la finalidad comunicativa, hablar sin más o chatear, en Los Cacaos es la formación profesional respecto a tareas escolares o videos tutoriales, la que recibe mayor número de menciones.

En cuanto a la composición de la red social digital, los jóvenes dominicanos suelen contactar con amigos y amigos de amigos en su mayoría; son minoría los que admiten a cualquiera entre sus contactos sin conocerle de nada, y algunos más los que alguna vez lo han hecho. Sin embargo, el cuestionario arroja una diferencia significativa en el primer ítem sobre contactar solo con los que se conocen personalmente, en este caso a favor de Santo Domingo y Dajabón, muy por encima de Los Cacaos (34-33% frente a 19%). Podríamos sugerir que en la zona rural los jóvenes se confían algo más en cuanto a contactar online con quienes conocen menos. Si atendemos en esto a los comentarios cualitativos, los que más dicen no contactar con desconocidos son los jóvenes de Dajabón, algo menos los de Los Cacaos, pero más que los de Santo Domingo, aunque en general son pocos los comentarios directos, por lo que son poco comparables.

De los contactos que todos establecen, en los tres entornos destacan los familiares y amigos, por este orden, con especial relevancia en Dajabón y con apenas diferencias en Santo Domingo. En cambio, los jóvenes de Dajabón añaden a los compañeros del colegio, muy por encima de Domingo Savio, aunque también se mencionan, mientras que en Los Cacaos no hay alusiones. Los pocos profesores aludidos lo son también en las dos ciudades. El peso, por tanto, de la comunicación escolar parece mayor en el entorno urbano que en el entorno rural.

En cuanto a la composición de los contactos familiares, en los tres ámbitos se detallan entre 7 y 13 familiares distintos, si bien son 13 las categorías en la capital, por 7 en cada uno de los otros entornos. Con

esto podemos indicar la dispersión del núcleo familiar significativo, especialmente para los jóvenes de Domingo Savio.

La localización de esos contactos está en el extranjero en un gran número de todos los entornos, pero sobre todo en el caso de los jóvenes de Domingo Savio, donde se igualan con los contactos más cercanos. En cambio, son algo más numerosos los contactos de cerca en Los Cacaos, y sobre todo en Dajabón, comparados con los asentados en el extranjero. Los jóvenes de Los Cacaos mencionan pocos contactos dentro del país; los contactos dominicanos de los jóvenes de Domingo Savio son todos de Santiago, mientras los de Dajabón son los que más se distribuyen, hasta en 6 ciudades. Por tanto, los contactos de la capital se proyectan sobre todo al extranjero, los de la zona rural sobre todo a la capital, y los de la ciudad de frontera tanto hacia el extranjero como hacia el resto del país; todo esto en coherencia con los procesos habituales de concentración urbana y de migración laboral.

La relevancia que los jóvenes dan a sus contactos virtuales es similar, primero a los familiares, seguidos muy de cerca por los amigos. En cambio, es en Los Cacaos donde se da un poco más de relevancia a los contactos de fuera frente a los cercanos.

Analizando comparativamente la calidad de las redes sociales digitales de los tres entornos, los cuestionarios arrojan resultados muy similares, primando la relación con familia y amigos, ligeramente por encima de otras opciones como la mejora de la convivencia que aportan las TIC, sus posibilidades para constituir redes de apoyo, para participar en grupos y asociaciones.

En cambio, las entrevistas indican algo más de diversidad. Aunque todos los jóvenes entrevistados mencionan más la superficialidad y poca autenticidad de los contactos online, los de Domingo Savio hacen 10 veces más referencias negativas que positivas, los de Dajabón 4 veces más y los de Los Cacaos solo el doble. Es cierto que se trata de una prevención genérica, pero se puede afirmar que se muestran más reservas respecto a las relaciones virtuales en la capital que en la frontera y más que en el campo. Es una impresión solo general porque, al

preguntarles concretamente por los beneficios que generan o facilitan las redes, todos indican bastantes más aportaciones positivas.

En relación con estas ventajas que aportan las TIC, los más expresivos son los jóvenes de Dajabón y los que menos comentan son los de Los Cacaos. Todos sitúan el primer impacto de las redes en las relaciones de amistad, sobre todo en Domingo Savio, donde lo importante es que refuerzan y profundizan las amistades -como en Los Cacaos-, por delante de hacer amigos, que es la subcategoría más relevante en Dajabón. En cambio, después de los amigos, lo más mencionado en los entornos de ciudad son las relaciones emocionales, mientras que en Los Cacaos ese lugar lo ocupan las relaciones escolares, que tienen mucho menos impacto en los otros dos entornos. Por tanto, en las ciudades, sentirse parte del grupo y poder socializar es algo que emocionalmente se valora mucho, justo después de la interacción de amistad. Por el contrario, el entorno rural prima el desarrollo profesional en las relaciones por encima de las emociones, quizá menos afectadas por la despersonalización característica de lo urbano. En Dajabón, el contenido lúdico de las relaciones y sus ventajas técnicas para la comunicación tienen un peso similar y superior a lo profesional; en Domingo Savio son más numerosas las referencias a lo lúdico que a lo técnico, también por delante de las relaciones escolares.

Considerando ahora comparativamente la percepción de los riesgos que entraña el mundo virtual, la mayor razón entre comentarios y número de participantes la ofrece Dajabón, por encima de Domingo Savio y de Los Cacaos. Lo primero que llama la atención es que en la capital la categoría más mencionada es la que engloba los engaños, falsos perfiles y robos de información por parte de hackers; a continuación, sitúan los comportamientos que atentan a la intimidad por difundir contenidos personales sin el permiso del afectado. En ambos casos parece ser el núcleo personal y su vulnerabilidad lo que más remarcen los jóvenes. Así como en los otros dos ámbitos los estudiantes destacan sobre todo el deterioro de las relaciones, especialmente por favorecer el aislamiento y la dependencia, en Domingo Savio esta categoría relacional es la tercera en importancia, mencionando más los malentendidos y discusiones que ese aislarse por el uso de tecnologías.

Este resultado puede quizá apuntar a una mayor valoración del individuo y su autonomía en la cultura urbana de referencia.

En el área de frontera, tras el deterioro de las relaciones, lo que más preocupa son los robos de identidad y los perfiles falsos, por encima de los problemas de *bullying* y las lesiones a la intimidad. En Los Cacaos la relación se invierte, y es la intimidad afectada la que se destaca sobre la suplantación de la identidad. Es en el ámbito rural donde los problemas de *bullying* tienen menos menciones, lo que podría deberse a un tipo de contacto más estrecho con vecinos y conocidos, que sirven de defensa contra el acoso prolongado o el abuso que pueda pasar oculto. Quizá también por eso en Los Cacaos solo se menciona un problema de salud, la vista, mientras que en Dajabón añaden la adicción y la depresión; y en Santo Domingo los suicidios.

El número de experiencias negativas personales y cercanas que mencionan los estudiantes también es relevante. En el ámbito rural de Los Cacaos son más las experiencias vividas en primera persona que se mencionan que las conocidas en su entorno, mientras que en Dajabón y Santo Domingo los alumnos mencionan más experiencias de amigos y familiares que sufridas personalmente, y éstas son menos que las indicadas en Los Cacaos. Destacan los 5 comentarios de acoso sufrido por los estudiantes entrevistados, 4 en Dajabón y uno en Santo Domingo.

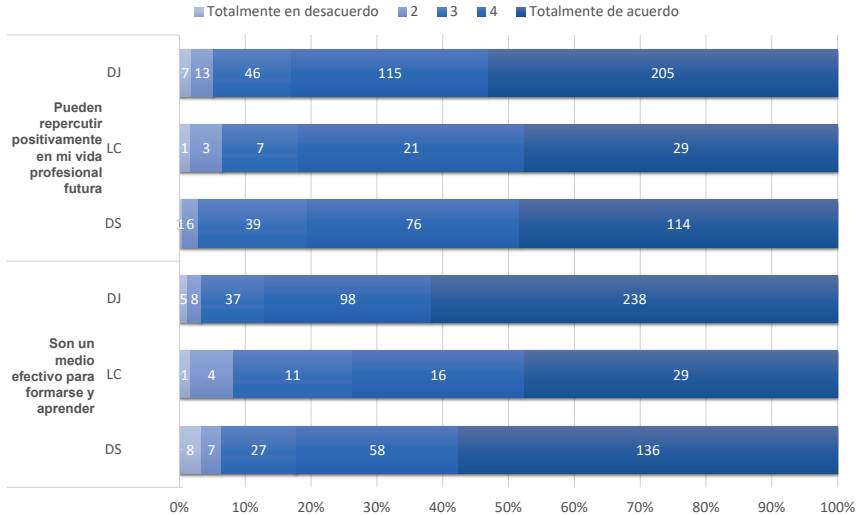
En cualquier caso, parece relevante que se mencionen cierto número de ejemplos cercanos pues avalan tanto la conciencia de los peligros como la relativa desconfianza preventiva que mostraban los estudiantes al calificar el ámbito virtual en general como no del todo auténtico.

4.5.2.2. Bloque 2: Efectos de la digitalización en el proceso formativo de los estudiantes dominicanos en contextos vulnerables

Con relación a la pregunta de si Internet y las redes sociales pueden repercutir en la vida profesional futura de los jóvenes (pregunta 20), al comparar las respuestas en función de la ubicación geográfica, se observa un porcentaje similar de estudiantes en Dajabón, Los Cacaos y Domingo Savio que están «totalmente de acuerdo o de acuerdo» (valores 5 y 4) con ello, entre un 81% y 83% ($p\text{-valor}=0.512$); mientras que son los estudiantes de Dajabón los que están en mayor grado

de acuerdo con que las TIC son un medio efectivo para formarse y aprender (pregunta 20), con un 87% frente al 82% o 74% de Santo Domingo y Los Cacaos, respectivamente (p-valor=0.034).

Gráfico 4.51. Las TIC para la formación y profesión según localización (Dajabón, Los Cacaos, Domingo Savio)



Los resultados obtenidos a partir del cuestionario (pregunta 20) se confirman también en las entrevistas, en donde no hay mayores diferencias con relación a cómo las TIC inciden de manera positiva en la formación futura de los jóvenes de los tres entornos (DJ, LC y DS). Todos coinciden en que la tecnología proporciona acceso instantáneo a una gran cantidad de información y recursos. Internet y las herramientas digitales permiten a los estudiantes explorar diversos temas, realizar investigaciones y acceder a materiales educativos que pueden no estar disponibles en los libros. Asimismo, la tecnología brinda oportunidades para que los estudiantes colaboren y se comuniquen entre sí, lo que puede mejorar sus habilidades sociales y de comunicación.

Son los estudiantes de la frontera de la localidad de Dajabón quienes se distancian de los otros dos centros educativos con respecto a la

importancia de las TIC para la formación, y esto también se ve reflejado en el aumento del número de frases textuales en las entrevistas, a la vez que la información ofrecida es mucho más detallada. Un ejemplo es la siguiente opinión en donde no solo se afirma el haber realizado cursos *online*, sino que también se comparan opciones de formación entre países:

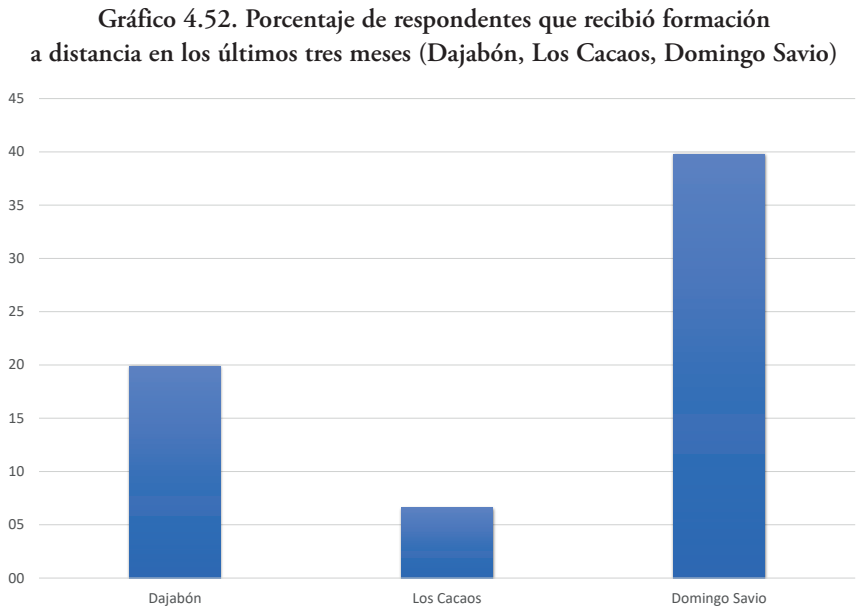
«Hay cursos que son *online*, por ejemplo, yo he hecho cursos en México, pero a través del teléfono, criminología se llama, curso de medicina forense, que eso me gusta bastante y ya al estar estudiando yo no podría viajar a México de que hacer un curso y ya que aquí en República Dominicana es súper difícil eso de criminología y como me llama la atención para un futuro, este... me atreví a hacer el curso *online*» (DJ4J).

Por otra parte, con respecto a la pregunta 21 sobre si han tomado formación a distancia en los últimos tres meses, de los tres entornos que han participado en el estudio, son los jóvenes de Domingo Savio quienes presentan el mayor porcentaje de formación a distancia, con un 39.8%; una diferencia notable ($p\text{-valor}<0.001$) con respecto al 19.9% de Dajabón y el 6.6% de Los Cacaos.

Los estudiantes de las tres localizaciones también afirman en las entrevistas que la formación online elimina las barreras físicas del aula al ofrecer una forma de conectar el contenido trabajado en clase con el mundo real. Esta modalidad de formación facilita sesiones virtuales con expertos y profesionales de diferentes campos a través de videoconferencias, ampliando así el acceso a la información y las perspectivas del mundo real.

Sin embargo, aunque los jóvenes de Domingo Savio son los que mayor puntaje han obtenido en las encuestas con relación al número de cursos online realizados, al contrastar con las entrevistas, nuevamente es el centro de Dajabón quien obtiene el mayor número de frases textuales que ejemplifican los cursos realizados, aunque los tres centros coinciden en que los cursos en inglés son los más frecuentes «Sí, por

ejemplo, hay muchas aplicaciones que... Duolingo y otras aplicaciones de inglés o de idiomas que nos ayudan mucho y la utilizo, me gusta mucho» (DJ).



Igualmente coinciden en los límites de la formación *online*, al señalar la dificultad para mantener la motivación durante todo el curso al faltar la interacción cara a cara. Este ha sido el principal motivo de abandono y en sus expresiones se puede ver de descontento:

«[Entrevistador: Muy bien ¿y qué tal fue [el curso *online*]?
No tan efectivo, pero más o menos
[Entrevistador: ¿Algo aprovechaste no?]
Sí
[Entrevistador: Vale, vale, vale ¿por qué no es tan efectivo?]

Porque me comunico mejor cara a cara no por diciéndoselo a un móvil o algún portátil, no me gusta» (DJ20Z)

4.5.2.3. Bloque 3: Efectos de la digitalización en el control del entorno (político y material) de los adolescentes dominicanos en situación de vulnerabilidad

Usos políticos de las TIC

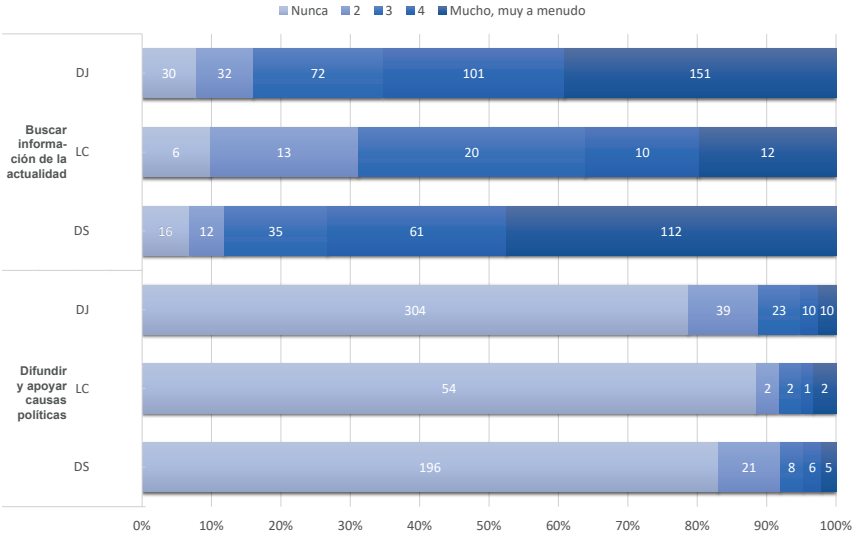
En cuanto a los usos políticos de las TIC, los estudiantes de la zona rural usan Internet significativamente menos que los de los otros contextos para informarse sobre la actualidad. En cambio, no hay diferencias significativas entre los estudiantes de los tres entornos respecto al uso activo de las TIC para la denuncia y difusión de causas políticas: en todos ellos, los estudiantes declaran que no usan apenas Internet en este sentido, dando un valor de 1 sobre 5 a este uso de la red Tabla 4.12).

Tabla 4.12. Usos políticos de las TIC en función de localización (Dajabón, Los Cacaos, Domingo Savio)

	Buscar información de la actualidad				Difundir y apoyar causas políticas		
	N	Mediana	p25-p75	p-valor	Mediana	p25-p75	p-valor
Dajabón	386	4	3 - 5	<0.001	1	1 - 1	,147
Los Cacaos	61	3	2 - 4		1	1 - 1	
Domingo Savio	236	4	3 - 5		1	1 - 1	

En el Gráfico 4.53 se puede ver la comparativa de los tres contextos.

Gráfico 4.53. Comparativa usos políticos de las TIC según localización (Dajabón, Los Cacaos, Domingo Savio)



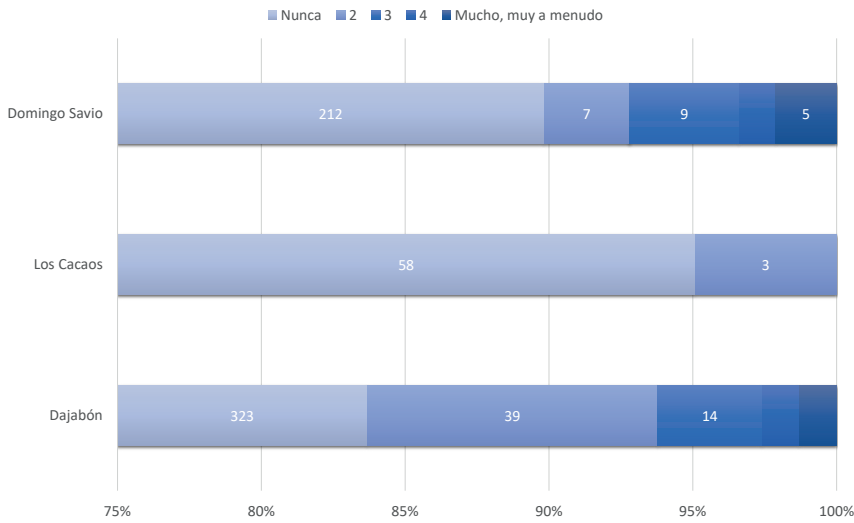
Por otro lado, aunque los contenidos que los estudiantes suben a la red no son en general, según declaran, de tipo político, se da una diferencia significativa a favor de los estudiantes de Dajabón (Tabla 4.13).

Tabla 4.13. Publicación de contenidos políticos en función de localización (Dajabón, Los Cacaos, Domingo Savio)

	Contenidos políticos			
	N	Mediana	p25-p75	p-valor
Dajabón	386	1	1-1	,016
Los Cacaos	61	1	1-1	
Domingo Savio	236	1	1-1	

En el siguiente gráfico, se observa el mayor porcentaje de estudiantes de Dajabón que publican sobre temas políticos (Gráfico 4.54).

Gráfico 4.54. Comparativa publicación de contenidos políticos en función de localización (Dajabón, Los Cacaos, Domingo Savio)



TIC y capacidades básicas

Respecto a la contribución de las TIC para el logro de capacidades básicas para una vida humana, destaca con diferencia significativa que los jóvenes de la zona rural consideran que las TIC les ayudan menos a desarrollar sus sentidos, imaginación y pensamiento que a los de los otros entornos. Lo mismo sucede respecto al juego: para los estudiantes de Los Cacaos, las TIC les sirven significativamente menos para jugar, entretenerse y disfrutar que a los de los otros lugares, así como para lograr un empleo. Es a los de la capital a los que significativamente más les ayudan las TIC en este sentido, seguidos por Dajabón y, finalmente, Los Cacaos.

Resulta notorio, también, que los jóvenes de Domingo Savio consideran que las TIC les son significativamente más útiles que a los de los otros dos contextos para sentir y expresar emociones hacia otros, probablemente por la hostilidad por la que se caracteriza frecuentemente el entorno urbano, que se compensa a través de las redes (Tabla 4.14).

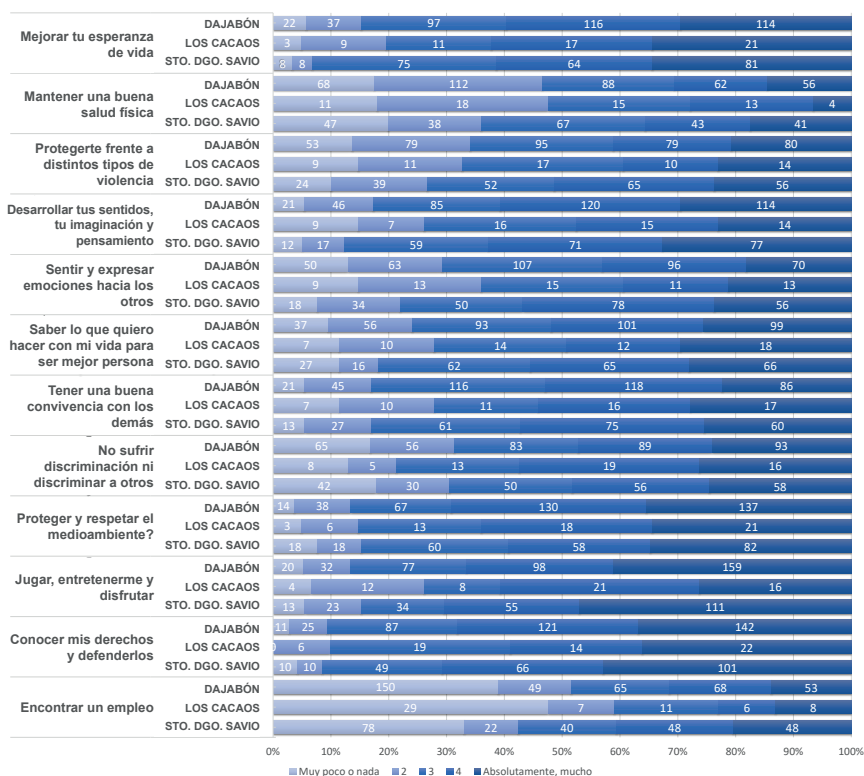
Tabla 4.14. TIC y capacidades básicas en función de localización
(Dajabón, Los Cacaos, Domingo Savio)

		N	Mediana	p25-p75	p-valor
Mejorar tu esperanza de vida	Dajabón	386	4	3 - 5	,295
	Los Cacaos	61	4	3 - 5	
	Domingo Savio	236	4	3 - 5	
Mantener una buena salud física	Dajabón	386	3	2 - 4	,190
	Los Cacaos	61	3	2 - 4	
	Domingo Savio	236	3	2 - 4	
Protegerse frente a distintos tipos de violencia	Dajabón	386	3	2 - 4	,076
	Los Cacaos	61	3	2 - 4	
	Domingo Savio	236	4	2 - 4	
Desarrollar tus sentidos, tu imaginación y pensamiento	Dajabón	386	4	3 - 5	,041
	Los Cacaos	61	3	2 - 4	
	Domingo Savio	236	4	3 - 5	
Sentir y expresar emociones hacia los otros	Dajabón	386	3	2 - 4	,004
	Los Cacaos	61	3	2 - 4	
	Domingo Savio	236	4	3 - 4	
Saber lo que quiero hacer con mi vida para ser mejor persona	Dajabón	386	4	3 - 5	,537
	Los Cacaos	61	3	2 - 5	
	Domingo Savio	236	4	3 - 5	

Tener una buena convivencia con los demás	Dajabón	386	4	3 - 4	,593
	Los Cacaos	61	4	2 - 5	
	Domingo Savio	236	4	3 - 5	
No sufrir discriminación ni discriminar a otros	Dajabón	386	3	2 - 4	,413
	Los Cacaos	61	4	3 - 5	
	Domingo Savio	236	3	2 - 4	
Proteger y respetar el medioambiente?	Dajabón	386	4	3 - 5	,350
	Los Cacaos	61	4	3 - 5	
	Domingo Savio	236	4	3 - 5	
Jugar, entretenerme y disfrutar	Dajabón	386	4	3 - 5	,026
	Los Cacaos	61	4	2 - 5	
	Domingo Savio	236	4	3 - 5	
Conocer mis derechos y defenderlos	Dajabón	386	4	3 - 5	,289
	Los Cacaos	61	4	3 - 5	
	Domingo Savio	236	4	3 - 5	
Encontrar un empleo	Dajabón	386	2	1 - 4	,012
	Los Cacaos	61	2	1 - 3	
	Domingo Savio	236	3	1 - 4	

En el gráfico 4.55 puede verse la comparativa entre los tres lugares:

Gráfico 4.55. Comparativa TIC y capacidades básicas en función de la localización (Dajabón, Los Cacaos, Domingo Savio)



Por último, llama la atención el hecho de que los estudiantes de todos los contextos (sin diferencias significativas) afirman que Internet y las redes sociales les ayudan a conocer sus derechos y defenderlos, indicando esta contribución de las TIC a sus vidas en las primeras posiciones de sus respuestas (la primera posición, en Domingo Savio, incluso por encima de «jugar, entretenerme y disfrutar»; la segunda, en Dajabón, y la cuarta, en Los Cacaos). Sin embargo, esta percepción contrasta con los usos efectivos (escasos) que hacen de la red para difundir y defender causas políticas.

Concepción del derecho

Aunque la concepción explícita del derecho de los jóvenes de Dajabón está ligada predominantemente a la libertad en los intentos de definición que ofrecen de él, en la práctica son los derechos de segunda generación, relacionados con la igualdad, los primeros que se les vienen a la cabeza a los entrevistados de Dajabón al pedirles ejemplos de derechos importantes para ellos y relatar cómo se viven en su entorno. En esto se percibe una diferencia respecto a los jóvenes de Los Cacaos, que ponen más ejemplos de derechos de libertad como derechos importantes. En Domingo Savio, también la libertad como ausencia de obstáculos es resaltada tanto en abstracto como en los ejemplos que ponen de derechos importantes.

Ejemplos de derechos

Si bien en el entorno rural y en Domingo Savio uno de los derechos más subrayados es el derecho a la vida como derecho fundamental (quizá por los problemas de delincuencia, más frecuentes de la capital), en Dajabón los estudiantes hacen mucho énfasis en el derecho a la educación, entre otros derechos sociales.

Efectivo cumplimiento del derecho

En cuanto al cumplimiento efectivo del derecho, tanto en Dajabón como en Los Cacaos se observa que hay mayor número de estudiantes que perciben que los derechos son respetados, frente a lo que ocurre en Domingo Savio. Varios de ellos incluso señalan que vivir en estas zonas rurales o de frontera representa una ventaja frente a la delincuencia de la capital, si bien otros tantos notan cómo algunos derechos como el derecho a la sanidad, a unas buenas infraestructuras, al empleo y a trabajar en lo que uno desea, o a Internet no están garantizados en la misma medida que en la ciudad principal.

Por otro lado, hay una coincidencia unánime entre los jóvenes de los tres entornos al observar que las diferencias económicas son

determinantes de la falta de disfrute de derechos. Es interesante señalar que la importancia de conocer los derechos propios es subrayada en mayor medida por los jóvenes de la capital, frente a lo que ocurre en los otros entornos, si bien en estos esta cuestión también aparece.

Ejemplos de violaciones de derechos

Respecto a las injusticias y violaciones de derechos más comunes, hay diferencias notorias entre las regiones: en Domingo Savio aparece la cuestión de la corrupción de manera notable, así como la delincuencia y la falta de vivienda. En cambio, en Dajabón el racismo ocupa la primera posición en número de menciones y el resto de respuestas se dispersan en atracos y robos, *bullying*, falta de respeto de hijos a padres, etc. En Los Cacaos el maltrato a la mujer es mencionado en varias ocasiones, y también lo hace el racismo y la falta de salarios dignos.

Percepción general de la efectividad de las TIC para reclamar derechos

En los tres contextos se observan grandes semejanzas en la percepción general o abstracta de la utilidad de las TIC para luchar contra la injusticia, y la posibilidad de denunciar y de divulgar estas situaciones aparecen en primer plano en todos ellos. Esta percepción abstracta es en general muy positiva.

Implicación personal o propia en la denuncia de injusticias

En contraste con el punto anterior, en los jóvenes de todos los entornos se percibe un uso personal o propio muy limitado o nulo de las TIC para este fin. En concreto, en Los Cacaos no se ha recogido ninguna experiencia personal de uso político de las TIC. En cambio, en la capital y en Dajabón sí que algunos estudiantes explican cómo se implicaron en alguna causa. Por ejemplo, en Domingo Savio dos estudiantes emplearon las TIC para protestar ante las pruebas de

evaluación nacionales tras terminar Bachillerato, otro lo hizo para denunciar la mala calidad de la comida en la institución educativa y otro para reclamar la vuelta a las clases presenciales tras la pandemia, entre otros ejemplos. En Dajabón destaca el uso que han dado algunos estudiantes a las tecnologías para reclamar el problema local de la basura y la contaminación del medioambiente, a veces mediados por alguna actividad escolar.

También destaca el hecho de que la falta de participación política se atribuye en la capital a las consecuencias que tomar este papel de denuncia puede acarrear al individuo. En cambio, esto no aparece en la zona rural ni en la de frontera.

A pesar de esta falta de implicación personal, en Domingo Savio y en Dajabón unos pocos jóvenes indican expresamente que sí tienen interés por cuestiones políticas de actualidad, aunque adopten un papel pasivo ante esos contenidos. Esto concuerda con los datos que se obtienen de las encuestas en ambos entornos, frente a lo que ocurre en la zona rural: los jóvenes de Dajabón y de Domingo Savio tienen interés por las noticias, pero no se implican activamente en este ámbito. En efecto, los estudiantes de Domingo Savio y Dajabón usan Internet significativamente más que los de zona rural para informarse sobre la actualidad, pero respecto al uso político activo del entorno digital no se encuentran diferencias significativas.

TIC y comunidad local

En cuanto a la contribución de las TIC para participar en la comunidad local, se observa que los comentarios y explicaciones de los jóvenes de Los Cacaos y de Dajabón son más numerosos y detallados que los que aportan los estudiantes de Domingo Savio. En Dajabón, estos ofrecen explicaciones de los problemas locales que les afectan (basura, delincuencia, problemas con la luz) y ponen ejemplos concretos del uso de las tecnologías para mejorar la comunidad (por ejemplo, a través de la labor de los comunicadores sociales locales). En Los Cacaos se observa en las respuestas de muchos entrevistados la conciencia de cómo las TIC pueden potenciar la comunidad local a través del fomento del

turismo, cuestión que aparece en muchas entrevistas, y se mencionan grupos de la comunidad de los que los jóvenes forman parte y que les sirven como medio para enterarse de lo que pasa en la zona.

En cambio, en Domingo Savio aparecen menos alusiones concretas a la manera como las TIC contribuyen a la comunidad local y solo en un caso se explica cómo se emplean para dar difusión a unos torneos de baloncesto para recaudar dinero.

Es significativo, también, que solo en Los Cacaos aparecen hasta 3 estudiantes que consideran que las TIC, lejos de contribuir a la comunidad local, pueden ser perjudiciales para ella, al provocar evasión de la realidad y una distracción que dificulta el compromiso o la falta de acción física. En cambio, en Domingo Savio el único inconveniente que aparece de las TIC para participar en la comunidad radica en la necesidad de tener un dispositivo electrónico y en el hecho de que estos no están al alcance de todo el mundo.

TIC para el empleo

En relación con las TIC y el empleo, destaca el hecho de que en Domingo Savio solo 3 estudiantes declaran no haber usado Internet y las redes sociales para buscar trabajo, mientras que en Los Cacaos y Dajabón son muchos más los que dicen no usar las redes para esto todavía (por ejemplo, hasta 9 estudiantes, en Dajabón). Esto concuerda con los resultados de las encuestas, según los que los jóvenes de la capital declaran usar las TIC significativamente más que los de los otros entornos para encontrar un empleo.

En general, la percepción de la utilidad de las TIC para el empleo es muy positiva. En Dajabón se menciona la posibilidad de buscar trabajo en otras partes del país, y en Los Cacaos se destaca la utilidad de las redes para el turismo.

TIC para la mejora económica

Por último, en relación al uso de las TIC para progresar económicamente, se percibe que hay un número considerable de jóvenes de todos

los entornos que son activos en este sentido. Así, los usos más habituales que dan a las TIC con este fin consisten en vender productos y promocionar negocios.

Si en Los Cacaos se relatan experiencias personales en este sentido en relación con la actividad turística, en Domingo Savio dos estudiantes explican cómo promocionan la barbería y la empresa de instalación de jacuzzis en donde trabajan cuando termina su jornada escolar. La venta de ropa, móviles y accesorios son las actividades más frecuentes entre los jóvenes de todos los entornos.

A pesar de la percepción general positiva de la contribución de las TIC al progreso económico que se encuentra en los jóvenes de los tres lugares, son mencionados problemas semejantes como la existencia de juegos que pueden traer un perjuicio económico, las estafas o la pérdida de seguidores y dinero al hacer depender el sustento de la persona solo de esta fuente de ingresos.

4.5.3. Análisis encuestas de contraste

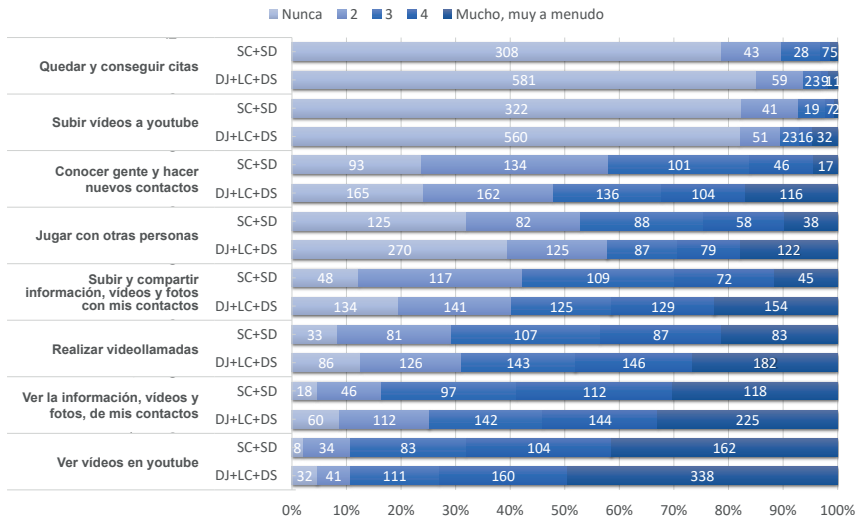
4.5.3.1. Bloque 1: Efectos de la digitalización en las relaciones interpersonales y en la construcción social o comunitaria de estudiantes dominicanos en contextos de vulnerabilidad

Finalidades comunicativas o relacionales del uso de Internet y las redes en función del nivel socioeconómico.

En cuanto al uso que los estudiantes hacen de las redes sociales (P 15), encontramos diferencias estadísticamente significativas en los ítems de «conocer gente y hacer nuevos contactos» ($p < 0,001$), «quedar y conseguir citas» ($p = 0,008$) y «ver videos en YouTube» ($p = 0,023$). Los estudiantes de las zonas de menor nivel de ingreso usan las redes mucho/muy a menudo para conocer gente y ver videos, en un 16% y 49.6%, respectivamente, frente a un 4% y 41,4% de los estudiantes de zonas de mayor nivel. Aunque es un ítem, en general de poco uso, los de mayor ingreso usan con mayor frecuencia las redes para quedar

o conseguir citas, con 21% frente al 15% de estudiantes que usan para este fin las redes en entornos más desfavorecidos.

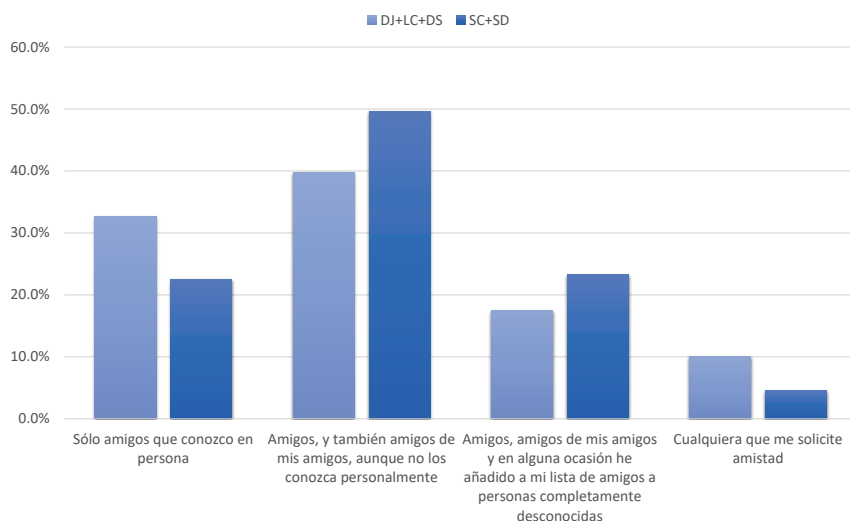
Gráfico 4.56. Usos comunicativos/relacionales de las TIC en función del nivel socioeconómico (San Cristóbal y Santo Domingo Central vs. Dajabón, Los Cacaos y Domingo Savio)



Estructura y composición de la red social digital en función del nivel socioeconómico (P 24).

El perfil de las personas que conforman las listas de amigos y seguidores difiere en función del nivel socioeconómico ($p<0,001$). Los alumnos en zonas de menor nivel socioeconómico contactan con mayor frecuencia con amigos que conocen personalmente (32,7% vs 22,5%), mientras que en zonas de mayor nivel afirman contactar más con amigos y amigos de sus amigos, aunque no los conozcan personalmente (39,8% vs 49,6%) y, además de estos, ocasionalmente con desconocidos (17,4% vs 23,3%).

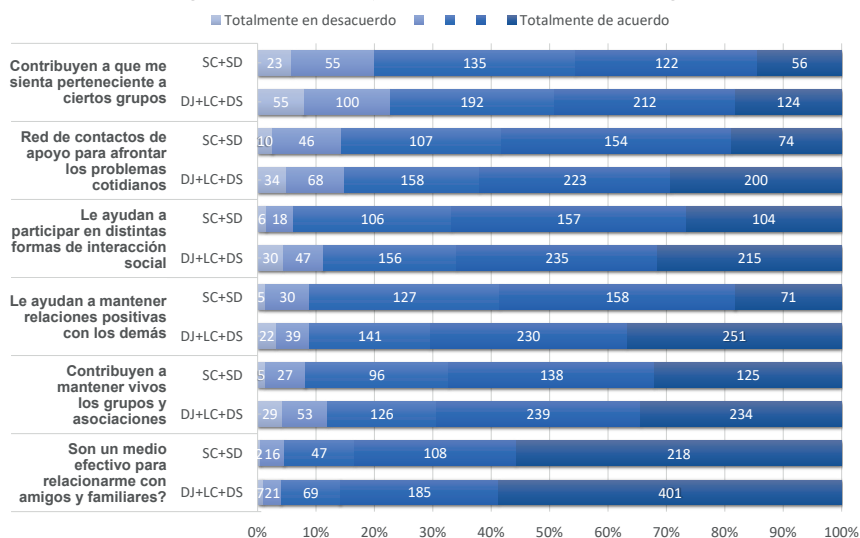
Gráfico 4.57. Composición de la red social digital en función del nivel socioeconómico (San Cristóbal y Santo Domingo Central vs. Dajabón, Los Cacaos y Domingo Savio)



Calidad de la comunicación online percibida en función del nivel socioeconómico.

En general, todos los alumnos se muestran bastante de acuerdo con todas las afirmaciones planteadas, pero encontramos que en zonas de menor nivel socioeconómico muestran más acuerdo con la afirmación de que las TIC «ayudan a mantener relaciones positivas» (mediana=4, p75-p20:3-5, vs mediana=4, p75-p20:3-4, $p<0,001$), así como con la afirmación de que «proporcionan una red de contactos de apoyo» (mediana=4, p75-p20:3-5, vs mediana=4, p75-p20:3-4, $p=0,025$).

Gráfico 4.58. Calidad de la comunicación online percibida en función del nivel socioeconómico (San Cristóbal y Santo Domingo Central vs. Dajabón, Los Cacaos y Domingo Savio)

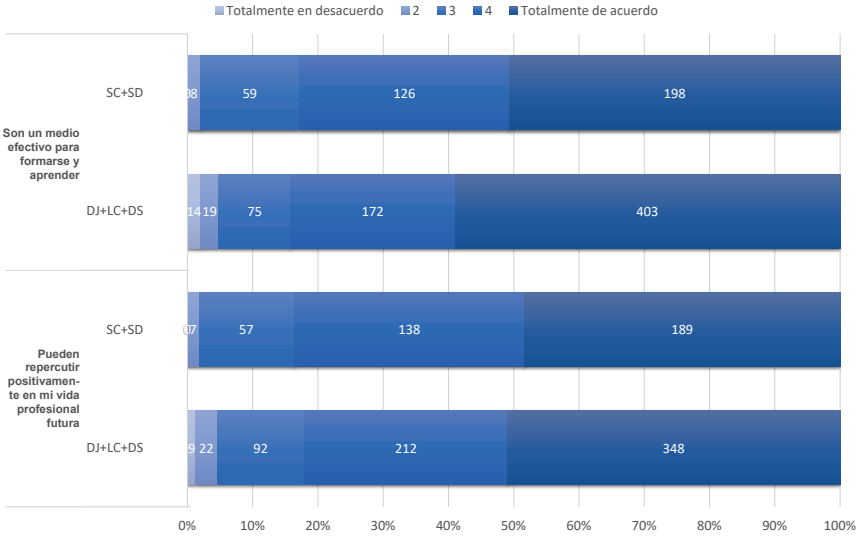


4.5.3.2. Bloque 2: Efectos de la digitalización en el proceso formativo de los estudiantes dominicanos en contextos vulnerables

Percepción sobre las oportunidades y amenazas de las TIC para el aprendizaje y la formación (pregunta 20)

Al comparar las respuestas según el nivel socioeconómico, encontramos un porcentaje similar de sujetos, 82%-83% ($p\text{-valor}=0.79$), que se muestran de acuerdo con que Internet y las redes sociales pueden repercutir positivamente en la vida profesional, mientras que los alumnos de nivel socioeconómico bajo se muestran ligeramente más de acuerdo con que son un medio efectivo para formarse y aprender, con un 59% frente al 50% ($p\text{-valor}=0.032$).

Gráfico 4.59. Las TIC para la formación y la profesión en función del nivel socioeconómico (San Cristóbal y Santo Domingo Central vs. Dajabón, Los Cacaos y Domingo Savio)



Implicación personal de los estudiantes en cursos de formación online (pregunta 21)

El porcentaje de alumnos que ha participado en cursos de formación a distancia es similar en ambos grupos, del 25% ($p=0.84$).

4.5.3.3. Bloque 3: Efectos de la digitalización en el control del entorno (político y material) de los adolescentes dominicanos en situación de vulnerabilidad

Usos políticos de las TIC

Si comparamos los resultados obtenidos en los colegios de mayor nivel socioeconómico (en San Cristóbal y Santo Domingo Central) con los obtenidos en los centros educativos que reciben población de nivel socioeconómico más bajo (Domingo Savio, Los Cacaos y Dajabón), se observa que se encuentran diferencias estadísticamente significativas

respecto al uso que los jóvenes dan a Internet para buscar información de actualidad, por una parte, y para difundir y apoyar causas políticas, por otra. En concreto, para ambos aspectos son los estudiantes de clase socioeconómica más alta los que más usan Internet para estos objetivos, frente a los jóvenes de entornos más deprimidos (Tabla 4.15).

Tabla 4.15. Usos políticos de las TIC en función de nivel socioeconómico (San Cristóbal y Santo Domingo Central vs. Dajabón, Los Cacaos y Domingo Savio)

	DJ+LC+DS		SC+SD		p-valor
	N=683		N=391		
	Mediana	p25-p75	Mediana	p25-p75	
Buscar información de la actualidad	4	3-5	4	3-5	,042
Difundir y apoyar causas políticas	1	1-1	1	1-2	<0,001

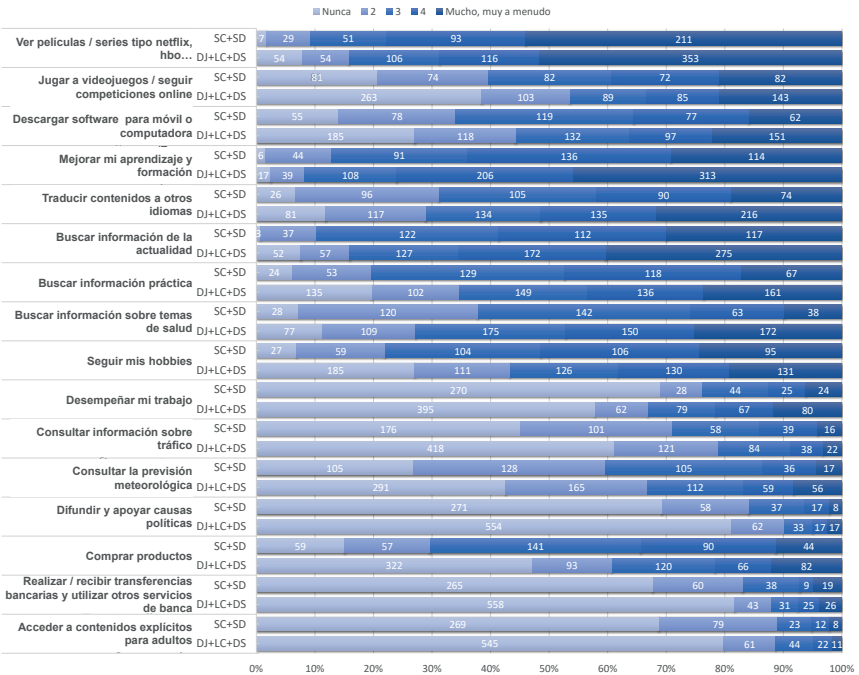
En el siguiente gráfico se pueden comparar estos usos políticos respecto a otros en función del nivel socioeconómico de los estudiantes encuestados (Gráfico 4.60).

Respecto a la publicación de contenidos políticos en la red, estos son poco frecuentes en general en estudiantes de distintos niveles socioeconómicos, pero se encuentran diferencias significativas a favor de las zonas de alto nivel socioeconómico, con un 21.5% de encuestados que han publicado contenidos políticos alguna vez frente al 13.2% en las zonas de menor nivel (Tabla 4.16).

Tabla 4.16. Publicación de contenidos políticos según nivel socioeconómico (San Cristóbal y Santo Domingo Central vs. Dajabón, Los Cacaos y Domingo Savio)

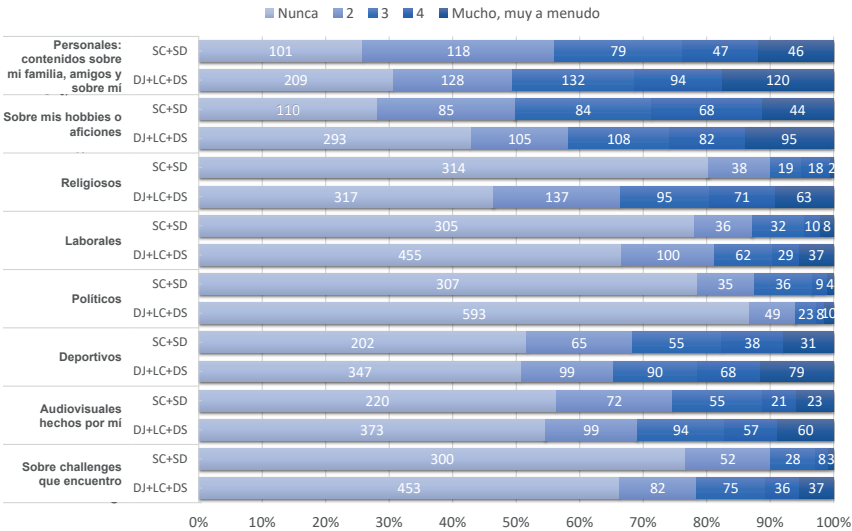
	DJ+LC+DS		SC+SD		p-valor
	N=683		N=391		
	Mediana	p25-p75	Mediana	p25-p75	
Contenidos políticos	1	1-1	1	1-1	<0.001

Gráfico 4.60. Comparativa usos políticos de las TIC frente a otros usos en función del nivel socioeconómico (San Cristóbal y Santo Domingo Central vs. Dajabón, Los Cacaos y Domingo Savio)



En el siguiente gráfico se puede observar la comparativa en relación a otros tipos de contenidos publicados (Gráfico 4.61).

Gráfico 4.61. Comparativa publicación de contenidos políticos según nivel socioeconómico (San Cristóbal y Santo Domingo Central vs. Dajabón, Los Cacaos y Domingo Savio)



TIC y capacidades básicas según nivel socioeconómico

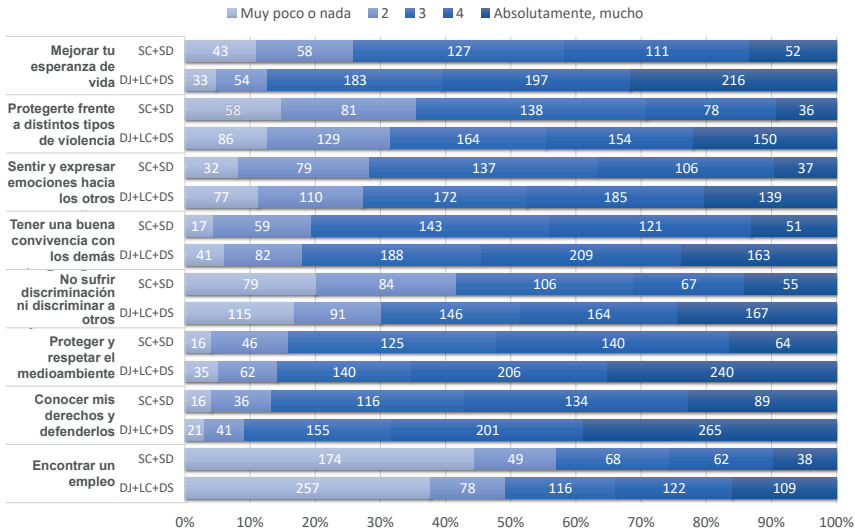
En cuanto a la ayuda percibida que ofrecen Internet y las redes sociales para el logro de capacidades básicas para una vida justa, encontramos diferencias a favor del grupo de estudiantes pertenecientes a zonas de bajo nivel socioeconómicos en la mayoría de los aspectos valorados. Destacan mayores diferencias en «mejorar tu esperanza de vida», «proteger y respetar el medio ambiente», o «conocer mis derechos y defenderlos». También hay diferencias significativas a favor de los estudiantes en entornos desfavorecidos respecto a «protegerse frente a distintos tipos de violencia», «encontrar un empleo», «sentir y expresar emociones hacia otros», «tener una buena convivencia con los demás» y «no sufrir discriminación ni discriminar», lo cual apunta a que, en la percepción de los jóvenes, las TIC resultan más ventajosas en estos aspectos para los estudiantes en contextos deprimidos (Tabla 4.17).

Tabla 4.17. TIC y capacidades básicas en función del nivel socioeconómico (San Cristóbal y Santo Domingo Central vs. Dajabón, Los Cacaos y Domingo Savio)

	DJ+LC+DS		SC+SD		p-valor
	N=683		N=391		
	Mediana	p25-p75	Mediana	p25-p75	
Mejorar tu esperanza de vida	4	3-5	3	2-4	<0.001
Mantener una buena salud física	3	2-4	3	2-4	,516
Protegerse frente a distintos tipos de violencia	3	2-4	3	2-4	<0.001
Desarrollar tus sentidos, tu imaginación y pensamiento	4	3-5	4	3-4	,465
Sentir y expresar emociones hacia los otros	3	2-4	3	2-4	,003
Saber lo que quiero hacer con mi vida para ser mejor persona	4	3-5	4	3-4	,524
Tener una buena convivencia con los demás	4	3-4	3	3-4	,001
No sufrir discriminación ni discriminar a otros	3	2-4	3	2-4	<0.001
Proteger y respetar el medioambiente?	4	3-5	4	3-4	<0.001
Jugar, entretenerme y disfrutar	4	3-5	4	3-5	,162
Conocer mis derechos y defenderlos	4	3-5	4	3-4	<0.001
Encontrar un empleo	3	1-4	2	1-4	,003

En el Gráfico 4.62 se puede observar la comparativa respecto a todos los ítems:

Gráfico 4.62. Comparativa TIC y capacidades básicas en función del nivel socioeconómico (San Cristóbal y Santo Domingo Central vs. Dajabón, Los Cacaos y Domingo Savio)



4.6. Conclusiones

4.6.1. Bloque 1: Efectos de la digitalización en las relaciones interpersonales y en la construcción social o comunitaria de estudiantes dominicanos en contextos de vulnerabilidad

A la luz de los datos y su análisis, cabe plantearse algunas medidas que desde la escuela y las familias pudieran sugerirse para aprovechar las oportunidades que ofrecen las TIC a la hora de mejorar las relaciones interpersonales.

Dada la prioridad que los jóvenes dan a los contenidos audiovisuales de Internet, cabría plantearse una mayor utilización de los videotutoriales como apoyo complementario a la exposición de las materias escolares, por parte de los docentes. Con ello, no solo se aprovecharía un medio ya ampliamente aceptado por las nuevas generaciones, sino que podría afianzarse un uso empoderador de autoaprendizaje, que

equilibre el peso que ahora mismo tiene el entretenimiento pasivo consistente en ver videos sin más y de carácter sobre todo lúdico. En Los Cacaos, donde la primera finalidad del uso de las tecnologías es ya escolar-laboral, esta medida podría reforzar este interés prioritario de estos estudiantes.

Nos atrevemos a sugerir también, en este sentido, la posibilidad de fomentar un aprendizaje activo en la confección de este tipo de materiales: videos-tutoriales hechos por los propios alumnos en áreas y materias escolares de su gusto, interés o especial capacidad, en beneficio de sus iguales o de compañeros más jóvenes. Con ello, no solo se refuerzan los propios aprendizajes, sino que se dota de significado académico al instrumento y de sentido de servicio al proceso y a los resultados.

Respecto a las redes de contactos de estos jóvenes situados en contextos vulnerables, hay una conciencia general elevada de los riesgos de las TIC y un sentido de prudencia en relación a establecer relaciones con quienes no conocen personalmente, sobre todo en las dos ciudades consideradas; sin embargo, todavía hay jóvenes que admiten a cualquiera entre sus contactos, o lo hacen esporádicamente. A esto se unen las experiencias negativas que algunos comentan, bien personales, bien de amigos cercanos.

Por tanto, convendría seguir insistiendo, especialmente en Los Cacaos, en la necesidad de tomar medidas para asegurar que las nuevas relaciones virtuales tengan una motivación, que supongan así una ampliación de interacciones positivas que deriven en conocimiento personal –al hilo de amigos de amigos, como ya indican, o de aficiones compartidas– o afiancen las ya establecidas previamente cara a cara. Enseñar e insistir en sencillos protocolos para identificar y asegurar la sinceridad y calidad de los contactos podría ser una buena iniciativa; empezando por fomentar las redes escolares y de trabajo en equipo, allí donde aparecen algo menos valoradas, como en Domingo Savio y en Los Cacaos.

El hecho de que mencionen contactos virtuales con familiares y amigos diversos y dispersos, cuya importancia remarcen en los tres

ámbitos geográficos, nos habla de un cierto debilitamiento de las relaciones primarias en la medida en que se amplían o se distancian por motivos de ruptura o de trabajo. Todo esto hace necesario profundizar en un uso relacional de las redes y sus posibilidades técnicas de inmediatez, sincronía, ubicuidad, y de utilización de audio y de vídeo. En este sentido, un programa de educación socioemocional podría servirse de las nuevas tecnologías para minimizar el impacto de la descomposición familiar y de la dispersión de las amistades.

Junto con ello, el medio *online* no facilita la sinceridad en la misma medida que lo hace el contacto presencial, sobre todo si no está mediado por un sentido o finalidad compartida. Especialmente en la capital los jóvenes de nuestro estudio perciben la superficialidad de las relaciones virtuales. De ahí que se sugiera impulsar la participación de estos estudiantes en grupos y asociaciones, ya en el entorno escolar, con la posibilidad de generar intereses comunes compartidos a distancia con jóvenes de otras instituciones, o mantenerlos con los propios compañeros tras acabar la formación reglada. La experiencia narrada por algunos alumnos indica la satisfacción percibida al respecto.

Estos jóvenes de contextos vulnerables valoran mucho cómo las redes refuerzan sus relaciones de amistad, especialmente en la capital. En cada entorno, de ciudad o rural, los amigos tienen un peso, que es más emocional, como en Domingo Savio, o más utilitario, como en Los Cacaos. Se sugiere, por tanto, reforzar las sinergias formativas y profesionales de los grupos en la capital, así como el carácter afectivo de las relaciones en el entorno rural, a tenor de los déficits que unos y otros muestran en las entrevistas. El trabajo cooperativo, con las muchas opciones que se ofertan a través de la red, puede contribuir a la primera de las metas sugeridas, para Domingo Savio y Dajabón; en cambio, la participación online en actividades conjuntas de tipo lúdico y expresivo podría facilitar la consecución de la segunda en Los Cacaos.

En cuanto a los riesgos percibidos por los jóvenes en el manejo de la Red y de las redes, las medidas propuestas podrían minimizar el impacto que ahora muestran respecto a su vulnerabilidad personal (robos, engaños y atentados a la intimidad). En efecto, reforzando a través de

las redes la configuración de grupos de apoyo, de intereses y aficiones comunes, bien en el plano emocional, bien en el plano formativo o profesional presente y de futuro, logramos la mejora de las relaciones en cantidad y calidad, así como un mayor empoderamiento y autonomía personales, en la medida en que se fortalece la seguridad al interior de los grupos y se proyectan los resultados compartidos hacia la mejora personal y social del entorno.

4.6.2. Bloque 2: Efectos de la digitalización en el proceso formativo de los estudiantes dominicanos en contextos vulnerables

Todos los cambios que se están produciendo actualmente en la sociedad de la información y la comunicación provocados por las Tecnologías de la Información y la Comunicación están jugando un papel importante en los ámbitos -político, económico, social y otros- donde la educación representa un pilar fundamental, pues el perfil de los estudiantes está cambiando rápidamente. Los grandes avances que están provocando las TIC inciden en la formación personal y académica, así como en el apoyo a la docencia.

La cantidad de información que se encuentra en Internet está aumentando exponencialmente, por lo que es necesario conocer por qué, cómo y para qué los estudiantes usan la tecnología para su formación. El uso de la tecnología en educación contribuye en aspectos pedagógicos, a mejorar y aumentar la calidad y accesibilidad de la enseñanza, y a la creación de redes o comunidades de aprendizaje para enfrentar los desafíos de la globalización actual. Como los jóvenes están familiarizados con la tecnología, sus actitudes hacia esta condicionan su aprendizaje, autorregulación y rendimiento académico, develando así cómo se aproximan a ella en cuanto a sus beneficios y debilidades.

Las TIC son un apoyo para el aprendizaje y así lo confirman los estudiantes del estudio. Mediante el uso de la tecnología los jóvenes han asumido la posición de aprendices activos al ser conscientes de qué información necesitan, por qué y cómo pueden obtenerla. El

aprendizaje activo permite a los estudiantes decidir cuándo requieren una información en particular, a la vez que reclama un aprendizaje autónomo. Tener acceso a Internet en las escuelas, en sus hogares o en la propia comunidad ha facilitado explorar, encontrar y ampliar la información disponible, así como autogestionar el propio proceso de aprendizaje.

La búsqueda de videos en Internet para ampliar la información recibida en clase es un ejemplo de aprendizaje activo y dinámico. Al usar Internet como recurso, el aprendizaje no se limita a las horas escolares porque se accede a la red en cualquier momento y en cualquier lugar. La tecnología también permite traspasar los límites demográficos. Los estudiantes han accedido, obtenido y compartido información y conocimientos para su formación con otros estudiantes o con profesores de la misma zona o país o incluso de diferentes países.

Otro de los beneficios del uso de las TIC es que aumenta la motivación de los estudiantes hacia el aprendizaje porque de manera interactiva pueden trabajar en colaboración con sus maestros y compañeros. Asimismo, la tecnología desarrolla la capacidad de autogestión y de un pensamiento crítico porque exige planificar, seleccionar y utilizar las estrategias de aprendizaje para la adquisición de conocimientos.

Sin embargo, aunque el uso de la tecnología ha incrementado la interactividad, el disfrute y la diversión de los jóvenes para la comprensión y ampliación de información, los estudiantes de esta investigación también son conscientes de las consecuencias que comporta su uso inadecuado. Al respecto señalan que un uso excesivo de Internet puede tener consecuencias perjudiciales en la vida personal y académica, como el intenso deseo de estar o seguir conectado a Internet (adicción), la pérdida de control, el despilfarro de horas productivas de estudio o de trabajo, pérdida de la rutina y del tiempo, una mayor distracción, distanciamiento de actividades saludables y relaciones personales físicas, excesiva dependencia a los dispositivos electrónicos y disminución de la concentración, con consecuencias en el rendimiento académico.

Por otro lado, los jóvenes encuestados también son conscientes de que la brecha generacional tecnológica existe porque cada generación creció en una era tecnológica diferente con elementos a su alcance distintos y diferenciados. Los jóvenes son la generación más conocedora de la tecnología, pero también la más dependiente, y esto hace que las generaciones mayores -maestros, familia, escuela, sociedad- piensen que son adictos a la tecnología o que por lo menos hay un abuso constante de su uso en su generación. Los estudiantes entrevistados comparan cómo fue y cómo es hoy en día el acceso y la búsqueda de información entre su generación y la de sus padres. Reconocen que en las TIC convergen tecnologías educativas tradicionalmente separadas como libros, teléfono, fotografía, juegos, etc., por lo que estas unen formas de conocimiento y de alfabetización que se cruzan transversalmente con lugares de aprendizaje como la escuela, el hogar, el trabajo y la comunidad.

Por tanto, la integración tecnológica en la actualidad ha pasado por innovaciones y transformado nuestras sociedades, de modo que las TIC han cambiado totalmente la forma en que las personas piensan, trabajan y viven. Como parte de esto, las escuelas y otras instituciones educativas deben preparar a los estudiantes para vivir en una sociedad del conocimiento. En un mundo que está adoptando rápidamente la tecnología digital como el principal medio de comunicación, los estudiantes deben poder acceder, recopilar y utilizar información para su desarrollo personal, académico y profesional. La educación debe hacer hincapié en proporcionar a cada ciudadano habilidades digitales flexibles para enfrentar los desafíos actuales.

No hay duda de que la principal ambición de la sociedad para el uso de las tecnologías digitales por parte de los jóvenes son sus beneficios potenciales en la adquisición de conocimientos y habilidades que les ayuden a mejorar sus perspectivas de vida. Por lo tanto, la búsqueda de conocimientos y habilidades debe servir para un crecimiento individual y al desarrollo sostenible no solo de los individuos, sino también de la comunidad a la que pertenecen y de la sociedad en general. Cuando se utilizan adecuadamente, las TIC pueden ayudar a fortalecer

una sociedad cada vez más interconectada, elevando la calidad de la educación al hacer del aprendizaje y la enseñanza un proceso activo conectado con la vida real.

Las políticas públicas dirigidas específicamente a entornos vulnerables podrían orientarse a continuar reduciendo la brecha digital entre las escuelas, seguir apostando por el papel y función que juegan las TIC en la formación personal, académica y profesional, y generar los recursos necesarios para el acceso a la información y a la comunicación como herramientas de productividad para una sociedad democrática.

4.6.3. Bloque 3: Efectos de la digitalización en el control del entorno (político y material) de los adolescentes dominicanos en situación de vulnerabilidad

En vista de los datos obtenidos y de su análisis, se observa que, respecto al logro de capacidades básicas para la justicia, vivir en la zona rural resulta una desventaja en ciertos aspectos, pues los jóvenes de este entorno perciben menos oportunidades en las TIC para desarrollar ciertas capacidades fundamentales humanas y, con ello, mejorar sus vidas. En concreto, los jóvenes de Los Cacaos encuentran que las tecnologías les ayudan significativamente menos que a los de los otros dos entornos a desarrollar sus facultades humanas (sentimientos, imaginación y pensamiento), encontrar un empleo, y jugar, entretenerse y disfrutar. Esto se percibe no solo en las encuestas, sino que también las entrevistas señalan las diferencias educativas, económicas y de desarrollo como claves de un menor disfrute de derechos en la zona de Los Cacaos.

A pesar de estas desventajas evidentes, estos jóvenes no están afectados por problemas específicos de la gran ciudad, como la delincuencia o la corrupción, a la que se ven expuestos los jóvenes de la capital en mayor medida, tal y como se observa en las entrevistas. Además, se aprecia en los adolescentes de Los Cacaos una mayor vinculación a la comunidad local en la que viven, que no es tan patente entre

los jóvenes de la capital. Como consecuencia de esto, los jóvenes de Domingo Savio parecen encontrar en Internet y las redes sociales un lugar donde sentir y expresar sus sentimientos y emociones de manera significativamente mayor que los estudiantes de los otros entornos, como muestran las encuestas. La hostilidad del contexto inmediato en que estos se encuentran puede explicar la necesidad de buscar otro entorno en el que satisfacer estas necesidades vitales. Esta cuestión se aprecia también en las entrevistas, en tanto que las respuestas de los adolescentes de Domingo Savio en relación a la contribución de las TIC a su comunidad local no son tan detalladas ni significativas como ocurre en los otros dos lugares.

La percepción general o abstracta positiva que los jóvenes de todos los entornos tienen de las TIC para denunciar injusticias y mejorar su calidad de vida contrasta con los usos efectivos que les dan, que no son de tipo político, sino que se vinculan con el entretenimiento y la comunicación, fundamentalmente, aunque también la información y formación. Estos datos apuntan a la necesidad de acompañar usos políticos de las TIC desde las instituciones educativas, de modo que los estudiantes puedan apropiarse de ellas en este sentido y esta apropiación abra camino para lograr su empoderamiento. En efecto, el impacto que pueden lograr los jóvenes a través de las TIC si las utilizan para fines sociales, del que ellos mismos son conscientes en abstracto, no solo puede desarrollar su sentido de autoeficiencia, sino que también puede hacerles vivirse a sí mismos como actores de sus vidas y del lugar en el que habitan, y no meramente como seres pasivos a merced de fuerzas incontrolables y sin control sobre su entorno.

Si bien se observa que la búsqueda de empleo a través de Internet y la elaboración digital del currículum vitae son aspectos que los adolescentes han trabajado en los colegios, los usos específicamente políticos de las TIC no son apenas nombrados. Una excepción la constituye Dajabón, donde unos pocos jóvenes mencionan un trabajo escolar en el que tuvieron que utilizar las redes para denunciar problemas medioambientales de contaminación en el entorno

inmediato. Para explorar estos usos políticos, son útiles las actividades en las que las TIC se integran en el aula y se acompaña a los estudiantes en la observación y análisis de historias de denuncia en contextos análogos, seguida de la identificación de retos semejantes en la realidad propia, a la que luego pueden aplicarse estrategias semejantes a las empleadas en el modelo con la mediación digital que ofrecen las TIC.

Así pues, el diseño de actividades de tipo específicamente político es imprescindible para promocionar la implicación activa de los jóvenes en la configuración de las comunidades donde viven. A partir de actividades en las que se lleve a cabo un servicio a la comunidad, se puede lograr un impacto visible que refuerce la motivación y el interés por seguir contribuyendo a esta, y esto puede incluso fraguar un propósito vital para estos jóvenes, que se asocia con el bienestar subjetivo, la esperanza en el futuro y múltiples beneficios tanto personales como sociales. Como Moran (2017) indica, el impacto que se genera en otros a través del servicio y el *feedback* que se recibe de ellos fortalece la voluntad de proseguir realizando actividades de este tipo, y esta es la espiral del servicio que debe estimularse desde los centros educativos, explorando también la posibilidad de descubrir una vocación personal en este servicio social, que es más potente cuando es digitalmente mediado. En el caso de poblaciones en situación de vulnerabilidad, estimular esta vocación a futuro es fundamental y sirve para reducir la desesperanza que se encuentra en entornos desfavorecidos (Arthur et al., 2014). La exploración del medio digital como entorno en el que definir una identidad propia en defensa de los derechos tiene un alcance mucho mayor que los usos inmediatos que se observan de las TIC entre los jóvenes encuestados para la reventa de productos o para el uso de juegos y aplicaciones que pagan por ver videos, que son de miras cortas.

Un desafío que superar para apropiarse de las TIC en sentido político se refiere al temor a las consecuencias indeseables de implicarse políticamente a través de las redes. En efecto, los jóvenes de Domingo Savio expresan en las entrevistas precaución en este sentido, en la

medida en que cabe suponer que en el entorno urbano la implicación política puede acarrear consecuencias más graves que en otros lugares. Este reto debe afrontarse desde el ejemplo o el modelado por parte de los docentes de las actitudes vitales valientes y efectivas dirigidas a la transformación de los aspectos deshumanizadores del entorno, no sin ocultar sus riesgos reales.

Así pues, la digitalización representa grandes posibilidades para la defensa de la justicia y para la definición de una identidad propia de los jóvenes implicada en la defensa de los derechos de los más pobres, en un momento en que los adolescentes están explorando quiénes quieren ser y cuál es su vocación, y cuyo uso de las TIC es intensivo. Por estos motivos, estos usos de las TIC deben ser mostrados y acompañados escolarmente de manera suficiente para lograr una apropiación de las TIC no solo académica, sino también política, pues se comprueba que esto no está sucediendo y que perjudica especialmente a las clases más desfavorecidas. Si no son estas las que denuncian su situación y aprovechan las TIC para conocer y defender sus derechos, es poco probable que otros lo hagan por ellos.

Referencias

- Arthur, J., Harrison, T., Kristjánsson, K. y Davison, I. (2014). *My Character. Enhancing future-mindedness in young people. A feasibility study*. Jubilee Centre for Character and Virtues. Birmingham: University of Birmingham.
- Berkowitz, M. (2022). *Modelo PRIMED para la educación del carácter*. EUNSA.
- Moran, S. (2017). Youth purpose worldwide: A tapestry of possibilities. *Journal of Moral Education*, 46(3), 231-244. <https://doi.org/10.1080/03057240.2017.1355297>

4.A. Anexo

4.A.1: *Guión para las entrevistas*

Datos sociodemográficos

1. Nombre, edad, sexo, tipo de entorno en el que vive (rural/urbano/de frontera)
2. Ocupación: estudia (curso actual) y/o trabaja (tipo de trabajo desempeñado)
3. Situación familiar:
 - a. Casado/soltero/conviviente
 - b. Tipo de familia: nuclear/extensa
 - c. Número de miembros en la familia (padres, hermanos...)

Acceso y uso de las TIC

1. ¿Qué aparatos tecnológicos maneja (PC, portátil, móvil -smartphone o no-)?
 - a. Para qué los necesita/utiliza
2. ¿Cómo es su conexión a Internet y desde dónde se conecta?
 - a. Para qué se conecta a Internet
3. ¿Qué redes sociales tiene activas y utiliza?
 - a. Para qué las usa

Bloque 1: Efectos de la digitalización en las relaciones sociales/humanas/interpersonales y en la construcción social o comunitaria de estudiantes dominicanos en contextos de vulnerabilidad

4. ¿Con quién se comunica a través de las TIC?
 - a. ¿Con quién más frecuentemente?

5. ¿Con qué frecuencia se comunica?
6. ¿Favorecen las TIC la interacción con otros?
7. ¿Cuántos contactos tiene por Internet?
 - a. Si han ido variando con el tiempo a más o menos
Por qué
 - b. Si son más numerosos que los cara a cara o menos
Por qué
8. ¿Sirven las TIC para aumentar (cuantitativa/cualitativamente) las amistades?
9. ¿Son esos contactos más auténticos o menos? ¿Qué tipo/cualidad de vínculos puede generar a través de las TIC? ¿Sirven estas para reforzar las relaciones?
Por qué
10. ¿Son del barrio, del pueblo/ciudad, de la provincia, del estado, están en otros países...?
11. ¿Quiénes de ellos son más numerosos?
12. ¿Quiénes de ellos son más relevantes?
13. ¿Sirven las TIC para dar más solidez y continuidad a los grupos, para favorecer que se sienta perteneciente a un círculo?
14. ¿Qué problemas comunicativos afronta más frecuentemente?

Bloque 2: Efectos de la digitalización en el proceso formativo de los estudiantes dominicanos en contextos vulnerables

1. ¿Le sirven las TIC para formarse/educarse más o mejor?
Por qué o por qué no. Ventajas e inconvenientes
2. ¿Se ha implicado en algún curso de formación realizado a través de Internet?

Bloque 3: Efectos de la digitalización en el control del entorno (político y material) de los adolescentes dominicanos en situación de vulnerabilidad

1. Como dominicano/a, ¿qué son para ud. los derechos?

2. ¿Los derechos cambian en función de dónde se viva, es decir, es lo mismo vivir en una zona de frontera, que en un espacio rural que en Santo Domingo?
3. ¿Le ayudan las TIC a reivindicarlos y denunciar situaciones de injusticia?
4. ¿Le sirven para participar más en su pueblo/ciudad/país?
Por qué o por qué no. Ventajas e inconvenientes
5. ¿Cree que le pueden servir para encontrar un trabajo/para hacer contactos que le permitan encontrarlo más fácilmente?
Por qué o por qué no. Ventajas e inconvenientes
6. ¿Cree que le pueden servir para mejorar económicamente?
Por qué o por qué no. Ventajas e inconvenientes

5. Micro y miniempresas

Raúl González Fabre; Francisco Amador Hidalgo;
Rosa Y. Ruiz Alcántara; Salud Millán Lara

5.1. Introducción

Las micro y miniempresas constituyen la mayor parte del tejido productivo de las economías modernas, y proveen asimismo la mayor parte de los puestos de trabajo. Una parte de ellas trabajan para empresas mayores como suministradores de diversos tipos de bienes o servicios intermedios, o para las administraciones públicas. La mayor parte sirve directamente a los consumidores finales. Este estudio se concentra principalmente en las del segundo tipo.

En países de ingreso bajo y medio, más todavía en las zonas que podríamos llamar ‘periféricas’ de esos países, las micro y miniempresas que venden al consumidor con frecuencia son informales: no están legalmente registradas ni por tanto pagan impuestos, ni pueden ser empleadores formales, etc. Por así decirlo, pasan bajo el radar del Estado, que tiene especialmente difícil hacer valer sus regulaciones respecto a ellas. Generalmente constituyen operaciones de supervivencia económica donde los empresarios son también trabajadores.

La digitalización ofrece algunas posibilidades interesantes a las micro y miniempresas, tanto formales como informales. Con pequeñas cantidades de capital, como lo que cuesta un celular y una suscripción postpago de datos, pueden ampliar su publicidad, coordinarse con clientes, con proveedores e internamente, llevar las cuentas bancarias y las tarjetas donde se mueve el dinero de la empresa, etc. La pandemia de 2020-2021, con los eventuales confinamientos más o menos efectivos, puso a prueba esas capacidades y mostró su utilidad para incrementar la resiliencia de las micro y miniempresas en circunstancias difíciles.

Pero al mismo tiempo la digitalización constituye una amenaza para estas empresas. Por tamaño, tienen una evidente desventaja de escala respecto a productores o comercializadores más grandes. Su ventaja competitiva consiste en la proximidad al consumidor final. En la medida en que el *e-commerce* y el *delivery* se extienden —de lo que la pandemia también constituyó un buen ejemplo—, esa ventaja puede irse perdiendo sobre todo para las empresas que se dedican a los bienes físicos (como ropa o comida); quizás no tanto así para las que ofrecen servicios personales (como peluquería).

La economía en todo el mundo se está digitalizando rápidamente. Aunque el efecto es más visible en los países de alto ingreso, también ocurre en los de ingreso medio y bajo. Una consecuencia patente en muchos lugares es precisamente la desaparición progresiva de pequeños y medianos comercios abiertos al público, que son desplazados de la competencia por sistemas de *e-commerce* y *delivery*. La resistencia de otros pequeños y medianos empresarios se basa en agruparse en plataformas, *marketplaces* y semejantes. Pero esto requiere un cierto nivel de digitalización de sus empresas, por tanto, una familiaridad con lo digital y una actitud positiva respecto a la adopción/adaptación de nuevas tecnologías.

Aquí presentamos un estudio realizado a lo largo de 2022 con encuestas y entrevistas en las tres localizaciones populares de la República Dominicana que mencionamos en el primer capítulo del libro. Además, realizamos encuestas de contraste en dos lugares centrales (zonas comerciales de clase media) en las ciudades de San Cristóbal y Santo Domingo.

5.2. Puntos focales

La investigación se interesó en relacionar cuatro aspectos, que en el orden inverso al que figuran en la encuesta (ver Anexo 5.A.1) son:

1. La intención de digitalizar de la micro o miniempresa, y en qué funciones empresariales.
2. Las percepciones del empresario o directivo sobre:
 - a. ventajas y beneficios que ha obtenido de pasadas introducciones de tecnologías digitales;
 - b. inconvenientes y obstáculos por los que no ha digitalizado más.
3. El nivel tecnológico de la empresa: su adopción y uso actual de tecnologías, la estructura de decisión y aprendizaje al respecto.
4. Las características de la empresa: su tamaño, formalidad o informalidad legal, el nivel de estudios de sus directivos y trabajadores, sus locales o ausencia de locales, su estructura de propiedad, el género de directivos y trabajadores, y la antigüedad de la empresa.

De estos aspectos debe notarse especialmente los que mencionamos bajo el número 2 arriba. Si digitalizar más puede constituir una estrategia adecuada de resiliencia en el futuro para las micro y miniempresas de zonas populares, por tanto, de conservación de lo que esas empresas significan para las posibilidades económicas de sus empresarios y

trabajadores, entonces esto depende en buena medida del aspecto subjetivo que se refleja en las percepciones sobre digitalización. Con otras palabras, es preciso oír a quienes viven de esas micro y miniempresas para saber qué aprecian más de la digitalización, según su experiencia, y dónde encuentran las mayores dificultades y bloqueos.

Esto permitirá apuntar mejor el esfuerzo de la ayuda al desarrollo en materia de digitalización, sea gubernamental, de los organismos intergubernamentales, de ONG, iglesias, etc. Para ser realmente útil, esa ayuda, u otras formas de apoyo, deberían dirigirse hacia los puntos que los mismos micro y miniempresarios consideran obstáculos cruciales, y al mismo tiempo ganar su participación fomentando las ventajas de las que tienen más experiencia. Enraizando la ayuda mejor en las percepciones de aquellos a quienes se dirige, las probabilidades de éxito en promover el desarrollo dentro de un contexto crecientemente competitivo, como el digital, son mayores.

5.3. Método

5.3.1. Encuestas

En cada una de las tres localizaciones mencionadas se realizaron encuestas a micro (1 a 10 trabajadores) y miniempresas (11 a 50 trabajadores) con algún tipo de presencia en la calle (no necesariamente comercial; pudo tratarse también de sedes industriales con salida a la calle).

5.3.1.1. Número de encuestas

La selección de las empresas encuestadas se realizó a partir de unos conteos aproximados de empresas presentes en cada una de las zonas, realizados por las coordinadoras del proyecto sobre el terreno. Las encuestas fueron aplicadas por una empresa profesional de sondeos,

tras hacer pruebas con el cuestionario con algunas pequeñas empresas de características semejantes a las objeto de las encuestas.

Una vez realizadas las encuestas y eliminadas las respuestas por una razón o por otra incompletas o ambiguas, quedamos con los siguientes números de cuestionarios completos:

- Dajabón, Enero 2022, 302 encuestas.
- Los Cacaos, Febrero 2022, 155 encuestas.
- Domingo Savio, Abril-Mayo 2022, 172 encuestas.

5.3.1.2. Cuestionarios

El cuestionario completo de las encuestas puede verse en el Anexo 5.A.1.

Las preguntas pueden agruparse en varios segmentos significativos desde el punto de vista de la posterior interpretación de las respuestas:

I. Características del negocio:

Tamaño; Género de gerente y trabajadores; Niveles de estudios; Formalidad o no de la empresa; Propiedad; Tipo de clientes; Años de funcionamiento; Local.

En este segmento había una pregunta sobre Monto de facturación del negocio, que fue excluida finalmente debido a que muchos encuestados no la respondieron. La pregunta sobre el carácter formal o informal del negocio se puso hacia el final del cuestionario, tras comprobar en las pruebas que tendía a confundir a los encuestados sobre las intenciones del sondeo.

II. Tecnologías digitales:

II.1. De qué recursos tecnológicos dispone el negocio: Equipos; Conexiones a redes; Herramientas; Sistemas de seguridad.

II.2. Qué usos da a esos recursos tecnológicos en el negocio: Comunicación; Suministros; Mercadeo; Gestión interna; Relación con los bancos; Relación con las administraciones.

II.3. Sobre el personal que interviene: Quién lleva la computación en la empresa; Cómo aprenden; Quién decide.

III. Opiniones

Este es el segmento central de la encuesta, puesto que en él se pulsan las opiniones nacidas de la experiencia de los encuestados con las tecnologías digitales en sus negocios. Para evitar que el cansancio del respondiente si se situaba hacia el final de la encuesta, se trasladó entre II.1 y II.2.

Tras una indagación experta se presentó una lista de 15 posibles respuestas no excluyentes a la pregunta: Sobre los recursos computacionales que NO tiene en el negocio, ¿por qué razones es ello?; y una lista de 12 posibles respuestas no excluyentes a la pregunta: Sobre las tecnologías computacionales que SÍ tiene ya en el negocio, ¿qué ventajas percibe usándolas?

Para cada una de las 27 frases (15+12) se pidió al encuestado que manifestara su grado de acuerdo o desacuerdo sobre una escala de Lickert de 5 grados.

IV. Proyectos

Solo dos preguntas aquí: si tiene planes para digitalizar más su negocio, y si los tiene, en qué áreas funcionales de la empresa.

5.3.2. Entrevistas

En julio de 2022 se hicieron entrevistas semiestructuradas eligiendo según disponibilidad entre quienes habían respondido afirmativamente

a esa posibilidad en las encuestas. Resultaron un total de 50 entrevistas: 19 en Dajabón, 20 en Los Cacaos; y 11 en Domingo Savio.

En este libro, las entrevistas se han usado fundamentalmente para facilitar la interpretación de las encuestas, aunque en la sección 5.6 puede encontrarse una síntesis de los puntos principales expresados por los entrevistados.

5.4. Resultados

Presentamos aquí los resultados en bruto de cada una de las preguntas, para el total de las encuestas en todas las localizaciones. El cuestionario textual que se utilizó, con los enunciados correspondientes a cada una de las variables, se encuentra en el Anexo 5.A.1. El detalle localización por localización puede encontrarse en el Anexo 5.A.2. Las localizaciones de San Cristóbal y Santo Domingo Central fueron usadas solo como contraste.

**Tabla 5.1. Resultados por preguntas para todas las encuestas
(Dajabón + Los Cacaos + Domingo Savio)**

Características					
		1-2	3-5	6-10	11-20
4	Núm Trabajadores	356	150	50	41
5	Núm Trabajadores TCompleto	424	109	46	27
		Hombre	Mujer		
6	Género Gerente	373	256		
		0-20%	21-40%	41-60%	61-80%
7	% Mujeres	366	88	66	30
		Ninguno	Primaria	Media	Universitaria
8	Estudios Empleados	13	145	306	165
9	Estudios Directivos	7	112	249	261
		Un solo dueño	Socios	Acciones	
10	Propiedad	506	120	3	
		No	Sí		
11	Vende al Público	4	625		
12	Vende a Empresas	510	119		
13	Vende a Administraciones	580	49		
		<2 años	2-<5 años	5-<10 años	>10 años
15	Años Funcionamiento	118	156	108	247
		No necesita local	Propia casa	Un solo local	Varios locales
16	Local	26	90	452	61
		Informal	Formal		
17	Formalidad	377	252		

21-50			min	max	media desv
32			1	5	1,797 1,151
23			1	5	1,595 1,042
			min	max	media desv
			1	2	1,407 0,492
81-100%			min	max	media desv
79			1	5	1,995 1,418
			min	max	media desv
			1	4	2,990 0,759
			1	4	3,215 0,770
			min	max	media desv
			1	3	1,200 0,412
			min	max	media desv
			0	1	0,994 0,080
			0	1	0,189 0,392
			0	1	0,078 0,268
			min	max	media desv
			1	4	2,769 1,158
			min	max	media desv
			1	4	2,871 0,624
			min	max	media desv
			0	1	0,401 0,490

Tecnologías		No	Sí		
18	Eq Computador	387	242		
19	Eq Laptop	490	139		
20	Eq Celular	35	594		
21	Eq Servidor	538	91		
22	Eq TPV	556	73		
23	Eq Robot	620	9		
24	Eq Cibercafé	619	10		
25	Eq CComunitario	625	4		
26	Cnx Cable	319	310		
27	Cnx Wifi	284	345		
28	Cnx Cel Prepago	415	214		
29	Cnx Cel Pospago	519	110		
30	Cnx CiberInfocentros	628	1		
31	Cnx Intranet	607	22		
32	Cnx Extranet	617	12		
33	Her Webpage	505	124		
34	Her App	570	59		
35	Her Redes Sociales	433	196		
36	Her Venta Online	618	11		
37	Her Cnx Fija Proveedores	409	220		
38	Her Cnx Fija Clientes	422	207		
39	Her CRM	603	26		
40	Her ERP	611	18		
41	Her Otros	591	38		

			min	max	media	desv
			0	1	0,385	0,487
			0	1	0,221	0,415
			0	1	0,944	0,229
			0	1	0,145	0,352
			0	1	0,116	0,321
			0	1	0,014	0,119
			0	1	0,016	0,125
			0	1	0,006	0,080
			0	1	0,493	0,500
			0	1	0,548	0,498
			0	1	0,340	0,474
			0	1	0,175	0,380
			0	1	0,002	0,040
			0	1	0,035	0,184
			0	1	0,019	0,137
			0	1	0,197	0,398
			0	1	0,094	0,292
			0	1	0,312	0,464
			0	1	0,017	0,131
			0	1	0,350	0,477
			0	1	0,329	0,470
			0	1	0,041	0,199
			0	1	0,029	0,167
			0	1	0,060	0,238

42	Tram Cnx Segura	295	334		
43	Tram Firma Electrónica	569	60		
44	Tram Certificado Identidad Digital	574	55		
45	Tram Sistema Pago Seguro	445	184		
46	Conoce Blockchain	604	25		
47	Utiliza BC Trazabilidad/ Certificación	628	1		
48	Utiliza BC Registro	628	1		
49	Utiliza BC Otras	629	0		
51	Conoce SmartContracts	559	70		
52	Utiliza SC Legales	621	8		
53	Utiliza SC Financiero	617	12		
55	Conoce Criptomonedas	452	177		
57	Utiliza CM Inversión	619	10		
58	Utiliza CM Pago	625	4		
59	Conoce NFT	573	56		
Opiniones					
		1	2	3	4
60	No hay tecnologías adecuadas	130	232	78	141
61	Demasiado complicado, demasiado técnico	102	184	78	194
62	Suministro eléctrico no fiable	100	250	90	153
63	Conexión a Internet no fiable	108	201	72	169
64	No cuento con financiamiento	90	174	71	205

		0	1	0,531	0,499
		0	1	0,095	0,294
		0	1	0,087	0,283
		0	1	0,293	0,455
		0	1	0,040	0,196
		0	1	0,002	0,040
		0	1	0,002	0,040
		0	0	0,000	0,000
		0	1	0,111	0,315
		0	1	0,013	0,112
		0	1	0,019	0,137
		0	1	0,281	0,450
		0	1	0,016	0,125
		0	1	0,006	0,080
		0	1	0,089	0,285
5		min	max	media	desv
48		1	5	2,595	1,250
71		1	5	2,917	1,303
36		1	5	2,642	1,175
79		1	5	2,857	1,327
89		1	5	3,046	1,320

65	No sería rentable	79	176	99	216
66	Elevaría los costos del negocio	57	132	74	265
67	Los clientes no lo piden	54	158	132	210
68	Los competidores no lo usan	90	234	101	150
69	Podría perder clientes que no manejan bien	113	203	103	164
70	No veo posible cualificar o adaptar al personal	83	188	107	198
71	No conseguiría aquí profesionales adecuados	122	224	94	136
72	Requeriría introducir cambios complicados en el negocio	86	180	99	199
73	Riesgo de que mi negocio dependa demasiado	105	169	86	216
74	No conozco bien qué otros elementos computacionales existen	96	162	104	194
75	Ha disminuido los costos del negocio	101	242	74	146
76	Ha aumentado las ventas del negocio	42	91	68	252
77	Me sirvió para conectarme con los proveedores	26	40	43	284
78	Me puso al día con lo que mis clientes piden	14	32	45	335
79	Me puso a la par con competidores	24	52	84	319
80	Me ha servido para recibir apoyo del Estado o alguna universidad	260	167	44	102

59	1	5	3,000	1,226
101	1	5	3,351	1,231
75	1	5	3,149	1,177
54	1	5	2,752	1,211
46	1	5	2,725	1,233
53	1	5	2,921	1,214
53	1	5	2,641	1,248
65	1	5	2,963	1,251
53	1	5	2,909	1,269
73	1	5	2,978	1,282
66	1	5	2,736	1,270
176	1	5	3,682	1,212
236	1	5	4,056	1,034
203	1	5	4,083	0,890
150	1	5	3,825	1,009
56	1	5	2,248	1,369

81	He ganado clientes	43	58	62	274
82	He podido hacer un marketing más amplio	56	70	68	277
83	Vender ahora es más fácil	20	36	36	320
84	La publicidad me sale ahora más barata	65	70	82	268
85	Los procedimientos del negocio son ahora más fáciles	42	48	58	328
86	Ha servido para obtener más información que nos ayuda a tomar decisiones	39	56	61	342
Usos					
		No	Sí		
87	COVID Empleados	337	292		
88	COVID Clientes	211	418		
89	COVID Producción	474	155		
90	COVID Proveedores	241	388		
91	Uso Com Llamadas	35	594		
92	Uso Com Email	317	312		
93	Uso Com Whatsapp	89	540		
94	Uso Com ninguno	614	15		
95	Uso Sumin Precios	178	451		
96	Uso Sumin Pedidos	142	487		
97	Uso Sumin Facturas	205	424		
98	Uso Sumin ninguno	540	89		
99	Uso Mercadeo Información	259	370		

192		1	5	3,817	1,165
158		1	5	3,653	1,220
217		1	5	4,078	0,955
144		1	5	3,566	1,244
153		1	5	3,798	1,097
131		1	5	3,747	1,076
		min	max	media	desv
		0	1	0,464	0,499
		0	1	0,665	0,473
		0	1	0,246	0,431
		0	1	0,617	0,487
		0	1	0,944	0,229
		0	1	0,496	0,500
		0	1	0,859	0,349
		0	1	0,024	0,153
		0	1	0,717	0,451
		0	1	0,774	0,418
		0	1	0,674	0,469
		0	1	0,141	0,349
		0	1	0,588	0,493

100	Uso Mercadeo Publicidad	303	326		
101	Uso Mercadeo Presupuestos	285	344		
102	Uso Mercadeo Ventas	438	191		
103	Uso Mercadeo Facturas	419	210		
104	Uso Mercadeo Pos- venta	478	151		
105	Uso Mercadeo Inv Mercados	522	107		
106	Uso Mercadeo ninguno	482	147		
107	Uso Gestión Contabilidad	334	295		
108	Uso Gestión Personal	451	178		
109	Uso Gestión Inventario	337	292		
110	Uso Gestión Fabricación	559	70		
111	Uso Gestión Formación	489	140		
112	Uso Gestión Computación Comunicaciones	527	102		
113	Uso Gestión ninguno	378	251		
114	Uso Bancos Cuentas	385	244		
115	Uso Bancos Tarjetas	467	162		
116	Uso Bancos Préstamos	385	244		
117	Uso Bancos ninguno	319	310		
118	Uso Adm Permisos	456	173		
119	Uso Adm Impuestos	434	195		
120	Uso Adm Seguridad Social	512	117		

			0	1	0,518	0,500
			0	1	0,547	0,498
			0	1	0,304	0,460
			0	1	0,334	0,472
			0	1	0,240	0,427
			0	1	0,170	0,376
			0	1	0,234	0,424
			0	1	0,469	0,499
			0	1	0,283	0,451
			0	1	0,464	0,499
			0	1	0,111	0,315
			0	1	0,223	0,416
			0	1	0,162	0,369
			0	1	0,399	0,490
			0	1	0,388	0,488
			0	1	0,258	0,438
			0	1	0,388	0,488
			0	1	0,493	0,500
			0	1	0,275	0,447
			0	1	0,310	0,463
			0	1	0,186	0,389

121	Uso Adm Tribunales	570	59		
122	Uso Adm Financiación Pública	572	57		
123	Uso Adm Capacitación	560	69		
124	Uso Adm Asesoría	571	58		
125	Uso Adm ninguna	250	379		
		Nunca	Trimestral	Mensual	Quincenal
126	Frecuencia Trámites Adm	367	67	86	41
		No	Sí		
127	Dif Webs Adm Localizar Información	579	50		
128	Dif Webs Adm Comprender Información	597	32		
129	Dif Webs Adm Introducir Información	582	47		
130	Dif Webs Adm Subir Archivos Adjuntos	609	20		
131	Dif Webs Adm Enviar Información	591	38		
132	Dif Webs Adm Otras	629	0		
133	Dif Webs Adm ninguna	121	508		
	Personal				
		No tengo	Dueño	Familiar	Empleados
134	Quién Lleva	9	465	57	37
		No	Sí		
135	Aprenden Persona Cercana	150	479		
136	Aprenden Internet	541	88		
137	Aprenden Cursos Internos	578	51		

			0	1	0,094	0,292
			0	1	0,091	0,287
			0	1	0,110	0,313
			0	1	0,092	0,290
			0	1	0,603	0,490
Semanal	MásSemanal		min	max	media	desv
20	48		0	5	1,084	1,576
			min	max	media	desv
			0	1	0,079	0,271
			0	1	0,051	0,220
			0	1	0,075	0,263
			0	1	0,032	0,176
			0	1	0,060	0,238
			0	0	0,000	0,000
			0	1	0,808	0,394
Técnico	Departamento	Fuera	min	max	media	desv
37	10	14	0	6	1,545	1,177
			min	max	media	desv
			0	1	0,762	0,426
			0	1	0,140	0,347
			0	1	0,081	0,273

138	Aprenden Cursos Externos	582	47		
139	Aprenden Estudios Previos	465	164		
140	Aprenden Otros	625	4		
141	Decisión Dueño	49	580		
142	Decisión Socios	583	46		
143	Decisión Responsables Área	597	32		
144	Decisión Empleado Conocedor	613	16		
145	Decisión Consultor Externo	619	10		
146	Decisión Otro	621	8		
Planes					
		No	Apoyo	APar	Sí
147	Planes digitalizar	358	74	42	155
		No	Sí		
148	Plan Comunicación int	490	139		
149	Plan Suministros	464	165		
150	Plan Mercadeo	466	163		
151	Plan Gestión int	540	89		
152	Plan Rel bancos	543	86		
153	Plan Rel admin públicas	578	51		
154	Plan Otros	626	3		

			0	1	0,075	0,263
			0	1	0,261	0,439
			0	1	0,006	0,080
			0	1	0,922	0,268
			0	1	0,073	0,261
			0	1	0,051	0,220
			0	1	0,025	0,158
			0	1	0,016	0,125
			0	1	0,013	0,112
			min	max	media	desv
			1	4	1,990	1,274
			min	max	media	desv
			0	1	0,221	0,415
			0	1	0,262	0,440
			0	1	0,259	0,439
			0	1	0,141	0,349
			0	1	0,137	0,344
			0	1	0,081	0,273
			0	1	0,005	0,069

Sectores

Para clasificar por sectores nos basamos en la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas adaptada a República Dominicana, ONE (2014, Tabla VI).

La selección por sectores fue aproximadamente proporcional a censos realizados sobre el terreno, de manera que los resultados no son estadísticamente representativos por sectores, excepto para aquellos con un mayor número de encuestas respondidas (comercio, alojamiento y comida, peluquería).

**Tabla 5.2. Sectores a los que pertenecen
las empresas encuestadas en cada localización**

	Dajabón	Los Cacaos	Domingo Savio	San Cristóbal	Sto. Domingo
Agricultura, ganadería	10	14	1	0	0
Industrias manufactureras	25	3	6	10	26
Construcción	2	0	0	3	10
Comercio, reparación de vehículos	141	98	102	51	181
Transporte y almacena- miento	7	2	0	3	10
Alojamiento, servicio de comida	39	11	13	15	50
Información y comunica- ciones	3	2	5	3	9
Finanzas y seguros	13	2	0	5	17
Inmobiliarias	1	0	0	1	3
Profesionales, científicas y técnicas	2	1	0	1	7
Servicios administrativos y de apoyo	7	5	0	3	9
Enseñanza	8	9	0	5	17
Salud y asistencia social	14	0	0	5	18

Arte, entretenimiento y recreación	7	4	1	3	10
Peluquería, salones de belleza	23	4	44	4	14
TOTAL	302	155	172	112	381

5.5. Análisis de las encuestas

El análisis que se presenta relaciona fundamentalmente variables por pares, buscando cuáles de ellas muestran respuestas no-independientes, esto es, en que la probabilidad de que los resultados fueran los observados en caso de que variables fueran independientes (p-valor del test), sea menor que 0,05. Donde esto ocurre, los datos respaldan que las variables en cuestión están relacionadas mutuamente o ambas con una tercera, aunque no permiten afirmar relaciones causa-efecto.

El test adecuado para esto es el test de independencia Chi2, respecto al cual se verificará en cada caso la condición de un número mayor de 5 casos esperados en cada una de las combinaciones de valores de las dos variables.

Para simplificar el análisis vamos a añadir tres variables a las obtenidas directamente de la encuesta.

5.5.1. Nuevas variables

5.5.1.1. Variable binaria sobre planes

Definimos una variable nueva consistente solo en la recodificación de la variable sobre planes, que corresponde a la pregunta 38 de la encuesta. Como se ve en el Anexo 5.A.1, la pregunta 38 podía tener las siguientes respuestas, excluyentes:

¿Tiene planes respecto a la incorporación de nuevas tecnologías computacionales en su negocio?

1. No tengo planes especiales respecto a tecnologías computacionales, fuera de ir actualizando lo que ya utilizo.
2. Solo tendría planes de mayor inversión si hubiera algún apoyo financiero o de capacitación para ello; en otro caso, no.
3. Mis planes consisten en mantenerme a la par con lo que hagan mis competidores, o mis clientes me digan.
4. Tengo planes pensados para invertir más en tecnologías computacionales.

La recodificación consiste meramente en definir una nueva variable binaria, cuyo valor sea 0 (No) para las encuestas donde la anterior fue respondida con 1 ó 2; y 1 (Sí) para las encuestas donde fue respondida con 3 ó 4.

5.5.1.2. Clusterización por nivel de digitalización

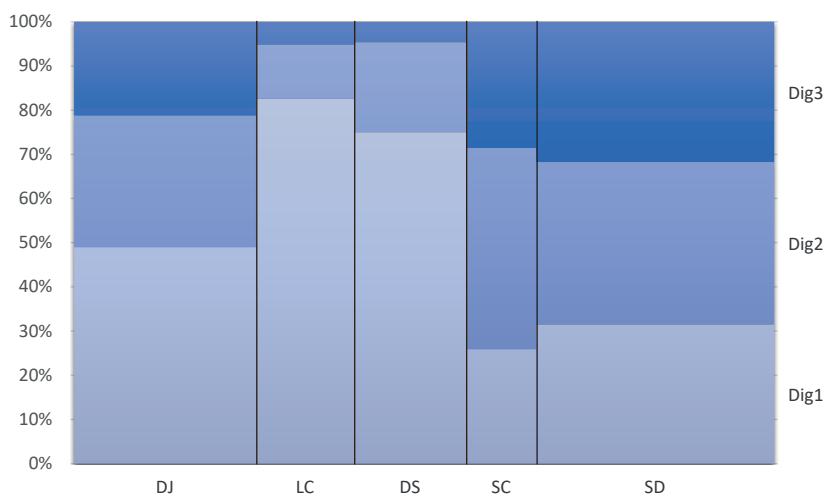
Realizamos una agrupación en tres *clusters* utilizando todas las respuestas a las preguntas sobre Recursos (preguntas 13 a 23 de la encuesta) y Usos (preguntas 27 a 34 de la encuesta), excepto aquellas respuestas que incluyen la palabra 'ninguno' (estas son meramente opciones de comprobación, equivalentes a haber respondido No a todas las opciones anteriores, y por tanto no contienen información nueva).

El procedimiento utilizado es una 'clusterización' k-means con $k=3$, que encuentra tres centroides y asigna cada encuesta, según sus respuestas, a uno de los tres, de manera de minimizar la distancia de cada encuesta a su respectivo centroide, y maximizarla respecto a los otros dos. La función de distancia usada es el cuadrado de la distancia euclidiana.

El *cluster* Dig1 supone digitalización Muy Baja; el *cluster* Dig2 digitalización Baja; y el *cluster* Dig3 digitalización Media y Alta.

Las encuestas quedan distribuidas en los tres niveles de digitalización de esta manera, según localidades:

Gráfico 5.1. Niveles de digitalización vs localización



$p\text{Chi}^2=0,00000$

Los niveles de digitalización son claramente mayores en el centro de los núcleos urbanos de Santo Domingo (SD) y San Cristóbal (SD) que en las regiones periféricas (rural en LC, barrio en DS). La ciudad de Dajabón (DJ) se encuentra en una posición intermedia.

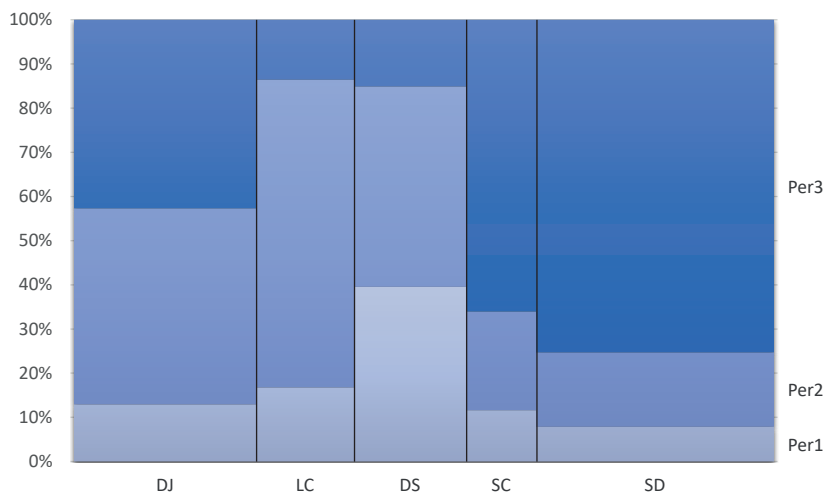
5.5.1.3. Clusterización por percepciones sobre digitalización

Realizamos una agrupación en tres *clusters* utilizando todas las respuestas a las preguntas sobre Inconvenientes y Obstáculos (preguntas 24.1 a 24.15 de la encuesta) y Beneficios y Ventajas (preguntas 25.1 a 25.12 de la encuesta).

El procedimiento utilizado es una 'clusterización' k-means con $k=3$, que encuentra tres centroides y asigna cada encuesta, según sus respuestas, a uno de los tres, de manera de minimizar la distancia de cada encuesta a su respectivo centroide, y maximizarla a los otros dos. La función de distancia usada es el cuadrado de la distancia euclidiana.

El *cluster* Per1 supone Alta percepción de Inconvenientes y Baja de Ventajas; el *cluster* Per2 Alta percepción de Inconvenientes y Alta de Ventajas; y el *cluster* Per3 Baja percepción de Inconvenientes y Alta de Ventajas.

Gráfico 5.2. Percepciones sobre digitalización vs localización



pChi2=0,00000

Las percepciones sobre digitalización siguen la misma distribución por localizaciones que los niveles de digitalización: son claramente mejores en el centro de los núcleos del área de Santo Domingo (SC y SD) que en las regiones periféricas (rural en LC, barrio en DS). La ciudad de Dajabón se encuentra en una posición intermedia.

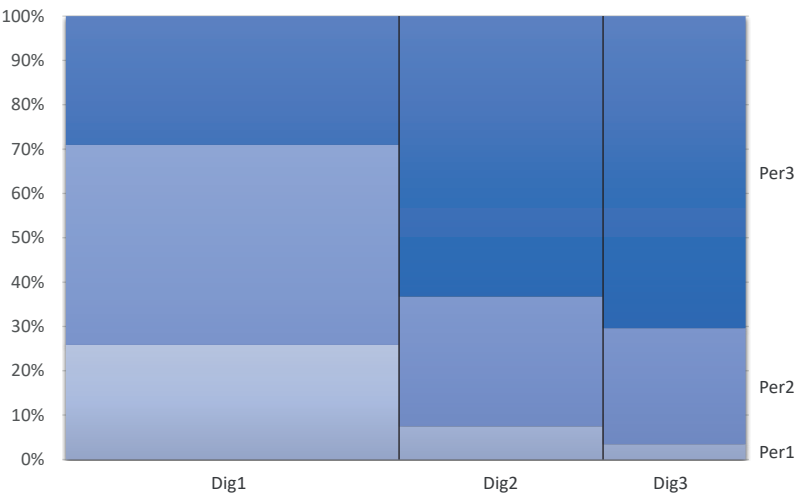
5.5.1.4. Relación entre ambas 'clusterizaciones'

Como vimos en los dos apartados anteriores, cada una de las dos 'clusterizaciones' resulta en variables ordinales, de manera que desde el punto de vista del nivel de digitalización $Dig1 < Dig2 < Dig3$, y desde

el punto de vista de las percepciones sobre digitalización $Per1 < Per2 < Per3$.

Una vez catalogada cada encuesta en uno de los tres *clusters* de nivel de digitalización (Dig) y en cada uno de los tres *clusters* de percepciones sobre digitalización (Per), encontramos la siguiente relación entre en qué clústeres resultó clasificada cada encuesta:

Gráfico 5.3. Percepciones sobre digitalización vs nivel de digitalización
(todas las localizaciones)



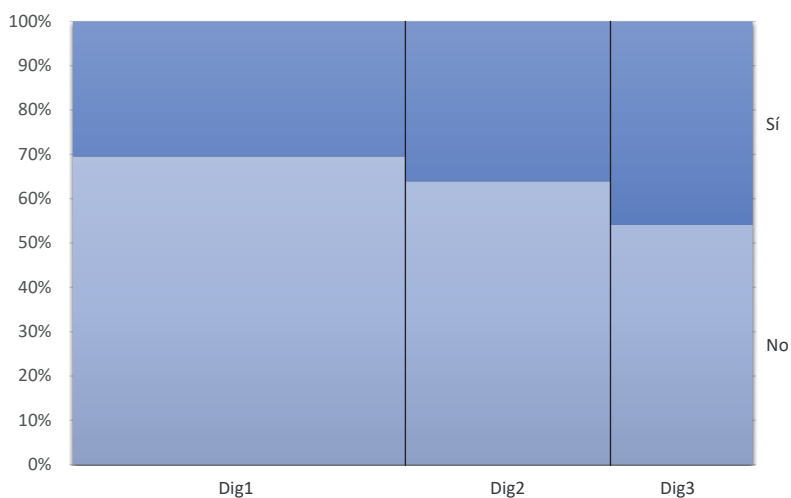
$p\text{Chi}^2=0,00000$

$p\text{Tau-b}=0,00000$; $\text{tau-b}=0,3534$

La relación entre ambas clasificaciones por *clusters* es clara en el Gráfico 5.3. Cuanto mayor es el nivel de digitalización de la empresa (Dig) mejores son sus percepciones (Per), de manera que las empresas con un nivel de digitalización medio y alto tienden a encontrar menos inconvenientes y obstáculos a la digitalización en su medio, y más ventajas y beneficios. La correlación tau-b confirma que la relación es significativa.

5.5.1.5. Relación con los planes de digitalizar

**Gráfico 5.4. Planes de digitalizar (binario) vs nivel de digitalización
(todas las localizaciones)**

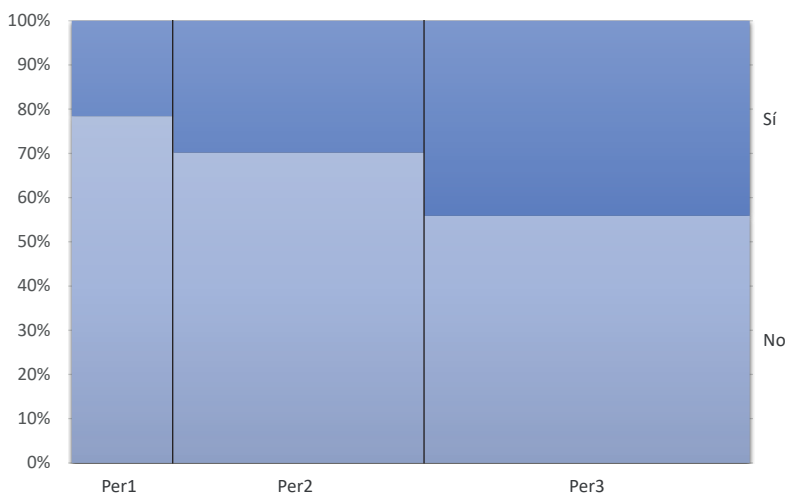


$p\text{Chi}^2=0,00019$

$p\text{Tau-b}=0,00007$; $\text{tau-b}=0,1129$

Al crecer el nivel de digitalización actual de la empresa (Dig) aumenta también su intención de digitalizar más. La correlación tau-b confirma que la relación es significativa.

Gráfico 5.5. Planes de digitalizar vs percepciones sobre digitalización (todas las localizaciones)



$p\text{Chi}^2=0,00000$

$p\text{Tau-b}=0,00000$; $\text{tau-b}= 0,1759$

Al mejorar las percepciones sobre digitalización de la empresa (Per) aumenta también su intención de digitalizar más. La correlación tau-b confirma que la relación es significativa.

Los respectivos valores del coeficiente de correlación tau-b muestra que la influencia de las percepciones sobre digitalización sobre la intención de digitalizar es mayor que la del nivel de digitalización actual.

5.5.2. Resultados locales

5.5.2.1. Dajabón

5.5.2.1.1. Cómo es la intención de digitalizar en el futuro

Gráfico 5.6. Conversión de la variable planes de digitalizar a binaria (Dajabón)

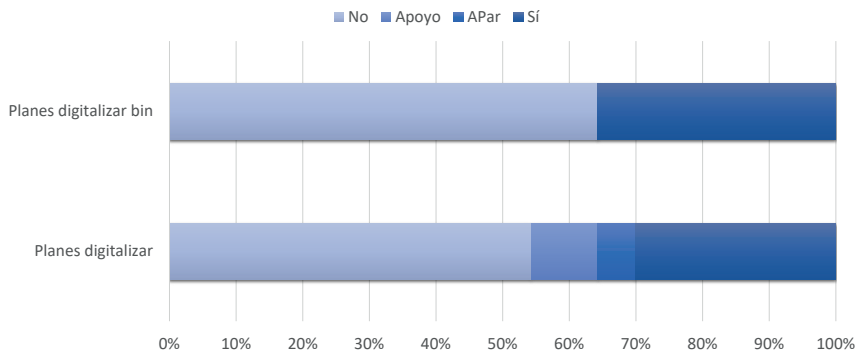
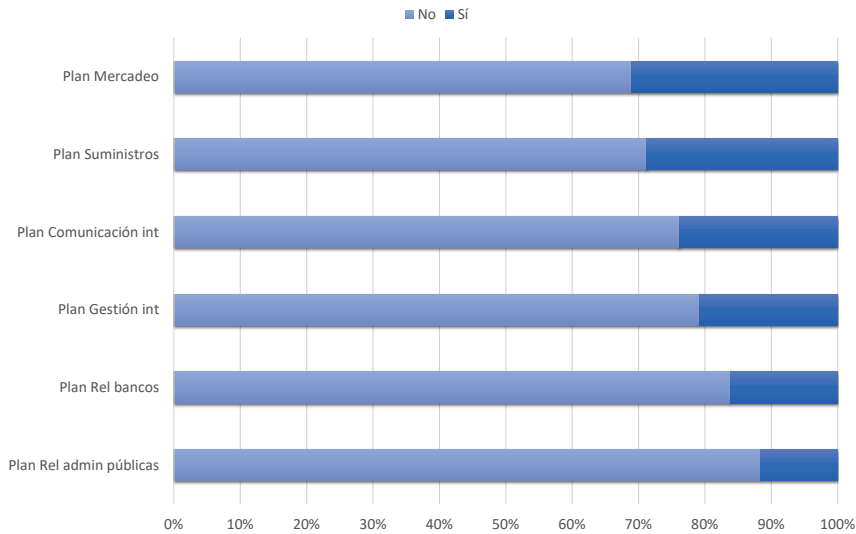


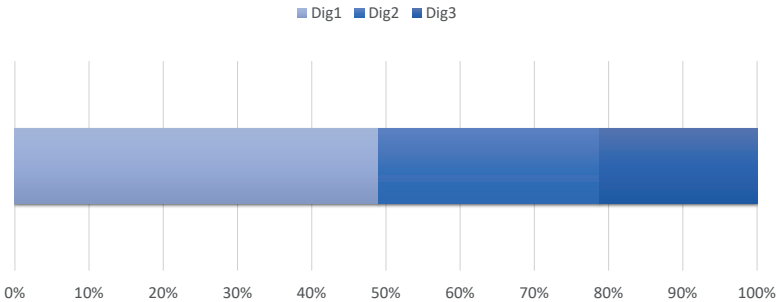
Gráfico 5.7. Funciones empresariales en las que tiene planes de digitalizar (Dajabón)



5.5.2.1.2. Clusterización por desarrollo digital

Siguiendo el procedimiento de distribución en *clusters* según desarrollo digital explicado en 5.5.1.2, las empresas de Dajabón serían asignadas así:

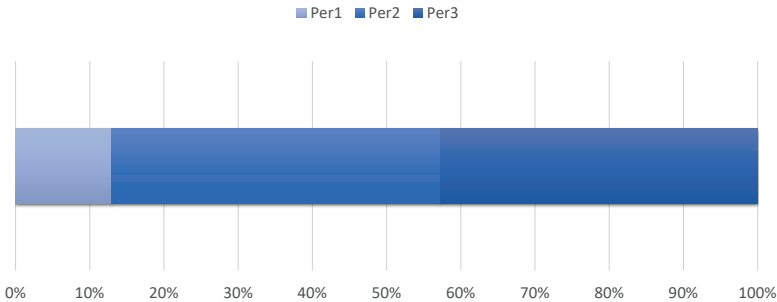
Gráfico 5.8. Clusterización por nivel de digitalización (Dajabón)



5.5.2.1.3. Clusterización por percepciones sobre digitalización

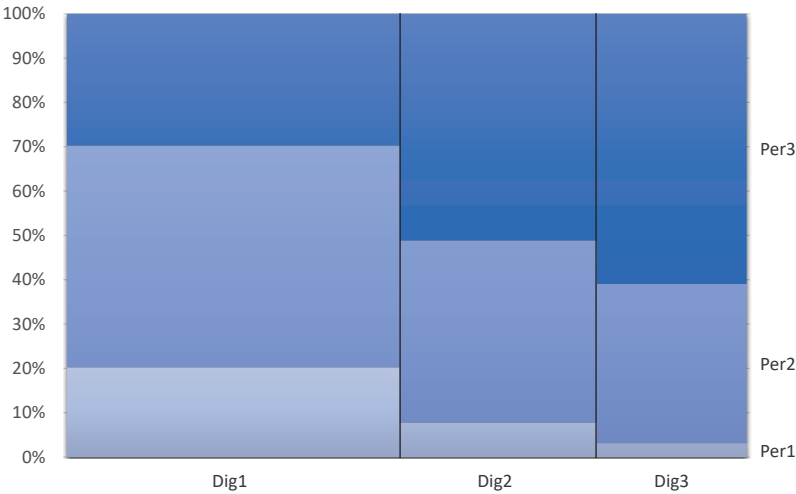
Siguiendo el procedimiento de distribución en *clusters* según percepciones sobre digitalización explicado en 5.5.1.3, las empresas de Dajabón serían asignadas así:

Gráfico 5.9. Clusterización por percepciones sobre digitalización (Dajabón)



5.5.2.1.4. Relación entre ambas 'clusterizaciones'

Gráfico 5.10. Percepciones sobre digitalización vs nivel de digitalización (Dajabón)



pChi2=0,00002

pTau-b=0,0000 ; tau-b=0,2707

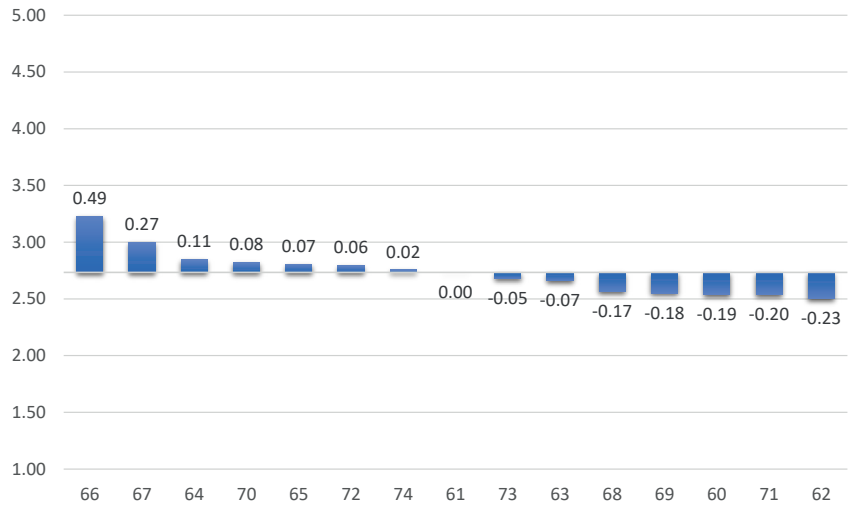
El mismo fenómeno de que a mayor nivel actual de digitalización de la empresa, mejores percepciones sobre digitalización que observamos para el conjunto de las localizaciones, se aprecia también solo con las encuestas de Dajabón. Kendall tau-b muestra que se trata de una correlación estadísticamente significativa.

5.5.2.1.5. Inconvenientes y obstáculos

**Tabla 5.3. Inconvenientes y obstáculos
por los que no ha digitalizado más (escala 1 a 5) (Dajabón)**

Pregunta	Promedio
66 Elevaría los costos del negocio	3,23
67 Los clientes no lo piden	3,00
64 No cuento con financiamiento	2,84
70 No veo posible cualificar o adaptar al personal	2,82
65 No sería rentable	2,80
72 Requeriría introducir cambios complicados en el negocio	2,79
74 No conozco bien qué otros elementos computacionales existen	2,75
61 Demasiado complicado, demasiado técnico	2,73
73 Riesgo de que mi negocio dependa demasiado	2,68
63 Conexión a Internet no fiable	2,66
68 Los competidores no lo usan	2,57
69 Podría perder clientes que no manejan bien	2,55
60 No hay tecnologías adecuadas	2,54
71 No conseguiría aquí profesionales adecuados	2,54
62 Suministro eléctrico no fiable	2,50
Promedio	2,73

Gráfico 5.11. Inconvenientes y obstáculos por los que no ha digitalizado más (escala 1 a 5), en relación al promedio (Dajabón)



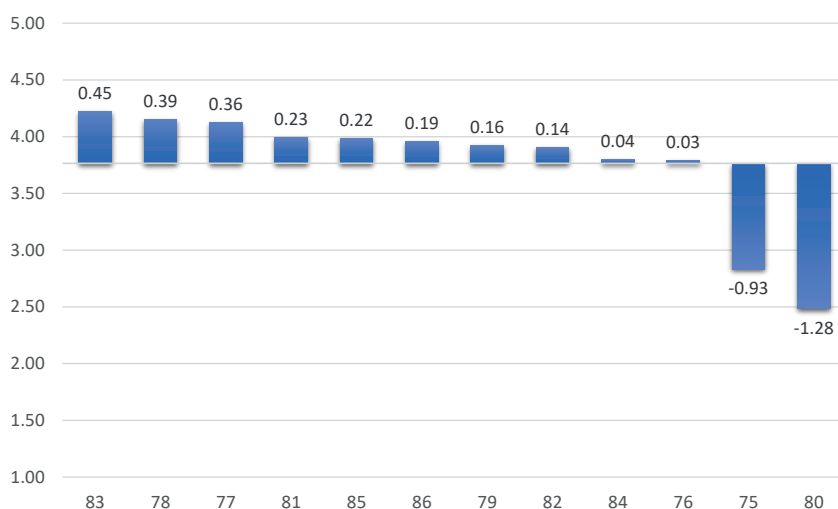
5.5.2.1.6. Beneficios y ventajas

Tabla 5.4. Ventajas y beneficios percibidos de la digitalización ya introducida (escala 1 a 5), (Dajabón)

Pregunta		Promedio
83	Vender ahora es más fácil	4,22
78	Me puso al día con lo que mis clientes piden	4,15
77	Me sirvió para conectarme con los proveedores	4,12
81	He ganado clientes	4,00
85	Los procedimientos del negocio son ahora más fáciles	3,99
86	Ha servido para obtener más información que nos ayuda a tomar decisiones	3,96
79	Me puso a la par con competidores	3,93

82	He podido hacer un marketing más amplio	3,91
84	La publicidad me sale ahora más barata	3,80
76	Ha aumentado las ventas del negocio	3,79
75	Ha disminuido los costos del negocio	2,83
80	Me ha servido para recibir apoyo del Estado o alguna universidad	2,49
Promedio		3,77

Gráfico 5.12. Ventajas y beneficios percibidos de la digitalización ya introducida (escala 1 a 5), en relación al promedio (Dajabón)



Las Tablas 5.3 y 5.4 y los Gráficos 5.11 y 5.12 correspondientes muestran los promedios de las respuestas a las preguntas sobre opiniones por las que los encuestados no han introducido más tecnologías en su empresa (Tabla 5.3, Gráfico 5.11), y sobre las ventajas y beneficios percibidos de las tecnologías que sí han introducido (Tabla 5.4, Gráfico 5.11).

La lectura de esos datos apunta al objetivo principal de este proyecto: identificar factores que puedan orientar cualquier inversión de ayuda al desarrollo enfocada sobre la digitalización, en Dajabón en este caso. Las siguientes conclusiones pueden sustentarse con esos datos:

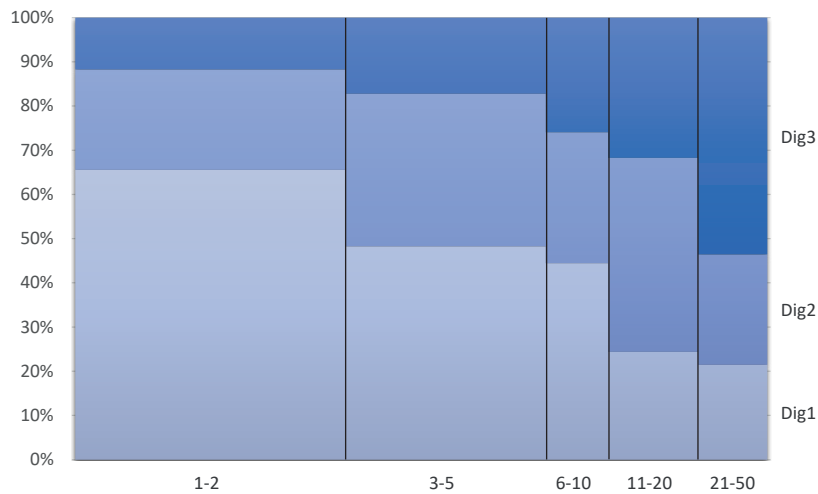
- Los principales inconvenientes son, por este orden, de tipo financiero, de falta de demanda por parte de los clientes, y de complicación de la operación de la empresa.
- Las principales ventajas se concentran en el mercadeo, mientras que los aspectos financieros no son mencionados como una fuente mayor de ventajas.
- La percepción general de ventajas es considerablemente mayor que la de inconvenientes (un promedio más de un punto mayor, en una escala de cuatro intervalos).
- La demanda por parte de los clientes constituye un inconveniente serio (el segundo) y una ventaja importante (la segunda) para las empresas que respectivamente no la experimentan o sí lo hacen. El uso por parte de la competencia no es tan importante.

5.5.2.1.7. Influencia de características de la empresa

Verificamos a continuación las características de la empresa en Dajabón que influyen sobre su pertenencia a los *clusters* y sobre los planes de la empresa (variable binarizada). Solo reseñamos los casos en que a la vez $p\chi^2 < 0,05$ y $p\tau\text{-}b < 0,05$.

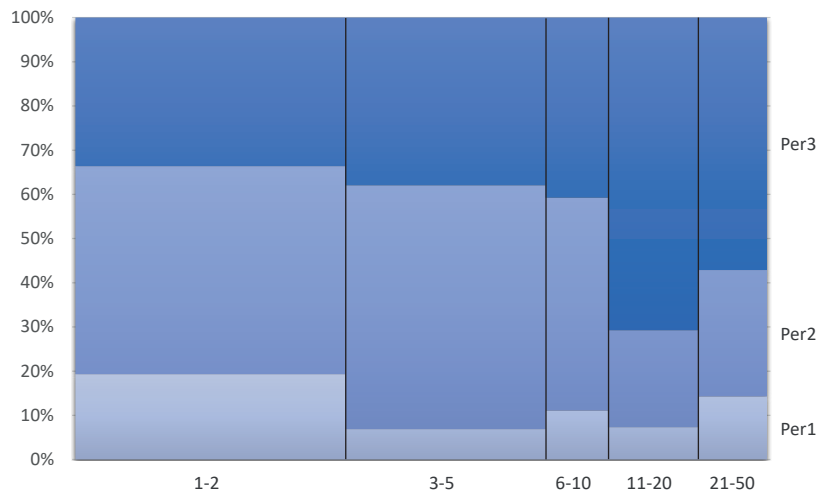
Nivel de digitalización vs Número de trabajadores

Gráfico 5.13. Nivel de digitalización vs Número de trabajadores (Dajabón)



Percepciones sobre digitalización vs Número de trabajadores

Gráfico 5.14. Percepciones sobre digitalización vs Número de trabajadores (Dajabón)

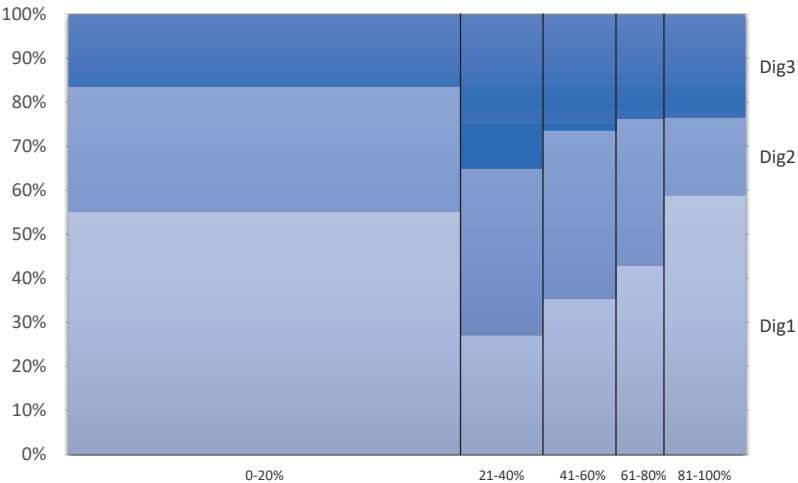


Género del gerente

El género del gerente no influye significativamente ni sobre la pertenencia a los *clusters* ni sobre los planes de digitalizar.

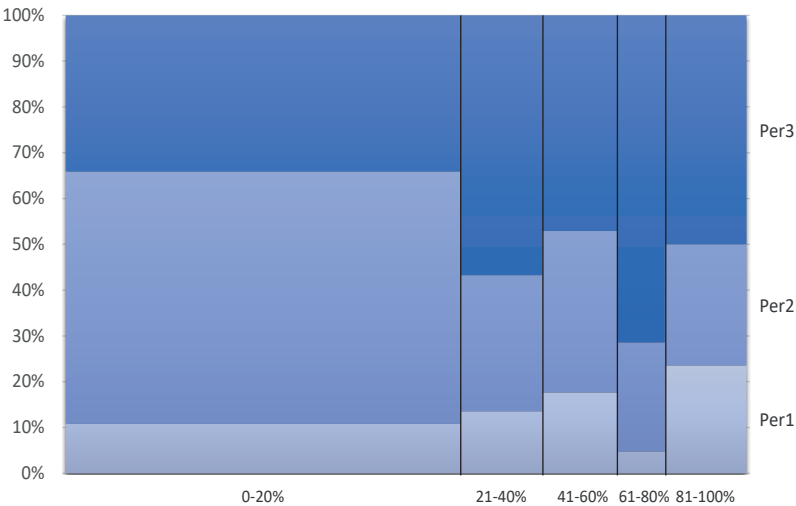
Nivel de digitalización vs Porcentaje de mujeres

Gráfico 5.15. Nivel de digitalización vs Porcentaje de mujeres (Dajabón)



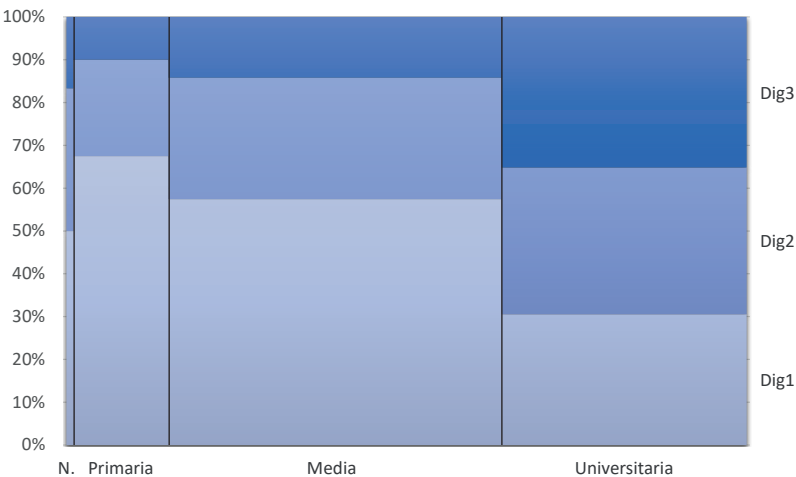
Percepciones sobre digitalización vs Porcentaje de mujeres

Gráfico 5.16. Percepciones sobre digitalización vs Porcentaje de mujeres (Dajabón)



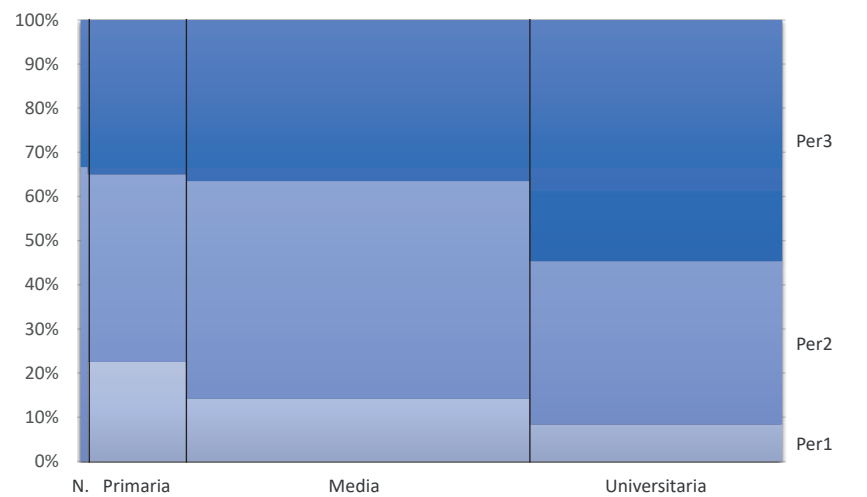
Nivel de digitalización vs Nivel de estudios promedio de empleados

Gráfico 5.17. Nivel de digitalización vs Nivel de estudios promedio de empleados (Dajabón)



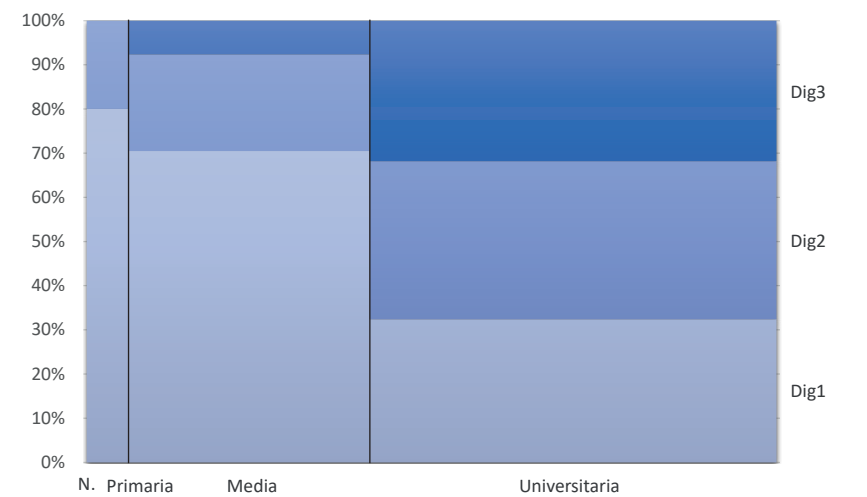
Percepciones sobre digitalización vs Nivel de estudios promedio de empleados

Gráfico 5.18. Percepciones sobre digitalización vs Nivel de estudios promedio de empleados (Dajabón)



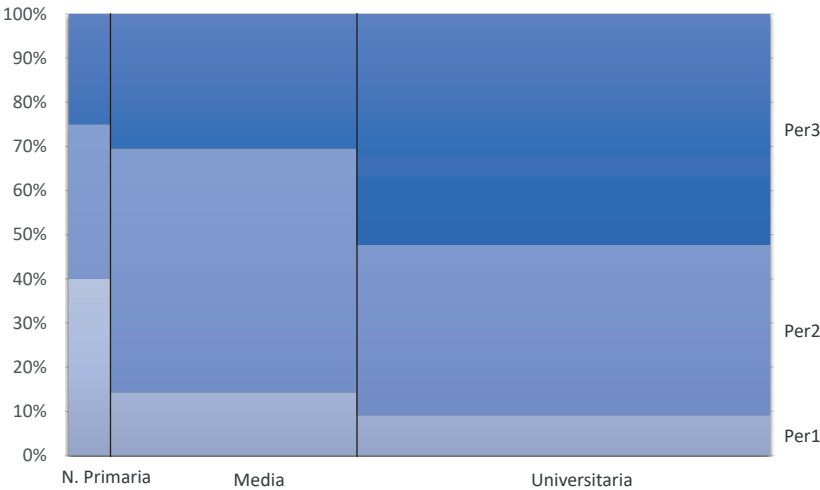
Nivel de digitalización vs Nivel de estudios máximo de directivos

Gráfico 5.19. Nivel de digitalización vs Nivel de estudios máximo de directivos (Dajabón)



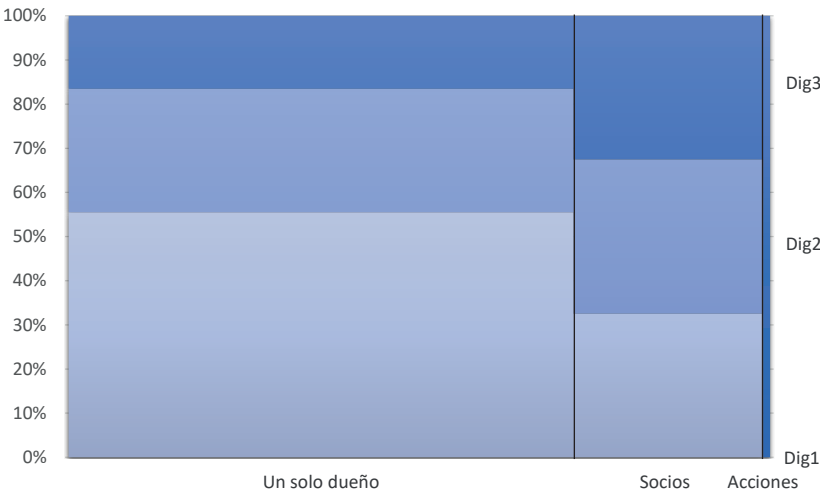
Percepciones sobre digitalización vs Nivel de estudios máximo de directivos

Gráfico 5.20. Percepciones sobre digitalización vs Nivel de estudios máximo de directivos (Dajabón)



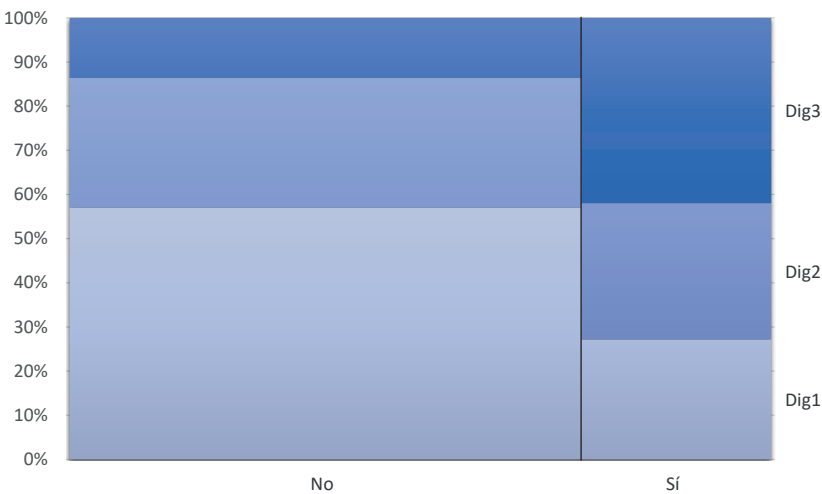
Nivel de digitalización vs Propiedad de la empresa

Gráfico 5.21. Nivel de digitalización vs Propiedad de la empresa (Dajabón)



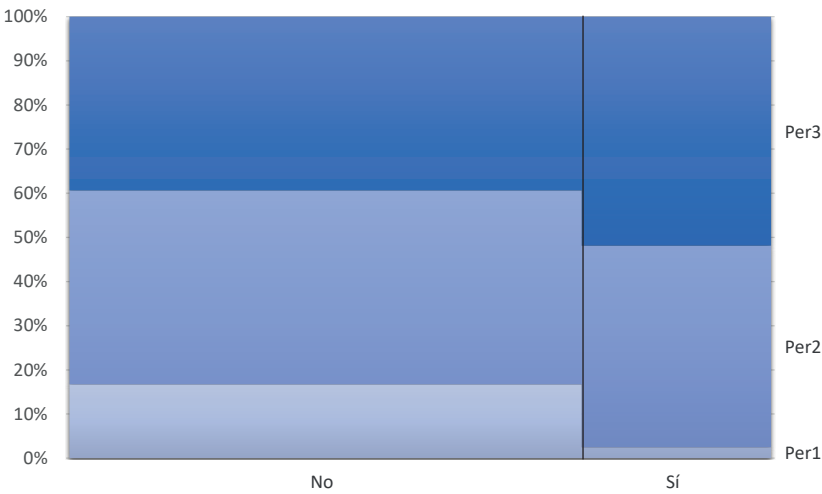
Nivel de digitalización vs Vende a empresas

Gráfico 5.22: Nivel de digitalización vs Vende a empresas (Dajabón)



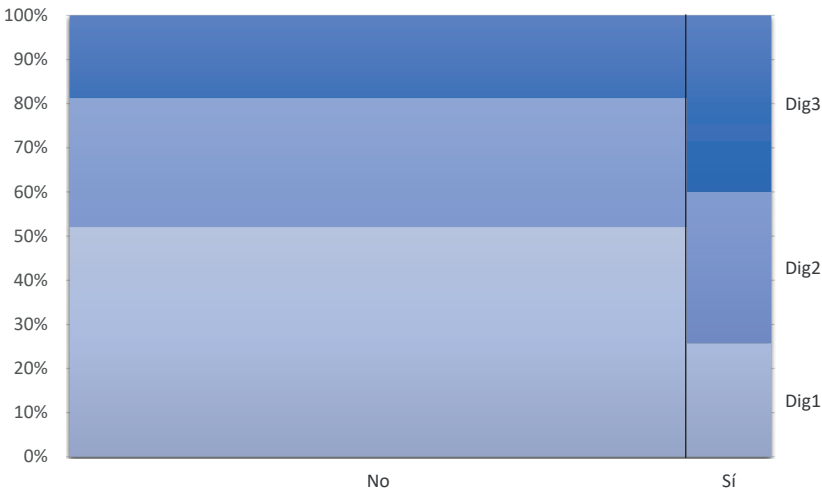
Percepciones sobre digitalización vs Vende a empresas

Gráfico 5.23: Percepciones sobre digitalización vs Vende a empresas (Dajabón)



Nivel de digitalización vs Vende a administraciones

Gráfico 5.24: Nivel de digitalización vs Vende a administraciones (Dajabón)

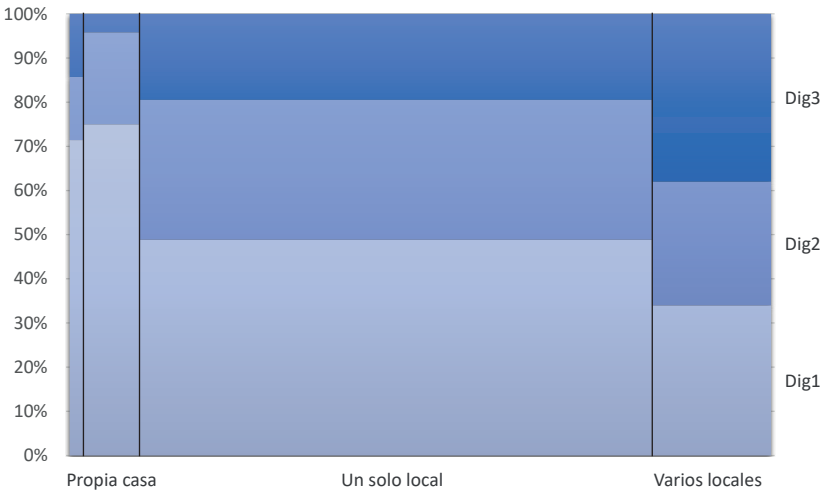


Años de funcionamiento de la empresa

La antigüedad de la empresa no influye significativamente ni sobre la pertenencia a los *clusters* ni sobre los planes para digitalizar.

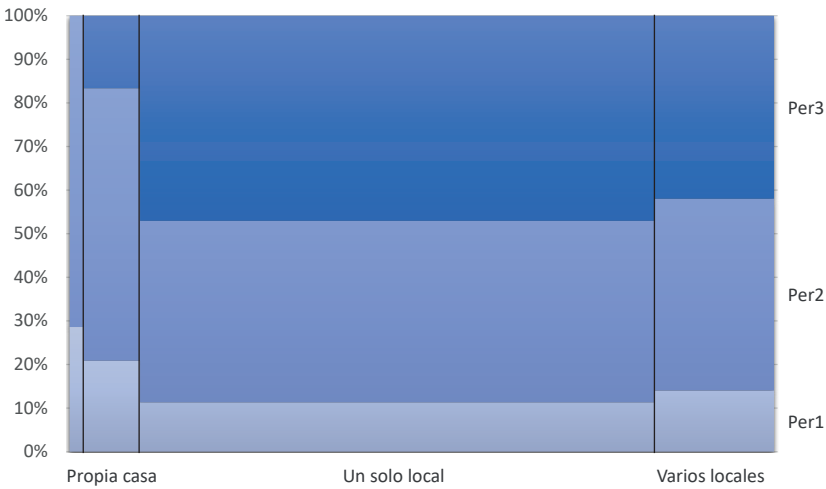
Nivel de digitalización vs Local del negocio

Gráfico 5.25: Nivel de digitalización vs Local del negocio (Dajabón)



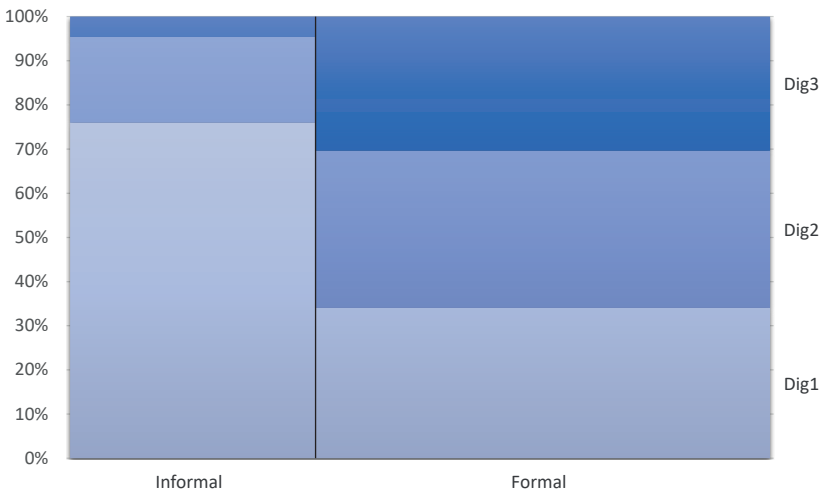
Percepciones sobre digitalización vs Local del negocio

Gráfico 5.26: Percepciones sobre digitalización vs Local del negocio (Dajabón)



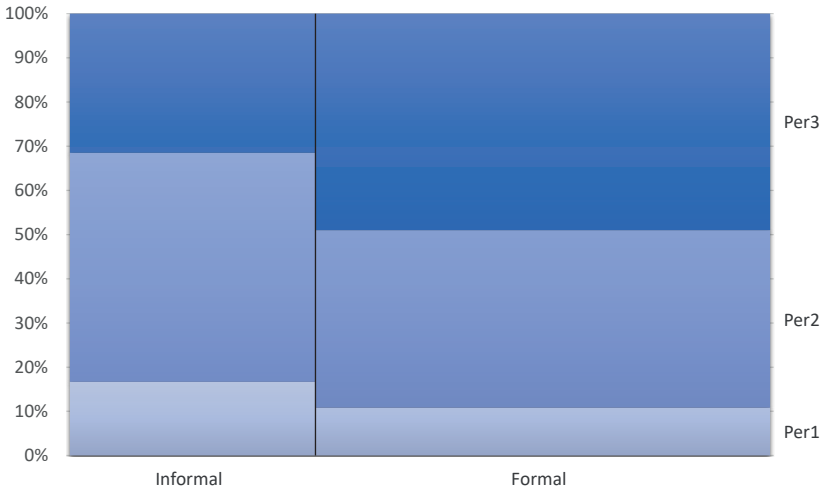
Nivel de digitalización vs Formalidad de la empresa

Gráfico 5.27: Nivel de digitalización vs Formalidad (Dajabón)



Percepciones sobre digitalización vs Formalidad de la empresa

Gráfico 5.28: Percepciones sobre digitalización vs Formalidad (Dajabón)



Conclusiones sobre características relevantes en Dajabón

Todas las relaciones expresadas con los Gráficos del 5.13 al 5.28 son estadísticamente significativas tanto usando el test de independencia Chi2 (las variables relacionadas tienen probabilidades p_{Chi2} menores de 0,05 de ser independientes) como desde la correlación de Kendall (las variables relacionadas tienen probabilidades p_{Tau-b} menores de 0,05 de que la manera en que sus rangos se corresponden sea casual).

Este último test nos permite examinar tanto el signo como la fuerza de la correspondencia entre las variables, a través de los valores de tau-b. Las conclusiones que obtenemos del examen de esos valores para las respuestas de Dajabón son:

- Por este orden, el nivel actual de digitalización correlaciona más fuertemente con la formalidad de la empresa, con el nivel de estudios de sus directivos y empleados, con vender a otras

empresas y a administraciones, y con diversas variables que expresan el tamaño de la empresa (número de empleados, local, existencia de socios). Todas estas correlaciones son positivas.

- Por el contrario, el nivel actual de digitalización es independiente del sexo del gerente, el porcentaje de mujeres y los años de funcionamiento de la empresa.
- Por este orden, las percepciones sobre digitalización correlacionan más fuertemente con el nivel de estudios de sus directivos y empleados, con la formalidad de la empresa, con vender a otras empresas, y con el número de empleados. En menor medida lo hace con el porcentaje de mujeres en la empresa. Todas estas correlaciones son positivas.
- Por el contrario, las percepciones sobre digitalización son independientes del sexo del gerente, los años de funcionamiento de la empresa, el tipo de local, la propiedad de la empresa y que venda a administraciones.
- No hay factores que correlacionen significativamente con los Planes de digitalizar más la empresa.
- Los factores que correlacionan significativamente con el nivel actual de digitalización en general lo hacen de manera más fuerte que con las percepciones sobre digitalización.

Esto último confirma un aspecto que ya habíamos visto al comparar las Tablas 5.3 y 5.4: el tono general de las entrevistas es optimista. Las ventajas son más apreciadas que los inconvenientes, y como vemos aquí, las percepciones son menos influidas por las características de la empresa que su nivel real de digitalización.

5.5.2.2. Los Cacaos

5.5.2.2.1. Cómo es la intención de digitalizar en el futuro

Gráfico 5.29. Conversión de la variable planes de digitalizar a binaria (Los Cacaos)

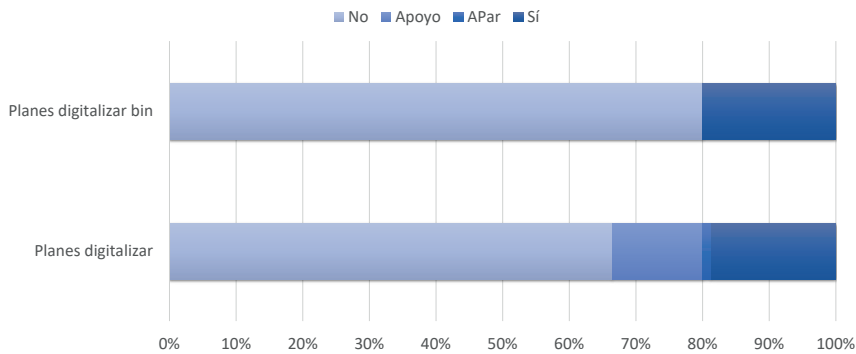
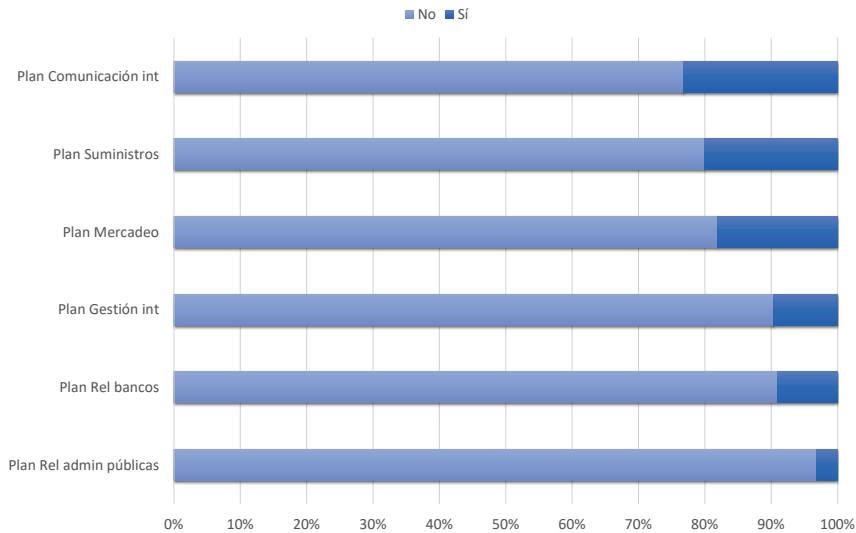


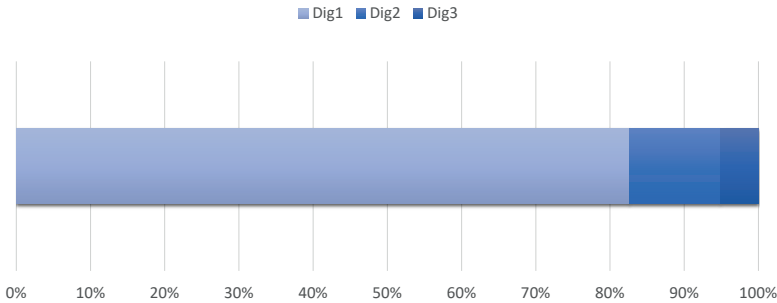
Gráfico 5.30. Funciones empresariales en las que tiene planes de digitalizar (Los Cacaos)



5.5.2.2.2. Clusterización por desarrollo digital

Siguiendo el procedimiento de distribución en *clusters* según nivel de desarrollo digital explicado en 5.5.1.2, las empresas de Los Cacaos serían asignadas así:

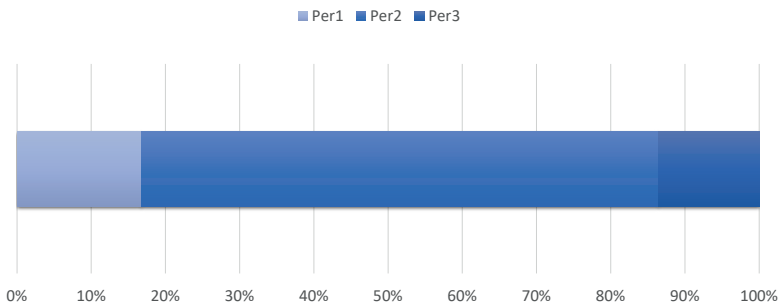
Gráfico 5.31. Clusterización por nivel de digitalización (Los Cacaos)



5.5.2.2.3. Clusterización por percepciones sobre digitalización

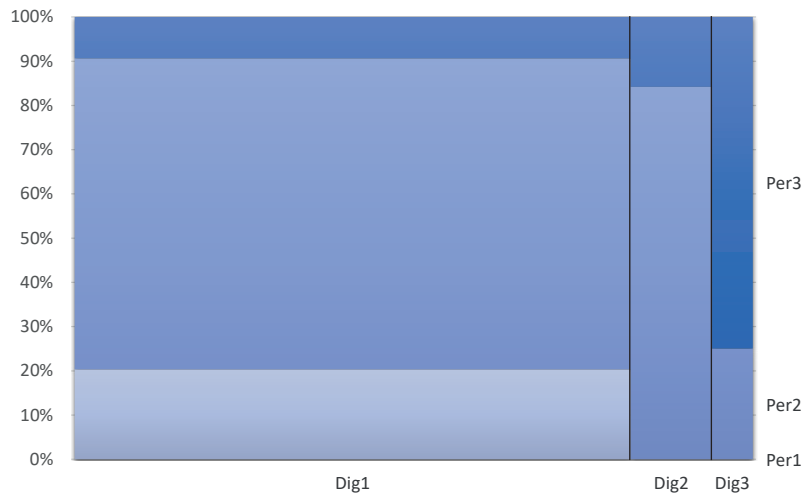
Siguiendo el procedimiento de distribución en *clusters* según percepciones sobre digitalización explicado en 5.5.1.3, las empresas de Los Cacaos serían asignadas así:

Gráfico 5.32. Clusterización por percepciones sobre digitalización (Los Cacaos)



5.5.2.2.4. Relación entre ambas 'clusterizaciones'

Gráfico 5.33. Percepciones sobre digitalización vs nivel de digitalización (Los Cacaos)



pChi2=0,00000
pTau-b=0,00000 ; tau-b=0,3077

El mismo fenómeno de que a mayor nivel actual de digitalización de la empresa, mejores percepciones sobre digitalización, que observamos para el conjunto de las localizaciones, se aprecia también tomando solo las encuestas de Los Cacaos. Kendall tau-b muestra que se trata de una correlación estadísticamente significativa.

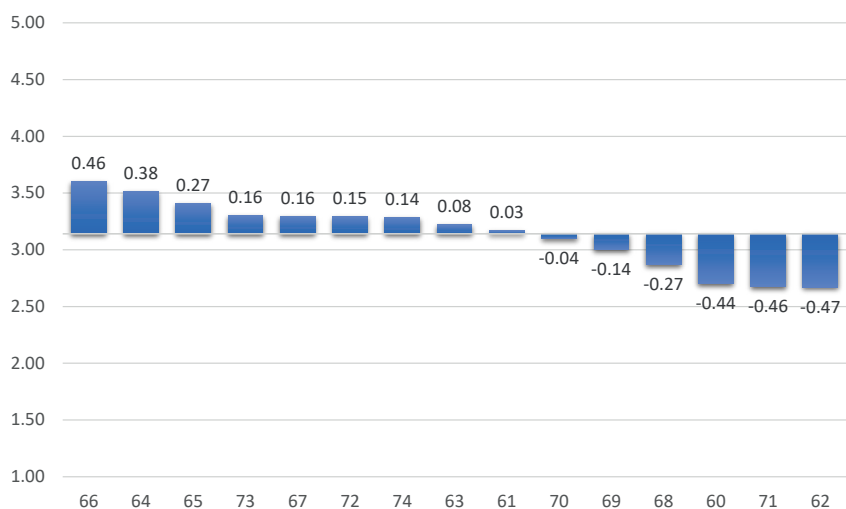
5.5.2.2.5. Inconvenientes y obstáculos

Tabla 5.5. Inconvenientes y obstáculos por los que no ha digitalizado más (escala 1 a 5) (Los Cacaos)

Pregunta		Promedio
66	Elevaría los costos del negocio	3,60
64	No cuento con financiamiento	3,52

65	No sería rentable	3,41
73	Riesgo de que mi negocio dependa demasiado	3,30
67	Los clientes no lo piden	3,30
72	Requeriría introducir cambios complicados en el negocio	3,29
74	No conozco bien qué otros elementos computacionales existen	3,28
63	Conexión a Internet no fiable	3,22
61	Demasiado complicado, demasiado técnico	3,17
70	No veo posible cualificar o adaptar al personal	3,10
69	Podría perder clientes que no manejan bien	3,00
68	Los competidores no lo usan	2,87
60	No hay tecnologías adecuadas	2,70
71	No conseguiría aquí profesionales adecuados	2,68
62	Suministro eléctrico no fiable	2,67
Promedio		3,14

Gráfico 5.34: Inconvenientes y obstáculos por los que no ha digitalizado más (escala 1 a 5), en relación al promedio (Los Cacaos)

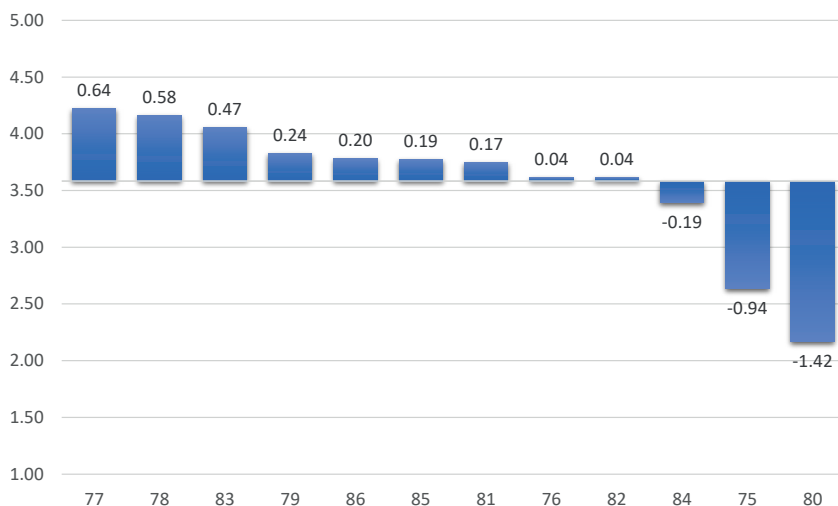


5.5.2.2.6. Beneficios y ventajas

Tabla 5.6. Ventajas y beneficios percibidos de la digitalización ya introducida (escala 1 a 5) (Los Cacaos)

Pregunta		Promedio
77	Me sirvió para conectarme con los proveedores	4,22
78	Me puso al día con lo que mis clientes piden	4,16
83	Vender ahora es más fácil	4,05
79	Me puso a la par con competidores	3,83
86	Ha servido para obtener más información que nos ayuda a tomar decisiones	3,78
85	Los procedimientos del negocio son ahora más fáciles	3,77
81	He ganado clientes	3,75
76	Ha aumentado las ventas del negocio	3,62
82	He podido hacer un marketing más amplio	3,62
84	La publicidad me sale ahora más barata	3,39
75	Ha disminuido los costos del negocio	2,64
80	Me ha servido para recibir apoyo del Estado o alguna universidad	2,17
Promedio		3,58

Gráfico 5.35: Ventajas y beneficios percibidos de la digitalización ya introducida (escala 1 a 5), en relación al promedio (Los Cacaos)



Las Tablas 5.5 y 5.6 y los Gráficos 5.34 y 5.35 correspondientes muestran los promedios de las respuestas a las preguntas sobre opiniones por las que los encuestados no han introducido más tecnologías en su empresa (Tabla 5.5, Gráfico 5.34), y sobre las ventajas y beneficios percibidos de las tecnologías que sí han introducido (Tabla 5.6, Gráfico 5.35).

La lectura de esos datos apunta al objetivo principal de este proyecto: identificar factores que puedan orientar cualquier inversión de ayuda al desarrollo enfocada sobre la digitalización, en Los Cacaos en este caso. Las siguientes conclusiones pueden sustentarse en esos datos:

- Los principales inconvenientes son, por este orden, de tipo financiero, de riesgo de dependencia excesiva, y de falta de demanda por parte de los clientes.
- Las principales ventajas se refieren al contacto con proveedores, que en Los Cacaos es evidentemente más complicado que en ciudades, asuntos de mercadeo y ponerse a la par con los

competidores, mientras que los aspectos financieros no son mencionados como una fuente mayor de ventajas.

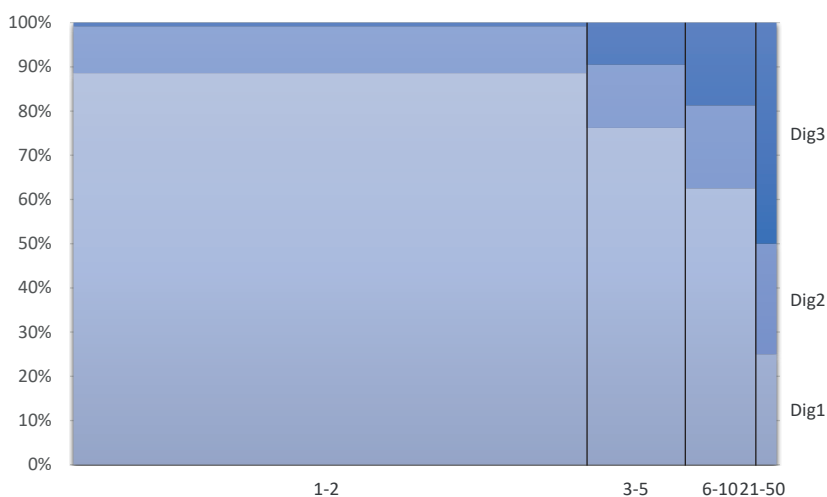
- La percepción general de ventajas es algo mayor que la de inconvenientes (un promedio de 0,4 puntos mayor, en una escala de cuatro intervalos).
- La demanda por parte de los clientes constituye un inconveniente de relativa importancia (el quinto) y una ventaja importante (la segunda) para las empresas que respectivamente no la experimentan o sí la experimentan. El uso por parte de la competencia solo es importante como ventaja (la cuarta).

5.5.2.2.7. Influencia de características de la empresa

Verificamos a continuación las características de la empresa en Los Cacaos que influyen sobre su pertenencia a los *clusters* y sobre los planes de la empresa (variable binarizada). Solo reseñamos los casos en que a la vez $p\text{Chi}^2 < 0,05$ y $p\text{Tau-b} < 0,05$.

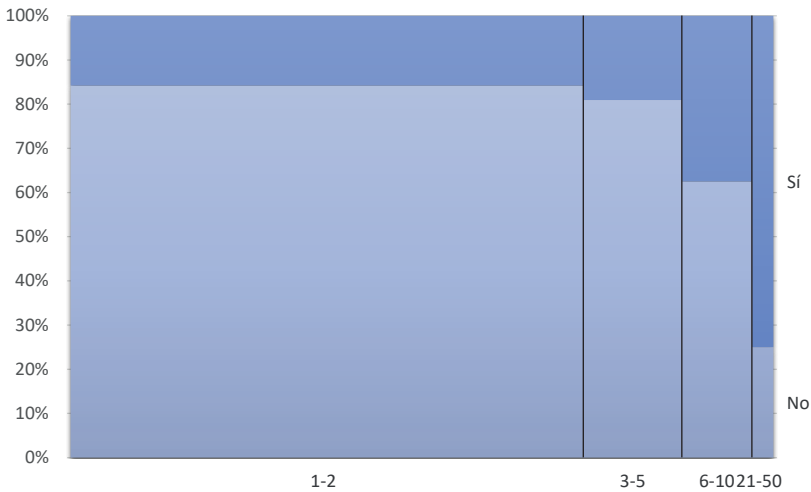
Nivel de digitalización vs Número de trabajadores

Gráfico 5.36: Nivel de digitalización vs Número de trabajadores (Los Cacaos)



Planes de digitalizar vs Número de trabajadores

Gráfico 5.37: Planes de digitalizar vs Número de trabajadores (Los Cacaos)

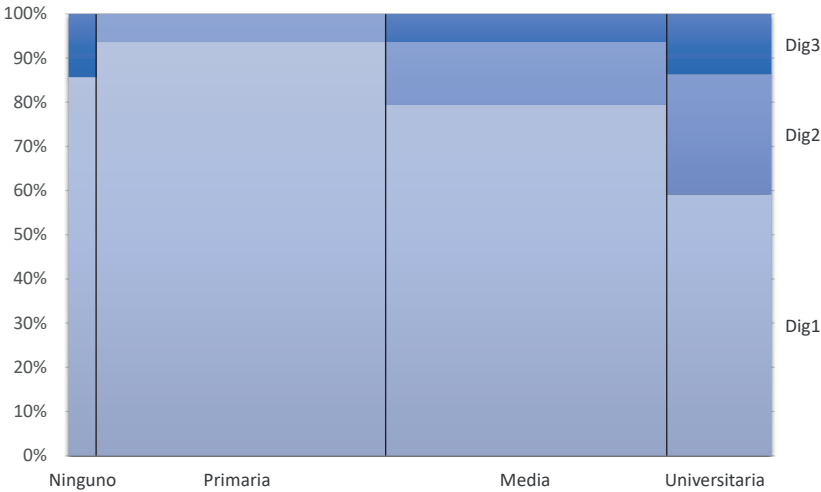


Género del gerente y Porcentaje de mujeres

Ni el Género del gerente ni el Porcentaje de Mujeres en la empresa influye significativamente ni sobre la pertenencia a los *clusters* ni sobre los planes de digitalizar.

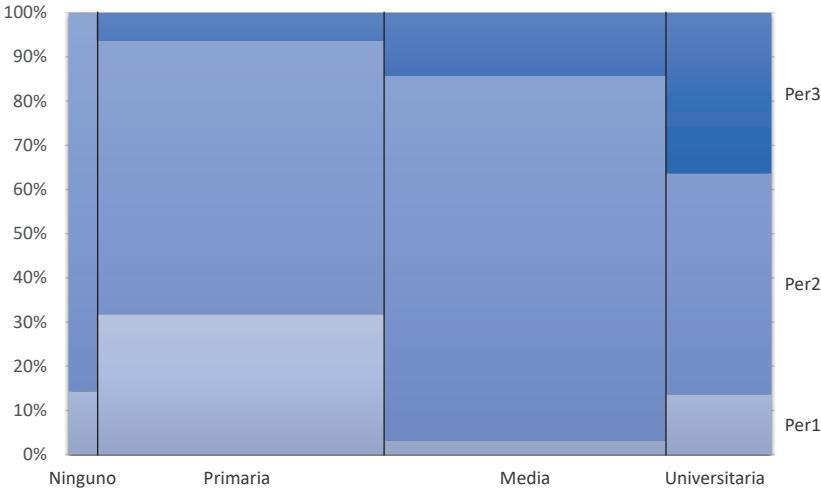
Nivel de digitalización vs Nivel de estudios promedio de empleados

Gráfico 5.38: Nivel de digitalización vs Nivel de estudios promedio de empleados (Los Cacaos)



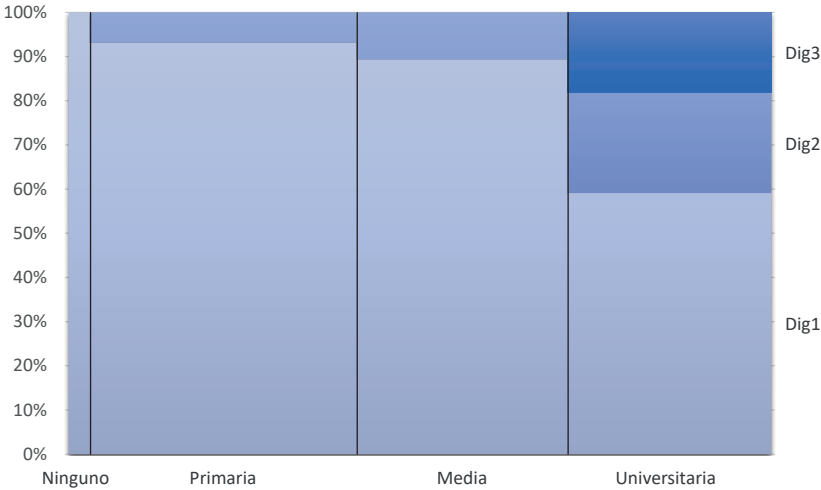
Percepciones sobre digitalización vs Nivel de estudios promedio de empleados

Gráfico 5.39: Percepciones sobre digitalización vs Nivel de estudios promedio de empleados (Los Cacaos)



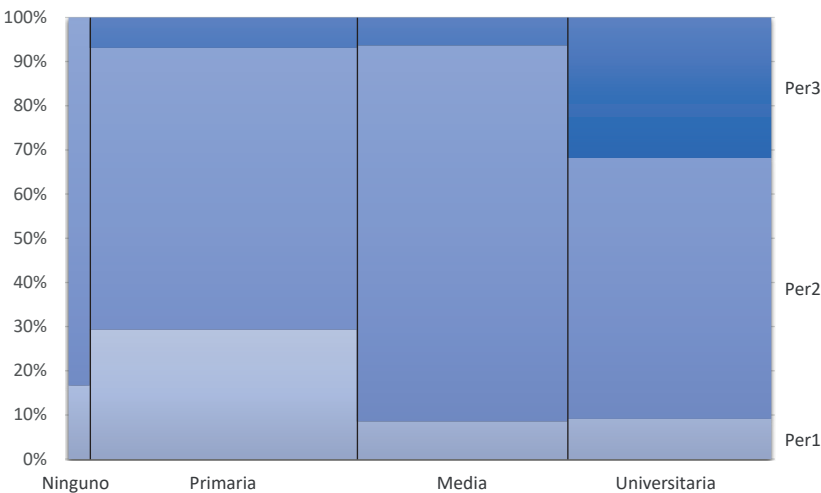
Nivel de digitalización vs Nivel de estudios máximo de directivos

Gráfico 5.40: Nivel de digitalización vs Nivel de estudios máximo de directivos (Los Cacaos)



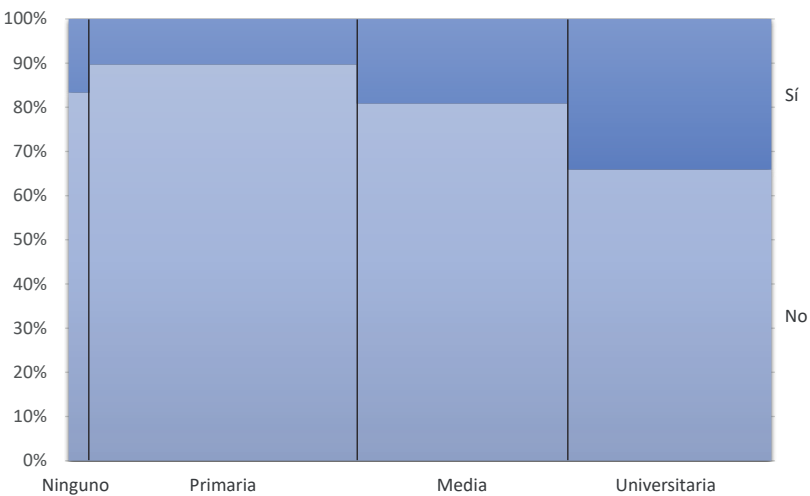
Percepciones sobre digitalización vs Nivel de estudios máximo de directivos

Gráfico 5.41: Percepciones sobre digitalización vs Nivel de estudios máximo de directivos (Los Cacaos)



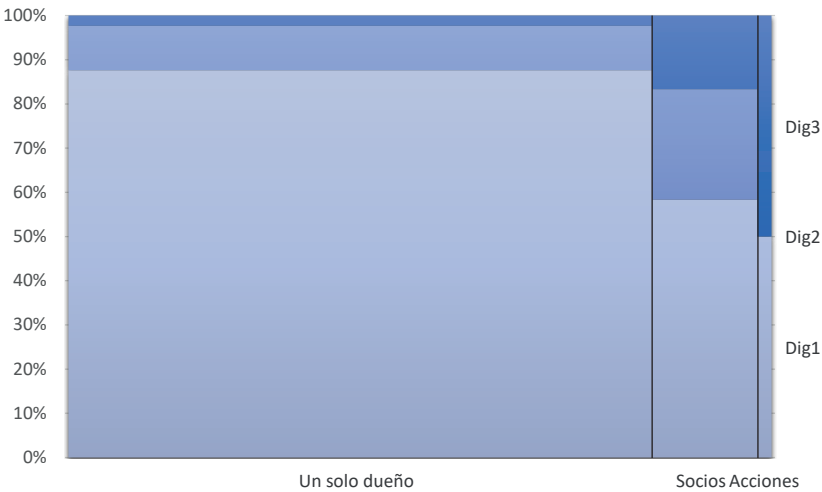
Planes de digitalizar vs Nivel de estudios máximo de directivos

Gráfico 5.42: Planes de digitalizar vs Nivel de estudios máximo de directivos (Los Cacaos)



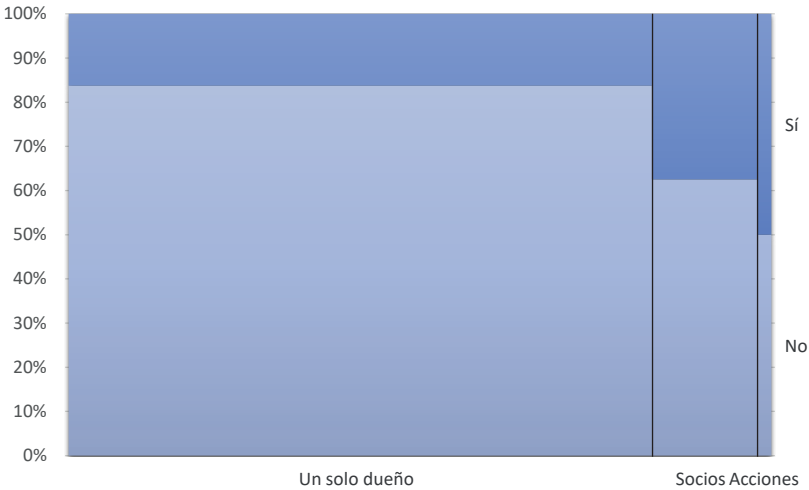
Nivel de digitalización vs Propiedad de la empresa

Gráfico 5.43: Nivel de digitalización vs Propiedad de la empresa (Los Cacaos)



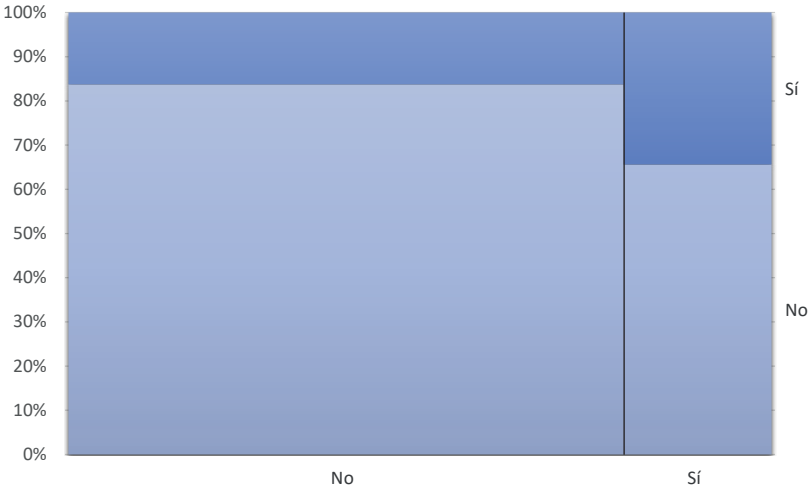
Planes de digitalizar vs Propiedad de la empresa

Gráfico 5.44: Planes de digitalizar vs Propiedad de la empresa (Los Cacaos)



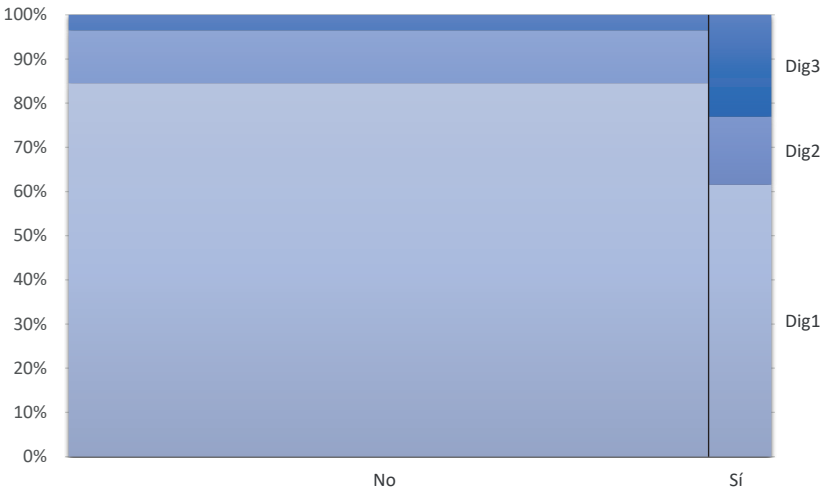
Planes de digitalizar vs Vende a empresas

Gráfico 5.45: Planes de digitalizar vs Vende a empresas (Los Cacaos)



Nivel de digitalización vs Vende a administraciones

Gráfico 5.46: Nivel de digitalización vs Vende a administraciones (Los Cacaos)

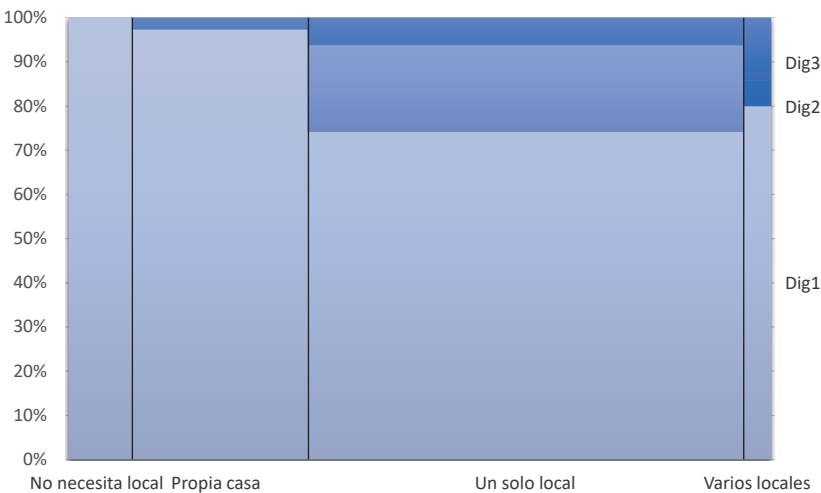


Años de funcionamiento de la empresa

La antigüedad de la empresa no influye significativamente ni sobre la pertenencia a los *clusters* ni sobre los planes para digitalizar.

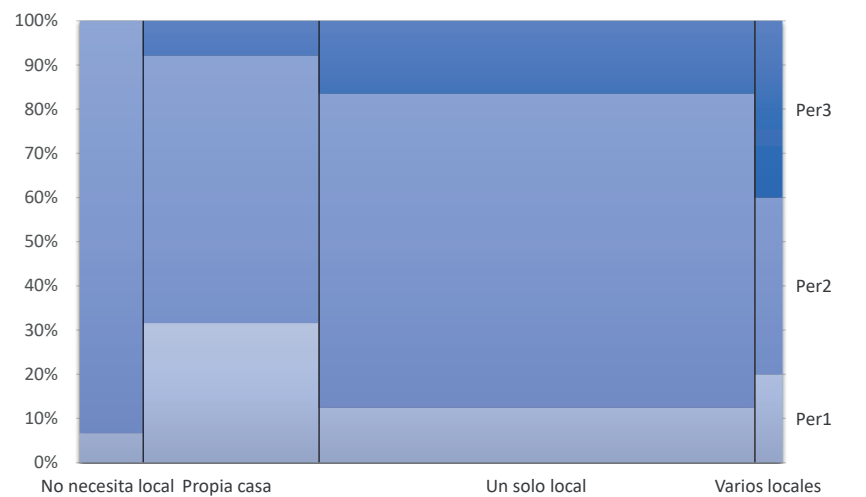
Nivel de digitalización vs Local del negocio

Gráfico 5.47: Nivel de digitalización vs Local del negocio (Los Cacaos)



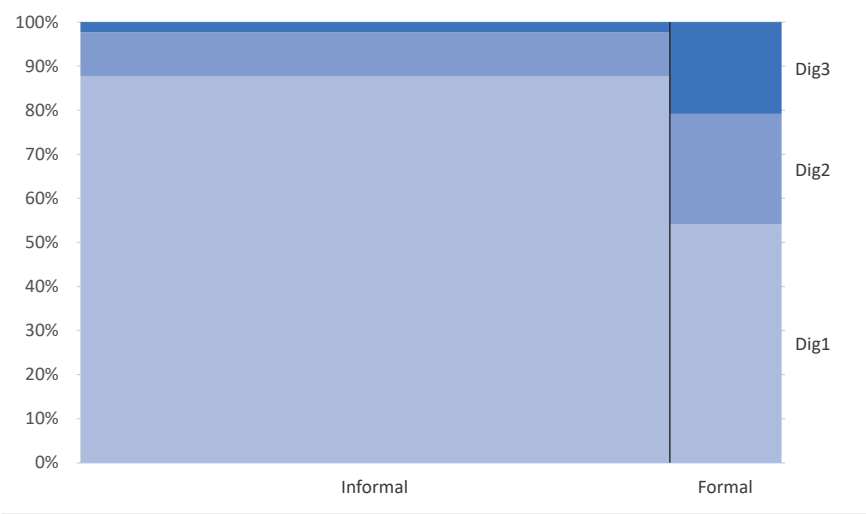
Percepciones sobre digitalización vs Local del negocio

Gráfico 5.48: Percepciones sobre digitalización vs Local del negocio (Los Cacaos)



Nivel de digitalización vs Formalidad de la empresa

Gráfico 5.49: Nivel de digitalización vs Formalidad (Los Cacaos)



Conclusiones sobre características relevantes en Los Cacaos

Todas las relaciones expresadas con los Gráficos del 5.35 al 5.48 son estadísticamente significativas tanto usando el test de independencia Chi2 (las variables relacionadas tienen probabilidades p_{Chi2} menores de 0,05 de ser independientes) como desde la correlación de Kendall (las variables relacionadas tienen probabilidades $p_{\text{Tau-b}}$ menores de 0,05 de que la manera en que sus rangos se corresponden sea casual).

Este último test nos permite examinar tanto el signo como la fuerza de la correspondencia entre las variables, a través de los valores de tau-b. Las conclusiones que obtenemos del examen de esos valores para las respuestas de Los Cacaos son:

- Por este orden, el nivel actual de digitalización correlaciona más fuertemente con la formalidad de la empresa, con el nivel de estudios de sus directivos y empleados, con diversas variables que expresan el tamaño de la empresa (número de empleados, local, existencia de socios), y con vender a administraciones. Todas estas correlaciones son positivas.
- Por el contrario, el nivel actual de digitalización es independiente del sexo del gerente, el porcentaje de mujeres, los años de funcionamiento de la empresa y si vende a empresas.
- Por este orden, las percepciones sobre digitalización correlacionan más fuertemente con el nivel de estudios de directivos y empleados, y con el tipo de local de la empresa. Estas correlaciones son positivas.
- Por el contrario, las percepciones sobre digitalización son independientes del número de empleados, sexo del gerente, el porcentaje de mujeres en la empresa, los años de funcionamiento de la empresa, la propiedad de la empresa, su carácter formal, y que venda a otras empresas.

- Por este orden, los planes para digitalizar más la empresa correlacionan más fuertemente con los estudios de los directivos y con variables relacionadas con el tamaño de la empresa (número de trabajadores, estructura de propiedad). Estas correlaciones son positivas.
- El número de factores que correlacionan significativamente con el nivel actual de digitalización es mayor que el número de factores que lo hacen con las percepciones sobre digitalización.

Esto último confirma un aspecto que ya habíamos visto al comparar las Tablas 5.5 y 5.6: el tono general de las entrevistas es optimista. Las ventajas son más apreciadas que los inconvenientes, y como vemos aquí, las percepciones son menos influidas por las características de la empresa que su nivel real de digitalización.

5.5.2.3. Domingo Savio

5.5.2.3.1. Cómo es la intención de digitalizar en el futuro

Gráfico 5.50. Conversión de la variable planes de digitalizar a binaria (Domingo Savio)

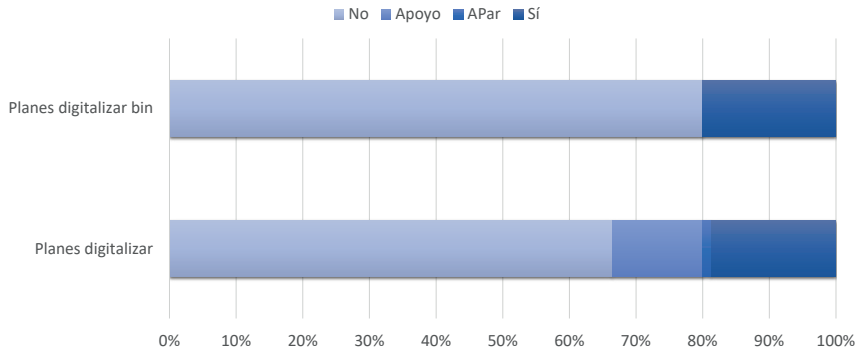
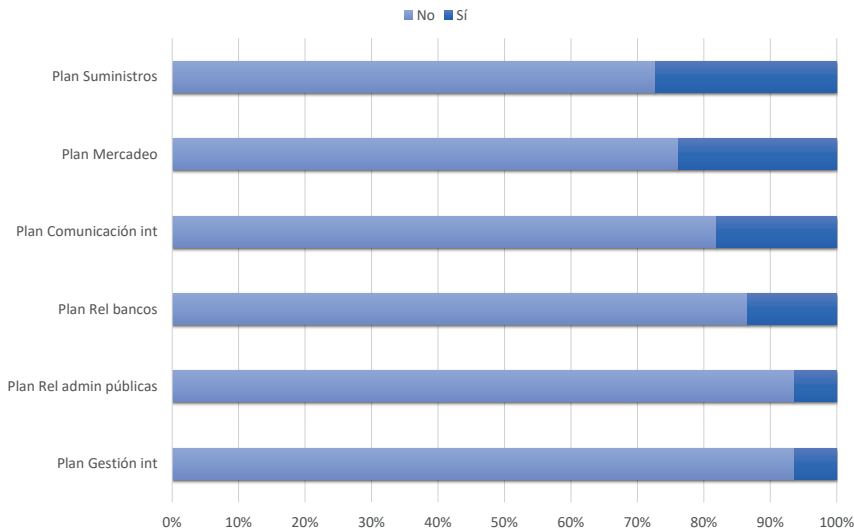


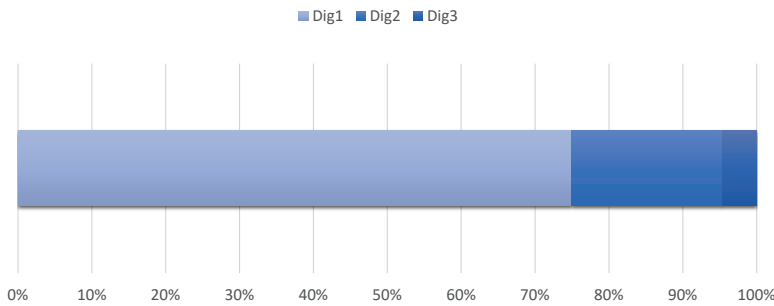
Gráfico 5.51. Funciones empresariales en las que tiene planes de digitalizar (Domingo Savio)



5.5.2.3.2. Clusterización por desarrollo digital

Siguiendo el procedimiento de distribución en *clusters* según nivel de desarrollo digital explicado en 5.5.1.2, las empresas de Domingo Savio serían asignadas así:

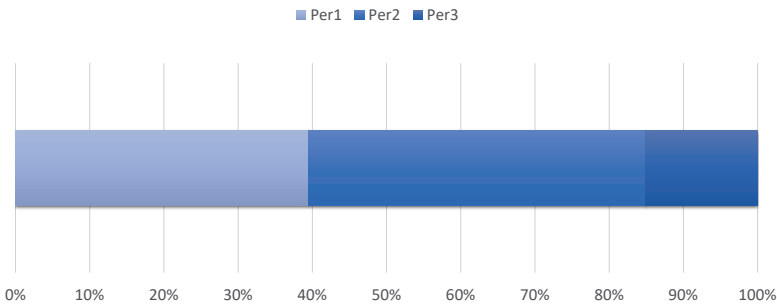
Gráfico 5.52. Clusterización por nivel de digitalización (Domingo Savio)



5.5.2.3.3. Clusterización por percepciones sobre digitalización

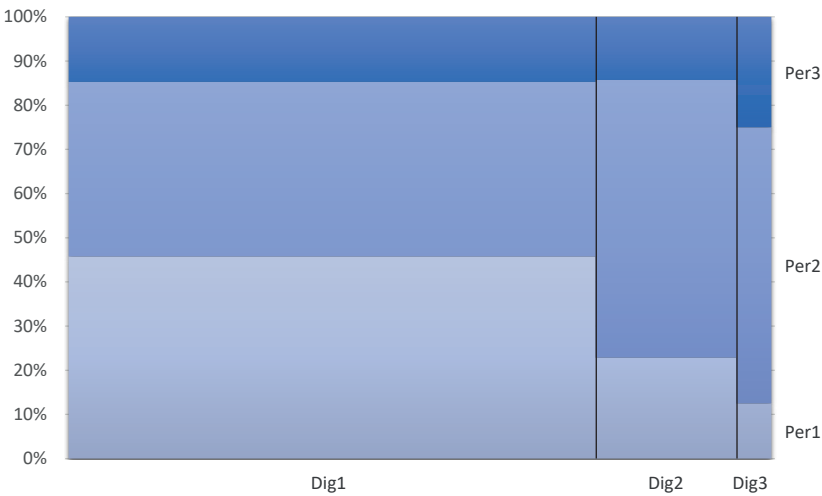
Siguiendo el procedimiento de distribución en *clusters* según percepciones sobre digitalización explicado en 5.5.1.3, las empresas de Domingo Savio serían asignadas así:

Gráfico 5.53. Clusterización por percepciones sobre digitalización (Domingo Savio)



5.5.2.3.4. Relación entre ambas 'clusterizaciones'

Gráfico 5.54. Percepciones sobre digitalización vs nivel de digitalización (Domingo Savio)



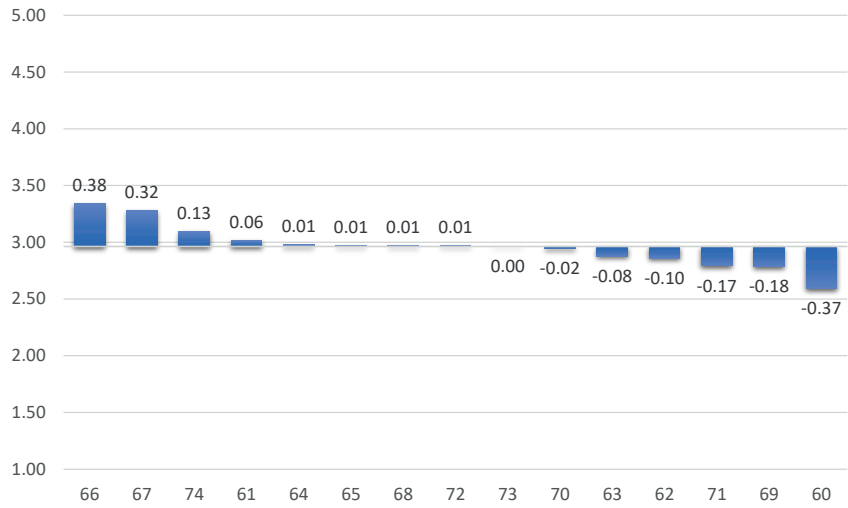
El mismo fenómeno de que a mayor nivel actual de digitalización de la empresa, mejores percepciones sobre digitalización que observamos para el conjunto de las localizaciones, se aprecia también solo con las encuestas de Domingo Savio. Kendall tau-b muestra que se trata de una correlación estadísticamente significativa.

5.5.2.3.5. Inconvenientes y obstáculos

Tabla 5.7. Inconvenientes y obstáculos por los que no ha digitalizado más (escala 1 a 5) (Domingo Savio)

Pregunta		Promedio
66	Elevaría los costos del negocio	3,34
67	Los clientes no lo piden	3,28
74	No conozco bien qué otros elementos computacionales existen	3,09
61	Demasiado complicado, demasiado técnico	3,02
64	No cuento con financiamiento	2,98
65	No sería rentable	2,97
68	Los competidores no lo usan	2,97
72	Requeriría introducir cambios complicados en el negocio	2,97
73	Riesgo de que mi negocio dependa demasiado	2,96
70	No veo posible cualificar o adaptar al personal	2,94
63	Conexión a Internet no fiable	2,88
62	Suministro eléctrico no fiable	2,86
71	No conseguiría aquí profesionales adecuados	2,79
69	Podría perder clientes que no manejan bien	2,78
60	No hay tecnologías adecuadas	2,59
Promedio		2,96

Gráfico 5.55: Inconvenientes y obstáculos por los que no ha digitalizado más (escala 1 a 5), en relación al promedio (Domingo Savio)



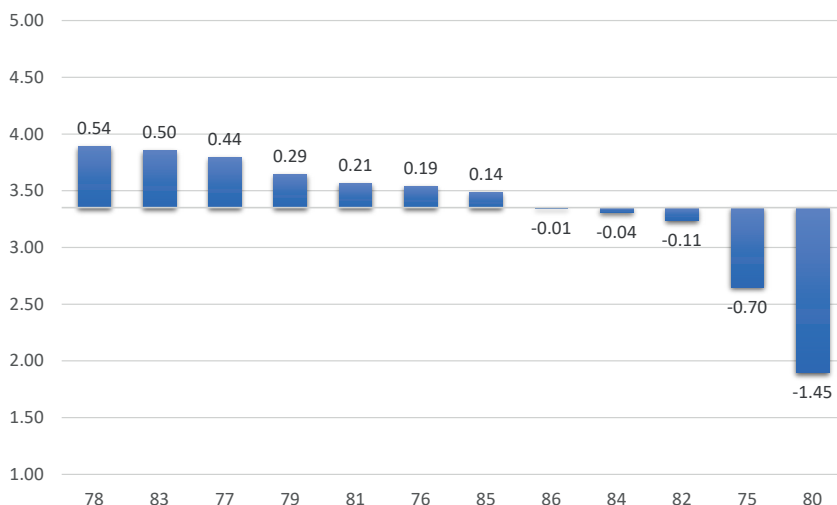
5.5.2.3.6. Beneficios y ventajas

Tabla 5.8. Ventajas y beneficios percibidos de la digitalización ya introducida (escala 1 a 5) (Domingo Savio)

Pregunta		Promedio
78	Me puso al día con lo que mis clientes piden	3,89
83	Vender ahora es más fácil	3,85
77	Me sirvió para conectarme con los proveedores	3,79
79	Me puso a la par con competidores	3,65
81	He ganado clientes	3,56
76	Ha aumentado las ventas del negocio	3,54
85	Los procedimientos del negocio son ahora más fáciles	3,49
86	Ha servido para obtener más información que nos ayuda a tomar decisiones	3,34
84	La publicidad me sale ahora más barata	3,31
82	He podido hacer un marketing más amplio	3,24
75	Ha disminuido los costos del negocio	2,65

80	Me ha servido para recibir apoyo del Estado o alguna universidad	1,90
Promedio		3,35

Gráfico 5.56: Ventajas y beneficios percibidos de la digitalización ya introducida (escala 1 a 5), en relación al promedio (Domingo Savio)



Las Tablas 5.7 y 5.8 y los Gráficos 5.55 y 5.56 correspondientes muestran los promedios de las respuestas a las preguntas sobre opiniones por las que los encuestados no han introducido más tecnologías en su empresa (Tabla 5.7, Gráfico 5.55), y sobre las ventajas y beneficios percibidos de las tecnologías que sí han introducido (Tabla 5.8, Gráfico 5.56).

La lectura de esos datos apunta al objetivo principal de este proyecto: identificar factores que puedan orientar cualquier inversión de ayuda al desarrollo enfocada sobre la digitalización, en Domingo Savio en este caso. Las siguientes conclusiones pueden sustentarse en esos datos:

- Los principales inconvenientes son, por este orden, de tipo financiero, de falta de demanda por parte de los clientes, y relacionados con la complejidad de la digitalización.
- Las principales ventajas se refieren al mercadeo, al contacto con proveedores, y a ponerse a la par con los competidores, mientras

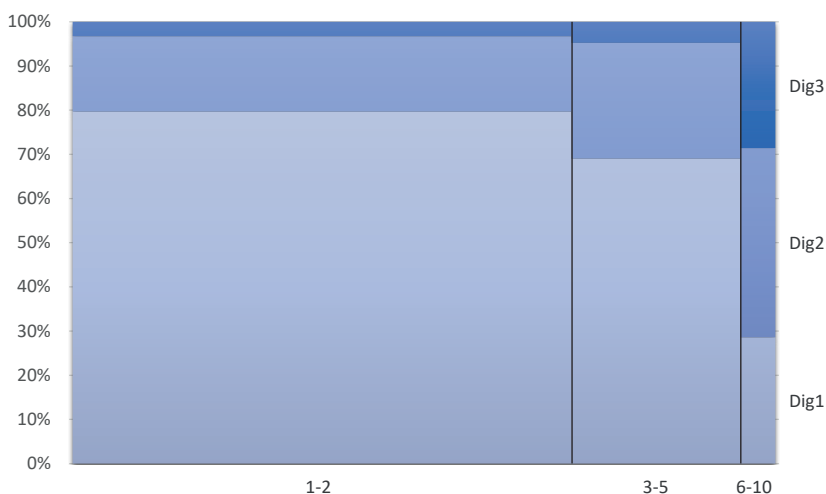
- que los aspectos financieros no son mencionados como una fuente mayor de ventajas.
- La percepción general de ventajas es algo mayor que la de inconvenientes (un promedio de 0,4 puntos mayor, en una escala de cuatro intervalos).
 - La demanda por parte de los clientes constituye un inconveniente importante (el segundo) y una ventaja importante (la primera) para las empresas que respectivamente no la experimentan o sí la experimentan. El uso por parte de la competencia solo es importante como ventaja (la cuarta).

5.5.2.3.7. Influencia de características de la empresa

Verificamos a continuación las características de la empresa en Domingo Savio que influyen sobre su pertenencia a los *clusters* y sobre los planes de la empresa (variable binarizada). Solo reseñamos los casos en que a la vez $p\text{Chi}^2 < 0,05$ y $p\text{Tau-b} < 0,05$.

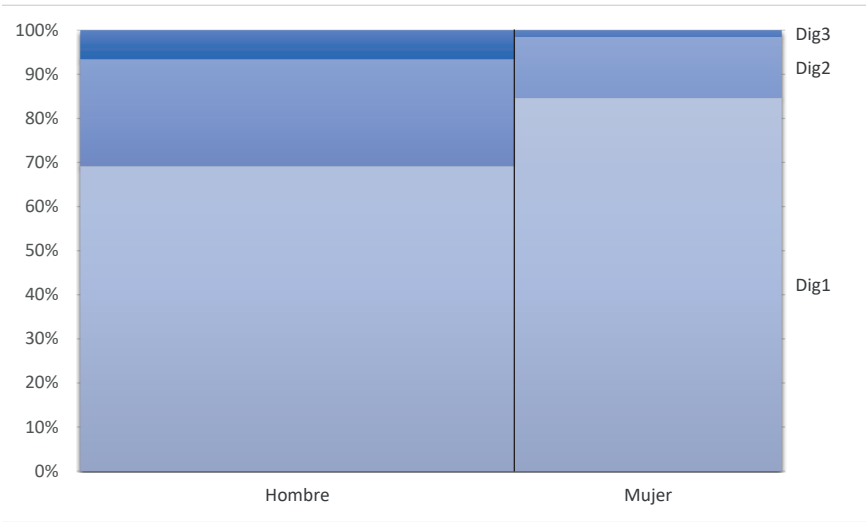
Nivel de digitalización vs Número de trabajadores

Gráfico 5.57: Nivel de digitalización vs Número de trabajadores (Domingo Savio)



Nivel de digitalización vs Género del gerente

Gráfico 5.58: Nivel de digitalización vs Género del gerente (Domingo Savio)



Porcentaje de mujeres en la empresa

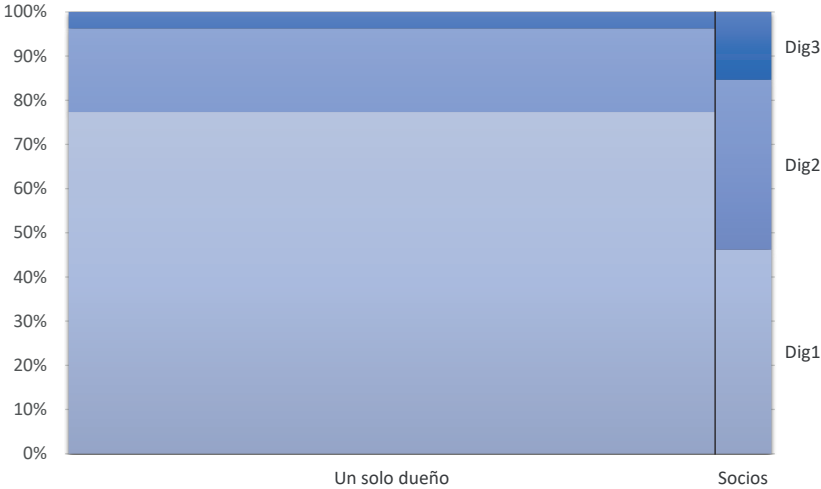
El Porcentaje de mujeres en la empresa no influye significativamente ni sobre la pertenencia a los *clusters* ni sobre los planes de digitalizar.

Nivel de estudios promedio de empleados y máximo de directivos

Ni el Nivel de estudios promedio de empleados y ni el máximo de directivos influyen significativamente ni sobre la pertenencia a los *clusters* ni sobre los planes de digitalizar.

Nivel de digitalización vs Propiedad de la empresa

Gráfico 5.59: Nivel de digitalización vs Propiedad de la empresa
(Domingo Savio)



Vende a empresas, Vende a administraciones

Ni si Vende a otras empresas o Vende a administraciones públicas influyen significativamente ni sobre la pertenencia a los *clusters* ni sobre los planes de digitalizar.

Años de funcionamiento de la empresa

La antigüedad de la empresa no influye significativamente ni sobre la pertenencia a los *clusters* ni sobre los planes para digitalizar.

Local del negocio

El tipo de establecimiento respecto a local de la empresa no influye significativamente ni sobre la pertenencia a los *clusters* ni sobre los planes para digitalizar.

Formalidad de la empresa

Si la empresa es formal o informal no influye significativamente ni sobre la pertenencia a los *clusters* ni sobre los planes para digitalizar.

Conclusiones sobre características relevantes en Domingo Savio

Las empresas encuestadas en Domingo Savio son todas de tamaño micro (hasta 10 trabajadores máximo). Esto hace que no haya diferencias suficientemente grandes para obtener una idea clara de qué factores influyen más que otros.

Todas las relaciones expresadas con los Gráficos del 5.57 al 5.59 son estadísticamente significativas tanto usando el test de independencia Chi2 (las variables relacionadas tienen probabilidades p_{Chi2} menores de 0,05 de ser independientes) como desde la correlación de Kendall (las variables relacionadas tienen probabilidades $p_{\text{Tau-b}}$ menores de 0,05 de que la manera en que sus rangos se corresponden sea casual).

Este último test nos permite examinar tanto el signo como la fuerza de la correspondencia entre las variables, a través de los valores de tau-b. Las conclusiones que obtenemos del examen de esos valores para las respuestas de Domingo Savio son:

- Por este orden, el nivel actual de digitalización correlaciona más fuertemente con la formalidad de la empresa, con el nivel de estudios de sus directivos y empleados, con diversas variables que expresan el tamaño de la empresa (número de empleados, local, existencia de socios), y con vender a administraciones. Todas estas correlaciones son positivas.
- Por el contrario, el nivel actual de digitalización es independiente del sexo del gerente, el porcentaje de mujeres, los años de funcionamiento de la empresa y si vende a empresas.
- Por este orden, las percepciones sobre digitalización correlacionan más fuertemente con el nivel de estudios de directivos y empleados, y con el tipo de local de la empresa. Estas correlaciones son positivas.

- Por el contrario, las percepciones sobre digitalización son independientes del número de empleados, sexo del gerente, el porcentaje de mujeres en la empresa, los años de funcionamiento de la empresa, la propiedad de la empresa, su carácter formal, y que venda a otras empresas.
- Por este orden, los planes para digitalizar más la empresa correlacionan más fuertemente con los estudios de los directivos y con variables relacionadas con el tamaño de la empresa (número de trabajadores, estructura de propiedad). Estas correlaciones son positivas.
- El número de factores que correlacionan significativamente con el nivel actual de digitalización es mayor que el número de factores que lo hacen con las percepciones sobre digitalización.

Esto último confirma un aspecto que ya habíamos visto al comparar las Tablas 5.7 y 5.8: el tono general de las entrevistas es optimista. Las ventajas son más apreciadas que los inconvenientes, y como vemos aquí, las percepciones son menos influidas por las características de la empresa que su nivel real de digitalización.

5.6. ¿Qué nos dijeron las entrevistas?

Como se indica en la sección de Método, se realizaron un total de 50 entrevistas en las tres localizaciones, a personas que habían respondido las encuestas y aceptado que les entrevistáramos posteriormente.

El esquema general incluía los mismos puntos que las encuestas, pero no se preguntaba sobre detalles de manera sistemática como en ellas (Anexo 5.A), sino siguiendo las respuestas de los mismos entrevistados, de manera que captan lo más importante para ellos, lo que está en su *top-of-mind*, por así decirlo.

En la mayor parte de las entrevistas, se trata de microempresas, hasta cinco trabajadores, a menudo uno solo o dos, el mismo propietario y un ayudante o dependiente. En Dajabón, dado que varias entrevistas

tuvieron lugar en establecimientos del centro de la ciudad, es donde hubo algunos casos más de miniempresas. Esto a su vez tiene relación con el grado de formalidad, porque la mayoría de las microempresas son informales.

5.6.1. Sobre equipos y usos

De acuerdo al número de menciones, los usos que los entrevistados aseguran estar dando a las tecnologías digitales, y con esto las tecnologías que tienen, pueden ponerse en un orden claro de mayor a menor:

1. *Marketing* y suministros: Prácticamente todos emplean las redes para contactar con sus clientes, recibir encargos (cuando se trata de bienes que luego el cliente pasa a recoger por la tienda, recibe por correo o la tienda le envía con una persona). Muchos de ellos, aunque menos, también tienen vías para contactar con sus proveedores y hacerles pedidos.

Este uso fue decisivo para los negocios que venden comida y/o bebida, en los meses de movilidad restringida por las medidas anti-COVID. Menos para otros negocios cuyos productos o servicios eran más prescindibles. El uso del canal digital para el *marketing* conoció un crecimiento a raíz del COVID que ha permanecido en buena medida después de él: es el único cambio permanente que el COVID parece haber supuesto en la digitalización de las micro y miniempresas estudiadas.

En no pocos casos, el empresario hace propaganda dirigida a los que ya son sus clientes o al público en general, mostrando la mercancía que ofrece, elaboraciones suyas del pasado... Para cierto tipo de mercancías las redes de contactos familiares y amigos dominicanos en el exterior constituyen una fuente significativa de clientes, accesibles digitalmente.

Para todo lo anterior se emplean fundamentalmente celulares y aplicaciones de mensajería dentro de ellos (Whatsapp). Algunos

se publicitan y se comunican por redes sociales, particularmente Instagram y Facebook.

Otro uso relativamente frecuente es ambientar musicalmente el local del negocio cuando los clientes pueden pasar ratos largos en él (como en una peluquería, un restaurante o un colmado). Aquí normalmente se usa un altavoz conectado al celular, o un televisor conectado a YouTube.

2. Bancos: El número de quienes emplean el celular para realizar transacciones bancarias es relevante, incluidos manejo de tarjetas, pagos a proveedores y recepción de pagos de clientes, aunque también hay quienes explícitamente nos dicen que prefieren ir a la oficina o usar los cajeros automáticos. Para relacionarse con los bancos, se emplean normalmente las apps de los mismos bancos.
3. Gestión y seguridad: Solo empresas de cierto tamaño y formalidad, y empresas ellas mismas tecnológicas (que venden equipos o realizan servicios digitales, que realizan financiamientos) nos hablan de su uso de las tecnologías para gestión. Esto normalmente se limita a ventas y control de *stocks* en el almacén (normalmente empleando cajas registradoras), al seguimiento de clientes y a la elaboración de la contabilidad. En algún caso también al pago de impuestos y contribuciones, aunque más raramente. Esto ya no suele hacerse por celular, sino que requiere un equipo *desktop* estándar con impresora. En un par de casos se menciona la fiabilidad de archivo: al haber quedado grabada digitalmente la operación o el pedido, no hay riesgo de que se pierda el registro y puede volverse siempre sobre él.

Los usos mencionados explícitamente para seguridad se refieren siempre a cuando el dueño no está en el local, y consisten en algún sistema de cámaras con micrófono que pueden verse y oírse en el celular. Cuando el negocio está cerrado, se ponen con la intención de supervisar posibles problemas en el espacio físico por dentro (fundamentalmente irrupción de ladrones) y alguna vez del entorno exterior. Cuando el negocio está abierto,

su intención es principalmente la supervisión de los empleados presentes.

Obviamente el segundo caso se refiere a empresas que al menos tienen un empleado, mientras menciones al primero encontramos en empresas de todos los tamaños, incluyendo las unipersonales.

4. Producción: La utilización de tecnologías digitales para la producción es escasa. En algunos casos se mencionan como fuente de inspiración: se envían al cliente algunos diseños obtenidos en Internet (por ejemplo, de herrería, de costura, de peinados...) que el negocio podría reproducir o adaptar, para que elija. Se trata siempre de muy pequeños negocios artesanales, donde el producto no es estándar y por tanto producción y marketing van muy cercanos. Esto puede hacerse con celulares.

Un par de entrevistas, realizadas ambas en Dajabón, también con negocios unipersonales, pero de índole tecnológica, reflejan un uso más complejo de la tecnología para la producción: equipos específicos para producir lo que venden (sean reportajes gráficos o protectores para celulares), conectados con el resto del *hardware* del negocio y/o con Internet.

5.6.2. Sobre ventajas y obstáculos

El tono general es positivo, aunque solo en algunos casos puede calificarse de entusiasta. En cuanto a percepción general, quienes hablan de esto expresan que supone una modernización necesaria para el futuro de los negocios. «Obligatorio» es un concepto que aparece en algunas entrevistas. El futuro va por ahí, incluso si no detectan en torno suyo –en su competencia directa– gran desarrollo tecnológico, ni lo han realizado ellos mismos.

Quienes hablan desde su propia experiencia –todos tienen alguna, salvo un reducido número de negocios de Los Cacaos–, se refieren sobre todo a la facilidad y la comodidad que obtienen del uso de tecnologías

digitales. Las operaciones comerciales de una micro o miniempresa –básicamente comprar, ofertar, reservar/vender, y realizar transacciones bancarias– toman menos tiempo, requieren menos desplazamientos y ganan en alcance geográfico. En algunos casos, particularmente cuando el negocio compra o vende a larga distancia, la conveniencia se vuelve necesidad: la empresa existe gracias a las tecnologías.

Como se mencionó arriba, las conexiones vía Internet desde los celulares fueron importantes para muchos pequeños negocios durante los confinamientos forzados por la pandemia del COVID.

Respecto a obstáculos y problemas, el orden de frecuencia con que fueron mencionados es este:

1. Problemas tecnológicos: falta de fiabilidad de Internet cuando llueve (Dajabón y Los Cacaos). Lentitud, falta de cobertura en zonas remotas del campo (Los Cacaos). Este aspecto no constituye un problema, sino al revés una ventaja, en Domingo Savio, donde los celulares sostienen la operación del negocio durante los apagones de luz eléctrica, que pueden prolongarse horas.
2. Finanzas: la capacidad de endeudamiento de los negocios que entrevistamos (o de sus dueños, en el frecuente caso de que sean informales) es pequeña. De hecho, la mayoría de quienes tienen algunos planes concretos de digitalización los piensan a muy pequeña escala y sin financiamiento, ahorrando ellos previamente el coste completo. Solo en un caso de miniempresa (no micro) la entrevistada habló de utilizar su capacidad de endeudamiento para digitalizarse.

La actitud predominante, si la persona habló de ello, es de cautela: la introducción de tecnologías digitales debe ser clara y rápidamente rentable. Dependiendo del modelo de negocio, este puede quebrar por introducir tecnologías inadecuadas, más aún si se endeuda para ello. Sin embargo, en las encuestas es clara la apreciación de los recursos disponibles en Internet para los negocios muy pequeños, porque son gratuitos y la inmensa mayoría de los microempresarios ya tienen celular y conexión para utilizarlos.

3. Seguridad: un pequeño número de entrevistas habló de aspectos de seguridad en el uso de tecnologías digitales. Se trata de robos y estafas que pueden ocurrir físicamente –el delincuente localiza u obtiene acceso al negocio a través de las redes– como a distancia –mandas la mercancía pero no te la pagan–. En una sola entrevista en cada caso, se mencionaron también los problemas de las malhablanzas en las redes sociales –que pueden desprestigiar al negocio y alejar a los clientes– y de timos masivos como el de las criptomonedas, que parece haber afectado a Los Cacaos.
4. Aprendizaje: En algunos casos se menciona la falta de conocimientos del manejo de la tecnología como un obstáculo para no haber instalado más –o alguna–. Esto se refiere fundamentalmente a negocios muy pequeños y llevados por personas de cierta edad. Pero tampoco todos ellos: muchos de quienes se consideran poco duchos en informática le han dado la vuelta al problema aprendiendo por sí mismos con ayuda de internet, o confiando los aspectos digitales del negocio a sus hijos, a amigos...

Muchas entrevistas, incluso a microempresas, indican que no identifican –no se le ocurre al entrevistado– ningún inconveniente que hayan encontrado al plantearse digitalizar más. Esto es relevante, porque las entrevistas se hicieron algunos meses después de las encuestas, donde se preguntaba explícitamente por quince posibles inconvenientes.

5.6.3. Sobre planes y propósitos

El tono general positivo que reseñamos en el apartado anterior, lleva a narraciones de propósito a medio-largo plazo que incluyen el incremento de la digitalización, asociado a mantener al día, modernizar el negocio, o propiciar que tenga futuro. Aunque en algunos casos la narración sobre propósito no existe o consiste simplemente en permanecer como hasta ahora, puesto que como están les funciona, la

posición predominante –como es obvio, más entre las personas jóvenes y de media edad– traza alguna visión de largo plazo.

Descendiendo a planes concretos, puede establecerse una división en cuatro tipos de respuestas, de todas las cuales hay suficiente número de ejemplos para pensar que son posiciones con algún predicamento:

- El primer grupo comprende un número considerable de microempresas principalmente, que consideran que con el grado de digitalización que tienen –que a veces es ninguno– es suficiente para sus propósitos.
- El segundo grupo expresa una voluntad general de digitalizar, sin concretar más acerca de en qué áreas o cómo.
- El tercer grupo es capaz de indicar esto último: manteniendo su modelo actual de negocio, dicen el área en que les introducirían mejoras digitales –normalmente el marketing, en algún caso la gestión– y cómo lo querrían hacer –por ejemplo, estableciendo su propia página web o app–.
- Finalmente, el cuarto grupo ve la digitalización como un camino para –y/o una consecuencia de– la expansión del negocio a nuevas localizaciones. Normalmente quienes piensan así, asocian la digitalización no solo a extender su negocio sino también a formalizarlo.

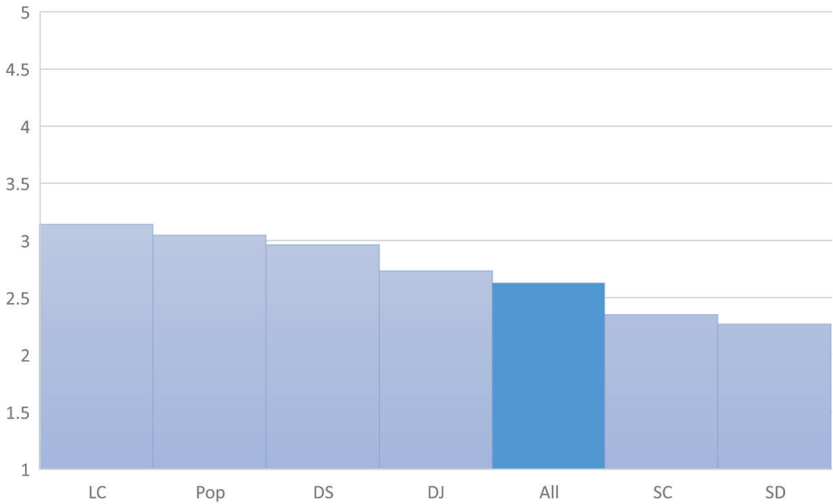
5.7. Análisis comparativos y de conjunto

5.7.1. Inconvenientes y obstáculos

La encuesta incluyó 15 preguntas sobre posibles inconvenientes y obstáculos por las cuales la empresa no se ha informatizado más. Esas preguntas se contestaban en una escala de Lickert de 1 a 5.

Los promedios de respuestas según localización son los siguientes:

Gráfico 5.60: Promedio de percepción de inconvenientes y obstáculos, por localización



‘All’ significa el promedio de todas las encuestas realizadas, mientras ‘Pop’ es el de la consideración juntas de zonas puramente populares (Los Cacaos y Domingo Savio).

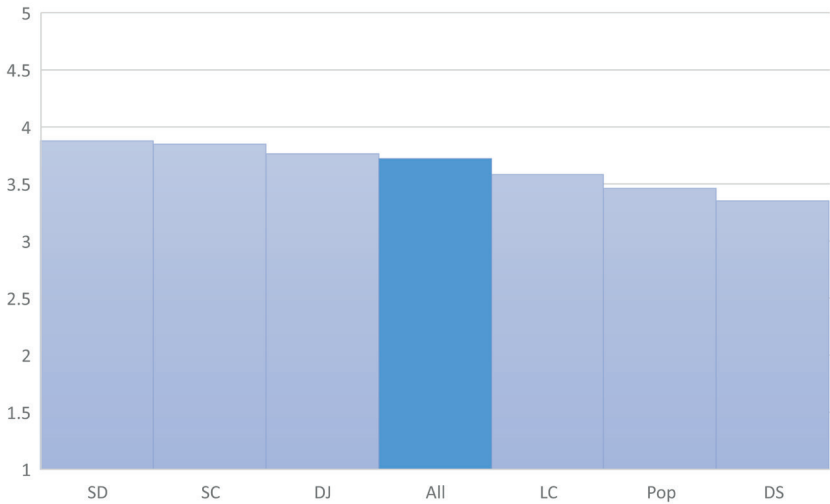
El gráfico muestra cómo las zonas populares en efecto están por encima de la media en inconvenientes y obstáculos, Dajabón cerca de ella, y San Cristóbal y Santo Domingo por debajo.

5.7.2. Beneficios y ventajas

La encuesta incluyó 12 preguntas sobre posibles ventajas y beneficios que la empresa ha experimentado al digitalizarse. Esas preguntas se contestaban en una escala de Lickert de 1 a 5.

Los promedios de respuestas según localización son los siguientes:

Gráfico 5.61. Promedio de percepción de inconvenientes y obstáculos, por localización



‘All’ significa el promedio de todas las encuestas realizadas, mientras ‘Pop’ es el de la consideración juntas de zonas puramente populares (Los Cacaos y Domingo Savio).

El gráfico muestra cómo las zonas populares en efecto están por debajo de la media en percepción de beneficios y ventajas, Dajabón cerca de ella, y San Cristóbal y Santo Domingo por encima.

Comparando inconvenientes y ventajas

Reunimos a continuación las respuestas a las preguntas sobre percepciones subjetivas (de inconvenientes/obstáculos y de ventajas/beneficios) en tres grupos según localizaciones:

- Zonas populares (Pop): Los Cacaos + Domingo Savio. 327 encuestas.
- Zonas intermedias (Int): Dajabón. 302 encuestas.
- Zonas acomodadas (Aco): Santo Domingo + San Cristóbal: 493 encuestas.

Los Gráficos 5.1 y 5.2 muestran la similitud entre los grupos desde el punto de vista del Nivel de digitalización y de las Percepciones sobre digitalización. Gráficos similares después de la agrupación, darían:

Gráfico 5.62. Niveles de digitalización vs localización (agrupada)

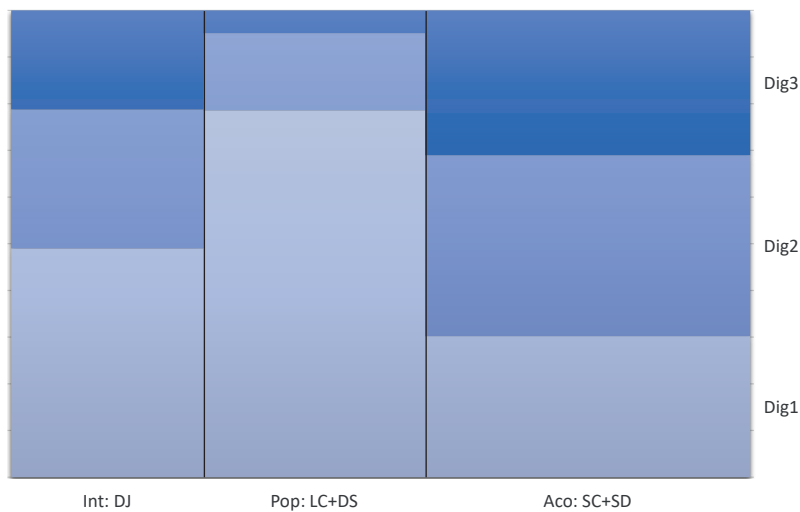
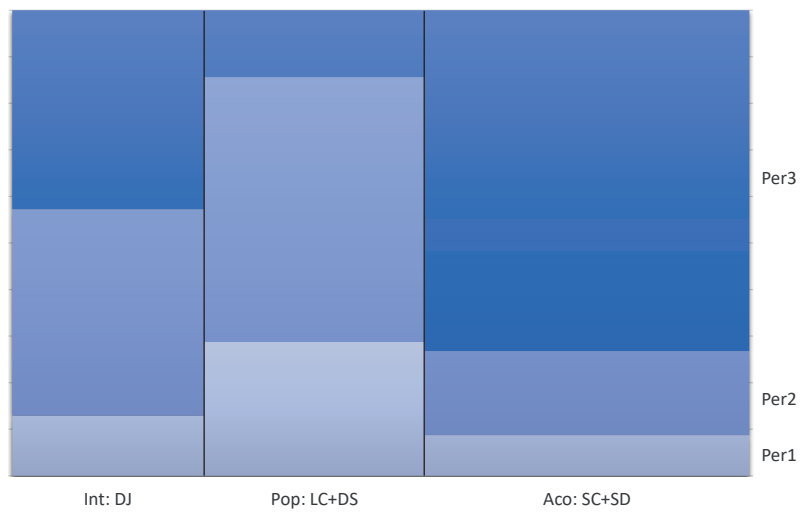


Gráfico 5.63. Percepciones sobre digitalización vs localización (agrupada)



La agrupación parece por tanto pertinente, dado que refleja respuestas de lugares con niveles socioeconómicos sensiblemente distintos, que a su vez se reflejan en niveles de digitalización (Gráfico 5.62) y en percepciones sobre la digitalización (Gráfico 5.63) claramente diferentes.

Pero, ¿son distintos también los principales inconvenientes y obstáculos, y los principales beneficios y ventajas que experimentan en torno a la digitalización? Para verlo, vamos a listarlos en orden decreciente para cada uno de las tres agrupaciones y para el conjunto de todas las encuestas.

5.7.3. En paralelo: Inconvenientes y obstáculos

Tabla 5.3 (repetida). Inconvenientes y obstáculos por los que no ha digitalizado más (escala 1 a 5) (Int: Dajabón)

Pregunta	Promedio
66 Elevaría los costos del negocio	3,23
67 Los clientes no lo piden	3,00
64 No cuento con financiamiento	2,84
70 No veo posible cualificar o adaptar al personal	2,82
65 No sería rentable	2,80
72 Requeriría introducir cambios complicados en el negocio	2,79
74 No conozco bien qué otros elementos computacionales existen	2,75
61 Demasiado complicado, demasiado técnico	2,73
73 Riesgo de que mi negocio dependa demasiado	2,68
63 Conexión a Internet no fiable	2,66
68 Los competidores no lo usan	2,57
69 Podría perder clientes que no manejan bien	2,55

60	No hay tecnologías adecuadas	2,54
71	No conseguiría aquí profesionales adecuados	2,54
62	Suministro eléctrico no fiable	2,50
Promedio		2,73

Tabla 5.9. Inconvenientes y obstáculos por los que no ha digitalizado más (escala 1 a 5) (Pop: Los Cacaos + Domingo Savio)

Pregunta		Promedio
66	Elevaría los costos del negocio	3,46
67	Los clientes no lo piden	3,29
64	No cuento con financiamiento	3,23
74	No conozco bien qué otros elementos computacionales existen	3,18
65	No sería rentable	3,18
72	Requeriría introducir cambios complicados en el negocio	3,12
73	Riesgo de que mi negocio dependa demasiado	3,12
61	Demasiado complicado, demasiado técnico	3,09
63	Conexión a Internet no fiable	3,04
70	No veo posible cualificar o adaptar al personal	3,02
68	Los competidores no lo usan	2,92
69	Podría perder clientes que no manejan bien	2,89
62	Suministro eléctrico no fiable	2,77
71	No conseguiría aquí profesionales adecuados	2,74
60	No hay tecnologías adecuadas	2,65
Promedio		3,05

Tabla 5.10. Inconvenientes y obstáculos por los que no ha digitalizado más (escala 1 a 5) (Aco: San Cristóbal + Santo Domingo)

Pregunta	Promedio
66 Elevaría los costos del negocio	2,90
67 Los clientes no lo piden	2,68
64 No cuento con financiamiento	2,50
72 Requeriría introducir cambios complicados en el negocio	2,35
74 No conozco bien qué otros elementos computacionales existen	2,34
65 No sería rentable	2,30
61 Demasiado complicado, demasiado técnico	2,29
69 Podría perder clientes que no manejan bien	2,26
68 Los competidores no lo usan	2,25
70 No veo posible cualificar o adaptar al personal	2,24
73 Riesgo de que mi negocio dependa demasiado	2,23
62 Suministro eléctrico no fiable	2,09
63 Conexión a Internet no fiable	2,00
60 No hay tecnologías adecuadas	1,95
71 No conseguiría aquí profesionales adecuados	1,92
Promedio	2,29

Tabla 5.11. Inconvenientes y obstáculos por los que no ha digitalizado más (escala 1 a 5) (Todas las localizaciones)

Pregunta	Promedio
66 Elevaría los costos del negocio	3,15
67 Los clientes no lo piden	2,94
64 No cuento con financiamiento	2,81

74	No conozco bien qué otros elementos computacionales existen	2,70
65	No sería rentable	2,69
72	Requeriría introducir cambios complicados en el negocio	2,69
61	Demasiado complicado, demasiado técnico	2,64
70	No veo posible cualificar o adaptar al personal	2,62
73	Riesgo de que mi negocio dependa demasiado	2,61
68	Los competidores no lo usan	2,53
69	Podría perder clientes que no manejan bien	2,52
63	Conexión a Internet no fiable	2,48
62	Suministro eléctrico no fiable	2,40
71	No conseguiría aquí profesionales adecuados	2,33
60	No hay tecnologías adecuadas	2,31
Promedio		2,63

Aunque los niveles de inconvenientes y obstáculos de las diferentes agrupaciones por localidades son sensiblemente diferentes (promedios de 2,73 para Int, 3,05 para Pop y 2,29 para Aco) los mismos tres elementos son percibidos como los más relevantes en todas ellas, en el mismo orden:

1. Elevaría los costos del negocio.
2. Los clientes no lo piden.
3. No cuento con financiamiento.

Dado que este trabajo está enfocado en zonas susceptibles de acciones de desarrollo desde entidades externas, notemos los elementos que siguen en la agrupación Pop (Los Cacaos + Domingo Savio):

4. No conozco bien qué otros elementos computacionales existen.
5. No sería rentable.
6. Requeriría introducir cambios complicados en el negocio.
7. Riesgo de que mi negocio dependa demasiado.
8. Demasiado complicado, demasiado técnico.

Aparte del situado en el quinto lugar, que es de nuevo financiero y responde bien a situaciones con muchos negocios micro y pocos de mayor tamaño, puede notarse que todos los demás están relacionados con aspectos donde la formación, tanto computacional como empresarial, tiene sentido. Son todos problemas relacionados con no saber bien qué hacer con la digitalización en la empresa que tienen.

5.7.4. *En paralelo: Beneficios y ventajas*

Tabla 5.4 (repetida). Ventajas y beneficios percibidos de la digitalización ya introducida (escala 1 a 5) (Int: Dajabón)

Pregunta	Promedio
83 Vender ahora es más fácil	4,22
78 Me puso al día con lo que mis clientes piden	4,15
77 Me sirvió para conectarme con los proveedores	4,12
81 He ganado clientes	4,00
85 Los procedimientos del negocio son ahora más fáciles	3,99
86 Ha servido para obtener más información que nos ayuda a tomar decisiones	3,96
79 Me puso a la par con competidores	3,93
82 He podido hacer un marketing más amplio	3,91
84 La publicidad me sale ahora más barata	3,80
76 Ha aumentado las ventas del negocio	3,79
75 Ha disminuido los costos del negocio	2,83
80 Me ha servido para recibir apoyo del Estado o alguna universidad	2,49
Promedio	3,77

Tabla 5.12. Ventajas y beneficios percibidos de la digitalización ya introducida (escala 1 a 5) (Pop: Los Cacaos + Domingo Savio)

Pregunta	Promedio
78 Me puso al día con lo que mis clientes piden	4,02
77 Me sirvió para conectarme con los proveedores	3,99
83 Vender ahora es más fácil	3,95
79 Me puso a la par con competidores	3,73
81 He ganado clientes	3,65
85 Los procedimientos del negocio son ahora más fáciles	3,62
76 Ha aumentado las ventas del negocio	3,58
86 Ha servido para obtener más información que nos ayuda a tomar decisiones	3,55
82 He podido hacer un marketing más amplio	3,42
84 La publicidad me sale ahora más barata	3,35
75 Ha disminuido los costos del negocio	2,65
80 Me ha servido para recibir apoyo del Estado o alguna universidad	2,03
Promedio	3,46

Tabla 5.13. Ventajas y beneficios percibidos de la digitalización ya introducida (escala 1 a 5) (Aco: San Cristóbal + Santo Domingo)

Pregunta	Promedio
78 Me puso al día con lo que mis clientes piden	4,41
83 Vender ahora es más fácil	4,37
77 Me sirvió para conectarme con los proveedores	4,27
86 Ha servido para obtener más información que nos ayuda a tomar decisiones	4,26
85 Los procedimientos del negocio son ahora más fáciles	4,25

82	He podido hacer un marketing más amplio	4,22
76	Ha aumentado las ventas del negocio	4,18
81	He ganado clientes	4,15
79	Me puso a la par con competidores	4,07
84	La publicidad me sale ahora más barata	3,79
75	Ha disminuido los costos del negocio	2,63
80	Me ha servido para recibir apoyo del Estado o alguna universidad	1,86
Promedio		3,87

Tabla 5.14. Ventajas y beneficios percibidos de la digitalización ya introducida (escala 1 a 5) (Todas las localizaciones)

Pregunta		Promedio
78	Me puso al día con lo que mis clientes piden	4,23
83	Vender ahora es más fácil	4,21
77	Me sirvió para conectarme con los proveedores	4,15
85	Los procedimientos del negocio son ahora más fáciles	4,00
86	Ha servido para obtener más información que nos ayuda a tomar decisiones	3,97
81	He ganado clientes	3,96
79	Me puso a la par con competidores	3,93
82	He podido hacer un marketing más amplio	3,90
76	Ha aumentado las ventas del negocio	3,90
84	La publicidad me sale ahora más barata	3,66
75	Ha disminuido los costos del negocio	2,69
80	Me ha servido para recibir apoyo del Estado o alguna universidad	2,08
Promedio		3,72

Los niveles de beneficios y ventajas de las diferentes agrupaciones por localidades no son muy diferentes (promedios de 3,77 para Int, 3,46 para Pop y 3,87 para Aco). También aquí ocurre que los mismos tres elementos son percibidos como los más relevantes en todas ellas, aunque ahora no siempre en el mismo orden.

- Me puso al día con lo que mis clientes piden
- Vender ahora es más fácil
- Me sirvió para conectarme con los proveedores

Dado que este trabajo está enfocado a zonas susceptibles de acciones de desarrollo desde entidades externas, notemos los elementos que siguen en la agrupación Pop (Los Cacaos + Domingo Savio):

4. Me puso a la par con competidores
5. He ganado clientes
6. Los procedimientos del negocio son ahora más fáciles
7. Ha aumentado las ventas del negocio

La experiencia de beneficios y ventajas de la digitalización ya habida en la empresa –por lo menos un celular usan la inmensa mayoría de los encuestados– permite situar los puntos de entrada de cualquier propuesta de desarrollo por digitalización de micro y miniempresas. Las encuestas muestran que esos puntos son tres: un mercadeo más efectivo, el mantenerse al día con clientes y competidores, y la simplificación de procedimientos.

5.7.5. Objetivo-subjetivo

Es interesante notar que según localidades hay variación significativa respecto la 'clusterización' por desarrollo digital de la empresa, pero no respecto a la 'clusterización' por percepciones ni a los planes, que son dos aspectos subjetivos.

Esto denota un optimismo general respecto a la digitalización, que puede utilizarse como palanca para impulsar una mayor digitalización.

Ese optimismo puede verse confirmado por el hecho de que las ventajas consiguen una puntuación en promedio un punto por encima de los inconvenientes, aunque como vimos al tratar las localidades por separado, la diferencia es menor en Los Cacaos y Domingo Savio.

5.7.6. ¿Qué es más importante?

Empleando todas las encuestas, puede realizarse una correlación multinomial ordinal en que se pronostica el valor de la variable binarizada de planes (que hemos definido en 5.5.1.1) usando únicamente los grupos de pertenencia por tecnologías digitales (5.5.1.2) y por opiniones sobre inconvenientes y ventajas (5.5.1.3).

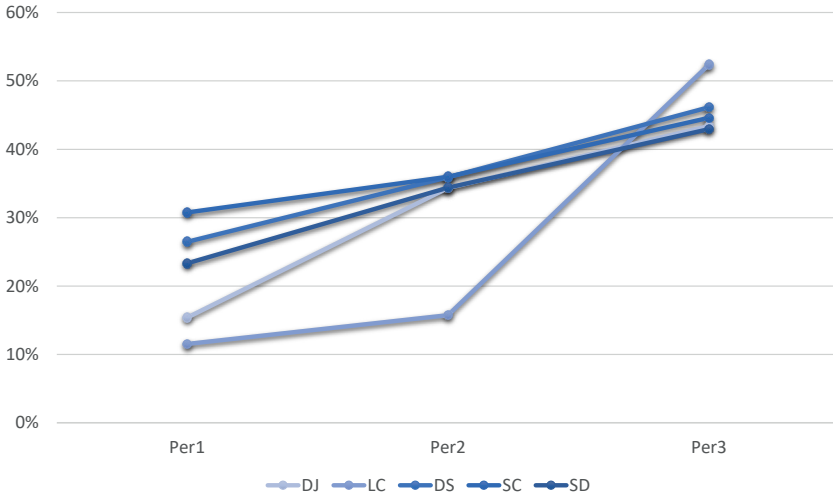
Usando como funciones de enlace ‘logit’ y ‘comploglog’, se obtienen valores distintos de los coeficientes de las respectivas correlaciones, y finalmente estas funcionan de maneras diferentes como clasificadores de las encuestas. Sin embargo, en ambos casos se obtiene un resultado común: la influencia de la pertenencia al *cluster* por percepciones sobre digitalización es casi tres veces mayor que la influencia de la pertenencia al *cluster* por nivel de digitalización.

5.8. Una lectura conclusiva

Terminamos la discusión sobre digitalización de micro y miniempresas en las localidades populares de este estudio, notando la importancia de romper una inercia que puede detectarse a partir de los datos. Veámoslo reuniendo tres puntos que ya hemos tratado:

En primer lugar, el Gráfico 5.63 a continuación, muestra que cuanto más positiva es la percepción sobre digitalización nacida de la experiencia del empresario, más manifiesta tener planes para digitalizar más. Esto ocurre en todas las localizaciones, populares o no.

Gráfico 5.64. Porcentaje de respondentes con planes para digitalizar según Percepciones sobre digitalización por Localización



En segundo lugar, notemos que la percepción de inconvenientes/obstáculos y ventajas/beneficios por la que se preguntó proviene de la experiencia; no se trataba de ideas teóricas que el empresario pudiera tener. A las ideas puede achacarse quizás la menor percepción promedio de los aspectos negativos que de los positivos, que puede apreciarse comparando los promedios de la Tabla 5.9 –3,05– con la 5.12 –3,46–). Este optimismo es claramente prometedor para cualquier acción de desarrollo digital.

Pero no las diferencias, sino la pertenencia a *clusters* más positivos o negativos de percepción ($\text{Per3} > \text{Per2} > \text{Per1}$) está en efecto relacionada con la experiencia, esto es, con el nivel de digitalización de la empresa, como vimos en el Gráfico 5.3 arriba.

Ello implica que más nivel de digitalización conlleva mejores percepciones de la digitalización, lo que a su vez, como indica el Gráfico 5.64, impulsa al empresario a tener más planes de digitalizar. Esto sugiere una inercia: si estás quieto, sigues quieto; si estás moviéndote, quieres moverte más.

La ruptura de esa inercia daría un gran impulso al desarrollo digital de los micro y miniempresarios en los sectores populares dominicanos.

Para hacerlo, y este es nuestro tercer punto, notemos lo que los empresarios de las zonas más populares –que son las que más acusan los inconvenientes y obstáculos, según vimos en el Gráfico 5.60– nos dicen sobre los motivos para no digitalizar más, en orden de mayor a menor importancia (sobre un total de quince):

1. Elevaría los costos del negocio.
2. Los clientes no lo piden.
3. No cuento con financiamiento.
4. No conozco bien qué otros elementos computacionales existen.
5. No sería rentable.
6. Requeriría introducir cambios complicados en el negocio.
7. Riesgo de que mi negocio dependa demasiado.
8. Demasiado complicado, demasiado técnico.

Estos puntos pueden agruparse en tres elementos, con tratamiento distinto:

- a. El más importante (puntos 1, 3, 5) tiene que ver con la salud financiera del negocio. Esto es comprensible porque muchas de estas micro y miniempresas se encuentran a nivel de supervivencia (aunque gracias precisamente a los celulares sobrepasaron la pandemia, puesto que pudimos encuestarles y entrevistarles en 2022).

Una consecuencia lógica es que cualquier inversión debe ser lo bastante rentable para pagarse a sí misma rápidamente. Los créditos ordinarios de la banca comercial seguramente no serían aptos para esto, y por lo mismo, probablemente tampoco accesibles a la mayoría de nuestros micro y miniempresarios. El establecimiento de canales de financiación focalizados en el desarrollo digital de estas operaciones empresariales tendría mucho sentido.

- b. El segundo punto del listado anterior (2) tiene apariencia paradójica. Si el micro o miniempresario no ve demanda, sino que

el negocio rueda bien con lo que ya tiene de digital, ¿para qué invertir más en ello? Hasta ahí la lógica es directa. La paradoja surge cuando vemos en la Tabla 5.12 que la más importante ventaja que los mismos micro y miniempresarios populares nos mencionan es: «Me puso al día con lo que mis clientes piden». La paradoja tiene una resolución fácil: denota la conocida brecha digital etaria. Los clientes mayores están acostumbrados a la presencialidad respecto a los negocios locales, mientras los clientes más jóvenes, también en contextos populares como hemos visto en los capítulos 3 y 4, manejan mucho de su vida a través de los celulares. De forma que bien puede ser que a la vez unos clientes no pidan que el negocio esté digitalmente accesible, y para otros sea muy importante. A largo plazo, sin duda que los segundos prevalecerán, de manera que avanzar la digitalización de las micro y miniempresas hasta el máximo rentable parece necesario para mejorar su sostenibilidad económica de futuro.

- c. El tercer elemento reúne los puntos 4, 6, 7 y 8 del listado anterior. Como podría temerse en micro y miniempresarios populares, no es infrecuente cierta inseguridad a la hora de introducir tecnologías digitales en el negocio, por falta de conocimiento técnico sobre lo que puede hacerse, de idea organizacional sobre cómo hacerlo, o de una estimación adecuada de los riesgos de hacerlo. Las entrevistas nos mostraron que esto no ocurre tanto con los empresarios más jóvenes, que se mueven con más soltura en el medio digital.

Hay pues una contribución posible en la alfabetización digital de los micro y miniempresarios de edad mediana en adelante. Sobre esto deben hacerse sin embargo dos precisiones:

- 1. El término ‘alfabetización’ resulta engañoso porque en la (amplia, casi universal) mayoría de los casos, ya están usando muchas de las potencialidades de sus celulares para el negocio. Pero puede ampliarse su horizonte mostrándoles todo lo que puede hacerse con aplicaciones gratuitas desde el celular (o facilitando que se lo muestren entre sí, porque el conocimiento no

es inexistente, sino que está disperso, de forma que cada cual tiene más o menos fragmentos que pueden ser útiles a otros).

2. Este es solo nuestro tercer elemento de la lista, según lo que los mismos micro y miniempresarios expresaron. Podríamos decir que constituye una condición necesaria pero no suficiente. Enseñar si no hay canales financieros para practicar lo aprendido de inmediato, como sabe cualquiera que haya sido docente en esta materia, es inútil.

Finalmente, notemos que el desarrollo digital de las micro y miniempresas en contextos populares de países como República Dominicana, no es independiente de la gran cuestión que afecta al tejido empresarial de menos recursos en los países del Sur global: la informalidad, que extiende un manto de precariedad tanto sobre el funcionamiento de las micro y miniempresas como sobre la gobernanza del conjunto de la economía nacional.

Se trata obviamente de una causalidad bidireccional: la informalidad dificulta la digitalización –limitando el acceso a cualquier ayuda al desarrollo digital por organismos oficiales, por ejemplo– al mismo tiempo que la baja digitalización dificulta el crecimiento y fortalecimiento de la empresa hasta poder formalizarse. El apoyo para la digitalización incluso de los informales podría constituir un elemento importante de una estrategia de desarrollo del micro y miniempresario hacia su formalización.

Referencias

ONE. (2014). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas adaptada a República Dominicana*: ONE.

5.A. Anexos

5.A.1. Cuestionario de la encuesta de Micro y Miniempresas

Instrucciones para los encuestadores

Las preguntas de este cuestionario se distinguen en dos grupos:

- no numeradas (las cinco primeras), y
- numeradas (todas las demás).

Las preguntas no numeradas deben ser llenadas por el encuestador antes de comenzar el diálogo con el encuestado.

Sobre las preguntas numeradas, las hay de tres tipos:

- Las que admiten UNA sola respuesta. Las respuestas a estas preguntas se muestran con CÍRCULOS.
- Las que admiten VARIAS respuestas. Las respuestas a estas preguntas se muestran con CUADRADOS.
- Las que indican un valor en una ESCALA de 1 (mínimo, totalmente en desacuerdo) a 5 (máximo, totalmente de acuerdo). Debe marcarse uno de los valores en cada línea, según exprese el encuestado. Cabe la posibilidad también de marcar NS/NC en caso de que por alguna razón prefiera no responder.

En algunas preguntas de este cuestionario (18, 20, 22), que la pregunta deba contestarse depende de que la anterior lo haya sido afirmativamente. Si la respuesta de la anterior es negativa, la pregunta en cuestión (18, 20, 22) no debe hacerse.

Para asegurar la homogeneidad de las respuestas, el encuestador:

6. Debe leer cada pregunta al encuestado.
7. Si es de las preguntas 'tipo círculo' las leerá a continuación todas las posibles respuestas y el encuestado solo podrá elegir una.
8. Si es de 'tipo cuadrado', leerá las posibles respuestas una por una y el encuestado afirmará o negará respecto a cada una.
9. Si es de 'tipo escala', leerá cada frase y pedirá un número de 1 a 5 según cuán de acuerdo esté el entrevistado en que esa es su experiencia. Si no sabe o prefiere no contestar, marque NS/NC.

10. Si en alguna pregunta de cualquiera de los tipos la posibilidad 'Otro' existe, y el encuestado la considera pertinente, deberá anotar lo que el encuestado indique sobre en qué consiste ese 'Otro'.

Los títulos de secciones no deben ser leídos por el encuestador. Son solo para organización interna del cuestionario.

Nota sobre numeración

La numeración general del cuestionario corresponde al diseño original. Donde se podían dar respuestas múltiples, se preguntó sobre las alternativas una por una, con respuestas de No/Sí. La numeración entre paréntesis corresponde a esas alternativas.

Los resultados de la Tabla 1 y de las contenidas en el Anexo 2 siguen la numeración entre paréntesis.

I. Identificación

- Número de encuesta
- Fecha de aplicación
- Encuestador
- Lugar
 - o Dajabón
 - o Los Cacaos
 - o Santo Domingo Savio

II. Características del negocio

- Sector
 - o Agricultura, ganadería, silvicultura, pesca
 - o Industrias manufactureras
 - o Construcción
 - o Comercio, reparación de vehículos
 - o Transporte y almacenamiento
 - o Alojamiento, servicio de comida
 - o Información y comunicaciones

- o Finanzas y seguros
- o Inmobiliarias
- o Profesionales, científicas y técnicas
- o Servicios administrativos y de apoyo
- o Enseñanza
- o Salud y asistencia social
- o Arte, entretenimiento y recreación
- o Otros servicios

1. (4) Número total de trabajadores, incluido el dueño

- o 1-2
- o 3-5
- o 6-10
- o 11-20
- o 21-50

2. (5) De la cantidad de empleados actuales, ¿Cuántos trabajan a tiempo completo en la empresa?

- o 1-2
- o 3-5
- o 6-10
- o 11-20
- o 21-50

3. (6) Género del propietario / gerente

- o Masculino
- o Femenino

4. (7) Porcentaje aproximado de mujeres en la empresa

- o 0 al 20%
- o 21 al 40%
- o 41 al 60%
- o 61 al 80%
- o 81 al 100%

5. (8) Nivel de estudios más frecuente de los empleados:
- o No sabe
 - o Ninguno
 - o Primaria
 - o Media
 - o Universitaria
 - o Otro [indicar]
6. (9) Nivel de estudios más alto de los directivos:
- o Ninguno
 - o Primaria
 - o Media
 - o Universitaria
 - o Otro [indicar]
7. (17) ¿Tiene que hacer cada año la declaración jurada ante la DGII (Dirección General de Impuestos Internos)?
8. (10) Propiedad de la empresa
- o Tiene un solo propietario
 - o Hay varios socios
 - o Emitimos acciones que cualquiera puede comprar
9. Vendemos regularmente a:
- (11) El público
 - (12) Otras empresas
 - (13) El Estado (municipios, gobernaciones, ministerios...)
10. ¿Sabe aproximadamente cuál fue el volumen de ventas brutas del año pasado? (ELIMINADA)
- o No podría decir.
 - o Menos de 1 millón RD\$.
 - o Entre 1 millón RD\$ y 5 millones RD\$.
 - o Entre 5 millones RD\$ y 10 millones RD\$.
 - o Más de 10 millones RD\$.

11. (15) ¿Cuántos años lleva en funcionamiento este negocio?

- o Menos de dos años.
- o De dos años a menos de cinco.
- o De cinco a menos de diez años.
- o Más de diez años.

12. (16) ¿Tiene local propio el negocio?

- o Por el tipo de negocio, no necesita local
- o Utilizo parte de mi propia casa como local
- o Tenemos un solo local dedicado al negocio
- o Tenemos varios locales

III. Tecnologías

III.1. Recursos

13. De los siguientes, ¿de cuáles equipos dispone su negocio?

- (18) Computadoras fijas
- (19) *Laptops, tablets*
- (20) Celulares
- (21) Servidor central
- (22) Caja registradora conectada (TPV)
- (23) Robots: máquinas computarizadas con movimiento
- (24) Usamos cibercafés de pago
- (25) Usamos infocentros u otros locales gratuitos con computadoras

14. ¿Qué conexiones utiliza normalmente para el negocio?

- (26) Internet por cable
- (27) Wifi propio
- (28) Internet celular prepago
- (29) Internet celular post-pago
- (30) Internet de cibercafés o infocentros
- (31) Intranet, red interna de la empresa
- (32) Extranet, red privada con proveedores o clientes

15. ¿Cuenta con alguna de estas herramientas en el negocio?

- (33) Página web propia
- (34) App propia
- (35) Cuentas de la empresa en redes sociales
- (36) Integración en plataformas de venta online (MercadoLibre, Amazon, Glovo)
- (37) Conexión fija a proveedores
- (38) Conexión fija a clientes
- (39) Sistema integrado para el manejo de clientes (CRM)
- (40) Sistema integrado de empresa (ERP)
- (41) Otro sistema integrado

16. Si realiza operaciones o trámites a través de Internet, dispone o usa de:

- (42) Conexión segura
- (43) Firma electrónica
- (44) Certificado de identidad digital
- (45) Sistema de pago seguro

17. (46) ¿Conoce usted qué es el *blockchain*?

- o No
- o Sí

18. En caso afirmativo, ¿utiliza sus aplicaciones en su actividad empresarial?

- (47) Lo utiliza como instrumento de trazabilidad/certificación
- (48) Lo utiliza como registro
- (49) Lo utiliza para otras aplicaciones [indicar]

19. (51) ¿Conoce usted qué son los *smart contracts* (contratos inteligentes digitales)?

- o No
- o Sí

20. En caso afirmativo, ¿utiliza sus aplicaciones en su actividad empresarial?

- (52) Lo utiliza en procesos legales
- (53) Lo utiliza en el campo financiero.

21. (55) ¿Conoce usted qué son las criptomonedas/criptodivisas?

- o No
- o Sí

22. En caso afirmativo,

- o No le interesa poseer criptomonedas/criptodivisas
- o Le gustaría poseerlas
- o Ya posee criptomonedas/criptodivisas
 - (57) Las posee como inversión
 - (58) Las utiliza como medio de pago

23. (59) ¿Conoce usted qué son los NFT (Non-fungible tokens)?

- o No
- o Sí

IV. Opiniones

24. Sobre los recursos computacionales que NO tiene en el negocio, ¿por qué razones es ello?

Dígame por favor para cada una de estas frases si está: 1. Totalmente en desacuerdo; 2. Más bien en desacuerdo; 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo; 4. Más bien de acuerdo; 5. Totalmente de acuerdo; NS/NC. No sabe / no contesta / no se aplica.

(60) Porque no hay tecnologías computacionales adecuadas	1	2	3	4	5	NS/NC
(61) Porque resultaría demasiado complicado, demasiado técnico, para mi negocio	1	2	3	4	5	NS/NC

(62) Porque el suministro eléctrico no es fiable aquí	1	2	3	4	5	NS/NC
(63) Porque la conexión a Internet no es fiable aquí	1	2	3	4	5	NS/NC
(64) Porque no cuento con financiamiento para incorporar más tecnologías computacionales	1	2	3	4	5	NS/NC
(65) Porque no sería rentable	1	2	3	4	5	NS/NC
(66) Porque elevaría los costos del negocio	1	2	3	4	5	NS/NC
(67) Porque los clientes no lo piden, ni parece que lo vayan a pedir pronto	1	2	3	4	5	NS/NC
(68) Porque los competidores no lo usan	1	2	3	4	5	NS/NC
(69) Porque podría perder clientes si tienen que usar canales computacionales que no manejan bien	1	2	3	4	5	NS/NC
(70) Porque no veo posible cualificar o adaptar a todo el personal necesario	1	2	3	4	5	NS/NC
(71) Porque no conseguiría aquí profesionales adecuados para operar esos recursos computacionales	1	2	3	4	5	NS/NC
(72) Porque requeriría introducir cambios complicados o imposibles en el negocio	1	2	3	4	5	NS/NC
(73) Porque no quiero correr el riesgo de que mi negocio dependa demasiado de computadoras que pueden fallar	1	2	3	4	5	NS/NC
(74) Porque no conozco bien qué otros elementos computacionales existen que puedan servir para mi negocio	1	2	3	4	5	NS/NC
Otras (indicar cuáles)	1	2	3	4	5	NS/NC
	1	2	3	4	5	NS/NC

25. Sobre las tecnologías computacionales que SÍ tiene ya en el negocio, ¿qué ventajas percibe usándolas?

Dígame por favor para cada una de estas frases si está: 1. Totalmente en desacuerdo; 2. Más bien en desacuerdo; 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo; 4. Más bien de acuerdo; 5. Totalmente de acuerdo; NS/NC. No sabe / no contesta / no se aplica.

(75) Ha disminuido los costos del negocio	1	2	3	4	5	NS/NC
(76) Ha aumentado las ventas del negocio	1	2	3	4	5	NS/NC
(77) Me sirvió para conectarme computacionalmente con los proveedores	1	2	3	4	5	NS/NC
(78) Me puso al día con lo que mis clientes piden	1	2	3	4	5	NS/NC
(79) Me puso a la par con lo que están haciendo negocios competidores	1	2	3	4	5	NS/NC
(80) Me ha servido para recibir apoyo del Estado o alguna universidad cercana	1	2	3	4	5	NS/NC
(81) He ganado clientes gracias a los nuevos recursos computacionales	1	2	3	4	5	NS/NC
(82) He podido hacer un marketing más amplio gracias a los recursos computacionales	1	2	3	4	5	NS/NC
(83) Vender ahora es más fácil tanto para el cliente como para el negocio	1	2	3	4	5	NS/NC
(84) La publicidad me sale ahora más barata	1	2	3	4	5	NS/NC
(85) Los procedimientos del negocio, desde comprar suministros hasta llevar la contabilidad o relacionarse con los bancos, son ahora más fáciles	1	2	3	4	5	NS/NC
(86) Ha servido para obtener más información sobre la operación del negocio y las posibilidades externas, que nos ayuda a tomar decisiones	1	2	3	4	5	NS/NC
Otros (indicar cuáles)						

26. ¿Les ha encontrado alguna ventaja especial a los recursos computacionales durante la epidemia?

- (87) Me han facilitado el contacto con los empleados y el teletrabajo
- (88) Me han facilitado el servicio a los clientes y el mercadeo
- (89) Me han facilitado la producción en planta
- (90) Me han facilitado la compra de suministros a los proveedores

III.2. Usos

27. ¿Utiliza recursos computacionales para la comunicación individual en su negocio?

- (91) Para llamadas por teléfono.
- (92) Para enviar y recibir emails.
- (93) Para servicios de mensajería como whatsapp.

28. ¿Utiliza recursos computacionales para las compras de suministros para su negocio?

- (95) Para buscar precios
- (96) Para hacer pedidos
- (97) Para recibir facturas

29. ¿Utiliza recursos computacionales para el mercadeo en su negocio?

- (99) Para dar información general de precio y lugar
- (100) Para hacer publicidad
- (101) Para enviar presupuestos a los clientes
- (102) Para hacer reservas, ventas, *delivery, e-commerce*
- (103) Para la emisión de facturas
- (104) Para la atención y comunicación pos-venta
- (105) Para la investigación de mercados, o la incorporación a nuevos mercados

30. ¿Utiliza recursos computacionales para la gestión interna de su negocio?

- (107) Para la contabilidad
- (108) Para la gestión de personal
- (109) Para llevar el almacén, el inventario
- (110) Para la fabricación o el ensamblaje
- (111) Para la formación del personal
- (112) Para la gestión de la computación y las comunicaciones en la empresa

31. ¿Utiliza recursos computacionales en la relación de su negocio con los bancos?

- (114) Para llevar cuentas bancarias de la empresa
- (115) Para gestionar las tarjetas de la empresa
- (116) Para obtener préstamos del banco

32. ¿Utiliza recursos computacionales para hacer trámites con las administraciones públicas (Estado, gobernaciones, municipios)?

- (118) Para obtener registros o permisos
- (119) Para declarar y pagar impuestos
- (120) Para hacer trámites de seguridad social
- (121) Para asuntos de tribunales
- (122) Para acceso a financiación pública
- (123) Para capacitación
- (124) Para asesorías y acompañamiento

33. (126) Con qué frecuencia realiza trámites por Internet ante alguna administración pública:

- o Nunca
- o Al menos una vez al trimestre
- o Al menos una vez al mes
- o Al menos una vez a la semana
- o Varias veces a la semana

34. Si ha encontrado alguna dificultad a la hora de realizar algún trámite ante alguna administración pública se ha debido a:

- (127) Dificultad para localizar la información en la página web de la Administración implicada (página web poco intuitiva)
- (128) Dificultades para comprender la información o lo que le solicita la página web de cara al trámite a realizar
- (129) Dificultades para introducir la información o datos que se le solicitan
- (130) Dificultad para subir archivos u otro tipo de documentación que debe adjuntar en el expediente

- (131) Dificultad para enviar la información (una vez cargada toda la información el sistema electrónico no permite enviarla)
- (132) Otras posibles dificultades

III.3. Personal

35. (134) ¿Quién lleva los recursos computacionales en su empresa?

- o Yo mismo
- o Una sola persona no profesional de ello, un familiar
- o Cada empleado según sea necesario para su puesto
- o Un técnico computacional dedicado
- o Un departamento de Computación con más de una persona
- o Contratamos el servicio afuera

36. ¿Cómo saben o aprenden las personas encargadas?

- (135) Por ensayo y error / enseñado por persona cercana
- (136) En Internet
- (137) Cursos internos que organizamos según necesidades
- (138) Cursos externos donde mandamos empleados
- (139) Por estudios externos previos, que la persona ya tenía
- (140) Aprenden por otros medios

37. Cuando se ha considerado adoptar nuevas tecnologías de computación en la empresa, ¿quiénes han participado en discutir la decisión?

- (141) Yo, el dueño o fundador
- (142) Otros socios
- (143) Los responsables de áreas en la empresa
- (144) Empleados del negocio conocedores de computación
- (145) Consultores externos
- (146) Otros

V. Proyectos

38. (147) ¿Tiene planes respecto a la incorporación de nuevas tecnologías computacionales en su negocio?

- o No tengo planes especiales respecto a tecnologías computacionales, fuera de ir actualizando lo que ya utilizo
- o Solo tendría planes de mayor inversión si hubiera algún apoyo financiero o de capacitación para ello; en otro caso, no
- o Mis planes consisten en mantenerme a la par con lo que hagan mis competidores, o mis clientes me digan
- o Tengo planes pensados para invertir más en tecnologías computacionales

39. Si ya tiene planes para invertir en TIC, ¿para qué áreas de su empresa piensa hacerlo?

- (148) Comunicación individual (llamadas, email, whatsapp...)
- (149) Compras y suministros
- (150) Mercadeo y ventas
- (151) Gestión interna (contabilidad, personal...)
- (152) Trámites con bancos
- (153) Trámites con administraciones públicas
- (154) Otros

5.A.2. Resultados de las encuestas, por localidades

5.A.2.1. Dajabón

Características		1-2	3-5	6-10	11-20
4	Núm Trabajadores	119	87	27	41
5	Núm Trabajadores TCompleto	151	75	30	27
		Hombre	Mujer		
6	Género Gerente	178	124		
		0-20%	21-40%	41-60%	61-80%
7	% Mujeres	176	37	34	21
		Ninguno	Primaria	Media	Universitaria
8	Estudios Empleados	6	40	148	108
9	Estudios Directivos	1	20	105	176
		Un solo dueño	Socios	Acciones	
10	Propiedad	218	83	1	
		No	Sí		
11	Vende al Público	3	299		
12	Vende a Empresas	221	81		
13	Vende a Administraciones	267	35		
		<2 años	2-<5 años	5-<10 años	>10 años
15	Años Funcionamiento	57	85	54	106
		No necesita local	Propia casa	Un solo local	Varios locales
16	Local	7	24	221	50
		Informal	Formal		
17	Formalidad	108	194		

21-50			min	max	media	desv
28			1	5	2.245	1.344
19			1	5	1.967	1.236
			min	max	media	desv
			1	2	1.411	0.493
81-100%			min	max	media	desv
34			1	5	2.007	1.412
			min	max	media	desv
			1	4	3.185	0.733
			1	4	3.51	0.635
			min	max	media	desv
			1	3	1.281	0.458
			min	max	media	desv
			0	1	0.99	0.099
			0	1	0.268	0.444
			0	1	0.116	0.321
			min	max	media	desv
			1	4	2.692	1.139
			min	max	media	desv
			1	4	3.04	0.581
			min	max	media	desv
			0	1	0.642	0.48

Tecnologías		No	Sí
18	Eq Computador	112	190
19	Eq Laptop	226	76
20	Eq Celular	23	279
21	Eq Servidor	224	78
22	Eq TPV	232	70
23	Eq Robot	294	8
24	Eq Cibercafé	293	9
25	Eq CComunitario	299	3
26	Cnx Cable	106	196
27	Cnx Wifi	102	200
28	Cnx Cel Prepago	206	96
29	Cnx Cel Pospago	231	71
30	Cnx CiberInfocentros	301	1
31	Cnx Intranet	283	19
32	Cnx Extranet	294	8
33	Her Webpage	196	106
34	Her App	254	48
35	Her Redes Sociales	167	135
36	Her Venta Online	293	9
37	Her Cnx Fija Proveedores	219	83
38	Her Cnx Fija Clientes	229	73
39	Her CRM	280	22
40	Her ERP	288	14
41	Her Otros	301	1

			min	max	media	desv
			0	1	0.629	0.484
			0	1	0.252	0.435
			0	1	0.924	0.266
			0	1	0.258	0.438
			0	1	0.232	0.423
			0	1	0.026	0.161
			0	1	0.03	0.17
			0	1	0.01	0.099
			0	1	0.649	0.478
			0	1	0.662	0.474
			0	1	0.318	0.466
			0	1	0.235	0.425
			0	1	0.003	0.058
			0	1	0.063	0.243
			0	1	0.026	0.161
			0	1	0.351	0.478
			0	1	0.159	0.366
			0	1	0.447	0.498
			0	1	0.03	0.17
			0	1	0.275	0.447
			0	1	0.242	0.429
			0	1	0.073	0.26
			0	1	0.046	0.211
			0	1	0.003	0.058

42	Tram Cnx Segura	100	202		
43	Tram Firma Electrónica	256	46		
44	Tram Certificado Identidad Digital	253	49		
45	Tram Sistema Pago Seguro	176	126		
46	Conoce Blockchain	281	21		
47	Utiliza BC Trazabilidad/ Certificación	301	1		
48	Utiliza BC Registro	301	1		
49	Utiliza BC Otras	302	0		
51	Conoce SmartContracts	255	47		
52	Utiliza SC Legales	297	5		
53	Utiliza SC Financiero	293	9		
55	Conoce Criptomonedas	201	101		
57	Utiliza CM Inversión	295	7		
58	Utiliza CM Pago	298	4		
59	Conoce NFT	261	41		
Opiniones					
		1	2	3	4
60	No hay tecnologías adecuadas	73	103	44	54
61	Demasiado complicado, demasiado técnico	67	90	34	79
62	Suministro eléctrico no fiable	57	125	44	63
63	Conexión a Internet no fiable	68	97	38	68
64	No cuento con financiamiento	55	91	40	78

	0	1	0.669	0.471
	0	1	0.152	0.36
	0	1	0.162	0.369
	0	1	0.417	0.494
	0	1	0.07	0.255
	0	1	0.003	0.058
	0	1	0.003	0.058
	0	1	0	0
	0	1	0.156	0.363
	0	1	0.017	0.128
	0	1	0.03	0.17
	0	1	0.334	0.473
	0	1	0.023	0.151
	0	1	0.013	0.115
	0	1	0.136	0.343
5	min	max	media	desv
28	1	5	2.54	1.285
32	1	5	2.732	1.343
13	1	5	2.503	1.143
31	1	5	2.659	1.322
38	1	5	2.844	1.332

65	No sería rentable	45	96	57	81
66	Elevaría los costos del negocio	32	73	39	110
67	Los clientes no lo piden	32	90	59	88
68	Los competidores no lo usan	53	123	47	60
69	Podría perder clientes que no manejan bien	70	99	50	63
70	No veo posible cualificar o adaptar al personal	39	111	45	80
71	No conseguiría aquí profesionales adecuados	69	112	38	56
72	Requeriría introducir cambios complicados en el negocio	46	102	46	85
73	Riesgo de que mi negocio dependa demasiado	69	85	44	82
74	No conozco bien qué otros elementos computacionales existen	58	94	42	80
75	Ha disminuido los costos del negocio	52	98	38	76
76	Ha aumentado las ventas del negocio	18	31	31	137
77	Me sirvió para conectarme con los proveedores	10	18	18	135
78	Me puso al día con lo que mis clientes piden	6	12	18	160
79	Me puso a la par con competidores	10	22	35	148
80	Me ha servido para recibir apoyo del Estado o alguna universidad	115	66	21	59

23	1	5	2.805	1.206
48	1	5	3.228	1.272
33	1	5	3	1.206
19	1	5	2.566	1.173
20	1	5	2.55	1.237
27	1	5	2.818	1.216
27	1	5	2.536	1.272
23	1	5	2.791	1.223
22	1	5	2.679	1.289
28	1	5	2.755	1.289
38	1	5	2.834	1.322
85	1	5	3.795	1.137
121	1	5	4.123	0.992
106	1	5	4.152	0.853
87	1	5	3.927	0.996
41	1	5	2.487	1.491

81	He ganado clientes	14	23	26	126
82	He podido hacer un marketing más amplio	16	25	24	143
83	Vender ahora es más fácil	4	10	18	154
84	La publicidad me sale ahora más barata	16	29	37	137
85	Los procedimientos del negocio son ahora más fáciles	11	15	28	161
86	Ha servido para obtener más información que nos ayuda a tomar decisiones	8	19	22	181
Usos					
		No	Sí		
87	COVID Empleados	117	185		
88	COVID Clientes	81	221		
89	COVID Producción	206	96		
90	COVID Proveedores	123	179		
91	Uso Com Llamadas	13	289		
92	Uso Com Email	100	202		
93	Uso Com Whatsapp	25	277		
94	Uso Com ninguno	297	5		
95	Uso Sumin Precios	68	234		
96	Uso Sumin Pedidos	59	243		
97	Uso Sumin Facturas	72	230		
98	Uso Sumin ninguno	269	33		
99	Uso Mercadeo Información	91	211		

113	1	5	3.997	1.089
94	1	5	3.907	1.093
116	1	5	4.219	0.806
83	1	5	3.801	1.106
87	1	5	3.987	0.954
72	1	5	3.96	0.896
	min	max	media	desv
	0	1	0.613	0.488
	0	1	0.732	0.444
	0	1	0.318	0.466
	0	1	0.593	0.492
	0	1	0.957	0.203
	0	1	0.669	0.471
	0	1	0.917	0.276
	0	1	0.017	0.128
	0	1	0.775	0.418
	0	1	0.805	0.397
	0	1	0.762	0.427
	0	1	0.109	0.312
	0	1	0.699	0.46

100	Uso Mercadeo Publicidad	98	204		
101	Uso Mercadeo Presupuestos	105	197		
102	Uso Mercadeo Ventas	191	111		
103	Uso Mercadeo Facturas	153	149		
104	Uso Mercadeo Pos- venta	198	104		
105	Uso Mercadeo Inv Mercados	227	75		
106	Uso Mercadeo ninguno	260	42		
107	Uso Gestión Contabilidad	104	198		
108	Uso Gestión Personal	173	129		
109	Uso Gestión Inventario	116	186		
110	Uso Gestión Fabricación	249	53		
111	Uso Gestión Formación	201	101		
112	Uso Gestión Computación Comunicaciones	224	78		
113	Uso Gestión ninguno	243	59		
114	Uso Bancos Cuentas	128	174		
115	Uso Bancos Tarjetas	181	121		
116	Uso Bancos Préstamos	156	146		
117	Uso Bancos ninguno	200	102		
118	Uso Adm Permisos	174	128		
119	Uso Adm Impuestos	152	150		
120	Uso Adm Seguridad Social	213	89		

			0	1	0.675	0.469
			0	1	0.652	0.477
			0	1	0.368	0.483
			0	1	0.493	0.501
			0	1	0.344	0.476
			0	1	0.248	0.433
			0	1	0.139	0.347
			0	1	0.656	0.476
			0	1	0.427	0.495
			0	1	0.616	0.487
			0	1	0.175	0.381
			0	1	0.334	0.473
			0	1	0.258	0.438
			0	1	0.195	0.397
			0	1	0.576	0.495
			0	1	0.401	0.491
			0	1	0.483	0.501
			0	1	0.338	0.474
			0	1	0.424	0.495
			0	1	0.497	0.501
			0	1	0.295	0.457

121	Uso Adm Tribunales	254	48		
122	Uso Adm Financiación Pública	254	48		
123	Uso Adm Capacitación	245	57		
124	Uso Adm Asesoría	255	47		
125	Uso Adm ninguna	176	126		
		Nunca	Trimestral	Mensual	Quincenal
126	Frecuencia Trámites Adm	125	54	55	27
		No	Sí		
127	Dif Webs Adm Localizar Información	265	37		
128	Dif Webs Adm Comprender Información	277	25		
129	Dif Webs Adm Introducir Información	274	28		
130	Dif Webs Adm Subir Archivos Adjuntos	287	15		
131	Dif Webs Adm Enviar Información	273	29		
132	Dif Webs Adm Otras	302	0		
133	Dif Webs Adm ninguna	81	221		
	Personal				
		No tengo	Dueño	Familiar	Empleados
134	Quién Lleva	4	211	27	18
		No	Sí		
135	Aprenden Persona Cercana	100	202		
136	Aprenden Internet	256	46		
137	Aprenden Cursos Internos	267	35		

			0	1	0.159	0.366
			0	1	0.159	0.366
			0	1	0.189	0.392
			0	1	0.156	0.363
			0	1	0.417	0.494
Semanal	MásSemanal		min	max	media	desv
14	27		0	5	1.444	1.617
			min	max	media	desv
			0	1	0.123	0.328
			0	1	0.083	0.276
			0	1	0.093	0.291
			0	1	0.05	0.218
			0	1	0.096	0.295
			0	1	0	0
			0	1	0.732	0.444
Técnico	Departamento	Fuera	min	max	media	desv
28	6	8	0	6	1.685	1.301
			min	max	media	desv
			0	1	0.669	0.471
			0	1	0.152	0.36
			0	1	0.116	0.321

138	Aprenden Cursos Externos	274	28		
139	Aprenden Estudios Previos	195	107		
140	Aprenden Otros	302	0		
141	Decisión Dueño	34	268		
142	Decisión Socios	269	33		
143	Decisión Responsables Área	277	25		
144	Decisión Empleado Conocedor	291	11		
145	Decisión Consultor Externo	297	5		
146	Decisión Otro	296	6		
Planes					
		No	Apoyo	APar	Sí
147	Planes digitalizar	164	30	17	91
		No	Sí		
148	Plan Comunicación ind	230	72		
149	Plan Suministros	215	87		
150	Plan Mercadeo	208	94		
151	Plan Gestión int	239	63		
152	Plan Rel bancos	253	49		
153	Plan Rel admin públicas	267	35		
154	Plan Otros	302	0		

			0	1	0.093	0.291
			0	1	0.354	0.479
			0	1	0	0
			0	1	0.887	0.317
			0	1	0.109	0.312
			0	1	0.083	0.276
			0	1	0.036	0.188
			0	1	0.017	0.128
			0	1	0.02	0.14
			min	max	media	desv
			1	4	2.116	1.341
			min	max	media	desv
			0	1	0.238	0.427
			0	1	0.288	0.454
			0	1	0.311	0.464
			0	1	0.209	0.407
			0	1	0.162	0.369
			0	1	0.116	0.321
			0	1	0	0

5.A.2.2. Los Cacaos

Características					
		1-2	3-5	6-10	11-20
4	Núm Trabajadores	114	21	16	0
5	Núm Trabajadores TCompleto	121	18	12	0
		Hombre	Mujer		
6	Género Gerente	88	67		
		0-20%	21-40%	41-60%	61-80%
7	% Mujeres	79	18	26	6
		Ninguno	Primaria	Media	Universitaria
8	Estudios Empleados	7	63	63	22
9	Estudios Directivos	6	58	47	44
		Un solo dueño	Socios	Acciones	
10	Propiedad	129	24	2	
		No	Sí		
11	Vende al Público	1	154		
12	Vende a Empresas	123	32		
13	Vende a Administraciones	142	13		
		<2 años	2-<5 años	5-<10 años	>10 años
15	Años Funcionamiento	38	40	18	59
		No necesita local	Propia casa	Un solo local	Varios locales
16	Local	15	38	97	5
		Informal	Formal		
17	Formalidad	131	24		

21-50			min	max	media	desv
4			1	5	1.445	0.876
4			1	5	1.374	0.839
			min	max	media	desv
			1	2	1.432	0.497
81-100%			min	max	media	desv
26			1	5	2.239	1.517
			min	max	media	desv
			1	4	2.645	0.779
			1	4	2.832	0.889
			min	max	media	desv
			1	3	1.181	0.418
			min	max	media	desv
			0	1	0.994	0.08
			0	1	0.206	0.406
			0	1	0.084	0.278
			min	max	media	desv
			1	4	2.632	1.222
			min	max	media	desv
			1	4	2.594	0.709
			min	max	media	desv
			0	1	0.155	0.363

Tecnologías		No	Sí
18	Eq Computador	134	21
19	Eq Laptop	123	32
20	Eq Celular	4	151
21	Eq Servidor	147	8
22	Eq TPV	154	1
23	Eq Robot	155	0
24	Eq Cibercafé	154	1
25	Eq CComunitario	155	0
26	Cnx Cable	106	49
27	Cnx Wifi	88	67
28	Cnx Cel Prepago	95	60
29	Cnx Cel Pospago	134	21
30	Cnx CiberInfocentros	155	0
31	Cnx Intranet	153	2
32	Cnx Extranet	153	2
33	Her Webpage	148	7
34	Her App	151	4
35	Her Redes Sociales	133	22
36	Her Venta Online	154	1
37	Her Cnx Fija Proveedores	92	63
38	Her Cnx Fija Clientes	91	64
39	Her CRM	151	4
40	Her ERP	152	3
41	Her Otros	154	1

			min	max	media	desv
			0	1	0.135	0.343
			0	1	0.206	0.406
			0	1	0.974	0.159
			0	1	0.052	0.222
			0	1	0.006	0.08
			0	1	0	0
			0	1	0.006	0.08
			0	1	0	0
			0	1	0.316	0.466
			0	1	0.432	0.497
			0	1	0.387	0.489
			0	1	0.135	0.343
			0	1	0	0
			0	1	0.013	0.113
			0	1	0.013	0.113
			0	1	0.045	0.208
			0	1	0.026	0.159
			0	1	0.142	0.35
			0	1	0.006	0.08
			0	1	0.406	0.493
			0	1	0.413	0.494
			0	1	0.026	0.159
			0	1	0.019	0.138
			0	1	0.006	0.08

42	Tram Cnx Segura	105	50		
43	Tram Firma Electrónica	146	9		
44	Tram Certificado Identidad Digital	150	5		
45	Tram Sistema Pago Seguro	124	31		
46	Conoce Blockchain	154	1		
47	Utiliza BC Trazabilidad/ Certificación	155	0		
48	Utiliza BC Registro	155	0		
49	Utiliza BC Otras	155	0		
51	Conoce SmartContracts	147	8		
52	Utiliza SC Legales	154	1		
53	Utiliza SC Financiero	153	2		
55	Conoce Criptomonedas	119	36		
57	Utiliza CM Inversión	152	3		
58	Utiliza CM Pago	155	0		
59	Conoce NFT	144	11		
Opiniones					
		1	2	3	4
60	No hay tecnologías adecuadas	20	73	7	43
61	Demasiado complicado, demasiado técnico	15	41	20	61
62	Suministro eléctrico no fiable	22	64	18	45
63	Conexión a Internet no fiable	18	39	19	49
64	No cuento con financiamiento	12	29	10	75

			0	1	0.323	0.469
			0	1	0.058	0.235
			0	1	0.032	0.177
			0	1	0.2	0.401
			0	1	0.006	0.08
			0	1	0	0
			0	1	0	0
			0	1	0	0
			0	1	0.052	0.222
			0	1	0.006	0.08
			0	1	0.013	0.113
			0	1	0.232	0.424
			0	1	0.019	0.138
			0	1	0	0
			0	1	0.071	0.258
5			min	max	media	desv
12			1	5	2.703	1.223
18			1	5	3.168	1.221
6			1	5	2.671	1.152
30			1	5	3.219	1.33
29			1	5	3.516	1.213

65	No sería rentable	11	31	21	67
66	Elevaría los costos del negocio	10	22	15	81
67	Los clientes no lo piden	7	30	44	58
68	Los competidores no lo usan	14	58	31	38
69	Podría perder clientes que no manejan bien	15	45	29	57
70	No veo posible cualificar o adaptar al personal	17	35	30	62
71	No conseguiría aquí profesionales adecuados	23	62	22	38
72	Requeriría introducir cambios complicados en el negocio	15	29	25	68
73	Riesgo de que mi negocio dependa demasiado	15	31	18	74
74	No conozco bien qué otros elementos computacionales existen	21	27	18	65
75	Ha disminuido los costos del negocio	23	68	20	30
76	Ha aumentado las ventas del negocio	10	26	22	52
77	Me sirvió para conectarme con los proveedores	2	5	7	84
78	Me puso al día con lo que mis clientes piden	2	7	8	85
79	Me puso a la par con competidores	5	11	19	91
80	Me ha servido para recibir apoyo del Estado o alguna universidad	50	70	4	21

25	1	5	3.413	1.183
27	1	5	3.6	1.126
16	1	5	3.297	1.039
14	1	5	2.871	1.155
9	1	5	3	1.134
11	1	5	3.097	1.161
10	1	5	2.677	1.184
18	1	5	3.29	1.184
17	1	5	3.303	1.192
24	1	5	3.284	1.298
14	1	5	2.639	1.211
45	1	5	3.619	1.245
57	1	5	4.219	0.784
53	1	5	4.161	0.818
29	1	5	3.826	0.927
10	1	5	2.168	1.205

81	He ganado clientes	12	14	13	78
82	He podido hacer un marketing más amplio	14	13	21	77
83	Vender ahora es más fácil	9	7	7	76
84	La publicidad me sale ahora más barata	20	15	25	74
85	Los procedimientos del negocio son ahora más fáciles	15	6	11	90
86	Ha servido para obtener más información que nos ayuda a tomar decisiones	11	11	10	92
Usos					
		No	Sí		
87	COVID Empleados	96	59		
88	COVID Clientes	60	95		
89	COVID Producción	136	19		
90	COVID Proveedores	49	106		
91	Uso Com Llamadas	2	153		
92	Uso Com Email	116	39		
93	Uso Com Whatsapp	27	128		
94	Uso Com ninguno	155	0		
95	Uso Sumin Precios	63	92		
96	Uso Sumin Pedidos	58	97		
97	Uso Sumin Facturas	87	68		
98	Uso Sumin ninguno	115	40		
99	Uso Mercadeo Información	71	84		

38		1	5	3.748	1.154
30		1	5	3.619	1.158
56		1	5	4.052	1.056
21		1	5	3.394	1.219
33		1	5	3.774	1.126
31		1	5	3.781	1.071
		min	max	media	desv
		0	1	0.381	0.487
		0	1	0.613	0.489
		0	1	0.123	0.329
		0	1	0.684	0.466
		0	1	0.987	0.113
		0	1	0.252	0.435
		0	1	0.826	0.381
		0	1	0	0
		0	1	0.594	0.493
		0	1	0.626	0.485
		0	1	0.439	0.498
		0	1	0.258	0.439
		0	1	0.542	0.5

100	Uso Mercadeo Publicidad	112	43		
101	Uso Mercadeo Presupuestos	96	59		
102	Uso Mercadeo Ventas	125	30		
103	Uso Mercadeo Facturas	128	27		
104	Uso Mercadeo Pos- venta	137	18		
105	Uso Mercadeo Inv Mercados	131	24		
106	Uso Mercadeo ninguno	102	53		
107	Uso Gestión Contabilidad	117	38		
108	Uso Gestión Personal	134	21		
109	Uso Gestión Inventario	109	46		
110	Uso Gestión Fabricación	148	7		
111	Uso Gestión Formación	135	20		
112	Uso Gestión Computación Comunicaciones	142	13		
113	Uso Gestión ninguno	55	100		
114	Uso Bancos Cuentas	127	28		
115	Uso Bancos Tarjetas	145	10		
116	Uso Bancos Préstamos	127	28		
117	Uso Bancos ninguno	39	116		
118	Uso Adm Permisos	128	27		
119	Uso Adm Impuestos	132	23		
120	Uso Adm Seguridad Social	145	10		

			0	1	0.277	0.449
			0	1	0.381	0.487
			0	1	0.194	0.396
			0	1	0.174	0.381
			0	1	0.116	0.321
			0	1	0.155	0.363
			0	1	0.342	0.476
			0	1	0.245	0.432
			0	1	0.135	0.343
			0	1	0.297	0.458
			0	1	0.045	0.208
			0	1	0.129	0.336
			0	1	0.084	0.278
			0	1	0.645	0.48
			0	1	0.181	0.386
			0	1	0.065	0.246
			0	1	0.181	0.386
			0	1	0.748	0.435
			0	1	0.174	0.381
			0	1	0.148	0.357
			0	1	0.065	0.246

121	Uso Adm Tribunales	150	5		
122	Uso Adm Financiación Pública	149	6		
123	Uso Adm Capacitación	148	7		
124	Uso Adm Asesoría	150	5		
125	Uso Adm ninguna	34	121		
		Nunca	Trimestral	Mensual	Quincenal
126	Frecuencia Trámites Adm	122	6	12	5
		No	Sí		
127	Dif Webs Adm Localizar Información	148	7		
128	Dif Webs Adm Comprender Información	150	5		
129	Dif Webs Adm Introducir Información	147	8		
130	Dif Webs Adm Subir Archivos Adjuntos	151	4		
131	Dif Webs Adm Enviar Información	151	4		
132	Dif Webs Adm Otras	155	0		
133	Dif Webs Adm ninguna	17	138		
	Personal				
		No tengo	Dueño	Familiar	Empleados
134	Quién Lleva	1	130	8	4
		No	Sí		
135	Aprenden Persona Cercana	16	139		
136	Aprenden Internet	127	28		
137	Aprenden Cursos Internos	141	14		

			0	1	0.032	0.177
			0	1	0.039	0.194
			0	1	0.045	0.208
			0	1	0.032	0.177
			0	1	0.781	0.415
Semanal	MásSemanal		min	max	media	desv
1	9		0	5	0.606	1.356
			min	max	media	desv
			0	1	0.045	0.208
			0	1	0.032	0.177
			0	1	0.052	0.222
			0	1	0.026	0.159
			0	1	0.026	0.159
			0	1	0	0
			0	1	0.89	0.314
Técnico	Departamento	Fuera	min	max	media	desv
8	4	0	0	6	1.355	0.959
			min	max	media	desv
			0	1	0.897	0.305
			0	1	0.181	0.386
			0	1	0.09	0.288

138	Aprenden Cursos Externos	146	9		
139	Aprenden Estudios Previos	127	28		
140	Aprenden Otros	154	1		
141	Decisión Dueño	9	146		
142	Decisión Socios	150	5		
143	Decisión Responsables Área	149	6		
144	Decisión Empleado Conocedor	150	5		
145	Decisión Consultor Externo	150	5		
146	Decisión Otro	154	1		
Planes					
		No	Apoyo	APar	Sí
147	Planes digitalizar	103	21	2	29
		No	Sí		
148	Plan Comunicación ind	119	36		
149	Plan Suministros	124	31		
150	Plan Mercadeo	127	28		
151	Plan Gestión int	140	15		
152	Plan Rel bancos	141	14		
153	Plan Rel admin públicas	150	5		
154	Plan Otros	152	3		

			0	1	0.058	0.235
			0	1	0.181	0.386
			0	1	0.006	0.08
			0	1	0.942	0.235
			0	1	0.032	0.177
			0	1	0.039	0.194
			0	1	0.032	0.177
			0	1	0.032	0.177
			0	1	0.006	0.08
			min	max	media	desv
			1	4	1.723	1.165
			min	max	media	desv
			0	1	0.232	0.424
			0	1	0.2	0.401
			0	1	0.181	0.386
			0	1	0.097	0.297
			0	1	0.09	0.288
			0	1	0.032	0.177
			0	1	0.019	0.138

5.A.2.3. Domingo Savio

Características					
		1-2	3-5	6-10	11-20
4	Núm Trabajadores	123	42	7	0
5	Núm Trabajadores TCompleto	152	16	4	0
		Hombre	Mujer		
6	Género Gerente	107	65		
		0-20%	21-40%	41-60%	61-80%
7	% Mujeres	111	33	6	3
		Ninguno	Primaria	Media	Universitaria
8	Estudios Empleados	0	42	95	35
9	Estudios Directivos	0	34	97	41
		Un solo dueño	Socios	Acciones	
10	Propiedad	159	13	0	
		No	Sí		
11	Vende al Público	0	172		
12	Vende a Empresas	166	6		
13	Vende a Administraciones	171	1		
		<2 años	2-<5 años	5-<10 años	>10 años
15	Años Funcionamiento	23	31	36	82
		No necesita local	Propia casa	Un solo local	Varios locales
16	Local	4	28	134	6
		Informal	Formal		
17	Formalidad	138	34		

Tecnologías		No	Sí
18	Eq Computador	141	31
19	Eq Laptop	141	31
20	Eq Celular	8	164
21	Eq Servidor	167	5
22	Eq TPV	170	2
23	Eq Robot	171	1
24	Eq Cibercafé	172	0
25	Eq CComunitario	171	1
26	Cnx Cable	107	65
27	Cnx Wifi	94	78
28	Cnx Cel Prepago	114	58
29	Cnx Cel Pospago	154	18
30	Cnx CiberInfocentros	172	0
31	Cnx Intranet	171	1
32	Cnx Extranet	170	2
33	Her Webpage	161	11
34	Her App	165	7
35	Her Redes Sociales	133	39
36	Her Venta Online	171	1
37	Her Cnx Fija Proveedores	98	74
38	Her Cnx Fija Clientes	102	70
39	Her CRM	172	0
40	Her ERP	171	1
41	Her Otros	136	36

			min	max	media	desv
			0	1	0.18	0.386
			0	1	0.18	0.386
			0	1	0.953	0.211
			0	1	0.029	0.168
			0	1	0.012	0.108
			0	1	0.006	0.076
			0	1	0	0
			0	1	0.006	0.076
			0	1	0.378	0.486
			0	1	0.453	0.499
			0	1	0.337	0.474
			0	1	0.105	0.307
			0	1	0	0
			0	1	0.006	0.076
			0	1	0.012	0.108
			0	1	0.064	0.245
			0	1	0.041	0.198
			0	1	0.227	0.42
			0	1	0.006	0.076
			0	1	0.43	0.497
			0	1	0.407	0.493
			0	1	0	0
			0	1	0.006	0.076
			0	1	0.209	0.408

42	Tram Cnx Segura	90	82		
43	Tram Firma Electrónica	167	5		
44	Tram Certificado Identidad Digital	171	1		
45	Tram Sistema Pago Seguro	145	27		
46	Conoce Blockchain	169	3		
47	Utiliza BC Trazabilidad/ Certificación	172	0		
48	Utiliza BC Registro	172	0		
49	Utiliza BC Otras	172	0		
51	Conoce SmartContracts	157	15		
52	Utiliza SC Legales	170	2		
53	Utiliza SC Financiero	171	1		
55	Conoce Criptomonedas	132	40		
57	Utiliza CM Inversión	172	0		
58	Utiliza CM Pago	172	0		
59	Conoce NFT	168	4		
Opiniones					
		1	2	3	4
60	No hay tecnologías adecuadas	37	56	27	44
61	Demasiado complicado, demasiado técnico	20	53	24	54
62	Suministro eléctrico no fiable	21	61	28	45
63	Conexión a Internet no fiable	22	65	15	52
64	No cuento con financiamiento	23	54	21	52

			0	1	0.477	0.501
			0	1	0.029	0.168
			0	1	0.006	0.076
			0	1	0.157	0.365
			0	1	0.017	0.131
			0	1	0	0
			0	1	0	0
			0	1	0	0
			0	1	0.087	0.283
			0	1	0.012	0.108
			0	1	0.006	0.076
			0	1	0.233	0.424
			0	1	0	0
			0	1	0	0
			0	1	0.023	0.151
5			min	max	media	desv
8			1	5	2.593	1.213
21			1	5	3.017	1.259
17			1	5	2.86	1.22
18			1	5	2.878	1.267
22			1	5	2.977	1.293

65	No sería rentable	23	49	21	68
66	Elevaría los costos del negocio	15	37	20	74
67	Los clientes no lo piden	15	38	29	64
68	Los competidores no lo usan	23	53	23	52
69	Podría perder clientes que no manejan bien	28	59	24	44
70	No veo posible cualificar o adaptar al personal	27	42	32	56
71	No conseguiría aquí profesionales adecuados	30	50	34	42
72	Requeriría introducir cambios complicados en el negocio	25	49	28	46
73	Riesgo de que mi negocio dependa demasiado	21	53	24	60
74	No conozco bien qué otros elementos computacionales existen	17	41	44	49
75	Ha disminuido los costos del negocio	26	76	16	40
76	Ha aumentado las ventas del negocio	14	34	15	63
77	Me sirvió para conectarme con los proveedores	14	17	18	65
78	Me puso al día con lo que mis clientes piden	6	13	19	90
79	Me puso a la par con competidores	9	19	30	80
80	Me ha servido para recibir apoyo del Estado o alguna universidad	95	31	19	22

11	1	5	2.971	1.216
26	1	5	3.343	1.221
26	1	5	3.279	1.215
21	1	5	2.971	1.282
17	1	5	2.785	1.268
15	1	5	2.942	1.246
16	1	5	2.791	1.253
24	1	5	2.971	1.304
14	1	5	2.959	1.216
21	1	5	3.093	1.186
14	1	5	2.651	1.221
46	1	5	3.541	1.295
58	1	5	3.791	1.239
44	1	5	3.89	0.988
34	1	5	3.645	1.08
5	1	5	1.901	1.198

81	He ganado clientes	17	21	23	70
82	He podido hacer un marketing más amplio	26	32	23	57
83	Vender ahora es más fácil	7	19	11	90
84	La publicidad me sale ahora más barata	29	26	20	57
85	Los procedimientos del negocio son ahora más fáciles	16	27	19	77
86	Ha servido para obtener más información que nos ayuda a tomar decisiones	20	26	29	69
Usos					
		No	Sí		
87	COVID Empleados	124	48		
88	COVID Clientes	70	102		
89	COVID Producción	132	40		
90	COVID Proveedores	69	103		
91	Uso Com Llamadas	20	152		
92	Uso Com Email	101	71		
93	Uso Com Whatsapp	37	135		
94	Uso Com ninguno	162	10		
95	Uso Sumin Precios	47	125		
96	Uso Sumin Pedidos	25	147		
97	Uso Sumin Facturas	46	126		
98	Uso Sumin ninguno	156	16		
99	Uso Mercadeo Información	97	75		

41			1	5	3.564	1.253
34			1	5	3.238	1.366
45			1	5	3.855	1.058
40			1	5	3.308	1.416
33			1	5	3.488	1.231
28			1	5	3.343	1.249
			min	max	media	desv
			0	1	0.279	0.45
			0	1	0.593	0.493
			0	1	0.233	0.424
			0	1	0.599	0.492
			0	1	0.884	0.321
			0	1	0.413	0.494
			0	1	0.785	0.412
			0	1	0.058	0.235
			0	1	0.727	0.447
			0	1	0.855	0.353
			0	1	0.733	0.444
			0	1	0.093	0.291
			0	1	0.436	0.497

100	Uso Mercadeo Publicidad	93	79		
101	Uso Mercadeo Presupuestos	84	88		
102	Uso Mercadeo Ventas	122	50		
103	Uso Mercadeo Facturas	138	34		
104	Uso Mercadeo Pos- venta	143	29		
105	Uso Mercadeo Inv Mercados	164	8		
106	Uso Mercadeo ninguno	120	52		
107	Uso Gestión Contabilidad	113	59		
108	Uso Gestión Personal	144	28		
109	Uso Gestión Inventario	112	60		
110	Uso Gestión Fabricación	162	10		
111	Uso Gestión Formación	153	19		
112	Uso Gestión Computación Comunicaciones	161	11		
113	Uso Gestión ninguno	80	92		
114	Uso Bancos Cuentas	130	42		
115	Uso Bancos Tarjetas	141	31		
116	Uso Bancos Préstamos	102	70		
117	Uso Bancos ninguno	80	92		
118	Uso Adm Permisos	154	18		
119	Uso Adm Impuestos	150	22		
120	Uso Adm Seguridad Social	154	18		

			0	1	0.459	0.5
			0	1	0.512	0.501
			0	1	0.291	0.455
			0	1	0.198	0.399
			0	1	0.169	0.375
			0	1	0.047	0.211
			0	1	0.302	0.461
			0	1	0.343	0.476
			0	1	0.163	0.37
			0	1	0.349	0.478
			0	1	0.058	0.235
			0	1	0.11	0.314
			0	1	0.064	0.245
			0	1	0.535	0.5
			0	1	0.244	0.431
			0	1	0.18	0.386
			0	1	0.407	0.493
			0	1	0.535	0.5
			0	1	0.105	0.307
			0	1	0.128	0.335
			0	1	0.105	0.307

121	Uso Adm Tribunales	166	6		
122	Uso Adm Financiación Pública	169	3		
123	Uso Adm Capacitación	167	5		
124	Uso Adm Asesoría	166	6		
125	Uso Adm ninguna	40	132		
		Nunca	Trimestral	Mensual	Quincenal
126	Frecuencia Trámites Adm	120	7	19	9
		No	Sí		
127	Dif Webs Adm Localizar Información	166	6		
128	Dif Webs Adm Comprender Información	170	2		
129	Dif Webs Adm Introducir Información	161	11		
130	Dif Webs Adm Subir Archivos Adjuntos	171	1		
131	Dif Webs Adm Enviar Información	167	5		
132	Dif Webs Adm Otras	172	0		
133	Dif Webs Adm ninguna	23	149		
	Personal				
		No tengo	Dueño	Familiar	Empleados
134	Quién Lleva	4	124	22	15
		No	Sí		
135	Aprenden Persona Cercana	34	138		
136	Aprenden Internet	158	14		
137	Aprenden Cursos Internos	170	2		

			0	1	0.035	0.184
			0	1	0.017	0.131
			0	1	0.029	0.168
			0	1	0.035	0.184
			0	1	0.767	0.424
Semanal	MásSemanal		min	max	media	desv
5	12		0	5	0.884	1.548
			min	max	media	desv
			0	1	0.035	0.184
			0	1	0.012	0.108
			0	1	0.064	0.245
			0	1	0.006	0.076
			0	1	0.029	0.168
			0	1	0	0
			0	1	0.866	0.341
Técnico	Departamento	Fuera	min	max	media	desv
1	0	6	0	6	1.471	1.1
			min	max	media	desv
			0	1	0.802	0.399
			0	1	0.081	0.274
			0	1	0.012	0.108

138	Aprenden Cursos Externos	162	10		
139	Aprenden Estudios Previos	143	29		
140	Aprenden Otros	169	3		
141	Decisión Dueño	6	166		
142	Decisión Socios	164	8		
143	Decisión Responsables Área	171	1		
144	Decisión Empleado Conocedor	172	0		
145	Decisión Consultor Externo	172	0		
146	Decisión Otro	171	1		
Planes					
		No	Apoyo	APar	Sí
147	Planes digitalizar	91	23	23	35
		No	Sí		
148	Plan Comunicación ind	141	31		
149	Plan Suministros	125	47		
150	Plan Mercadeo	131	41		
151	Plan Gestión int	161	11		
152	Plan Rel bancos	149	23		
153	Plan Rel admin públicas	161	11		
154	Plan Otros	172	0		

			0	1	0.058	0.235
			0	1	0.169	0.375
			0	1	0.017	0.131
			0	1	0.965	0.184
			0	1	0.047	0.211
			0	1	0.006	0.076
			0	1	0	0
			0	1	0	0
			0	1	0.006	0.076
			min	max	media	desv
			1	4	2.012	1.219
			min	max	media	desv
			0	1	0.18	0.386
			0	1	0.273	0.447
			0	1	0.238	0.427
			0	1	0.064	0.245
			0	1	0.134	0.341
			0	1	0.064	0.245
			0	1	0	0

5.A.2.4. San Cristóbal

Características					
		1-2	3-5	6-10	11-20
4	Núm Trabajadores	23	40	23	16
5	Núm Trabajadores TCompleto	42	32	17	13
		Hombre	Mujer		
6	Género Gerente	77	35		
		0-20%	21-40%	41-60%	61-80%
7	% Mujeres	56	19	11	14
		Ninguno	Primaria	Media	Universitaria
8	Estudios Empleados	0	5	65	42
9	Estudios Directivos	0	3	36	73
		Un solo dueño	Socios	Acciones	
10	Propiedad	78	34	0	
		No	Sí		
11	Vende al Público	0	112		
12	Vende a Empresas	71	41		
13	Vende a Administraciones	94	18		
		<2 años	2-<5 años	5-<10 años	>10 años
15	Años Funcionamiento	17	18	21	56
		No necesita local	Propia casa	Un solo local	Varios locales
16	Local	1	1	96	14
		Informal	Formal		
17	Formalidad	23	89		

21-50			min	max	media	desv
10			1	5	2.554	1.222
8			1	5	2.223	1.264
			min	max	media	desv
			1	2	1.313	0.466
81-100%			min	max	media	desv
12			1	5	2.170	1.432
			min	max	media	desv
			2	4	3.330	0.560
			2	4	3.625	0.539
			min	max	media	desv
			1	2	1.304	0.462
			min	max	media	desv
			1	1	1.000	0.000
			0	1	0.366	0.484
			0	1	0.161	0.369
			min	max	media	desv
			1	4	3.036	1.130
			min	max	media	desv
			1	4	3.098	0.402
			min	max	media	desv
			0	1	0.795	0.406

Tecnologías		No	Sí
18	Eq Computador	37	75
19	Eq Laptop	68	44
20	Eq Celular	9	103
21	Eq Servidor	89	23
22	Eq TPV	84	28
23	Eq Robot	100	12
24	Eq Cibercafé	111	1
25	Eq CComunitario	111	1
26	Cnx Cable	39	73
27	Cnx Wifi	59	53
28	Cnx Cel Prepago	77	35
29	Cnx Cel Pospago	76	36
30	Cnx CiberInfocentros	112	0
31	Cnx Intranet	108	4
32	Cnx Extranet	108	4
33	Her Webpage	84	28
34	Her App	104	8
35	Her Redes Sociales	44	68
36	Her Venta Online	102	10
37	Her Cnx Fija Proveedores	42	70
38	Her Cnx Fija Clientes	40	72
39	Her CRM	105	7
40	Her ERP	108	4
41	Her Otros	112	0

			min	max	media	desv
			0	1	0.670	0.472
			0	1	0.393	0.491
			0	1	0.920	0.273
			0	1	0.205	0.406
			0	1	0.250	0.435
			0	1	0.107	0.311
			0	1	0.009	0.094
			0	1	0.009	0.094
			0	1	0.652	0.479
			0	1	0.473	0.502
			0	1	0.313	0.466
			0	1	0.321	0.469
			0	0	0.000	0.000
			0	1	0.036	0.186
			0	1	0.036	0.186
			0	1	0.250	0.435
			0	1	0.071	0.259
			0	1	0.607	0.491
			0	1	0.089	0.286
			0	1	0.625	0.486
			0	1	0.643	0.481
			0	1	0.063	0.243
			0	1	0.036	0.186
			0	1	0.000	0.000

42	Tram Cnx Segura	14	98		
43	Tram Firma Electrónica	102	10		
44	Tram Certificado Identidad Digital	103	9		
45	Tram Sistema Pago Seguro	69	43		
46	Conoce Blockchain	104	8		
47	Utiliza BC Trazabilidad/ Certificación	112	0		
48	Utiliza BC Registro	112	0		
49	Utiliza BC Otras	112	0		
51	Conoce SmartContracts	92	20		
52	Utiliza SC Legales	110	2		
53	Utiliza SC Financiero	109	3		
55	Conoce Criptomonedas	44	68		
57	Utiliza CM Inversión	107	5		
58	Utiliza CM Pago	112	0		
59	Conoce NFT	92	20		
Opiniones					
		1	2	3	4
60	No hay tecnologías adecuadas	45	49	3	8
61	Demasiado complicado, demasiado técnico	32	49	3	14
62	Suministro eléctrico no fiable	35	55	5	8
63	Conexión a internet no fiable	35	57	6	6
64	No cuento con financiamiento	25	42	9	17

	0	1	0.875	0.332
	0	1	0.089	0.286
	0	1	0.080	0.273
	0	1	0.384	0.489
	0	1	0.071	0.259
	0	1	0.000	0.000
	0	1	0.000	0.000
	0	1	0.000	0.000
	0	1	0.179	0.385
	0	1	0.018	0.133
	0	1	0.027	0.162
	0	1	0.607	0.491
	0	1	0.045	0.207
	0	1	0.000	0.000
	0	1	0.179	0.385
5	min	max	media	desv
7	1	5	1.955	1.134
14	1	5	2.366	1.349
9	1	5	2.116	1.168
8	1	5	2.063	1.109
19	1	5	2.670	1.417

65	No sería rentable	26	55	9	11
66	Elevaría los costos del negocio	9	44	3	23
67	Los clientes no lo piden	23	41	3	23
68	Los competidores no lo usan	19	56	12	11
69	Podría perder clientes que no manejan bien	39	54	2	6
70	No veo posible cualificar o adaptar al personal	27	59	3	12
71	No conseguiría aquí profesionales adecuados	42	59	4	2
72	Requeriría introducir cambios complicados en el negocio	26	55	7	10
73	Riesgo de que mi negocio dependa demasiado	35	47	3	15
74	No conozco bien qué otros elementos computacionales existen	30	51	8	12
75	Ha disminuido los costos del negocio	26	42	12	19
76	Ha aumentado las ventas del negocio	4	10	6	42
77	Me sirvió para conectarme con los proveedores	4	4	0	52
78	Me puso al día con lo que mis clientes piden	3	1	3	51
79	Me puso a la par con competidores	10	13	10	38
80	Me ha servido para recibir apoyo del Estado o alguna universidad	72	12	3	14

11	1	5	2.339	1.220
33	1	5	3.241	1.435
22	1	5	2.821	1.472
14	1	5	2.509	1.245
11	1	5	2.071	1.213
11	1	5	2.295	1.228
5	1	5	1.830	0.929
14	1	5	2.384	1.282
12	1	5	2.304	1.328
11	1	5	2.313	1.252
13	1	5	2.563	1.327
50	1	5	4.107	1.085
52	1	5	4.286	0.924
54	1	5	4.357	0.815
41	1	5	3.777	1.299
11	1	5	1.929	1.438

81	He ganado clientes	5	9	3	46
82	He podido hacer un marketing más amplio	6	5	7	42
83	Vender ahora es más fácil	1	2	7	49
84	La publicidad me sale ahora más barata	9	8	11	29
85	Los procedimientos del negocio son ahora más fáciles	1	8	7	42
86	Ha servido para obtener más información que nos ayuda a tomar decisiones	2	3	4	53
Usos					
		No	Sí		
87	Covid Empleados	36	76		
88	Covid Clientes	18	94		
89	Covid Producción	63	49		
90	Covid Proveedores	40	72		
91	Uso Com Llamadas	0	112		
92	Uso Com Email	20	92		
93	Uso Com Whatsapp	5	107		
94	Uso Com ninguno	112	0		
95	Uso Sumin Precios	19	93		
96	Uso Sumin Pedidos	9	103		
97	Uso Sumin Facturas	16	96		
98	Uso Sumin ninguno	105	7		
99	Uso Mercadeo Información	11	101		

49			1	5	4.116	1.088
52			1	5	4.152	1.084
53			1	5	4.348	0.756
55			1	5	4.009	1.270
54			1	5	4.250	0.925
50			1	5	4.304	0.815
			min	max	media	desv
			0	1	0.679	0.469
			0	1	0.839	0.369
			0	1	0.438	0.498
			0	1	0.643	0.481
			1	1	1.000	0.000
			0	1	0.821	0.385
			0	1	0.955	0.207
			0	1	0.000	0.000
			0	1	0.830	0.377
			0	1	0.920	0.273
			0	1	0.857	0.351
			0	1	0.063	0.243
			0	1	0.902	0.299

100	Uso Mercadeo Publicidad	22	90		
101	Uso Mercadeo Presupuestos	23	89		
102	Uso Mercadeo Ventas	61	51		
103	Uso Mercadeo Facturas	46	66		
104	Uso Mercadeo Pos- venta	60	52		
105	Uso Mercadeo Inv Mercados	67	45		
106	Uso Mercadeo ninguno	106	6		
107	Uso Gestión Contabilidad	24	88		
108	Uso Gestión Personal	55	57		
109	Uso Gestión Inventario	28	84		
110	Uso Gestión Fabricación	93	19		
111	Uso Gestión Formación	67	45		
112	Uso Gestión Computación Comunicaciones	69	43		
113	Uso Gestión ninguno	97	15		
114	Uso Bancos Cuentas	41	71		
115	Uso Bancos Tarjetas	50	62		
116	Uso Bancos Préstamos	50	62		
117	Uso Bancos ninguno	75	37		
118	Uso Adm Permisos	56	56		
119	Uso Adm Impuestos	42	70		
120	Uso Adm Seguridad Social	76	36		

			0	1	0.804	0.399
			0	1	0.795	0.406
			0	1	0.455	0.500
			0	1	0.589	0.494
			0	1	0.464	0.501
			0	1	0.402	0.492
			0	1	0.054	0.226
			0	1	0.786	0.412
			0	1	0.509	0.502
			0	1	0.750	0.435
			0	1	0.170	0.377
			0	1	0.402	0.492
			0	1	0.384	0.489
			0	1	0.134	0.342
			0	1	0.634	0.484
			0	1	0.554	0.499
			0	1	0.554	0.499
			0	1	0.330	0.472
			0	1	0.500	0.502
			0	1	0.625	0.486
			0	1	0.321	0.469

121	Uso Adm Tribunales	90	22		
122	Uso Adm Financiación Pública	92	20		
123	Uso Adm Capacitación	91	21		
124	Uso Adm Asesoría	89	23		
125	Uso Adm ninguna	81	31		
		Nunca	Trimestral	Mensual	Quincenal
126	Frecuencia Trámites Adm	25	9	40	16
		No	Sí		
127	Dif Webs Adm Localizar Información	110	2		
128	Dif Webs Adm Comprender Información	109	3		
129	Dif Webs Adm Introducir Información	112	0		
130	Dif Webs Adm Subir Archivos Adjuntos	110	2		
131	Dif Webs Adm Enviar Información	108	4		
132	Dif Webs Adm Otras	112	0		
133	Dif Webs Adm ninguna	10	102		
	Personal				
		No tengo	Dueño	Familiar	Empleados
134	Quién Lleva	0	56	8	20
		No	Sí		
135	Aprenden Persona Cercana	27	85		
136	Aprenden Internet	107	5		
137	Aprenden Cursos Internos	99	13		

			0	1	0.196	0.399
			0	1	0.179	0.385
			0	1	0.188	0.392
			0	1	0.205	0.406
			0	1	0.277	0.449
Semanal	MásSemanal		min	max	media	desv
4	18		0	5	2.170	1.643
			min	max	media	desv
			0	1	0.018	0.133
			0	1	0.027	0.162
			0	1	0.000	0.000
			0	1	0.018	0.133
			0	1	0.036	0.186
			0	1	0.000	0.000
			0	1	0.911	0.286
Técnico	Departamento	Fuera	min	max	media	desv
24	4	0	0	6	2.214	1.352
			min	max	media	desv
			0	1	0.759	0.430
			0	1	0.045	0.207
			0	1	0.116	0.322

138	Aprenden Cursos Externos	108	4		
139	Aprenden Estudios Previos	61	51		
140	Aprenden Otros	112	0		
141	Decisión Dueño	22	90		
142	Decisión Socios	81	31		
143	Decisión Responsables Área	99	13		
144	Decisión Empleado Conocedor	109	3		
145	Decisión Consultor Externo	110	2		
146	Decisión Otro	112	0		
Planes					
		No	Apoyo	APar	Sí
147	Planes digitalizar	60	6	1	45
		No	Sí		
148	Plan Comunicación int	90	22		
149	Plan Suministros	85	27		
150	Plan Mercadeo	75	37		
151	Plan Gestión int	81	31		
152	Plan Rel bancos	92	20		
153	Plan Rel admin públicas	97	15		
154	Plan Otros	111	1		

			0	1	0.036	0.186
			0	1	0.455	0.500
			0	1	0.000	0.000
			0	1	0.804	0.399
			0	1	0.277	0.449
			0	1	0.116	0.322
			0	1	0.027	0.162
			0	1	0.018	0.133
			0	1	0.000	0.000
			min	max	media	desv
			1	4	2.277	1.447
			min	max	media	desv
			0	1	0.196	0.399
			0	1	0.241	0.430
			0	1	0.330	0.472
			0	1	0.277	0.449
			0	1	0.179	0.385
			0	1	0.134	0.342
			0	1	0.009	0.094

5.A.2.5. Santo Domingo Central

Características					
		1-2	3-5	6-10	11-20
4	Núm Trabajadores	78	154	53	70
5	Núm Trabajadores TCompleto	112	146	45	57
		Hombre	Mujer		
6	Género Gerente	258	123		
		0-20%	21-40%	41-60%	61-80%
7	% Mujeres	153	78	54	40
		Ninguno	Primaria	Media	Universitaria
8	Estudios Empleados	3	22	212	144
9	Estudios Directivos	0	10	99	272
		Un solo dueño	Socios	Acciones	
10	Propiedad	253	127	1	
		No	Sí		
11	Vende al Público	2	379		
12	Vende a Empresas	234	147		
13	Vende a Administraciones	335	46		
		<2 años	2-<5 años	5-<10 años	>10 años
15	Años Funcionamiento	57	72	95	157
		No necesita local	Propia casa	Un solo local	Varios locales
16	Local	8	1	310	62
		Informal	Formal		
17	Formalidad	50	331		

21-50			min	max	media	desv
26			1	5	2.507	1.2
21			1	5	2.289	1.195
			min	max	media	desv
			1	2	1.323	0.468
81-100%			min	max	media	desv
56			1	5	2.391	1.462
			min	max	media	desv
			1	4	3.304	0.613
			2	4	3.688	0.518
			min	max	media	desv
			1	3	1.339	0.479
			min	max	media	desv
			0	1	0.995	0.072
			0	1	0.386	0.487
			0	1	0.121	0.326
			min	max	media	desv
			1	4	2.924	1.094
			min	max	media	desv
			1	4	3.118	0.486
			min	max	media	desv
			0	1	0.869	0.338

Tecnologías		No	Sí
18	Eq Computador	122	259
19	Eq Laptop	175	206
20	Eq Celular	30	351
21	Eq Servidor	299	82
22	Eq TPV	289	92
23	Eq Robot	313	68
24	Eq Cibercafé	380	1
25	Eq CComunitario	381	0
26	Cnx Cable	91	290
27	Cnx Wifi	202	179
28	Cnx Cel Prepago	276	105
29	Cnx Cel Pospago	246	135
30	Cnx CiberInfocentros	381	0
31	Cnx Intranet	353	28
32	Cnx Extranet	359	22
33	Her Webpage	261	120
34	Her App	356	25
35	Her Redes Sociales	85	296
36	Her Venta Online	338	43
37	Her Cnx Fija Proveedores	182	199
38	Her Cnx Fija Clientes	190	191
39	Her CRM	360	21
40	Her ERP	349	32
41	Her Otros	381	0

			min	max	media	desv
			0	1	0.68	0.467
			0	1	0.541	0.499
			0	1	0.921	0.27
			0	1	0.215	0.412
			0	1	0.241	0.429
			0	1	0.178	0.383
			0	1	0.003	0.051
			0	1	0	0
			0	1	0.761	0.427
			0	1	0.47	0.5
			0	1	0.276	0.447
			0	1	0.354	0.479
			0	1	0	0
			0	1	0.073	0.261
			0	1	0.058	0.234
			0	1	0.315	0.465
			0	1	0.066	0.248
			0	1	0.777	0.417
			0	1	0.113	0.317
			0	1	0.522	0.5
			0	1	0.501	0.501
			0	1	0.055	0.229
			0	1	0.084	0.278
			0	1	0	0

42	Tram Cnx Segura	57	324		
43	Tram Firma Electrónica	357	24		
44	Tram Certificado Identidad Digital	362	19		
45	Tram Sistema Pago Seguro	190	191		
46	Conoce Blockchain	354	27		
47	Utiliza BC Trazabilidad/ Certificación	381	0		
48	Utiliza BC Registro	380	1		
49	Utiliza BC Otras	380	1		
51	Conoce SmartContracts	310	71		
52	Utiliza SC Legales	371	10		
53	Utiliza SC Financiero	371	10		
55	Conoce Criptomonedas	129	252		
57	Utiliza CM Inversión	364	17		
58	Utiliza CM Pago	374	7		
59	Conoce NFT	328	53		
Opiniones					
		1	2	3	4
60	No hay tecnologías adecuadas	107	226	21	14
61	Demasiado complicado, demasiado técnico	89	203	11	55
62	Suministro eléctrico no fiable	77	249	18	21
63	Conexión a Internet no fiable	88	245	24	17
64	No cuento con financiamiento	68	195	23	69

	0	1	0.85	0.357
	0	1	0.063	0.243
	0	1	0.05	0.218
	0	1	0.501	0.501
	0	1	0.071	0.257
	0	1	0	0
	0	1	0.003	0.051
	0	1	0.003	0.051
	0	1	0.186	0.39
	0	1	0.026	0.16
	0	1	0.026	0.16
	0	1	0.661	0.474
	0	1	0.045	0.207
	0	1	0.018	0.134
	0	1	0.139	0.347
5	min	max	media	desv
13	1	5	1.95	0.889
23	1	5	2.265	1.147
16	1	5	2.081	0.918
7	1	5	1.976	0.799
26	1	5	2.449	1.175

65	No sería rentable	71	216	25	49
66	Elevaría los costos del negocio	36	187	23	89
67	Los clientes no lo piden	59	181	18	83
68	Los competidores no lo usan	75	234	19	37
69	Podría perder clientes que no manejan bien	87	201	9	53
70	No veo posible cualificar o adaptar al personal	80	222	19	35
71	No conseguiría aquí profesionales adecuados	114	220	10	25
72	Requeriría introducir cambios complicados en el negocio	65	221	20	51
73	Riesgo de que mi negocio dependa demasiado	99	201	9	45
74	No conozco bien qué otros elementos computacionales existen	76	213	14	37
75	Ha disminuido los costos del negocio	74	151	32	81
76	Ha aumentado las ventas del negocio	9	32	21	132
77	Me sirvió para conectarme con los proveedores	5	17	11	188
78	Me puso al día con lo que mis clientes piden	3	14	6	152
79	Me puso a la par con competidores	10	28	21	154
80	Me ha servido para recibir apoyo del Estado o alguna universidad	178	149	6	33

20	1	5	2.294	1.075
46	1	5	2.795	1.244
40	1	5	2.643	1.268
16	1	5	2.173	0.993
31	1	5	2.318	1.202
25	1	5	2.22	1.083
12	1	5	1.953	0.934
24	1	5	2.339	1.102
27	1	5	2.213	1.163
41	1	5	2.354	1.213
43	1	5	2.654	1.312
187	1	5	4.197	1.029
160	1	5	4.262	0.824
206	1	5	4.428	0.77
168	1	5	4.16	1.002
15	1	5	1.84	1.078

81	He ganado clientes	11	31	8	168
82	He podido hacer un marketing más amplio	13	18	12	158
83	Vender ahora es más fácil	5	12	6	168
84	La publicidad me sale ahora más barata	31	39	48	149
85	Los procedimientos del negocio son ahora más fáciles	3	10	25	195
86	Ha servido para obtener más información que nos ayuda a tomar decisiones	5	5	21	208
Usos					
		No	Sí		
87	COVID Empleados	117	264		
88	COVID Clientes	103	278		
89	COVID Producción	241	140		
90	COVID Proveedores	104	277		
91	Uso Com Llamadas	4	377		
92	Uso Com Email	86	295		
93	Uso Com Whatsapp	7	374		
94	Uso Com ninguno	381	0		
95	Uso Sumin Precios	51	330		
96	Uso Sumin Pedidos	30	351		
97	Uso Sumin Facturas	65	316		
98	Uso Sumin ninguno	356	25		
99	Uso Mercadeo Información	21	360		

163		1	5	4.157	1.006
180		1	5	4.244	0.971
190		1	5	4.381	0.784
114		1	5	3.724	1.223
148		1	5	4.247	0.755
142		1	5	4.252	0.732
		min	max	media	desv
		0	1	0.693	0.462
		0	1	0.73	0.445
		0	1	0.367	0.483
		0	1	0.727	0.446
		0	1	0.99	0.102
		0	1	0.774	0.419
		0	1	0.982	0.134
		0	1	0	0
		0	1	0.866	0.341
		0	1	0.921	0.27
		0	1	0.829	0.377
		0	1	0.066	0.248
		0	1	0.945	0.229

100	Uso Mercadeo Publicidad	58	323		
101	Uso Mercadeo Presupuestos	39	342		
102	Uso Mercadeo Ventas	178	203		
103	Uso Mercadeo Facturas	166	215		
104	Uso Mercadeo Pos- venta	163	218		
105	Uso Mercadeo Inv Mercados	207	174		
106	Uso Mercadeo ninguno	370	11		
107	Uso Gestión Contabilidad	88	293		
108	Uso Gestión Personal	221	160		
109	Uso Gestión Inventario	96	285		
110	Uso Gestión Fabricación	307	74		
111	Uso Gestión Formación	274	107		
112	Uso Gestión Computación Comunicaciones	241	140		
113	Uso Gestión ninguno	318	63		
114	Uso Bancos Cuentas	108	273		
115	Uso Bancos Tarjetas	125	256		
116	Uso Bancos Préstamos	179	202		
117	Uso Bancos ninguno	275	106		
118	Uso Adm Permisos	176	205		
119	Uso Adm Impuestos	123	258		
120	Uso Adm Seguridad Social	265	116		

			0	1	0.848	0.36
			0	1	0.898	0.304
			0	1	0.533	0.5
			0	1	0.564	0.496
			0	1	0.572	0.495
			0	1	0.457	0.499
			0	1	0.029	0.168
			0	1	0.769	0.422
			0	1	0.42	0.494
			0	1	0.748	0.435
			0	1	0.194	0.396
			0	1	0.281	0.45
			0	1	0.367	0.483
			0	1	0.165	0.372
			0	1	0.717	0.451
			0	1	0.672	0.47
			0	1	0.53	0.5
			0	1	0.278	0.449
			0	1	0.538	0.499
			0	1	0.677	0.468
			0	1	0.304	0.461

121	Uso Adm Tribunales	317	64		
122	Uso Adm Financiación Pública	305	76		
123	Uso Adm Capacitación	306	75		
124	Uso Adm Asesoría	283	98		
125	Uso Adm ninguna	274	107		
		Nunca	Trimestral	Mensual	Quincenal
126	Frecuencia Trámites Adm	117	32	136	27
		No	Sí		
127	Dif Webs Adm Localizar Información	366	15		
128	Dif Webs Adm Comprender Información	372	9		
129	Dif Webs Adm Introducir Información	372	9		
130	Dif Webs Adm Subir Archivos Adjuntos	371	10		
131	Dif Webs Adm Enviar Información	365	16		
132	Dif Webs Adm Otras	376	5		
133	Dif Webs Adm ninguna	38	343		
	Personal				
		No tengo	Dueño	Familiar	Empleados
134	Quién Lleva	0	165	13	119
		No	Sí		
135	Aprenden Persona Cercana	62	319		
136	Aprenden Internet	370	11		
137	Aprenden Cursos Internos	335	46		

			0	1	0.168	0.374
			0	1	0.199	0.4
			0	1	0.197	0.398
			0	1	0.257	0.438
			0	1	0.281	0.45
Semanal	MásSemanal		min	max	media	desv
18	51		0	5	1.869	1.663
			min	max	media	desv
			0	1	0.039	0.195
			0	1	0.024	0.152
			0	1	0.024	0.152
			0	1	0.026	0.16
			0	1	0.042	0.201
			0	1	0.013	0.114
			0	1	0.9	0.3
Técnico	Departamento	Fuera	min	max	media	desv
71	6	7	0	6	2.373	1.339
			min	max	media	desv
			0	1	0.837	0.37
			0	1	0.029	0.168
			0	1	0.121	0.326

138	Aprenden Cursos Externos	364	17		
139	Aprenden Estudios Previos	167	214		
140	Aprenden Otros	381	0		
141	Decisión Dueño	53	328		
142	Decisión Socios	292	89		
143	Decisión Responsables Área	332	49		
144	Decisión Empleado Conocedor	343	38		
145	Decisión Consultor Externo	379	2		
146	Decisión Otro	379	2		
Planes					
		No	Apoyo	APar	Sí
147	Planes digitalizar	217	10	10	144
		No	Sí		
148	Plan Comunicación ind	339	42		
149	Plan Suministros	319	62		
150	Plan Mercadeo	275	106		
151	Plan Gestión int	310	71		
152	Plan Rel bancos	350	31		
153	Plan Rel admin públicas	352	29		
154	Plan Otros	360	21		

			0	1	0.045	0.207
			0	1	0.562	0.497
			0	1	0	0
			0	1	0.861	0.347
			0	1	0.234	0.424
			0	1	0.129	0.335
			0	1	0.1	0.3
			0	1	0.005	0.072
			0	1	0.005	0.072
			min	max	media	desv
			1	4	2.213	1.438
			min	max	media	desv
			0	1	0.11	0.314
			0	1	0.163	0.37
			0	1	0.278	0.449
			0	1	0.186	0.39
			0	1	0.081	0.274
			0	1	0.076	0.266
			0	1	0.055	0.229

6. Entorno jurídico

María Bertrán Girón; Gloria Fernández-Pacheco Alises;
Manuel Novo Foncubierta; Ana M. López Rodríguez;
Blanca Martín Ríos; Julio Jiménez Escobar; María L. Kubica

6.1. Objetivos

La investigación que se planteó en el entorno jurídico se delineó en función de dos objetivos:

- En primer lugar, identificar qué herramientas, instrumentos o procesos digitales existen desde una perspectiva jurídica en República Dominicana.
- Por otro lado, explorar cuales son los colectivos excluidos de la digitalización y las causas de la exclusión del ámbito digital (minorías étnicas, género, religión, etc.).

6.2. Método

Para responder a los objetivos de estudio se utilizó una metodología mixta dentro de un proceso iterativo o dividido por fases. En primer lugar, conceptual y cronológicamente, la investigación parte de una revisión sistemática de literatura que buscaba acercar al grupo a la

investigación más reciente y de impacto que afectase al objeto de estudio en el ámbito jurídico.

A continuación, se utilizó la técnica de la encuesta para abordar, desde una perspectiva cuantitativa, el acceso a infraestructuras digitales y la implantación de herramientas digitales en el ámbito del contacto con las Administraciones públicas de las microempresas en República dominicana.

En tercer lugar, se utilizó la técnica de la entrevista para abordar desde una perspectiva cualitativa, las opiniones y percepciones de los operadores jurídicos en relación con la implementación de herramientas digitales en el contacto con los ciudadanos y en el desarrollo de la justicia.

En cuanto a la revisión sistemática de literatura, se siguieron las directrices PRISMA según las cuales se realizaron búsquedas bibliográficas exhaustivas en WoS, Medline, SciELO Citation Index, Criminal Justice Abstract con texto completo y Sociology Science (véase la figura 6.1).

La estrategia de búsqueda incorporó tres conceptos utilizando diferentes combinaciones: (a) *digitalization AND law AND development*; (b) *administration AND public law AND private law*; y (c) *digital divide AND blockchain AND artificial intelligence AND human rights*. Se realizaron búsquedas en las bases de datos siguiendo la declaración PRISMA. Las búsquedas se probaron en WoS y luego se adaptaron a las demás bases de datos. Se comprobaron las listas de referencias de los principales estudios seleccionados, así como las revisiones recientes en este campo. Además, se complementó la búsqueda en páginas web de organismos expertos para identificar artículos relevantes (la denominada «literatura gris») que añadir a la búsqueda. En total se identifican a través de una búsqueda en bases de datos y otras fuentes 1190 artículos. Estos artículos se sometieron al primer filtro de análisis, quedando, tras eliminar los duplicados, 605 artículos de los originalmente identificados. (ver Figura 6.1). En la segunda fase, se filtraron los resúmenes de los artículos seleccionados, excluyendo aquellos que no cumplían los criterios de inclusión, quedando así 366 artículos. Para ser elegibles, los resúmenes debían incluir al menos dos de los siguientes criterios:

(a) mencionar el proceso jurídico, (b) mencionar a los profesionales del Derecho, (c) países en desarrollo o del Sur Global, y (d) herramientas de acceso digital.

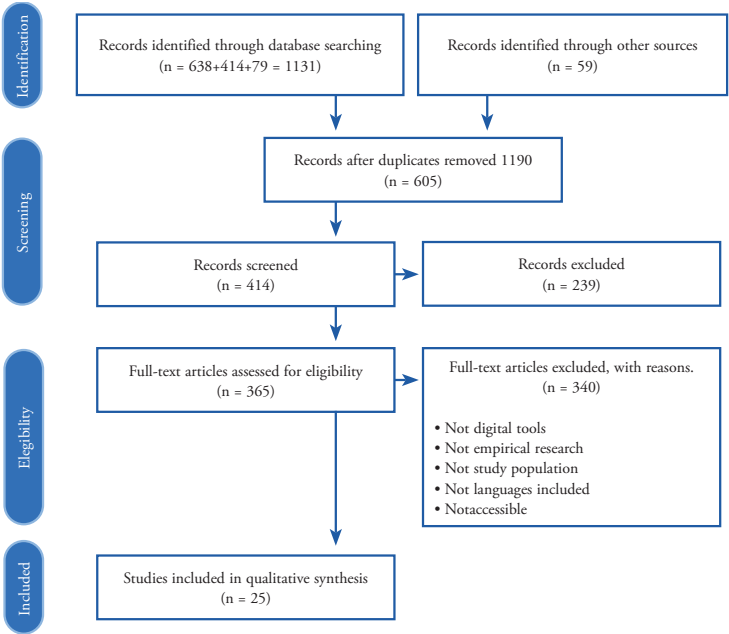
Además, la búsqueda se realizó en los siguientes idiomas: inglés, español, francés, portugués, italiano, alemán, polaco, danés y catalán.

La búsqueda se limitó a trabajos publicados durante los últimos seis años (2016-2021).

Los 366 artículos se sometieron al segundo filtro de lectura en texto completo en el que se sometieron los contenidos a un estudio por pares y su grado de cumplimientos de una *check list* con ítems de interés adaptados a los objetivos de investigación.

Finalmente, cumplieron los criterios de elegibilidad 25 artículos de los identificados en la selección inicial. Sobre esos 25 artículos se llevó a cabo un estudio cualitativo que se desglosará en el siguiente epígrafe.

Figura 6.1. PRISMA 2009 Flow Diagram



Fuente: a partir del esquema de Moher, Liberati, Tetzlaff & Altman (2009)

En la segunda etapa, impulsada por las conclusiones alcanzadas en la revisión de literatura, se llevó a cabo una encuesta con empresas y microempresas de Dajabón, los Cacaos y Domingo Savio. En total se recogió una muestra de 688 encuestados de microempresas situadas en las tres ubicaciones identificadas anteriormente. En concreto, se introdujeron un total de 12 preguntas específicamente jurídicas en los cuestionarios para micro y miniempresas (ver anexos del capítulo 5).

La tercera etapa y última de la investigación consistió en entrevistas semiestructuradas con operadores jurídicos en República Dominicana. En esta ocasión, la muestra consistió en 13 entrevistas a personeros de la administración de justicia, de la administración tributaria, del ámbito bancario, despachos de abogados y una profesora universitaria. Los participantes contaban, por tanto, con niveles educativos superiores y avanzados. Las entrevistas se realizaron entre el 5 y el 11 de junio de 2022 en Santo Domingo (República Dominicana) o bien de manera virtual en la semana posterior. La duración media de las entrevistas fue de 45 minutos. El objetivo de esta etapa fue complementar las tendencias que mostraron las encuestas con el fin de fijar posturas de cara a conocer las percepciones de los operadores jurídicos en relación con los factores de influencia de la brecha digital en determinados colectivos.

6.3. Resultados y análisis

6.3.1. Revisión bibliográfica

El análisis cualitativo de los 25 artículos doctrinales relacionados con los términos de búsqueda preconfigurados por el grupo arrojó las siguientes líneas de conclusión:

- En primer término, se evidencia un claro protagonismo de la literatura cualitativa en defecto de estudios empíricos muy necesarios para alcanzar un adecuado nivel de conocimiento y sensibilidad del estado de la cuestión.

- En segundo término, los artículos se centran en su mayoría en elementos jurídicos muy concretos o en parte de las instituciones jurídicas. O, en relación con lo anterior, afectaban a zonas geográficas muy delimitadas.
- En tercer término, se evidencia cómo el proceso global de la digitalización está creando y está capacitado para crear herramientas digitales con las que mejorar la seguridad jurídica.
- En cuarto término, la brecha digital constituye una realidad amenazante. El análisis bibliográfico permitió identificar problemas derivados de la brecha digital en dos sentidos. De una parte, debidos a la falta de formación de los usuarios del *e-world*. Y, de otro lado, la falta de conectividad accesible y gratuita para zonas desfavorecidas.
- En quinto término, la mayoría de los autores destacan la imperiosa necesidad de que sea asumida la responsabilidad pública en torno de la digitalización. Esto es, la necesidad de promover políticas públicas que conviertan los medios digitales en herramientas al servicio del ciudadano, quien debe ser el centro de las ventajas de la digitalización. Al contrario, el avance tecnológico y su permeabilidad en lo público no puede significar un nuevo elemento de discriminación social y exclusión. Por supuesto, no son pocos los artículos que destacan que el esfuerzo político debe poner el foco en los desfavorecidos.
- En sexto término, y quizás uno de los pilares del análisis, nos indica la necesidad de elaborar estudios que midan las herramientas que se emplean en el ámbito jurídico; tanto su efectividad en los procedimientos que se utilizan como su grado de desarrollo.

6.3.2. Encuestas

En segundo lugar, centraremos el análisis en los resultados de las encuestas posteriores a la revisión bibliográfica. No obstante, con la

experiencia de la primera fase de investigación, debemos partir de la descripción del marco de estudio. Este marco lo constituye el acceso digital y, en concreto, el acceso digital a los procesos jurídicos, en general, y a los procedimientos y trámites administrativos (relaciones con las administraciones públicas) por parte de las micro y miniempresas que fueron estudiadas en el capítulo anterior.

Sobre la base de los resultados de las encuestas y a la luz de nuestro marco de referencia desglosaremos varios elementos que merecen tratamiento separado.

En primer término, planteamos como pregunta de partida el cuestionamiento sobre la frecuencia de los trámites por Internet ante las Administraciones Públicas. Nuestro análisis debe partir de esta cuestión porque más de la mitad de los encuestados no llevan a cabo trámites telemáticos con las administraciones públicas con las que se relacionan en el desarrollo de sus actividades empresariales o profesionales (ver Tabla 6.1).

Del mismo modo, y en contra de la posición mayoritaria, un 17% de los encuestados declara que con cierta asiduidad entre semanal y quincenal se relacionan electrónicamente con las Administraciones Públicas. Este dato acredita, en primer lugar, que las Administraciones están digitalizadas, y que existe un cierto nivel de digitalización entre los micro y miniempresarios. Y, en segundo lugar, en apoyo del análisis expresado en el párrafo anterior, se certifica que el porcentaje es escaso respecto del total.

Tabla 6.1. Frecuencia de trámites ante administraciones públicas según localizaciones

	Todos		Dajabón		Los Cacaos		Domingo Savio	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Nunca	399	58,0	144	43,5	129	75,4	126	67,7

Al menos una vez al trimestre	78	11,3	57	17,2	11	6,4	10	5,4
Al menos una vez al mes	95	13,8	59	17,8	15	8,8	21	11,3
Al menos cada 15 días	46	6,7	28	8,5	6	3,5	12	6,5
Al menos una vez a la semana	21	3,1	15	4,5	1	0,6	5	2,7
Varias veces a la semana	49	7,1	28	8,5	9	5,3	12	6,5

En segundo término, es inevitable reflexionar sobre los motivos que impulsan a que el 60% de los encuestados nunca hayan llevado a cabo un trámite electrónico con una Administración. La primera razón que puede explicar el resultado sería la insuficiencia de equipos informáticos con los que cuentan las empresas. Sin embargo, no parece ser esa la causa porque todas las empresas cuentan con al menos un equipo informático, que consideramos por otro lado suficiente para realizar cualquier trámite telemático.

Tabla 6.2. ¿Cuenta con al menos un equipo informático del tipo señalado?

		No	Sí
18	Eq Computador	387	242
19	Eq Laptop	490	139
20	Eq Celular	35	594
21	Eq Servidor	538	91

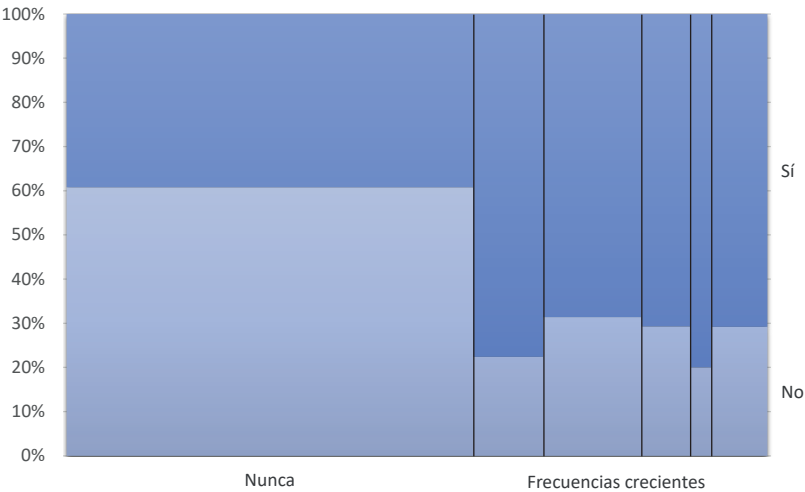
Aunque en general se cuenta con pocos equipos, entre uno y dos en la mayoría de las micro y miniempresas, también ocurre que cuatro de cada cinco empresas bajo estudio tienen menos de cinco trabajadores. Si combinamos los datos, ninguna empresa presenta carencias de equipos informáticos porque al menos el 20% de los trabajadores de la empresa tienen un equipo a su disposición.

En tercer término, se podría pensar como motivo del dato original de nuestro análisis el hecho de que se carezca de conexiones

por parte de las empresas. De nuevo, encontramos un dato absoluto clarificador, pues ninguna empresa objeto de estudio carece de conexiones. Es decir, el cien por cien de las empresas tienen, al menos, una conexión a la Red. En definitiva, tampoco parece ser la causa del dato sobre las relaciones electrónicas con las administraciones.

Sin embargo, si afinamos en el análisis centrándonos en la disponibilidad por parte de la mipyme de elementos más sofisticados, como conexiones seguras o mecanismos de identificación digital, la relación es más clara, como se puede apreciar en los Gráficos 6.1 y 6.2.

Gráfico 6.1. Disponibilidad de conexiones seguras vs Realización de trámites digitales con las administraciones

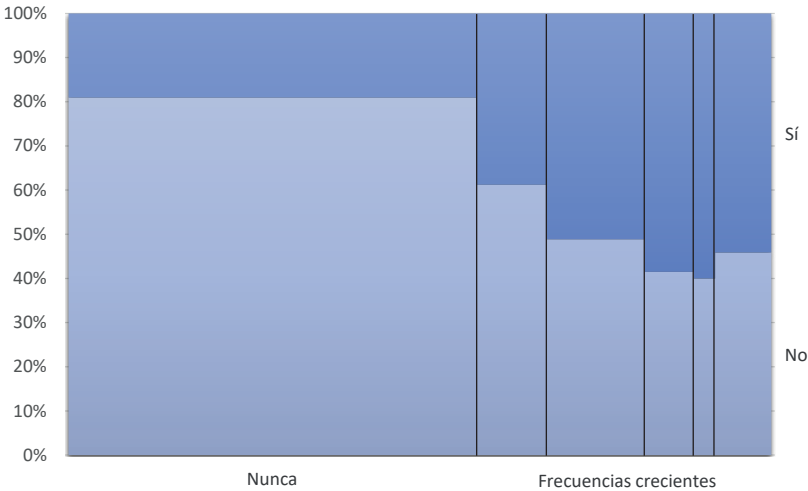


Tanto en el Gráfico 6.1 como en el 6.2 las diferencias son estadísticamente significativas ($p < 0,05$).

El Gráfico 6.2 recoge micro y miniempresas con identificación digital a través de firma electrónica o de cualquier otro certificado de identidad digital. En esta ocasión, los datos son contundentes, ya que dos tercios de las empresas no dispone de ningún certificado de

identidad digital. Obviamente, esta causa tiene una influencia directa sobre las relaciones electrónicas con las administraciones públicas, puesto que estas requieren del cumplimiento de una serie de condiciones de identificación por parte del interesado que interactúa con ellas. Es inevitable que en un alto porcentaje de los casos la Administración actuante exija la posesión de alguna identificación digital, por lo que la carencia de esta impide la completa relación digital con la Administración implicada.

Gráfico 6.2. Disponibilidad de firma digital y/o certificado de identidad digital vs Realización de trámites digitales con las administraciones



Por supuesto, no hay manera de afirmar que la carencia de instrumentos adecuados (conexiones seguras y/o identificación digital) sea la causa de la escasa relación digital con las administraciones. Puede ser su efecto, pero constituye ciertamente un indicador relacionado.

Además de lo anterior, nuestro análisis debe detenerse también en una de las partes del acceso digital. Más concretamente, en el acceso pretendido a la Administración electrónica. Debemos reflexionar sobre la forma en que se diseñan y se articulan los procesos digitales para

llevar a cabo trámites con las Administraciones Públicas. Planteamos que esta puede ser una de las razones que impidan a las empresas objeto de análisis realizar trámites jurídicos a través de Internet. La Tabla 6.3 muestra los resultados de la encuesta al respecto:

Tabla 6.3. Dificultades encontradas por micro y miniempresarios con las webs de las Administraciones públicas (todas las localizaciones)

		No	Sí
127	Dif Webs Adm Localizar Información	579	50
128	Dif Webs Adm Comprender Información	597	32
129	Dif Webs Adm Introducir Información	582	47
130	Dif Webs Adm Subir Archivos Adjuntos	609	20
131	Dif Webs Adm Enviar Información	591	38
132	Dif Webs Adm Otras	629	0
133	Dif Webs Adm ninguna	121	508

Como puede verse, los resultados analizados no señalan a esta como una probable causa. Una minoría del 5% declara que tiene problemas de comprensión de la información que refleja la página web; solo el 7% de los encuestados tiene dificultades a la hora de introducir los datos requeridos o cumplimentar los formularios; aún menos, apenas un 3%, encuentra problemas en la subida de los archivos en las plataformas habilitadas al efecto.

En definitiva, un abrumador 80% declara no haber sufrido dificultades en general con la construcción, diseño y funcionamiento de la tecnología digital que soporta la denominada Administración electrónica.

El interés por relacionarse digitalmente con las administraciones públicas está todavía por despertar entre los micro y miniempresarios populares dominicanos. El escaso interés por la inversión en tecnologías de la información para mejorar la tramitación de expedientes

online con la Administración se refleja en la última pregunta del cuestionario (ver el final de la Tabla 5.1, arriba). Según los datos solo el 7,4% de los encuestados considera que mejorar las relaciones electrónicas con las Administraciones públicas es un área en que invertirían en tecnologías de la información.

Esto contrasta con la intensidad de la relación con los bancos. La mitad de los encuestados declara que parte de sus recursos digitales se dedican a relacionarse con los bancos y entidades de crédito. En consecuencia, el uso de los recursos computacionales para relacionarse con terceros externos a la empresa, es una de las posibilidades ya en curso entre las microempresas y miniempresas en República Dominicana (aunque todavía queda un 49% fuera de las relaciones electrónicas con este importante interlocutor de la actividad empresarial).

Pero, como puede observarse en la Tabla 5.1, tampoco las relaciones con otros operadores distintos a las administraciones públicas constituyen un motivo de inversión en la mejora de los recursos tecnológicos de la empresa: solo un 25% plantea la inversión para la mejora de las relaciones con los clientes de sus actividades empresariales y un 13% para las relaciones con las entidades bancarias. Más que las administraciones públicas, pero de cualquier manera poco.

Finalmente, destacamos la vinculación de la existencia o no de sistemas de pago seguro con que cuentan las empresas con la realización de una mayor o menor cantidad de trámites digitales en general. Esta vinculación se traslada a los resultados analizados, puesto que solo 28,8% dispone de un sistema de pago seguro a través de la Red. Este dato, sin lugar a la duda, manifiesta una limitación para la realización de trámites digitales ante otros operadores jurídicos o las Administraciones Públicas.

Esto concuerda con una serie de cuestiones relacionadas que pretenden clarificar el nivel de conocimiento que los encuestados de República Dominicana demuestran sobre herramientas digitales que pueden ser de interés en operaciones de la empresa enmarcadas en determinados procesos jurídicos. Nos referimos con ellos a los

instrumentos de trazabilidad, de certificación, de registro o de contratos, entre otros (Tabla 6.4).

Tabla 6.4. Conocimiento y uso de diversos recursos digitales para empresas (todas las localizaciones)

	N	%
Conoce usted qué es el blockchain		
No	661	96,1
Sí	27	3,9
Lo utiliza como instrumento de trazabilidad/ certificación		
No	687	99,9
Sí	1	0,1
Lo utiliza como registro		
No	687	99,9
Sí	1	0,1
Lo utiliza para otras aplicaciones		
No	688	100
Sí	0	0
Conoce usted qué son los Smart Contracts		
No	609	88,5
Sí	79	11,5

Lo utiliza en procesos legales		
No	680	98,8
Sí	8	1,2
Lo utiliza en el campo financiero		
No	675	98,1
Sí	13	1,9
Conoce usted qué son las criptomonedas / criptodivisas		
No	496	72,1
Sí	192	27,9
Las posee como inversión		
No	677	98,4
Sí	11	1,6
Las utiliza como medio de pago		
No	684	99,4
Sí	4	0,6
Conoce usted qué son los NFT (non-fungible tokens)		
No	630	91,6
Sí	58	8,4

El análisis cruzado de los datos arroja como evidencia que existe un grandísimo desconocimiento de este tipo de herramientas digitales. Sirva para ilustrarlo que más del 96% desconoce las tecnologías

blockchain y sus usos, o más del 88% ignora lo que es un *Smart Contract*. En consecuencia, encontramos una barrera que dificulta poder beneficiarse de las ventajas que la digitalización está ofreciendo en determinados procesos con diverso alcance jurídico.

6.3.3. Análisis de las entrevistas

El grado de conocimiento y dominio del marco de actuación de nuestro análisis por parte de los entrevistados ha facilitado en gran medida el análisis de sus aportaciones.

En primer lugar, del análisis conjunto de las respuestas a las cuestiones planteadas, exponemos que sobre las cuestiones sobre la digitalización en general, la mayoría está de acuerdo en que es un camino que está siendo recorrido. No hay evidencias que, en opinión de los entrevistados, indiquen que el proceso de la digitalización ha terminado. Al contrario, la mayoría lo describe como un proceso en plena expansión.

En segundo lugar, este proceso de expansión y desarrollo supone una tremenda oportunidad para reducir la desigualdad. Consideran los entrevistados con unanimidad que las herramientas digitales bien enfocadas ofrecen una oportunidad de reducir distancias sociales.

En tercer lugar, destaca que en el proceso de la digitalización la irrupción del COVID fundamenta el cambio global frente al proceso descrito. Desde entonces el camino es forzosamente el mismo, pues la sociedad y el Estado no pueden ser ajenos u oponerse a las necesidades que ha puesto de manifiesto la crisis sanitaria mundial.

En cuarto lugar, se confirma una coincidencia entre los intervinientes en las entrevistas de que la explosión post-COVID de las herramientas digitales afecta e interpela directamente al mundo jurídico. Es indiscutible que existen herramientas únicas que presentan una utilidad en el mundo del Derecho. En consecuencia, la responsabilidad deriva hacia la necesidad de articular procedimientos útiles y eficaces basados en esas herramientas para la aplicación del Derecho: desde los

juicios telemáticos a los registros administrativos electrónicos pasando por el uso de la Inteligencia Artificial en la reducción del fraude fiscal.

En quinto lugar, resulta muy destacable para nuestro análisis el lugar que ocupa en las entrevistas la discusión sobre cuestiones problemáticas del proceso de la digitalización en República Dominicana. Entre las cuestiones problemáticas citamos las siguientes:

- el acceso a Internet;
- el nivel de formación o, por ende, de capacitación para el uso de las distintas herramientas digitales;
- el proceso de aprendizaje del uso de las herramientas disponibles, extremo que incluye la cultura digital o cultura de la propia herramienta o instrumento;
- las oportunidades de conocer las herramientas disponibles y su uso por parte de las capas más desfavorecidas de la población.

En suma, lo anterior nos conduce a los elementos sobre los que se vertebra la brecha digital que conforma uno de los más temibles inconvenientes de la digitalización: el analfabetismo digital.

6.4 Conclusiones

A continuación, abordaremos las conclusiones que agrupan la evolución misma de nuestra investigación, desde las alcanzadas en la primera fase gracias a la revisión bibliográfica hasta la visión del grupo de entrevistados, pasando por la potente muestra de realidad que nos aportaron las encuestas.

En primer lugar y en relación con la revisión bibliográfica, se requieren investigaciones empíricas, que se centren principalmente en la medición de los parámetros que puedan reflejar el grado de eficacia, desarrollo y satisfacción de las herramientas digitales que forman parte de los ordenamientos jurídicos de los países del Sur global. Asimismo, la transversalidad del proceso de digitalización que está presente en la República Dominicana demanda estudios desde visiones generales,

que huyan de la concisión temática y geográfica, para abordar cuestiones que afectan al ordenamiento jurídico en su conjunto y que tienen una implicación directa en la sociedad.

En segundo lugar, ha quedado patente a lo largo del desarrollo de la investigación que, desde el punto de vista jurídico, la digitalización, impulsada por las necesidades que han aflorado con el COVID, ha supuesto una mejora en las herramientas y la conectividad de las administraciones públicas y esto ha tenido implicaciones sobre los principios que vertebran el ordenamiento jurídico. Se concluyen desde diversos estadios de la investigación que las herramientas digitales influyen directamente en la transparencia en el funcionamiento de las democracias, mejoran la seguridad jurídica en los países que las usan como eje vertebrador de su sistema jurídico; y por tanto representan una oportunidad, al ofrecer más ventajas que inconvenientes en un camino que no tiene vuelta atrás.

Por y para ello, es fundamental la agilización del proceso de alfabetización digital de la población, sobre todo de la más desfavorecida. Dentro de este proceso destaca la necesidad de invertir en infraestructuras, capacitación de los usuarios y accesibilidad segura a la Red.

En tercer lugar, lo expuesto anteriormente nos conduce a un compromiso político sin excepciones. Se necesitan políticas públicas que promuevan la permeabilidad del mundo digital y la requerida formalización de la sociedad en general, y de los ciudadanos en particular. Esto es especialmente así en el mundo jurídico, donde la digitalización de los procesos y de las relaciones entre el poder público y los ciudadanos cobra una importancia capital para el próximo desarrollo de las democracias.

En cuarto lugar, con el fin de descender a lo concreto, en lo que respecta al acceso digital a los procesos administrativos concluimos que la realidad de República Dominicana ofrece que un alto porcentaje de micro y miniempresarios no hacen nunca trámites por medio de Internet ante las Administraciones Públicas. Además, únicamente lo utilizan con cierta asiduidad (semanal o quincenalmente) un porcentaje muy pequeño.

Las causas que sostienen la anterior conclusión son las siguientes:

- a. El escaso interés que muestran las empresas para realizar trámites por Internet ante las Administraciones Públicas, pues solo un porcentaje pequeñísimo de las empresas estarían dispuestas a invertir en tecnologías computacionales para realizar trámites por Internet.
- b. Es muy significativa la carencia de medios de identificación digital (firma electrónica, certificado de identidad digital), ya que al menos dos tercios de los encuestados no dispone de ellos.
- c. También presenta alguna incidencia la falta de conexión segura, debido a que un porcentaje alto no dispone de una conexión segura ni tampoco puede utilizar una conexión segura.
- d. Sin embargo, la forma en que están diseñados y articulados los procesos digitales (web poco intuitiva, dificultad para comprender o introducir la información, subir archivos o enviar la información) no parece ser una causa determinante ni muy relevante.

Siguiendo la misma línea argumental, en lo relativo al acceso digital a procesos jurídicos, la realidad es que no hay datos relevantes respecto a operaciones por Internet con proveedores o clientes, sí con respecto a los bancos (lo que puede ser muy ilustrativo respecto al índice de relaciones por Internet con el sector privado).

Las causas que sostienen la anterior conclusión son las siguientes:

- a. Quizás la más relevante sea el escaso interés que muestran las empresas para realizar trámites por Internet con proveedores, clientes o bancos pues en todos los casos la existencia de planes de inversión en TIC (tecnologías computacionales) es muy residual: 25,6% de empresas para compras y suministros y para mercadeo y ventas; y solo el 13,1% para trámites con bancos.
- b. Gran importancia puede tener falta de sistemas de pago seguro.
- c. Entre las causas, al igual que ocurría con el acceso digital con las Administraciones públicas, también podrían tener gran importancia la carencia de medios de identificación digital.

- d. Alguna incidencia podría tener, al igual que con respecto al acceso digital con las Administraciones públicas, la falta de conexión segura.
- e. Finalmente, se constata un desconocimiento enorme de herramientas digitales (*blockchain y Smart Contracts*) que pueden ser de interés en operaciones de la empresa enmarcadas en determinados procesos jurídicos.

En quinto lugar, de las conclusiones expuestas se deduce una corriente subyacente que exige ser traída a la superficie. La lucha contra la brecha digital en República Dominicana requiere de la misma atención que la digitalización de los procesos jurídicos. El planteamiento de la digitalización como un derecho del ciudadano y una obligación prestacional del Estado, constituye un elemento básico desde el punto de visto jurídico.

Referencias

Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., & Altman, D. (2009). Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: the PRISMA statement. *PloS Medicine*, 6(7). doi:10.1016/j.jclinepi.2009.06.005

6.A. Anexos

6.A.1 Preguntas de las encuestas

Las preguntas utilizadas para el análisis jurídico constituyen parte de las encuestas a micro y miniempresarios que se encuentran en el Anexo 5.A.1 del capítulo 5. Concretamente, hemos aludido aquí a las preguntas 13, 14, 16-23, 33, 34 y 39.

6.A.2 Preguntas de las entrevistas.

A continuación, se presentan las preguntas que componen el cuestionario que ha servido de base para las entrevistas:

1. Puesto de trabajo y ámbito de trabajo: ¿En qué consiste su trabajo?
2. ¿Qué es para usted la digitalización?
3. ¿Qué herramientas digitales conoce? Por ejemplo, certificado digital, registros digitales, *blockchain*, *bitcoin*, nube digital, NFT.
4. ¿Qué herramientas digitales utiliza para su actividad profesional?
5. ¿Cuál es su percepción sobre el nivel de implementación de herramientas digitales en el ámbito empresarial en República dominicana?
 - 5.1. ¿Desde cuándo se empiezan a utilizar?
 - 5.2. ¿Cuál ha sido la evolución?
6. ¿Qué utilidad tiene en el mundo jurídico las herramientas digitales?
7. ¿Cuáles son las ventajas e inconvenientes en la utilización de estas herramientas digitales?
8. ¿Puede identificar algún colectivo o grupo social que esté quedando al margen en la utilización de herramientas digitales?
9. ¿Existen políticas públicas que fomenten la digitalización? ¿Cómo abordan la inclusión digital de los llamados «no adoptantes»?
10. ¿Cómo ve la digitalización de aquí a 10 años?

