

**UNIVERSIDAD MILITAR  
NUEVA GRANADA**



**EL CONSUMO TECNOLÓGICO: SU INCREMENTO EN LAS  
PRINCIPALES CIUDADES DE COLOMBIA EN LOS ÚLTIMOS DOS AÑOS**

HUGO FERNANDO LOPEZ MOLANO

Trabajo de Grado

Directora

Benedexa Maldonado Z.  
Mg. Socióloga – Docente Investigadora

**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESPECIALIZACIÓN EN GESTIÓN DE DESARROLLO ADMINISTRATIVO  
BOGOTÁ  
2013**

# **EL CONSUMO TECNOLÓGICO: SU INCREMENTO EN LAS PRINCIPALES CIUDADES DE COLOMBIA EN LOS ÚLTIMOS DOS AÑOS**

**Hugo Fernando Lopez Molano**

**Universidad Militar Nueva Granada (Bogotá)**

## **Resumen**

En este ensayo, se analiza el incremento del consumo de la tecnología en las principales ciudades de Colombia en los dos últimos años. Como primera medida se busca entender el consumo tecnológico para luego profundizar en los aspectos que fomentan dicho consumo. Entre los aspectos más destacados se encuentran el de la apertura económica de Colombia hacia el mundo y su relación con el consumo de la tecnología, los factores sociales y económicos que favorecen el consumo de tecnologías digitales, cuales son las tendencias de tecnología digital en Colombia y por último los efectos colaterales derivados de este incremento en el consumo tecnológico que busca identificar los aspectos más importantes de este auge y el aprovechamiento en la economía colombiana.

Palabras Claves: Consumo Tecnológico, Tecnología, Apertura Económica, Comercio Electrónico, Redes Sociales.

## **Abstract**

This paper analyzes the increase in consumption of technology in the main cities of Colombia in the last two years. At first place seeks to understand the technological consumption and then deepen into the aspects that encourage this technological consumption. Among the most outstanding aspects are the economic opening of Colombia to the world (globalization) and its relation to the consumption of technology, social and economic factors that promote the use of digital technologies, what are the trends of digital technology in Colombia and finally the side effects derived from this increase in technological consumption that seeks to identify the most important aspects of this boom and leveraging in the Colombian economy without forgetting the side effects to the earth.

Key Words: Technological Consumption, Technology, Economic Opening, E-commerce, Social Networking.

## **Introducción**

En la actualidad vivimos en una sociedad regida por el consumo el cual se define como: “Parte de la renta que se destina a la adquisición de bienes y servicios para la satisfacción de necesidades” (La Gran Enciclopedia de Economía). El consumo ha estado siempre presente en la economía de un país, como aspecto fundamental para llegar a caracterizar a toda una sociedad por sus preferencias de consumo, pues es diferente el consumo en poblaciones rurales que en las urbanas, ya que en estas últimas son muy distintas; además, el consumo varía según el nivel de ingresos de los consumidores, lo cual se ha visto en los últimos años en Colombia un crecimiento alarmante dando lugar al consumismo, especialmente en el área tecnológica.

Esta tendencia no solo se ve en los países industrializados, sino que también está tomando fuerza en los países en vías de desarrollo, gracias en gran parte a la globalización. Tal es el caso Colombiano, que según la última encuesta realizada en el año 2012 por el Ministerio de Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones, se concluyó que en comparación con el año 2010, 8 de cada 10 colombianos acceden a internet diariamente para realizar actividades ya sean de negocios, estudios o de ocio, utilizando una variada gama de dispositivos tecnológicos de conexión móvil disponibles en el mercado.

Con el actual auge del consumo tecnológico, podemos decir que, este comportamiento dado por los consumidores que contagiados por el ambiente de globalización que se vive en Colombia, puede causar serios efectos colaterales en varios aspectos como lo son: el daño al medio ambiente, nuevas enfermedades para la población y la creación de sub culturas urbanas entre otras.

La tecnología avanza y el hombre debe adaptarse a ella rápidamente para poder funcionar y estar a la par con el desarrollo de la sociedad y de la economía mundial, especialmente para ser altamente competitivo en el mercado laboral y en los negocios; si bien los avances en la tecnología facilitan la vida del ser humano cada

vez más, este desarrollo se está dando con tal rapidez que se ha convertido en consumismo tecnológico.

El ser humano es consumidor por excelencia ya que necesita consumir bienes y servicios básicos y suplementarios para asegurar su subsistencia y mejorar su calidad de vida, dentro de los cuales destacamos: el consumo para la alimentación, vivienda, salud y diversión, que con el paso del tiempo y el avance de la sociedad en términos tecnológicos y de la economía, el consumo de esos bienes y servicios básicos pasaron de ser, una vital necesidad, para ser consumidos con el fin de obtener: placer, lujos y/o estatus. La sociedad actual de consumo, además se caracteriza por aspectos como: la superproducción, la creación de nuevas necesidades y lujos, la predisposición de los consumidores a comprar y por consiguiente el despilfarro.

El objetivo de esta investigación es analizar el incremento de ese consumo tecnológico digital en Colombia para los últimos dos años y destacar cuales son los factores sociales y económicos que favorecen ese consumo y así mismo determinar cuáles son los efectos colaterales y sus posibles soluciones.

### **El Consumo Tecnológico**

Con el avance de la tecnología ha llegado la era de la información por lo cual en la actualidad se puede apreciar que el mundo se mueve a través de las comunicaciones cada vez más rápidas y precisas a la vez. El desarrollo tecnológico no solo ha transformado campos puramente científicos sino que también ha comenzado a formar parte fundamental de la economía mundial y esto se puede ver en fenómenos tales como la publicidad, el comercio electrónico y las redes sociales que determinan desde modas, nuevos comportamientos sociales y el logro de grandes y pequeños negocios.

De acuerdo a lo anteriormente expuesto, es importante evidenciar que el consumo está directamente relacionado con la tecnología, pues como cada vez la información se obtiene de manera más rápida y eficiente, así mismo se crean y crecen las necesidades del ser humano, no solamente por satisfacer las de índole primario sino también las que se crean a través de canales como la publicidad y el mercadeo, dando lugar al consumo excesivo de bienes y servicios que en su gran mayoría no son básicos para la supervivencia del ser humano.

Como ejemplo claro de este relativamente nuevo comportamiento del ser humano, se encuentra el consumo de la tecnología digital que es el nombre que se le da a los recientes avances tecnológicos en el mundo, con casos tan específicos como el internet y los dispositivos de conexión móvil que permiten al usuario navegar en la red y satisfacer sus necesidades más rápidamente que utilizando métodos tradicionales. Para entender más este concepto que la mayoría de los seres humanos maneja diariamente, encontramos otros ejemplos de tecnología digital tales como: la banda ancha, el dinero electrónico, la fotografía y la música digital, etc.

### **La influencia de la apertura económica de Colombia al mundo en el consumo tecnológico del país**

El consumo tecnológico y su acelerado crecimiento en los últimos años, no solo se puede evidenciar en los países industrializados sino que también se puede observar en países de economías emergentes, tales como Colombia.

La apertura económica de un país le permite integrarse a la economía global y Colombia no fue la excepción. Este paso tan importante para el país se dio a principios de la década de los noventa de la mano del entonces presidente Cesar Gaviria.

Sin entrar a discutir en profundidad las causas que en su momento fueron las razones principales que llevaron al país a dicha apertura económica, es importante destacar que para bien o para mal el país se unió al movimiento mundial trayendo consigo el ingreso de inversiones extranjeras en todos los campos de la economía colombiana entre ellos más adelante el de la tecnología digital.

La evolución de la tecnología, la información y las comunicaciones, comenzaron a transformar los gustos y las necesidades de los consumidores colombianos ya que dicha apertura significó mayor variedad de productos disponibles en el mercado, con mayor tecnología, a menor precio y por supuesto de mayor calidad en la mayoría de los casos.

El consumo tecnológico ha venido al alza especialmente en los últimos años en el país debido a ciertos factores económicos y sociales que lo favorecen y que sin importar los efectos colaterales, cada vez toman más fuerza especialmente en las nuevas generaciones de consumidores.

## **Factores económicos y sociales que favorecen el actual consumo tecnológico en Colombia**

El primero de los factores que favorece el consumo tecnológico en Colombia son los tratados de libre comercio (TLC), especialmente aquellos acuerdos con países que tiene la infraestructura necesaria para generar bienes y servicios tecnológicos.

Colombia tiene actualmente más de 10 tratados de libre comercio con diferentes países del mundo tales como: el MERCOSUR (Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay), el acuerdo de la Comunidad Andina (Ecuador, Perú y Bolivia) y por supuesto los últimos TLC firmados con Canadá y Estados Unidos de Norteamérica.

Un tratado de libre comercio entre países busca en gran medida, fomentar el intercambio comercial entre los implicados a través de la eliminación de barreras arancelarias, que afecten el comercio y por supuesto en la búsqueda del aumento de oportunidades de inversión y el incremento de la producción nacional.

A través de estos TLC, el país especialmente en sus principales ciudades ha experimentado el ingreso de nuevas tecnologías que no solo han permitido la mejora de la calidad de vida, sino que también, ha abierto a sus consumidores hacia el mundo más allá de las fronteras Colombianas y allí es donde intervienen otros factores que finalmente han terminado por favorecer el consumo tecnológico en Colombia tales como el comercio y el dinero electrónico, la publicidad, las redes sociales.

El comercio electrónico hace referencia a “las actividades realizadas con el uso de tecnologías de transmisión electrónica de datos tales como: las empleadas en internet y la World Wide Web”<sup>1</sup>.

Comúnmente se tiene la creencia que el comercio electrónico es comprar y vender productos por internet, pero realmente abarca mucho más que eso y es que también dentro de este término se pueden incluir todas las actividades que incluyan dinero tales como: las transacciones entre empresas, la empresa con sus empleados, con las entidades bancarias y también con las entidades gubernamentales.

Llevándolo a términos prácticos, el comercio electrónico en Colombia ha tenido una fuerte acogida, tanto así que según un reciente informe publicado por la empresa [Comscore](#) para el año 2012 en el país se facturaron cerca de 2.000 millones de

---

<sup>1</sup> Schneider G. Comercio Electrónico. Introducción al comercio electrónico pág. 3.

dólares por concepto del comercio electrónico; así mismo, este estudio concluye que 8 de cada 10 consumidores buscan, investigan y compran semanalmente productos disponibles online, distribuidos de la siguiente manera: El 43% ha comprado ropa y accesorios en una tienda en línea, el 41% ha adquirido productos electrónicos y el 36% ha pagado por música, películas o videos ya sea en formato digital o físico.

El medio de pago que también constituye uno de los pilares del comercio electrónico se distribuyó así: El 74% de los compradores uso tarjeta de crédito, el 41% pagó por medio de una transferencia electrónica y el otro 41% hizo sus pagos con tarjeta débito.

En promedio el 35% de los compradores gasto entre 500 y 1.000 dólares en compras en línea en el último trimestre del año 2012 y el 34% superó estos montos.

Adicionalmente y como uno de los datos más importantes de esta encuesta, se encontró que 9 de cada 10 usuarios han usado su Smartphone para actividades relacionadas con el comercio electrónico: El 60% ha tomado alguna foto de algún producto, el 56% ha enviado mensajes de texto a personas cercanas sobre productos que quisiera comprar, el 34% abrió un aviso y el 23% hizo alguna compra directamente desde su dispositivo.

Estos datos concluyen que la necesidad del consumidor colombiano de satisfacer sus necesidades tecnológicas está en constante aumento debido a que gracias al comercio electrónico puede conseguir la mayoría de los bienes y servicios de una manera más rápida y segura las 24 horas del día.

Adicionalmente se puede evidenciar en este comportamiento del consumidor, que el comercio electrónico fomenta el consumo tecnológico ya que para poder acceder a él es necesario hacer uso de la tecnología, lo que se podría presumir como un repetitivo que no tiene fin.

De la mano del comercio electrónico también se encuentra la publicidad y las redes sociales. La publicidad constituye una parte importantísima del comercio electrónico y por consiguiente del consumo tecnológico, la publicidad está presente en todos los canales de comunicaciones existentes que bombardean constantemente al consumidor y como ya hemos subrayado anteriormente muchas de estas publicidades tienen el propósito de crear nuevas necesidades al consumidor con el fin de aumentar sus ventas.

Para comprender más las estrategias publicitarias, se puede mencionar un caso muy particular que actualmente se encuentra en auge y es el de los cupones de descuento

online en internet, existen portales que manejan este tipo de venta tales como grupon, living social, google offers y groupalia entre otros.

Estos portales envían diariamente notificaciones a los usuarios ofreciendo una oferta única destacada que busca impulsar a los compradores a adquirir el producto con descuentos superiores al 50%, el consumidor ingresa sus datos personales en un formulario de registro y el siguiente paso es seleccionar la oferta y pagar por ella; en la mayoría de los casos estos portales recaudan el dinero de la venta pero en realidad quien ofrece la oferta es la marca anunciante o la empresa que fabrica el producto o servicio.

Como esta técnica de compra ofrece tantas ventajas a los compradores partiendo del hecho que es confiable y que los descuentos permiten ahorrar al consumidor, cada vez más empresas ofrecen sus productos y servicios a través de esta estrategia, lo cual por supuesto dispara el consumo a niveles estratosféricos y por supuesto el consumo tecnológico está incluido.

Encontramos las redes sociales como otro gran factor que favorece a estas redes, “una red social es una estructura social que se puede representar en forma de uno o varios grafos en el cual los nodos representan individuos (a veces denominados actores). Las relaciones pueden ser de distinto tipo, como intercambios financieros, amistad o rutas aéreas”<sup>2</sup>.

Partiendo de esta base, las redes sociales en internet se presentan como un espacio para que los individuos establezcan relaciones con otros individuos y a su vez el intercambio de información; en muchas ocasiones los individuos entre si no se conocen ya que la relaciones entre ellos pueden ser de diversas índoles tales como de amistad, propósitos comerciales o amorosos entre otros.

Actualmente las empresas y la publicidad están aprovechando estos canales de comunicación para promocionar sus productos o servicios, la estrategia es conseguir que los usuarios de las redes sociales recomienden dichos productos o servicios a sus contactos para así aumentar sus ventas teniendo el aval de los mismos consumidores. Según un estudio realizado por la empresa [Bluecaribu](#), 7 de las 15 empresas más grandes de Colombia tienen un tráfico significativo en las redes sociales de internet, destacándose Movistar, Avianca, Almacenes Éxito y Ecopetrol, las cifras de este estudio se dividen de la siguiente manera: en Twitter tienen presencia 13 de las 15

---

<sup>2</sup> Prato Laura y Villoria Liliana. Aplicaciones Web 2.0 – Redes Sociales. pág. 19.



mayores empresas de Colombia que la emplean para dar atención al cliente como en el caso de Movistar, Avianca y Claro; para realizar comunicación corporativa, como es el caso de Ecopetrol y difundir ofertas y promociones, como es el caso de Almacenes Éxito. Esta red social es la de mayor crecimiento en Colombia ya que presenta un incremento de seguidores en un 6% mensual versus 2.5% de Facebook. La segunda red social más importante en Colombia es Facebook, en donde 9 de las 15 grandes empresas del país la emplean como uno de sus principales ejes de actuación. Se destacan por número de fans Almacenes Éxito (194 mil), Movistar (113 mil) y Avianca (105 mil).

Esto evidencia que cada día la venta de bienes y servicios está tomando fuerza en las redes sociales y por consiguiente el aumento del consumo tecnológico, no solo la compra y venta de este sino también que son indispensables para poder acceder a las redes por medio de estos para obtener productos de otra índole.

### **El consumo tecnológico de los dos últimos años en las principales ciudades de Colombia**

El presente análisis parte de un estudio realizado por la empresa Ipsos Napoleón Franco, para el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia en Octubre del 2012 (ver anexo), el cual presenta los datos de la ficha técnica en donde es importante destacar que esta encuesta se realizó en ciudades de más de 200 mil habitantes.

El dato más importante que esta encuesta reveló es que 8 de cada 10 colombianos acceden a internet. Lo cual se traduce en que el uso de internet ha tenido un crecimiento del 8% en los dos últimos años, aunque este índice con respecto a otros países del mundo puede parecer bajo, es interesante ver que este crecimiento se ha dado principalmente entre los estratos sociales 1 y 2 por consiguiente, se puede evidenciar que el uso y adquisición de bienes y servicios tecnológicos está penetrando en todos los nichos de mercado sin importar el estrato.

Otro factor que es importante destacar es que gracias a las facilidades que las compañías de internet están brindando a los usuarios, el crecimiento del uso de internet en el hogar ha sido positivo ya que el 71% de las personas tienen la conexión en sus casas frente a otras alternativas tales como los Café Internet. Este balance permite observar que cada vez los colombianos consideran más importante el uso de

internet en su vida diaria y por supuesto esto fomenta el consumo de tecnología digital ya que las generaciones más jóvenes se comienzan a familiarizar con el uso de la misma desde temprana edad y desde su propio hogar.

Las actividades principales para las que los colombianos usan el internet incluye, envió y recibo de e-mails, redes sociales, ver videos en portales como YouTube y similares, descarga de música, transacciones bancarias, compras en línea y cursos online.

El estudio también reveló un cambio en los gustos de los colombianos con respecto al consumo de contenidos de radio, música y películas; el 40% de los entrevistados usa su teléfono celular para escuchar radio y música, el 30% usa el computador como plataforma para ver películas por lo cual la venta de estos dispositivos está ganando cada día más terreno en el mercado.

Con respecto a las redes sociales, el fenómeno es masivo ya que 6 de cada 10 colombianos visitan las redes sociales periódicamente de los cuales el 56% las visitan una o varias veces al día y el 99% de los jóvenes entre 15 y 17 años tienen al menos una cuenta en una o más redes sociales. Esto indica que el fenómeno del consumo de tecnología digital continuara en auge y crecimiento continuo, ya que las nuevas generaciones son las que hacen más uso de ella.

Si a los anteriores datos le sumamos que los dispositivos de conexión móvil están ganando protagonismo entre los colombianos con datos tan evidentes como que el consumo de Smartphone ha crecido en un 53% entre los años 2010 y 2012 y el de los computadores portátiles en un 39% se podría afirmar que el consumo de tecnología va a pasar de ser un fenómeno a ser indispensable en la vida diaria de los colombianos.

Como conclusión final del análisis de este estudio, es importante resaltar que la tecnología ha llegado al país para quedarse, ya que con cada nuevo avance que llega a Colombia se crean nuevas necesidades y por supuesto nuevas evoluciones en las expectativas de los colombianos, a su vez el perfil digital de las personas también está en aumento por lo cual la necesidad de nueva tecnología será cada vez mayor y por consiguiente la adquisición de más productos y servicios tecnológicos.

### **Los efectos colaterales generados por el consumo tecnológico en Colombia**

Con el avance de la tecnología, en todo el mundo se ha comenzado a advertir algunos aspectos perjudiciales derivados del desarrollo acelerado de los productos y servicios tecnológicos.

Dentro de los factores de mayor relevancia se encuentra la contaminación atmosférica que proviene de muchas fuentes tales como: la emisión de gases generados por las fábricas, los automóviles, la quema de combustibles fósiles, etc., que están creando el llamado efecto invernadero o en otras palabras, el calentamiento de la superficie atmosférica.

A este efecto se suma que los recursos naturales renovables y no renovables tales como, el agua y el petróleo se están usando por encima de lo que el planeta puede brindar con el agravante de que se está destruyendo masivamente las selvas y bosques lo cual puede tener graves consecuencias a largo plazo para la humanidad. Así mismo, los residuos minerales usados por la industria especialmente la de tecnología están contaminando ríos, lagos y mares y por consiguiente las reservas de agua subterráneas.

Otro efecto secundario es el uso inadecuado de la tecnología por parte del ser humano, los cuales ha provocado un tipo de adicción o dependencia de la tecnología lo cual también se deriva en el exceso de consumo de tecnología afectando no solo sus relaciones humanas sino también su salud mental y física.

Aunque los gobiernos y muchas de las empresas tecnológicas más importantes del mundo han hecho esfuerzos para reducir estos efectos realizando prácticas tales como, el reciclado y el uso de tecnologías verdes, es importante destacar que para tener un equilibrio entre la producción de tecnología y el cuidado del medio ambiente también hay que concientizar a todos los ciudadanos del uso y abuso de la tecnología y la importancia de cuidar los recursos naturales y aprovecharlos adecuadamente para obtener a largo plazo no solamente una sostenibilidad ambiental sino también una sostenibilidad económica .

## **Discusión**

Gracias al desarrollo tecnologico la vida cotidiana se ha facilitado inmensamente. Sin embargo, con esto tambien ha surgido una dependencia de la tecnologia frente al desarrollo de la vida diaria, desde las tareas mas sencillas hasta el manejo de los aparatos tecnologicos mas sofisticados.

La sociedad actual ha comenzado a moverse en torno a la significación colectiva que tiene la tecnología, incorporándola a la cultura moderna, el progreso y la inclusión social mediante su acceso y uso.

Actualmente se puede observar que en la realidad la sociedad moderna quien no posee insumos tecnológicos de última generación queda en evidente desventaja frente a quienes sí tienen acceso a ellos.

El hecho de tener mayor comodidad, aprovechamiento en tiempo, reducción en costos y traslados, la reducción de las brechas geográficas y el acceso al conocimiento entre otros, son algunas de las ventajas que la tecnología ofrece hoy en día.

Así mismo el tener la capacidad de acceder a la tecnología, hoy por hoy es sinónimo de prestigio social. Alcanzar un mayor estatus social es la aspiración de muchos y esto lo reflejan los niveles de consumo que ha alcanzado nuestro país, en relación a la adquisición de tecnologías tales como, teléfonos celulares y computadores de última generación, lo cual muestra el interés que existe dentro de la población por adquirirlos.

El avance y las innovaciones tecnológicas están originando grandes cambios en el modo de producir los bienes y servicios. La incorporación de nuevos métodos a la fabricación de los diversos productos tecnológicos permite elaborar grandes cantidades en periodos cortos de tiempo, con lo que se logra satisfacer la demanda de los consumidores en menor tiempo.

Adicionalmente, se pueden identificar algunos factores que surgen como resultado, una sociedad de consumo en donde la adquisición de objetos tecnológicos es uno de los objetivos principales tales como, la capacidad de endeudamiento de los consumidores que en muchos de los casos está muy por encima de los ingresos de estos, la promoción y acceso a la tecnología planteada como una necesidad vital y los artículos tecnológicos que son fabricados en base a una lógica de obsolescencia programada con el fin de que sean desechables en un plazo de tiempo cada vez más corto, siendo reemplazada por artículos cada vez más modernos.

Todo esto es una estrategia de ventas que acompañada de una intensa publicidad, crea la necesidad de constante cambio para adoptar lo último en tecnología.

Aunque los avances de la tecnología traen a la economía del país muchas ventajas, también es importante tener en cuenta que toda gran causa trae consigo efectos colaterales tales como la superproducción de bienes y servicios y el daño al medio

ambiente sin mencionar otros factores; por lo cual aunque el consumo de tecnologías digitales permita al país mejorar la economía es imprescindible encontrar un equilibrio entre el consumo y el cuidado del medio ambiente y la salud de los consumidores tanto en la parte física como en la parte emocional y en las relaciones humanas.

## **Anexo**

### Ficha Técnica

Encuesta realizada por: Ipsos Napoleón Franco

Encomendada y financiada por: Ipsos Napoleón Franco y el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

Población general: hombres y mujeres de 15 a 55 años de NSE 1 al 6 que vivan en ciudades de más de 200 mil habitantes.

Tamaño de la muestra: 1005 encuestas reales.

Técnica de recolección de datos: Encuestas cara a cara en hogares con aplicación de cuestionario estructurado.

Fecha de realización del trabajo de campo: del 16 de octubre al 3 de octubre de 2012.

Area/ cubrimiento: Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Cartagena, Cúcuta, Soledad, Ibagué, Villavicencio, Pasto, Manizales, Floridablanca, Itagüí.

Margen de error observado: 3,8% para el total de la muestra.

## **Referencias**

Blasco, E. (2010) Los lenguajes de la economía. Un recorrido por los marcos conceptuales de la economía. 186 p.

Sánchez, J (2012). Metodología de la investigación científica y tecnológica. La tecnología.

Schneider, G. (2011) Comercio electrónico. Introducción al comercio electrónico. 3p.

Vega, M. Consultado el 19 de junio de 2013. Disponible en: <http://www.slideshare.net/DiegoMolanoVega/encuesta-de-consumo-digital>