



ANEXO 1

FORMATO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN CON EL FINANCIAMIENTO DEL FEDU

1. Título del proyecto

La Infodemia sobre el COVID-19, en las creencias y emociones del Centro Poblado de Alto Puno y Jayllihuaya, Puno. 2022.

2. Área de Investigación

Área de investigación	Línea de Investigación	Disciplina OCDE
Comunicación	Gestión y Responsabilidad Social	

3. Duración del proyecto (meses)

12 meses

4. Tipo de proyecto

Individual	<input type="checkbox"/>
Multidisciplinario	<input checked="" type="checkbox"/>
Director de tesis pregrado	<input type="checkbox"/>

4. Datos de los integrantes del proyecto

Apellidos y Nombres	Apaza Quispe Javier Arturo
Escuela Profesional	Ciencias de la Comunicación Social
Celular	951833758
Correo Electrónico	japazaq@unap.edu.pe

Apellidos y Nombres	Vargas Irupe René Jesús
Escuela Profesional	Ciencias de la Comunicación Social
Celular	998930678
Correo Electrónico	rvargas@unap.edu.pe



Título (El proyecto de tesis debe llevar un título que exprese en forma sintética su contenido, haciendo referencia en lo posible, al resultado final que se pretende lograr. Máx. palabras 25)

La Infodemia sobre el COVID-19, en las creencias y emociones del Centro Poblado de Alto Puno y Jayllihuaya, Puno. 2022.

- I. **Resumen** del Proyecto de Tesis (Debe ser suficientemente informativo, presentando -igual que un trabajo científico- una descripción de los principales puntos que se abordarán, objetivos, metodología y resultados que se esperan)

Como consecuencia de la crisis sanitaria que se vivió en los años 2020 y 2021, ha generado una gran demanda adicional de informaciones respecto al COVID-19, dado la incertidumbre provocado por la pandemia, debido que ésta no era conocido tampoco existía la cura, esto causo una incertidumbre y una carga emocional alta, debido a la difusión de informaciones falsas tambien denominado la *infodemia*, a través de los diversos medios masivos de comunicación especialmente las redes sociales, que su consumo era alto, debido al confinamiento a que estábamos sometidos, como resultado los estados de ánimo, las creencias de los habitantes han sufrido un cambio en sus comportamientos, es por ello que el objetivo del presente trabajo es: Explicar la infodemia sobre el COVID-19, en las creencias y emociones del Centro Poblado de Alto Puno y Jayllihuaya. Puno, para tal efecto la metodología a seguir es no-experimental, cualitativo de nivel explicativo y es de diseño transversal, La población y muestra. está conformada por todos los pacientes que asistan al Centro de Salud tanto del centro poblado de Alto Puno como de Jayllihuaya. Puno, durante dos semanas del mes de Abril del 2022, los instrumentos a emplearse serán las encuestas y entrevista, en la que se incluirá una noticia falsa y otra verdadera, que nos permita establecer las emociones, los resultados permitirán determinar cómo las informaciones falsas no parecen representar un peligro para la salud o seguridad de las personas, sino que el daño que producen es moral.

- II. **Palabras claves** (Keywords) (Colocadas en orden de importancia. Máx. palabras: cinco)

Creencias, Desinformación, Emociones, Infodemia, noticias falsas.

- III. **Justificación del proyecto** (Describa el problema y su relevancia como objeto de investigación. Es importante una clara definición y delimitación del problema que abordará la investigación, ya que temas cuya definición es difusa o amplísima son difíciles de evaluar y desarrollar)

En tiempos de la pandemia la comunicación ha permitido en la sociedad intercambiar ideas y pensamientos, no solo en la parte verbal sino también en la parte no verbal, con el apoyo y la proliferación de las tecnologías de Información y Comunicación TIC, permitiendo una creciente cantidad informacional que aún se sigue viviendo, según Cuallar (2014) cuando se refiere al COVID-19, señala: de ésta pandemia aparecen fenómenos, que a pesar de haber existido desde tiempo inmemoriales se puso muy de moda, como son la desinformación, las noticias falsas y todos relacionados con la pandemia configurándose en una crisis de salud pública que afectó no solo en las creencias sino también en las emociones, gracias a la *desinformación*, producto de ello



se convierte en un lenguaje común, la misma que se puede comprobar, al consultar en el buscador (Google), al ingresar *desinformación*, arroja 350 000 resultados y con el término *desinformación* ofrece 5 470 000 resultados, además, con este segundo término, nos da como sugerencia utilizar *misinformation*, al correr la búsqueda arroja 34 500 000 resultados (Estrada-Cuzcano, junio 2020). La *misinformación* se da cuando se transmite una información equivocada, o por error, mientras que la *desinformación*, se da cuando existe una intencionalidad de engañar, en ambos casos (*misinformación*, *desinformación*), en ambos casos se trata de una información inexacta.

Esa cantidad de información que aparecen especialmente en las redes sociales, respecto a la pandemia, que fácilmente no se puede diferenciar si es verdadero o falso da como resultado la *infodemia* masiva, como lo indica Cortés & Isaza, (2017). es decir una cantidad excesiva de información, que no solo confunde sino también dificulta que los usuarios encuentren fuentes confiables y fidedignas cuando se requiere, también este término de la *infodemia*, se refiere a un gran aumento de información respecto a un tema, en este contexto aparece la *desinformación* y los rumores, junto a la manipulación de la información con intenciones dudosas. Este fenómeno se masifica a través de las redes sociales, la misma que propaga más que un virus, los instrumentos tecnológicos que contribuyen a la *desinformación* son los teléfonos móviles, que tengan conexión a internet y a las redes sociales, que producen informaciones de todo tipo dando lugar a la epidemia de informaciones o *infodemia*, de manera que éste intercambio genera una gran cantidad de informaciones desde todas partes, llega a millones de personas genera el aumento de la incertidumbre, que tiene como efectos, que dificulta a las personas, a tomar una decisión seria sobre la salud debido a que no se encuentran fuentes confiables, esto permite que las personas pueden sufrir ansiedad, depresión, agobio, agotamiento emocional, etc tampoco les permite analizar muy bien los datos científicos y lo peor no existe ningún tipo de control de calidad de la información que se publica. Aldana (2000).

En cuanto a los efectos en las *emociones*, *creencias*, de los consumidores de las informaciones de los medios, la emoción se impregna en todos los géneros del discurso, desde una simple conversación hasta el discurso de los medios masivos o incluso del discurso científico, Calise (2013). la emoción está muy relacionada a la persuasión que pueda emplear las informaciones, que puede aumentar la sensibilidad de las personas sobre un determinado tema, o por el contrario para manipular sus emociones, sus creencias, el otro aspecto que se nota que afectan a las personas en lo emocional, son los rumores que tienden a publicarse en las redes sociales, que a su vez se convierten en un canal para combatirlos.

...La sobrecarga de la *desinformación* se convierte en un medio para generar, la incertidumbre, el miedo, la ansiedad, además las personas tienden a creer y reproducir noticias que confirmen sus convicciones y visiones del mundo, que les permite validar sus creencias, sin olvidar que existe una sutil distancia entre las creencias y las certezas, sin olvidar que en cuanto más alejados nos encontremos de la evidencia, más dependemos de las creencias especialmente colectivas.

A esto debemos de añadir lo que manifiesta Concha & Nasser. (2012) que toda esta problemática en que nos encontramos sumergidos como consecuencia de la *infodemia*, tienen como resultado que tanto las creencias y las emociones como consecuencia de la sobresaturación de informaciones. Estos afectan a los pobladores de los dos centros poblados tanto de Alto Puno como el centro poblado de Jayllihuaya, que asisten a sus respectivos centros de salud, ellos asisten a estos centros con una carga de informaciones, que aparentemente son “verdaderas”, pero no tienen una fuente confirmada, pero a los pobladores antes mencionados no tienen la curiosidad ni la iniciativa de confirmar las informaciones que han consumido, ellos creen en la



información dada, y como consecuencia forma también alteran su parte emocional, que puede generar tristeza, preocupaciones, alteraciones emocionales, más aún cuando como consecuencia de ésta pandemia se pierde a los seres queridos.

La pandemia generó una serie de sucesos que implicaron la anulación de los eventos en masa, el confinamiento de los ciudadanos, el cierre de los establecimientos y transformaciones de modelos de comunicación, debido a dichos cambios la más certera de acceder a las fuentes de información fueron los medios digitales.



IV. Antecedentes del proyecto (Incluya el estado actual del conocimiento en el ámbito nacional e internacional. La revisión bibliográfica debe incluir en lo posible artículos científicos actuales, para evidenciar el conocimiento existente y el aporte de la Tesis propuesta. Esto es importante para el futuro artículo que resultará como producto de este trabajo)

Según Wayt & Soares (2006), la primera pandemia registrada en la historia que se da en el Imperio bizantino, con el emperador Justiniano, y es una epidemia de peste, así como otras en el paso del tiempo. En el año de 1918, hace su aparición la llamada *gripe española*, donde murieron entre 20 y 50 millones de personas; en 1957 la conocida gripe asiática (H2N2), que mató a un millón de personas; diez años más tarde hubo otro virus conocido como H3N2 (gripe de Hong Kong), el cual afectó a un número similar de personas que la gripe asiática; en 1981 apareció el VIH/sida, que causó la muerte de 25 millones de personas; para 2009 se conoció el virus llamado (H1N1) o gripe porcina, la cantidad de muertos que reportaron las autoridades fue de 575 000, sin embargo, por lo complejo de la enfermedad, no se conoció el número real de fallecidos. En esta pandemia, las redes sociales no tuvieron una presencia muy significativa, probablemente porque estaban en su etapa de expansión pues Facebook apenas tenía 500 millones de usuarios y Twitter, 58 millones, lo cual representa la quinta parte de los usuarios que tienen hoy en día, pero lo que sí fue un hecho es que los modelos de comunicación social tuvieron que replantearse consistentemente.

A finales del 2019, aparece por primera vez una la epidemia COVID-19, en Wuhan (China), cuyas consecuencias reales todavía no se ha determinado debido a que se encuentra en proceso de desarrollo, además no existe un antídoto definitivo, en esta pandemia del COVID-19, las redes sociales si desempeñaron un rol protagónico, debido a que el uso de las tecnologías de comunicación se ha masificado en forma universal, difundiendo informaciones “falsas” y “verdaderas”

Uno de los aspectos que se tiene que analizar es respecto a la llegada de la información de una manera efectiva y veloz, gracias a las tecnologías de la información que permiten que los contenidos sean accesibles a todo un grupo social. Es necesario abordar investigaciones internacionales como nacionales, que se han realizado para analizar cómo las tecnologías de la información y los medios de comunicación son efectivos o no a la hora de transferir contenidos a un grupo de personas, estudios elaborados durante la pandemia con respecto a la desinformación producida por COVID-19.

Según, Terol & Alonso (2020) llamada Comunicación del conocimiento científico en la era de la postverdad: retos y oportunidades en donde muestran el análisis de 38 diarios digitales de España; con el **objetivo** de mostrar cómo los diarios ganan credibilidad de los usuarios mediante herramientas de verificación de datos que utilizan para analizar las noticias falsas. Este estudio da como **conclusión** que la mayoría de estos medios digitales informativos aún no cuentan con dichas herramientas y que muchos de los contenidos publicados no con verificados antes de publicarlos.



Siguiendo por la misma línea y realizando una correlación con la desinformación generada por el COVID-19 se llega a la investigación elaborada por, Castelló & Valderrama (2020) sobre la Infodemia, desinformación y papel de los profesionales de la información en donde los autores demuestran que las redes sociales y algunos de los medios de comunicación periodística están siendo transportadores de información falsa que puede llegar a acabar con la vida de los usuarios que consuman dicha información.

Así mismo un artículo elaborado por Simpson & Conner (2020) llamado Fighting Coronavirus Misinformation and Disinformation Preventive Product Recommendations for Social Media Platforms trata sobre cómo las plataformas deberían trabajar con transparencia toda la información y sus datos, ya que esto ayudaría a que muchos investigadores o instituciones puedan tomar esta serie de contenidos y así poder ver los efectos que ha tenido el COVID- 19 con el fin de beneficiar a los usuarios frente a la salud pública y cambiar el tipo de productos que ofrecen los medios digitales a la comunidad.

La importancia de indagar de cómo se masifica la información en las redes sociales ha dado como resultado estudios como el de Pérez, Meso & Mendiguren (2020) Fake news y coronavirus: detección de los principales actores y tendencias a través del análisis de las conversaciones en Twitter, en donde uno de sus **objetivos** en el proyecto fue la creación de una red semántica analizando y diferenciando los grupos de usuarios que hablaban sobre la pandemia en Twitter, obteniendo como **conclusión** que muchos de estos datos y contenidos falsos promovían al estancamiento de planes de mejora para así, prevenir el contagio.

La investigación realizada por López, Gonzáles & Hernández (2020) Consumo de información en redes sociales durante la crisis de la Covid-19 en España, evidencia que son muy pocos los individuos de la comunidad española que revisan en fuentes confiables lo que consumen o ven en los medios de comunicación **concluyendo** que, en una comunidad, gran parte de los usuarios comparte información sin tener la seguridad de que ésta sea veraz. Lo anterior complementa en el trabajo a realizar, la organización y tipologías de los distintos consumidores de información que existen en las redes sociales y lo que pueden aportar cada uno de ellos a la infoxicación.

Con el propósito de evaluar cómo los periódicos han hecho énfasis en la contingencia actual, Cantero, Sidorenko & Herranz (2020) en su estudio denominado Radiografía de la pandemia: **análisis** de la cobertura periodística de la Covid-19 en portadas de periódicos realizaron un análisis de 630 portadas de 7 periódicos en las que indagaron cómo las fotografías y textos principales pueden generar un tipo de perspectiva con respecto a los usuarios que consumen esta información. Así mismo cómo la terminología que utilizan los periódicos en sus portadas llega a denominar nacionalidades para el virus y no dan a entender que es una problemática mundial.

De la misma manera, Sued (2021) en su estudio El algoritmo de YouTube y la desinformación sobre vacunas durante la pandemia de COVID-19 muestra a través de una exploración de la aplicación de YouTube , cómo desde la búsqueda de palabras clave, resulta muy fácil acceder a contenidos desinformativos y que, al comenzar a consumir este tipo de videos, los mismos después no direccionan hacia contenidos de información verídica, sino que se ingresan a una red de contenidos desinformativos de la misma temática.

Teniendo en cuenta que en el trabajo a realizar es necesario implementar un análisis de texto y palabras clave; se encontró un estudio realizado por Lázaro (2020) Covid-19, medios digitales y Facebook: interacciones, tratamiento y análisis de contenido basado en palabras clave de noticias de okdiario.com y eldiario.es en donde se ejecutó una



extracción de palabras clave de dos diarios de España y de Facebook identificando cuáles eran las fuentes más apropiadas según las necesidades de información de los usuarios, a su vez una de las **conclusiones** del autor fue que una considerable tipología y cantidad de información que transmiten los diarios va ligada al sector de Europa en donde viven y a sus ideologías políticas.

Diéz & Renedo (2020) en su estudio La transparencia institucional y mediática del coronavirus, realizaron un análisis de los portales de datos y de los medios de comunicación digitales en Iberoamérica muestran que mucha de la información producida a niveles gubernamentales se realiza con el fin de que la información suministrada sea totalmente transparente, pero según su indagación muy pocos de los diarios examinados, muestran las bases de datos que manejan de forma abierta dejando así un tema a abordar el cual es la estandarización y actualización de las bases de datos y por ende la correcta difusión de la información a los usuarios.

Mullo, de Casas y Balseca (2021) en su estudio Tratamiento informativo y competencias mediáticas sobre la COVID-19 en Ecuador, llegaron a la **conclusión** mediante un análisis de datos que los usuarios han perdido la confianza en las fuentes de información publicadas por el Gobierno y que las fuentes primarias de consulta pasan a ser las noticias que son compartidas por los grupos cercanos a cada uno de los usuarios generando así una propuesta de interacción entre el Gobierno y el ciudadano para combatir la masificación de información generada.

V. Hipótesis del trabajo (Es el aporte proyectado de la investigación en la solución del problema)

La infodemia sobre el COVID-19, influye notablemente tanto en las creencias y emociones de las mujeres y varones de la tercera edad.

VI. Objetivo general

Evaluar la infodemia sobre el COVID-19, en las creencias y emociones del Centro Poblado de Alto Puno y Jayllihuaya, Puno. 2022.

VIII. Objetivos específicos

- Explicar la infodemia sobre el COVID-19, en las creencias del Centro Poblado de Alto Puno y Jayllihuaya. Puno
 - Identificar la infodemia sobre El COVID-19, en las emociones del Centro Poblado de Alto Puno y Jayllihuaya. Puno.
 - Analizar la influencia de la infodemia sobre el COVID-19, de las noticias falsas y verdaderas en las creencias y emociones según género y edad.

IX. Metodología de investigación (Describir el(los) método(s) científico(s) que se empleará(n) para alcanzar los objetivos específicos, en forma coherente a la hipótesis de la investigación. Sustentar, con base bibliográfica, la pertinencia del(los) método(s) en términos de la representatividad de la muestra y de los resultados que se esperan alcanzar. Incluir los análisis estadísticos a utilizar)



Esta investigación es no-experimental, cualitativo de nivel explicativo y es de diseño transversal.

La población y muestra. está conformada por todos los pacientes que asistan al Centro de Salud tanto del centro poblado de Alto Puno como de Jayllijuaya. Puno, durante dos semanas del mes de Abril del 2022

El análisis estadístico. Los datos recolectados se almacenarán en una base de datos de Microsoft Excel.

Instrumentos. Se aplica una entrevista estructurada cerrada con el fin de identificar las afectaciones en las creencias y emociones sobre la infodemia del COVID-19, del centro poblado de Alto Puno como de Jayllijuaya. Puno.

Uno de los anexos que se aplicaran es darles en ambas muestras una noticia falsa y otra verdadera que nos permita delimitar las afecciones tanto en las creencias como la parte emocional de los pobladores antes mencionados.

X. Referencias (Listar las citas bibliográficas con el estilo adecuado a su especialidad)

Aldana, M (2000). Reseña de "La era de la información, realidades y reflexiones sobre La globalización" de Manuel Castells. Espiral: Sistema de Información Científica Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal, (6)18, 285-316.

<https://www.redalyc.org/pdf/138/13861811.pdf>

Aleixandre, R; Castelló, L & Valderrama, J. (2020). Información y comunicación durante los primeros meses de Covid-19. Infodemia, desinformación y papel de los profesionales de la información. Profesional de la Información, 29(4), 1-18.

<https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.08>

Calise, S. (2013). El medio digital como medio de medios. X Jornadas de Sociología. Universidad de Buenos Aires: Buenos Aires.

<https://cdsa.aacademica.org/000038/297.pdf>

Cantero, J; Sidorenko, P & Herranz, J. (2020). Radiografía de la pandemia: análisis de la cobertura periodística de la Covid-19 en portadas de periódicos. Profesional de la Información, 29 (5). 1-16. doi: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.23>

Concha, G & Nasser, A. (2012). Datos abiertos: Un nuevo desafío para los gobiernos de la región. CEPAL. Santiago: Chile.

https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/7331/S1200084_es.pdf

Cortés, C. & Isaza, L. (2017). Noticias falsas en Internet: la estrategia para combatir la desinformación. Universidad de Palermo.

<https://www.palermo.edu/cele/pdf/FakeNews.pdf>



- Díez, M (2020). La transparencia institucional y mediática del coronavirus. Un análisis de los portales de datos y de los medios de comunicación digitales en Iberoamérica. *Revista Latina de Comunicación Social*, 78, 393-418. doi:10.4185/RLCS-2020-1482
- Du Preez, P. (2020). Noticias falsas y desinformación. Otra pandemia del Coronavirus. *Noticias ONU*. <https://news.un.org/es/story/2020/04/1472922>
- Guallar, J. (2014). La curación de contenidos en la era de la infoxicación. Propuestas para bibliotecas. Universidad de Barcelona. Los content curators. Barcelona: España. https://www.cervantes.es/imagenes/File/biblioteca/jornadas/jornada_7/quallar_delgado_7_jornada_rbic.pdf
- Lázaro, P. (2020). Covid-19, medios digitales y Facebook: interacciones, tratamiento y análisis de contenido basado en palabras clave de noticias de okdiario.com y eldiario.es. *Profesional de la Información*. 29 (4), 1-18. doi: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.09>
- López, C; González, J & Hernández, A. (2020). Consumo de información en redes sociales durante la crisis de la COVID-19 en España. *Revista de Comunicación y Salud*, 10 (2). 461- 481.
- Mullo López, A., de-Casas-Moreno, P., & Balseca Mera, J. M. (2021). Informative treatment and media competencies on COVID-19 in Ecuador. *Revista de Comunicación*, 137-152.
- Pérez, J; Meso, K & Mendiguren, T. (2020). Fake news y coronavirus: detección de los principales actores y tendencias a través del análisis de las conversaciones en Twitter. *El profesional de la Información*, 29 (3), 1-23. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.08>
- Sued, G. (2020). El algoritmo de YouTube y la desinformación sobre vacunas durante la pandemia de COVID-19. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 145, 163-180.
- Simpson, EM y Conner, A. (2020). Lucha contra la información errónea y la desinformación sobre el coronavirus: recomendaciones de productos preventivos para las plataformas de redes sociales. https://scholar.google.com.pe/scholar?q=Fighting+Coronavirus+Misinformation+and+Disinformation+Preventive+Product+Recommendations+for+Social+Media+Platforms&hl=es&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholar
- Terol, R y Alonso, R. (2020). La era española en la era de la posverdad. El compromiso de la verificación de datos para combatir las fake news. *Revista de Ciencias Sociales: Prisma social*, 304-327.
- Wayt G. & Soares C. (2006) *Preparados para una pandemia?*, Investigación y Ciencia nro 352, 01-2006, Barcelona, España.



XI. Uso de los resultados y contribuciones del proyecto (Señalar el posible uso de los resultados y la contribución de los mismos)

Diseño de unas recomendaciones comunicacionales para futuras investigaciones científicas,
Publicación de un artículo científico.

XII. Impactos esperados

i. Impactos en Ciencia y Tecnología

Generar teorías para el comportamiento ante imprevistos que perjudiquen la salud

ii. Impactos económicos

Disminución de consumo de medicamentos, como los tranquilizantes

iii. Impactos sociales

Mejorar la calidad de vida de las personas

iv. Impactos ambientales

En un ambiente social permitir la convivencia de forma más armoniosa,

XIII. Recursos necesarios (Infraestructura, equipos y principales tecnologías en uso relacionadas con la temática del proyecto, señale medios y recursos para realizar el proyecto)

HUMANOS.

- Responsables
- 10 encuestadores para la ejecución de las entrevistas.
- digitadores

MATERIALES.

- Un millar de papel Bond
- Lapiceros, lápices, borradores
- Tableros
- USB
- Cartucho laser para impresora

FINANCIEROS.

- Pago a encuestadores
- Pago a digitadores
- Refrigerios
- Capacitaciones
- Demostraciones
- Imprevistos



XIV. Localización del proyecto (indicar donde se llevará a cabo el proyecto)

Centro Poblado de Alto Puno y Jayllijuaya. Puno.

XV. Cronograma de actividades

Actividad	Trimestres											
	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
1.- Formulación del proyecto	X											
2.- Presentación del proyecto	X											
3.- Diseño de Instrumentos		X	X									
4.- Aplicación del Instrumento				X	X	X						
5.- Análisis e interpretación de datos.							X	X				
6.- Elaboración del borrador del informe									X			
7.- Elaboración del informe final										X	X	
8.- Presentación del Informe final												X

XVI. Presupuesto

Descripción	Unidad de medida	Costo Unitario (S/.)	Cantidad	Costo total (S/.)
1.- Personal				
Encuestadores y entrevistadores	Encuesta	15.00	200.00	3,000.00
Digitador	Material	500.00	01	500.00
Refrigerio	Unidad	15.00	50	750.00
2.- Materiales y Equipos				
Papel Bond	Millares	25.00	02	50.00
Lápiz, lapiceros y borradores	Unidades	8.00	15	120.00
Tablero de encuestas	Soporte	5.00	15	75.00
USB	05 unidades	30.00	05	150.00
Cartucho para impresora	Unidad	270.00	01	270.00
Imprevistos				300.00
TOTALES				5,095.00