

“ITFIP”

INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN ESTUDIO SOBRE LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS TECNOLÓGICOS EN LA VIDA DE LOS ESTUDIANTES DEL PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS POR CICLOS PROPEDÉUTICOS DEL ITFIP, QUE CONLLEVEN AL DISEÑO DE ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS



RESUMEN

Existen una multiplicidad de estudios e información disponible sobre los beneficios y peligros que implica la utilización casi permanente que dan los seres humanos de todas las edades a los diferentes dispositivos y medios tecnológicos que se encuentran a la mano en la actualidad y la incidencia que estos medios tienen en la educación y los procesos de aprendizaje modernos. El objetivo del presente estudio consiste en identificar las preferencias y la influencia que tienen los medios tecnológicos en la vida de los estudiantes del programa administración de empresas por ciclos propedéuticos del ITFIP, que conlleven al diseño de estrategias pedagógicas.

Los resultados de otras investigaciones sobre el tema son de carácter específico y es poco práctico aplicarlos a todos los ambientes, lo que hace necesario conocer de primera mano si al interior de instituciones educativas locales, los universitarios tienen los mismos comportamientos y sus reacciones ante la creciente utilización de medios tecnológicos por estudiantes de todas las edades. El presente estudio sobre la influencia de los medios tecnológicos en la vida de los estudiantes del programa administración de empresas por ciclos propedéuticos del ITFIP, revela aspectos muy particulares que reflejan la forma de pensar local y suministra información valiosa para diseñar nuevas estrategias metodológicas que permitan aprovechar todos los beneficios que traen las nuevas tecnologías, contrarrestando y mitigando sus efectos negativos antes de que estos aparezcan.

Palabras Claves: Estrategias, Influencia, Medios Tecnológicos, Programa, Vida Estudiantil.

ABSTRACT

There is a multiplicity of studies and information available on the benefits and dangers of the almost permanent use that humans give of all ages to the different devices and technological means that are at hand at present and the incidence that these means have in education and modern learning processes. The aim of this study is to identify the preferences and the influence that technological means have on the life of the students of the business administration program by ITFIP propaedeutic cycles, which lead to the design of pedagogical strategies.

The results of other research on the subject are specific and it is impractical to apply them to all environments, which makes it necessary to know firsthand if, within local educational institutions, university students have the same behaviors and their reactions to the growing use of technological means by students of all ages. The present study on the influence of technological means on the life of students of the program of business administration by ITFIP propaedeutic cycles reveals very particular aspects that reflect the local way of thinking and provides valuable information to design new methodological strategies that allow to take advantage All the benefits brought by new technologies, counteracting and mitigating their negative effects before they appear.

Key Words: Strategies, Influence, Technological Means, Program, Student Life.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN ESTUDIO SOBRE LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS TECNOLÓGICOS EN LA VIDA DE LOS ESTUDIANTES DEL PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS POR CICLOS PROPEDÉUTICOS DEL ITFIP, QUE CONLLEVEN AL DISEÑO DE ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS

A continuación, se presentan los resultados de la encuesta aplicada a los estudiantes del programa Administración de Empresas por Ciclos Propedéuticos en sus tres niveles de formación.

1.1 IDENTIFICACIÓN

1.1.1 Encuesta Realizada

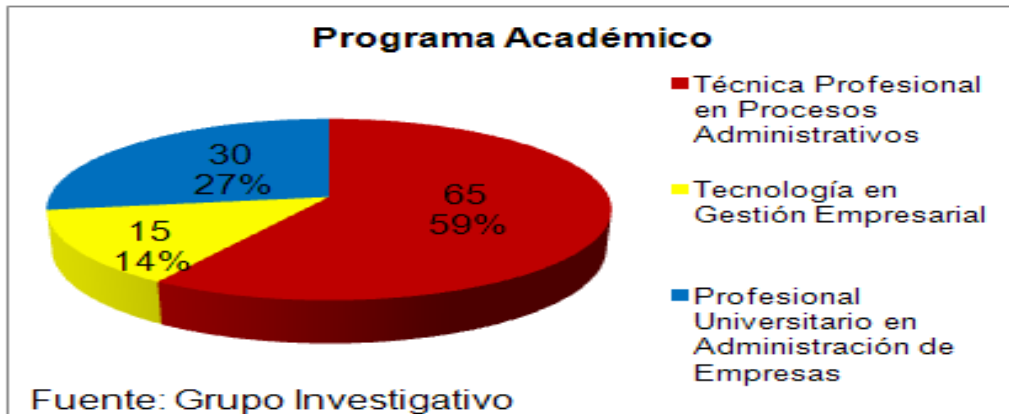
Como se plantó en la definición del tamaño de la muestra se diligenciaron 110 encuestas por (65) estudiantes del programa Profesional en Procesos Administrativos, correspondiente al 59% de la población, 30 encuestas por los estudiantes de Profesional Universitario en Administración de Empresas, el 27%, y 15 encuestas por los estudiantes de Tecnología en Gestión Empresarial, el 14%; como se puede (ver Tabla. 2. y Gráfica. 1.

Tabla 1. Encuestas Realizadas por Programa Académico

Programa Académico	ni	hi
Técnica Profesional en Procesos Administrativos	65	59,1
Tecnología en Gestión Empresarial	15	13,6
Profesional Universitario en Administración de Empresas	30	27,3
Total	110	100,0

Fuente: Grupo Investigativo

Gráfica 1. Encuestas Realizadas por Programa Académico



1.1.2 Género

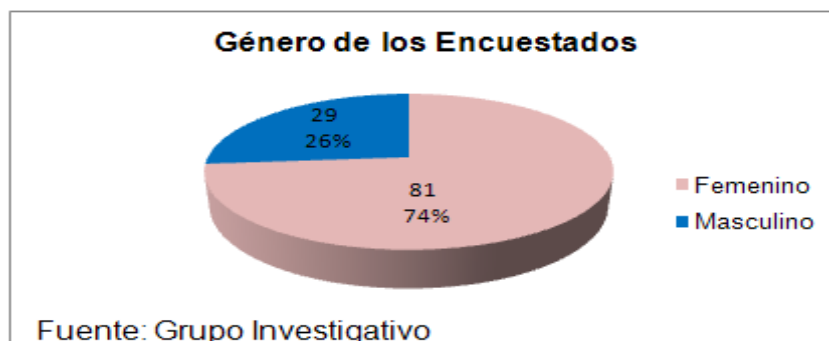
Del total de los encuestados (81) son mujeres, el 74%, y (29) son hombres, el 26%; es una cifra muy significativa en una carrera que tradicionalmente es de mayoría masculina. (Ver Tabla.3, Gráfica 2).

Tabla 2. Género de los Encuestados

Género	ni	hi
Femenino	81	73,6
Masculino	29	26,4
Total	110	100,0

Fuente: Grupo investigativo.

Gráfica 2. Género de los Encuestados



1.1.3 Edad

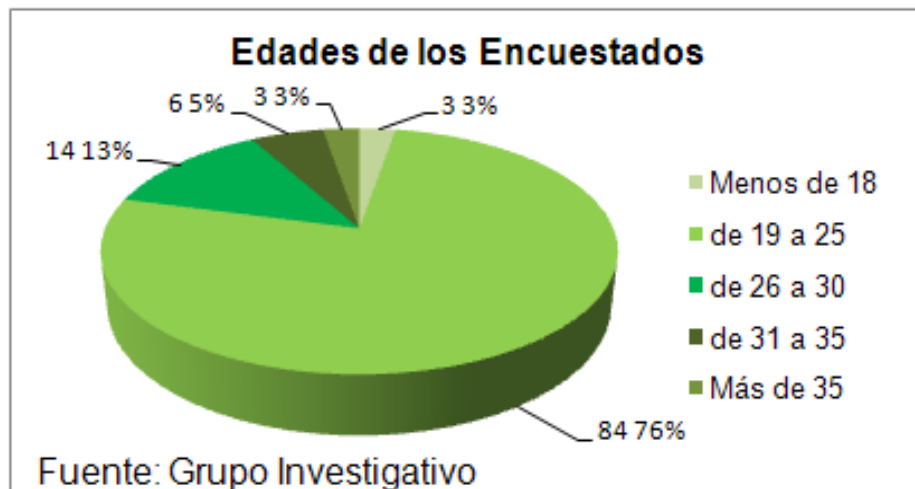
La mayoría de la población estudiada se encuentra en las edades entre los 19 y 25 años con (84) estudiantes, el 76%, de los 26 a 30 años (14), el 13%, y (6) estudiantes, el 6% entre las edades de 31 a 35. (Ver Tabla 4, y Gráfica 3).

Tabla 3. Edades de los Encuestados

Edad	ni	hi
Menos de 18	3	2,7
de 19 a 25	84	76,4
de 26 a 30	14	12,7
de 31 a 35	6	5,5
Más de 35	3	2,7
Total	110	100,0

Fuente: Grupo investigativo.

Gráfica 3. Edades de los Encuestados



1.1.4 Estado Civil

En cuanto al estado civil (104) estudiantes son solteros, el 95%, (3) son casados, el 3%, y solo el (2) tiene otro tipo de estado civil. (Ver Tabla 5, y Gráfica 4).

Tabla 4. Estado Civil

Estado Civil	ni	hi
Soltero (a)	104	94,5
Casado (a)	3	2,7
Otro	3	2,7
Total	110	100,0

Fuente: Grupo investigativo.

Gráfica 4. Estado Civil Estudiantes



1.2 ASPECTOS GENERALES DE LOS MEDIOS TECNOLÓGICOS

1.2.1 Frecuencia de Utilización de los Medios Tecnológicos

En cuanto a la frecuencia de uso de los medios tecnológicos, el celular siempre es usado por el 73% de los estudiantes, la televisión es usada frecuentemente por el 57%, el portátil es usado frecuentemente por el 52%, el computador de mesa es usado frecuentemente por el 24%, el radio es usado algunas veces por el 57%, y la tableta es usada algunas veces por el 37%. (Ver Tabla 6, y Gráfica 5).

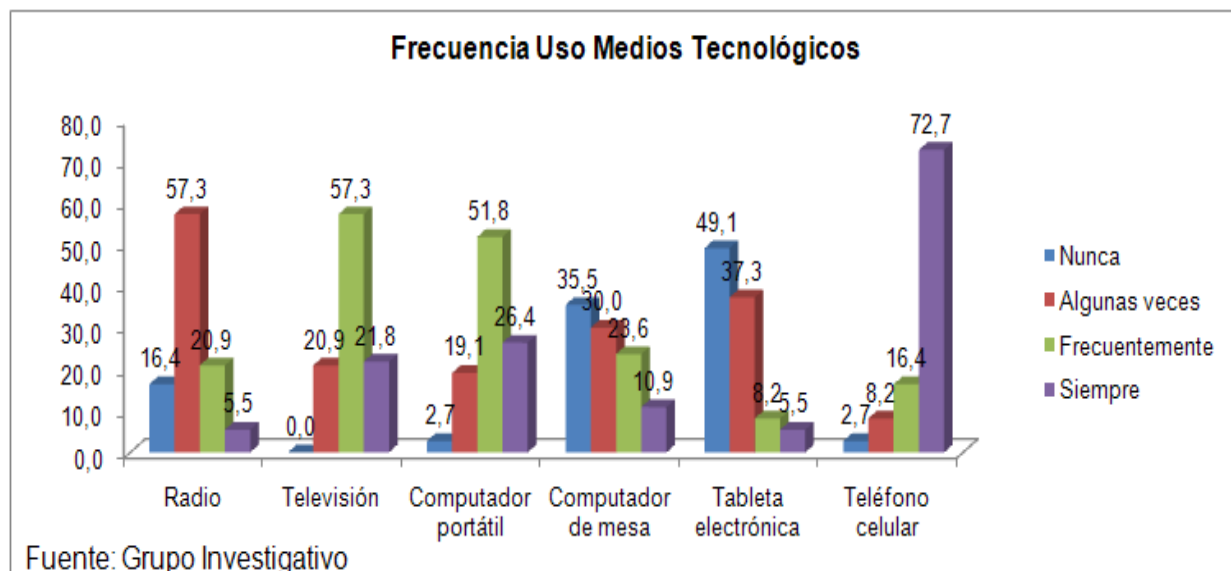
Tabla 5. Frecuencia de Utilización de los Medios Tecnológicos

Frecuencia Uso Medios Tecnológicos										
Frecuencia Medio Tecnológico	Nunca		Algunas veces		Frecuentemente		Siempre		Totales	
	ni	hi	ni	hi	ni	hi	ni	hi	ni	hi
Radio	18	16,4	63	57,3	23	20,9	6	5,5	110	100,0

Televisión	0	0,0	23	20,9	63	57,3	24	21,8	110	100,0
Computador portátil	3	2,7	21	19,1	57	51,8	29	26,4	110	100,0
Computador de mesa	39	35,5	33	30,0	26	23,6	12	10,9	110	100,0
Tableta electrónica	54	49,1	41	37,3	9	8,2	6	5,5	110	100,0
Teléfono celular	3	2,7	9	8,2	18	16,4	80	72,7	110	100,0
Totales	117	106,4	190,0	172,7	196,0	178,2	157,0	142,7		

Fuente: Grupo investigativo.

Gráfica 5. Frecuencia Uso Medios Tecnológicos



1.3 USO MEDIOS TECNOLÓGICOS

1.3.1 Preferencias por las Emisoras de Radio

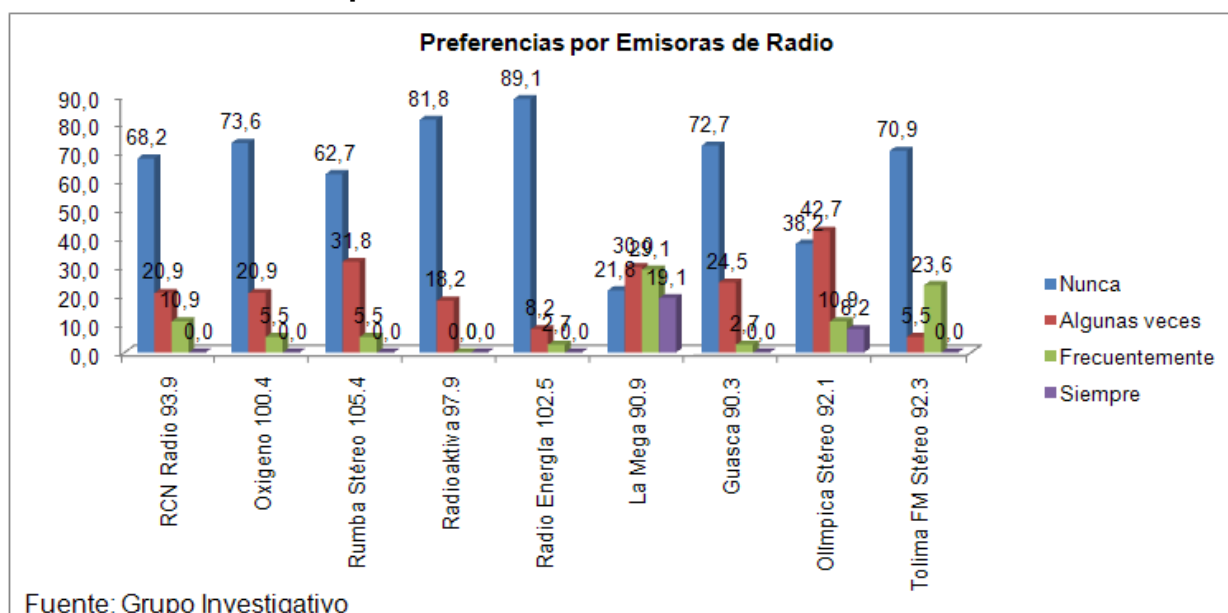
Las emisoras de radio más escuchadas son La Mega 90.9 frecuentemente por el 29%, Tolima FM Stéreo 92.3 frecuentemente por el 24%, Olímpica Stéreo 92.1 frecuentemente por el 11%, Rumba Stéreo 105.4 algunas veces por el 32%, Guasca 90.3 algunas veces por el 25%, Oxígeno 100.4 algunas veces por el 21%, y Radioaktiva 97.9 algunas veces por el 18%. (Ver Tabla 7, y Gráfica 6).

Tabla 6. Preferencias por las Emisoras de Radio

Preferencias por Emisoras de Radio										
Frecuencia Emisora Radio	Nunca		Algunas veces		Frecuentemente		Siempre		Totales	
	ni	hi	ni	hi	ni	hi	ni	hi	ni	hi
RCN Radio 93.9	75	68,2	23	20,9	12	10,9	0	0,0	110	100,0
Oxigeno 100.4	81	73,6	23	20,9	6	5,5	0	0,0	110	100,0
Rumba Stéreo 105.4	69	62,7	35	31,8	6	5,5	0	0,0	110	100,0
Radioaktiva 97.9	90	81,8	20	18,2	0	0,0	0	0,0	110	100,0
Radio Energía 102.5	98	89,1	9	8,2	3	2,7	0	0,0	110	100,0
La Mega 90.9	24	21,8	33	30,0	32	29,1	21	19,1	110	100,0
Guasca 90.3	80	72,7	27	24,5	3	2,7	0	0,0	110	100,0
Olímpica Stéreo 92.1	42	38,2	47	42,7	12	10,9	9	8,2	110	100,0
Tolima FM Stéreo 92.3	78	70,9	6	5,5	26	23,6	0	0,0	110	100,0
Totales	637	579,1	223,0	202,7	100,0	90,9	30,0	27,3		

Fuente: Grupo investigativo.

Gráfica 6. Preferencias por Emisoras de Radio



Fuente: Grupo Investigativo

1.3.2 Motivos para Escuchar las Emisoras de Radio

Los motivos que tienen los estudiantes para escuchar las emisoras de radio se resumen en: escuchar su programa favorito frecuentemente por el 27%, para distraerse frecuentemente por el 24%, para escuchar noticias frecuentemente por el 22%, por ser

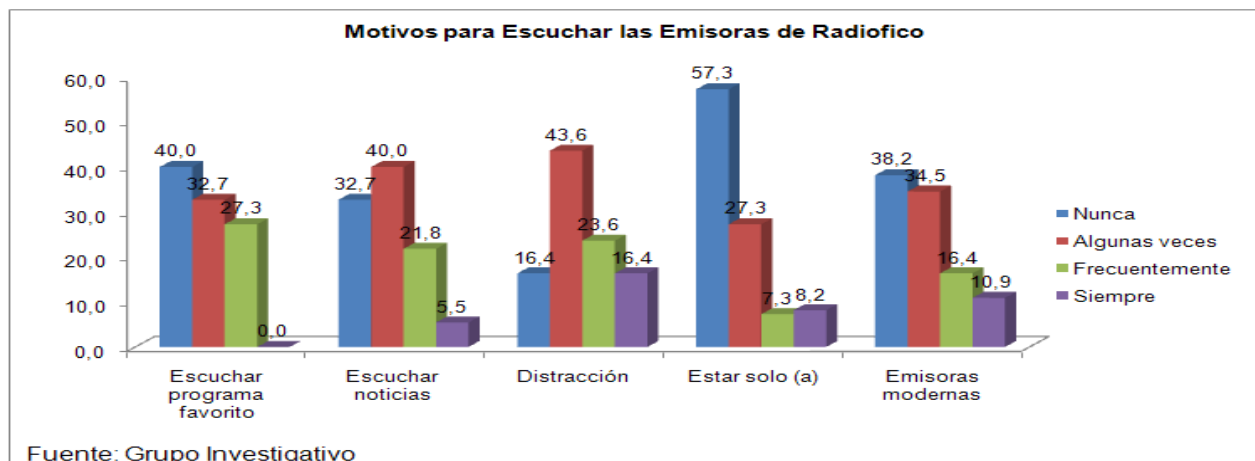
emisoras modernas frecuentemente por el 16%, y para estar solo algunas veces por el 27%. (Ver Tabla 8, y Gráfica 7).

Tabla 7. Motivos para Escuchar las Emisoras de Radio

Motivos para Escuchar las Emisoras de Radio										
Frecuencia Motivo	Nunca		Algunas veces		Frecuentemente		Siempre		Totales	
	ni	hi	ni	hi	ni	hi	ni	hi	ni	hi
Escuchar programa favorito	44	40,0	36	32,7	30	27,3	0	0,0	110	100,0
Escuchar noticias	36	32,7	44	40,0	24	21,8	6	5,5	110	100,0
Distracción	18	16,4	48	43,6	26	23,6	18	16,4	110	100,0
Estar solo (a)	63	57,3	30	27,3	8	7,3	9	8,2	110	100,0
Emisoras modernas	42	38,2	38	34,5	18	16,4	12	10,9	110	100,0
Totales	203	184,5	196,0	178,2	106,0	96,4	45,0	40,9		

Fuente: Grupo investigativo.

Gráfica 7. Motivos para Escuchar las Emisoras de Radio



Preferencias Tipos de Música

Las preferencias que tienen los estudiantes para escuchar música son: música bachata frecuentemente por el 44%, romántica frecuentemente por el 37%, músicaailable frecuentemente por el 32%, música pop frecuentemente por el 29%, y reggaetón frecuentemente por el 25%. (Ver Tabla 9, y Gráfica 8).

Tabla 8. Preferencias Tipos de Música

Preferencias Tipos de Música										
Frecuencia Motivo	Nunca		Algunas veces		Frecuentemente		Siempre		Totales	
	ni	hi	ni	hi	ni	hi	ni	hi	ni	hi
Metal	98	89,1	9	8,2	3	2,7	0	0,0	110	100,0
Electrónica	71	64,5	27	24,5	12	10,9	0	0,0	110	100,0
Pop	27	24,5	24	21,8	32	29,1	27	24,5	110	100,0
Reggae	71	64,5	21	19,1	9	8,2	9	8,2	110	100,0
Reggaetón	23	20,9	51	46,4	27	24,5	9	8,2	110	100,0
Rock	62	56,4	27	24,5	18	16,4	3	2,7	110	100,0
Bachata	11	10,0	42	38,2	48	43,6	9	8,2	110	100,0
Romántica	6	5,5	39	35,5	41	37,3	24	21,8	110	100,0
Vallenato	18	16,4	35	31,8	36	32,7	21	19,1	110	100,0
Bailable	30	27,3	30	27,3	35	31,8	15	13,6	110	100,0
Ranchera	62	56,4	33	30,0	9	8,2	6	5,5	110	100,0
Totales	479	435,5	338,0	307,3	270,0	245,5	123,0	111,8		

Fuente: Grupo investigativo.

1.3.3 Motivos para Escuchar Música

Los motivos por los que los estudiantes escuchan música son: escuchar sus cantantes favoritos frecuentemente por el 41%, escuchar música con los amigos frecuentemente por el 36%, hacer deporte frecuentemente por el 19%, por estar triste algunas veces por el 44%, y escuchar noticias algunas veces por el 40%. (Ver Tabla 10, y Gráfica 9)

Gráfica 8. Preferencias Tipos de Música

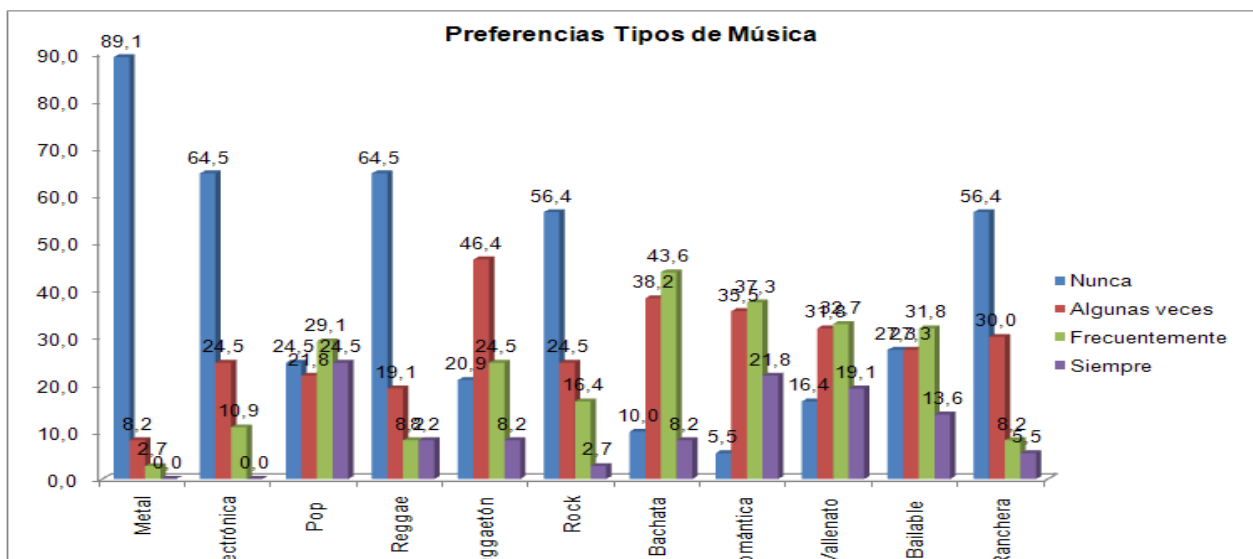
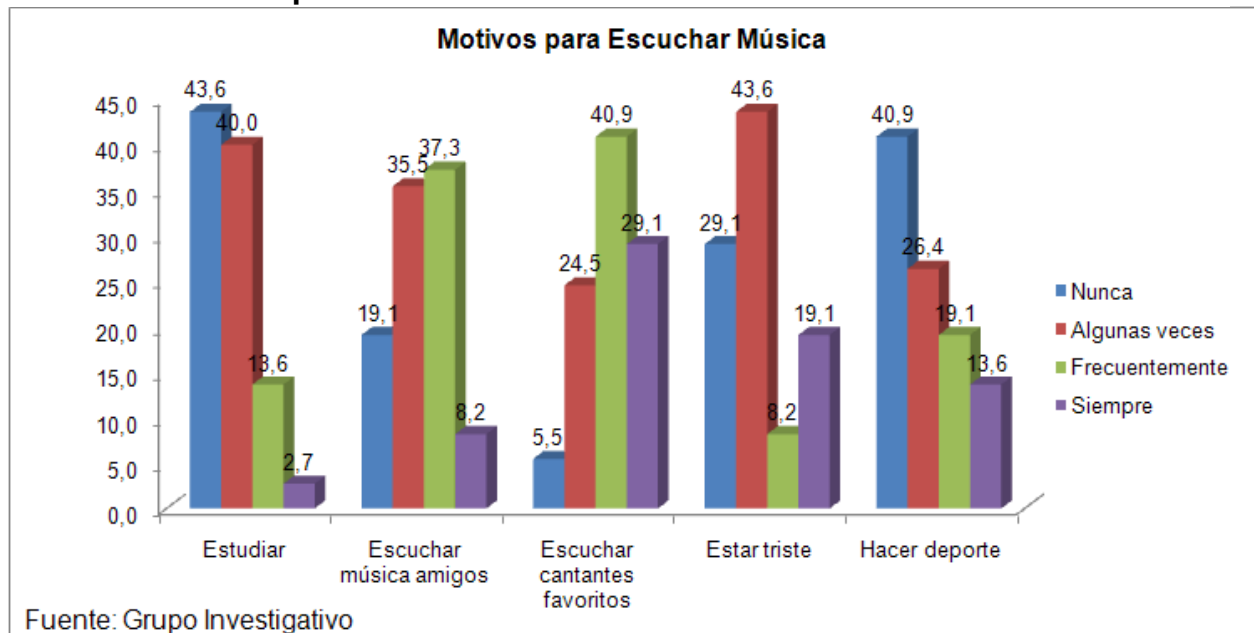


Tabla 9. Motivos para Escuchar Música

Motivos para Escuchar Música										
Frecuencia Motivo	Nunca		Algunas veces		Frecuentemente		Siempre		Totales	
	ni	hi	ni	hi	ni	hi	ni	hi	ni	hi
Estudiar	48	43,6	44	40,0	15	13,6	3	2,7	110	100,0
Escuchar música amigos	21	19,1	39	35,5	41	37,3	9	8,2	110	100,0
Escuchar cantantes favoritos	6	5,5	27	24,5	45	40,9	32	29,1	110	100,0
Estar triste	32	29,1	48	43,6	9	8,2	21	19,1	110	100,0
Hacer deporte	45	40,9	29	26,4	21	19,1	15	13,6	110	100,0
Totales	152	138,2	187,0	170,0	131,0	119,1	80,0	72,7		

Fuente: Grupo investigativo.

Gráfica 9. Motivos para Escuchar Música



1.3.4 Preferencias en los Programas de TV

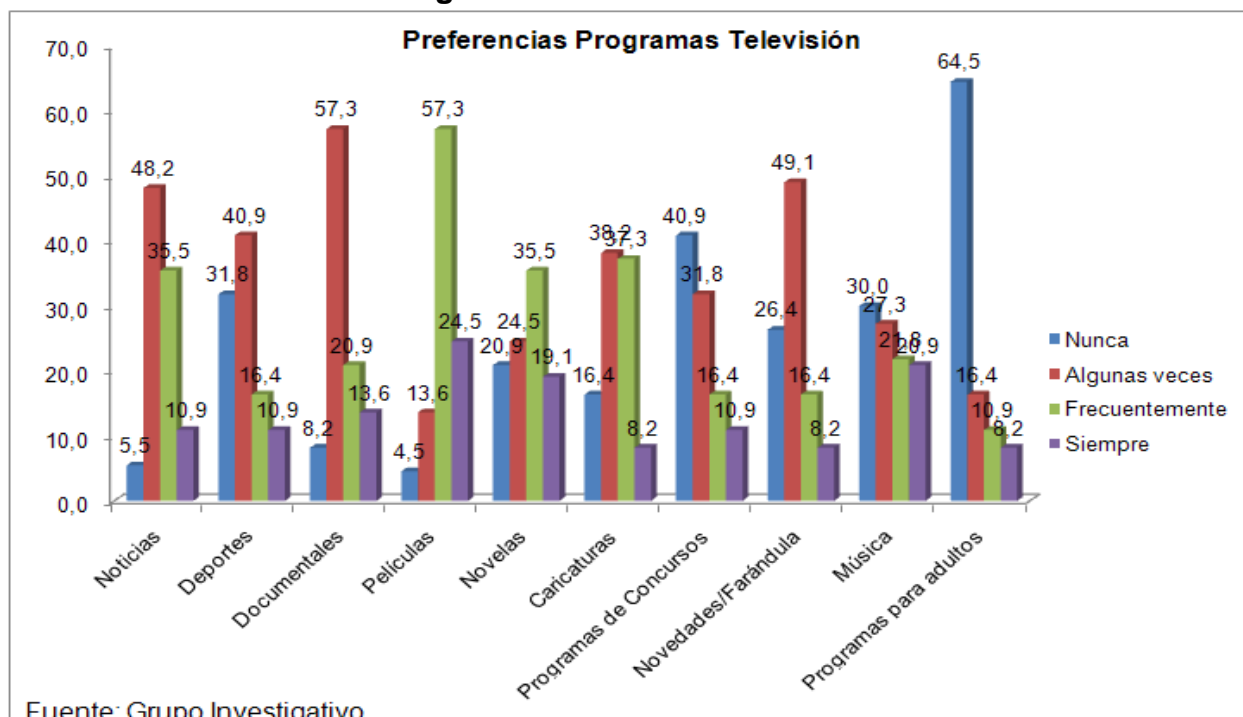
Las preferencias por programas de televisión de los estudiantes son: ver películas frecuentemente por el 57%, caricaturas frecuentemente el 37%, novelas frecuentemente el 36%, noticias frecuentemente el 36%, programas de música frecuentemente el 22%, y documentales frecuentemente el 22%. (Ver Tabla 11, y Gráfica 10).

Tabla 10. Preferencias Programas Televisión

Preferencias Programas Televisión										
Frecuencia	Nunca		Algunas veces		Frecuentemente		Siempre		Totales	
Motivo	ni	hi	ni	hi	ni	hi	ni	hi	ni	hi
Noticias	6	5,5	53	48,2	39	35,5	12	10,9	110	100,0
Deportes	35	31,8	45	40,9	18	16,4	12	10,9	110	100,0
Documentales	9	8,2	63	57,3	23	20,9	15	13,6	110	100,0
Películas	5	4,5	15	13,6	63	57,3	27	24,5	110	100,0
Novelas	23	20,9	27	24,5	39	35,5	21	19,1	110	100,0
Caricaturas	18	16,4	42	38,2	41	37,3	9	8,2	110	100,0
Programas de Concursos	45	40,9	35	31,8	18	16,4	12	10,9	110	100,0
Novedades/Farándula	29	26,4	54	49,1	18	16,4	9	8,2	110	100,0
Música	33	30,0	30	27,3	24	21,8	23	20,9	110	100,0
Programas adultos	71	64,5	18	16,4	12	10,9	9	8,2	110	100,0
Totales	274	249,1	382,0	347,3	295,0	268,2	149,0	135,5		

Fuente: Grupo investigativo.

Gráfica 10. Preferencias Programas Televisión



Fuente: Grupo Investigativo

1.3.5 Motivos para Ver Programas de TV

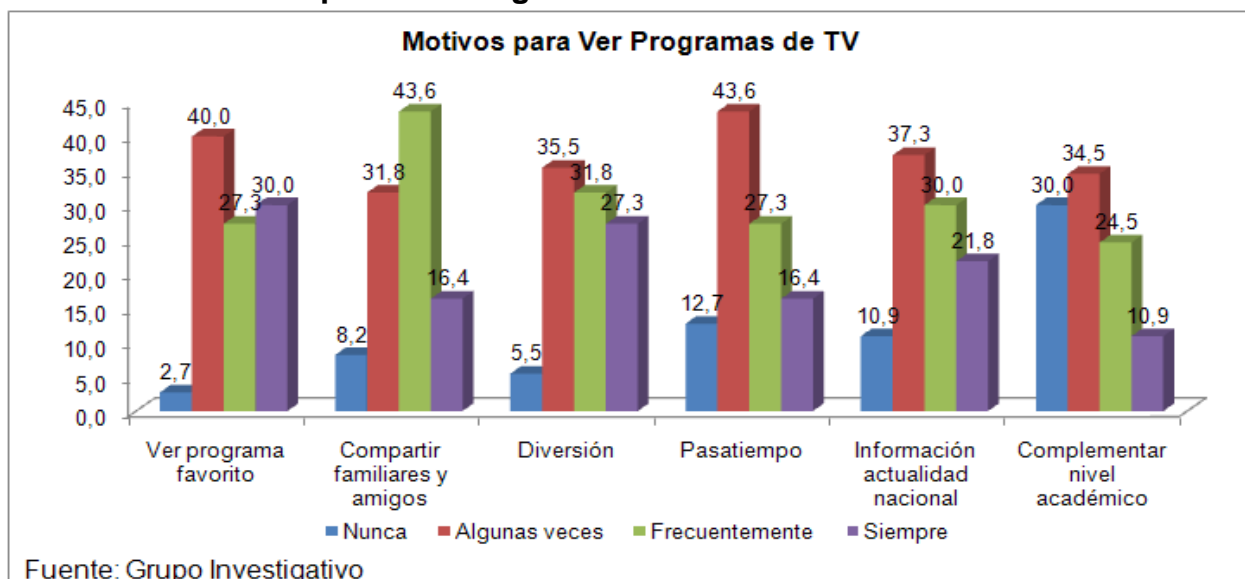
Las principales motivaciones que tiene los estudiantes para ver programas de televisión son: compartir con familiares y amigos frecuentemente por el 44%, por diversión frecuentemente el 32%, para ver actualidad nacional frecuentemente el 30%, para ver sus programas favoritos frecuentemente el 27%, y para complementar el nivel académico frecuentemente el 25%. (Ver Tabla 12, y Gráfica 11).

Tabla 11. Motivos para Ver Programas de TV

Motivos para Ver Programas de TV										
Frecuencia Motivo	Nunca		Algunas veces		Frecuentemente		Siempre		Totales	
	ni	hi	ni	hi	ni	hi	ni	hi	ni	hi
Ver programa favorito	3	2,7	44	40,0	30	27,3	33	30,0	110	100
Compartir familiares y amigos	9	8,2	35	31,8	48	43,6	18	16,4	110	100
Diversión	6	5,5	39	35,5	35	31,8	30	27,3	110	100
Pasatiempo	14	12,7	48	43,6	30	27,3	18	16,4	110	100
Información actualidad nacional	12	10,9	41	37,3	33	30,0	24	21,8	110	100
Complementar nivel académico	33	30,0	38	34,5	27	24,5	12	10,9	110	100
Totales	77	70,0	245,0	222,7	203,0	184,5	135,0	122,7		

Fuente: Grupo investigativo

Gráfica 11. Motivos para Ver Programas de TV



1.3.6 Preferencias Uso Equipos Tecnológicos

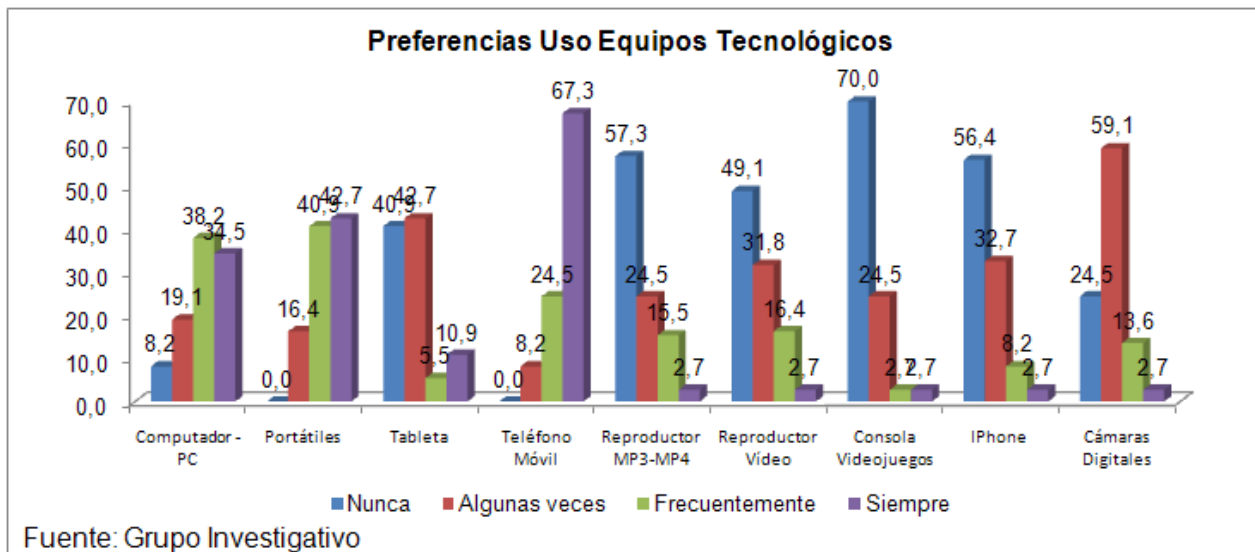
Las preferencias de los estudiantes para el uso de los medios tecnológicos son: el celular siempre el 67%, el computador portátil siempre el 43%, el computador siempre el 35%, y el reproductor de video frecuentemente el 16%. (Ver Tabla 13, y Gráfica 12).

Tabla 12. Preferencias Uso Equipos Tecnológicos

Preferencias Uso Equipos Tecnológicos										
Frecuencia	Nunca		Algunas veces		Frecuentemente		Siempre		Totales	
Equipo Tecnológico	ni	hi	ni	hi	ni	hi	ni	hi	ni	hi
Computador – PC	9	8,2	21	19,1	42	38,2	38	34,5	110	100,0
Portátiles	0	0,0	18	16,4	45	40,9	47	42,7	110	100,0
Tableta	45	40,9	47	42,7	6	5,5	12	10,9	110	100,0
Teléfono Móvil	0	0,0	9	8,2	27	24,5	74	67,3	110	100,0
Reproductor MP3- MP4	63	57,3	27	24,5	17	15,5	3	2,7	110	100,0
Reproductor Vídeo	54	49,1	35	31,8	18	16,4	3	2,7	110	100,0
Consola Videojuegos	77	70,0	27	24,5	3	2,7	3	2,7	110	100,0
IPhone	62	56,4	36	32,7	9	8,2	3	2,7	110	100,0
Cámaras Digitales	27	24,5	65	59,1	15	13,6	3	2,7	110	100,0
Totales	337	306,4	285,0	259,1	182,0	165,5	186,0	169,1		

Fuente: Grupo investigativo.

Gráfica 12. Preferencias Uso Equipos Tecnológicos



1.3.7 Razones Uso Equipos Tecnológicos

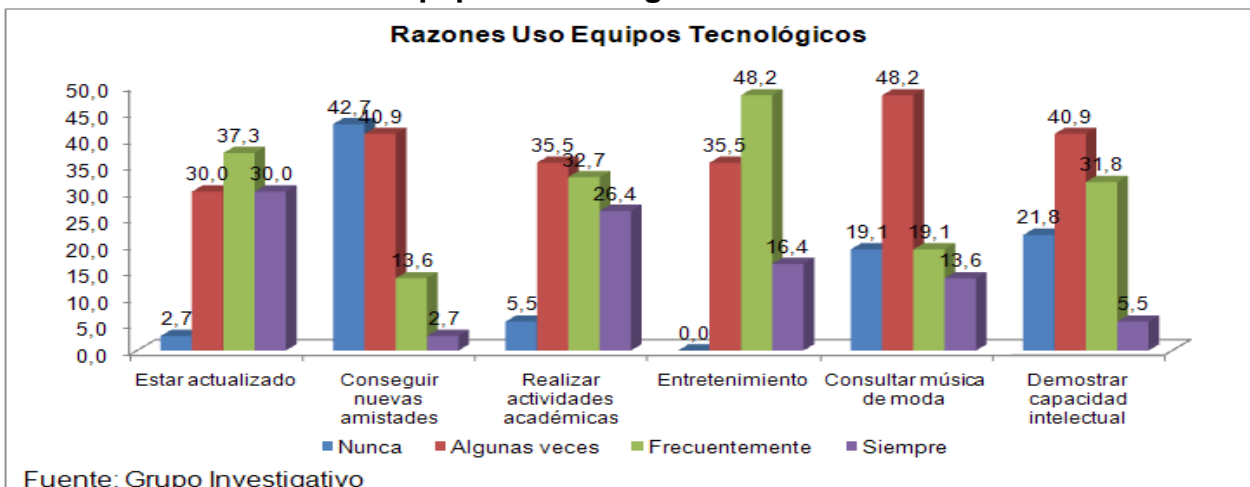
Las principales razones de los estudiantes para el uso de los equipos tecnológicos son: para estar actualizado siempre el 30%, para realizar actividades académicas siempre el 25%, para entretenimiento frecuentemente el 48%, para demostrar capacidad intelectual frecuentemente el 32%, y para consultar música de moda frecuentemente el 19%. (Ver Tabla 14, y Gráfica 13).

Tabla 13. Razones Uso Equipos Tecnológicos

Razones Uso Equipos Tecnológicos										
Frecuencia Razones	Nunca		Algunas veces		Frecuentemente		Siempre		Totales	
	ni	hi	ni	hi	ni	hi	ni	hi	ni	hi
Estar actualizado	3	2,7	33	30,0	41	37,3	33	30,0	110	100
Conseguir nuevas amistades	47	42,7	45	40,9	15	13,6	3	2,7	110	100
Realizar actividades académicas	6	5,5	39	35,5	36	32,7	29	26,4	110	100
Entretenimiento	0	0,0	39	35,5	53	48,2	18	16,4	110	100
Consultar música de moda	21	19,1	53	48,2	21	19,1	15	13,6	110	100
Demostrar capacidad intelectual	24	21,8	45	40,9	35	31,8	6	5,5	110	100
Totales	101	91,8	254,0	230,9	201,0	182,7	104,0	94,5		

Fuente: Grupo investigativo.

Gráfica 13. Razones Uso Equipos Tecnológicos



1.4 HABILIDADES TECNOLÓGICAS

1.4.1 Frecuencia Uso Herramientas Internet

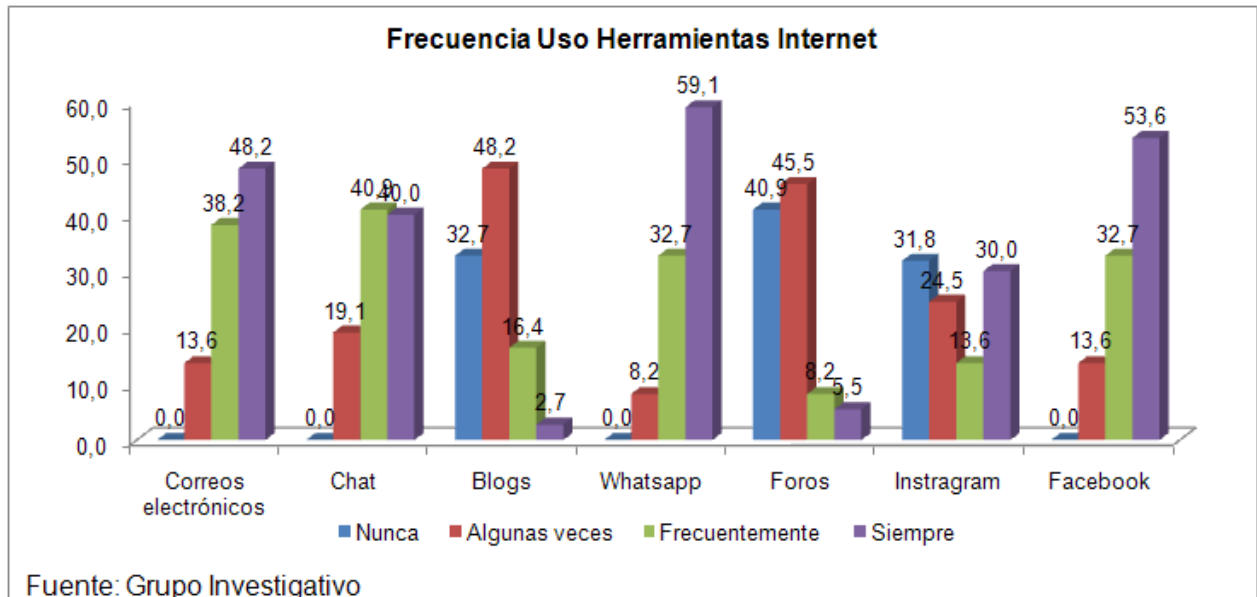
Las frecuencias con la que los estudiantes usan las herramientas de internet son: WhatsApp siempre el 59%, Facebook siempre el 54%, correos electrónicos siempre el 48%, los chats siempre el 40%, Instagram siempre el 30%, los Blogs frecuentemente el 16%, y los foros algunas veces el 46%. (Ver Tabla 15, y Gráfica 14).

Tabla 14. Frecuencia Uso Herramientas Internet

Frecuencia Uso Herramientas Internet										
Frecuencia Herramienta	Nunca		Algunas veces		Frecuentemente		Siempre		Totales	
	ni	hi	ni	hi	ni	hi	ni	hi	ni	hi
Correos electrónicos	0	0,0	15	13,6	42	38,2	53	48,2	110	100,0
Chat	0	0,0	21	19,1	45	40,9	44	40,0	110	100,0
Blogs	36	32,7	53	48,2	18	16,4	3	2,7	110	100,0
Whatsapp	0	0,0	9	8,2	36	32,7	65	59,1	110	100,0
Foros	45	40,9	50	45,5	9	8,2	6	5,5	110	100,0
Instagram	35	31,8	27	24,5	15	13,6	33	30,0	110	100,0
Facebook	0	0,0	15	13,6	36	32,7	59	53,6	110	100,0
Totales	116	105,5	190,0	172,7	201,0	182,7	263,0	239,1		

Fuente: Grupo investigativo.

Gráfica 14. Frecuencia Uso Herramientas Internet



1.4.2 Motivos Uso Herramientas Internet

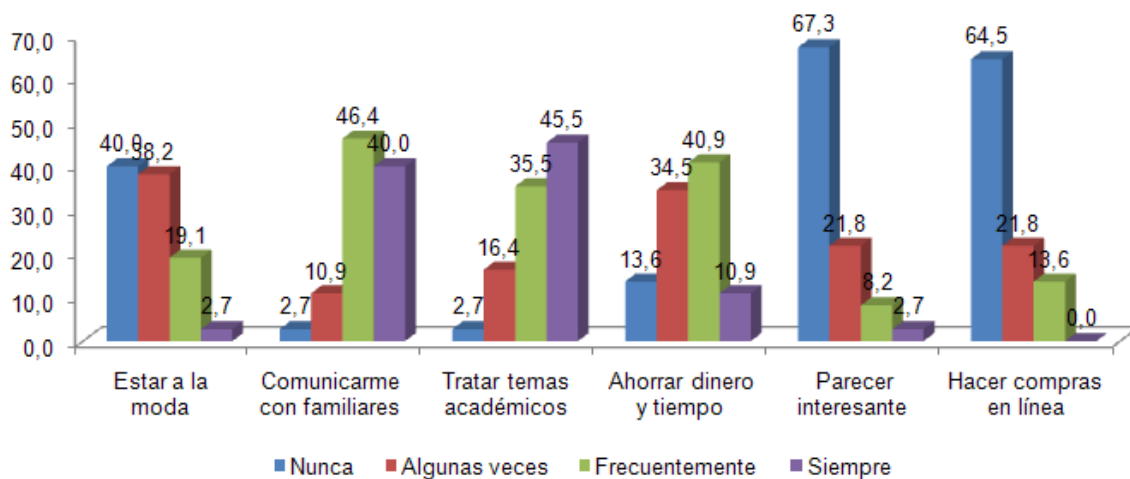
Los motivos de los estudiantes para utilizar las herramientas tecnológicas son: Tratar temas académicos siempre el 46%, comunicarse con familiares siempre el 40%, para ahorrar dinero y tiempo frecuentemente el 40%, para estar a la moda frecuentemente el 19%, para comprar en línea frecuentemente el 13%, y para parecer interesante algunas veces el 22%. (Ver Tabla 16, y Gráfica 15).

Tabla 15. Motivación Uso Herramientas Internet

Motivación Uso Herramientas Internet										
Frecuencia	Nunca		Algunas veces		Frecuentemente		Siempre		Totales	
Motivo	ni	hi	ni	hi	ni	hi	Ni	hi	ni	hi
Estar a la moda	44	40,0	42	38,2	21	19,1	3	2,7	110	100,0
Comunicarme con familiares	3	2,7	12	10,9	51	46,4	44	40,0	110	100,0
Tratar temas académicos	3	2,7	18	16,4	39	35,5	50	45,5	110	100,0
Ahorrar dinero y tiempo	15	13,6	38	34,5	45	40,9	12	10,9	110	100,0
Parecer interesante	74	67,3	24	21,8	9	8,2	3	2,7	110	100,0
Hacer compras en línea	71	64,5	24	21,8	15	13,6	0	0,0	110	100,0
Totales	210	190,9	158,0	143,6	180,0	163,6	112,0	101,8		

Fuente: Grupo investigativo.

Gráfica 15. Motivación Uso Herramientas Internet



Fuente: Grupo Investigativo

1.4.3 Preferencia Uso Redes Sociales

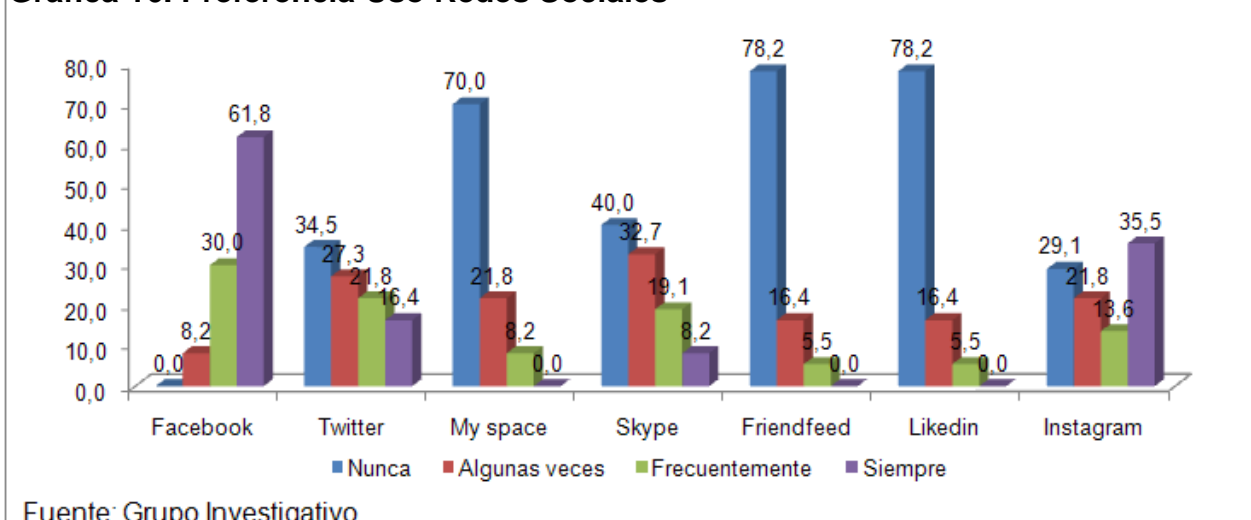
Las preferencias de uso de los estudiantes por las redes sociales son: Facebook siempre el 62%, Instagram siempre el 36%, Twitter siempre el 16%, Skype frecuentemente el 19%, para estar a la moda frecuentemente el 19%, My space algunas veces el 22%, Friendfeed algunas veces el 16%, y Likedin algunas veces el 16%. (Ver Tabla 17 y Gráfica 16).

Tabla 16. Preferencia Uso Redes Sociales

Preferencia Uso Redes Sociales										
Frecuencia	Nunca		Algunas veces		Frecuentemente		Siempre		Totales	
Red Social	ni	hi	ni	hi	ni	hi	ni	hi	ni	hi
Facebook	0	0,0	9	8,2	33	30,0	68	61,8	110	100,0
Twitter	38	34,5	30	27,3	24	21,8	18	16,4	110	100,0
My space	77	70,0	24	21,8	9	8,2	0	0,0	110	100,0
Skype	44	40,0	36	32,7	21	19,1	9	8,2	110	100,0
Friendfeed	86	78,2	18	16,4	6	5,5	0	0,0	110	100,0
Likedin	86	78,2	18	16,4	6	5,5	0	0,0	110	100,0
Instagram	32	29,1	24	21,8	15	13,6	39	35,5	110	100,0
Totales	363	330,0	159,0	144,5	114,0	103,6	134,0	121,8		

Fuente: Grupo investigativo.

Gráfica 16. Preferencia Uso Redes Sociales



1.4.4 Motivo Uso Redes Sociales

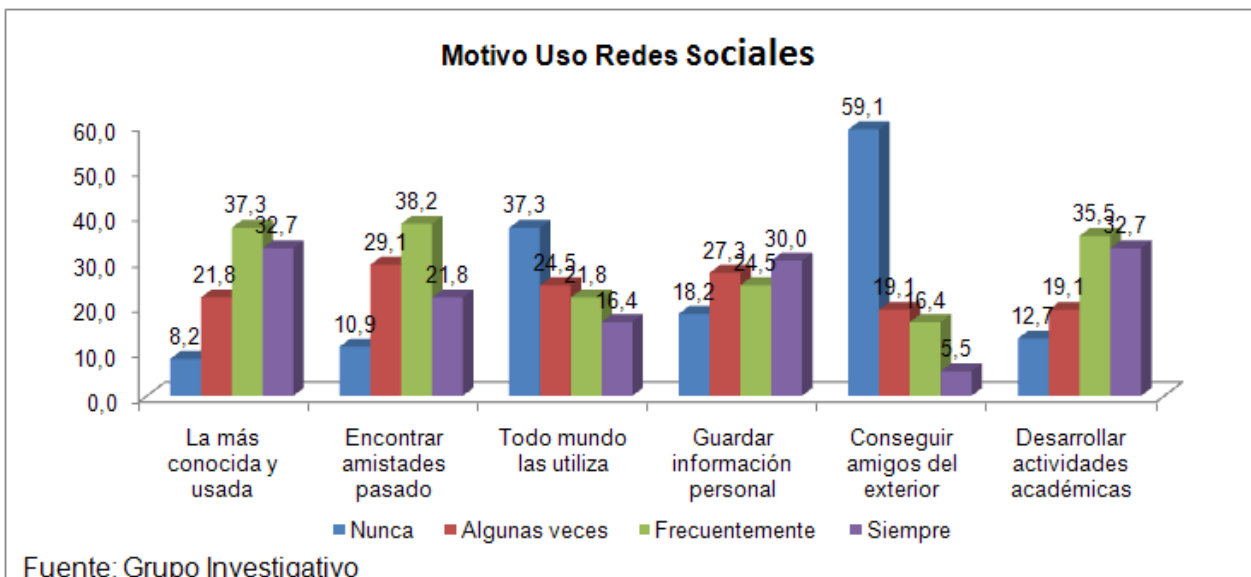
Los motivos de los estudiantes para usar las redes sociales son: para desarrollar actividades académicas siempre el 33%, guardar información personal siempre el 30%, por ser la más conocida y usada siempre el 33%, encontrar amistades del pasado siempre el 22%, todos la utilizan siempre el 16%, y conseguir amigos del exterior frecuentemente el 16%. (Ver Tabla 18 y Gráfica 17).

Tabla 17. Motivo Uso Redes Sociales

Motivo Uso Redes Sociales										
Frecuencia Motivo	Nunca		Algunas veces		Frecuentemente		Siempre		Totales	
	ni	hi	ni	hi	ni	hi	Ni	hi	ni	hi
La más conocida y usada	9	8,2	24	21,8	41	37,3	36	32,7	110	100,0
Encontrar amistades pasado	12	10,9	32	29,1	42	38,2	24	21,8	110	100,0
Todo mundo las utiliza	41	37,3	27	24,5	24	21,8	18	16,4	110	100,0
Guardar información personal	20	18,2	30	27,3	27	24,5	33	30,0	110	100,0
Conseguir amigos del exterior	65	59,1	21	19,1	18	16,4	6	5,5	110	100,0
Desarrollar actividades académicas	14	12,7	21	19,1	39	35,5	36	32,7	110	100,0
Totales	161	146,4	155,0	140,9	191,0	173,6	153,0	139,1		

Fuente: Grupo investigativo.

Gráfica 17. Motivo Uso Redes Sociales



1.4.5 Razones Uso Internet

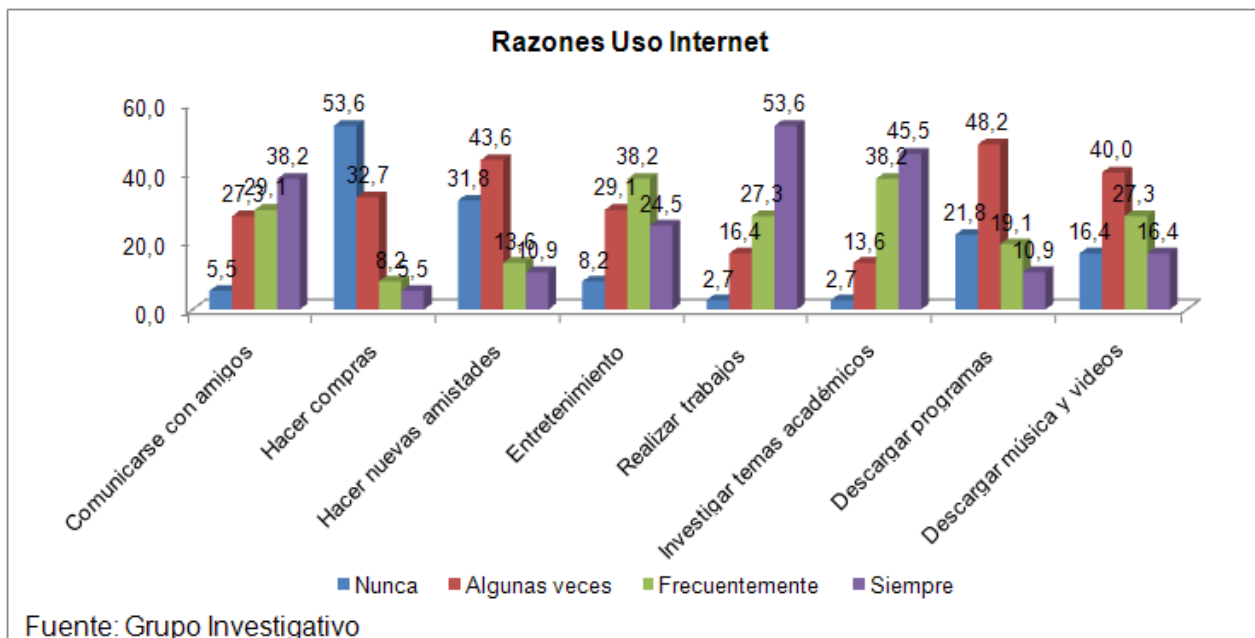
Las razones de los estudiantes para usar internet son: para realizar trabajos siempre el 54%, investigar temas académicos siempre el 50%, comunicarse con amigos siempre el 38%, entretenimiento siempre el 25%, hacer nuevas amistades frecuentemente el 14%, y hacer compras algunas veces el 33%. (Ver Tabla 19 y Gráfica 18).

Tabla 18. Razones Uso Internet

Razones Uso Internet										
Frecuencia Razones	Nunca		Algunas veces		Frecuentemente		Siempre		Totales	
	ni	hi	ni	hi	ni	hi	ni	hi	ni	hi
Comunicarse con amigos	6	5,5	30	27,3	32	29,1	42	38,2	110	100
Hacer compras	59	53,6	36	32,7	9	8,2	6	5,5	110	100
Hacer nuevas amistades	35	31,8	48	43,6	15	13,6	12	10,9	110	100
Entretenimiento	9	8,2	32	29,1	42	38,2	27	24,5	110	100
Realizar trabajos	3	2,7	18	16,4	30	27,3	59	53,6	110	100
Investigar temas académicos	3	2,7	15	13,6	42	38,2	50	45,5	110	100
Descargar programas	24	21,8	53	48,2	21	19,1	12	10,9	110	100
Descargar música y videos	18	16,4	44	40,0	30	27,3	18	16,4	110	100
Totales	157	142,7	276,0	250,9	221,0	200,9	226,0	205,5		

Fuente: Grupo investigativo.

Gráfica 18. Razones Uso Internet



1.4.6 Frecuencia Uso Aplicaciones Celular

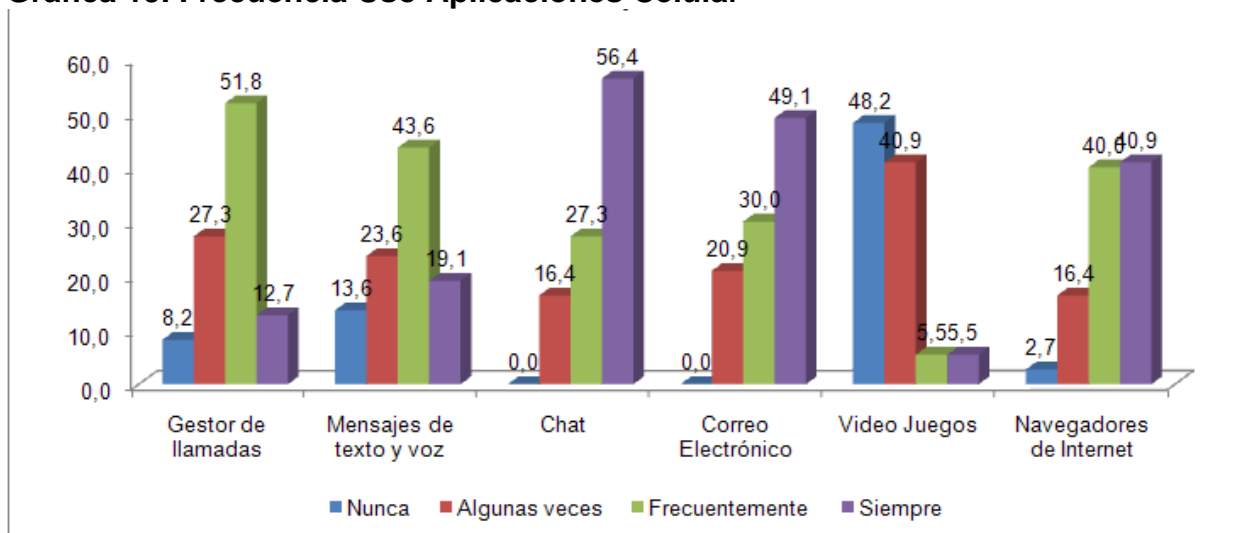
Las principales Aplicaciones para celular o Apps, que los estudiantes usan son: los chats siempre el 56%, el correo electrónico siempre el 49%, los navegadores de internet siempre el 41%, mensajes de texto y voz siempre el 19%, gestores de llamadas siempre el 13%, y video juegos algunas veces el 41%. (Ver Tabla 20 y Gráfica 19).

Tabla 19. Frecuencia Uso Aplicaciones Celular

Frecuencia Uso Aplicaciones Celular										
Frecuencia Aplicación	Nunca		Algunas veces		Frecuentemente		Siempre		Totales	
	ni	hi	ni	hi	ni	hi	ni	hi	ni	hi
Gestor de llamadas	9	8,2	30	27,3	57	51,8	14	12,7	110	100
Mensajes de texto y voz	15	13,6	26	23,6	48	43,6	21	19,1	110	100
Chat	0	0,0	18	16,4	30	27,3	62	56,4	110	100
Correo Electrónico	0	0,0	23	20,9	33	30,0	54	49,1	110	100
Video Juegos	53	48,2	45	40,9	6	5,5	6	5,5	110	100
Navegadores de Internet	3	2,7	18	16,4	44	40,0	45	40,9	110	100
Totales	80	72,7	160,0	145,5	218,0	198,2	202,0	183,6		

Fuente: Grupo investigativo.

Gráfica 19. Frecuencia Uso Aplicaciones Celular



1.4.7 Motivos Uso Celular

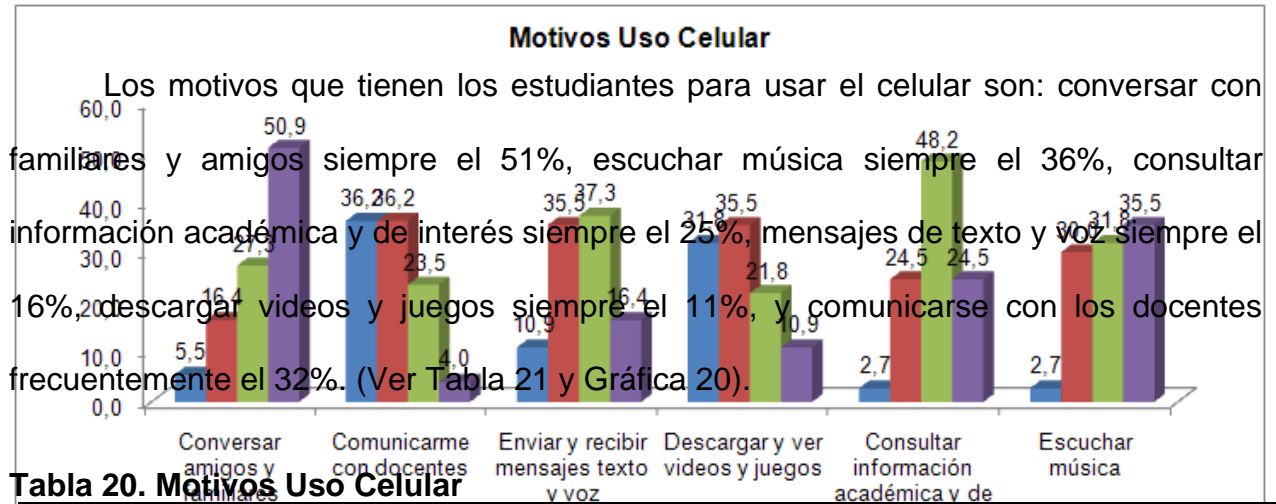
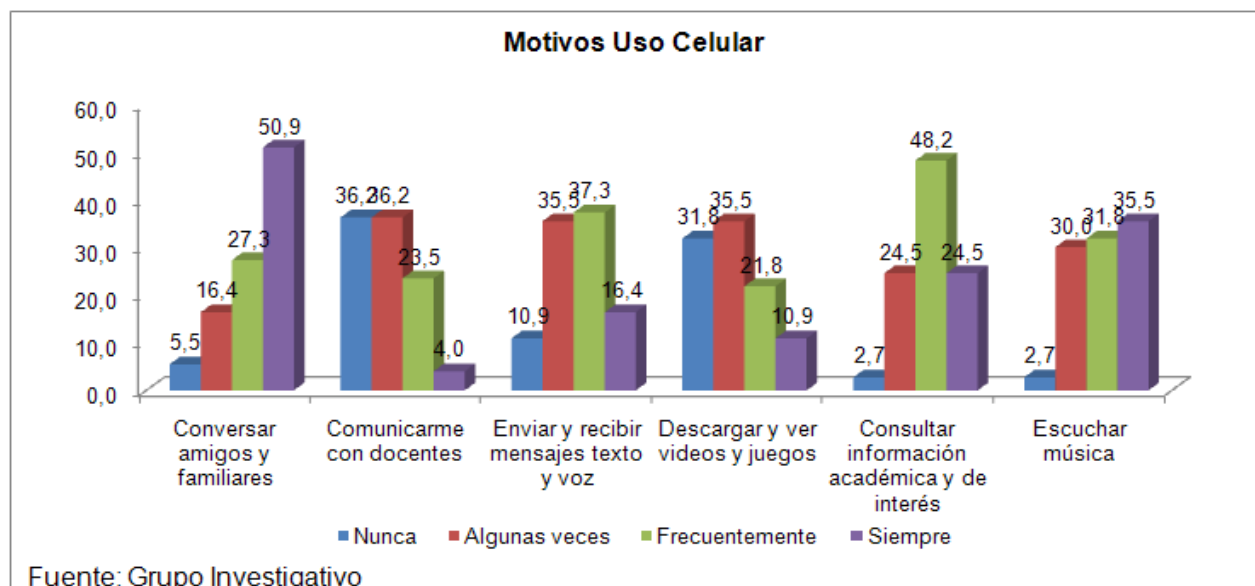


Tabla 20. Motivos Uso Celular

Motivos Uso Celular										
Frecuencia Motivos	Nunca		Algunas veces		Frecuentemente		Siempre		Totales	
	ni	hi	ni	hi	ni	hi	Ni	hi	ni	hi
Conversar amigos y familiares	6	5,5	18	16,4	30	27,3	56	50,9	110	100
Comunicarme con docentes	54	36,2	54	36,2	35	23,5	6	4,0	149	100
Enviar y recibir mensajes texto y voz	12	10,9	39	35,5	41	37,3	18	16,4	110	100
Descargar y ver videos y juegos	35	31,8	39	35,5	24	21,8	12	10,9	110	100
Consultar información académica y de interés	3	2,7	27	24,5	53	48,2	27	24,5	110	100
Escuchar música	3	2,7	33	30,0	35	31,8	39	35,5	110	100
Totales	113	89,9	210,0	178,1	218,0	189,9	158,0	142,2		

Fuente: Grupo investigativo.

Gráfica 20. Motivos Uso Celular



1.4.8 Preferencia por Videojuegos

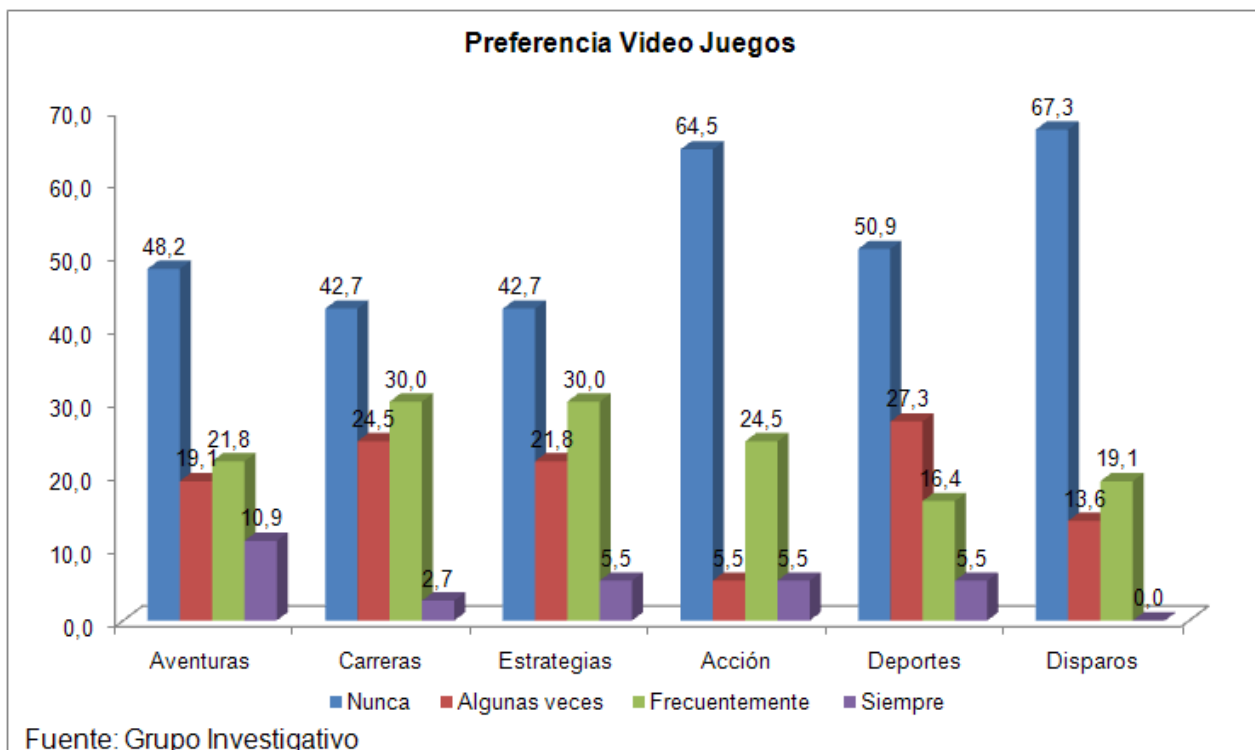
Las principales preferencias que tienen los estudiantes para el uso de video juegos son: juegos de aventuras siempre el 11%, de carreras frecuentemente el 30%, de estrategias frecuentemente el 30%, de acción frecuentemente el 25%, disparos frecuentemente el 19%, y deportes algunas veces el 27%. (Ver Tabla 22 y Gráfica 21).

Tabla 21. Preferencias Video Juegos

Preferencia por Videojuegos										
Frecuencia Video Juego	Nunca		Algunas veces		Frecuentemente		Siempre		Totales	
	ni	hi	ni	hi	ni	hi	ni	hi	ni	hi
Aventuras	53	48,2	21	19,1	24	21,8	12	10,9	110	100
Carreras	47	42,7	27	24,5	33	30,0	3	2,7	110	100
Estrategias	47	42,7	24	21,8	33	30,0	6	5,5	110	100
Acción	71	64,5	6	5,5	27	24,5	6	5,5	110	100
Deportes	56	50,9	30	27,3	18	16,4	6	5,5	110	100
Disparos	74	67,3	15	13,6	21	19,1	0	0,0	110	100
Totales	348	316,4	123,0	111,8	156,0	141,8	33,0	30,0		

Fuente: Grupo investigativo.

Gráfica 21. Preferencias por Videojuegos



1.4.9 Razones para Practicar Videojuegos

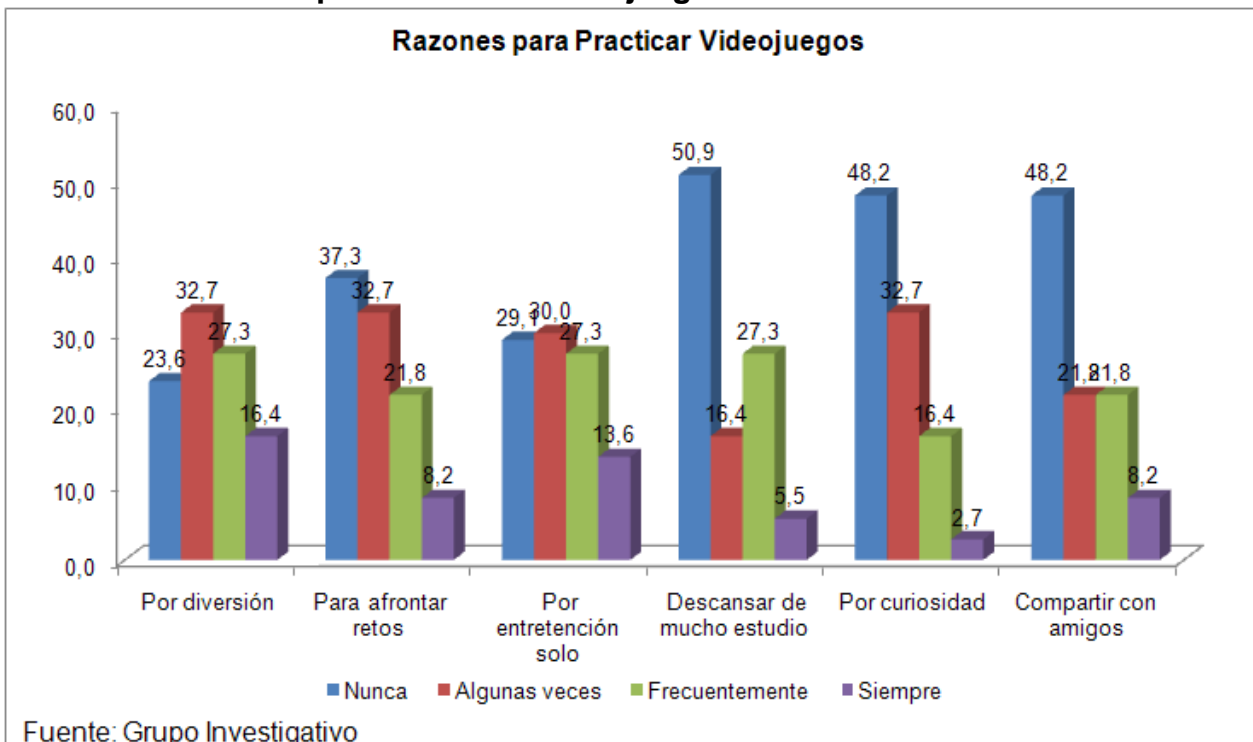
Las razones que tienen los estudiantes para practicar un tipo de video juego son: por diversión siempre el 16%, por entretenimiento frecuentemente el 27%, para descansar frecuentemente el 27%, para afrontar retos frecuentemente el 22%, compartir con amigos frecuentemente el 22%, y por curiosidad frecuentemente el 16%. (Ver Tabla 23 y Gráfica 22).

Tabla 22. Razones para Practicar Videojuegos

Razones para Practicar Videojuegos										
Frecuencia Video Juego	Nunca		Algunas veces		Frecuentemente		Siempre		Totales	
	ni	hi	ni	hi	ni	hi	ni	hi	ni	hi
Por diversión	26	23,6	36	32,7	30	27,3	18	16,4	110	100
Para afrontar retos	41	37,3	36	32,7	24	21,8	9	8,2	110	100
Por entretenimiento solo	32	29,1	33	30,0	30	27,3	15	13,6	110	100
Descansar de mucho estudio	56	50,9	18	16,4	30	27,3	6	5,5	110	100
Por curiosidad	53	48,2	36	32,7	18	16,4	3	2,7	110	100
Compartir con amigos	53	48,2	24	21,8	24	21,8	9	8,2	110	100
Totales	261	237,3	183,0	166,4	156,0	141,8	60,0	54,5		

Fuente: Grupo investigativo.

Gráfica 22. Razones para Practicar Videojuegos



1.5 LOGROS Y APRENDIZAJES

1.5.1 Aportes Medios Tecnológicos a Vida Personal, Familiar y Social

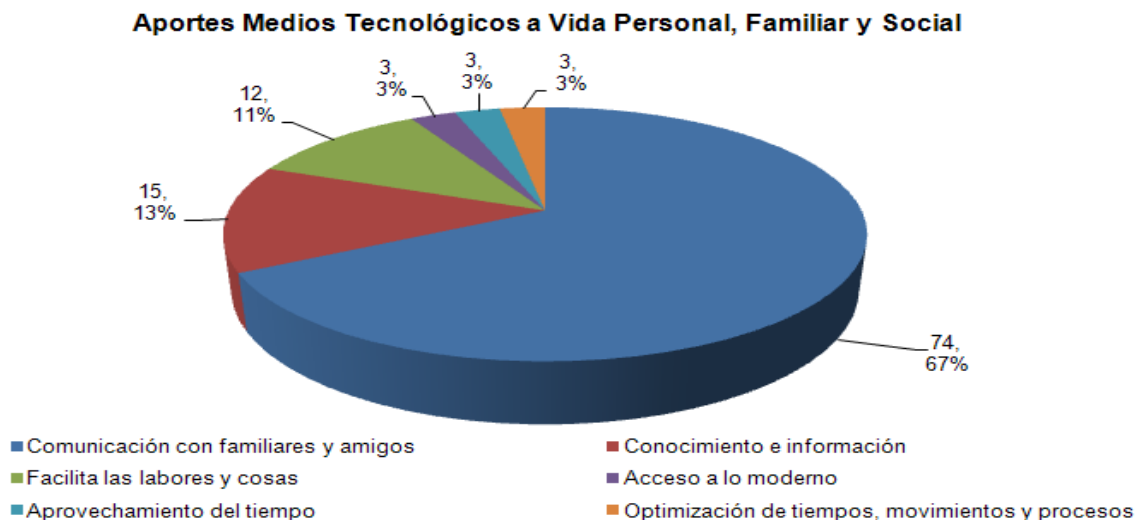
Los aportes que los estudiantes consideran que le ofrecen los medios y herramientas tecnológicas en el desarrollo de su vida personal, familiar y social son: comunicación con familiares y amigos el 67%, conocimiento e información el 14%, facilita las labores y cosas el 11%, acceso a lo moderno el 3%, aprovechamiento del tiempo 3%, optimización de tiempos, movimientos y procesos 3%. (Ver Tabla 24 y Gráfica 23).

Tabla 23. Aportes Medios Tecnológicos a Vida Personal, Familiar y Social

Aportes Medios Tecnológicos a Vida Personal, Familiar y Social	ni	hi
Comunicación con familiares y amigos	74	67,3
Conocimiento e información	15	13,6
Facilita las labores y cosas	12	10,9
Acceso a lo moderno	3	2,7
Aprovechamiento del tiempo	3	2,7
Optimización de tiempos, movimientos y procesos	3	2,7
Total	110	100,0

Fuente: Grupo investigativo.

Gráfica 23. Aportes Medios Tecnológicos a Vida Personal, Familiar y Social



Fuente: Grupo Investigativo

1.5.2 Aportes de Medios Tecnológicos al Desarrollo de la Formación Académica

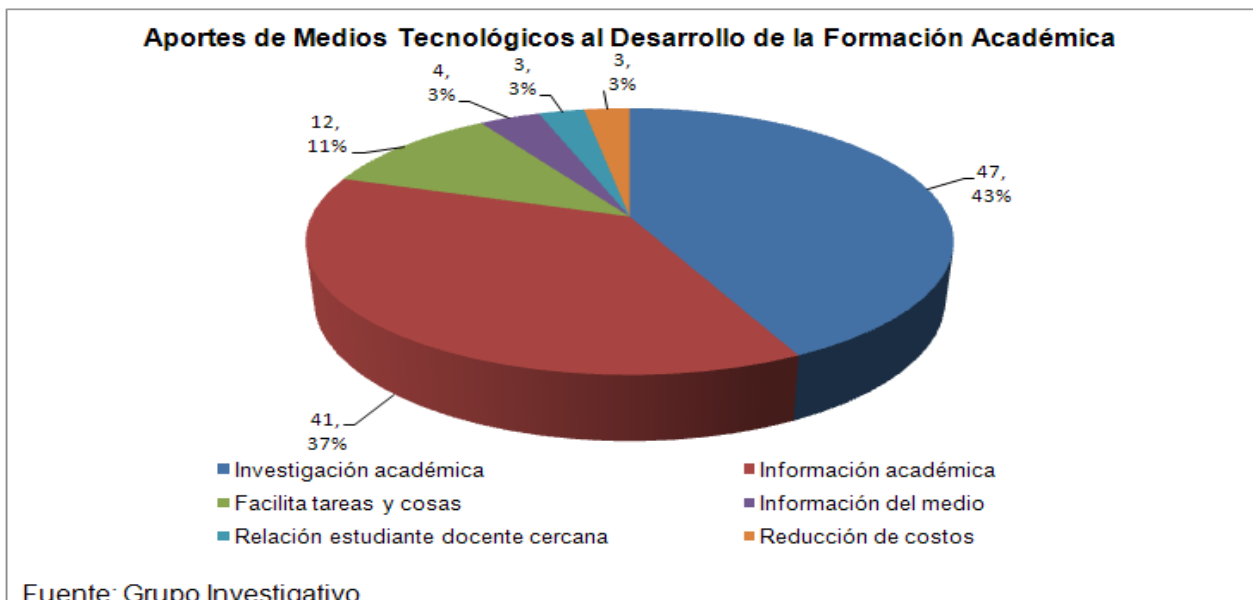
Los aportes que los estudiantes consideran que le ofrecen los medios y herramientas tecnológicas en el desarrollo de su formación académica son: investigación académica el 43%, información académica el 37%, facilita tareas y cosas el 11%, información del medio el 4%, relación estudiante docente cercana 3%, reducción de costos 3%. (Ver Tabla 25 y Gráfica 24).

Tabla 24. Aportes de Medios Tecnológicos al Desarrollo de la Formación Académica

Aportes de Medios Tecnológicos al Desarrollo de la Formación Académica	ni	hi
Investigación académica	47	42,7
Información académica	41	37,3
Facilita tareas y cosas	12	10,9
Información del medio	4	3,6
Relación estudiante docente cercana	3	2,7
Reducción de costos	3	2,7
Total	110	100,0

Fuente: Grupo investigativo.

Gráfica 24. Aportes de Medios Tecnológicos al Desarrollo de la Formación Académica



1.5.3 Aportes de los Medios Tecnológicos al Desarrollo de la Actividad Laboral

Los aportes que los estudiantes consideran que le ofrecen los medios y herramientas tecnológicas en el desarrollo de su actividad laboral son: facilita labores el 25%, comunicación laboral el 23%, no labora el 18%, excelente información servicios prestados el 7%, optimizan procesos, tiempos y dinero el 5%, desempeño laboral eficaz y eficiente el 4%. (Ver Tabla 26 y Gráfica 25).

Tabla 25. Aportes de los Medios Tecnológicos al Desarrollo de la Actividad Laboral

Aportes de los Medios Tecnológicos al Desarrollo de la Actividad Laboral	ni	hi
Facilita labores	27	24,5
Comunicación laboral	25	22,7
No labora	20	18,2
Excelente información servicios prestados	8	7,3
Optimizan procesos, tiempos y dinero	5	4,5
Desempeño laboral eficaz y eficiente	4	3,6
Mejor desempeño laboral	3	2,7
Investigación	3	2,7
Información general	3	2,7
Facilita la gestión empresarial	3	2,7
Comunicación clientes, vender productos	3	2,7
Aplicaciones y programas	3	2,7
Otros	3	2,7
Total	110	100,0

Fuente: Grupo investigativo.

Gráfica 25. Aportes de los Medios Tecnológicos al Desarrollo de la Actividad Laboral



1.5.4 Desventajas de los Medios Tecnológicos en la Formación Académica

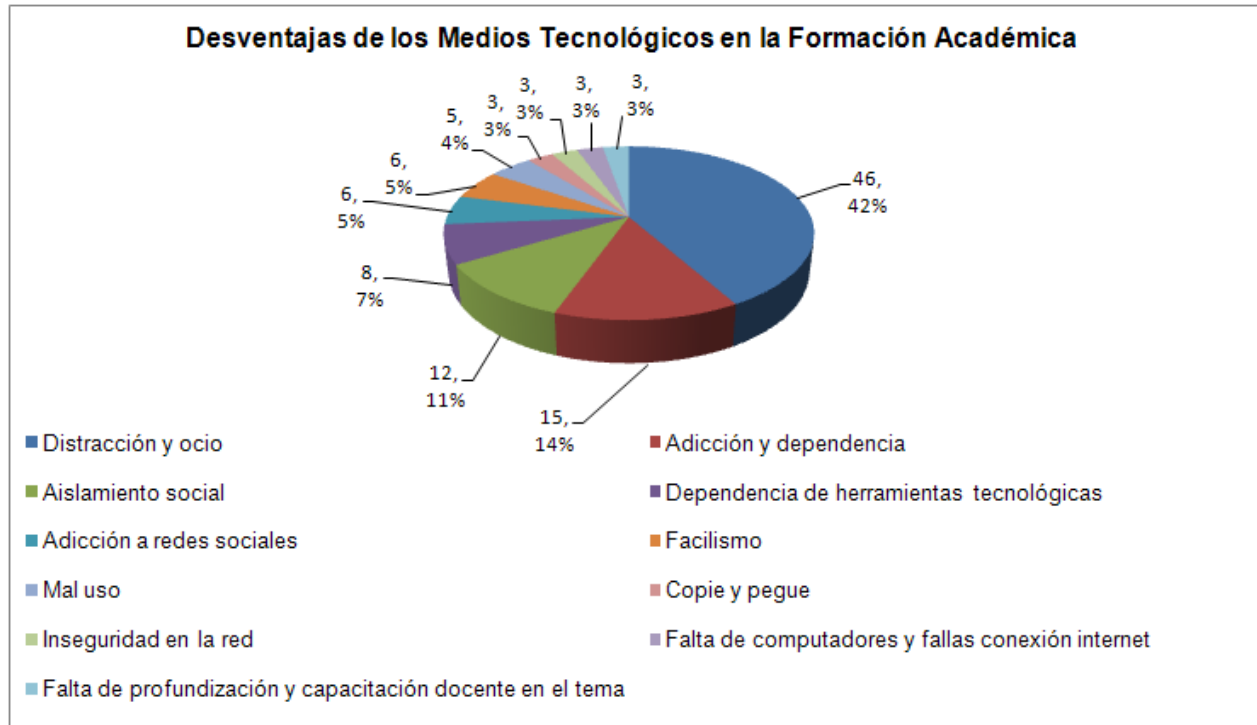
Las desventajas que los estudiantes reconocen que le ofrecen los medios y herramientas tecnológicas en la formación académica son: distracción y ocio el 46%, adicción y dependencia el 14%, aislamiento social el 11%, dependencia de herramientas tecnológicas el %, adicción a redes sociales el 6%, facilismo el 6%, mal uso el 5%, y otros el 3%. (Ver Tabla 27 y Gráfica 26).

Tabla 26. Desventajas de los Medios Tecnológicos en la Formación Académica

Desventajas de los Medios Tecnológicos en la Formación Académica	ni	hi
Distracción y ocio	46	41,8
Adicción y dependencia	15	13,6
Aislamiento social	12	10,9
Dependencia de herramientas tecnológicas	8	7,3
Adicción a redes sociales	6	5,5
Facilismo	6	5,5
Mal uso	5	4,5
Copie y pegue	3	2,7
Inseguridad en la red	3	2,7
Falta de computadores y fallas conexión internet	3	2,7
Falta de profundización y capacitación docente en el tema	3	2,7
Total	110	100,0

Fuente: Grupo investigativo.

Gráfica 26. Desventajas de los Medios Tecnológicos en la Formación Académica



2 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

2.1.1 CONCLUSIONES

Los medios tecnológicos son sin duda herramientas de suma importancia para la vida de las personas, teniendo una mayor trascendencia y relevancia para la vida académica de cualquier estudiante, ya que le permite tener acceso a una gran cantidad de información desde muchos puntos de vista, factor que le facilita su proceso de aprendizaje, ya que no lo limita a los recursos con los que puedan contar las instituciones educativas.

El estudio permite constatar que los estudiantes de los programas de Administración de Empresas, son conscientes y conocedores de las múltiples herramientas e información que los medios tecnológicos y los medios tecnológicos disponibles en la actualidad pueden suministrar, si se sabe utilizarlas. Este conocimiento en sí mismo ya es una ventaja competitiva que les puede facilitar la realización de sus trabajos académicos, ya que pueden tomar ideas y conceptos de todas partes del mundo, para contrastar y soportar los conocimientos adquiridos en sus aulas de clase.

El celular es uno de los equipos tecnológicos que con mayor frecuencia se usa por parte de los estudiantes seguidos por el computador portátil, relegando al computador de mesa, al televisor y a la tableta; sin duda el equipo más relegado es la radio, aparato que en otras épocas tenía una gran importancia en la idiosincrasia local.

Las ventajas que se pueden obtener de los medios tecnológicos son múltiples y están centrados en la facilidad con la que se puede disponer de información y datos, la

forma como potencializa la comunicación humana, disminuyendo las distancias, los tiempos y reduciendo drásticamente los costos del uso de la información y la interacción con otros seres humanos.

Los estudiantes son muy conscientes de que las herramientas tecnológicas disponibles pueden ser utilizadas en múltiples escenarios, ya sea en los hogares, en la academia, en las actividades laborales, en la investigación académica y científica, ya que permiten trabajar de una manera más eficiente y con eficacia.

Uno de los principales peligros que ofrecen estas herramientas, radican en el mal uso que se le pueden dar ya que pueden causar dependencia, adicción, aislamiento social; derivando en la vida académica en un facilismo o copie y pegue que no permite el desarrollo de capacidades y competencias necesarias para cumplir con los requisitos de una capacitación de calidad en los estudiantes de todas las instituciones educativas.

2.1.2 RECOMENDACIONES

Debido a la gran importancia e influencia que los medios tecnológicos ejercen sobre los jóvenes y adultos es preponderante que los desarrollos metodológicos utilizados en las clases presenciales, deben ser diseñados y estructurados para que los estudiantes puedan utilizar y complementar sus procesos de aprendizaje académico de manera emparejada y complementaria con los contenidos aportados en clase presencial con los contenidos suministrados en las plataformas de la institución educativa.

Es por esto que las estrategias metodológicas deben estar diseñadas para lograr llamar la atención de los estudiantes y no les permitan salir del ambiente educativo;

creando micro mundos virtuales que capten la atención de los alumnos, manteniéndolos en continuo movimiento de un contenido a otro, para que no se desvíe la atención, ante la posibilidad de un mundo de alternativas de esparcimiento y ocio, que ofrece la red.

La clave de estas se encuentra en la facilidad que puedan proporcionar para acceder a la información, de una forma llamativa y compendiada, con el objetivo de poder atrapar la atención del estudiante para no permitirle desviar su atención a información superflua o proveniente de fuentes de dudosa seriedad y veracidad.

Además de facilidad es importante que los contenidos puedan tener compatibilidad con todas las plataformas para que la información pueda, indistintamente del medio tecnológico a utilizar, aprovechada de la mejor forma posible por los estudiantes y la total accesibilidad de una manera rápida y completa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arana, J. (2013). Tendencias en educación en la sociedad de las tecnologías de la información. EDUTEC, Revista Electrónica de Tecnología Educativa, nº 7
Disponible en: http://nti.uji.es/docs/nti/Jordi_Adell_EDUTEC.html

Area, M. (2002). ¿Una Escuela Del Siglo Xix En El Siglo Xxi? Redefiniendo Las Metas, Formas Y Políticas De La Educación En La Era Digital. Disponible en:
<http://tecnologiaedu.us.es/cuestionario/bibliovir/a9.pdf>

Coderch, J., y Guiter, G. (2001). Cuadernos de pedagogía, págs. 56-63 ISSN 0210-0630, N° 301, 2001, Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=36873>

Ochoa, Carlos. (2015) Muestreo Probabilístico: Muestreo Estratificado. Blog de Netquest.
Disponible en: <http://www.netquest.com/blog/es/muestreo-probabilistico-muestreo-estratificado/>.

Pareja, R. (1984). Historia de la radio en Colombia, 1929-1980 / Disponible en:
<http://bdigital.eafit.edu.co:8080/bdng/query/single.xsp?idregistro=2544105>

Salinas, J. (2002). Modelos flexibles como respuesta de las universidades a la sociedad de la información. Disponible en: <http://gte.uib.es/pape/gte/publicaciones/modelos-flexibles-como-respuesta-de-las-universidades-la-sociedad-de-la-informacion>

Coderch, J., y Guiter, G. (2001). Cuadernos de pedagogía, págs. 56-63 ISSN 0210-0630, N° 301, 2001, Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=36873>

Rodríguez V., J. (2006). Decisiones gerenciales efectivas. Editorial Trillas. Disponible en: <http://librosebooks.org/libro/decisiones-gerenciales-efectivas-fundamentos-para-la-solucion-de-problemas-administrativos>

