

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE QUITO

UNIDAD DE POSTGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Tesis previa a la obtención del título de: MAGISTER EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**ANÁLISIS DE LA CONTRIBUCIÓN DE LAS TIC EN LA ACTUALIZACIÓN
PROFESIONAL DE LOS EJECUTIVOS DE NIVEL GERENCIAL DE LAS
EMPRESAS PRIVADAS EN LA CIUDAD DE QUITO EN LOS ÚLTIMOS
CUATRO AÑOS.**

Autor:

Torres Escobar Vicente Adrián

Director:

Máster Freddy Arévalo

Quito, Julio 2015

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO DEL
TRABAJO DE GRADO**

Yo, Vicente Adrián Torres Escobar, autorizo a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo y su reproducción sin fines de lucro.

Además declaro que los conceptos y análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de responsabilidad del autor.

Vicente Adrián Torres Escobar

CC.1801254689

DEDICATORIA

Esta tesis de grado se la dedico a mi familia, en especial a mi esposa y mis hijos Andrés y Michelle. Que el amor al estudio sea uno de mis legados para ellos.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Politécnica Salesiana, a sus autoridades, a los profesores de la Maestría en Administración de Empresas, los conocimientos impartidos por muchos de ellos de alguna forma se han plasmado en esta tesis de grado, hoy concluida. Mi agradecimiento especial al Ing. Fredy Arévalo. MBA, profesor y director de tesis, de altísimo nivel, a quien siempre guardaré gratitud y consideración.

RESUMEN

La masificación de las *TIC*, plantea nuevos retos para los ejecutivos de nivel gerencial de empresas y otras organizaciones. La velocidad con la que, a través de las *TIC*, fluye la información y el conocimiento dinamiza toda la vida empresarial y organizacional en general. Productos y servicios tienen más rápida obsolescencia o competencia creciente. En este entorno, el factor humano de las organizaciones es cada vez más exigido. Quienes ocupan puestos gerenciales por lo tanto, deben estar sintonizados con todos los medios que facilitan su actualización profesional para permanecer competitivos como individuos y para así contribuir a la competitividad de su empresa u organización. A través de investigación bibliográfica se logró realizar una clarificación conceptual sobre lo que son las *TIC*, para qué se utilizan, cómo funcionan y qué aportes dan particularmente a la actualización de los ejecutivos de nivel gerencial, a la gestión empresarial y de manera breve a otros campos de la vida humana. A través del estudio de mercado realizado a ejecutivos de nivel gerencial de la ciudad de Quito, se identificó la contribución que en los últimos cuatro años las diversas *TIC* dan a la actualización profesional de ejecutivos que tienen roles gerenciales, finalmente se contrastó el uso de las *TIC* versus los *medios tradicionales* de actualización profesional para determinar el grado de uso de cada uno de ellos en la actualización profesional.

ABSTRACT

The massification of ICTs poses new challenges for the management level executives of companies and other organizations. The speed with which, through ICT, information flows and knowledge streamlines all business and organizational life in general. Products and services are growing faster obsolescence or competition. In this environment, the human factor of organizations is increasingly required. Those in management positions therefore must be tuned with all the means that facilitate their professional updating to remain competitive as individuals and to contribute to the competitiveness of your company or organization. Through bibliographical research was achieved make a conceptual clarification of what the ICT, what they are used, how they work and what contributions they particularly updating the executive management level, business management and briefly other fields of human life. Through the market survey management level executives of Quito, the contribution in the last four years the various ICT give the professional development of executives who have managerial roles identified finally the use of contrasted ICTs versus traditional means of professional development to determine the extent of use of each of them in professional development.

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO I.....	11
1.1 DEBATE CONCEPTUAL	11
1.1.1 <i>Definiciones de nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación.....</i>	<i>11</i>
1.1.2 <i>Pros y contras de las nuevas tecnologías de la Información y Comunicación.....</i>	<i>15</i>
1.2 ENFOQUE TEÓRICO.....	19
1.2.1 <i>Origen de las tecnologías de la información y comunicación</i>	<i>19</i>
1.2.2 <i>Impacto de las TIC</i>	<i>22</i>
1.2.3 <i>El reto de la sociedad del conocimiento en la formación del talento humano del siglo XXI.....</i>	<i>24</i>
1.2.4 <i>El nuevo perfil económico en la Sociedad del Conocimiento</i>	<i>25</i>
1.2.5 <i>Las Tecnologías Información y Las Comunicaciones Aplicadas a La Educación Continua en la Sociedad del Conocimiento.....</i>	<i>27</i>
1.2.6 <i>Nuevos perfiles de formación en la sociedad del conocimiento.....</i>	<i>30</i>
1.2.7 <i>Fundamentos del aprendizaje virtual.....</i>	<i>32</i>
1.2.8 <i>Las TIC y su impacto a nivel gerencial.....</i>	<i>34</i>
1.2.9 <i>Tipos de TIC utilizadas para actualización profesional</i>	<i>35</i>
CAPÍTULO II.....	46
2.1 TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	47
2.2 INVESTIGACIÓN DE CAMPO	49
2.3 PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	50
2.4 ANÁLISIS GENERAL DE LOS RESULTADOS.....	131
2.4.1 <i>Resultados globales. Contribución alta y muy alta.....</i>	<i>131</i>
2.4.2 <i>Resultados por rangos de edades. Contribución alta y muy alta.....</i>	<i>143</i>
CAPÍTULO III	159
3.1 USO DE LAS TIC EN LA ACTUALIZACIÓN GERENCIAL EN LOS ÚLTIMOS CUATRO AÑOS POR PARTE EJECUTIVOS DE NIVEL GERENCIAL EN EL DMQ	159

3.2	CONTRIBUCIÓN DE MEDIOS TRADICIONALES A LA ACTUALIZACIÓN PROFESIONAL DE EJECUTIVOS DE NIVEL GERENCIAL EN LOS ÚLTIMOS CUATRO AÑOS EN EL DMQ.	161
3.3	CONTRASTACIÓN DE LA CONTRIBUCIÓN DE LAS TIC VERSUS Los MEDIOS TRADICIONALES	162
	CAPÍTULO IV	164
	4.1 CONCLUSIONES	164
	ANEXOS.....	169
	BIBLIOGRAFÍA	172

INTRODUCCIÓN

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) han tenido un desarrollo explosivo a partir de finales del siglo XX y el comienzo del siglo XXI, al punto de que han originado lo que se denomina “Sociedad del Conocimiento” o “de la Información”. Prácticamente no hay un solo ámbito de la vida humana que no se haya visto impactada por este desarrollo: la salud, las finanzas, los mercados laborales, las comunicaciones, el gobierno, la productividad industrial, etc. El conocimiento se multiplica más rápido que nunca antes y se distribuye de manera prácticamente instantánea. El mundo se ha vuelto un lugar interconectado. La enorme presencia de las TIC es al mismo tiempo una oportunidad y un desafío, puesto que su empleo puede conllevar grandes beneficios de diversa índole y el no saber cómo usar esa tecnología podría significar un obstáculo para las personas y las sociedades. Hasta ahora, no se ha aprovechado de manera efectiva este enorme avance para obtener en el campo educativo, por ejemplo, mejores resultados de aprendizaje de los estudiantes.

Situarse en el siglo XXI, en la sociedad del conocimiento modelada por el avance científico permanente implica sobre todo el reconocer y la valorar la penetración de los medios de comunicación de masas, de los ordenadores y del incremento incesante de la información, cada vez más audiovisual, multimedial e hipervinculada. Por ello, pensar en la realidad actual es sinónimo de Tecnologías de la Información y la Comunicación, aprendizaje permanente y gestión del conocimiento. Son sus pilares fundamentales y, son dimensiones infaltables para la competitividad, el progreso económico y el futuro de las personas así como para avanzar hacia la mejora continua de la calidad en todos los ámbitos. En el ámbito de la formación para el trabajo, la significación de estos pilares y, concretamente, de la presencia y los aportes de las tecnologías de la información y la comunicación ha sido reafirmada e impulsada incluso por la Organización Internacional del Trabajo en su Recomendación 195 de la OIT de junio de 2004 sobre el Desarrollo de los recursos humanos: educación, formación y aprendizaje permanente que constituye el marco de referencia más actual y abarcativo sobre las principales cuestiones de este ámbito de acción. Siempre la introducción y difusión de una innovación causa un desequilibrio en el contexto en el cual se introduce, especialmente en las primeras etapas de su propagación, por ello la retroalimentación permanente y colectiva entre desarrollos conceptuales y experiencias de implementación es crucial tanto para entender estos desequilibrios como

constitutivos del propio proceso de cambio como para minimizar sus costos y avanzar, lo más rápida y seguramente posible, hacia un salto cualitativo que restablezca el equilibrio.

Queda en evidencia el rol preponderante que jugará la formación y capacitación en el incremento de la productividad. Se necesitan trabajadores de mejor calidad y que sean capaces de hacer funcionar las TIC lo que, a su vez, aumentará la eficiencia en la relación entre mano de obra, capital e infraestructura. Incluir TIC en programas focalizados para todos los sectores productivos es entonces un desafío urgente. Buena parte de las probabilidades de éxito de un nuevo emprendimiento en esta sociedad del conocimiento está en su capacidad de integrarse a redes de proveedores, expertos y consumidores que están ubicados en cualquier parte del mundo y fácilmente accesibles mediante TIC. Por su parte, para enfrentar los cambios constantes en los contenidos y la manera de hacer las cosas, las personas tienen que conocerse a sí mismas y a la realidad en la que están insertas, reconocer y valorar las propias capacidades y limitaciones y hacerlo en relación con las exigencias, características y perspectivas que les plantea el trabajo y la organización social contemporánea. Las competencias para el uso de TIC integran las competencias básicas para la empleabilidad y, más aun, no parece posible concebir la alfabetización en el mundo contemporáneo si no incluye la alfabetización digital.

Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones son piezas fundamentales en el mundo económico y empresarial actual. Su implantación en la empresa permite la modernización y agilización de los procesos, incrementar los niveles de productividad y, en definitiva, aumentar la competitividad de la empresa en un mercado cada vez más globalizado, y en consecuencia mucho más competitivo.

Centrándonos en el uso del ordenador y de la informática, un gran porcentaje de empleados utilizan un ordenador para desempeñar sus tareas, y por tanto, se trata de una herramienta de uso generalizado. El campo de la administración, mercadeo, producción, gestión, finanzas y recursos humanos es el del uso de ordenadores por excelencia, puesto que prácticamente todas las empresas emplean los procesadores para estas tareas. Esto obliga a que la empresa deba ser uno de los principales agentes impulsores de la formación y no dejar completamente en manos del trabajador la responsabilidad de la actualización y puesta al día.

Gracias a las nuevas tecnologías de la información, cada vez hay más empresas que participan en el comercio electrónico. La comodidad que la Red supone, la variedad de productos, o los precios más reducidos, son algunos de los factores que motivan la adquisición de productos on-line. Además, es necesario tener en cuenta que el proceso de compra a través de la Red es más sencillo para las empresas que el hecho de ofrecer sus productos a través de la misma.

Una herramienta que complementa la evaluación del ambiente interno de la empresa es el análisis de la cadena de valor de la empresa. La cadena de valor de una empresa está conformada por todas sus actividades generadoras de valor agregado y por los márgenes que éstas aportan. Su objetivo último es maximizar la creación de valor mientras se minimizan los costos. De lo que se trata es de crear valor para el cliente, lo que se traduce en un margen entre lo que se acepta pagar y los costos incurridos. En relación con esto, hay que remarcar que todas estas actividades que forman la cadena de valor precisan de apoyo, concretamente de desarrollo tecnológico (telecomunicaciones, automatización, desarrollo de procesos e ingeniería, investigación) como habilitador de la estrategia empresarial, es decir, que desempeñan una función de interrelación entre las actividades consideradas núcleo de la empresa.

Pues bien, la nueva tecnología no sólo permite la adaptación del producto o servicio al cliente sino que, además, en muchos casos permite mostrarlo, venderlo, cobrarlo, hacerlo accesible y obtener comentarios sobre él sin que tenga que producirse un desplazamiento por su parte. Por otro lado, la incorporación de información, como un servicio más, al propio producto físico o al servicio permitido por la tecnología es una forma cada vez más importante de diferenciarlo de los productos de los competidores.

Hoy en día, las empresas compiten en dos mundos: uno real de recursos “palpables”, y uno virtual de información que mediante transacciones electrónicas ha originado un nuevo lugar de creación de valor, al que denominan “cadena de valor virtual”. Así, mediante el análisis de la cadena de valor, los directivos han conseguido rediseñar sus procesos internos y externos para mejorar su eficacia y eficiencia. Sin embargo, el modelo de la cadena de valor no sólo debe considerar que la información es un elemento de apoyo del proceso que añade valor sino también que es una fuente de valor en sí misma. Debe procederse a la gestión de dos procesos interrelacionados que añaden valor en dos campos

mutuamente dependientes. Después de todo lo expuesto, parece evidente la necesidad de integrar las Tecnologías de la Información en la propia formulación de la estrategia empresarial y su inclusión en la definición del modelo de negocio.

La educación durante toda la vida se presenta como una exigencia y llave de acceso al siglo XXI. Esta noción responde al reto de un mundo que cambia rápidamente. Esta necesidad persiste, incluso se ha acentuado, y la única forma de satisfacerla es que todos aprendamos a aprender. Para este objetivo es vital que el ejecutivo gerencial esté a la vanguardia en el uso de las herramientas por excelencia de la sociedad actual: las nuevas tecnologías de la información o TIC, y uno de los usos de esas herramientas es la actualización profesional.

CAPÍTULO I

EL MARCO TEÓRICO

1.1 DEBATE CONCEPTUAL

1.1.1 Definiciones de nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación

Hablar de Tecnologías de la Información y Comunicación, es hablar de innovación y mayor eficiencia. Obtener respuestas rápidas a través del uso correcto de esta tecnología moderna es solo una de las facilidades que ofrece la aplicación de la misma.

En el Ecuador aún existen interrogantes respecto a la aplicación de las TIC y su impacto positivo o negativo en la sociedad. Sin embargo, estas dudas no han detenido la expansión masiva de las TIC en el sistema educativo y productivo del país. Las nuevas generaciones presentan dependencia de los dispositivos electrónicos y las aplicaciones que ofrecen, los canales de comunicación han evolucionado y por ende las relaciones también.

La evolución de la comunicación ha provocado uno de los cambios globales más relevantes en los últimos años. La facilidad para realizar llamadas gratuitas, incluyendo video, compartir pantalla y organizar reuniones con grupos de más de diez personas está al alcance de cualquier persona. Además la forma de escribir, comunicar ideas, mensajes a través de fotos, sonido, emoticones.

Sin embargo, a pesar de que esta tecnología es de bajo costo y muchas aplicaciones son gratuitas aún existe un limitante, el acceso al internet no permite que las TIC lleguen de una manera uniforme a la sociedad. Sobre todo en África, Asia, América Latina donde hace falta alcanzar mayor conectividad en comparación con Norteamérica.

En nuestro país a pesar de los proyectos de inclusión, aun las zonas de acceso gratuito al internet son escasas, el alto costo de los planes de internet para los hogares y mucho más para telefonía móvil dificulta una conectividad permanente en el territorio. Existe también dificultad con la velocidad y el servicio que ofrecen las empresas telefónicas.

En el presente trabajo se iniciará con la definición de las TIC, comprender qué son y su aplicación fundamental para el desarrollo de la investigación y las recomendaciones que se realicen del mismo.

Existen algunas definiciones de Tecnologías de la Información. Casi tantas como tratadistas han escrito sobre el tema. Existe en la red una investigación realizada denominada Benchmarking sobre las definiciones de las TIC en la sociedad del conocimiento, (Cobo, 2009) De este trabajo se citan a continuación algunas de ellas:

"Las TIC se definen colectivamente como innovaciones en microelectrónica, computación (hardware y software), telecomunicaciones y optoelectrónica - microprocesadores, semiconductores, fibra óptica - que permiten el procesamiento y acumulación de enormes cantidades de información, además de una rápida distribución de la información a través de redes de comunicación. La vinculación de estos dispositivos electrónicos, permitiendo que se comuniquen entre sí, crea sistemas de información en red basados en un protocolo en común. Esto va cambiando radicalmente el acceso a la información y la estructura de la comunicación, extendiendo el alcance de la red a casi todo el mundo [...] Herramientas que las personas usan para compartir, distribuir y reunir información, y comunicarse entre sí, o en grupos, por medio de las computadoras o las redes de computadoras interconectadas...". (Fernández Muñoz, R., 2005) (Cobo, El concepto de tecnologías de la información., 2009, pág. 305)

"Nos referimos a ellas como una serie de nuevos medios que van desde los hipertextos, los multimedias, Internet, la realidad virtual, o la televisión por satélite. Una característica común que las definen es que estas nuevas tecnologías giran de manera interactiva en torno a las telecomunicaciones, la informática y los audiovisuales y su combinación, como son los multimedias [...]Las nuevas tecnologías vendrían a diferenciarse de las tradicionales, en las posibilidades de creación de nuevos entornos comunicativos y expresivos que facilitan a los receptores la posibilidad de desarrollar nuevas experiencias formativas,

expresivas y educativas". (Almenara, C.; Barroso Osuna, J.; Romero Tena (Cobo, El concepto de tecnologías de la información. , 2009, pág. 306)

"Las TIC (Tecnologías de la Información y Comunicaciones) son las tecnologías que se necesitan para la gestión y transformación de la información, y muy en particular el uso de ordenadores y programas que permiten crear, modificar, almacenar, proteger y recuperar esa información. Las TIC, como elemento esencial de la Sociedad de la Información habilitan la capacidad universal de acceder y contribuir a la información, las ideas y el conocimiento. Hacen, por tanto, posible promover el intercambio y el fortalecimiento de los conocimientos mundiales en favor del desarrollo, permitiendo un acceso equitativo a la información para actividades económicas, sociales, políticas, sanitarias, culturales, educativas y científicas, dando acceso a la información que está en el dominio público. Las TIC generan ventajas múltiples tales como un público instruido, nuevos empleos, innovación, oportunidades comerciales y el avance de las ciencias. Desde el punto de vista de la educación, las TIC elevan la calidad del proceso educativo, derribando las barreras del espacio y del tiempo, permitiendo la interacción y colaboración entre las personas para la construcción colectiva del conocimiento, y de fuentes de información de calidad (aprendizaje colectivo), como por ejemplo Wikipedia, y el desarrollo de los individuos gracias a que les permiten el acceso a dichas fuentes. (Fundación Telefónica. 2007). (Cobo, El concepto de tecnologías de la información. , 2009, pág. 306)

La definición de Fernández Muñoz describe el funcionamiento tecnológico de las nuevas tecnologías de la información y resalta los nuevos usos de viejas tecnologías como la televisiva que al incorporar interactividad puede tener características de una nueva TIC.

Almenara, C.; Barroso Osuna, J.; Romero Tena también describen el funcionamiento tecnológico de las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación pero resaltan las posibilidades de que a través de ellas se creen nuevos entornos

comunicativos y expresivos que faciliten el desarrollo de nuevas experiencias formativas, expresivas y educativas.

Finalmente, la definición de Fundación Telefónica, resalta sobre todo el uso de las TIC, como elemento esencial de la Sociedad de la Información y su contribución al intercambio y fortalecimiento de los conocimientos mundiales a favor del desarrollo.

Luego de destacar las definiciones de Tecnologías de la Información y Comunicación, que las ha evaluado como las mejores de entre decenas de ellas, Cobo, 2009, propone su propia definición:

Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC): Dispositivos tecnológicos (hardware y software) que permiten editar, producir, almacenar, intercambiar y transmitir datos entre diferentes sistemas de información que cuentan con protocolos comunes. Estas aplicaciones, que integran medios de informática, telecomunicaciones y redes, posibilitan tanto la comunicación y colaboración interpersonal (persona a persona) como la multidireccional (uno a muchos o muchos a muchos).

Estas herramientas desempeñan un papel sustantivo en la generación, intercambio, difusión, gestión y acceso al conocimiento. La acelerada innovación e hibridación de estos dispositivos ha incidido en diversos escenarios. Entre ellos destacan: las relaciones sociales, las estructuras organizacionales, los métodos de enseñanza-aprendizaje, las formas de expresión cultural, los modelos negocios, las políticas públicas nacionales e internacionales, la producción científica (I+D), entre otros. En el contexto de las sociedades del conocimiento, estos medios pueden contribuir al desarrollo educativo, laboral, político, económico, al bienestar social, entre otros ámbitos de la vida diaria. (Cobo, El concepto de tecnologías de la información. , 2009, pág. 312)

Esta última definición es quizá la mejor estructurada y clara, tanto porque describe de manera sencilla los elementos constitutivos de las Tecnologías de la Información y Comunicación; tanto por el alcance integral que da a la misma puesto que va desde la incidencia personal hasta la social en diversos escenarios.

1.1.2 Pros y contras de las nuevas tecnologías de la Información y Comunicación

El uso de las TIC proporciona nuevas experiencias formativas que han revolucionado el sistema educativo actual, reemplazando los cuadernos por laptops, métodos tradicionales para el aprendizaje como carteles, pizarrones de tiza por pizarrones inteligentes con la oportunidad de almacenar información en la red y compartirla con diferentes usuarios.

Las posibilidades para crear nuevos entornos comunicativos siguen aumentando. Día a día se pueden ver los avances en tecnología que se presentan a nivel mundial, la inversión en investigación y desarrollo ha aumentado y se espera que siga incrementando.

El impacto de las TIC dentro de la economía ha dado paso a contribuciones positivas para la sociedad como creación de fuentes de empleo, mejora de los servicios públicos y educación. Las fuentes de empleo se han generado ya que las empresas necesitan un equipo de trabajo que se encargue de la fabricación del equipo y desarrollo de herramientas TIC, una adecuada instalación acorde a la infraestructura y capacitación al personal.

Para los servicios públicos, en el Ecuador se han desarrollado diversas plataformas para realizar trámites, consultas y recibir noticias sin necesidad de transportarse y gastar recursos en ir hasta las sedes de los mismos. Incluso para el área de la salud se ha presentado un avance muy importante para el manejo de citas, ya existen páginas que permiten a los pacientes diagnosticarse a través de una teleconferencia o plataformas que permiten ingresar los síntomas y recibir un diagnóstico por medio de la web para recibir los medicamentos a domicilio.

Estos grandes avances que se están viviendo a nivel mundial, seguro irán cambiando y mejorando a medida que se tengan avances en la tecnología y mayor acceso a dispositivos electrónicos como al internet.

El acceso al conocimiento sin duda es un gran avance que se ha dado gracias a las TIC, las noticias a nivel mundial son transmitidas al instante permitiendo que las personas estén informadas todo el tiempo. Grandes acontecimientos han sido reportados gracias a

redes sociales como Twitter y Facebook y el alcance ha sido tan masivo que estos medios ahora cuentan con un poder de convocatoria masivo a nivel mundial. Marchas, fotografías, campañas han logrado su éxito gracias a su presencia en internet.

Al tener tal importancia, estas nuevas tecnologías de información y comunicación se han convertido en un foco fundamental para personas o empresas que buscan ser relevantes en el medio para alcanzar algún objetivo personal y/o profesional. En el ámbito comercial por ejemplo, para las empresas ahora es imprescindible contar con una página web y una cuenta en Facebook que le permita estar en constante interacción con sus clientes. Las actividades que representen una presencia online significativa ahora cuentan con un apoyo presupuestario para publicidad y personal.

En el ámbito político, las tecnologías de la información también juegan un papel muy importante en la marca personal de los candidatos, a los que adicionalmente a su presencia pública a nivel nacional es necesario que manejen una presencia en la red.

Como toda invención humana, las nuevas tecnologías de la Información y Comunicación tienen defensores y detractores. Se han realizado estudios para resumir las ventajas y desventajas de usar las TIC. Se ha podido acceder a un estudio realizado por Barrios & Montoya en 2009, y de esa investigación citamos a continuación los pros y contras que propone.

Ventajas

La información es la materia prima que necesitamos para crear conocimientos con los que afrontar las problemáticas que se nos van presentando cada día en el trabajo, en el ámbito doméstico, al reflexionar...

- *Canales de comunicación inmediata*, sincrónica y asíncrona, para difundir información y contactar con cualquier persona o institución del mundo mediante la edición y difusión de información en formato web, el correo electrónico, los servicios de mensajería inmediata, los foros telemáticos, las videoconferencias, los blogs y las wiki...

- *Automatización de tareas*, mediante la programación de las actividades que queremos que realicen los ordenadores, que constituyen el cerebro y

el corazón de todas las TIC. Ésta es una de las características esenciales de los ordenadores, que en definitiva son "máquinas que procesan automáticamente la información siguiendo las instrucciones de unos programas".

- *Interactividad*. Los ordenadores nos permiten "dialogar" con programas de gestión, videojuegos, materiales formativos multimedia, sistemas expertos específicos... Esta interacción es una consecuencia de que los ordenadores sean máquinas programables y sea posible definir su comportamiento determinando las respuestas que deben dar ante las distintas acciones que realicen ante ellos los usuarios.

- *Homogeneización* de los códigos empleados para el registro de la información mediante la digitalización de todo tipo de información: textual, sonora, icónica y audiovisual. Con el uso de los equipos adecuados se puede captar cualquier información, procesarla y finalmente convertirla a cualquier formato para almacenarla o distribuirla.

- *Instrumento cognitivo que potencia nuestras capacidades mentales y permite el desarrollo de nuevas maneras de pensar*.

De todos los elementos que integran las TIC, sin duda el más poderoso y revolucionario es Internet, que nos abre las puertas de una nueva era, la Era Internet, en la que se ubica la actual Sociedad de la Información. Internet nos proporciona un tercer mundo en el que podemos hacer casi todo lo que hacemos en el mundo real y además nos permite desarrollar nuevas actividades, muchas de ellas enriquecedoras para nuestra personalidad y forma de vida (contactar con foros telemáticos y personas de todo el mundo, localización inmediata de cualquier tipo de información, teletrabajo, teleformación, teleocio...). Y es que ahora las personas podemos repartir el tiempo de nuestra vida interactuando en tres mundos: el mundo presencial, de naturaleza física, constituido por átomos, regido por las leyes del espacio, en el que hay distancias entre las cosas y las personas; el mundo intrapersonal de la imaginación y el ciberespacio, de naturaleza virtual, constituido por bits, sin distancias.

Desventajas

- *Problemáticas técnicas:* incompatibilidades entre diversos tipos de ordenador y sistemas operativos, dispositivos, el ancho de banda disponible para Internet.
- *Falta de formación:* la necesidad de unos conocimientos teóricos y prácticos que todas las personas deben aprender, la necesidad de aptitudes y actitudes favorables a la contribución de estas nuevas herramientas (alfabetización en TIC).
- *Problemas de seguridad.* Circunstancias como el riesgo de que se produzcan accesos no autorizados a los ordenadores de las empresas que están conectados a Internet y el posible robo de los códigos de las tarjetas de crédito al comprar en las tiendas virtuales, frena la expansión del comercio electrónico y de un mayor aprovechamiento de las posibilidades de la Red.
- *Barreras económicas.* A pesar del progresivo abaratamiento de los equipos y programas informáticos, su precio aún resulta prohibitivo para muchas familias. Además, su rápido proceso de obsolescencia aconseja la renovación de los equipos y programas cada cuatro o cinco años.
- *Barreras culturales:* el idioma dominante, el inglés, en el que vienen muchas referencias e informaciones de Internet (hay muchas personas no lo conocen). (Barrios & Montoya, 2012, pág. 6)

Las tecnologías de comunicación e información implican una capacitación constante por parte de los usuarios, la rápida actualización de programas, ordenadores, dispositivos es una barrera de entrada para las personas o empresas que quieren efectivizar procesos, automatizar datos, administrar y almacenar información, etc. Actualmente a se pueden recibir capacitaciones gratuitas para usar de forma adecuada las TIC sin embargo en ciertos casos se podría necesitar de una alfabetización de las mismas por los términos y la técnica que requieren.

Así como se crean herramientas para el beneficio de los usuarios también se han generado virus o robos cibernéticos debido a la cantidad de información que se maneja, especialmente información confidencial lo cual genera temor y desconfianza, frenando la expansión del comercio electrónico y otras posibilidades que ofrece la Red.

Para Barrios& Montoya, como se observa, son mayores las ventajas que las desventajas. Y las desventajas que citan, siendo pocas, son de aquellas que se van superando cada vez más rápido. Destaca entre las ventajas citadas aquella de que las TIC se constituyen en instrumentos cognitivos que potencian nuestras capacidades mentales y permiten el desarrollo de nuevas maneras de pensar sobre todo porque han creado un mundo nuevo: el Ciberespacio. Esta ventaja bien puede ser cuestionada puesto que también se puede decir que el Ciberespacio y su contribución incide en la desconexión que ahora las personas muestran con la realidad física por estar conectados con la realidad virtual. Las dos visiones señaladas son reales pero una no excluye a la otra.

A pesar de las dificultades para la expansión de las TIC, ya existen soluciones rápidas en temas de seguridad, barreras económicas y culturales. Pero tal ha sido el impacto en países desarrollados que se están presentando problemas por dependencia a la conexión del internet y dispositivos móviles. Los problemas pueden ser psicológicos que generan aislamiento, falta de atención debido a que viven en una realidad virtual, y físicas por el manejo prolongado de dispositivos con las manos o solo dedos.

Por eso, es necesario equilibrar el uso de estas nuevas tecnologías, ser conscientes de cuál es el uso adecuado de los mismos y obtener las protecciones e información necesaria previa a realizar una compra o ingresar datos confidenciales en la red.

1.2 ENFOQUE TEÓRICO

1.2.1 Origen de las tecnologías de la información y comunicación

El blog de (Melendez, s/a) proporciona una interesante nominación hecha por Intel sobre los 45 pioneros de las TIC, lista que se presenta a continuación:

1. Tim Berners-Lee: Creador de la World Wide Web
2. Sergey Brin: Creador de Google.
3. Larry Page: Creador de Google.
4. Guglielmo Marconi: desarrollo de un sistema de telegrafía sin hilos (T.S.H.) o radiotelegrafía.
5. Jack Kilby: desarrollo del microchip.
6. Gordon Moore: fundador de Intel.

7. Alan Turing: formalización de los conceptos de algoritmo y computación: la máquina de Turing
8. Robert Noyce: fundador de Intel.
9. William Shockley: Inventor del transistor de unión
10. Phillip Don Estridge: desarrollo el primer IBM Personal Computer (PC).
11. Doug Engelbart: inventor del mouse, y uno de los iniciadores de la interacción humana con las computadoras, incluyendo la interfaz gráfica de usuario, el hipertexto y las computadoras en red.
12. Robert Metcalfe: creador del estándar de red Ethernet.
13. Vint Cerf: co-desarrollador de un conjunto de protocolos de comunicaciones para la red ARPANET.
14. Steve Jobs: CEO de Apple.
15. Andrew Grove: Presidente de Intel.
16. Seymour Cray: diseño del ordenador UNIVAC 1103 y fundador de Control Data Corporation, CDC, para la cual construyó el CDC 1604, que fue uno de los primeros ordenadores comerciales que utilizaron transistores.
17. Pierre Omidyar: Creador de Ebay
18. Shawn Fanning: creador de Napster.
19. Dennis Ritchie: desarrollador del sistema operativo Unix y creador del lenguaje de programación C. junto a Ken Thompson, quién no aparece en esta lista.
20. Marcian Edward "Ted" Hoff: inventor del microprocesador.
21. Linus Torvalds: creador de la primera versión del núcleo (kernel) del sistema operativo Linux.
22. Shuji Nakamura: inventor del primer LED GaN de alto brillo.
23. Dave Packard: fundador y presidente de Hewlett-Packard.
24. Jean Hoerni: uno de los creadores del primer circuito integrado de silicio.
25. William Hewlett: fundador de Hewlett-Packard.
26. John Logie Baird: creador del sistema electromecánico de exploración de la imagen, base de la televisión moderna.
27. George Boole: creador del álgebra de Boole, base de la aritmética computacional moderna.
28. Martin Cooper: creador del teléfono móvil.

29. John Pinkerton: creador del primer PC comercial.
30. Grace Hopper: creadora del lenguaje de programación COBOL.
31. Bill Gates: cofundador de la empresa de software Microsoft junto a Paul Allen.
32. Herman Hollerith: considerado como el primer informático, por ser el primero en lograr el tratamiento automático de la información (Informática = Información + automática).
33. Thomas Watson: presidente de IBM.
34. Jeff Bezos: fundador y presidente de amazon.
35. Meg Whitman: presidente y CEO de eBay.
36. Ada Lovelace: primera programadora en la historia de los computadores.
37. Nolan Bushnell: fundador de Atari.
38. Claude Shannon: el padre de la teoría de la información.
39. Charles Babbage: creador del concepto de computador.
40. John Chambers: Presidente ejecutivo de CISCO.
41. Philo Farnsworth: inventor de la primera televisión electrónica.
42. Steve Wozniak: Co-fundador de Apple Computer.
43. Larry Ellison: fundador de Oracle.
44. Michael Dell: Fundador de Dell Computer.
45. Maurice Wilkes: desarrolló el concepto de la microprogramación.

La lista anterior cita a los cuarenta y cinco pioneros de las TIC. A manera de partida de nacimiento de las nuevas TIC esa lista muestra a sus padres. Entonces no es solo un invento en una fecha determinada las TIC, son múltiples inventos, realizados por múltiples inventores en muy variadas fechas del siglo anterior y de este siglo. Quizá lo más asombroso de las TIC es la conjunción de tantos esfuerzos humanos por diversos caminos confluyendo en una gran ciberpista creada en un mundo nuevo: el Ciberespacio.

Países como EEUU, China, Japón, entre otros cuentan con equipos y recursos con los cuales generan avances impresionantes en la ciencia tecnología. Los responsables de estos adelantos deben presentar innovaciones mínimo semestrales para ir acorde a la evolución de las TIC. La innovación aún en pequeños detalles asegurará a estas empresas una recompra y su sobrevivencia en el mercado, para ello la mayoría de estas compañías cuentan con un departamento especializado en I+D de los productos que ofrecen.

Respecto a la temporalidad de la invención de las TIC (Andrada, 2010) manifiesta:

“TIC constituye un concepto que aparece a fines de la década del setenta en las llamadas Tecnologías de la Información. Alcanzan un desarrollo muy importante en los ochenta que, podemos decir, adelanta el proceso de convergencia tecnológica en tres ámbitos: la electrónica, la informática y las telecomunicaciones. Este proceso se consolida en la década de los noventa y hace explosión en el nuevo milenio, en tanto transforma el modo en que la gente estudia, trabaja, se comunica y se entretiene”. (Andrada, 2010, pág. 16)

Una gran cantidad de la población actual del planeta han vivido desde los años setenta del siglo pasado toda la evolución que han tenido las TIC, lo cual es visto desde un prisma de espectadores de la historia del mundo, es verdaderamente único y extraordinario.

1.2.2 Impacto de las TIC

El impacto de las TIC en la vida humana es vital para la actual sociedad humana en diferentes campos científicos y sociales, sobretodo en la educación, los métodos de enseñanza-aprendizaje han sido impactados por herramientas tecnológicas que facilitan la comunicación, el manejo de información y permiten acceder a educación de calidad generada por diferentes educadores en el mundo. Ahora los docentes afrontan un reto muy grande que es la adaptación de sus métodos viejos de enseñanza a los actuales, incluyendo las TIC. Este cambio no será fácil pero permitirá a las nuevas generaciones disfrutar a las de todas las facilidades tecnológicas de las TIC.

Al respecto Capacho (2011) señala:

Los sistemas de educación tradicionales se han visto impactados estructuralmente por las TIC. El acopio de información y conocimiento almacenado en las bases de datos ha cambiado los medios de acervo de información de las bibliotecas, de libros a bibliotecas virtuales. La transferencia de información y conocimiento, que antes demoraba meses entre continentes, ahora se puede hacer al instante con los sistemas de redes. Los laboratorios de las diferentes disciplinas del saber están

cambiando a laboratorios virtuales, con menos costos, más seguros y con un mayor grado de actualización en cuanto a componentes tecnológicos y a contenidos de conocimiento. (Capacho, 2011, pág. 50)

El impacto no es solo en la educación como antes se ha dicho. El total de datos generados por la humanidad en su comunicación tradicional hasta la década sesenta del siglo pasado será largamente superado por aquellos datos generados por el Internet y demás TIC que aparecieron en los años setenta.

En los negocios, la incidencia de las TIC es variada y múltiple. La economía de mercado se ha beneficiado de las TIC porque ahora se tiene la posibilidad de estar mejor informados tanto los consumidores de los productos o servicios como lo productores de sus clientes actuales y potenciales.

Las TIC han revolucionado la forma de hacer negocios. Grandes, pequeñas y medianas empresas buscan adaptarse día a día a los cambios que presenta el medio actual para mantener su negocio. Alcanzar nuevos mercados que antes parecían imposibles es solo uno de los beneficios de las TIC, comercializar los productos a través de la web 24 horas todos los días y además el remplazo de procesos manuales por automáticos sin duda genera un valor importante para las empresas.

Sin embargo, hay que tomar en cuenta que debe existir una planificación con objetivos claros de lo que se quiere alcanzar previo a aplicar las TIC, el presupuesto asignado, empleados con apertura al cambio y conscientes del beneficio de la contribución de las nuevas tecnologías.

La participación en los medios masivos de comunicación transforma la interacción humana al generar una mayor intimidad entre compradores y vendedores. Los negocios de medios de comunicación venden datos detallados del cliente a las empresas. Los vendedores pueden identificar la última compra de los clientes y determinar sus hábitos, movimientos y emociones. (Surdak, 2014)

La contribución de las tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) está causando un gran impacto también en la estructura y el ciclo de vida de las empresas. Las TIC reducen los costos de la distancia y del acceso a la información y por tanto aumentan la competencia en los mercados.

1.2.3 El reto de la sociedad del conocimiento en la formación del talento humano del siglo XXI

Todos los inventos que amalgama las TIC tienen un solo propósito, producir resultados que mejoren la calidad de vida de los seres humanos, a través de procesos un tanto complejos desde su concepción hasta su ejecución. Y en esos procesos complejos la persona o las personas son solo el recurso humano de los productos o servicios finales. Y a veces esos productos o servicios finales se transforman en insumos para, por ejemplo, mejorar las competencias de las personas para ejecutar de mejor manera sus tareas o trabajos. Estamos hablando de tecnología, mejor dicho de algunas tecnologías, que deben ser aprendidas. Las TIC se han constituido también en un reto para los seres humanos. Aprender a usar productivamente todas las TIC no es una tarea fácil. Sin embargo, si una sociedad es capaz de lograr ese dominio, es de esperarse una mejor calidad de vida para esa sociedad derivada de la productividad incrementada en su economía gracias al empleo de las TIC. Como dice Capacho, 2011:

El dominio tecnológico se basa en el conocimiento tecnológico, y siendo la tecnología una proyección de los seres humanos que afecta el entorno, luego el Estado, como fuerza dirigente de los ciudadanos de un país, orienta la innovación tecnológica y el dominio tecnológico que fundamentado en el conocimiento tecnológico permite el desarrollo productivo en la Sociedad del Conocimiento, y dicho desarrollo productivo genera crecimiento económico y, por lo tanto, desarrollo social. (Capacho, 2011, pág. 20)

Aprender a usar las nuevas TIC también se transforma en un desafío para la Educación, como ciencia. Tanto para incorporar las TIC a la enseñanza-aprendizaje presencial como a la educación virtual, pues uno de los fines últimos de esta tecnología es

el aprendizaje virtual de los saberes. Para ello, los centros de formación deben estar desde ya los campos virtuales de enseñanza. Como sostiene Capacho, 2011:

La educación virtual apoyada por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones busca como fin último el aprendizaje virtual del sujeto mediado por la tecnología. Aprendizaje que si es logrado aumenta la fuente de productividad del desarrollo informacional, para con base en la tecnología generar nuevo conocimiento. (Capacho, 2011, pág. 22)

Lo anteriormente descrito implica un cambio profundo en la educación. Prácticamente se trata de una reingeniería en los métodos de enseñanza-aprendizaje. Como dice Capacho 2011, “Lo que realmente importa del cambio paradigmático de la educación en la sociedad informacional es el invaluable valor agregado que dan las TIC en la construcción de conocimientos y uso creativo de la información para la comunidad educativa virtual”. (Capacho, 2011, pág. 24)

La única manera de adaptarse a los cambios de la educación virtual es practicándola. Manejar las TIC es un reto que requiere inversión en personal capacitado y equipo necesario pero que contribuirá a mejorar la calidad de vida de cada ciudadano.

1.2.4 El nuevo perfil económico en la Sociedad del Conocimiento

Las TIC actualmente forman parte de nuestra sociedad. Han sido y son un impulso para cambios dentro del ámbito político, económico, educativo de un país, todo esto gracias al nivel de competitividad que exige una sociedad que aplica este tipo de tecnologías. Al reducir gastos de recursos, acceder de forma más rápida a información y tener un alcance global a productos, ideas, personas tanto los individuos como empresas y gobierno tienen un grado mayor de exigencia ya que pueden alcanzar mejores resultados y conseguir lo que antes parecía imposible. Como dice Capacho, 2011:

La sociedad actual y futura tiene en las TIC grandes posibilidades de cambios para lograr el desarrollo humano y mejorar la calidad de vida de los habitantes del mundo. Las TIC afectan las estructuras políticas y socioeconómicas de los países, debido a que permiten que cambios y decisiones que antes demoraban años ahora se puedan realizar en

segundos, lo cual afecta una gran cobertura de la población de un país, de una unión o del mundo. (Capacho, 2011, pág. 41)

Como se mencionó anteriormente las TIC han permitido a empresarios y personas romper barreras de distancias, tiempos etc. Lo que ha impulsado la competitividad en la sociedad. Por ejemplo, a nivel personal, en el ámbito educativo estudiar una maestría antes era privilegio de pocos, actualmente es posible continuar la educación de forma virtual, acceder a curso de universidades en todo el mundo y en varios idiomas.

A nivel empresarial, las compañías han conquistado nuevos mercados a través de su presencia en Facebook, incluso existen empresas que venden únicamente sus productos a través de plataformas virtuales y consiguen clientes a nivel mundial en muy poco tiempo.

La creación de nuevas empresas basadas en las tecnologías de información y comunicación sigue en aumento. Sobre todo por el interés de los jóvenes en desarrollar aplicaciones para web y móviles para generar un negocio propio rentable. Actualmente el gobierno ecuatoriano incentiva estos emprendimientos relacionados con la tecnología. En el 2014 se inauguró el primer laboratorio de emprendimiento tecnológico como parte del impulso a los ecuatorianos a desarrollar estas iniciativas. Todo esto solo ha sido posible gracias al enorme desarrollo de las TIC. Como dice Capacho, 2011:

Las TIC han generado cambios estructurales en el ámbito económico y, en consecuencia, en los sectores productivos de la sociedad. Las TIC, como núcleo de los sistemas de información y de conocimiento, han contribuido al desarrollo económico, y han generado la creación de nuevas empresas. Las necesidades de creación de redes de conocimiento distribuidas, el monitoreo de las condiciones climáticas del planeta y la necesidad de educación no presencial, entre otras, solo pueden ser satisfechas con la contribución de la Informática y las Comunicaciones. (Capacho, 2011, pág. 41)

La aplicación de las TIC en la educación ya no es una opción para los educadores y estudiantes, es una obligación. Estar actualizados ya no es asunto de las personas expertas en tecnología, el acceso a internet a través de zonas wifi sin costo y las facilidades para

acceder a dispositivos como celulares y computadoras han hecho del uso del internet una tendencia masiva en el país.

A través del internet acceder a capacitaciones en diferentes temáticas gratuitas resulta muy sencillo. Las personas pueden tomar clases en vivo, pregrabadas, resolver dudas a través de foros, contactar a profesionales dentro y fuera del país. Además existen plataformas que permiten acceder a un curso, ser evaluado y recibir certificados por universidades con prestigio internacional. Del mismo autor, Capacho, 2011:

Las TIC están influenciando estructuralmente en los sistemas educativos y, en consecuencia, las formas de aprender; en este sentido, se abre un amplio espectro de posibilidades para el mejoramiento de la calidad de los entornos de aprendizaje con miras a conseguir en la persona la autonomía en su aprender a aprender, por cuanto el aprendizaje ha de realizarse durante toda la vida. (Capacho, 2011, págs. 40-49)

1.2.5 Las Tecnologías Información y Las Comunicaciones Aplicadas a La Educación Continua en la Sociedad del Conocimiento

El cambio de los medios de enseñanza y las metodologías, ha transformado el proceso de enseñanza-aprendizaje y su concepción, buscando siempre aprendizajes flexibles y otorgando un alto grado de participación al alumno en su proceso de aprendizaje.

La necesidad de aprendizaje continuo para toda la vida puede ser satisfecha con base en las TIC, a través de ambientes de formación virtual, lo cual permite un proceso de enseñanza-aprendizaje en cualquier tiempo y al instante. El nuevo perfil económico requiere una nueva educación y, por consiguiente, para participar en la nueva educación, el sujeto tiene que ser activo en su proceso de aprendizaje.

La educación en espacios virtuales requiere como mínimo que el sujeto sea proactivo en su capacidad de conectividad y comunicación entre su ordenador y el servidor donde se almacena la clase virtual. Entonces, es de suponer que los procesos de aprendizaje activos permiten formar sujetos activos.

Las nuevas tecnologías implican nuevas oportunidades pero a la vez nuevas responsabilidades. El acceso a gran cantidad de información en la web, es sin duda un gran aporte a la educación, pero para sacar provecho a estas herramientas es fundamental que el individuo sea proactivo y este en una búsqueda constante de actualizaciones, información para sacar ventaja del mismo.

El aprendizaje activo es más atractivo para el aprendiz porque el sujeto participa en sus decisiones de aprendizaje; si él mismo es el que decide, está motivado, y dicha motivación es un reto para su actividad mental, y tal actividad mental es base esencial para el logro de su autonomía; y es precisamente la autonomía el núcleo de la responsabilidad y la toma de decisiones.

Adicionalmente a las aptitudes de los empleados se necesita una buena actitud. De esta voluntad propia por parte de los empleados para aprender el manejo de una nueva máquina dependerá la rapidez con la cual se adapten las nuevas tecnologías a la empresa.

Las organizaciones necesitan un trabajador listo para aprender tanto en el trabajo como fuera de él; si el trabajador es rápido en su aprendizaje, entonces la empresa será más competitiva. Las tecnologías cambian tanto y tan rápido que una de las ventajas competitivas de las naciones y de sus organizaciones se deriva de la velocidad con que sus trabajadores pueden aprender a usar las nuevas tecnologías o las actualizaciones que se hacen de ellas. Como dice Capacho, 2011:

“El proceso de enseñanza-aprendizaje en la Sociedad del Conocimiento en su relación con sus sistemas educativos ha cambiado”, las sociedades actualmente tienen una interacción permanente en la red, lo cual obliga a las personas que conforman dichas sociedades a aprender y actualizar su conocimiento durante toda su vida por lo que el sistema educativo debe ser acorde y activo en este proceso de aprendizaje. (Capacho, 2011, pág. 49)

Actualmente, el desafío se encuentra en los centros de educación y capacitación y en las organizaciones empresariales, ellos tienen que desarrollar plataformas desde donde deben operar sus campus virtuales y sus centros de capacitación virtuales. Pero debe existir

una cuidadosa planificación para que esto sea posible. Desde luego no todo centro de educación, empresa u otra organización está obligado a desarrollar la virtualidad para la enseñanza y capacitación. Todavía es muy temprano para que esto suceda en la educación básica. O es costoso para pequeñas organizaciones o empresas. O no es un objetivo imperativo para cierto tipo de organizaciones. Más aquellas que si deben hacerlo ya deben estar planificando, organizando, ejecutando o controlando la ejecución de la virtualidad. Como dice Capacho, 2011: “Teniendo en cuenta los cambios generados por las TIC en los sistemas educativos y la futura expansión de la educación en procesos de formación en espacios virtuales apoyados por TIC, es necesario reflexionar sobre la estructura de los campos virtuales de aprendizaje”. (Capacho, 2011, págs. 50-57)

Los conceptos y los métodos de aprendizaje móvil transforman la formación académica y empresarial de modo que lo que una vez fue cerrado ahora es abierto, y lo que una vez fue estático ahora es móvil. Significa aprovechar las redes sociales y otras opciones en línea, y difundir el efecto en la red. Al respecto, Wooddill, 2010, cita: “Los gerentes reconocen que su fuerza de trabajo ya es móvil y está conectada” (Wooddill, 2010, pág. 3)

Desde que emergieron y hasta la actualidad existe una gran actividad de actualización y mejora de capacidades de las TIC. Se mejoran las capacidades de almacenamiento, velocidad, memoria cache, software operativo y software especializado de las computadoras. Aumenta las capacidades del Internet, la velocidad de navegación y de descarga de información. Se posibilita que se pueda descargar incluso películas y videos. Se mejora las características de tabletas y teléfonos inteligentes. Incluso los viejos aparatos de TV están siendo modificados y adecuados para funcionar también como una pantalla de ordenador. “A medida que las tecnologías se fusionan y las capacidades emergen, se posibilita una gran variedad de formas de movilidad, estudiantes, operadores, contextos y enfoques de diseño. Aunque todavía no existen patrones profesionales para el aprendizaje móvil, este continúa desarrollándose”. (Wooddill, 2010, pág. 4)

La diseminación y contribución de las TIC en los países parecería que se vuelve una preocupación mundial. Se creería que los países desarrollados ya no tendrían esta preocupación, pero no es así. Como podemos leer a continuación, los países desarrollados también están preocupados por lo que ellos llaman “la brecha digital”.

En Estados Unidos estamos muy preocupados por la “brecha digital”, por quienes están siendo dejados de lado en la nueva revolución digital. Existe el temor, bastante justificado, de que los grupos que no tengan acceso a estas nuevas oportunidades de aprendizaje se alejen aún más de las oportunidades de educación y empleo. (Aparici, 2010, pág. 286)

El avance de las TIC ha ocasionado rápidas transformaciones dentro de la sociedad ecuatoriana y del mundo. El manejo del tiempo y la forma de interactuar con amigos, profesores, familia es evidente en las nuevas generaciones. Es por esta razón que el acceso a las TIC es un tema que preocupa al mundo entero, las diferencias en competitividad y productividad de países que tienen una expansión notable de las TIC y los que no. De igual manera a nivel nacional los profesionales que utilizan las TIC sin duda tendrán un valor agregado ante otros que tienen poco acceso a estas nuevas tecnologías.

1.2.6 Nuevos perfiles de formación en la sociedad del conocimiento

Conforme las tecnologías derivadas de las TIC se han ido popularizando, también se han multiplicado los centros de aprendizaje basados en la virtualidad. Existen diferentes tipos de organizaciones que están ofertando educación o formación virtual. Al respecto Capacho, 2011 señala:

Los centros de aprendizaje virtual soportados por las TIC están conformados por una variada gama de instituciones que ofrecen los servicios educativos de aprendizaje y entrenamiento a través de la red. Las instituciones pueden ser de los siguientes tipos: estatales, privadas, nacionales o internacionales; académicas (universidades), no académicas (compañías comerciales que ofertan servicios para el aprendizaje virtual) o mixtas, en la que las universidades hacen alianzas con proveedores de tecnología. (Capacho, 2011, pág. 57)

¿Cómo se produce la operación de la educación virtual? Capacho, 2011 lo describe así:

En función de la caracterización y del perfil deseado del alumno aspirante a formarse y aprender a través de un espacio virtual con TIC, la

educación en espacios virtuales ha de ser interpretada como una metodología de formación, en la que el alumno, a partir de un perfil inicial de aprendizaje, logra en su interacción con la plataforma la comunidad virtual, y bajo la guía acertada del tutor electrónico alcanza un perfil de aprendizaje final a nivel virtual. (Capacho, 2011, pág. 72)

El uso de la formación virtual se está extendiendo rápidamente, aunque a muchas personas les desagrada. Algunas han experimentado fallos técnicos durante sesiones en línea. Otras han padecido aburridas clases en línea sobre temas mundanos. Muchas personas confunden la formación virtual con los webinarios, actividades pasivas que permiten que los participantes lean sus correos o atiendan otros asuntos durante interminables sesiones de una sola vía. Hugget, 2014 sostiene:

La formación virtual no se constituye por webinarios, webcasts, presentaciones en línea ni videoconferencias. No es aprendizaje combinado, aunque puede ser parte de un programa de aprendizaje combinado. La formación virtual es:

Altamente interactiva - Los participantes adquieren contenido educativo, utilizan herramientas virtuales e interactúan con el facilitador.

Sincrónica – Todos en una misma sesión de aprendizaje participan al mismo tiempo.

Dirigida por un instructor – El facilitador está a cargo.

Objetivos de aprendizaje definidos – Sus objetivos son sumamente específicos.

Disponible en cualquier parte – Los participantes geográficamente dispersos solo necesitan una computadora y conexión a internet.

Basada en la red – El software o la plataforma de aula incluye una pantalla en línea y el uso compartido de archivos, chat, encuestas y capacidad para la toma de notas. (Huggett, 2014, pág. 2)

Existen varias plataformas que ofrecen cursos virtuales, en diferentes tópicos, algunos en vivo, otros pregrabados. Sin duda estas empresas no tienen una tarea fácil, reemplazar a un método tradicional como la enseñanza en las aulas, es totalmente un reto, no en la información que se comparte que podría ser la misma, sino en la forma de

transmitir el mensaje, manejar a la audiencia, resolver las dudas de los participantes, evaluar, etc.

La formación virtual no es fácil de organizar. Se requiere una planificación cuidadosa y una preparación sólida, así como una ejecución experta, respaldadas por una administración y gerencia de aprendizaje competentes. “El trabajo del administrador incluye manejar toda la logística necesaria, como tratar con los proveedores, actualizar la tecnología, distribuir los materiales de aprendizaje, registrar a los estudiantes, preparar el aula virtual, promover el programa y evaluar los resultados”. (Huggett, 2014, pág. 3)

Los estudiantes asumen la responsabilidad de aprender sus lecciones en línea, y para este objetivo, oficinas y cubículos individuales pueden no ser el lugar adecuado para concentrarse en esta tarea.

1.2.7 Fundamentos del aprendizaje virtual

Para entender el tema del aprendizaje virtual debemos conocer sus elementos básicos constitutivos. Si bien la respuesta puede ser obvia, puesto que ya antes se ha dicho que es una interrelación de dos ciencias: Educación e Informática, una cita nuevamente de Capacho, 2011, ratifica lo que se ha citado como elementos fundamentales y básicos del aprendizaje virtual:

La formación del sujeto en espacios virtuales apoyados por TIC interrelaciona dos áreas del conocimiento humano: la Educación y la Informática. En la primera se identifica como objeto de estudio el aprendizaje como fin último de la Educación; en la segunda, el ordenador conectado en red como medio para el aprendizaje. (Capacho, 2011, págs. 136-141)

Luego de conocer los elementos básicos del aprendizaje virtual, lo siguiente es determinar qué se persigue con el objetivo de enseñanza-aprendizaje deseado. Pedagógicamente conocemos que el aprender algo nuevo conlleva a reflejar un cambio conductual en la persona que ha completado el proceso. Como lo dice Capacho, 2011:

El aprendizaje es un proceso de cambio; y como cambio en el tiempo necesariamente parte de un tiempo inicial y llega a un tiempo final. El aprendizaje induce un cambio; cambio que está referido a la conducta del sujeto y como cambio conductual, es un cambio perdurable. El cambio perdurable es el resultado tanto de la práctica como de otras formas de experiencia; experiencia que tiene en cuenta en el aprendizaje tanto las experiencias intrapersonales del sujeto como individuo como las experiencias interpersonales o las acumuladas en su interrelación con los otros sujetos. (Capacho, 2011, págs. 136-141)

¿Cómo se produce ese cambio conductual en el sujeto cuando emplea la virtualidad como herramienta de enseñanza-aprendizaje? Nuevamente la respuesta la cita Capacho, 2011:

El aprendizaje virtual apoyado por TIC es un proceso dinámico que implica un cambio continuo de la conducta del sujeto; para, con base en su experiencia y al interactuar con el espacio virtual (personas, actividades y contenidos) a través de los estímulos-medios lograr una transformación de sus esquemas cognitivos. (Capacho, 2011, págs. 136-141)

Capacho también ilustra el círculo virtuoso de la capacitación o educación virtual. “Es muy importante recalcar los conceptos claves de la definición de la propuesta de aprendizaje virtual: 1. Proceso. 2. Cambio. 3. Conducta. 4. Interacción. 5. Experiencia. 6. Espacio virtual y 7. Esquema Cognitivo.” (Capacho, 2011, págs. 136-141)

Finalmente todo proceso de enseñanza aprendizaje debe terminar con la evaluación del aprendizaje logrado por el individuo. “La evaluación del aprendizaje es una dimensión clave para cualquier dominio de aprendizaje personalizado. Las TIC son particularmente adecuadas como herramientas para la evaluación del aprendizaje”. (Aparici, 2010, pág. 237). La gran virtud de la virtualidad también radica en sus características para obtener una evaluación en línea rápida y fácil, así como una calificación casi inmediatamente finalizado el proceso de evaluación. “Para evaluar si el programa de formación virtual funciona, se debe tomar en cuenta cuatro aspectos: Reacción, aprendizaje, aplicación y finalmente impacto en la organización.” (Huggett, 2014)

1.2.8 Las TIC y su impacto a nivel gerencial

Un gran porcentaje de las organizaciones de todo el mundo, entre ellas las empresas, ya están beneficiándose de una mejor productividad organizacional derivada del uso de las TIC. Aquellas que todavía no lo hacen muestran entre otras justificaciones un gran recelo porque les parece que son tecnologías caras, que requieren de mucha inversión o que aprender estas nuevas tecnologías puede ser difícil dentro de sus organizaciones. Como lo señala (Babcock, 2010):

Las empresas han operado bajo la suposición de que los recursos de las computadoras son limitados y caros y que usarlos adecuadamente requiere conocimientos especializados. Sin embargo, con las nuevas públicas, las compañías pueden usar el poder de grandes grupos de datos a buen precio. Los ejecutivos que entiendan las ramificaciones de este cambio radical tendrán una ventaja sobre sus competidores. La economía está entrando en la siguiente fase de computación con la promesa de un desempeño empresarial totalmente integrado. Los servicios de información se ofrecerán a mejores precios y permitirán que todas las empresas, independientemente de su tamaño, puedan competir en un mundo basado en la tecnología. Las compañías pueden empezar simplemente por usar las redes sociales en el lugar de trabajo. Una empresa podría usar un sitio wiki abierto a todos los empleados, quienes pueden reunirse ahí a compartir información o usar las redes sociales como herramienta de reclutamiento. (Babcock, 2010)

La actualización de un profesional de nivel gerencial debe ser completa no solo enfocada en automatización sino también en contextualizar los datos, es decir, *“saber la ubicación y el momento adecuado para comunicarse con los clientes potenciales”* (Surdak, 2014). La contextualización aumenta el volumen de datos. La próxima evolución de los negocios será la anticipación de las necesidades del cliente mediante la extracción precisa de datos. La meta es lograr mercados individuales, en los que el vendedor sepa cuándo y cómo sacar provecho de la mercadotecnia efectiva. El futuro cercano promete mercados donde los vendedores premiarán a un cliente del grupo para alentar a otro a

comprar algo. “El 16% de la población mundial participa en los medios sociales; las empresas deben explotar el potencial de esta participación o fracasarán.” (Surdak, 2014)

Las compañías deben empezar a explorar y trabajar con la nube para ver cómo pueden explotarla mejor. Una de las ventajas de trabajar en la nube es la facilidad para acceder a los datos de la organización en cualquier lugar del mundo, en cualquier momento del día y todos los días. En la sociedad de la información, los datos son muy valiosos.

El mercado de hoy opera en un constante estado de flujo de información. Las empresas capaces de sobrevivir en ese volátil entorno se transforman constantemente para hacer frente a las exigencias comerciales. La TI está en el centro de toda transformación de este tipo, ya que, sin una TI de vanguardia, las empresas no pueden crear nuevo valor, la ventaja competitiva esencial hoy día. “Las empresas de hoy en día no pueden operar sin TI; por ende, los ejecutivos generalmente insisten en que las actividades de TI se alineen con las actividades y los objetivos comerciales. La tecnología de la información debe contribuir al crecimiento empresarial.” (Muller, 2011)

1.2.9 Tipos de TIC utilizadas para actualización profesional

1.2.9.1 Teleconferencias

Una teleconferencia es una reunión “electrónica” entre varias personas que se encuentran separadas geográficamente. Por medio de las teleconferencias pueden interactuar mutuamente y también puede ser una conferencia en una sola dirección es decir, una charla o presentación a la cual un grupo de personas de diferentes lugares puede asistir en el mismo momento. A veces sólo hay 3 ó 4 participantes, en otras ocasiones entre 25 y 30, incluso cientos. Las teleconferencias son una manera de reunir grupos de personas de diferentes lugares sin necesidad de viajar grandes distancias. Las teleconferencias representan un medio razonable y eficiente de alcanzar las metas de información o de comunicaciones estratégicas y a veces también de capacitación, y el costo de organizarlas ahorra dinero, tiempo y recursos en general.

Los tres tipos más comunes de teleconferencia son las telefónicas (sólo de voz), videoconferencias (voz y video) y las conferencias basadas en la Web. Ésta última puede

incorporar voz y/o video; puede incluir la consulta de archivos de computadoras, como hojas de cálculo, documentos, fotos y presentaciones de PowerPoint, y puede utilizar los recursos de Internet.

Las TIC se han aceptado como parte de la cultura tecnológica que nos rodea y con la que debemos convivir; se incluyen en el concepto de TIC los medios de comunicación de todo tipo: de comunicación social y los medios de comunicación interpersonales tradicionales con soporte tecnológico como el teléfono, el fax, el computador, las redes, entre otros.

Las presentaciones y las reuniones virtuales son cada vez más populares por muchas razones, incluyendo los limitados presupuestos para viajes, los problemas de seguridad en los aeropuertos y las mejoras en la tecnología. La gente ve las presentaciones virtuales como un método de comunicación económico, eficiente y práctico. Las presentaciones virtuales incluyen capacitación, docencia, reuniones de contabilidad o de ventas, reseñas de clientes, entrevistas de trabajo, llamadas en frío, servicio al cliente y juntas del consejo de administración. A medida que avanza la tecnología, es probable que muchas de sus comunicaciones futuras sean virtuales. (Koegel, 2010)

Las teleconferencias pueden ser realizadas también mediante Skype que permite la comunicación gratuita por voz y video entre ordenadores simplemente teniendo micrófono, altavoz y conexión a internet.

1.2.9.2 Ordenadores o computadoras

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y de ellas las computadoras y las comunicaciones desataron una explosión en las comunicaciones al comienzo de los años "90". A partir de ahí, la Internet pasó de ser un instrumento especializado de la comunidad científica a ser una red de fácil uso que modificó las pautas de interacción social.

Por eso se puede decir que al referirse a las computadoras se interpreta un término empleado para designar lo relativo a la informática conectada a Internet, y especialmente el aspecto social de éstos puesto que estas tecnologías designan a la vez un conjunto de innovaciones tecnológicas, pero también las herramientas que permiten una redefinición radical del funcionamiento de la sociedad; Un buen ejemplo de la influencia de las TIC sobre la sociedad electrónica. (Instituto Nacional para la Educación de los Adultos, 2004)

1.2.9.3 Tablets

Una excelente descripción de una Tablet es la que proporciona Udell, 2012:

Los dispositivos móviles más eficientes – teléfonos inteligentes y tabletas – son computadoras portátiles y poderosas con una variedad de funciones disponibles las 24 horas del día. Los teléfonos inteligentes y las tabletas proporcionan a los usuarios acceso a una gama casi infinita de datos y opciones de comunicación. Dada la complejidad tecnológica de los teléfonos inteligentes, su poder de cómputo, sus aplicaciones y su sencilla interfaz de usuario, se puede poner instantáneamente información oportuna y correcta en las manos correctas. (Udell, 2012) Las aplicaciones de aprendizaje móvil le permiten a usted proporcionar contenido depurado donde y cuando sus empleados lo requieran. El contenido depurado es material – preexistente o nuevo – que usted selecciona para propósitos, situaciones y empleados específicos. (Udell, 2012) El beneficio básico del material de aprendizaje y desarrollo móvil es que la información requerida se entrega justo a tiempo y en su forma más útil. Los dispositivos móviles pueden, por ejemplo, poner el sistema de gestión de relaciones con los clientes de su compañía en manos de cada empleado de primera línea en el punto donde la necesite. (Udell, 2012)

1.2.9.4 Teléfonos inteligentes

Con un teléfono inteligente se puede tener el control del ciberespacio en la palma de la mano. Comunicaciones en tiempo real, videos, películas, archivos digitales, etc. Es posible descargarlos y/o verlos en la pantalla del teléfono. Noticias y comunicaciones instantáneas son solo otras de las múltiples ventajas que ofrecen los teléfonos inteligentes. Las características y potencialidades de estos dispositivos seguirán creciendo más y más pues la gran competencia que existe en el mercado así lo exige. Al respecto vale la pena citar algunos de los aportes de Shelton, 2013.

La nube social móvil lo cambia todo y pronto afectará a las empresas. Más incluso que internet. La “nube” es el extenso poder computacional en el ciberespacio, Internet que conecta a todos. “Social” tiene que ver con la tecnología que permite conectarse con la gente, sin mucho esfuerzo, de forma instantánea y significativa. “Móvil es la nueva manera en que muchas personas coordinan su trabajo y dependen de la conectividad portátil en todo momento. Cada vez más, el trabajo se lleva a cabo en Internet. La nube se convierte con rapidez en la infraestructura más vital de los negocios. El teléfono inteligente es el control remoto de esta excitante realidad emergente. (Shelton, 2013)

La nube puede reducir sustancialmente costos de tecnología y dar inmensos beneficios: exploración de datos analíticos, acceso instantáneo a bases de datos de referencia cruzada en Internet, sincronización de datos a través de cualquier dispositivo, independientemente del lugar, y tener literalmente su mercado completo y su cadena de suministros con sólo unos clics en su teléfono inteligente. (Shelton, 2013)

Más del 50% de la población mundial posee un teléfono portátil y, en pocos años más, todo el mundo tendrá acceso a las redes de telefonía móvil. ¿Qué significa eso para la Web y otros medios de comunicación? “Según la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), la telefonía móvil superará a la televisión como un atractivo medio para la publicidad.” (Sugai, 2010). Junto con los medios sociales de comunicación,

los dispositivos móviles han modernizado la industria del comercio detallista. “Casi 300 millones de estos dispositivos se usan hoy en EE.UU. Con una penetración en el mercado del 91%. Los teléfonos móviles ofrecen navegadores de Internet que descargan contenidos de la red, tienen acceso a las “apps” o aplicaciones de todo tipo y uso”. (Brennan & Schafer, 2010)

Dada las numerosas ventajas que proporcionan los móviles, los fabricantes están poniendo cada vez más programas de capacitación y desarrollo profesional en teléfonos inteligentes. “Para planificar una iniciativa de aprendizaje electrónico móvil, necesita averiguar quiénes son sus usuarios móviles dentro de su compañía y en el exterior, como utilizan sus dispositivos móviles, qué les gusta y qué no, y qué contenido prefieren”. (Udell, 2012) El uso de los teléfonos inteligentes va mucho más allá de lo que se ha citado. Sugai, 2010, manifiesta:

Con las tecnologías de transmisión digital móvil, el teléfono “se convirtió realmente en un televisor”. Además, el dispositivo móvil típico también evolucionó en “cámara fotográfica, llave de la casa, tarjeta de seguridad corporativa, tarjeta de crédito, pase de abordaje, máquina de juegos, navegador de Internet, despertador, agenda y cartera”. Para triunfar donde sea, los dispositivos móviles del mañana tendrán que proporcionar los beneficios y servicios que los clientes deseen de una manera accesible y personalizada para convertirse en una “herramienta”, no en un “artefacto”, en el sentido de que ayudarán a la gente a alcanzar sus metas o llevar a cabo sus tareas, e integrarán la Web con el mundo real de manera imperceptible. (Sugai, 2010)

1.2.9.5 E-books

E-book es la denominación en inglés de lo que en español llamamos libro electrónico; se trata de un libro en formato digital. “Es una definición un tanto amplia ya que podría alcanzar tanto a la versión digitalizada de cualquier libro originariamente impreso en papel, como a los llamados hipertextos, es decir los libros digitales con texto enriquecido a través de enlaces y vínculos multimediatícos”. (EUDEBA, pág. s/n)

Existen varios dispositivos para leer los libros electrónicos que van desde la computadora personal hasta algunos artefactos específicos llamados genéricamente e-readers. En general estos aparatos se caracterizan por ser livianos y manejables ya que emulan lo que sería un pequeño libro de bolsillo. Los e-books se comercializan a través de internet y la distribución se realiza por medio de descargas en el software disponible del usuario.

1.2.9.6 Webinars

Los webinars son seminarios interactivos que se dan en internet. También son conocidos como seminarios online. Los usos de los webinars son múltiples, pueden utilizarse para contactar prospectos, capacitar grupos de personas, conferencias de prensa, anuncios corporativos, etc. La única diferencia entre un webinar y una conferencia presencial es que los participantes escuchan a través del teléfono o los auriculares y miran la presentación en los monitores de sus computadoras. Lo que distingue a los webinars es el componente interactivo, la posibilidad de discutir, dar y recibir información. Lo que hace tan valiosa esta interacción es el hecho de que a través de ella se puede conectar e iniciar una relación con la audiencia. Por las numerosas ventajas que poseen las empresas los están utilizando. Muchas de ellas comenzaron a ofrecer webinars en lugar de seminarios presenciales. Los webinars tienen algunas ventajas, a saber:

- Los participantes no tienen que viajar para atender un seminario, pueden aprender desde la comodidad de sus hogares y en el momento que más les convenga.
- Reducción de costos, posibilidad de alcanzar audiencias más grandes, pueden reproducirse en el futuro y pueden ser grabados digitalmente.
- Las empresas pueden ahorrar grandes cantidades de dinero en sus presupuestos de viajes y otros gastos relacionados a la capacitación.
- Una computadora, acceso a internet y una línea de teléfono o un auricular con micrófono son sólo los items necesarios para participar de un webinar.
- Los materiales pueden ser impresos y son descargados desde la plataforma del webinar.
- Los colegas de trabajo que están distanciados geográficamente pueden trabajar y colaborar como un equipo.

- Los anuncios pueden ser dados a todos los empleados sin importar dónde se encuentren.
 - Los participantes pueden colaborar e interactuar mediante preguntas y respuestas, compartiendo documentos y encuestas en vivo, lo que hace que puedan participar fácilmente y aprender de la actividad.
- (Screencastva, pág. s/n)

Al principio podría parecer que los webinarios son menos atractivos y productivos que los encuentros cara a cara. Pero en múltiples formas el formato de webinar es más efectivo como método de comunicación, permitiendo un intercambio de conocimiento e información a gran escala y bajo costo. Las discusiones se mantienen online y cualquier persona puede revisarlas cuando lo desee, esto hace que la información se difunda de manera tal que una reunión presencial no puede lograrlo.

Manejados adecuadamente, los seminarios basados en la Web pueden atraer a muchos clientes potenciales. “Un estudio reciente de Business.com, descubrió que el 67% de los “líderes empresariales busca webinarios (y *podcasts*) para obtener información útil. Para demostrar su trabajo, incluya “estudios de caso, historias de clientes y anécdotas pintorescas”. Permita a los clientes potenciales ver sus productos en acción.” (Handley & Chapman, 2010)

1.2.9.7 Podcast

La investigación sobre podcast nos llevó hasta las siguientes definiciones:

Un podcast es un documento de audio distribuido mediante un archivo RSS. El término proviene de la contracción de iPod (reproductor de música en formato digital comercializado por Apple Computer que ha alcanzado gran popularidad) y broadcasting (radiodifusión, en inglés) y se está convirtiendo en un formato cada vez más usado gracias a la sencillez de su creación (sólo necesita un ordenador, un micrófono y una conexión a internet) y difusión (particularmente gracias a su unión con el formato blog). No obstante es importante remarcar que un podcast no está asociado al reproductor de Apple más allá de su nombre: estos archivos están casi siempre codificados en el formato estándar mp3,

lo que los hace aptos para ser reproducidos tanto en el ordenador como en cualquiera de los muchos reproductores portátiles existentes (entre ellos el iPod, por supuesto). (Rodríguez, Leiva, & Cobos, 2007)

El contenido de un podcast, como ocurre con todos los documentos que podemos encontrar en la red, puede ser cualquier cosa que elija su autor, desde una canción o una colección de gritos de Nelson Mandela o una conferencia sobre termodinámica. Esto significa que, como sucede con los demás formatos, muchas veces existirá un podcast que pueda responder a una necesidad informativa completa. (Rodríguez, Leiva, & Cobos, 2007)

Una compañía puede tener “su propio programa de radio” en forma de podcast. No necesita mucho equipo especial, porque el micrófono integrado de su computadora portátil es suficiente. Antes de producir un podcast, escuche en línea como lo manejan otras empresas. Puede publicar podcasts en su blog. (Handley & Chapman, 2010)

1.2.9.8 White paper – Libro Blanco

La mejor definición sobre Libro Blanco, así como la mejor descripción de su contenido y utilidad se la encontró en Wikipedia:

Un libro blanco, informe blanco o white paper es un documento o guía con autoridad con el objetivo de ayudar a los lectores a comprender un tema, resolver o afrontar un problema (por ejemplo diseñando una política gubernamental a largo plazo), o tomar una decisión. Los libros blancos se emplean especialmente en dos ámbitos: el gubernamental y el comercial, de comercio a comercio (por ejemplo para ayudar a tomar decisiones, tanto políticas como de negocios). El término surge en el Reino Unido, donde se aplica a los documentos gubernamentales, informes, anuncios de políticas. Durante el Mandato británico de Palestina, se publicaron tres libros blancos que determinaron el futuro

inmediato del Mandato, como el Libro Blanco de 1939, dando lugar al término.

1.2.9.9 E-learning

El e-learning se refiere a la educación y capacitación a través de Internet. Este tipo de enseñanza online permite la interacción del usuario con el curso mediante la contribución de diversas herramientas informáticas. Este nuevo concepto educativo es una revolucionaria modalidad de capacitación que posibilitó el Internet, y que hoy se posiciona como la forma de capacitación predominante en el futuro. “Este sistema ha transformado la educación, abriendo puertas al aprendizaje individual y organizacional. Es por ello que hoy en día está ocupando un lugar cada vez más destacado y reconocido dentro de las organizaciones empresariales y educativas.” (e-ABC, pág. s/n)

El término "e-learning" es la simplificación de Electronic Learning. El mismo reúne a las diferentes tecnologías, y a los aspectos pedagógicos de la enseñanza y el aprendizaje.

Los beneficios del e-learning son:

- Reducción de costos: permite reducir y hasta eliminar gastos de traslado, alojamiento, material didáctico, etc.
- Rapidez y agilidad: Las comunicaciones a través de sistemas en la red confiere rapidez y agilidad a las comunicaciones.
- Acceso just-in-time: los usuarios pueden acceder al contenido desde cualquier conexión a Internet, cuando les surge la necesidad.
- Flexibilidad de la agenda: no se requiere que un grupo de personas coincidan en tiempo y espacio. (e-ABC, pág. s/n)

Las empresas y pequeños negocios siempre están buscando nuevas y mejores maneras de ofrecer capacitación porque desean encontrar la manera de mantener a su personal actualizado; *e-learning* ofrece grandes posibilidades para ambos grupos. “Una vez que se desarrolla un programa de *e-learning* siempre estará disponible. Los participantes no tendrán que retener tanto contenido como en un salón de clase tradicional. Los capacitadores pueden crear cursos que satisfagan las necesidades o a un público específico de las empresas.” (Rosen, 2009, pág. s/n)

Coursera es un sitio en línea dedicado a proveer los mejores cursos de los mejores instructores de las mejores universidades, en línea y de forma gratuita. Coursera ofrece una experiencia real de un curso. Todos los participantes son responsables por la presentación de sus tareas a tiempo, y los mejores estudiantes ganan certificados de sus cursos. (Koller, 2012, pág. s/n)

1.2.9.10 E- newsletter

También es conocido como boletín electrónico o boletín electrónico de noticias. Existen varias definiciones de Newsletter. Analizaremos dos de ellas.

El newsletter es una publicación digital más bien informativa que se distribuye a través del correo electrónico con cierta periodicidad (diaria, semanal, mensual, bimensual o trimestral). Normalmente contienen artículos de interés sobre la marca y del ámbito en que la misma se desenvuelve. Los que reciben este tipo de comunicaciones son suscriptores que previamente han mostrado interés en la marca y han solicitado recibir información por correo. (Nuñez, 2014, pág. s/n)

- **¿Qué es una Newsletter?**

Una newsletter (o un **boletín de noticias**) es una publicación que las empresas envían regularmente a sus afiliados para informarles sobre sus nuevos productos, sus mejores promociones y las últimas noticias de interés. En definitiva: una herramienta efectiva para hacer **marketing digital**.

Nuñez, 2014 habla de que el newsletter es una publicación informativa en general que llega a suscriptores. Con contenidos que solo interesan a los suscriptores. Destaca que un newsletter es una mejor alternativa que una publicación en redes sociales. Entre las ventajas señala que sirve para fidelizar clientes, permite la segmentación y personalización y puede funcionar también en un teléfono inteligente.

Martínez, 2013 tiene un enfoque totalmente empresarial. Manifiesta que Newsletter son publicaciones que las empresas envían regularmente a sus afiliados y es una herramienta

efectiva para hacer marketing digital. Entre las ventajas menciona que se distribuye bajo permiso del suscriptor, aporta valor agregado, crea relaciones estables y duraderas, potencian las ventas, posicionan la imagen de marca y son de bajo costo.

CAPÍTULO II

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Para realizar el Análisis de la Contribución de las TIC en la Actualización Profesional de los Ejecutivos de Nivel Gerencial de las empresas privadas en la ciudad de Quito **en los últimos cuatro años**, se confeccionó una encuesta que tenía 4 objetivos generales, a saber:

- Determinar la contribución de medios digitales para la actualización profesional del ejecutivo gerencial.
- Determinar qué dispositivos y hardware contribuyen a que los ejecutivos gerenciales realicen su actualización gerencial.
- Determinar la contribución de los medios tradicionales a la actualización profesional.
- Determinar la contribución comparada de medios de actualización conocidos como TIC versus los medios tradicionales a la actualización profesional.

La primera pregunta se elaboró para cumplir con el primer objetivo planteado anteriormente la cual incluye la contribución que tiene el correo electrónico, la mensajería instantánea, los libros electrónicos E-books, los Artículos indexados, los artículos no indexados, las revistas digitales especializadas, las bibliotecas virtuales, las suscripciones a organizaciones especializadas en educación on-line, los webcast especializados, los podcast especializados, YouTube, los Paquetes de software especializados, las Aplicaciones para Smartphones, las aplicaciones para Tablets, los buscadores de Internet, los Programas escogidos de TV en cable y, las conferencias en la Web a través de Skype. Se evalúa de acuerdo con una escala de Likert que tiene las siguientes posibles respuestas respecto a su nivel de contribución: Ninguna, Poca, Mediana, Alta y Muy alta.

Para la consecución del segundo objetivo, se trató de averiguar el grado de contribución de los dispositivos y hardware en la actualización de ejecutivos gerenciales de empresas privadas de la ciudad de Quito. Se subdividió a su vez en tres grupos de dispositivos y hardware: Computadoras, Laptop, Netbook Tablet y Smartphone. Se evalúa

de acuerdo con una escala de Likert que tiene las siguientes posibles respuestas respecto a su nivel de contribución: Ninguna, Poca, Mediana, Alta y Muy alta.

El tercer objetivo, contribución de medios tradicionales para la actualización profesional, se realizaron preguntas, utilizando una escala de Likert que va de Ninguna, Poca, Mediana, Alta y Muy alta a fin de determinar el grado de contribución de los medios tradicionales de actualización de ejecutivos gerenciales de empresas privadas de la ciudad de Quito. Las preguntas fueron: Asistir a conferencias de profesionales reconocidos; Asistir a seminarios de profesionales reconocidos; Asistir a programas de actualización profesional organizados en Universidades; Asistir a programas de actualización profesional organizada por empresas especializadas; Asistir a congresos profesionales; Comprar libros actualizados (de papel); y, Suscribirse o comprar revistas especializadas (de papel)

Para el objetivo cuatro, se investigó el grado de contribución comparada de medios entre tres grupos de medios para la actualización profesional de ejecutivos gerenciales empresas privadas de la ciudad de Quito. Igualmente se utilizó una escala de Likert en la que el grado de contribución fue de: Ninguna, Poca, Mediana, Alta y Muy alta. Los tres grupos utilizados para la comparación fueron: Medios digitales y aquellos derivados de las nuevas tecnologías de la información con contribución de computadoras, laptops, netbooks, tablets, smartphones y conexión al Internet; Medios tradicionales con asistencia personal a conferencias, seminarios, cursos, etc.; y, Medios tradicionales como compra de libros especialización, revistas, boletines y lectura de periódicos todos ellos impresos.

2.1 TAMAÑO DE LA MUESTRA

La población, llamada también universo o colectivo, es el conjunto de todos los elementos que tienen una característica común. Una población puede ser finita o infinita. Para realizar la encuesta se ha tomado en cuenta una población infinita ya que a pesar de estar delimitada en el espacio, no se conoce el número de elementos que la componen.

La muestra es un subconjunto de la población. En éste caso un subconjunto de la población de ejecutivos gerenciales del Ecuador. Sus principales características son:

Representativa.- Se refiere a que todos y cada uno de los elementos de la población tengan la misma oportunidad de ser tomados en cuenta para formar dicha muestra.

Adecuada y válida.- Se refiere a que la muestra debe ser obtenida de tal manera que permita establecer un mínimo de error posible respecto de la población.

Para que una muestra sea fiable, es necesario que su tamaño sea obtenido mediante procesos matemáticos que eliminen la incidencia del error. La fórmula estadística utilizada es:

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del investigador.

P= Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado

q= Porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado =1-p

e = Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.

Para el universo descrito anteriormente, el cálculo del tamaño de la muestra es el siguiente:

Nivel de confianza (Z)	95% (1,96)
p	50%
q	50%
Error (e)	5%

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,025}$$

$$n = 384,16$$

$$\text{Tamaño de la muestra (n)} = \mathbf{384,16}$$

2.2 INVESTIGACIÓN DE CAMPO

La determinación del contexto de estudio o escenario de investigación, representa en sí el éxito o el fracaso de una investigación. Por lo que esta determinación obedeció al objetivo de la presente investigación, es decir se eligió una muestra probabilística de ejecutivos gerenciales de organizaciones privadas de la ciudad de Quito.

Para la investigación de campo, el objetivo específico es: Levantar información de ejecutivos gerenciales de organizaciones privadas de la ciudad de Quito, para determinar la contribución de las TIC en la actualización profesional de los ejecutivos de nivel gerencial de las empresas privadas en la ciudad de Quito en los últimos cuatro años.

Las fuentes de información son de origen primario, desarrolladas en fase cuantitativa, la misma que constituyó la esencia del trabajo de campo, recogió las respuestas requeridas en la encuesta. Finalmente la información obtenida fue cuantificada y analizada, sus resultados se presentan en este capítulo.

El trabajo realizado constituyó ser una verdadera investigación de campo, porque estuvo dirigida a un sector de empresarial, no se ejecutó dentro de una empresa u organización en específico, por cuanto este trabajo no es la aplicación o implementación de un determinado proyecto, sino que pretende ser un aporte investigativo al ámbito de la administración de empresas. Con el propósito reflejar el desarrollo de obtención y validez de los datos presentados, se irá describiendo paso a paso el presente estudio de mercado.

2.3 PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Preguntas de opción múltiple.

Cada pregunta de la encuesta es de opción múltiple, con la que se obtuvo la información para el análisis de la contribución de las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación a la actualización profesional de los ejecutivos de nivel gerencial de las empresas u organizaciones privadas en la ciudad de Quito **en los últimos cuatro años**.

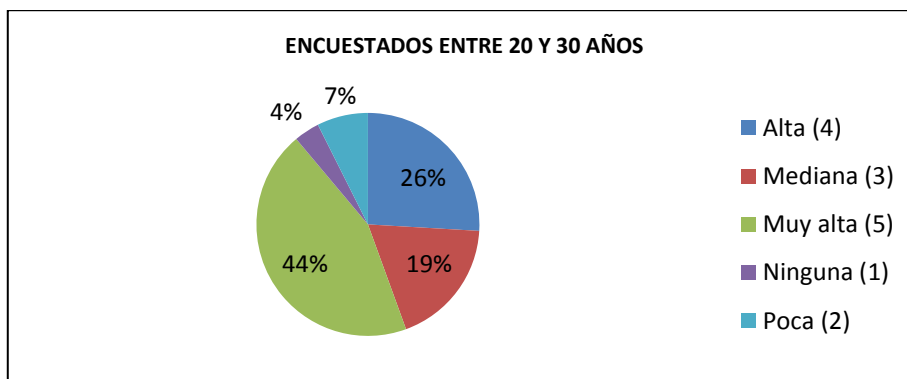
El encuestado tenía la opción de marcar en cada ítem una de las opciones: Ninguna (1), Poca (2), Mediana (3), Alta (4) y Muy alta (5) o también podía llenar la parte abierta de la pregunta correspondiente a la opción Otras.

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE LA PREGUNTA 1

Contribución de medios digitales para su actualización profesional: Correo electrónico.

Figura 1:

Correo electrónico. Encuestados entre 20 y 30 años.

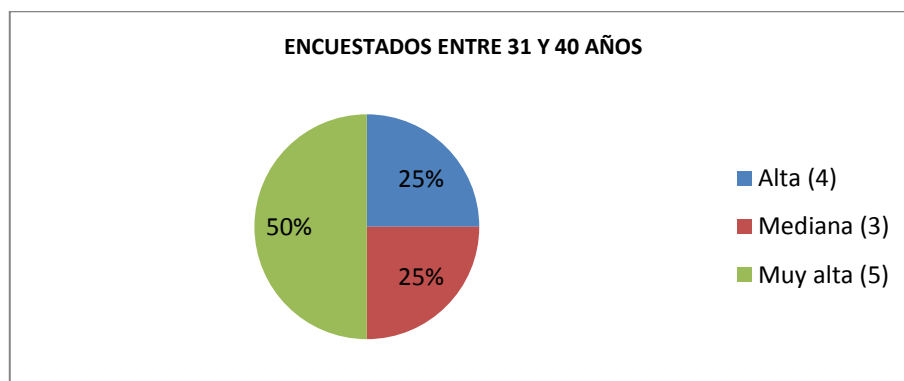


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización del correo electrónico como medio de actualización profesional de personas entre 20 y 30 años está entre Muy Alta y Alta sumando entre los dos 70%.

Figura 2:

Correo electrónico. Encuestados entre 31 y 40 años.

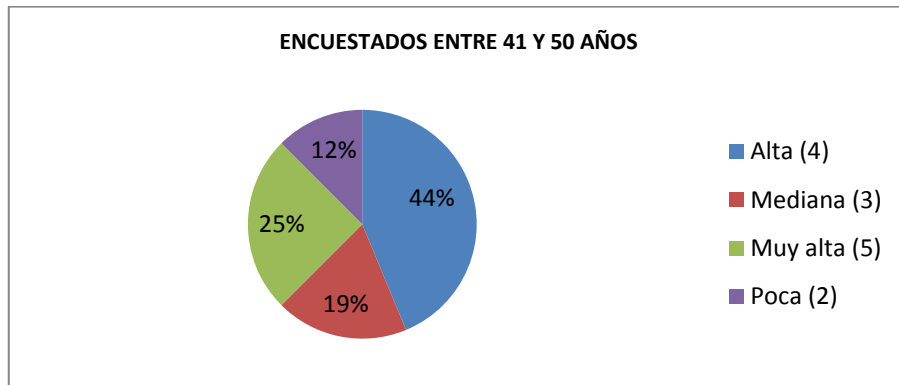


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización del correo electrónico como medio de actualización profesional de personas entre 31 y 40 años está entre Muy Alta y Alta sumando entre los dos 75%.

Figura 3:

Correo electrónico. Encuestados entre 41 y 50 años.

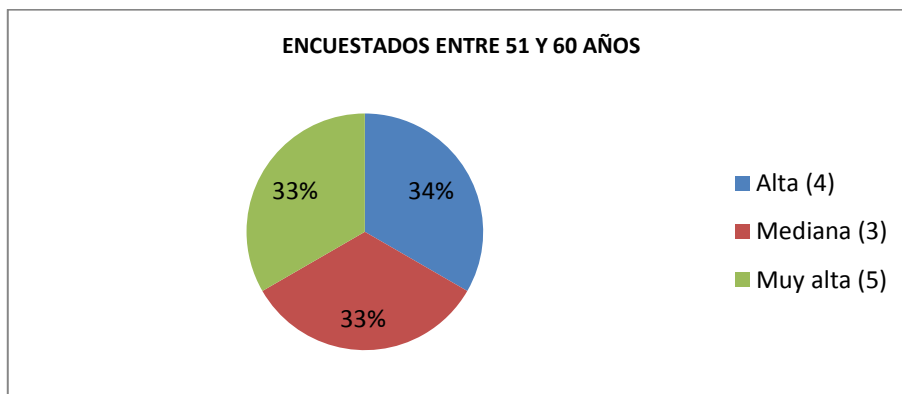


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización del correo electrónico como medio de actualización profesional de personas entre 41 y 50 años está entre Muy Alta y Alta sumando entre los dos 69%.

Figura 4:

Correo electrónico. Encuestados entre 51 y 60 años.

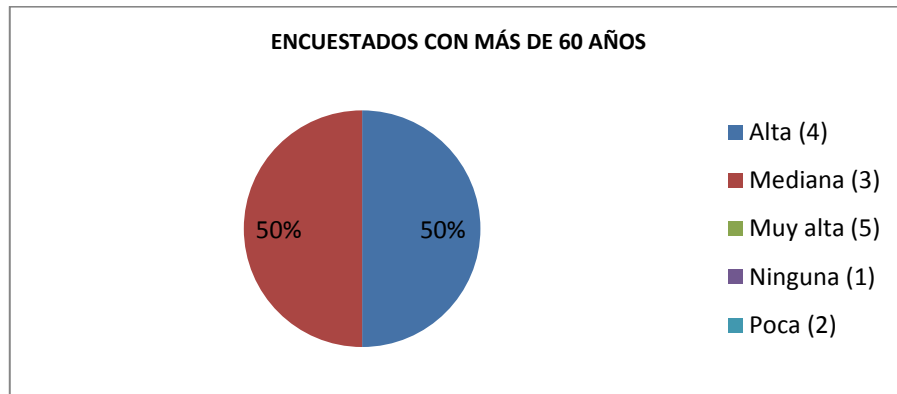


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización del correo electrónico como medio de actualización profesional de personas entre 51 y 60 años está entre Muy Alta y Alta sumando entre los dos 67%.

Figura 5:

Correo electrónico. Encuestados con más de 60 años.



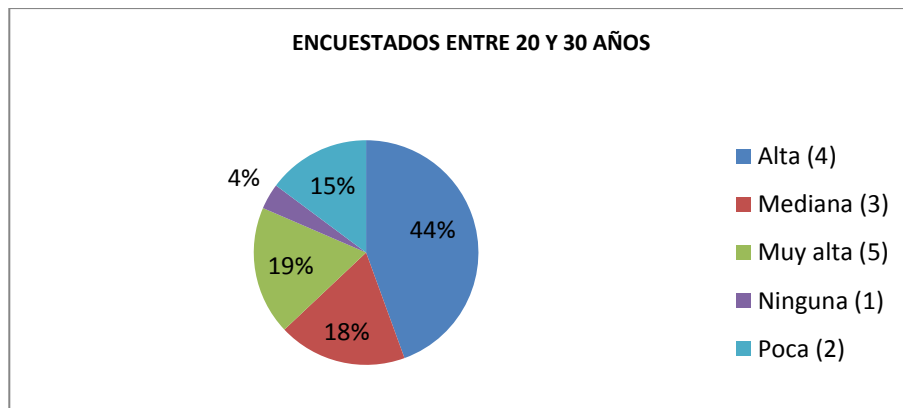
Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización del correo electrónico como medio de actualización profesional de personas con más de 60 años es de 50% Alta.

Contribución de medios digitales para su actualización profesional: Mensajería Instantánea.

Figura 6:

Mensajería Instantánea. Encuestados entre 20 y 30 años.

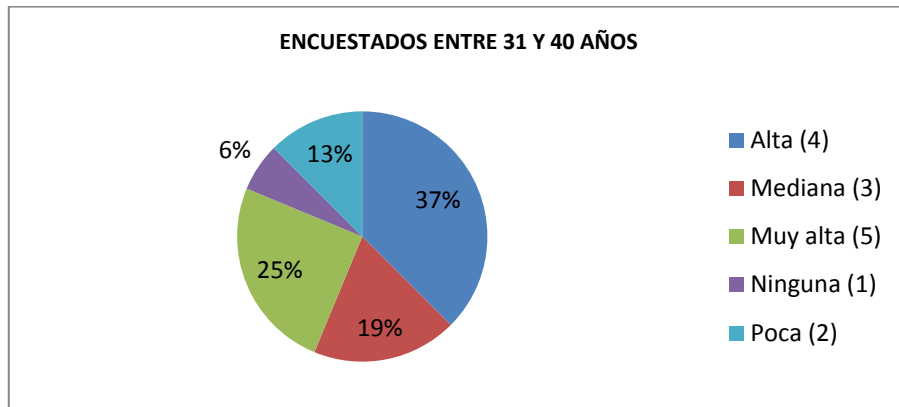


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de la Mensajería Instantánea como medio de actualización profesional de personas entre 20 y 30 años está entre Muy Alta y Alta sumando entre los dos 63%.

Figura 7:

Mensajería Instantánea. Encuestados entre 31 y 40 años.

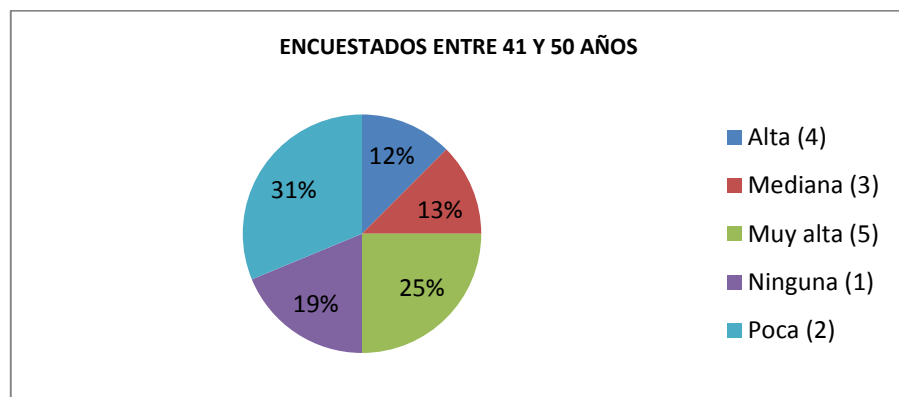


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización del Mensajería Instantánea como medio de actualización profesional de personas entre 31 y 40 años está entre Muy Alta y Alta sumando entre los dos 62%.

Figura 8:

Mensajería Instantánea. Encuestados entre 41 y 50 años.

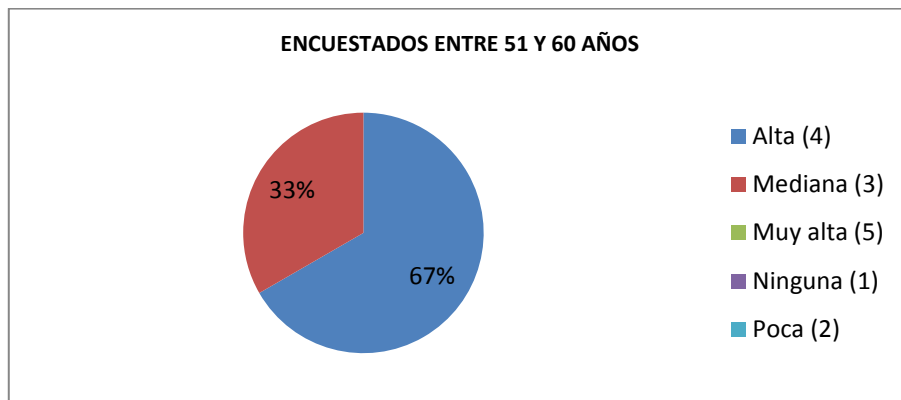


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización del Mensajería Instantánea como medio de actualización profesional de personas entre 41 y 50 años está entre Muy Alta y Alta sumando entre los dos 37%.

Figura 9:

Mensajería Instantánea. Encuestados entre 51 y 60 años.

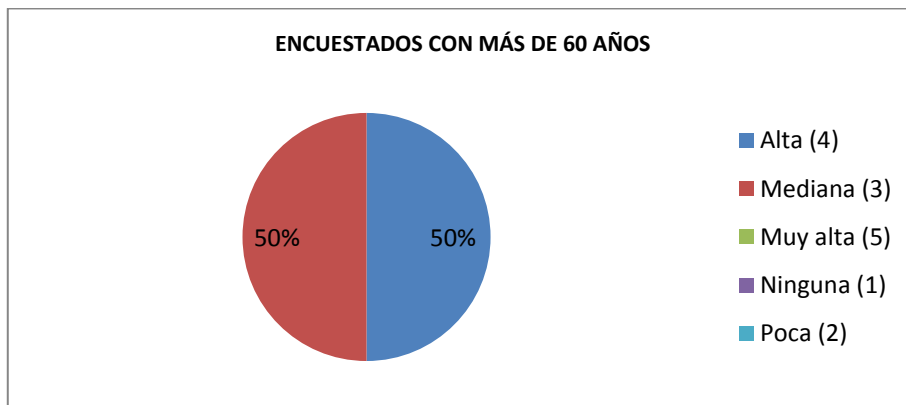


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización del Mensajería Instantánea como medio de actualización profesional de personas entre 51 y 60 años es de 37 % Muy Alta.

Figura 10:

Mensajería Instantánea. Encuestados con más de 60 años.



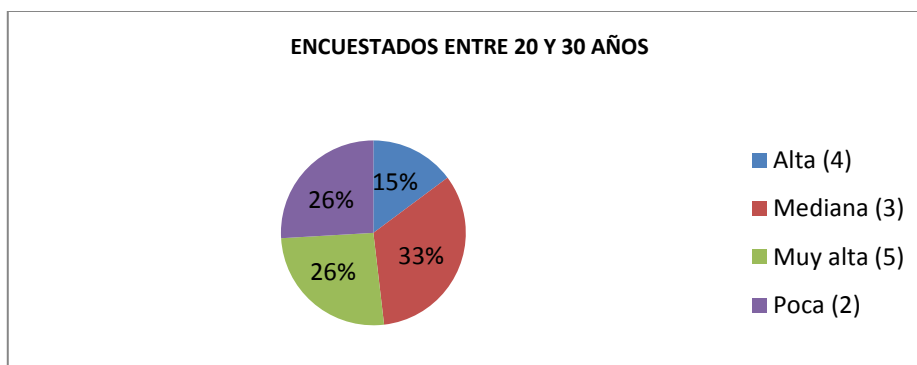
Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización del Mensajería Instantánea como medio de actualización profesional de personas con más de 60 años es de 50% Alta.

Contribución de medios digitales para su actualización profesional: Libros electrónicos E-books.

Figura 11:

Libros electrónicos E-books. Encuestados entre 20 y 30.

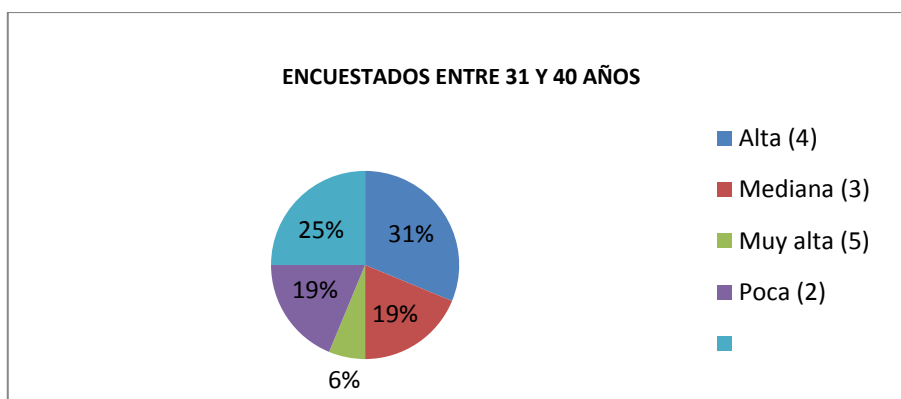


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de libros electrónicos (E-books) como medio de actualización profesional de personas entre 20 y 30 años está entre Muy Alta y Alta sumando entre los dos 41%.

Figura 12:

Libros electrónicos E-books. Encuestados entre 31 y 40.

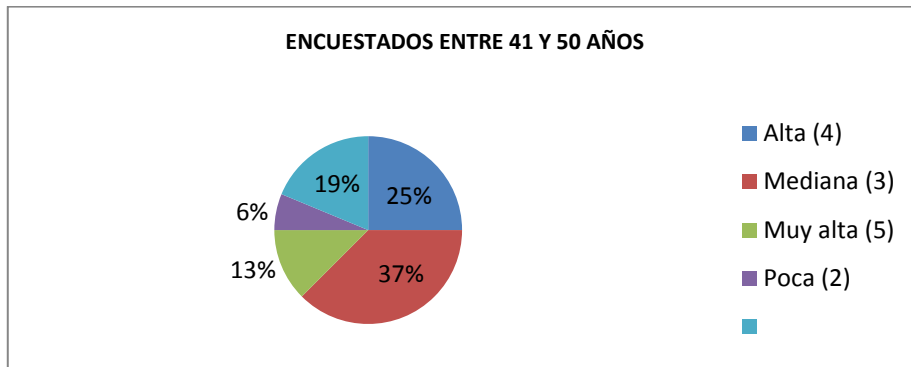


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de libros electrónicos (E-books) como medio de actualización profesional de personas entre 31 y 40 años está entre Muy Alta y Alta sumando entre los dos 37%.

Figura 13:

Libros electrónicos E-books. Encuestados entre 41 y 50.

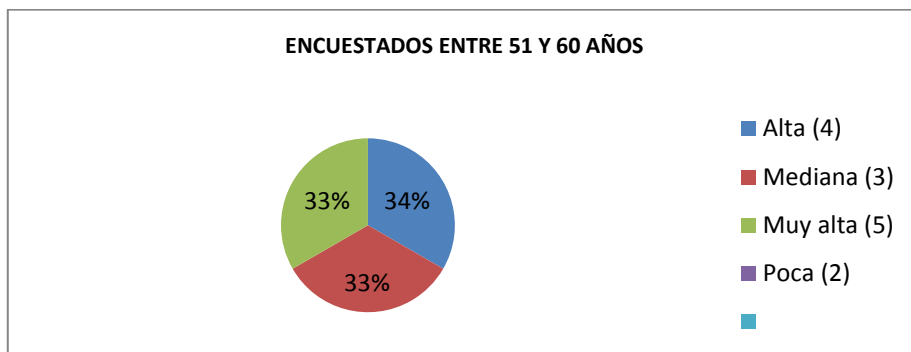


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de libros electrónicos (E-books) como medio de actualización profesional de personas entre 41 y 50 años está entre Muy Alta y Alta sumando entre los dos 38%.

Figura 14:

Libros electrónicos E-books. Encuestados entre 51 y 60.

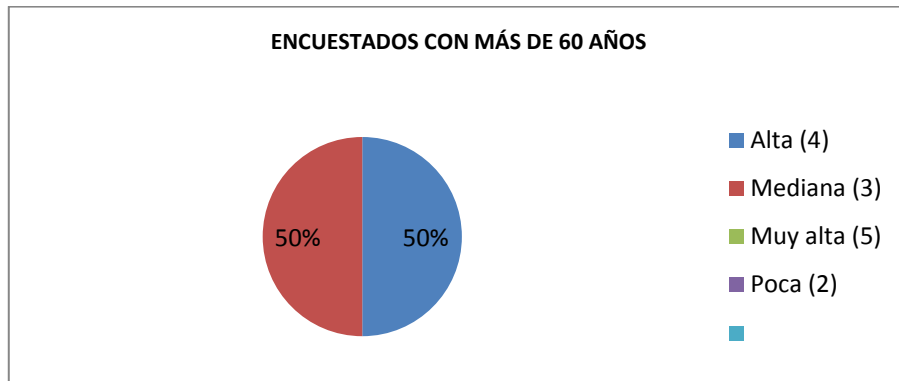


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de libros electrónicos (E-books) como medio de actualización profesional de personas entre 51 y 60 años está entre Muy Alta y Alta sumando entre los dos 67%.

Figura 15:

Libros electrónicos E-books. Encuestados con más de 60.



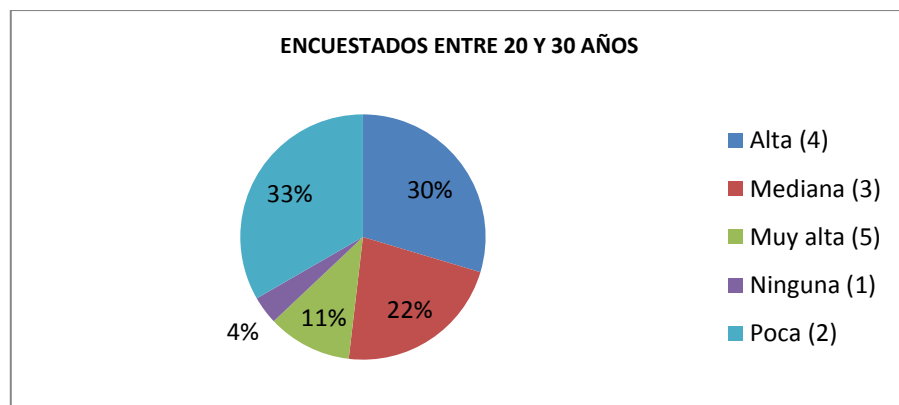
Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de libros electrónicos (E-books) como medio de actualización profesional de personas con más de 60 años es de 50% Alta.

Contribución de medios digitales para su actualización profesional: Artículos indexados.

Figura 16:

Artículos indexados. Encuestados entre 20 y 30 años.

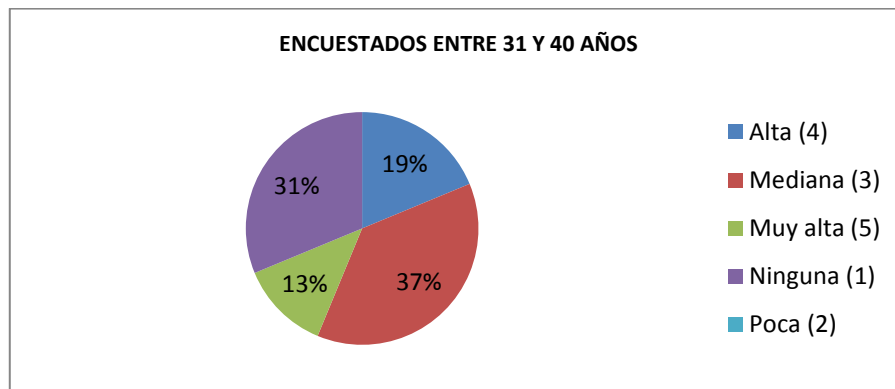


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de Artículos indexados como medio de actualización profesional de personas entre 20 y 30 años está entre Muy Alta y Alta sumando entre los dos 67%.

Figura 17:

Artículos indexados. Encuestados entre 31 y 40 años.

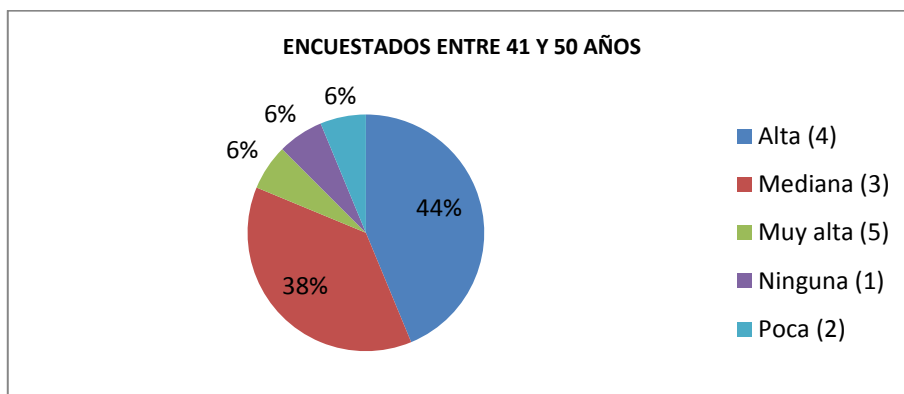


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de Artículos indexados como medio de actualización profesional de personas entre 31 y 40 está años entre Muy Alta y Alta sumando entre los dos 32%.

Figura 18:

Artículos indexados. Encuestados entre 41 y 50 años.

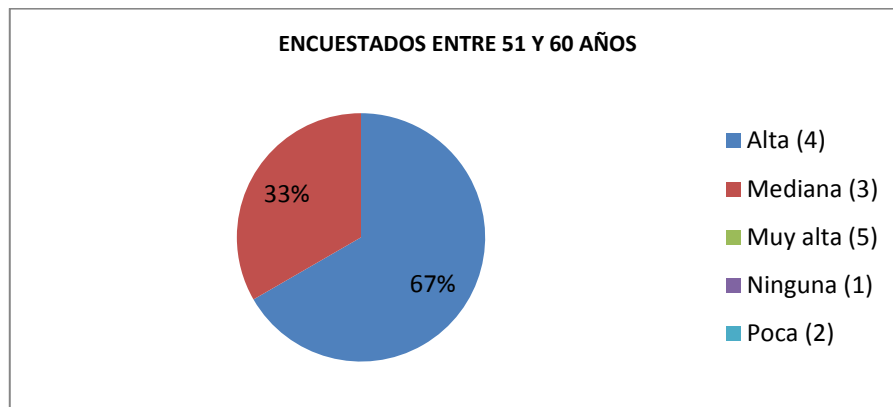


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de Artículos indexados como medio de actualización profesional de personas entre 41 y 50 está años entre Muy Alta y Alta sumando entre los dos 50%.

Figura 19:

Artículos indexados. Encuestados entre 51 y 60 años.

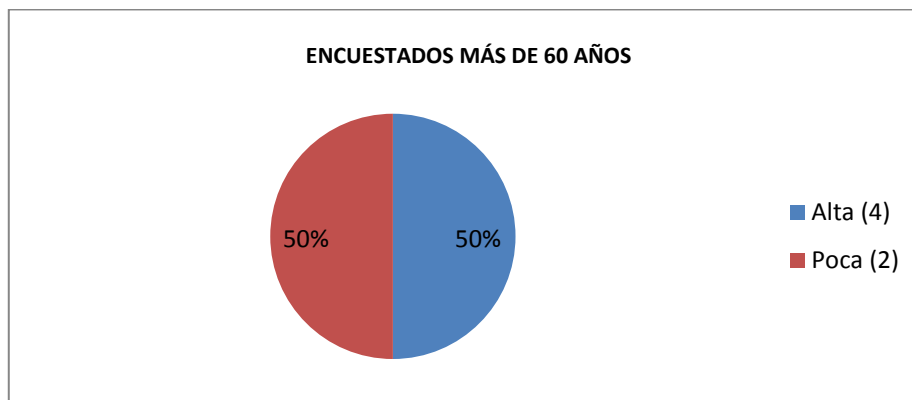


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de Artículos indexados como medio de actualización profesional de personas entre 51 y 60 es de 67% Alta.

Figura 20:

Artículos indexados. Encuestados con más de 60 años.



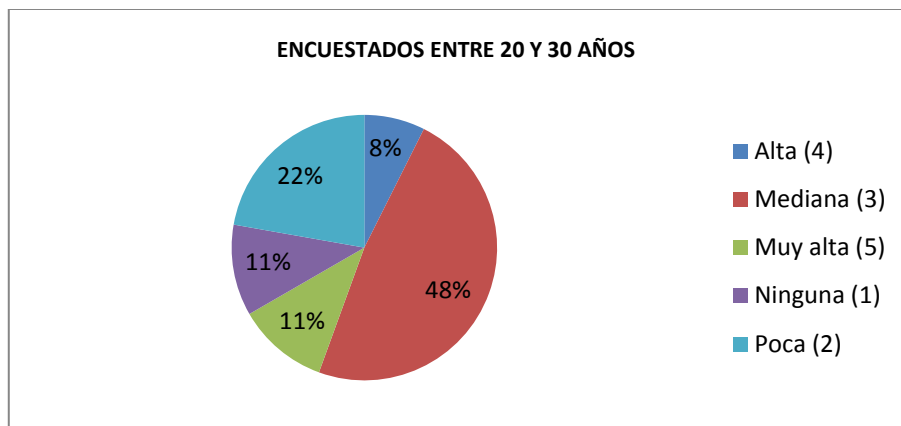
Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de Artículos indexados como medio de actualización profesional de personas con más de 60 años es de 50% Alta.

Contribución de medios digitales para su actualización profesional: Artículos no indexados.

Figura 21:

Artículos no indexados. Encuestados entre 20 y 30 años.

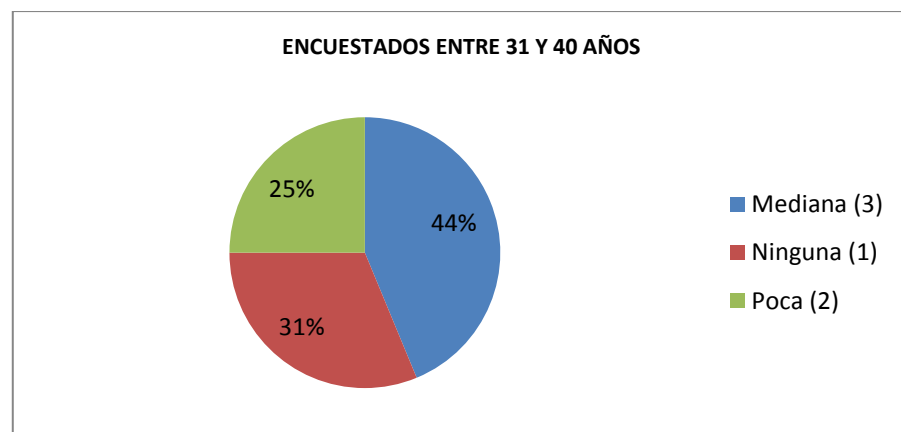


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de artículos no indexados como medio de actualización profesional en personas entre 20 y 30 años, es mediana en su mayoría con 48% y poca con 22%.

Figura 22:

Artículos no indexados. Encuestados entre 31 y 40 años.

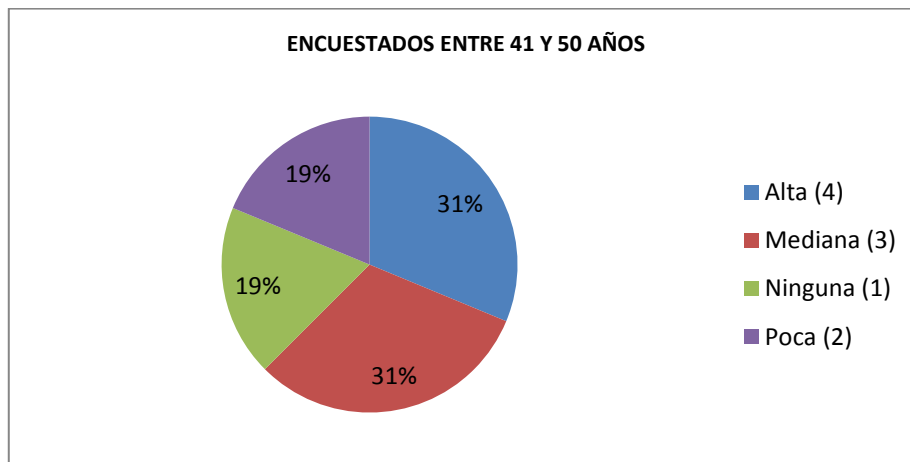


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de artículos no indexados como medio de actualización profesional en personas entre 31 y 40 años, es mediana en su mayoría con 44% y ninguna con 31%.

Figura 23:

Artículos no indexados. Encuestados entre 41 y 50 años.

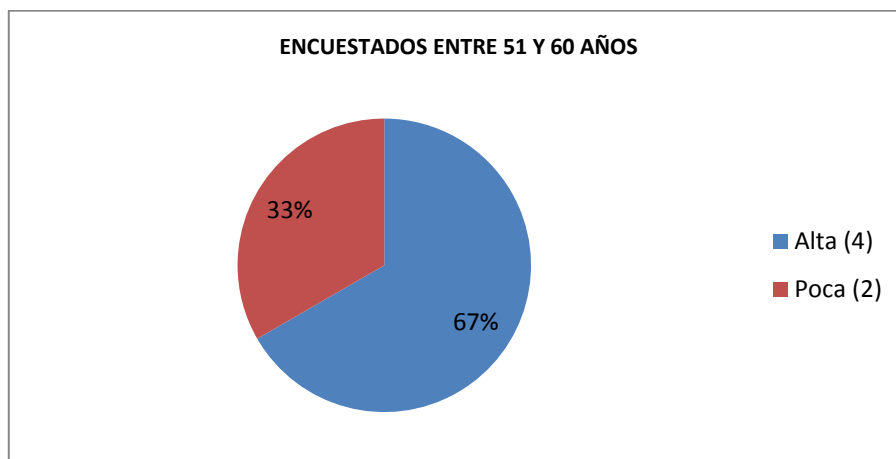


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de artículos no indexados como medio de actualización profesional en personas entre 41 y 50 años, es mediana en su mayoría con 31% y alta con 31%.

Figura 24:

Artículos no indexados. Encuestados entre 51 y 60 años.

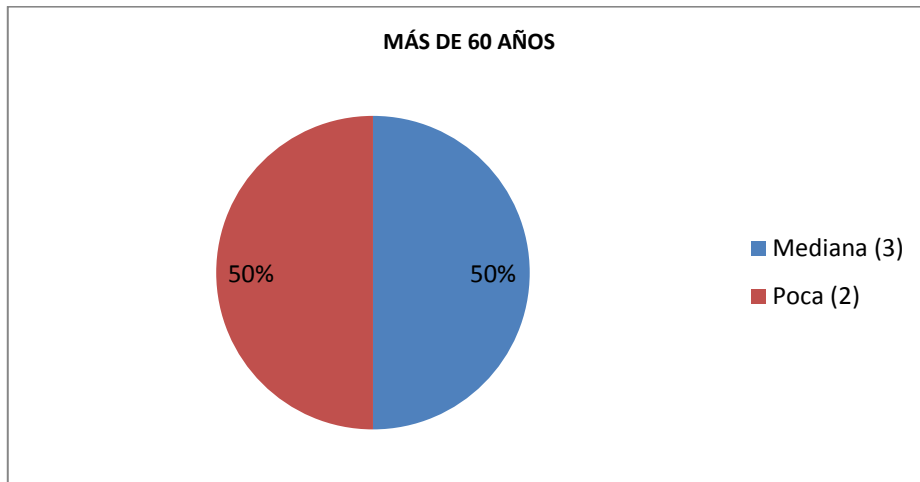


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de artículos no indexados como medio de actualización profesional en personas entre 51 y 60 años, es alta en su mayoría con 67% y poca con 33%.

Figura 25:

Artículos no indexados. Encuestados con más de 60 años.



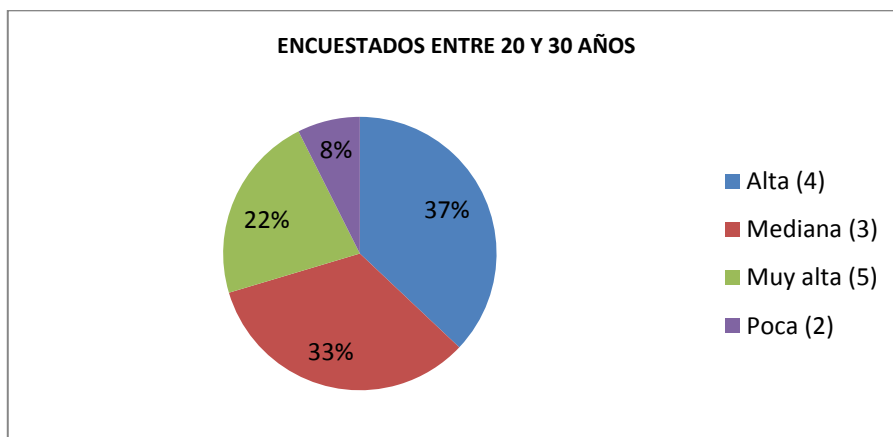
Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de artículos no indexados como medio de actualización profesional en personas con más de 60 años, es mediana en su mayoría con 50% y poca con 50%.

Contribución de medios digitales para su actualización profesional: Revistas digitales especializadas.

Figura 26:

Revistas digitales especializadas. Encuestados entre 20 y 30 años.

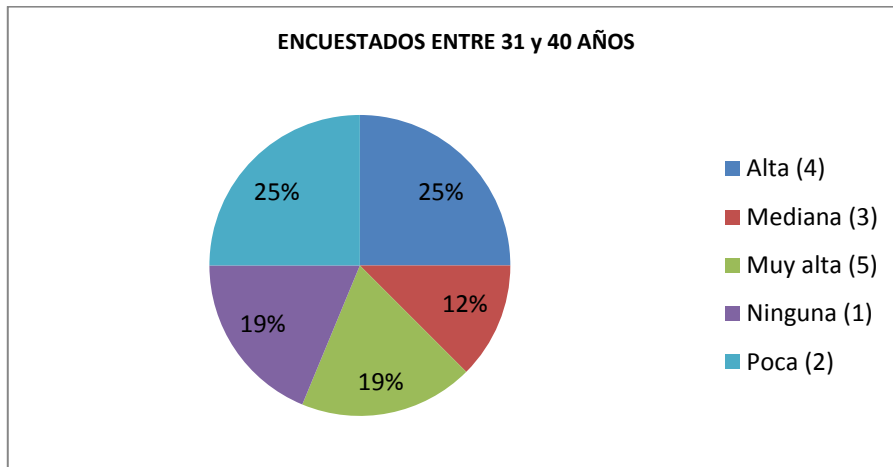


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de revistas digitales como medio de actualización profesional en personas entre 20 y 30 años, es alta en su mayoría con 37% y mediana con 33%.

Figura 27:

Revistas digitales especializadas. Encuestados entre 31 y 40 años.

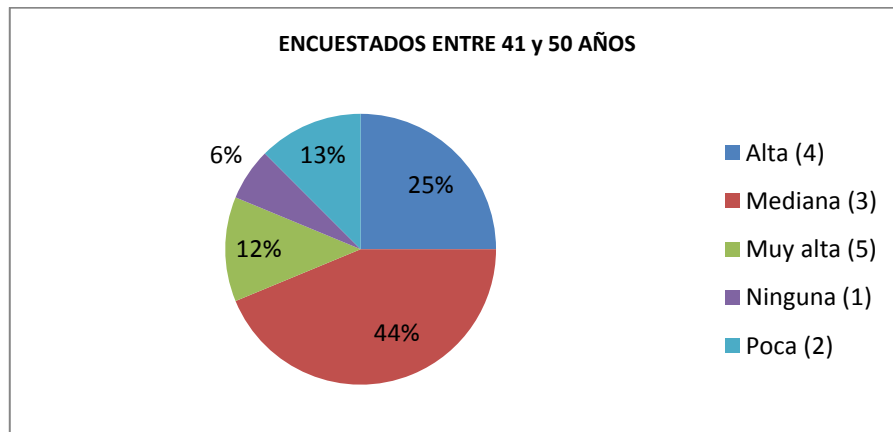


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de revistas digitales como medio de actualización profesional en personas entre 31 y 40 años, es alta en su mayoría con 25% y mediana con 25%.

Figura 28:

Revistas digitales especializadas. Encuestados entre 41 y 50 años.

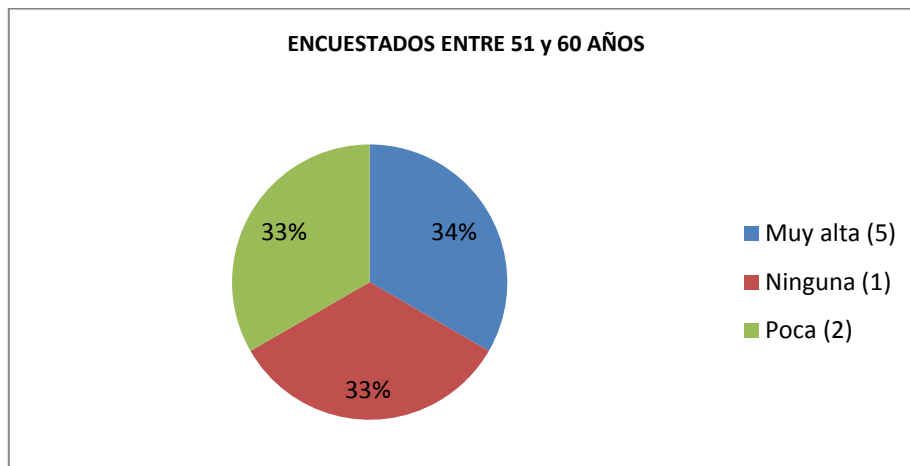


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de revistas digitales como medio de actualización profesional en personas entre 41 y 50 años, es mediana en su mayoría con 44% y mediana con 25%.

Figura 29:

Revistas digitales especializadas. Encuestados entre 51 y 60 años.

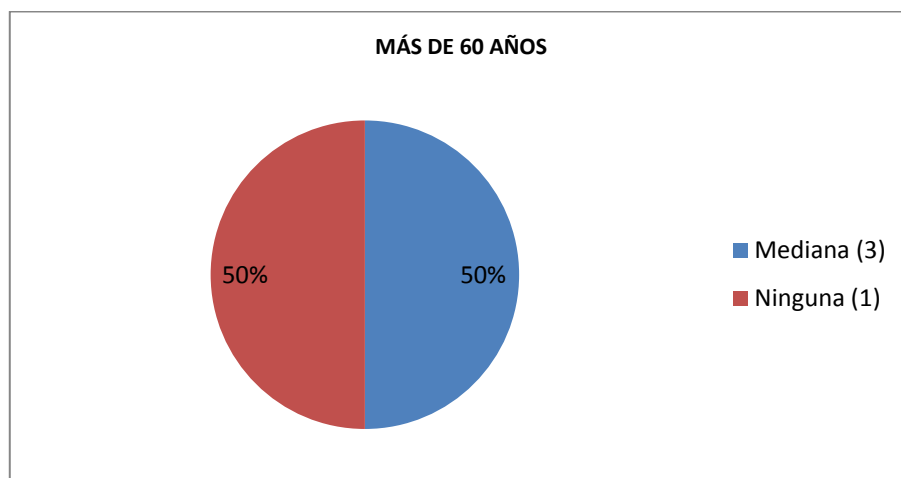


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de revistas digitales como medio de actualización profesional en personas entre 51 y 60 años, es muy alta en su mayoría con 34%.

Figura 30:

Revistas digitales especializadas. Encuestados con más de 60 años.



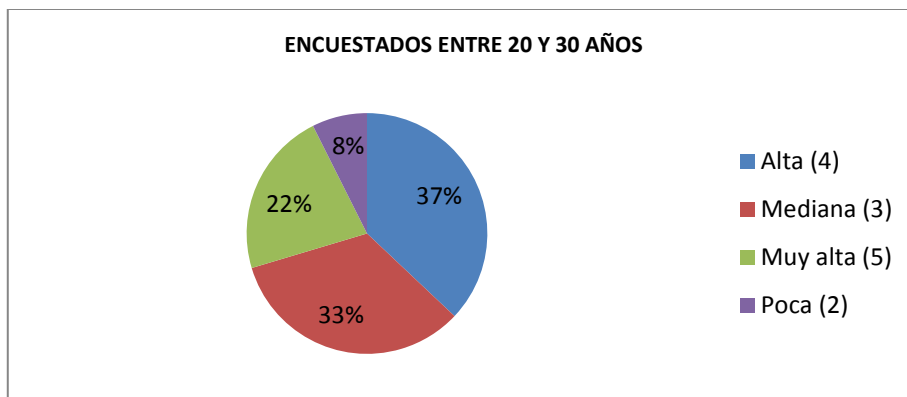
Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de revistas digitales como medio de actualización profesional en personas con más de 60 años, es mediana en su mayoría con 50% y ninguna con 50%.

Contribución de medios digitales para su actualización profesional: Bibliotecas virtuales.

Figura 31:

Bibliotecas virtuales. Encuestados entre 20 y 30 años.

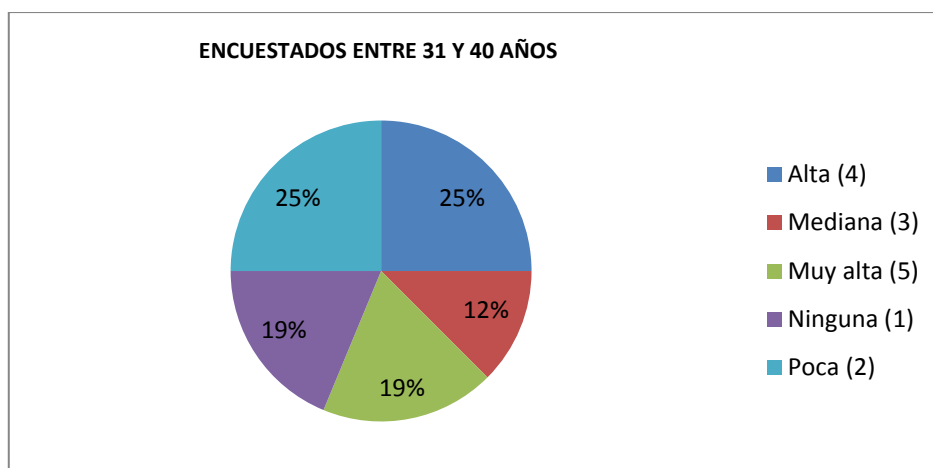


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de bibliotecas virtuales como medio de actualización profesional en personas entre 20 y 30 años, es alta en su mayoría con 37% y mediana con 33%.

Figura 32:

Bibliotecas virtuales. Encuestados entre 31 y 40 años.

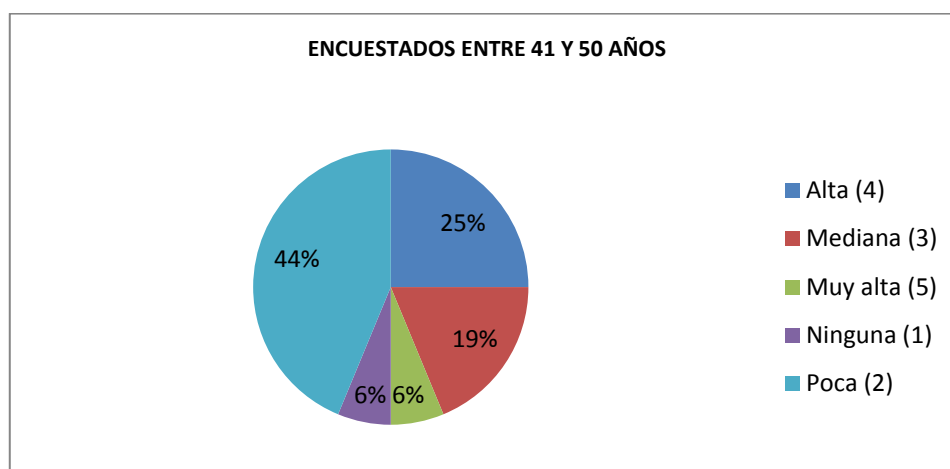


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de bibliotecas virtuales como medio de actualización profesional en personas entre 31 y 40 años, es alta en su mayoría con 25% y poca con 25%.

Figura 33:

Bibliotecas virtuales. Encuestados entre 41 y 50 años.

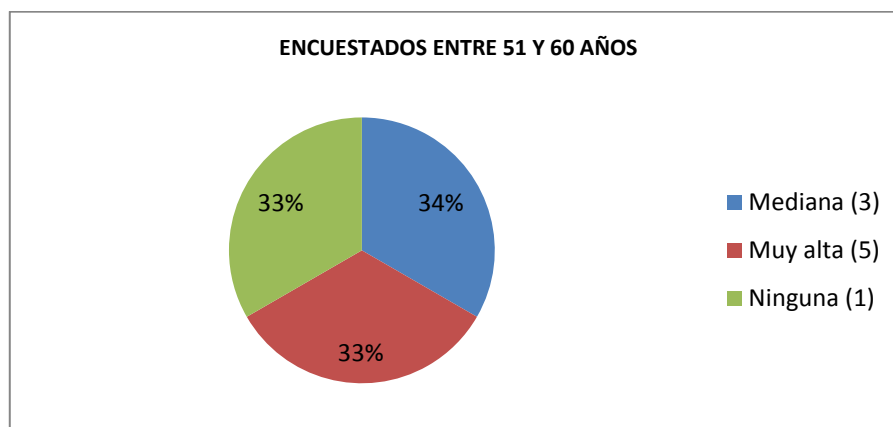


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de bibliotecas virtuales como medio de actualización profesional en personas entre 41 y 50 años, es poca en su mayoría con 44% y alta con 25%.

Figura 34:

Bibliotecas virtuales. Encuestados entre 51 y 60 años.

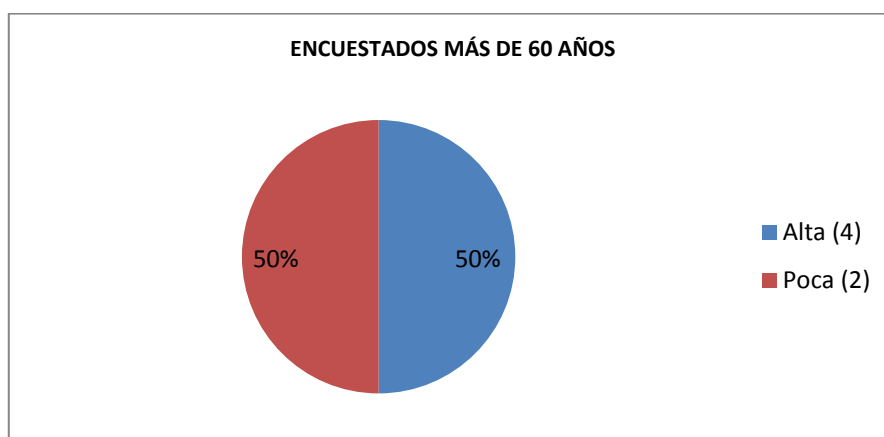


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de bibliotecas virtuales como medio de actualización profesional en personas entre 51 y 60 años, es mediana en su mayoría con 34%.

Figura 35:

Bibliotecas virtuales. Encuestados con más de 60 años.



Elaborado por: El autor

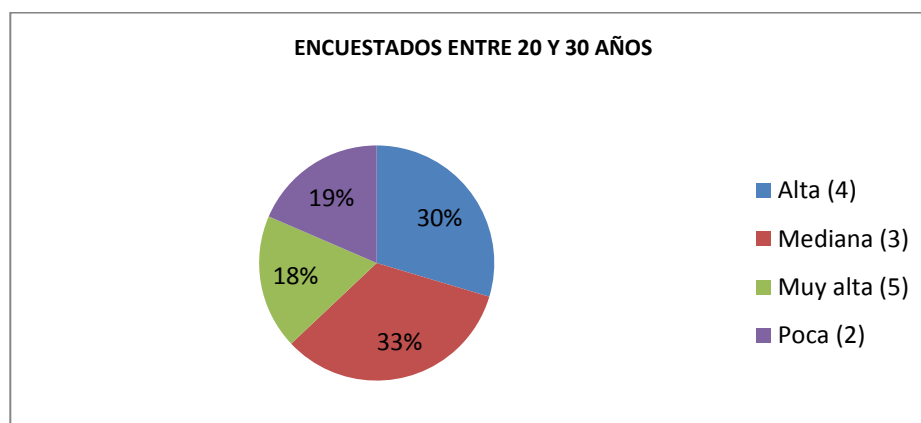
Se evidencia que la utilización de bibliotecas virtuales como medio de actualización profesional en personas con más de 60 años, es alta en su mayoría con 50% y poca con 50%.

**Contribución de medios digitales para su actualización profesional:
Suscripciones a organizaciones especializadas en educación on-line.**

Figura 36:

Suscripciones a organizaciones especializadas en educación on-line.

Encuestados entre 20 y 30 años.

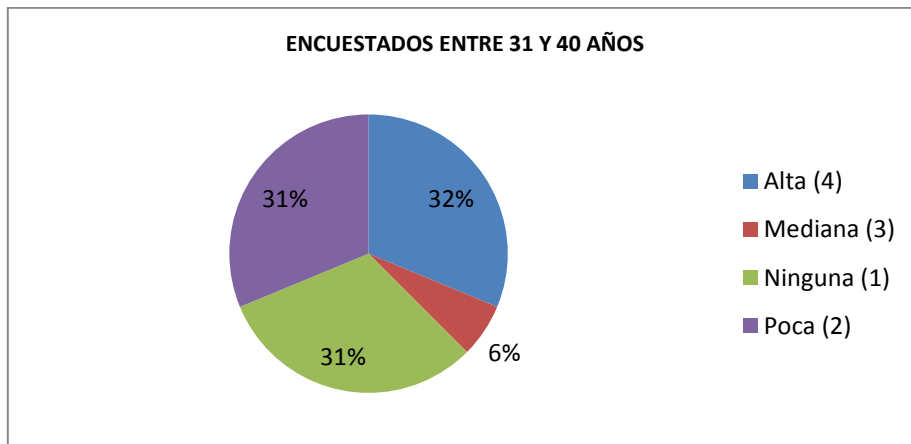


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de bibliotecas virtuales como medio de actualización profesional en personas entre 20 y 30 años, es mediana en su mayoría con 33% y alta con 30%.

Figura 37:

Suscripciones a organizaciones especializadas en educación on-line.
Encuestados entre 31 y 40 años.

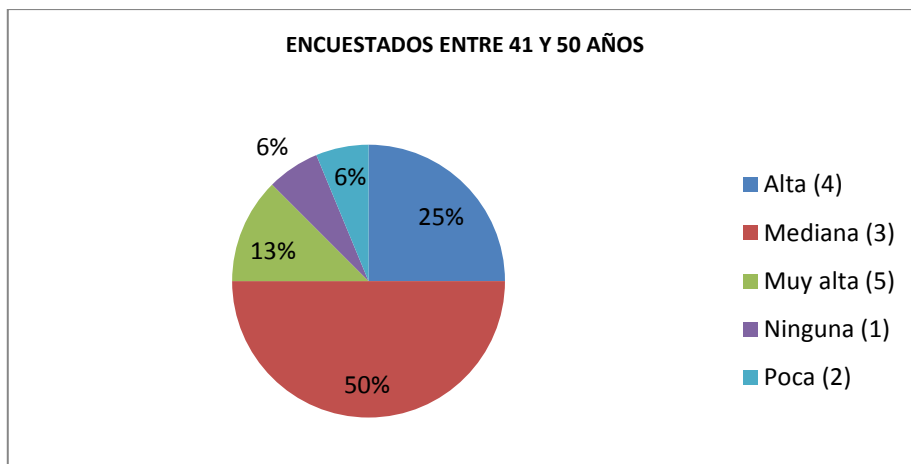


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de suscripciones on-line como medio de actualización profesional en personas entre 31 y 40 años, es alta en su mayoría con 33% y alta con 30%.

Figura 38:

Suscripciones a organizaciones especializadas en educación on-line.
Encuestados entre 41 y 50 años.

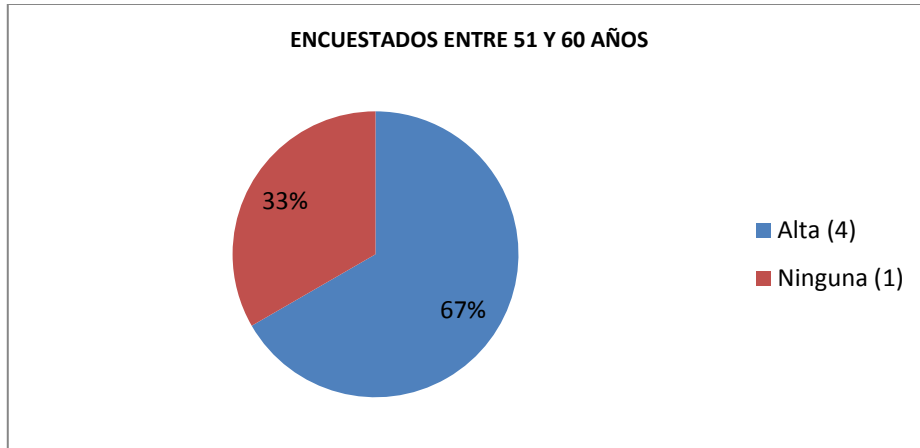


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de suscripciones on-line como medio de actualización profesional en personas entre 41 y 50 años, es mediana en su mayoría con 50% y alta con 25%.

Figura 39:

Medios digitales que usted utiliza para su actualización profesional:
Suscripciones a organizaciones especializadas en educación on-line.
Encuestados entre 51 y 60 años.



Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de suscripciones on-line como medio de actualización profesional en personas entre 51 y 60 años, es alta en su mayoría con 67% y alta con 33%.

Figura 40:

Medios digitales que usted utiliza para su actualización profesional:
Suscripciones a organizaciones especializadas en educación on-line.
Encuestados con más de 60 años.



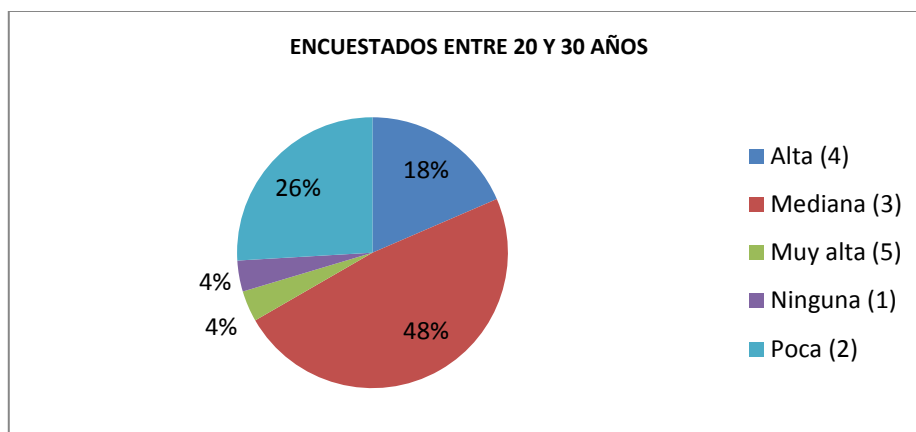
Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de suscripciones on-line como medio de actualización profesional en personas con más de 60 años, es poca en su mayoría con 50% y ninguna con 50%.

Contribución de medios digitales para su actualización profesional: Webcast especializados.

Figura 41:

Webcast especializados. Encuestados entre 20 y 30 años.

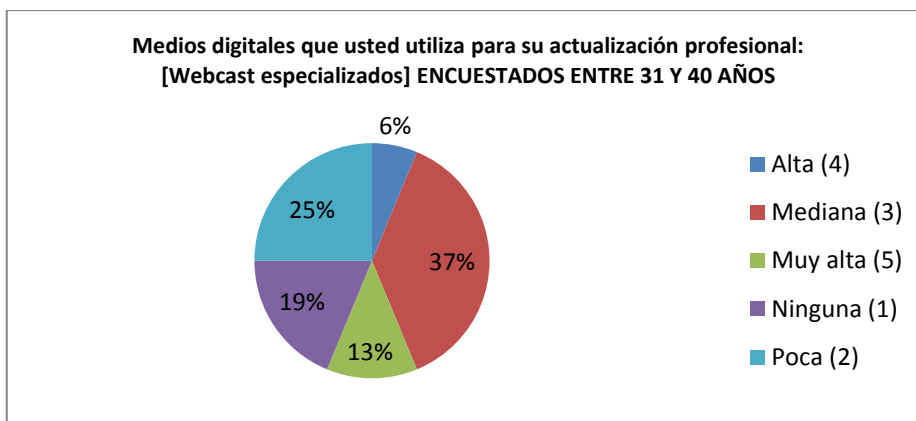


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de Webcast especializados como medio de actualización profesional en personas entre 20 y 30 años, es mediana en su mayoría con 48% y poca con 26%.

Figura 42:

Webcast especializados. Encuestados entre 31 y 40 años.

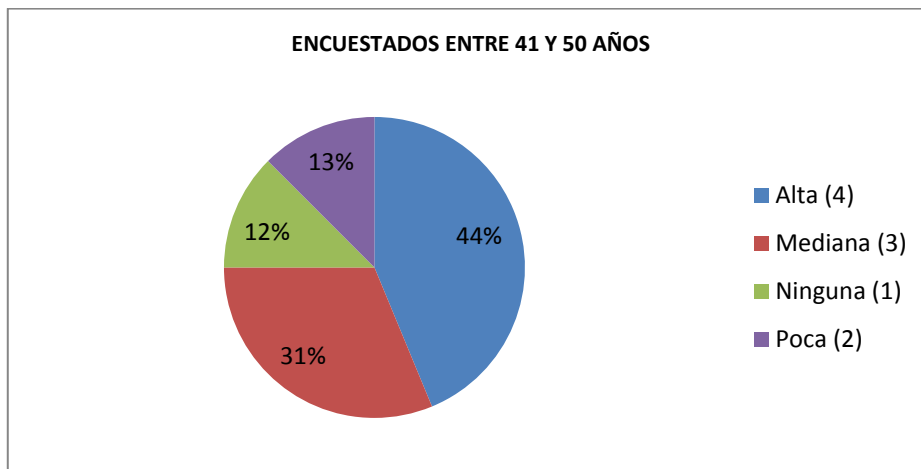


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de Webcast especializados como medio de actualización profesional en personas entre 31 y 40 años, es mediana en su mayoría con 37% y poca con 25%.

Figura 43:

Webcast especializados. Encuestados entre 41 y 50 años.

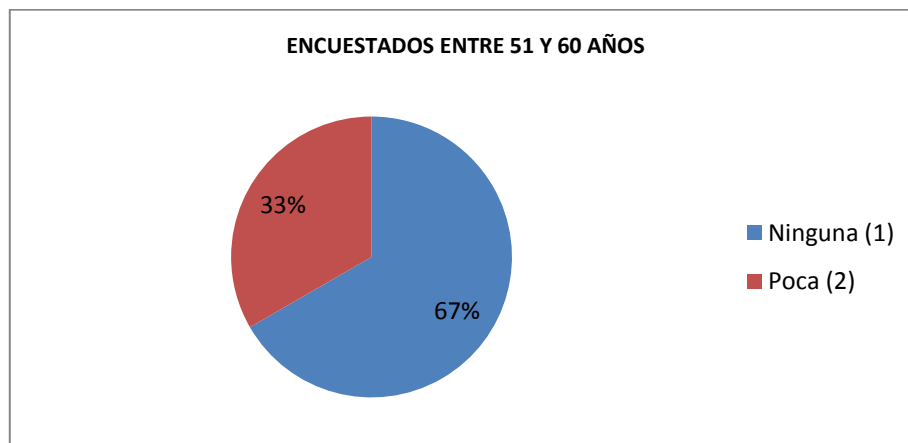


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de Webcast especializados como medio de actualización profesional en personas entre 41 y 50 años, es alta en su mayoría con 44% y mediana con 31%.

Figura 44:

Webcast especializados. Encuestados entre 51 y 60 años.

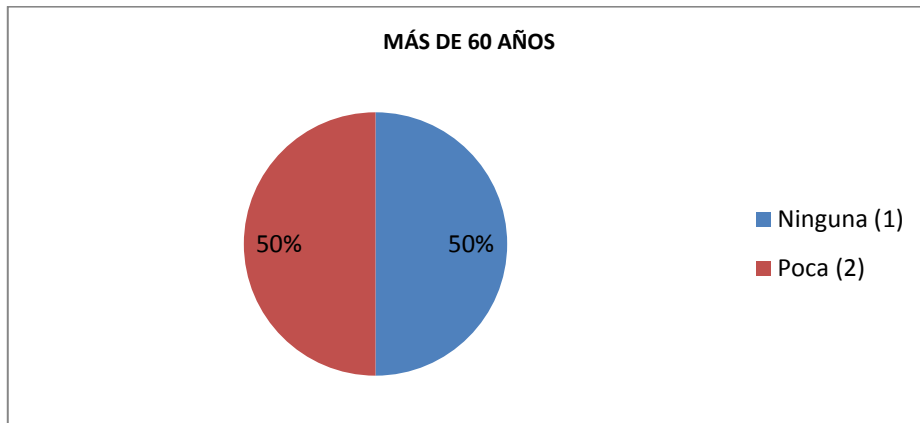


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de Webcast especializados como medio de actualización profesional en personas entre 51 y 60 años, es ninguna en su mayoría con 67% y poca con 33%.

Figura 45:

Webcast especializados. Encuestados con más de 60 años.



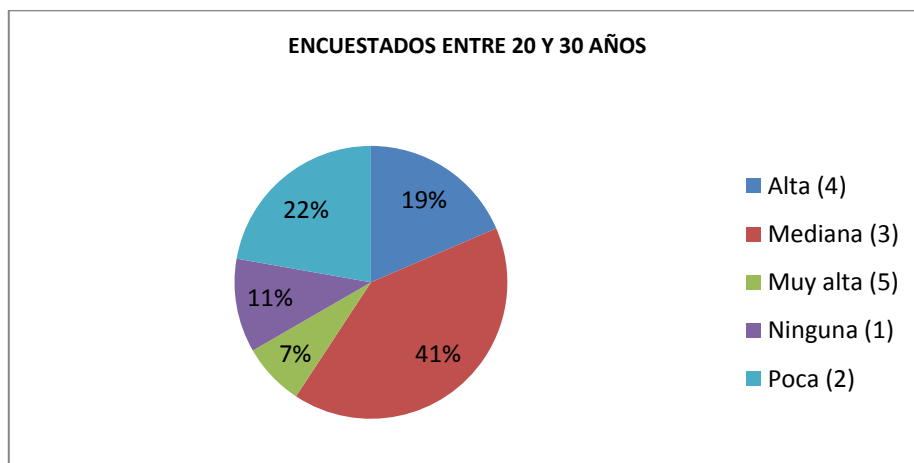
Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de Webcast especializados como medio de actualización profesional en personas con más de 60 años, es ninguna en su mayoría con 50% y poca con 50%.

Contribución de medios digitales para su actualización profesional: Podcast especializados.

Figura 46:

Podcast especializados. Encuestados entre 20 y 30 años.

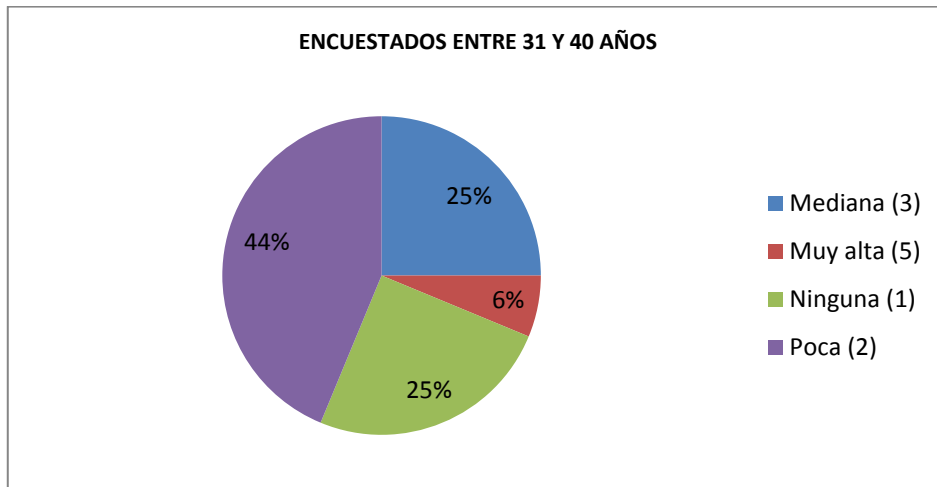


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de Podcast como medio de actualización profesional en personas entre 20 y 30 años, es mediana en su mayoría con 41% y poca con 22%.

Figura 47:

Podcast especializados. Encuestados entre 31 y 40 años.

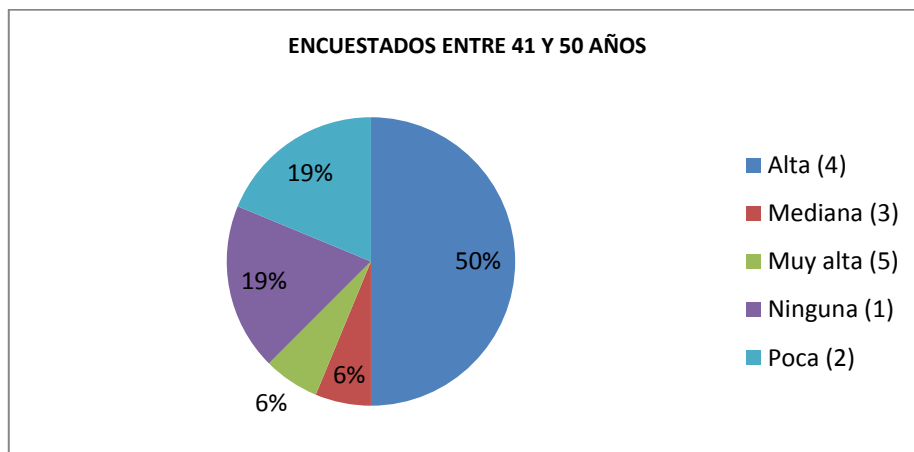


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de Podcast como medio de actualización profesional en personas entre 31 y 40 años, es poca en su mayoría con 44% y mediana y ninguna con 25%.

Figura 48:

Podcast especializados. Encuestados entre 41 y 50 años.

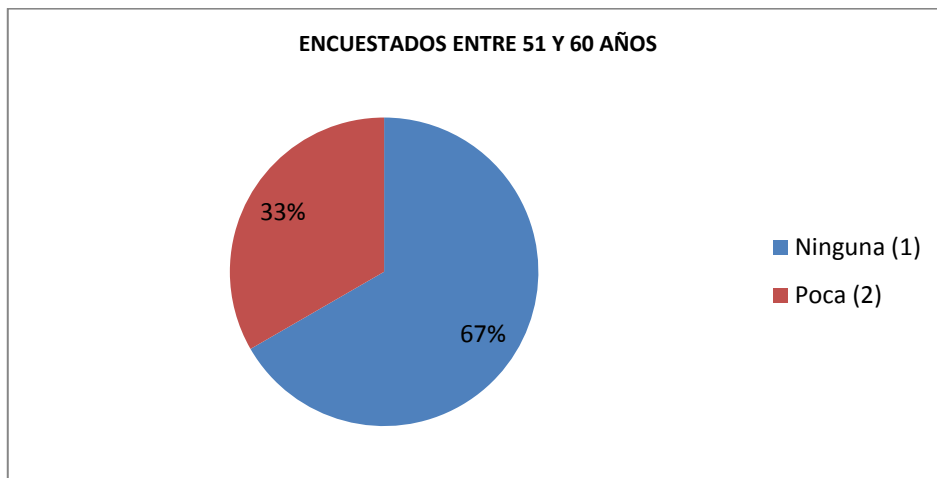


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de Podcast como medio de actualización profesional en personas entre 41 y 50 años, es alta en su mayoría con 50% y poca y ninguna con 19%.

Figura 49:

Podcast especializados. Encuestados entre 51 y 60 años.

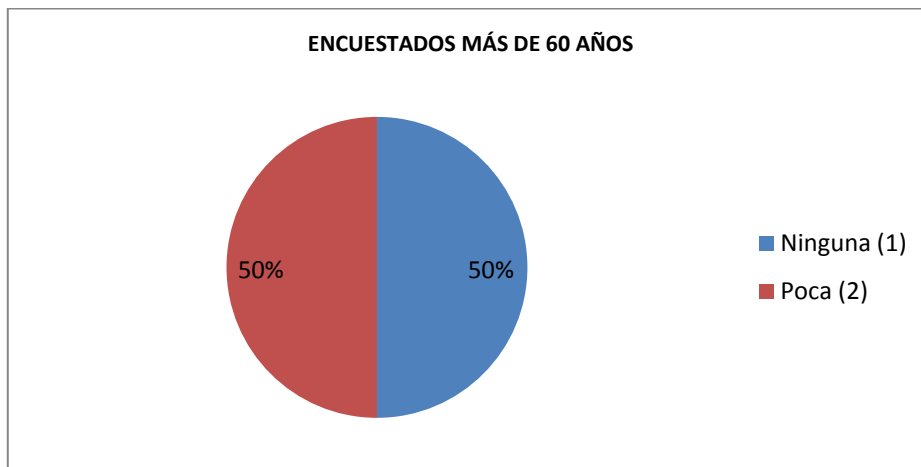


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de Podcast como medio de actualización profesional en personas entre 51 y 60 años, es ninguna en su mayoría con 67% y poca con 33%.

Figura 50:

Podcast especializados. Encuestados con más de 60 años.



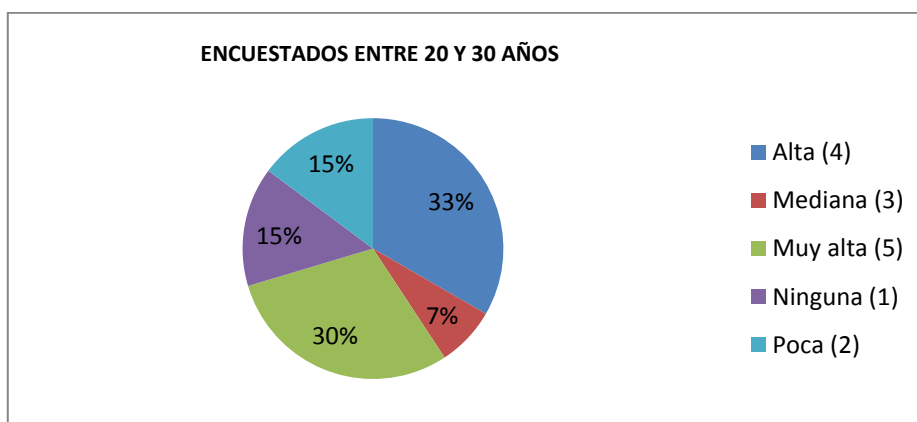
Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de Podcast como medio de actualización profesional en personas entre 20 y 30 años, es mediana en su mayoría con 41% y poca con 22%.

Contribución de medios digitales para su actualización profesional: YouTube.

Figura 51:

YouTube. Encuestados entre 20 y 30 años.

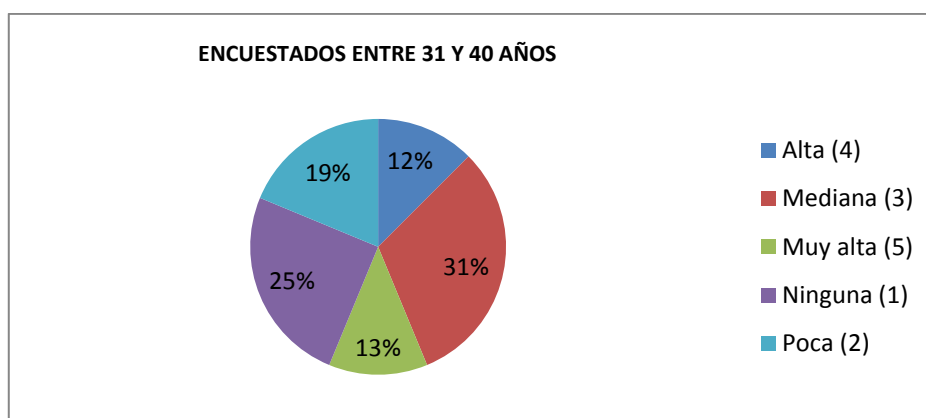


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de YouTube como medio de actualización profesional en personas entre 20 y 30 años, es alta en su mayoría con 33% y muy alta con 30%.

Figura 52:

YouTube. Encuestados entre 31 y 40 años.

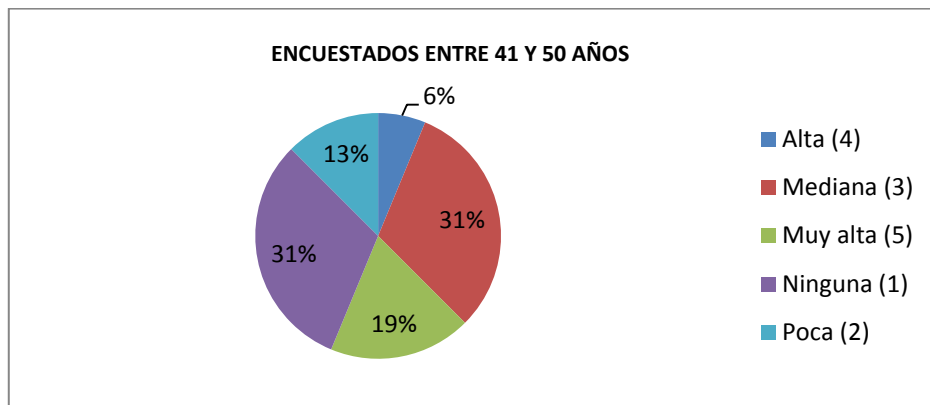


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de YouTube como medio de actualización profesional en personas entre 31 y 40 años, es mediana en su mayoría con 31% y ninguna con 25%.

Figura 53:

YouTube. Encuestados entre 41 y 50 años.

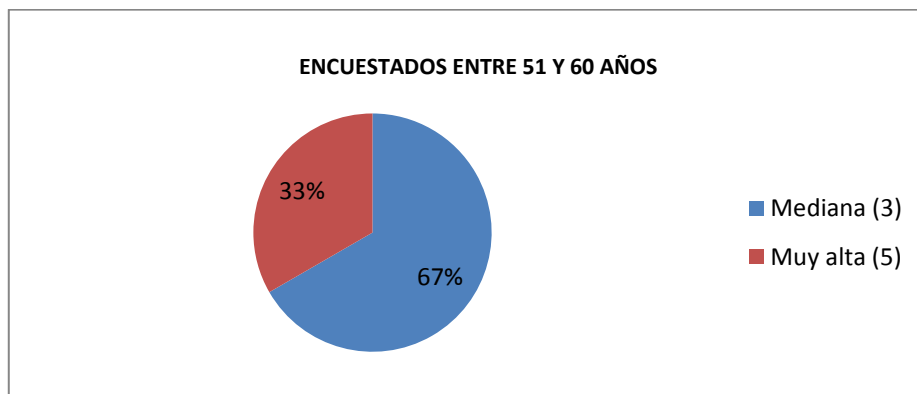


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de YouTube como medio de actualización profesional en personas entre 41 y 50 años, es mediana en su mayoría con 31% y ninguna con 31%.

Figura 54:

YouTube. Encuestados entre 51 y 60 años.

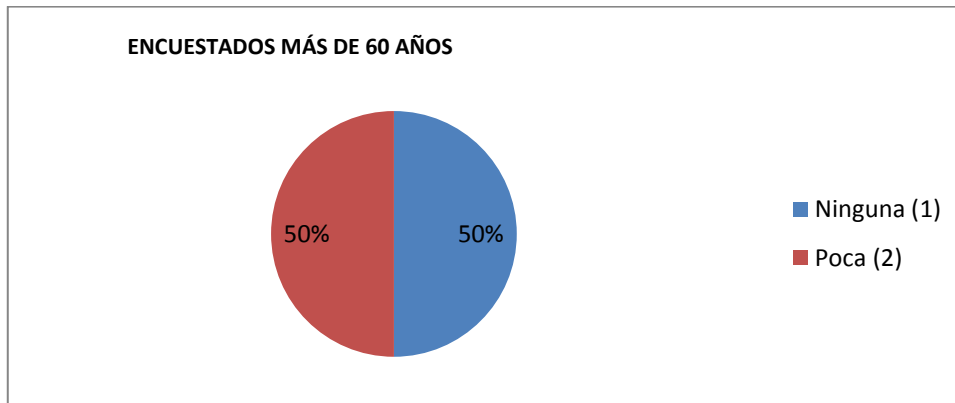


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de YouTube como medio de actualización profesional en personas entre 51 y 60 años, es mediana en su mayoría con 67% y muy alta con 33%.

Figura 55:

YouTube. Encuestados con más de 60 años.



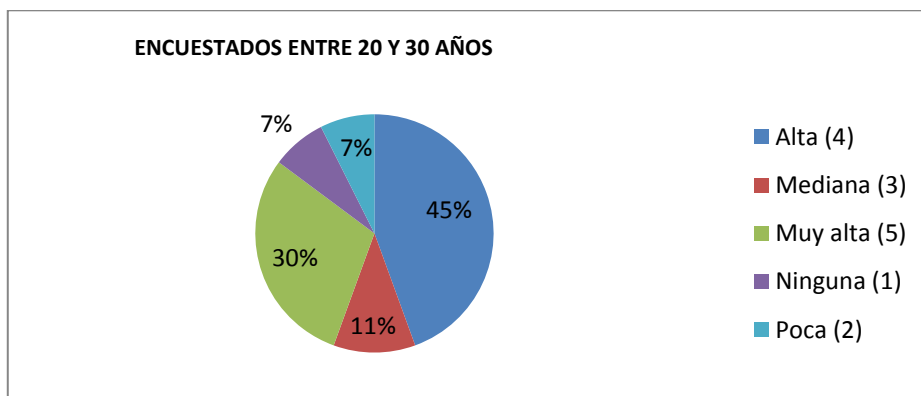
Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de YouTube como medio de actualización profesional en personas con más de 60 años, es poca en su mayoría con 50% y ninguna con 50%.

Contribución de medios digitales para su actualización profesional: Paquetes de software especializado.

Figura 56:

Paquetes de software especializado. Encuestados entre 20 y 30 años.

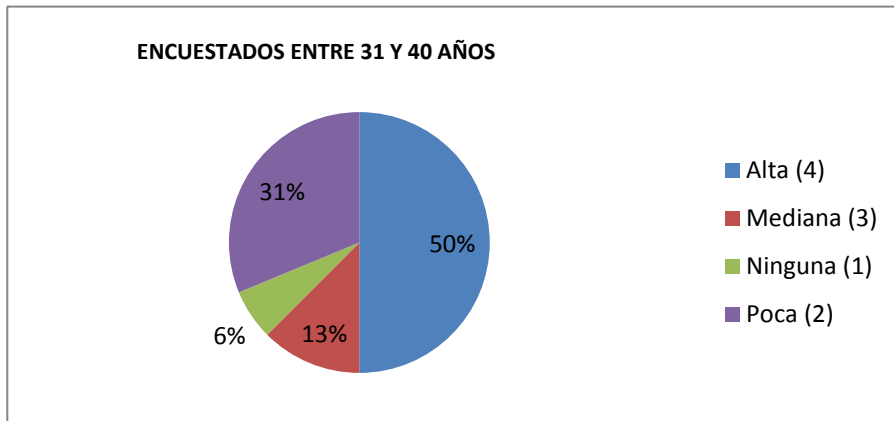


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de Paquete de software especializado como medio de actualización profesional en personas entre 20 y 30 años, es alta en su mayoría con 45% y muy alta con 30%.

Figura 57:

Paquetes de software especializado. Encuestados entre 31 y 40 años.

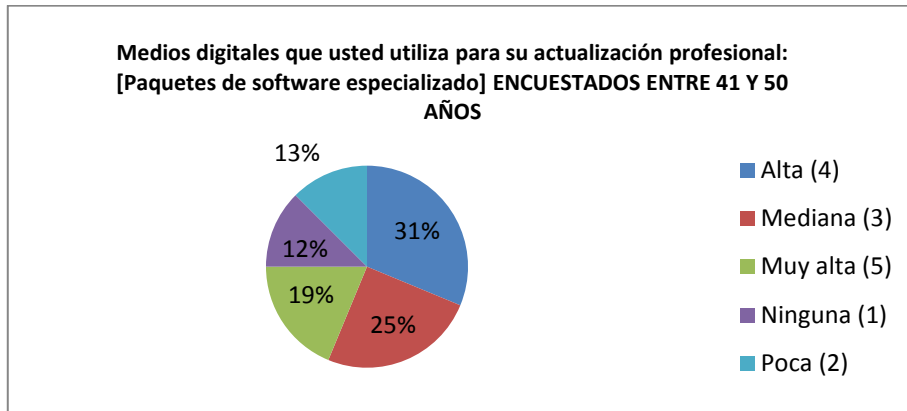


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de Paquete de software especializado como medio de actualización profesional en personas entre 31 y 40 años, es alta en su mayoría con 50% y poca con 31%.

Figura 58:

Paquetes de software especializado. Encuestados entre 41 y 50 años.

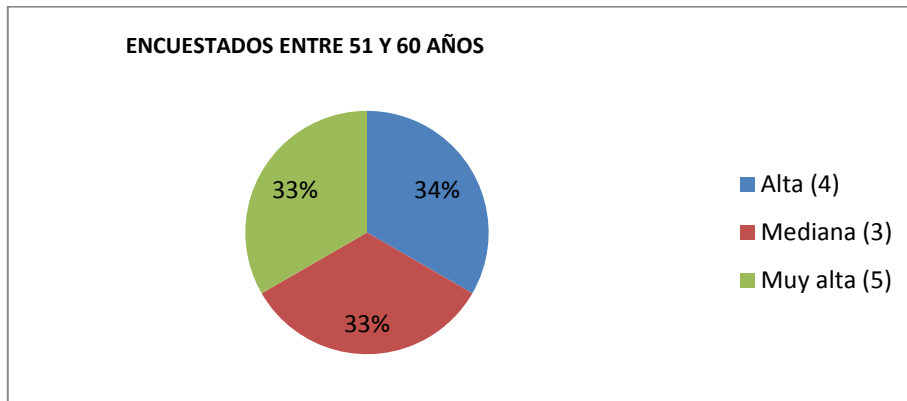


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de Paquete de software especializado como medio de actualización profesional en personas entre 41 y 50 años, es alta en su mayoría con 31% y mediana con 25%.

Figura 59:

Paquetes de software especializado. Encuestados entre 51 y 60 años.

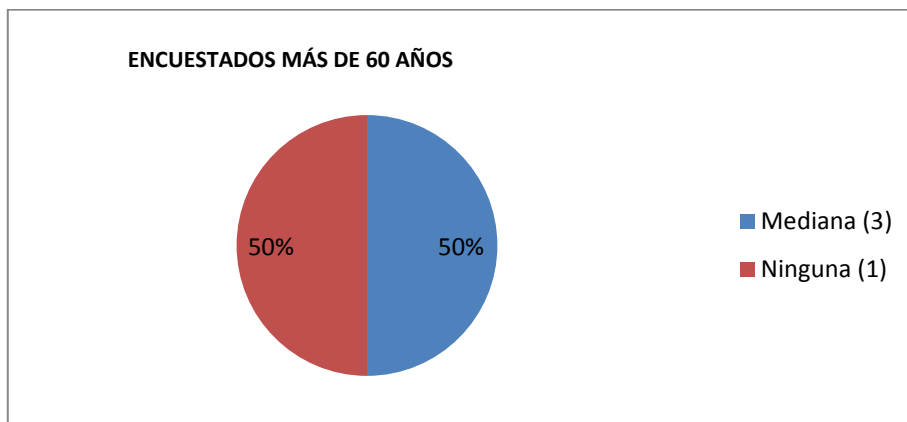


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de Paquete de software especializado como medio de actualización profesional en personas entre 51 y 60 años, es alta en su mayoría con 34%.

Figura 60:

Paquetes de software especializado. Encuestados con más de 60 años.



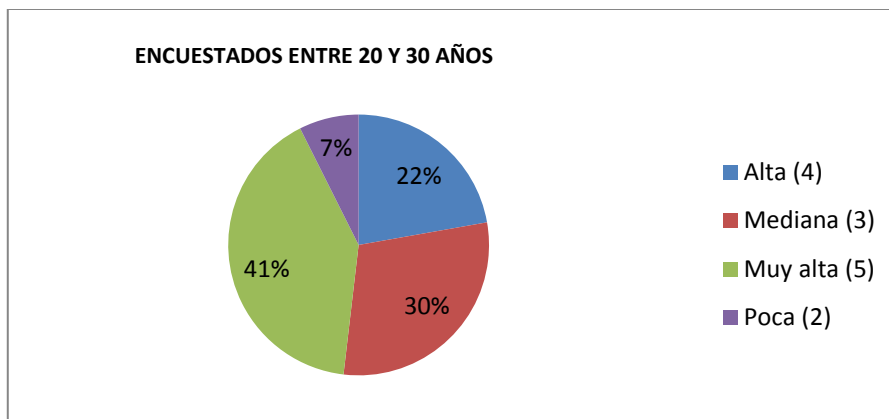
Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de Paquete de software especializado como medio de actualización profesional en personas con más de 60 años, es mediana en su mayoría con 50% y ninguna con 50%.

Medios digitales que usted utiliza para su actualización profesional:
[Aplicaciones para Smartphones]

Figura 61:

Aplicaciones para Smartphones. Encuestados entre 20 y 30 años.

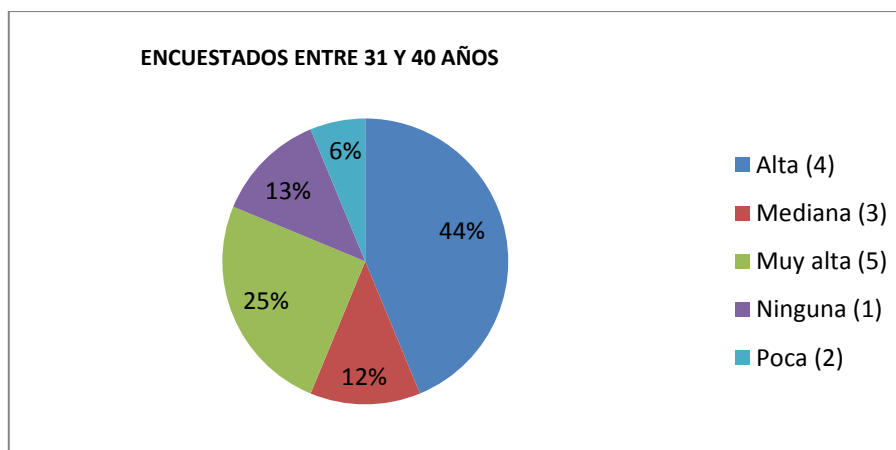


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de Aplicaciones para Smartphones como medio de actualización profesional en personas entre 20 y 30 años es muy alta en su mayoría con 41% y mediana con 30%.

Figura 62:

Aplicaciones para Smartphones. Encuestados entre 31 y 40 años.

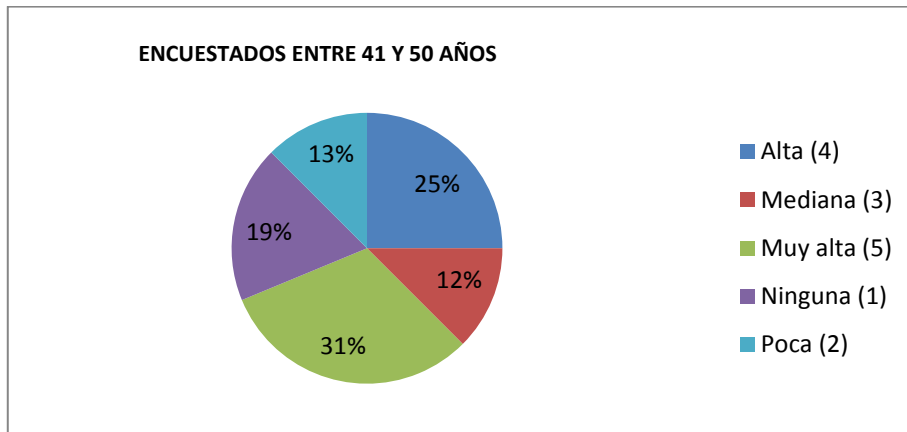


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de Aplicaciones para Smartphones como medio de actualización profesional en personas entre 31 y 40 años, es alta en su mayoría con 44% y muy alta con 25%.

Figura 63:

Aplicaciones para Smartphones. Encuestados entre 41 y 50 años.

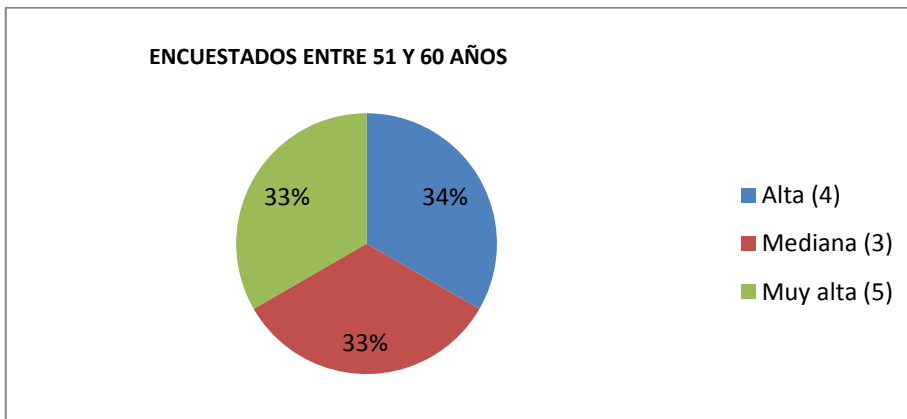


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de Aplicaciones para Smartphones como medio de actualización profesional en personas entre 41 y 50 años, es alta en su mayoría con 44% y muy alta con 25%.

Figura 64:

Aplicaciones para Smartphones. Encuestados entre 51 y 60 años.

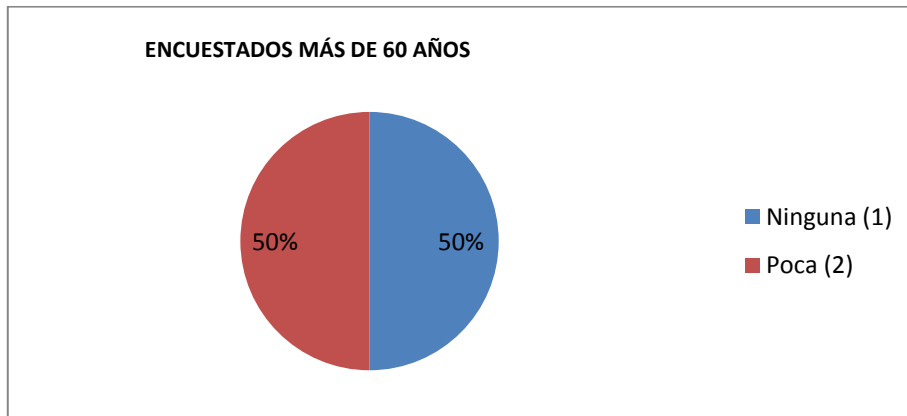


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de Aplicaciones para Smartphones como medio de actualización profesional en personas entre 51 y 60 años, es alta en su mayoría con 34%.

Figura 65:

Aplicaciones para Smartphones. Encuestados con más de 60 años.



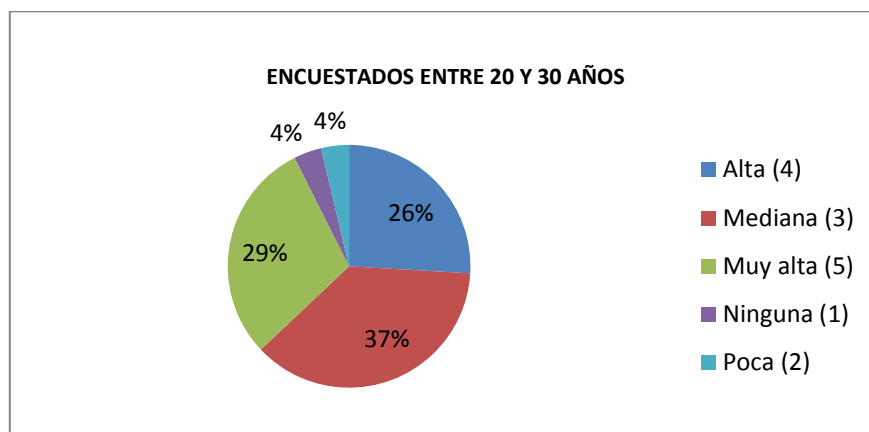
Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de Aplicaciones para Smartphones como medio de actualización profesional en personas con más de 60 años, es poca en su mayoría con 50% y ninguna con 50%.

Contribución de medios digitales para su actualización profesional: Aplicaciones para Tablets.

Figura 66:

Aplicaciones para Tablets. Encuestados entre 20 y 30 años.

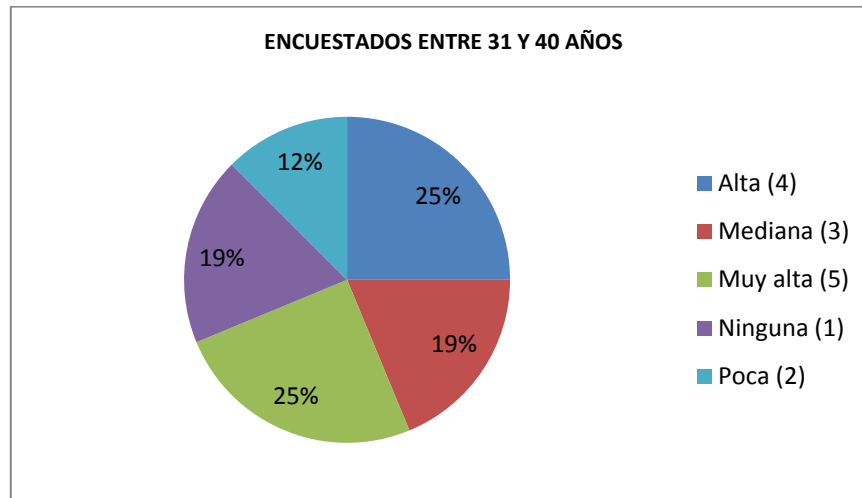


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la contribución para la actualización profesional de los medios digitales: Aplicaciones para Tablets, en personas entre 20 y 30 años es mediana en su mayoría con 37% y muy alta con 29%.

Figura 67:

Aplicaciones para Tablets. Encuestados entre 31 y 40 años.

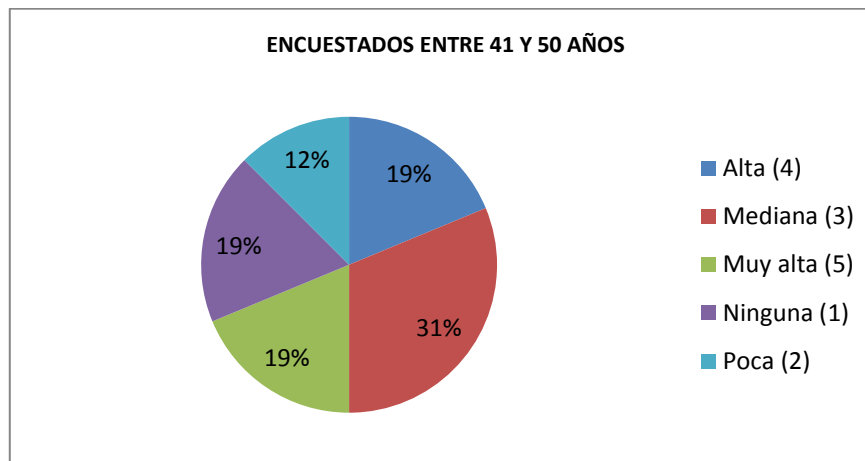


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la contribución para la actualización profesional de los medios digitales: Aplicaciones para Tablets, en personas entre 31 y 40 años es muy alta en su mayoría con 25% y alta con 25%.

Figura 68:

Aplicaciones para Tablets. Encuestados entre 41 y 50 años.



Elaborado por: El autor

Se evidencia que la contribución para la actualización profesional de los medios digitales: Aplicaciones para Tablets, en personas entre 41 y 50 años es mediana en su mayoría con 31%.

Figura 69:

Aplicaciones para Tablets. Encuestados entre 51 y 60 años.

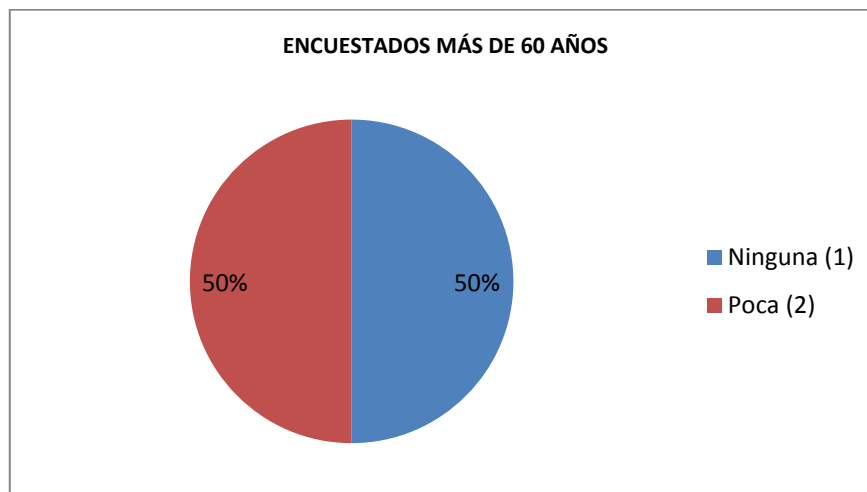


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la contribución para la actualización profesional de los medios digitales: Aplicaciones para Tablets, en personas entre 51 y 60 años es alta en su mayoría con 34%.

Figura 70:

Aplicaciones para Tablets. Encuestados con más de 60 años.



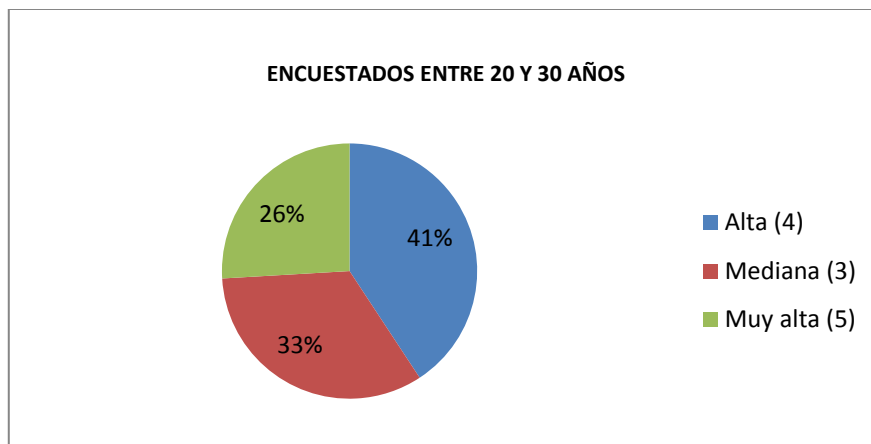
Elaborado por: El autor

Se evidencia que la contribución para la actualización profesional de los medios digitales: Aplicaciones para Tablets, en personas con más de 60 años es poca en su mayoría con 50% y ninguna con 50%.

Medios digitales que usted utiliza para su actualización profesional:
[Buscadores de Internet]

Figura 71:

Buscadores de Internet. Encuestados entre 20 y 30 años.

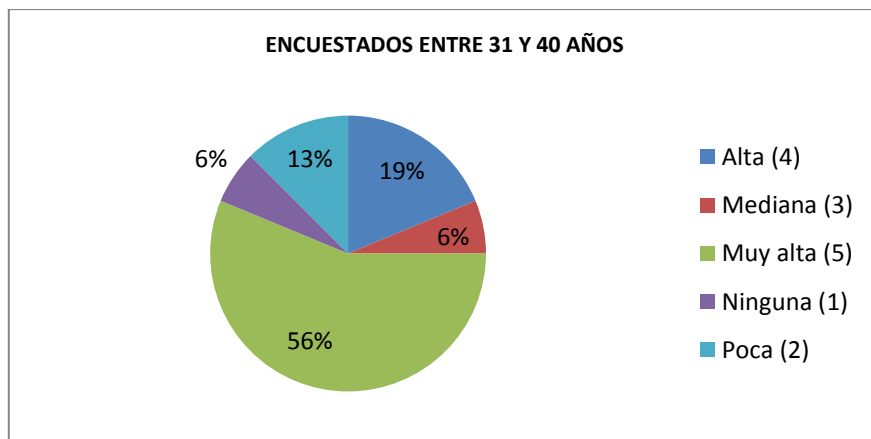


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la contribución para la actualización profesional de los medios digitales: Buscadores de internet, en personas entre 20 y 30 años es alta en su mayoría con 41% y mediana con 33%.

Figura 72:

Buscadores de Internet. Encuestados entre 31 y 40 años.

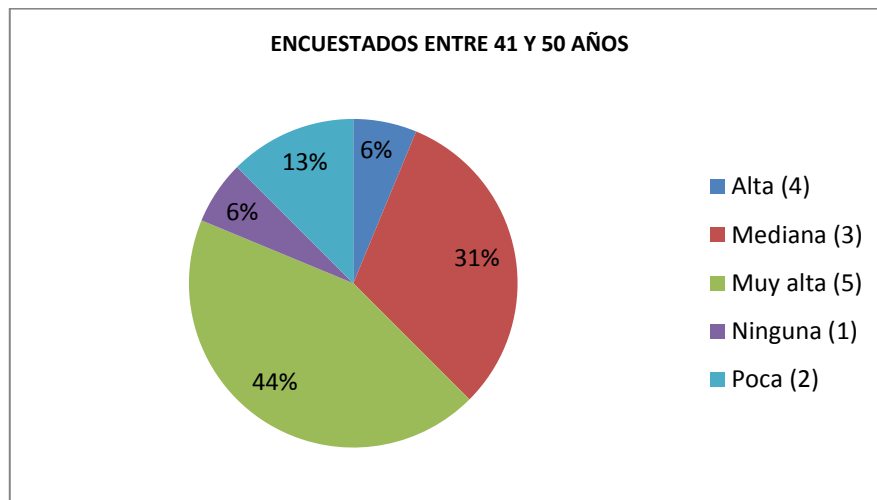


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la contribución para la actualización profesional de los medios digitales: Buscadores de internet, en personas entre 31 y 40 años es muy alta en su mayoría con 56% y alta con 19%.

Figura 73:

Buscadores de Internet. Encuestados entre 41 y 50 años.

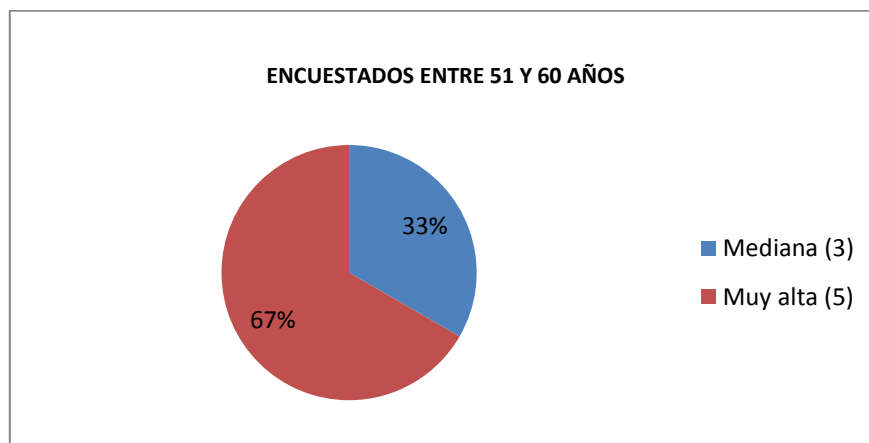


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la contribución para la actualización profesional de los medios digitales: Buscadores de internet, en personas entre 41 y 50 años es muy alta en su mayoría con 44% y mediana con 31%.

Figura 74:

Buscadores de Internet. Encuestados entre 51 y 60 años.



Elaborado por: El autor

Se evidencia que la contribución para la actualización profesional de los medios digitales: Buscadores de internet, en personas entre 51 y 60 años es muy alta en su mayoría con 67% y mediana con 33%.

Figura 75:

Buscadores de Internet. Encuestados con más de 60 años.



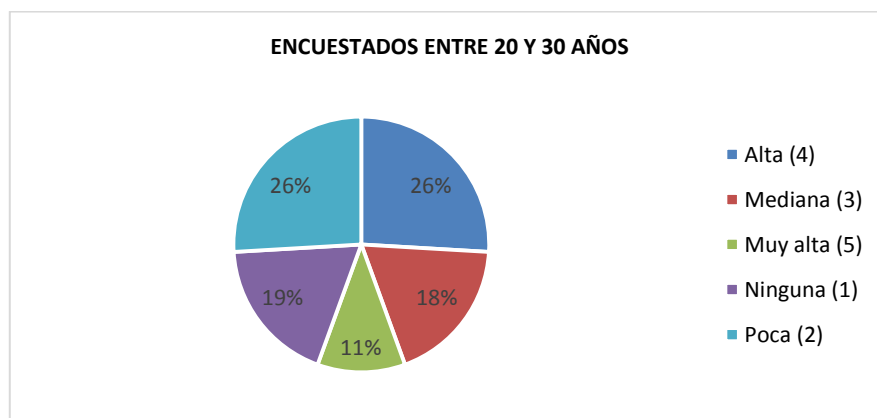
Elaborado por: El autor

Se evidencia que la contribución para la actualización profesional de los medios digitales: Buscadores de internet, en personas con más de 60 años es alta en su mayoría con 50% y poca con 50%.

Contribución de medios digitales para su actualización profesional: Programas escogidos de TV por cable.

Figura 76:

Programas escogidos de TV por cable. Encuestados entre 20 y 30 años.

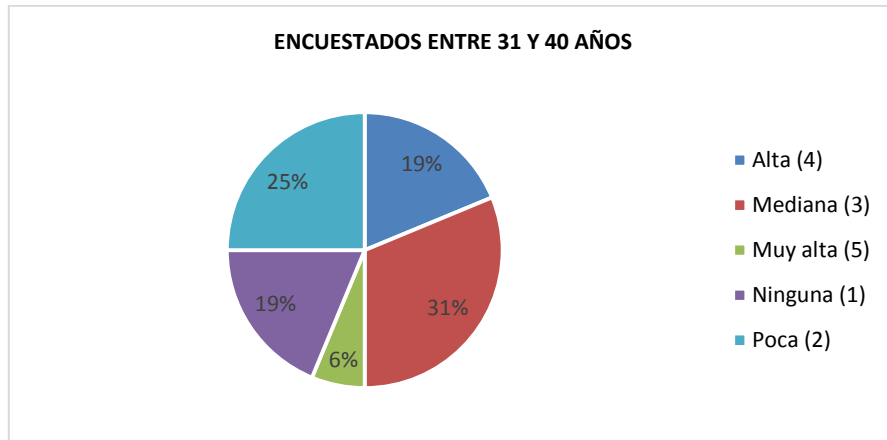


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la contribución para la actualización profesional de los medios digitales: Programas escogidos de TV por cable, en personas entre 20 y 30 años es poca en su mayoría con 26% y alta con 26%.

Figura 77:

Programas escogidos de TV por cable. Encuestados entre 31 y 40 años.

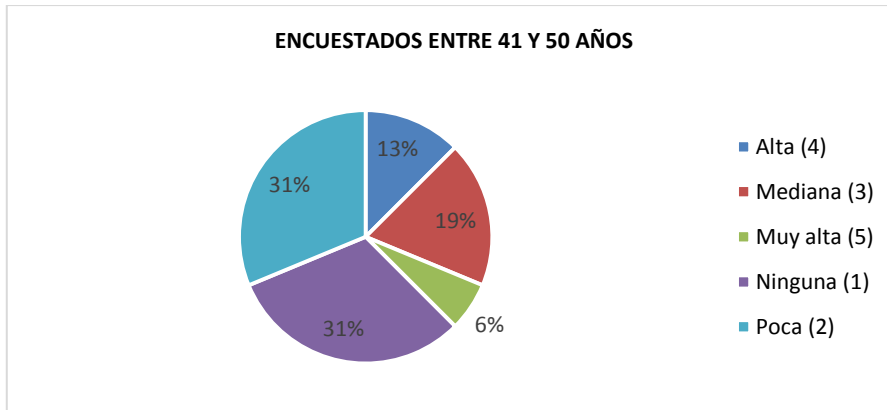


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la contribución para la actualización profesional de los medios digitales: Programas escogidos de TV por cable, en personas entre 31 y 40 años es mediana en su mayoría con 31% y poca con 25%.

Figura 78:

Programas escogidos de TV por cable. Encuestados entre 41 y 50 años.

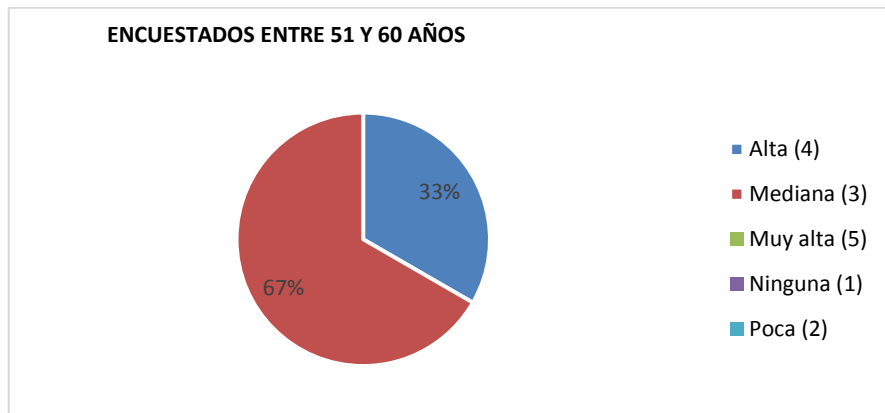


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la contribución para la actualización profesional de los medios digitales: Programas escogidos de TV por cable, en personas entre 41 y 50 años es poca en su mayoría con 31% y ninguna con 31%.

Figura 79:

Programas escogidos de TV por cable. Encuestados entre 51 y 60 años.



Elaborado por: El autor

Se evidencia que la contribución para la actualización profesional de los medios digitales: Programas escogidos de TV por cable, en personas entre 51 y 60 años es mediana en su mayoría con 67% y alta con 33%.

Figura 80:

Programas escogidos de TV por cable. Encuestados con más de 60 años.



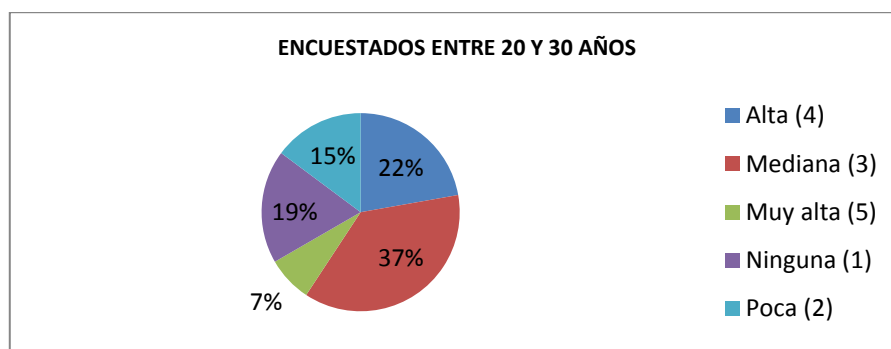
Elaborado por: El autor

Se evidencia que la contribución para la actualización profesional de los medios digitales: Programas escogidos de TV por cable, en personas con más de 60 años es alta en su mayoría con 50% y mediana con 50%.

Contribución de medios digitales para su actualización profesional: Conferencias en la Web a través de Skype.

Figura 81:

Conferencias en la Web a través de Skype. Encuestados entre 20 y 30 años.

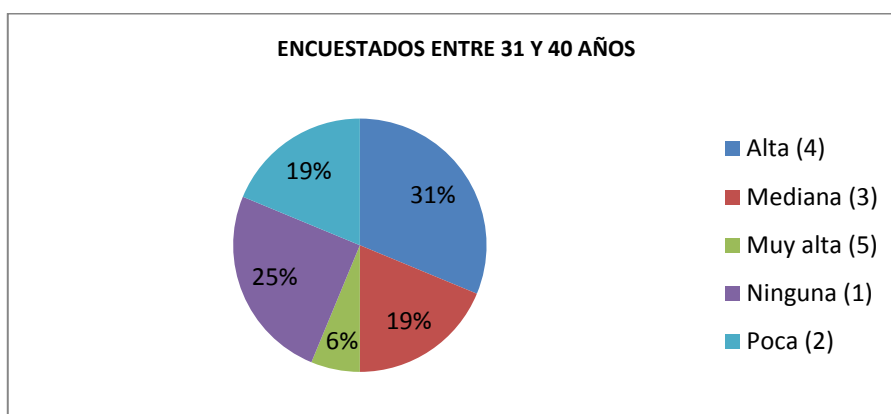


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la contribución para la actualización profesional de los medios digitales: Conferencias en la Web a través de Skype, en personas entre 20 y 30 años es mediana en su mayoría con 37% y alta con 22%.

Figura 82:

Conferencias en la Web a través de Skype. Encuestados entre 31 y 40 años.

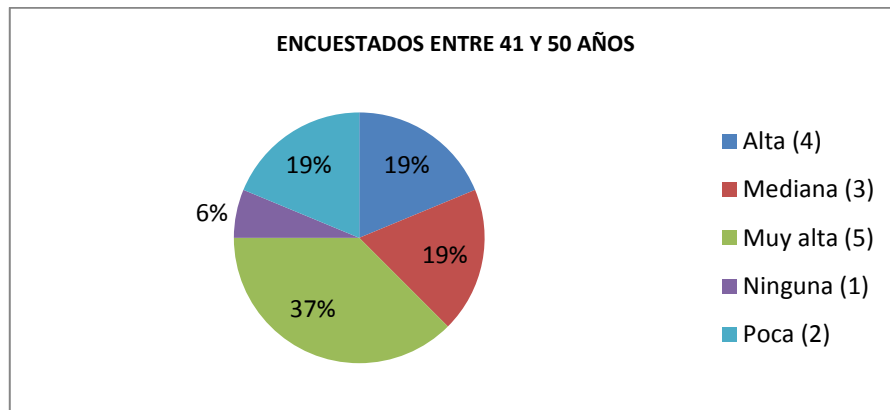


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la contribución para la actualización profesional de los medios digitales: Conferencias en la Web a través de Skype, en personas entre 31 y 40 años es alta en su mayoría con 31% y ninguna con 25%.

Figura 83:

Conferencias en la Web a través de Skype. Encuestados entre 41 y 50 años.

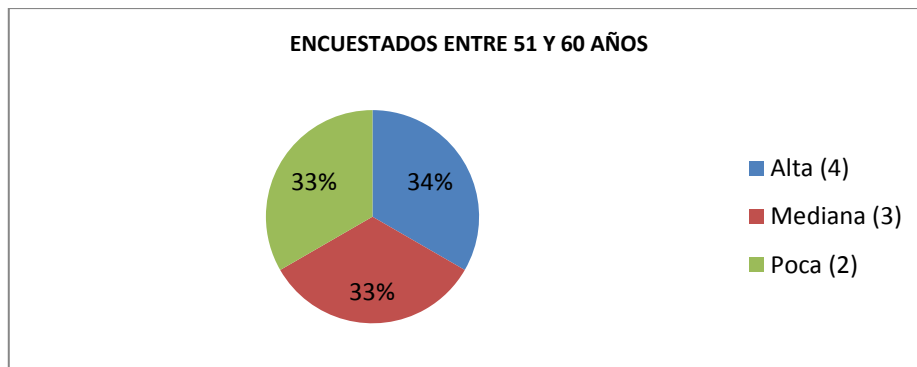


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la contribución para la actualización profesional de los medios digitales: Conferencias en la Web a través de Skype, en personas entre 41 y 50 años es muy alta en su mayoría con 37%.

Figura 84:

Conferencias en la Web a través de Skype. Encuestados entre 51 y 60 años.



Elaborado por: El autor

Se evidencia que la contribución para la actualización profesional de los medios digitales: Conferencias en la Web a través de Skype, en personas entre 51 y 60 años es alta en su mayoría con 34%.

Figura 85:

Conferencias en la Web a través de Skype. Encuestados con más de 60 años.



Elaborado por: El autor

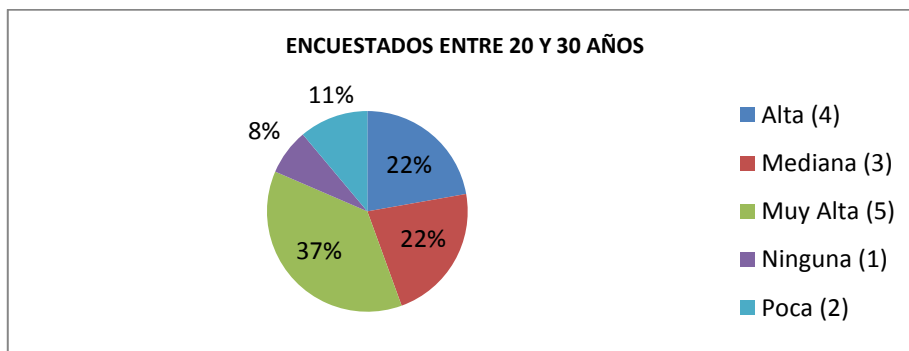
Se evidencia que la contribución para la actualización profesional de los medios digitales: Conferencias en la Web a través de Skype, en personas con más de 60 años es ninguna en su mayoría con 100%.

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE LA PREGUNTA 2

Dispositivos y hardware utilizados para su actualización profesional vía Internet: Computadora.

Figura 86:

Computadora. Encuestados entre 20 y 30 años.

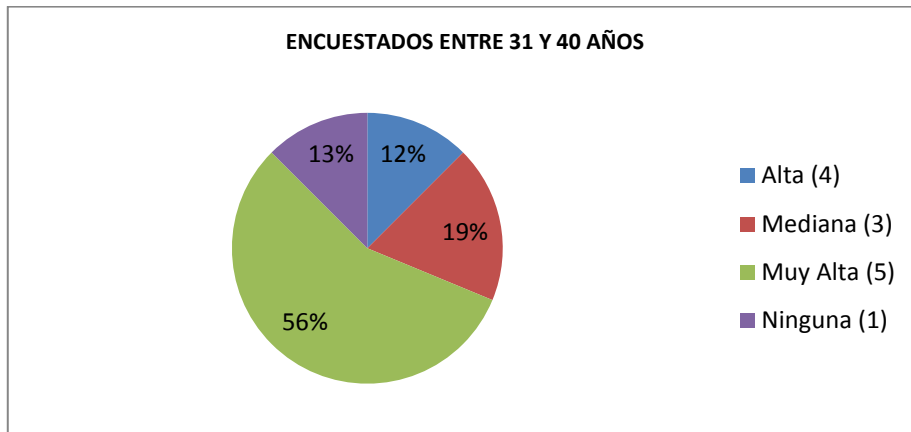


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de la computadora como dispositivos y hardware utilizados para actualización profesional vía Internet en personas entre 21 y 30 años, es muy alta en su mayoría con 37% y alta y mediana con 22%.

Figura 87:

Computadora. Encuestados entre 31 y 40 años.

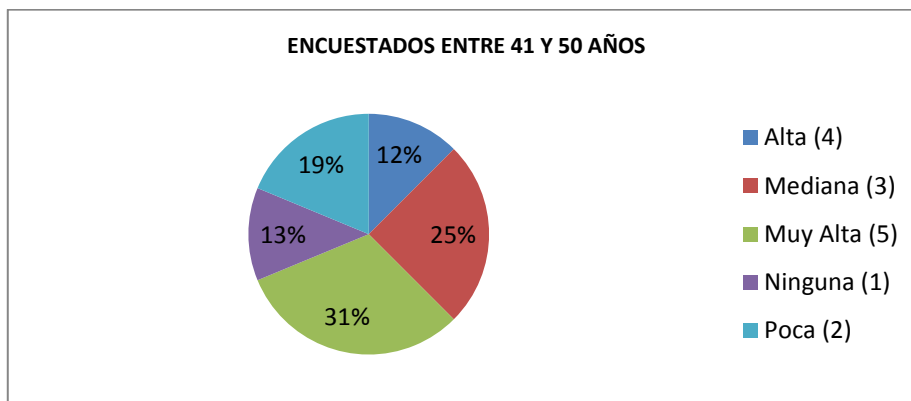


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de la computadora como dispositivos y hardware utilizados para actualización profesional vía Internet en personas entre 31 y 40 años, es muy alta en su mayoría con 56% y mediana con 19%.

Figura 88:

Computadora. Encuestados entre 41 y 50 años.

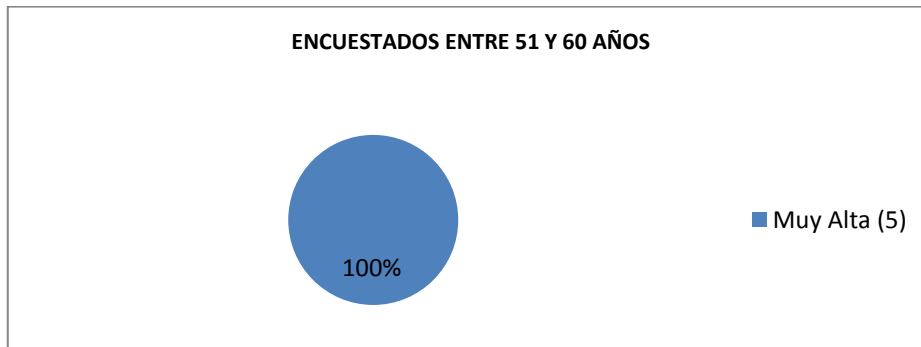


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de la computadora como dispositivos y hardware utilizados para actualización profesional vía Internet en personas entre 41 y 50 años, es muy alta en su mayoría con 31% y mediana con 25%.

Figura 89:

Computadora. Encuestados entre 51 y 60 años.

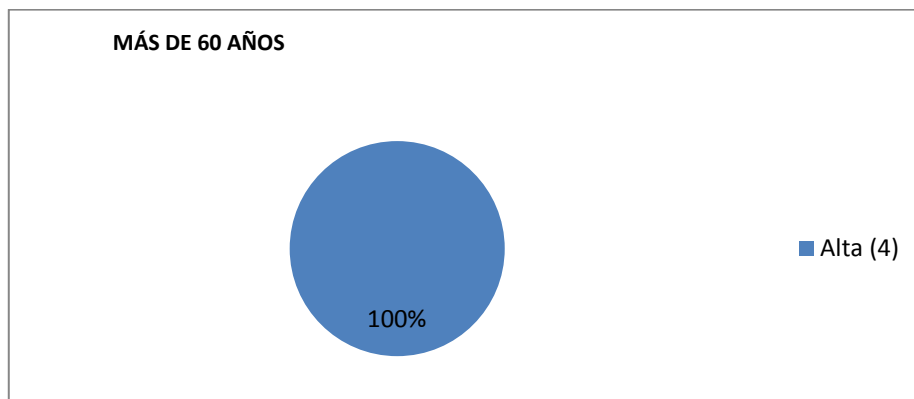


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de la computadora como dispositivos y hardware utilizados para actualización profesional vía Internet en personas entre 51 y 60 años, es muy alta con 100%.

Figura 90:

Computadora. Encuestados con más de 60 años.



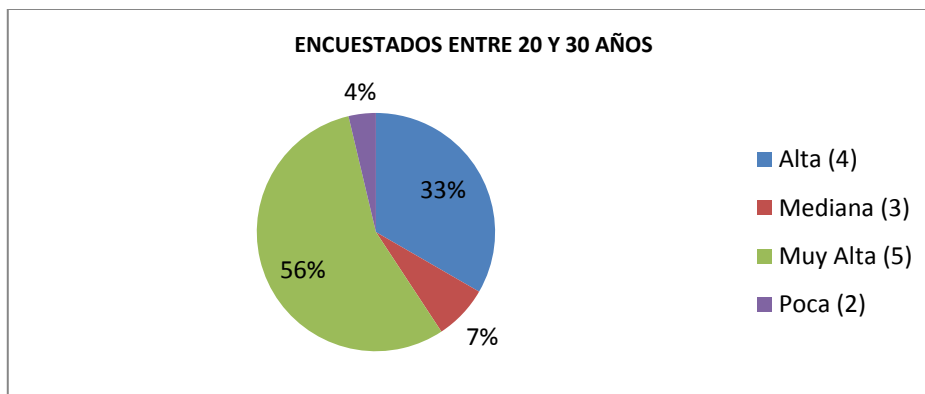
Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de la computadora como dispositivos y hardware utilizados para actualización profesional vía Internet en personas con más de 60 años, es muy alta con 100%.

Dispositivos y hardware utilizados para su actualización profesional vía Internet: Laptop.

Figura 91:

Laptop. Encuestados entre 20 y 30 años.

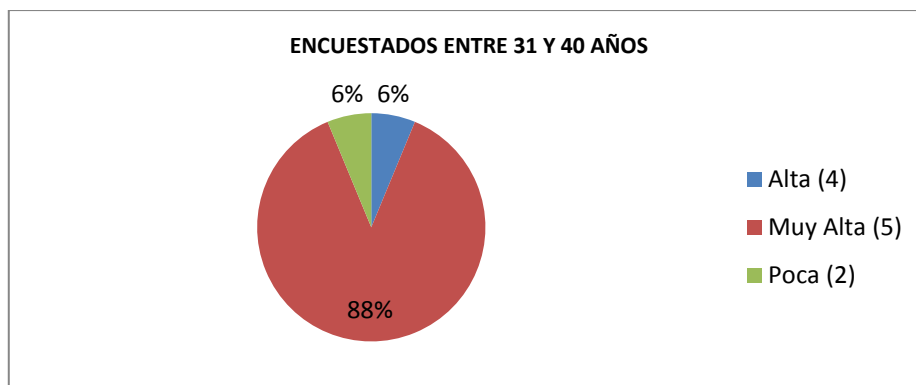


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de la laptop como dispositivos y hardware utilizados para actualización profesional vía Internet en personas entre 20 y 30 años, es muy alta en su mayoría con 56% y alta con 33%.

Figura 92:

Laptop. Encuestados entre 31 y 40 años.

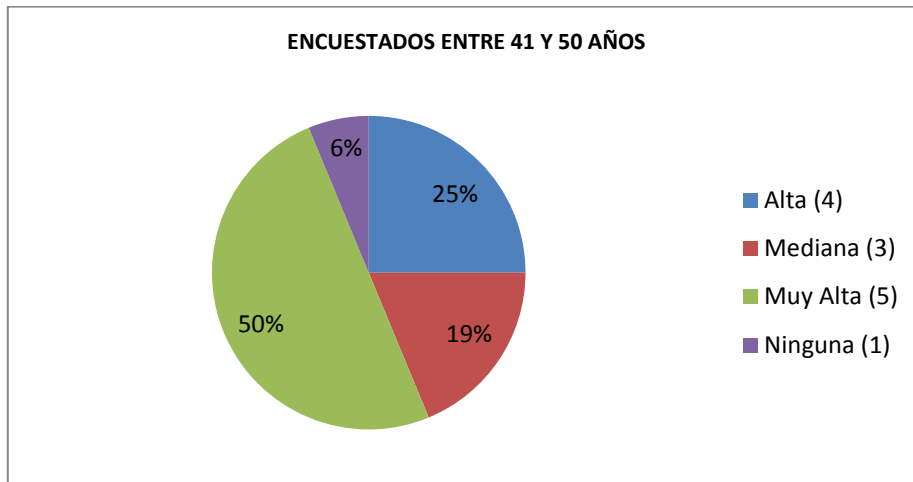


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de la laptop como dispositivos y hardware utilizados para actualización profesional vía Internet en personas entre 31 y 40 años, es muy alta en su mayoría con 88%.

Figura 93:

Laptop. Encuestados entre 41 y 50 años.

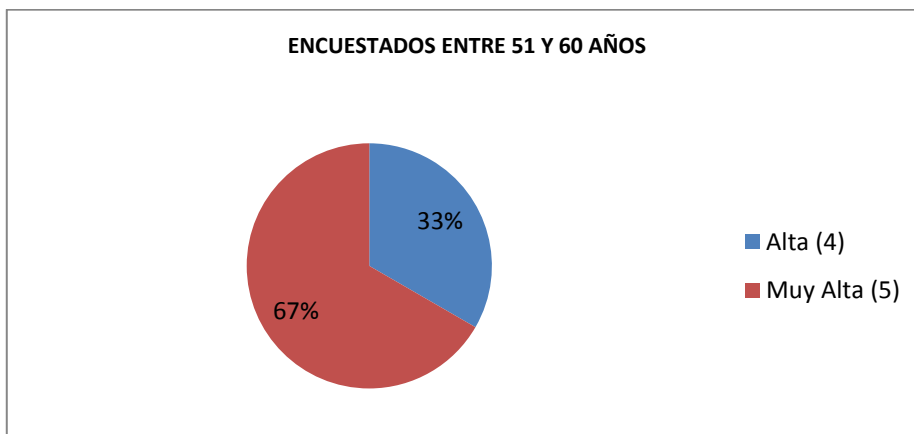


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de la laptop como dispositivos y hardware utilizados para actualización profesional vía Internet en personas entre 41 y 50 años, es muy alta en su mayoría con 50% y alta con 25%.

Figura 94:

Laptop. Encuestados entre 51 y 60 años.



Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de la laptop como dispositivos y hardware utilizados para actualización profesional vía Internet en personas entre 51 y 60 años, es muy alta en su mayoría con 67% y alta con 33%.

Figura 95:

Laptop. Encuestados con más de 60 años.



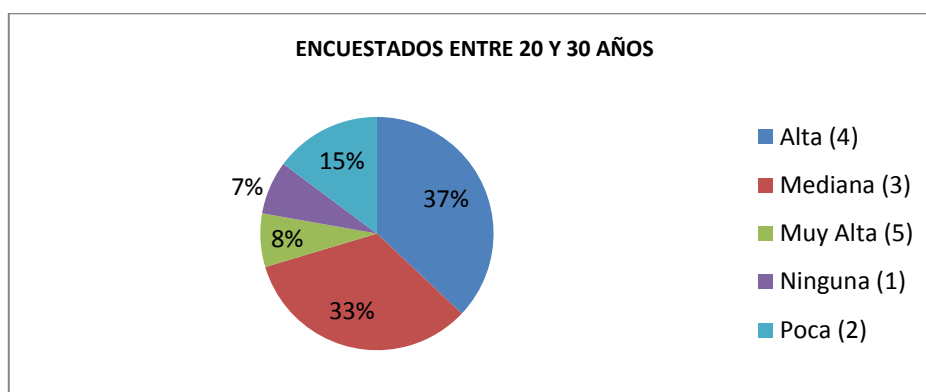
Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de la laptop como dispositivos y hardware utilizados para actualización profesional vía Internet en personas con más de 60 años, es ninguna con 100%.

Dispositivos y hardware utilizados para su actualización profesional vía Internet: Netbook.

Figura 96:

Netbook. Encuestados entre 20 y 30 años.

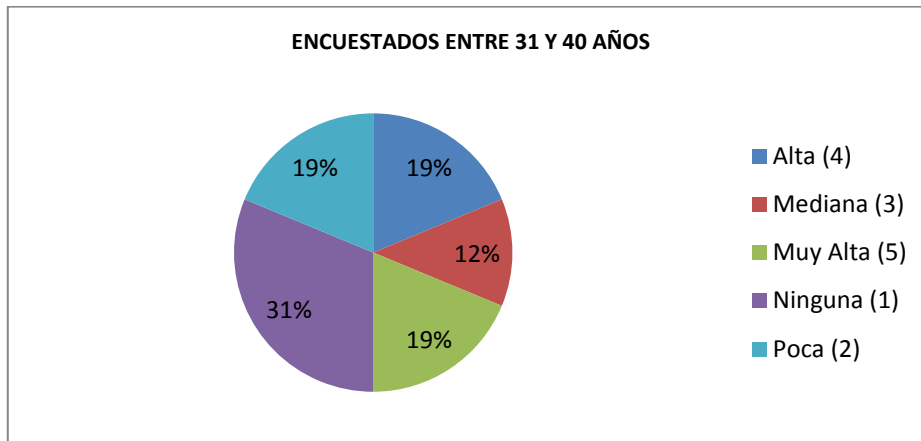


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de netbook como dispositivos y hardware utilizados para actualización profesional vía Internet en personas entre 20 y 30 años, es alta en su mayoría con 37% y mediana con 33%.

Figura 97:

Netbook. Encuestados entre 31 y 40 años.

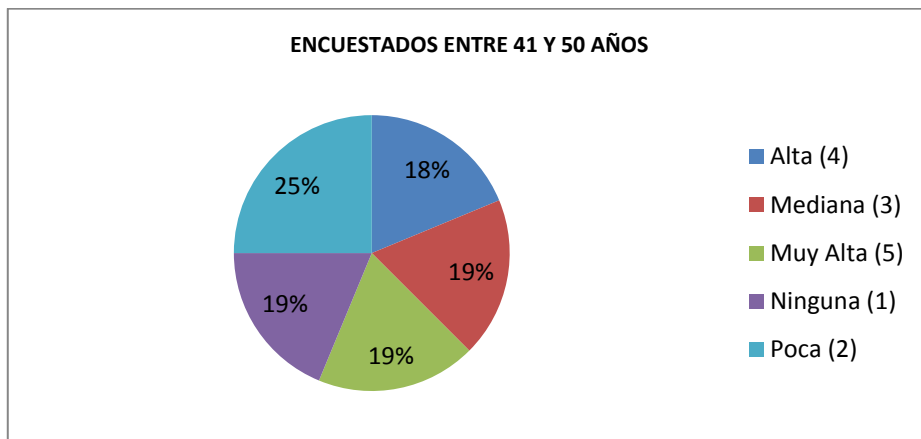


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de netbook como dispositivos y hardware utilizados para actualización profesional vía Internet en personas entre 31 y 40 años, es ninguna en su mayoría con 31%.

Figura 98:

Netbook. Encuestados entre 41 y 50 años.

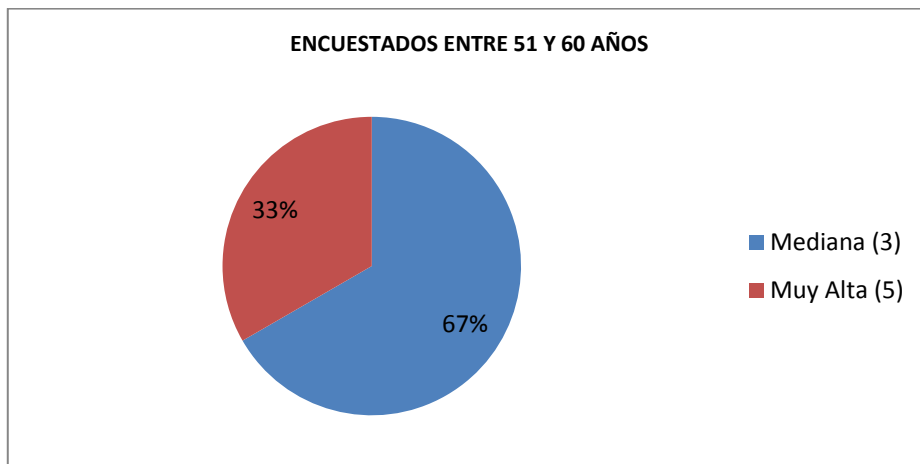


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de netbook como dispositivos y hardware utilizados para actualización profesional vía Internet en personas entre 41 y 50 años, es poca en su mayoría con 25%.

Figura 99:

Netbook. Encuestados entre 51 y 60 años.

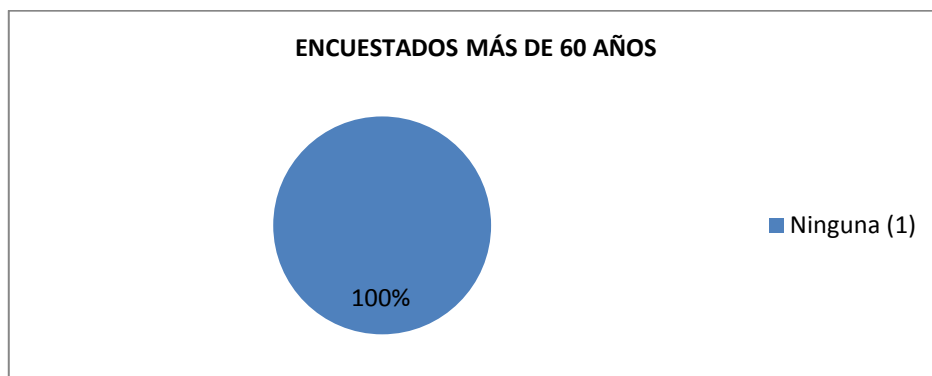


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de netbook como dispositivos y hardware utilizados para actualización profesional vía Internet en personas entre 51 y 60 años, es mediana en su mayoría con 67% y muy alta con 33%.

Figura 100:

Netbook. Encuestados con más de 60 años.



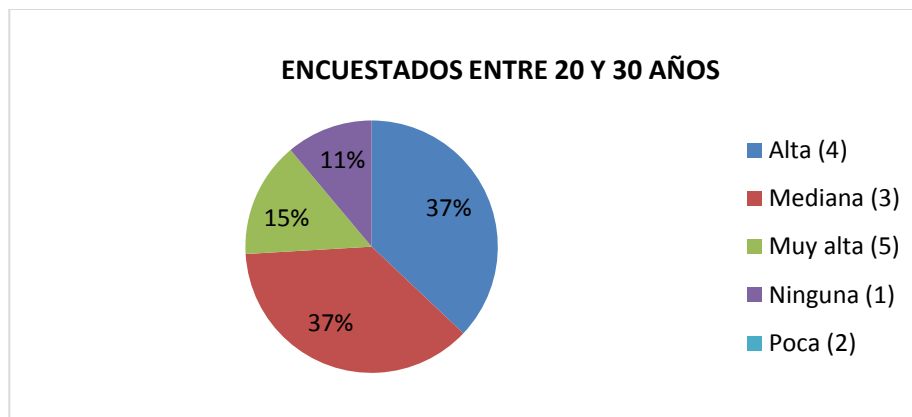
Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de netbook como dispositivos y hardware utilizados para actualización profesional vía Internet en personas con más de 60 años, es ninguna con 100%.

Dispositivos y hardware utilizados para su actualización profesional vía Internet: Tablet.

Figura 101:

Tablet. Encuestados entre 20 y 30 años.

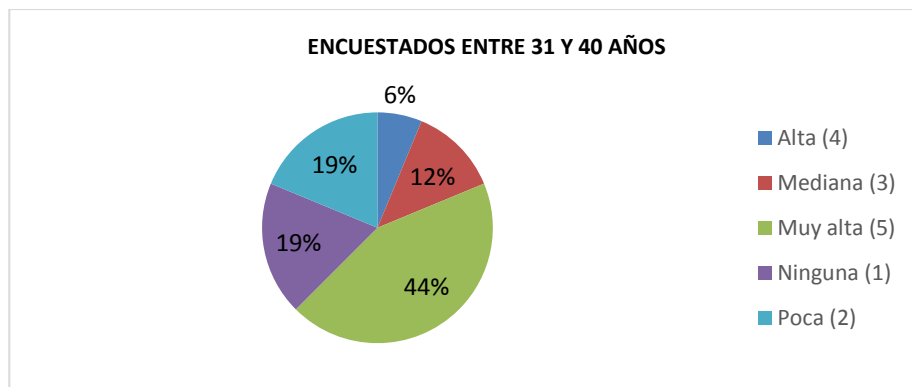


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de tablets como dispositivos y hardware utilizados para actualización profesional vía Internet en los encuestados entre 20 y 30 años, es alta y mediana en su mayoría con un 37% cada uno.

Figura 102:

Tablet. Encuestados entre 31 y 40 años.

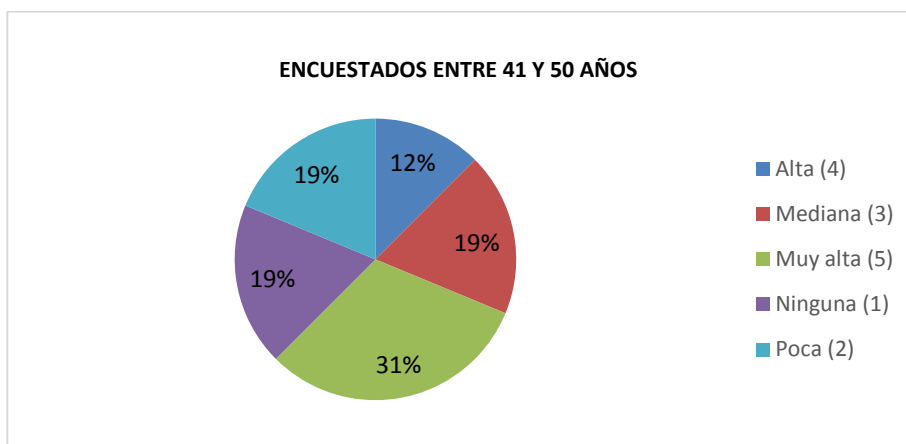


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de tablets como dispositivos y hardware utilizados para actualización profesional vía Internet en los encuestados entre 31 y 40 años, es muy alta en su mayoría con un 44%.

Figura 103:

Tablet. Encuestados entre 41 y 50 años.

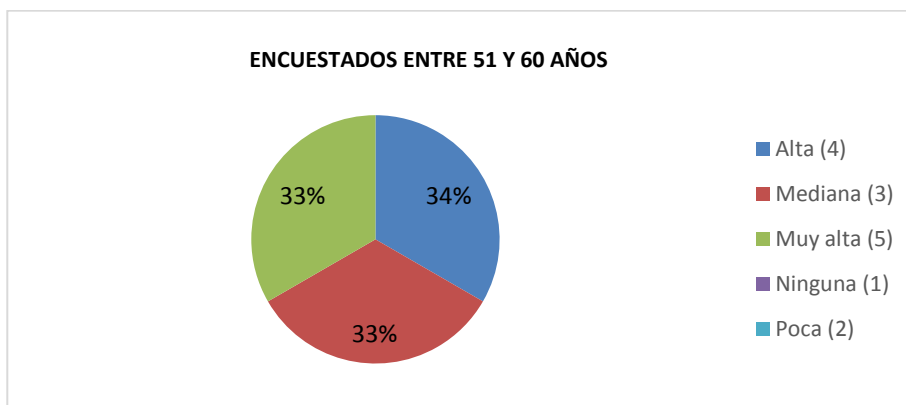


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de tablets como dispositivos y hardware utilizados para actualización profesional vía Internet en los encuestados entre 41 y 50 años, es muy alta en su mayoría con un 31%.

Figura 104:

Tablet. Encuestados entre 51 y 60 años.

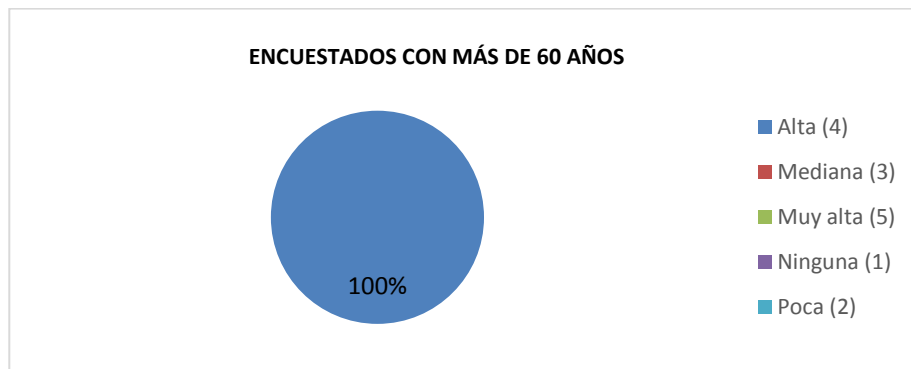


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de tablets como dispositivos y hardware utilizados para actualización profesional vía Internet en los encuestados entre 51 y 60 años, es homogénea entre muy alta, alta y mediana con un 33% cada uno.

Figura 105:

Tablet. Encuestados con más de 60 años.



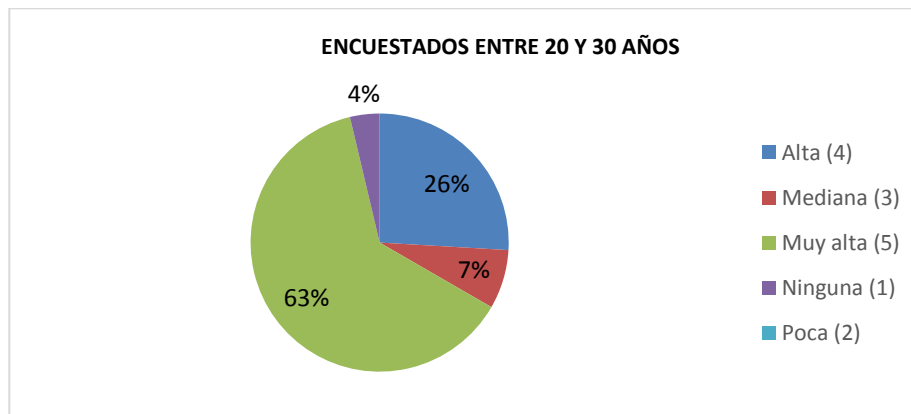
Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de tablets como dispositivos y hardware utilizados para actualización profesional vía Internet en los encuestados con más de 60 años, es alta con un 100%.

Dispositivos y hardware utilizados para su actualización profesional vía Internet: Smartphone.

Figura 106:

Smartphone. Encuestados entre 20 y 30 años.

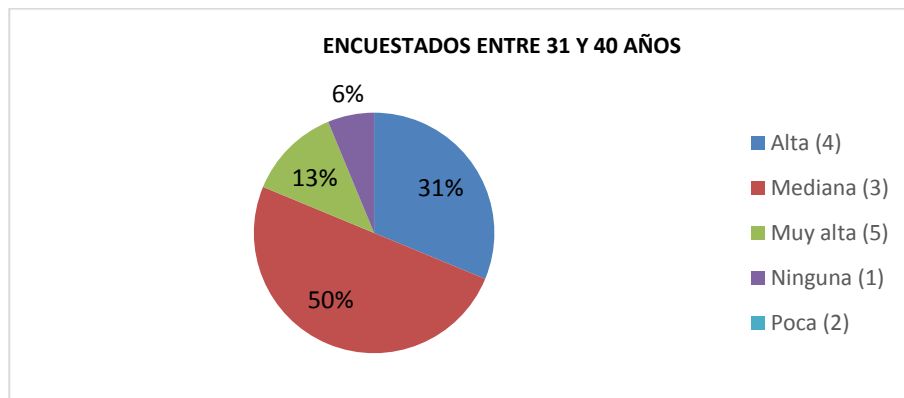


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de smartphones como dispositivos y hardware utilizados para actualización profesional vía Internet en los encuestados entre 20 y 30 años, es muy alta con 63% y alta con un 26%.

Figura 107:

Smartphone. Encuestados entre 31 y 40 años.

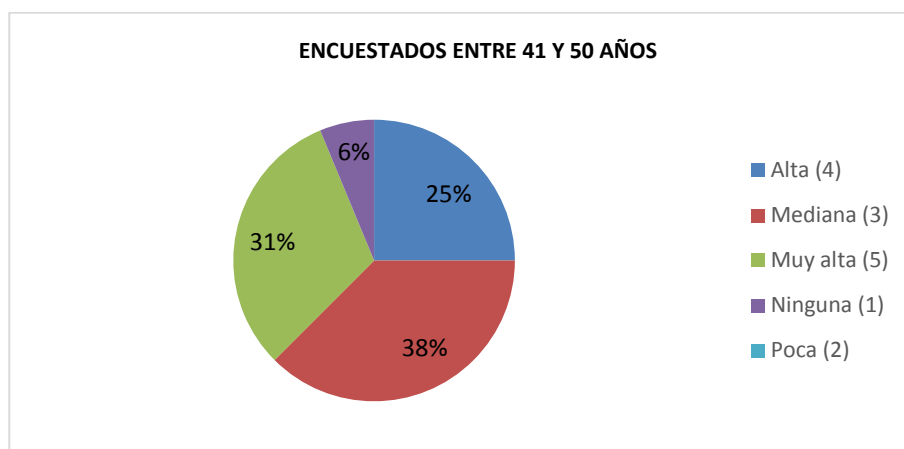


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de smartphones como dispositivos y hardware utilizados para actualización profesional vía Internet en los encuestados entre 31 y 40 años, es mediana en su mayoría con un 50% y alta con un 31%.

Figura 108:

Smartphone. Encuestados entre 41 y 50 años.



Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de smartphones como dispositivos y hardware utilizados para actualización profesional vía Internet en los encuestados entre 41 y 50 años, es mediana en su mayoría con un 38% y muy alta con un 31%.

Figura 109:

Smartphone. Encuestados entre 51 y 60 años.

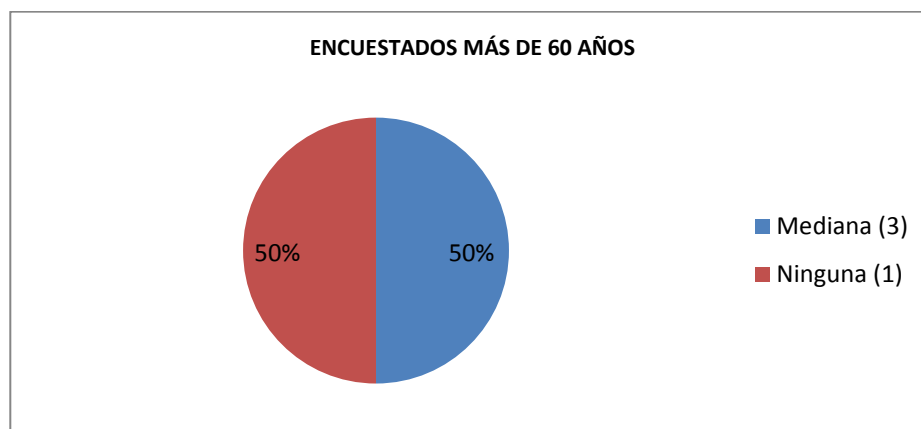


Elaborado por: El autor

Se evidencia que la utilización de smartphones como dispositivos y hardware utilizados para actualización profesional vía Internet en los encuestados entre 51 y 60 años, es homogénea entre muy alta, alta y mediana con un 33% cada uno.

Figura 110:

Smartphone. Encuestados con más de 60 años.



Elaborado por: El autor

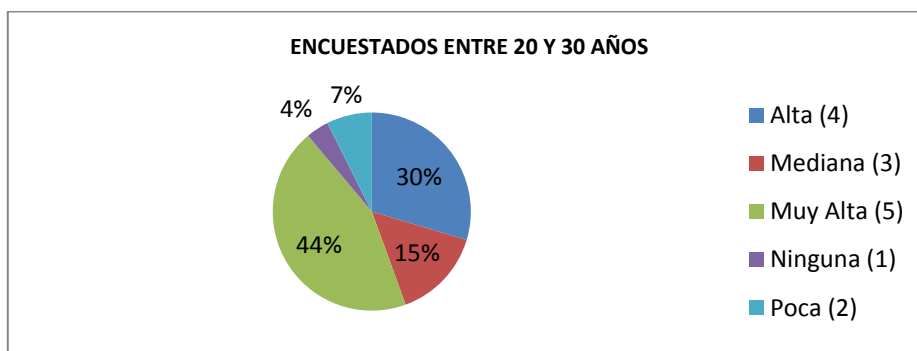
Se evidencia que la utilización de smartphones como dispositivos y hardware utilizados para actualización profesional vía Internet en los encuestados con más de 60 años, es homogénea entre ninguna y mediana con un 50% cada uno.

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE LA PREGUNTA 3

Contribución de medios tradicionales para su actualización profesional: Asistir a conferencias de profesionales reconocidos.

Figura 111:

Asistir a conferencias de profesionales reconocidos. Encuestados entre 20 y 30 años.

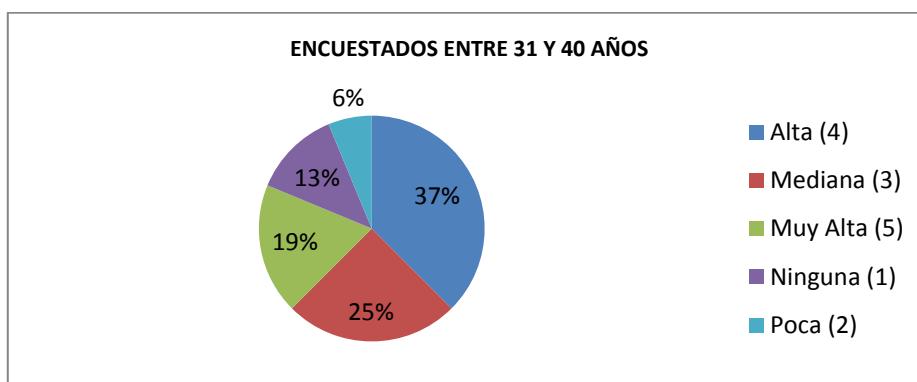


Elaborado por: El autor

Se evidencia que asistir a conferencias de profesionales reconocidos como medios tradicionales utilizados para actualización profesional en personas entre 20 y 30 años, es muy alta en su mayoría con 44% y alta con 30%.

Figura 112:

Asistir a conferencias de profesionales reconocidos. Encuestados entre 31 y 40 años.

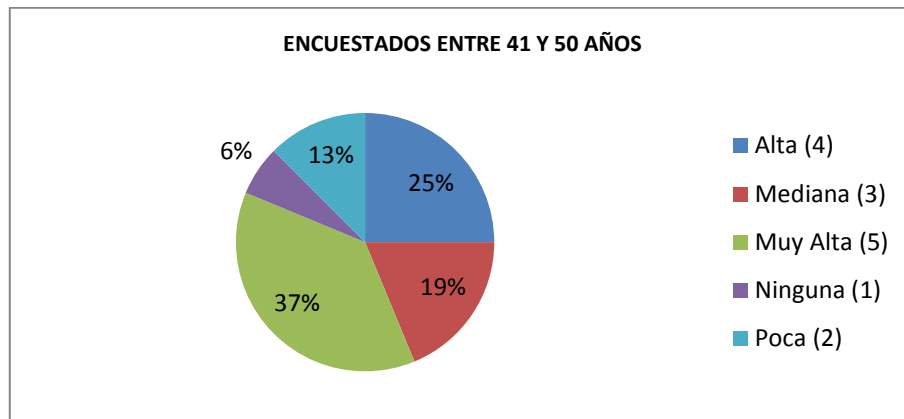


Elaborado por: El autor

Se evidencia que asistir a conferencias de profesionales reconocidos como medios tradicionales utilizados para actualización profesional en personas entre 31 y 40 años, es alta en su mayoría con 37% y mediana con 25%.

Figura 113:

Asistir a conferencias de profesionales reconocidos. Encuestados entre 41 y 50 años.

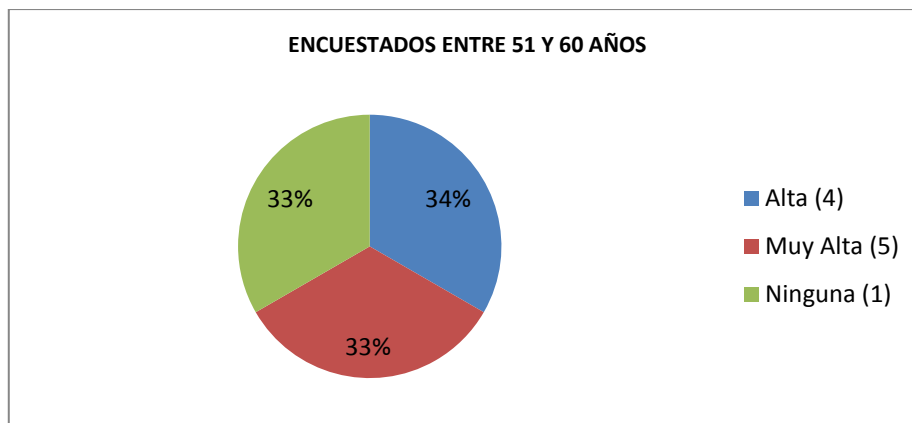


Elaborado por: El autor

Se evidencia que asistir a conferencias de profesionales reconocidos como medios tradicionales utilizados para actualización profesional en personas entre 41 y 50 años, es muy alta en su mayoría con 37% y alta con 25%.

Figura 114:

Asistir a conferencias de profesionales reconocidos. Encuestados entre 51 y 60 años.

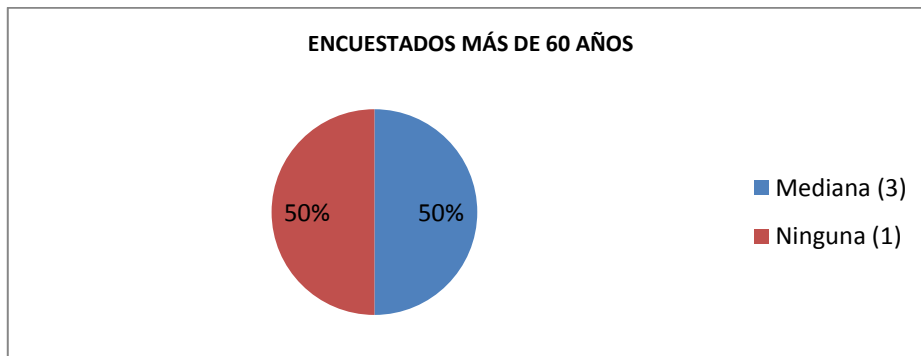


Elaborado por: El autor

Se evidencia que asistir a conferencias de profesionales reconocidos como medios tradicionales utilizados para actualización profesional en personas entre 51 y 60 años, es homogéneo entre muy alta, alta y mediana con un 33% cada uno.

Figura 115:

Asistir a conferencias de profesionales reconocidos. Encuestados con más de 60 años.



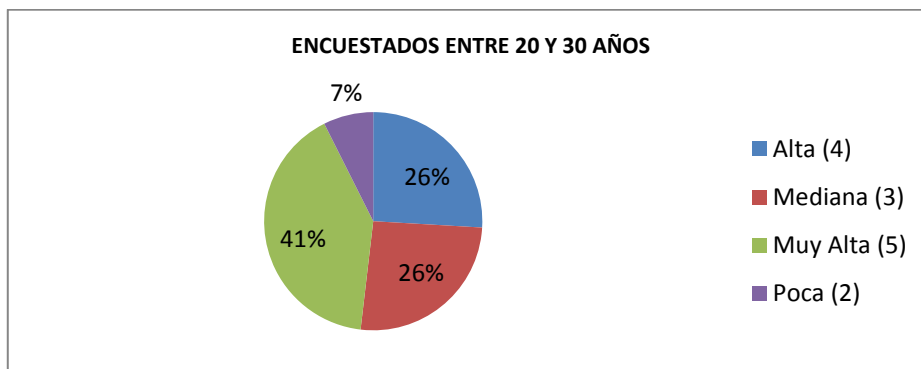
Elaborado por: El autor

Se evidencia que asistir a conferencias de profesionales reconocidos como medios tradicionales utilizados para actualización profesional en personas con más de 60 años, es mediana en su mayoría con 50% y ninguna con 50%.

**Contribución de medios tradicionales para su actualización profesional:
Asistir a seminarios de profesionales reconocidos.**

Figura 116:

Asistir a seminarios de profesionales reconocidos. Encuestados entre 20 y 30 años.

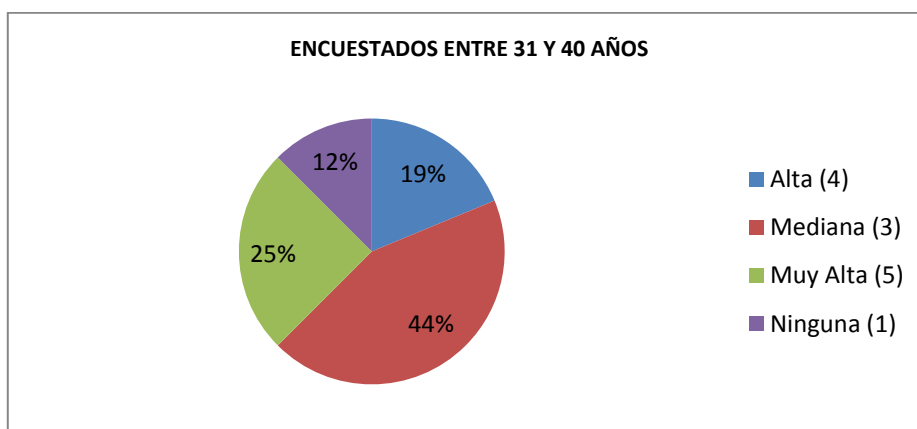


Elaborado por: El autor

Se evidencia que asistir a seminarios de profesionales reconocidos como medios tradicionales utilizados para actualización profesional en personas entre 20 y 30 años, es muy alta en su mayoría con 41% y alta y con 26%.

Figura 117:

Asistir a seminarios de profesionales reconocidos. Encuestados entre 31 y 40 años.

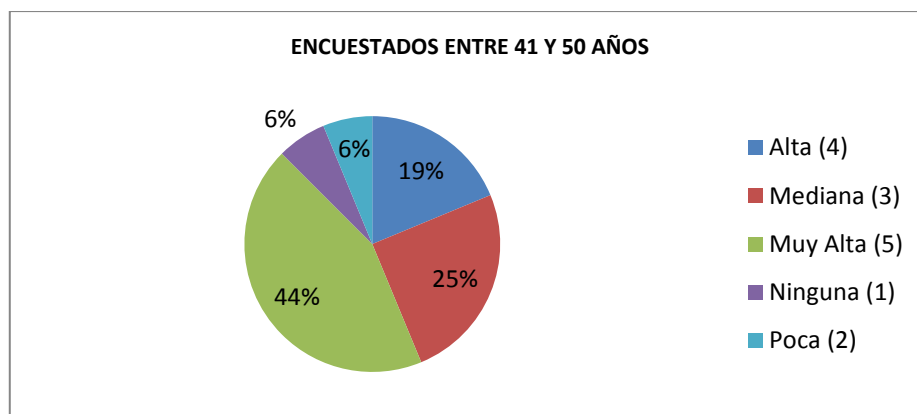


Elaborado por: El autor

Se evidencia que asistir a seminarios de profesionales reconocidos como medios tradicionales utilizados para actualización profesional en personas entre 31 y 40 años, es mediana en su mayoría con 44% y muy alta con 25%.

Figura 118:

Asistir a seminarios de profesionales reconocidos. Encuestados entre 41 y 50 años.

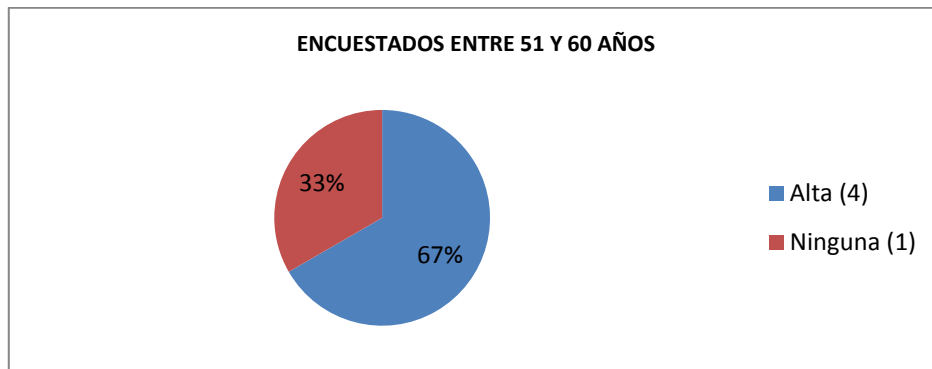


Elaborado por: El autor

Se evidencia que asistir a seminarios de profesionales reconocidos como medios tradicionales utilizados para actualización profesional en personas entre 41 y 50 años, es muy alta en su mayoría con 44% y mediana con 25%.

Figura 119:

Asistir a seminarios de profesionales reconocidos. Encuestados entre 51 y 60 años.



Elaborado por: El autor

Se evidencia que asistir a seminarios de profesionales reconocidos como medios tradicionales utilizados para actualización profesional en personas entre 51 y 60 años, es alta en su mayoría con 67% y ninguna con 33%.

Figura 120:

Asistir a seminarios de profesionales reconocidos. Encuestados con más de 60 años.



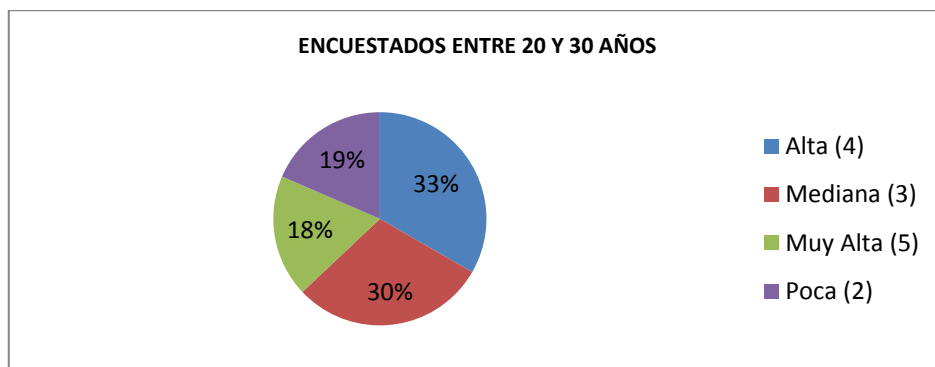
Elaborado por: El autor

Se evidencia que asistir a seminarios de profesionales reconocidos como medios tradicionales utilizados para actualización profesional en personas con más de 60 años, es alta en su mayoría con 50% y ninguna con 50%.

**Contribución de medios tradicionales para su actualización profesional:
Asistir a programas de actualización profesional organizados en Universidades]**

Figura 121:

Asistir a programas de actualización profesional organizados en Universidades. Encuestados entre 20 y 30 años.

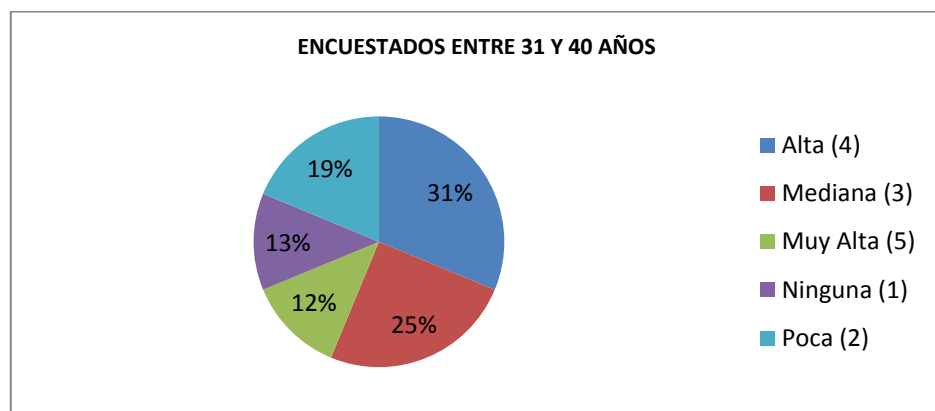


Elaborado por: El autor

Se evidencia que asistir a programas de actualización profesional organizados en Universidades como medios tradicionales utilizados para actualización profesional en personas entre 20 y 30 años, es alta en su mayoría con 33% y mediana con 30%.

Figura 122:

Asistir a programas de actualización profesional organizados en Universidades. Encuestados entre 31 y 40 años.

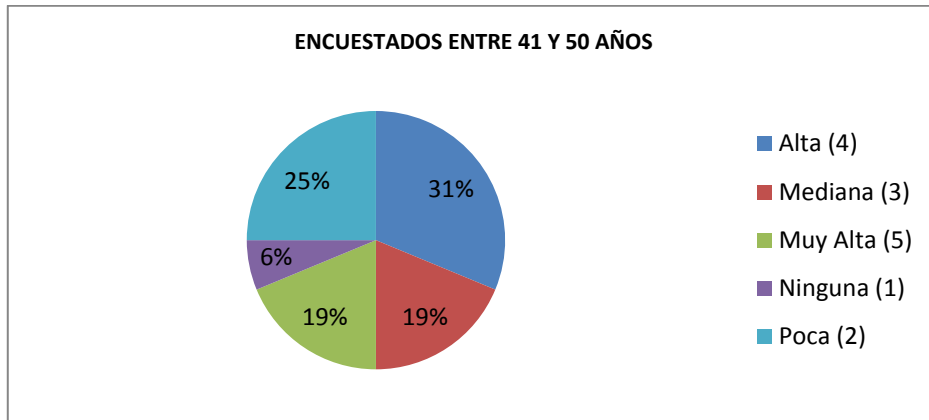


Elaborado por: El autor

Se evidencia que asistir a programas de actualización profesional organizados en Universidades como medios tradicionales utilizados para actualización profesional en personas entre 31 y 40 años, es alta en su mayoría con 31% y mediana con 25%.

Figura 123:

Asistir a programas de actualización profesional organizados en Universidades. Encuestados entre 41 y 50 años.

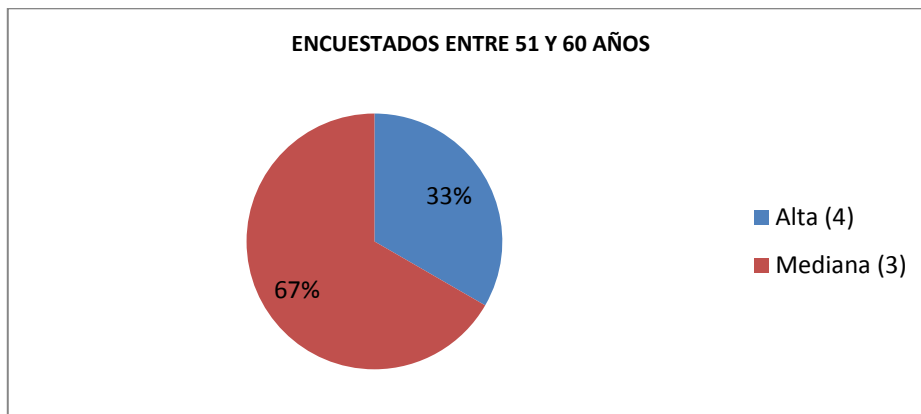


Elaborado por: El autor

Se evidencia que asistir a programas de actualización profesional organizados en Universidades como medios tradicionales utilizados para actualización profesional en personas entre 41 y 50 años, es alta en su mayoría con 31% y mediana y muy alta con 19%.

Figura 124:

Asistir a programas de actualización profesional organizados en Universidades. Encuestados entre 51 y 60 años.

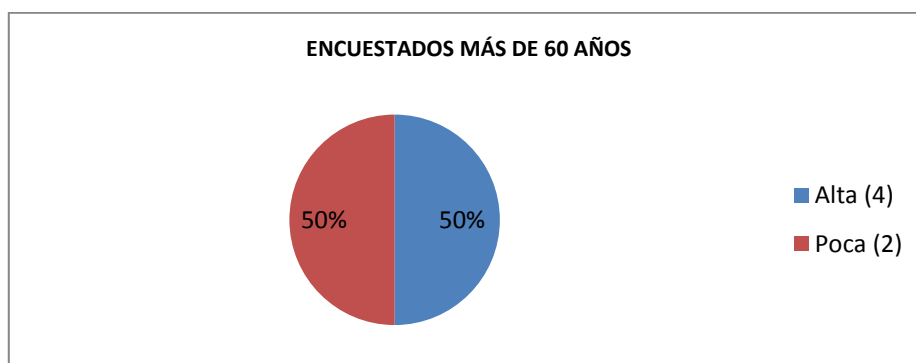


Elaborado por: El autor

Se evidencia que asistir a programas de actualización profesional organizados en Universidades como medios tradicionales utilizados para actualización profesional en personas entre 51 y 60 años, es mediana en su mayoría con 67% y mediana y alta con 33%.

Figura 125:

Asistir a programas de actualización profesional organizados en Universidades. Encuestados con más de 60 años.



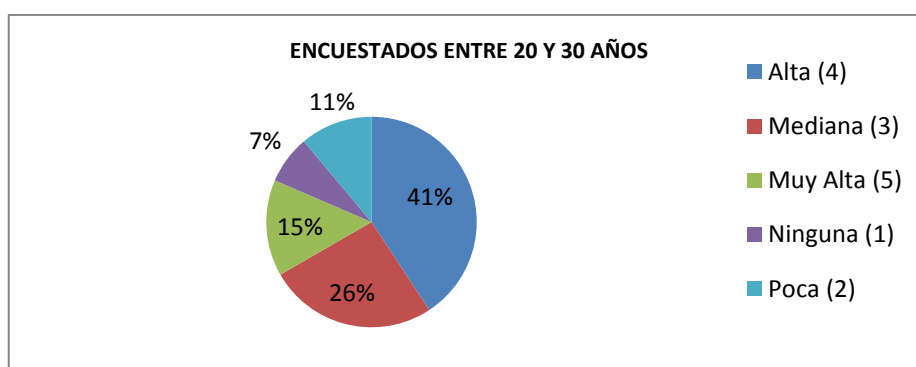
Elaborado por: El autor

Se evidencia que asistir a programas de actualización profesional organizados en Universidades como medios tradicionales utilizados para actualización profesional en personas con más de 60 años, es alta en su mayoría con 50% y poca con 50%.

**Contribución de medios tradicionales para su actualización profesional:
Asistir a programas de actualización profesional organizados por empresas especializadas.**

Figura 126:

Asistir a programas de actualización profesional organizados por empresas especializadas. Encuestados entre 20 y 30 años.

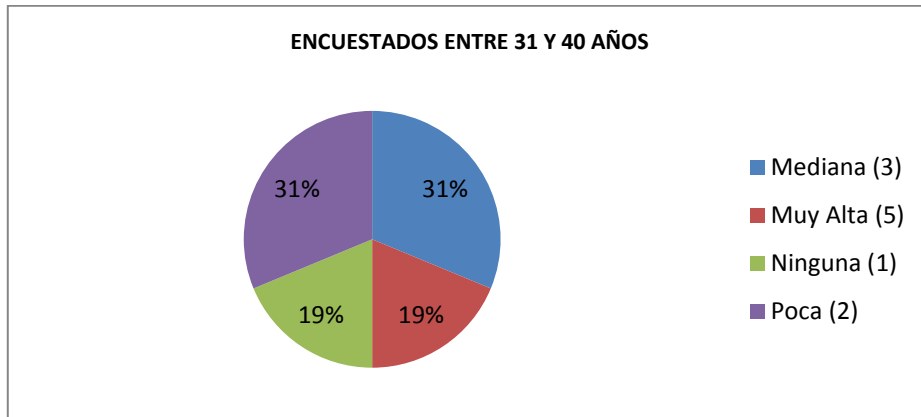


Elaborado por: El autor

Se evidencia que asistir a programas de actualización profesional organizados por empresas especializadas como medios tradicionales utilizados para actualización profesional en personas entre 20 y 30 años, es alta en su mayoría con 41% y mediana con 26%.

Figura 127:

Asistir a programas de actualización profesional organizados por empresas especializadas. Encuestados entre 31 y 40 años.

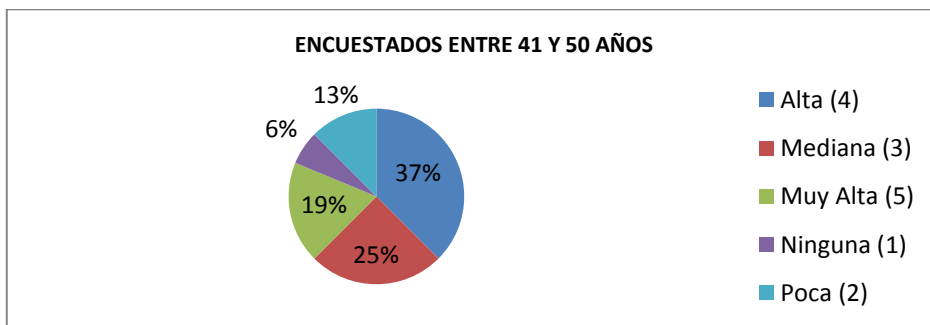


Elaborado por: El autor

Se evidencia que asistir a programas de actualización profesional organizados por empresas especializadas como medios tradicionales utilizados para actualización profesional en personas entre 31 y 40 años, es mediana en su mayoría con 31% y poca con 31%.

Figura 128:

Asistir a programas de actualización profesional organizados por empresas especializadas. Encuestados entre 41 y 50 años.

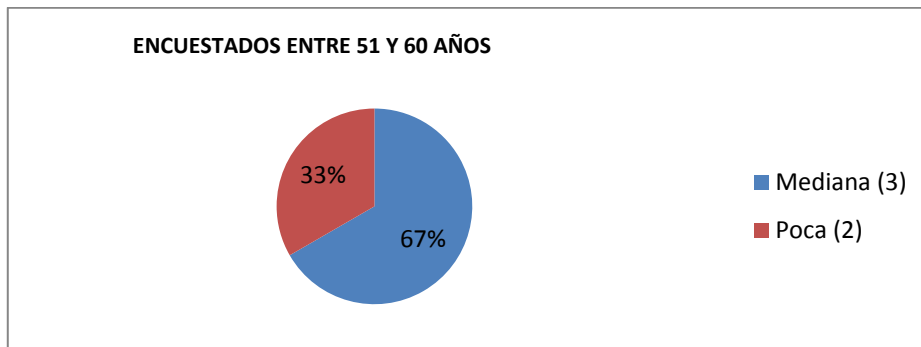


Elaborado por: El autor

Se evidencia que asistir a programas de actualización profesional organizados por empresas especializadas como medios tradicionales utilizados para actualización profesional en personas entre 41 y 50 años, es alta en su mayoría con 37% y mediana con 25%.

Figura 129:

Asistir a programas de actualización profesional organizados por empresas especializadas. Encuestados entre 51 y 60 años.

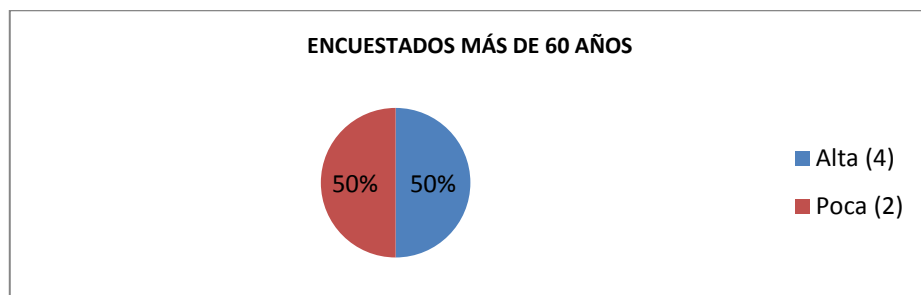


Elaborado por: El autor

Se evidencia que asistir a programas de actualización profesional organizados por empresas especializadas como medios tradicionales utilizados para actualización profesional en personas entre 51 y 60 años, es mediana en su mayoría con 67% y poca con 33%.

Figura 130:

Asistir a programas de actualización profesional organizados por empresas especializadas. Encuestados con más de 60 años.



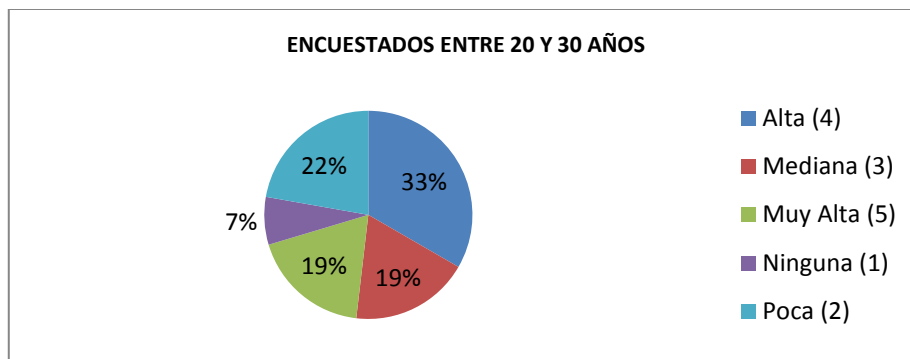
Elaborado por: El autor

Se evidencia que asistir a programas de actualización profesional organizados por empresas especializadas como medios tradicionales utilizados para actualización profesional en personas con más de 60 años, es alta en su mayoría con 50% y poca con 50%.

**Contribución de medios tradicionales para su actualización profesional:
Asistir a Congresos Profesionales.**

Figura 131:

Asistir a Congresos Profesionales. Encuestados entre 20 y 30 años.

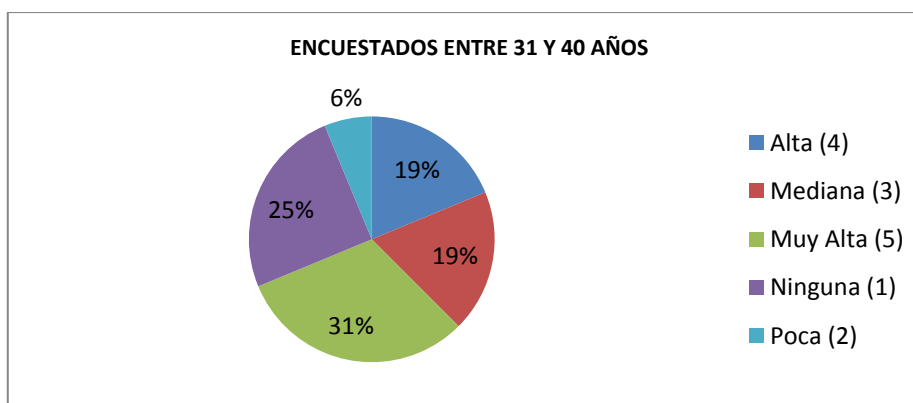


Elaborado por: El autor

Se evidencia que asistir a asistir a Congresos Profesionales como medios tradicionales utilizados para actualización profesional en personas entre 51 y 60 años, es mediana en su mayoría con 67% y poca con 33%.

Figura 132:

Asistir a Congresos Profesionales. Encuestados entre 31 y 40 años.

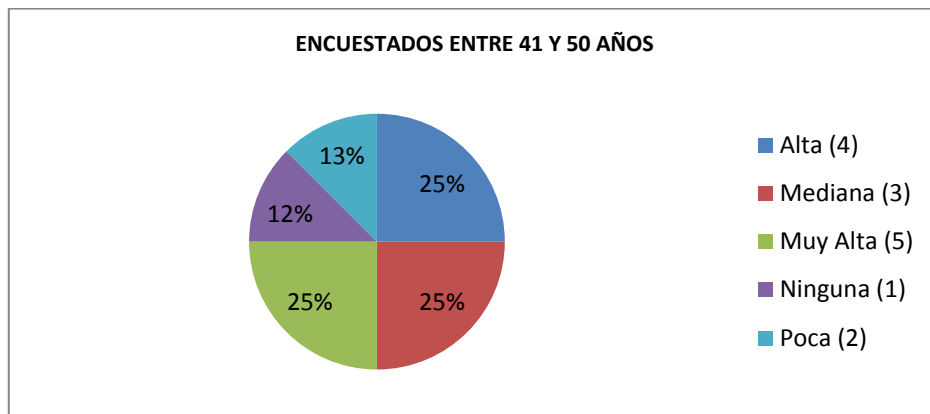


Elaborado por: El autor

Se evidencia que asistir a asistir a Congresos Profesionales como medios tradicionales utilizados para actualización profesional en personas entre 31 y 40 años, es muy alta en su mayoría con 31% y ninguna con 25%.

Figura 133:

Asistir a Congresos Profesionales. Encuestados entre 41 y 50 años.

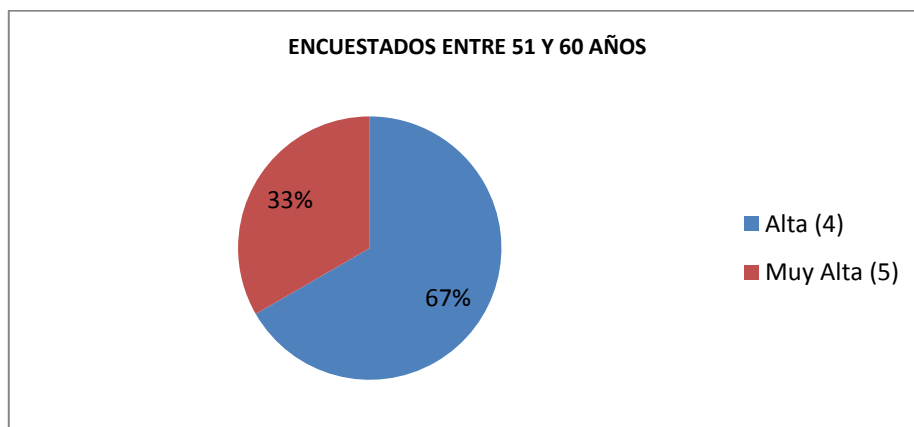


Elaborado por: El autor

Se evidencia que asistir a asistir a Congresos Profesionales como medios tradicionales utilizados para actualización profesional en personas entre 41 y 50 años, es muy alta, alta y mediana en su mayoría con 25% cada una.

Figura 134:

Asistir a Congresos Profesionales. Encuestados entre 51 y 60 años.



Elaborado por: El autor

Se evidencia que asistir a asistir a Congresos Profesionales como medios tradicionales utilizados para actualización profesional en personas entre 51 y 60 años, es alta en su mayoría con 67% y muy alta con 33%.

Figura 135:

Asistir a Congresos Profesionales. Encuestados con más de 60 años.



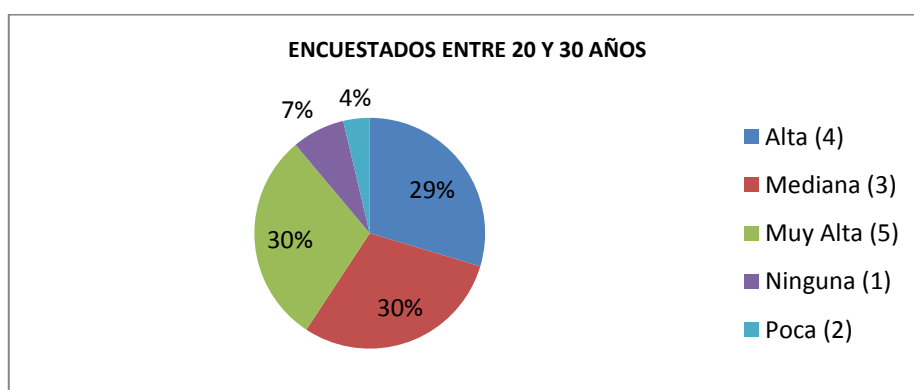
Elaborado por: El autor

Se evidencia que asistir a asistir a Congresos Profesionales como medios tradicionales utilizados para actualización profesional en personas con más de 60 años, es mediana en su mayoría con 50% y ninguna con 33%.

Contribución de medios tradicionales para su actualización profesional: Comprar libros actualizados (impresos).

Figura 136:

Comprar libros actualizados (impresos). Encuestados entre 20 y 30 años.

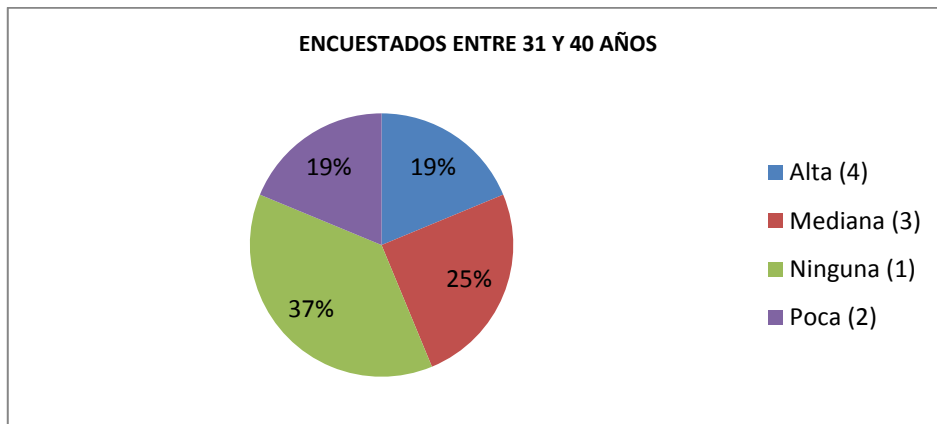


Elaborado por: El autor

Se evidencia que comprar libros actualizados (impresos) como medios tradicionales utilizados para actualización profesional en personas entre 20 y 30 años, es mediana en su mayoría con 30% y muy alta con 30%.

Figura 137:

Comprar libros actualizados (impresos). Encuestados entre 31 y 40 años.

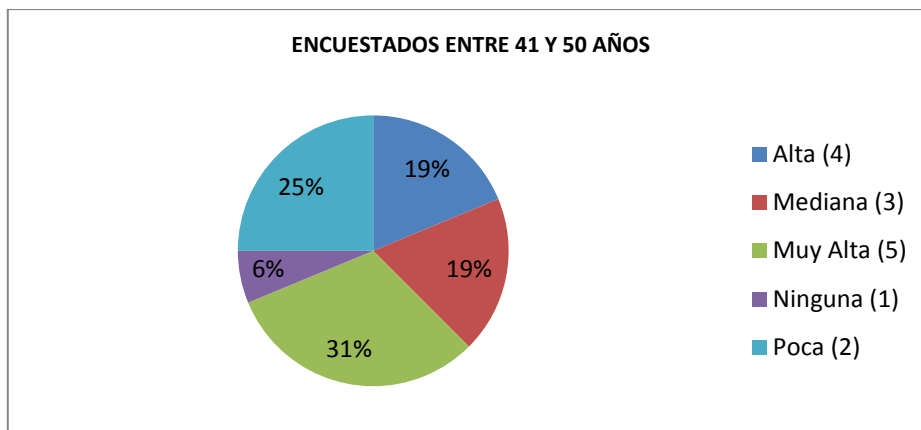


Elaborado por: El autor

Se evidencia que comprar libros actualizados (impresos) como medios tradicionales utilizados para actualización profesional en personas entre 31 y 40 años, es ninguna en su mayoría con 37% y mediana con 25%.

Figura 138:

Comprar libros actualizados (impresos). Encuestados entre 41 y 50 años.

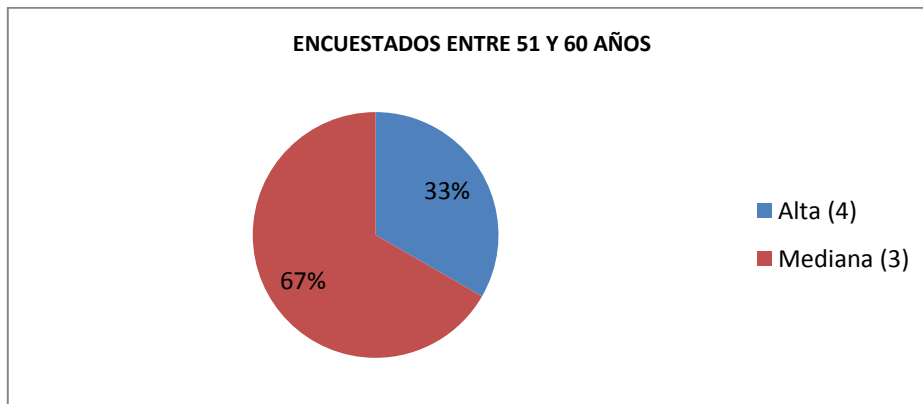


Elaborado por: El autor

Se evidencia que comprar libros actualizados (impresos) como medios tradicionales utilizados para actualización profesional en personas entre 41 y 50 años, es muy alta en su mayoría con 31% y poca con 25%.

Figura 139:

Comprar libros actualizados (impresos). Encuestados entre 51 y 60 años.



Elaborado por: El autor

Se evidencia que comprar libros actualizados (impresos) como medios tradicionales utilizados para actualización profesional en personas entre 51 y 60 años, es mediana en su mayoría con 67% y alta con 33%.

Figura 140:

Comprar libros actualizados (impresos). Encuestados con más de 60 años.



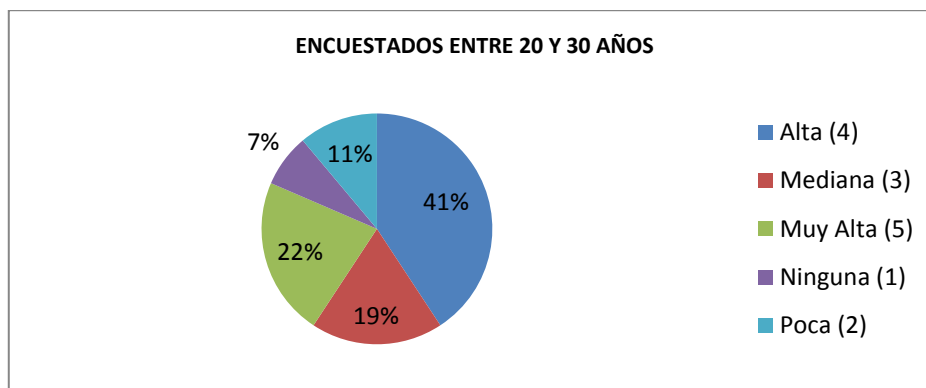
Elaborado por: El autor

Se evidencia que comprar libros actualizados (impresos) como medios tradicionales utilizados para actualización profesional en personas con más de 60 años, es poca en su mayoría con 100%.

**Contribución de medios tradicionales para su actualización profesional:
Comprar revistas especializadas (impresas).**

Figura 141:

Comprar revistas especializadas (impresas). Encuestados entre 20 y 30 años.

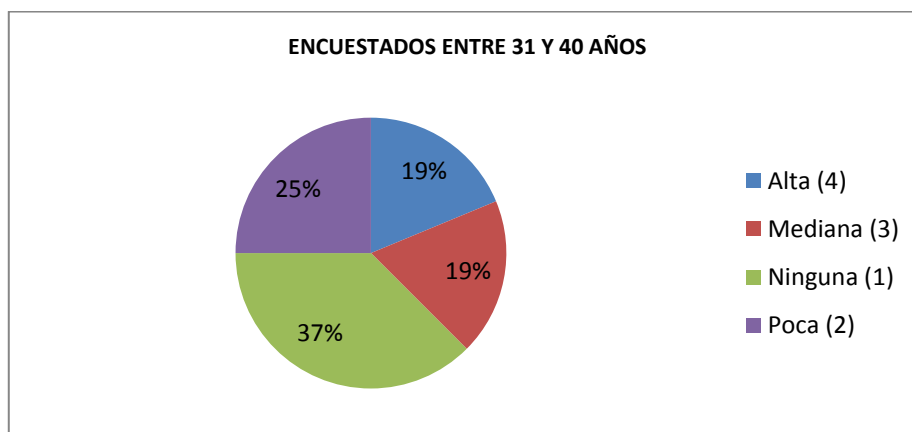


Elaborado por: El autor

Se evidencia que comprar revistas especializadas (impresas) como medios tradicionales utilizados para actualización profesional en personas entre 20 y 30 años, es alta en su mayoría con 41% y mediana con 33%.

Figura 142:

Comprar revistas especializadas (impresas). Encuestados entre 31 y 40 años.

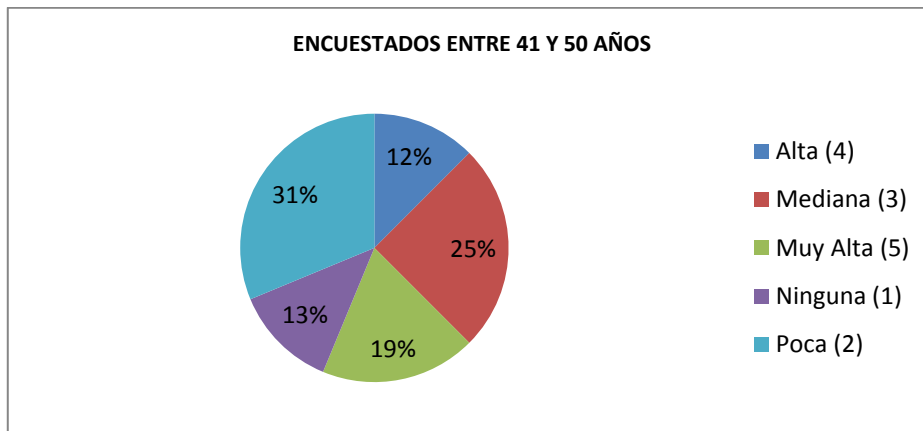


Elaborado por: El autor

Se evidencia que comprar revistas especializadas (impresas) como medios tradicionales utilizados para actualización profesional en personas entre 31 y 40 años, es ninguna en su mayoría con 37% y poca con 25%.

Figura 143:

Comprar revistas especializadas (impresas). Encuestados entre 41 y 50 años.

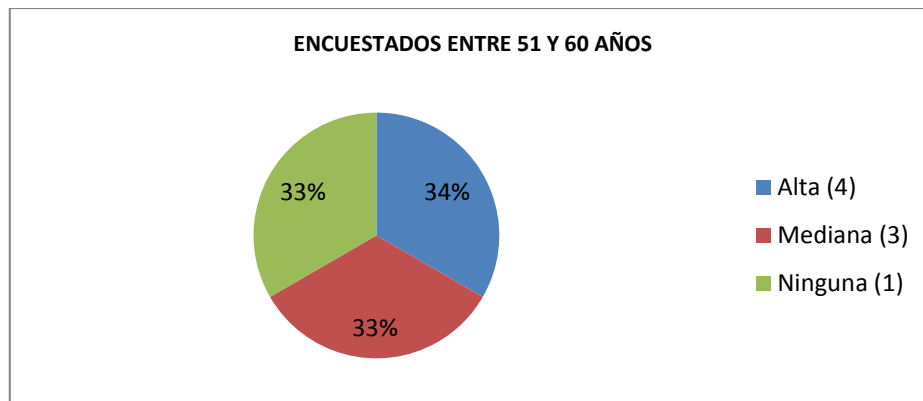


Elaborado por: El autor

Se evidencia que comprar revistas especializadas (impresas) como medios tradicionales utilizados para actualización profesional en personas entre 41 y 50 años, es poca en su mayoría con 31% y mediana con 25%.

Figura 144:

Comprar revistas especializadas (impresas). Encuestados entre 51 y 60 años.

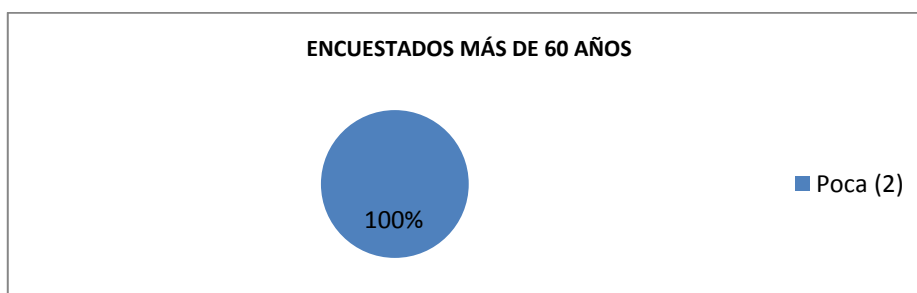


Elaborado por: El autor

Se evidencia que comprar revistas especializadas (impresas) como medios tradicionales utilizados para actualización profesional en personas entre 51 y 60 años, es mediana en su mayoría con 34%.

Figura 145:

Comprar revistas especializadas (impresas). Encuestados con más de 60 años.



Elaborado por: El autor

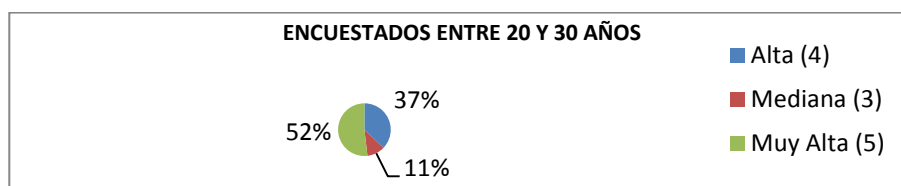
Se evidencia que comprar revistas especializadas (impresas) como medios tradicionales utilizados para actualización profesional en personas con más de 60 años, es poca en su mayoría con 100%.

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE LA PREGUNTA 4

Qué medios son los que este momento más contribuyen para su actualización profesional: Digitales y aquellos derivados de las nuevas tecnologías de la información con utilización de computadoras, laptops, netbooks, tablets, smartphones y conexión al Internet.

Figura 146:

Digitales y aquellos derivados de las nuevas tecnologías de la información con utilización de computadoras, laptops, netbooks, tablets, smartphones y conexión al Internet. Encuestados entre 20 y 30 años.

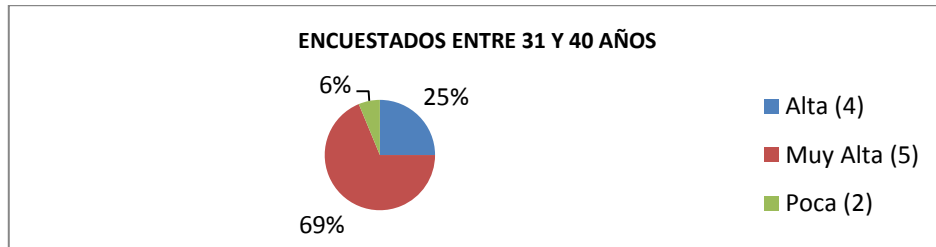


Elaborado por: El autor

Se evidencia que los medios digitales y aquellos derivados de las nuevas tecnologías de la información con utilización de computadoras, laptops, netbooks, tablets, smartphones y conexión a Internet como medios que en este momento más contribuyen para su actualización profesional, en personas entre 20 y 30 años, es muy alta en su mayoría con 47% y alta con 3%.

Figura 147:

Digitales y aquellos derivados de las nuevas tecnologías de la información con utilización de computadoras, laptops, netbooks, tablets, smartphones y conexión al Internet. Encuestados entre 31 y 40 años.

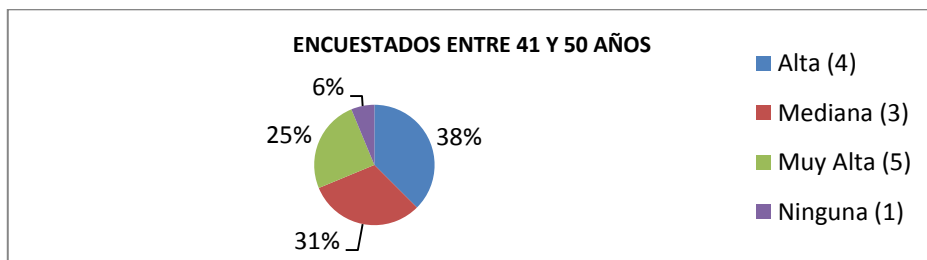


Elaborado por: El autor

Se evidencia que los medios digitales y aquellos derivados de las nuevas tecnologías de la información con utilización de computadoras, laptops, netbooks, tablets, smartphones y conexión a Internet como medios que en este momento más contribuyen para su actualización profesional, en personas entre 31 y 40 años, es muy alta en su mayoría con 69% y alta con 25%.

Figura 148:

Digitales y aquellos derivados de las nuevas tecnologías de la información con utilización de computadoras, laptops, netbooks, tablets, smartphones y conexión al Internet. Encuestados entre 41 y 50 años.

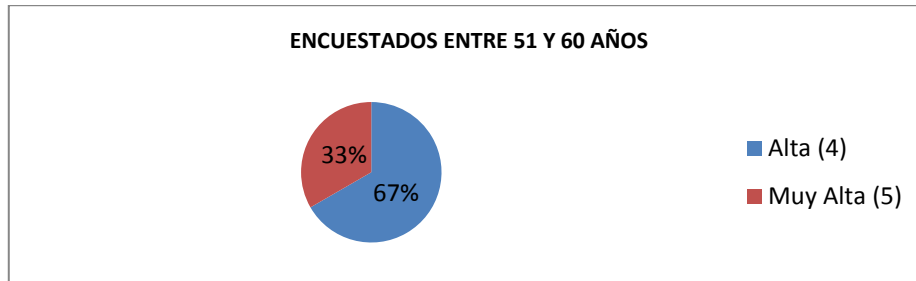


Elaborado por: El autor

Se evidencia que los medios digitales y aquellos derivados de las nuevas tecnologías de la información con utilización de computadoras, laptops, netbooks, tablets, smartphones y conexión a Internet como medios que en este momento más contribuyen para su actualización profesional, en personas entre 41 y 50 años, es alta en su mayoría con 38% y mediana con 31%.

Figura 149:

Digitales y aquellos derivados de las nuevas tecnologías de la información con utilización de computadoras, laptops, netbooks, tablets, smartphones y conexión al Internet. Encuestados entre 51 y 60 años.

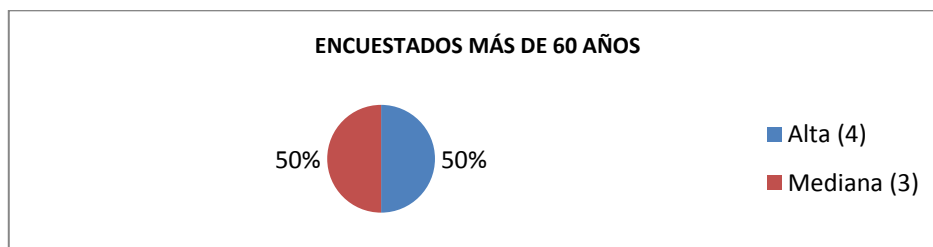


Elaborado por: El autor

Se evidencia que los medios digitales y aquellos derivados de las nuevas tecnologías de la información con utilización de computadoras, laptops, netbooks, tablets, smartphones y conexión a Internet como medios que en este momento más contribuyen para su actualización profesional, en personas entre 51 y 60 años, es alta en su mayoría con 67% y muy alta con 33%.

Figura 150:

Digitales y aquellos derivados de las nuevas tecnologías de la información con utilización de computadoras, laptops, netbooks, tablets, smartphones y conexión al Internet. Encuestados con más de 60 años.



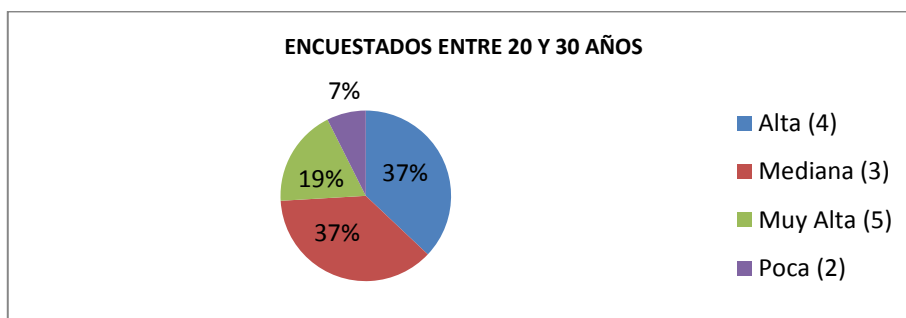
Elaborado por: El autor

Se evidencia que los medios digitales y aquellos derivados de las nuevas tecnologías de la información con utilización de computadoras, laptops, netbooks, tablets, smartphones y conexión a Internet como medios que en este momento más contribuyen para su actualización profesional, en personas con más de 60 años, es alta en su mayoría con 50% y mediana con 50%.

Qué medios son los que este momento más contribuyen para su actualización profesional: Tradicionales con asistencia personal a conferencias, seminarios, cursos, etc.

Figura 151:

Tradicionales con asistencia personal a conferencias, seminarios, cursos, etc. Encuestados entre 20 y 30 años.

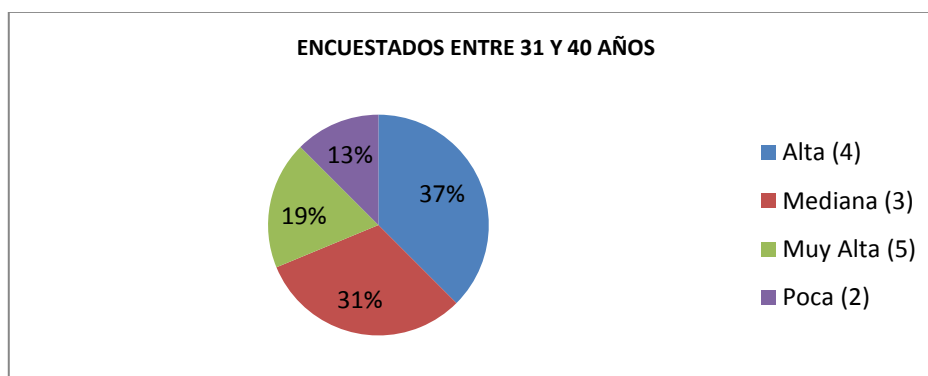


Elaborado por: El autor

Se evidencia que los medios tradicionales con asistencia personal a conferencias, seminarios, cursos, etc. como medios que en este momento más contribuyen para su actualización profesional, en personas entre 20 y 30 años es alta en su mayoría con 37% y mediana con 37%.

Figura 152:

Tradicionales con asistencia personal a conferencias, seminarios, cursos, etc. Encuestados entre 31 y 40 años.

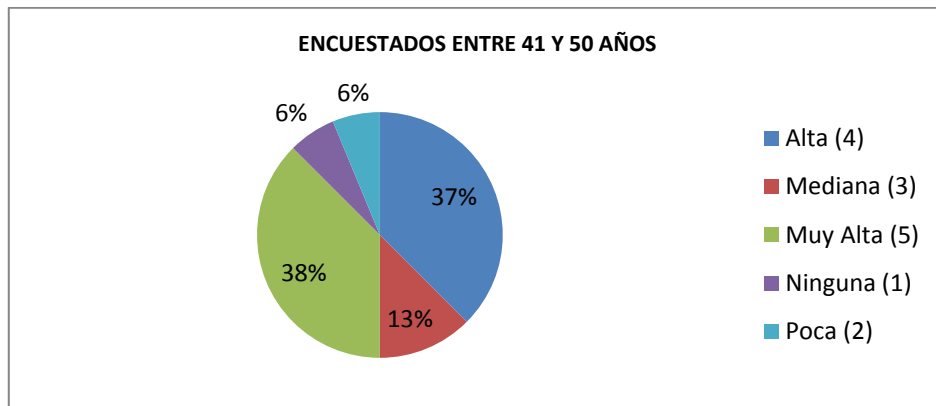


Elaborado por: El autor

Se evidencia que los medios tradicionales con asistencia personal a conferencias, seminarios, cursos, etc. como medios que en este momento más contribuyen para su actualización profesional, en personas entre 31 y 40 años es alta en su mayoría con 37% y mediana con 31%.

Figura 153:

Tradicionales con asistencia personal a conferencias, seminarios, cursos, etc. Encuestados entre 41 y 50 años.

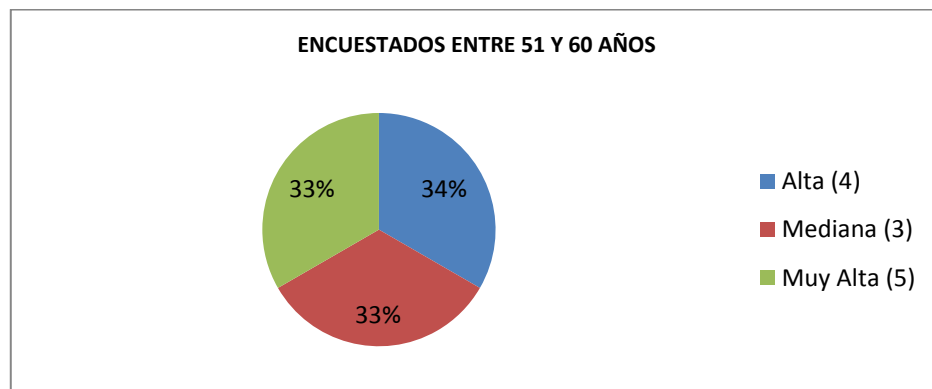


Elaborado por: El autor

Se evidencia que los medios tradicionales con asistencia personal a conferencias, seminarios, cursos, etc. como medios que en este momento más contribuyen para su actualización profesional, en personas entre 41 y 50 años es muy alta en su mayoría con 38% y alta con 37%.

Figura 154:

Qué medios son los que este momento más contribuyen para su actualización profesional: Tradicionales con asistencia personal a conferencias, seminarios, cursos, etc. Encuestados entre 51 y 60 años.

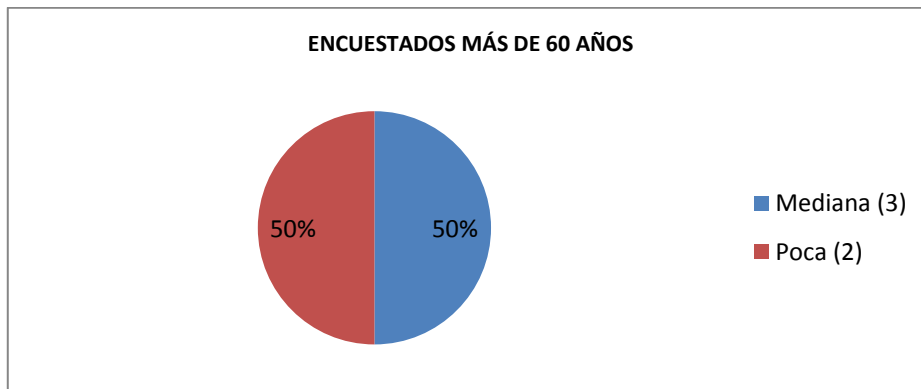


Elaborado por: El autor

Se evidencia que los medios tradicionales con asistencia personal a conferencias, seminarios, cursos, etc. como medios que en este momento más contribuyen para su actualización profesional, en personas entre 51 y 60 años es alta en su mayoría con 34%.

Figura 155:

Tradicional con asistencia personal a conferencias, seminarios, cursos, etc. Encuestados con más de 60 años.



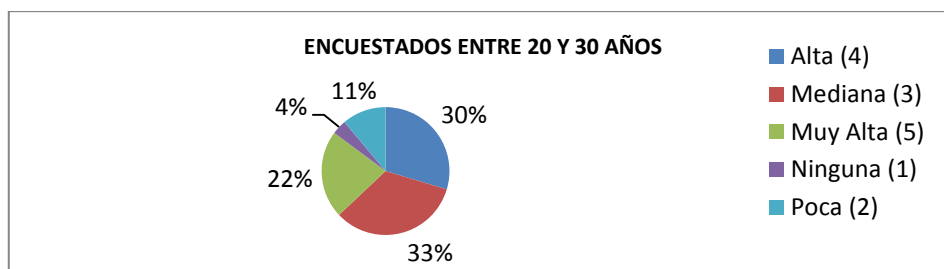
Elaborado por: El autor

Se evidencia que los medios tradicionales con asistencia personal a conferencias, seminarios, cursos, etc. como medios que en este momento más contribuyen para su actualización profesional, en personas con más de 60 años es mediana en su mayoría con 50% y poca con 50%.

Qué medios son los que este momento más contribuyen para su actualización profesional: Tradicionales como compra de libros especializados, revistas, boletines y lectura de periódicos todos ellos impresos.

Figura 156:

Tradicional como compra de libros especializados, revistas, boletines y lectura de periódicos todos ellos impresos. Encuestados entre 20 y 30 años.

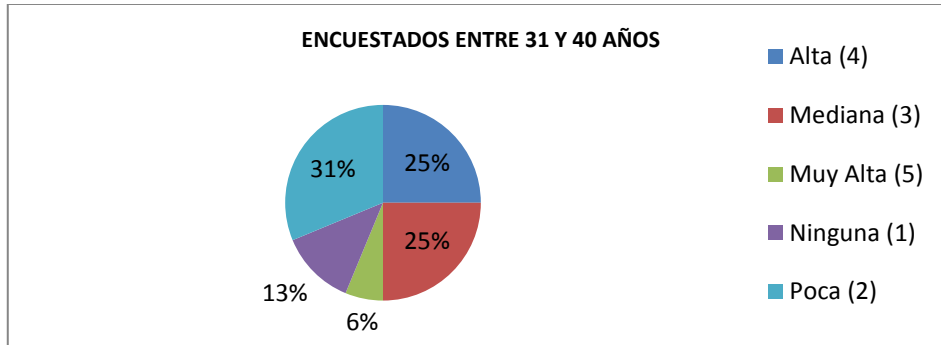


Elaborado por: El autor

Se evidencia que los medios tradicionales como la compra de libros especializados, revistas, boletines y lectura de periódicos todos ellos impresos como medios que en este momento más contribuyen para su actualización profesional, en personas entre 20 y 30 años es mediana en su mayoría con 33% y alta con 30%.

Figura 157:

Tradicional como compra de libros especializados, revistas, boletines y lectura de periódicos todos ellos impresos. Encuestados entre 31 y 40 años.

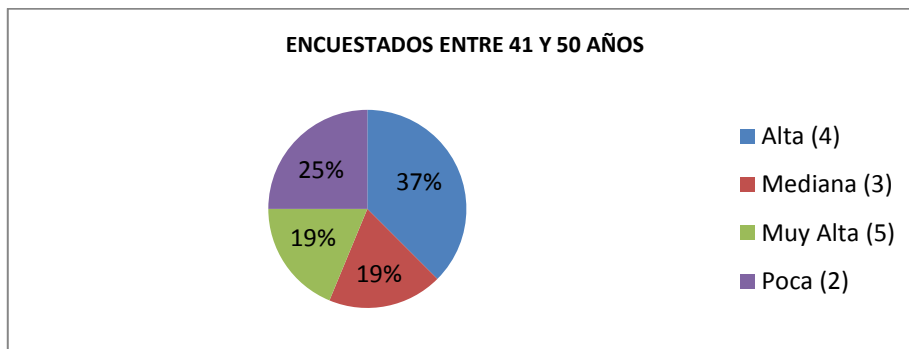


Elaborado por: El autor

Se evidencia que los medios tradicionales como la compra de libros especializados, revistas, boletines y lectura de periódicos todos ellos impresos como medios que en este momento más contribuyen para su actualización profesional, en personas entre 31 y 40 años es poca en su mayoría con 31% y alta y mediana con 25%.

Figura 158:

Tradicional como compra de libros especializados, revistas, boletines y lectura de periódicos todos ellos impresos. Encuestados entre 41 y 50 años.

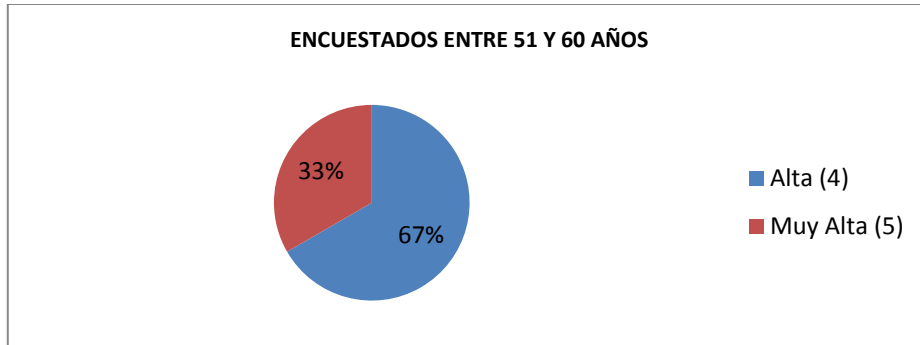


Elaborado por: El autor

Se evidencia que los medios tradicionales como la compra de libros especializados, revistas, boletines y lectura de periódicos todos ellos impresos como medios que en este momento más contribuyen para su actualización profesional, en personas entre 41 y 50 años es alta en su mayoría con 37% y poca con 25%.

Figura 159:

Tradicionales como compra de libros especializados, revistas, boletines y lectura de periódicos todos ellos impresos. Encuestados entre 51 y 60 años.

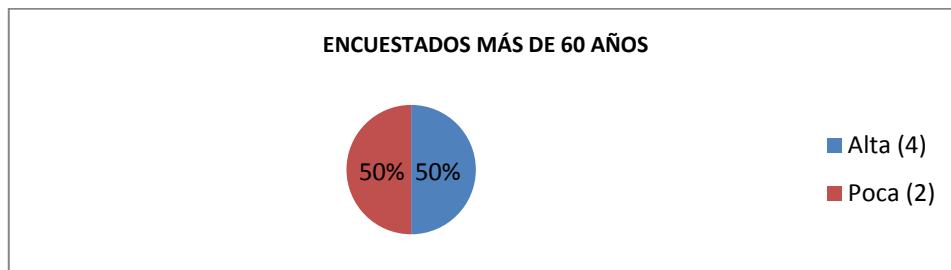


Elaborado por: El autor

Se evidencia que los medios tradicionales como la compra de libros especializados, revistas, boletines y lectura de periódicos todos ellos impresos como medios que en este momento más contribuyen para su actualización profesional, en personas entre 51 y 60 años es alta en su mayoría con 67% y muy alta con 33%.

Figura 160:

Tradicionales como compra de libros especializados, revistas, boletines y lectura de periódicos todos ellos impresos. Encuestados con más de 60 años.



Elaborado por: El autor

Se evidencia que los medios tradicionales como la compra de libros especializados, revistas, boletines y lectura de periódicos todos ellos impresos como medios que en este momento más contribuyen para su actualización profesional, en personas con más de 60 años es poca en su mayoría con 50% y alta con 50%.

2.4 ANÁLISIS GENERAL DE LOS RESULTADOS

2.4.1 Resultados globales. Contribución alta y muy alta.

Para el análisis de los resultados obtenidos de la tabulación de las encuestas realizadas, se seleccionó las dos variables que permiten determinar si la contribución a la actualización profesional de las distintas opciones investigadas es realmente significativa.

Estas opciones son contribución Alta y Muy Alta. La suma de estas dos opciones da una idea muy clara sobre lo que se está investigando. Luego de la suma se ordenaron los resultados de mayor a menor obteniendo un Ranking de las diferentes opciones investigadas. Los resultados se presentan a continuación:

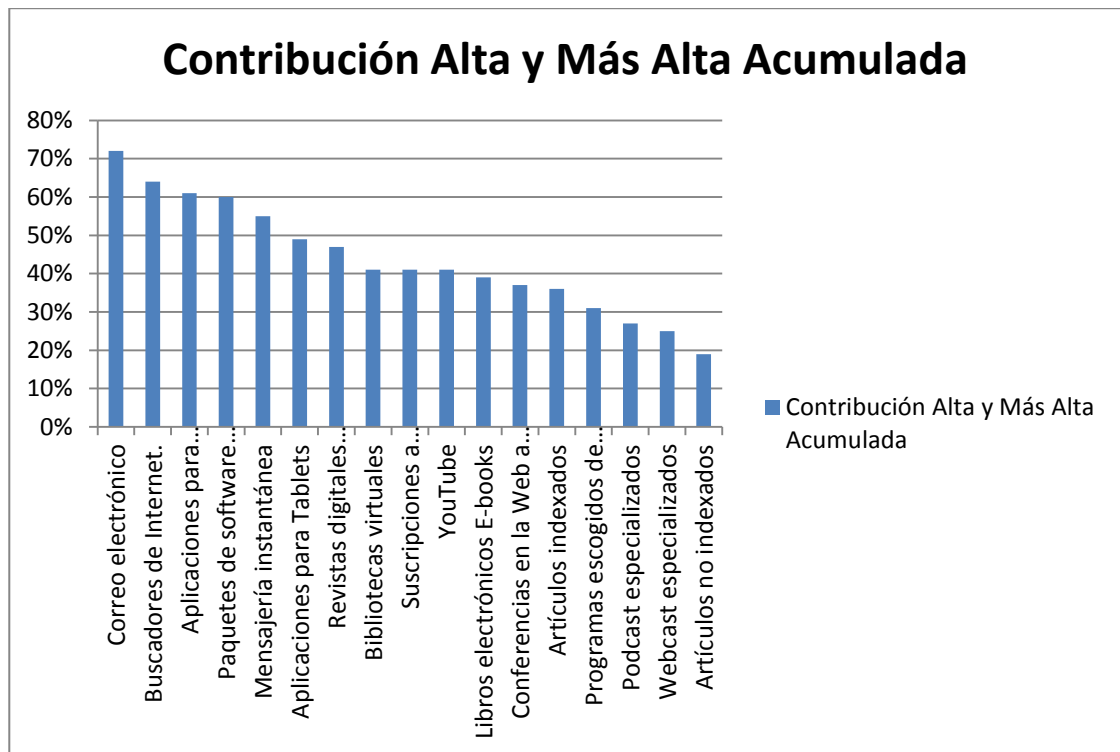
- **Primer grupo: Contribución de medios digitales para su actualización profesional.**

Tabla No. 1

	Contribución de medios digitales para su actualización profesional:	Contribución Muy alta y Alta
1	Correo electrónico	72%
2	Buscadores de Internet	64%
3	Aplicaciones para Smartphones	61%
4	Paquetes de software especializado	60%
5	Mensajería instantánea	55%
6	Aplicaciones para Tablets	49%
7	Revistas digitales especializadas	47%
8	Bibliotecas virtuales	41%
9	Suscripciones a organizaciones especializadas en educación on-line	41%
10	YouTube	41%
11	Libros electrónicos E-books	39%
12	Conferencias en la Web a través de Skype	37%
13	Artículos indexados	36%
14	Programas escogidos de TV por cable	31%
15	Podcast especializados	27%
16	Webcast especializados	25%
17	Artículos no indexados	19%

Figura 161

Ranking de medios digitales que usted utiliza para su actualización profesional.



Elaborado por: El Autor

1. *Correo electrónico* según la encuesta realizada es el medio digital que más contribuye a la actualización profesional de los ejecutivos encuestados. 72% de los encuestados consideran como Alta y Muy Alta la contribución a su actualización profesional por parte de este medio digital. Casi toda persona que usa Internet tiene una o más de una dirección de correo electrónico. Los contenidos que se pueden adjuntar en un mensaje permiten que un ejecutivo pueda recibir fácilmente desde artículos de interés profesional hasta cursos y seminarios propios de su profesión. Todas estas bondades del correo electrónico han sido seguramente valoradas por los ejecutivos encuestados quienes han determinado que ocupe el primer lugar como medio digital que más contribuye a su actualización profesional.
2. *Buscadores de Internet* según la encuesta realizada es el segundo medio digital que más contribuye a la actualización profesional de los ejecutivos encuestados. Con un

porcentaje de 64 puntos, los encuestados consideran como Alta y Muy Alta su contribución a su actualización profesional. Un buscador recopila y ordena de manera instantánea la información que se desea de acuerdo al usuario y esto hace que incluso para los profesionales, la información sea completamente asequible. Los buscadores pueden encontrar todo tipo de información y además facilita la comunicación y retroalimentación. Los ejecutivos ahorran tiempo al utilizar esta herramienta que hoy en día es de uso masivo.

3. *Aplicaciones para Smartphones* según la encuesta realizada es el tercer medio digital que más contribuye a la actualización profesional de los ejecutivos encuestados. Con un 61% los encuestados consideran como Alta y Muy Alta su contribución a su actualización profesional. Considerando que estamos en una era digitalizada con muchos cambios tecnológicos, uno de ellos ha sido el poseer smartphones y esto conlleva a adquirir aplicaciones de diferente índole, incluyendo las de actualización profesional; lo que proporciona interacción inmediata con lo que acontece y por lo tanto puede existir una mejor respuesta ante los cambios.
4. *Paquetes de software especializado* según la encuesta realizada el 60% de los ejecutivos encuestados consideran Alta y Muy Alta la contribución de este medio digital para su actualización profesional, colocándola en cuarto lugar. Los paquetes de software especializado crean la necesidad de conocimiento y destreza para manejar nuevas tecnologías de información promoviendo el deseo de los ejecutivos de seguir actualizándose.
5. *Mensajería instantánea* según la encuesta realizada el 55% de los ejecutivos encuestados consideran Alta y Muy Alta la contribución de este medio digital para su actualización profesional, colocándola en quinto lugar. Este medio es uno de los más populares a nivel empresarial y es de gran uso debido a la facilidad y a la inmediatez de respuesta haciendo que la comunicación entre las personas que lo usan sea fácil independientemente si se encuentran en lugares cercanos o no.
6. *Aplicaciones para Tablets* según la encuesta realizada el 49% de los ejecutivos encuestados consideran Alta y Muy Alta la contribución de este medio digital para su actualización profesional, colocándola entre los primeros lugares. En la actualidad las

tablets al ser de fácil movilidad y tener todas las cualidades de una computadora y smartphone incorporadas, le permite que sea la más optada al comprar. Pero con tener las cualidades de un Smartphone también tiene la posibilidad de descargar las aplicaciones más usadas al momento de actualizarse profesionalmente, lo cual le permite tener mayor constancia.

7. *Revistas digitales especializadas* según la encuesta realizada el 47% de los ejecutivos encuestados consideran Alta y Muy Alta la contribución de este medio digital para su actualización profesional. Este medio es una mezcla entre lo tradicional y lo moderno, las revistas han sido, desde hace muchos años, una manera de adquirir conocimientos especializados pero, desde que la tecnología creó la forma de que se puedan adquirir en un formato digitalizado se ha posibilitado llevar el contenido en cualquier dispositivo sin tener que utilizar el papel.
8. *Bibliotecas virtuales* según la encuesta realizada el 41% de los ejecutivos encuestados consideran Alta y Muy Alta la contribución de este medio digital para su actualización profesional. Al tener la posibilidad de encontrar los libros que antes solo se encontraban en físicos, ahora de forma digital permite que los profesionales puedan seguir con sus actividades cotidianas y no trasladarse a una biblioteca física la cual conlleva gasto de tiempo y recursos que a veces son innecesarios.
9. *Suscripciones a organizaciones especializadas en educación on-line* según la encuesta realizada el 41% de los ejecutivos encuestados consideran Alta y Muy Alta la contribución de este medio digital para su actualización profesional. Al tener la oportunidad de una educación on-line implica facilidad con horarios y conectarse desde cualquier dispositivo que posea Internet, lo que permite que pueda seguir realizando sus actividades sin interrumpirlas.
10. *YouTube* según la encuesta realizada el 41% de los ejecutivos encuestados consideran Alta y Muy Alta la contribución de este medio digital para su actualización profesional. Este medio digital propone adquirir conocimiento cuando se ven videos mediante una cuenta creada por fuentes confiables como empresas, universidades, institutos, etc. Además los profesionales y ejecutivos pueden tener acceso fácilmente a información mundial.

11. *Libros electrónicos E-books* según la encuesta realizada el 39% de los ejecutivos encuestados consideran Alta y Muy Alta la contribución de este medio digital para su actualización profesional. La posibilidad de tener libros completos en cualquier dispositivo ahorrando espacio y recursos es una de las ventajas que poseen los libros electrónicos, sin embargo, generalmente y según lo obtenido en la encuesta, se puede comprobar que no es uno de los medios con más acogida en cuanto a la actualización profesional.

12. *Conferencias en la Web a través de Skype* según la encuesta realizada el 37% de los ejecutivos encuestados consideran Alta y Muy Alta la contribución de este medio digital para su actualización profesional. A pesar de ser el Skype un medio de comunicación más rápido y completo, el hecho de que no muchas personas suelen conocer los beneficios de este medio y no destinan tiempo para establecer conferencias online hace que en la encuesta no tenga mucha acogida por parte de los ejecutivos pero sin lugar a duda, posteriormente se utilizará mucho más este medio que rompe las barreras de espacio y mejora la comunicación.

13. *Artículos indexados* según la encuesta realizada el 36% de los ejecutivos encuestados consideran Alta y Muy Alta la contribución de este medio digital para su actualización profesional. Dichas revistas aportan conocimiento a nivel internacional con autores reconocidos y de fuentes confiables pero entre las personas encuestadas se pudo comprobar que no es uno de los medios predilectos para la actualización profesional pero si una de las más confiables.

14. *Programas escogidos de TV por cable* según la encuesta realizada el 31% de los ejecutivos encuestados consideran Alta y Muy Alta la contribución de este medio digital para su actualización profesional, colocándola entre los últimos lugares. Los programas que la TV por cable en general ofrecen entretenimiento, y aunque sí poseen programas educativos no es considerado un medio utilizado para la actualización profesional.

15. *Podcast especializados* según la encuesta realizada el 27% de los ejecutivos encuestados consideran Alta y Muy Alta la contribución de este medio digital para su

actualización profesional, colocándola entre los últimos lugares. Este medio no es utilizado debido a que generalmente los ejecutivos prefieren acceder al mismo contenido de manera tradicional, es decir, desde la televisión o la radio. Por otra parte, casi no existe información clasificada y fiable que se pueda descargar.

16. *Webcast especializados* según la encuesta realizada el 25% de los ejecutivos encuestados consideran Alta y Muy Alta la contribución de este medio digital para su actualización profesional, colocándola entre los últimos lugares. De la misma forma que los podcasts, los datos demuestran que los ejecutivos no prefieren utilizar el Internet para acceder a información especializada.

17. *Artículos no indexados* según la encuesta realizada el 19% de los ejecutivos encuestados consideran Alta y Muy Alta la contribución de este medio digital para su actualización profesional, colocándola entre los últimos lugares. Un artículo no indexado generalmente no tienen una fuente segura de la cual proviene la información, lo que se refleja en los resultados.

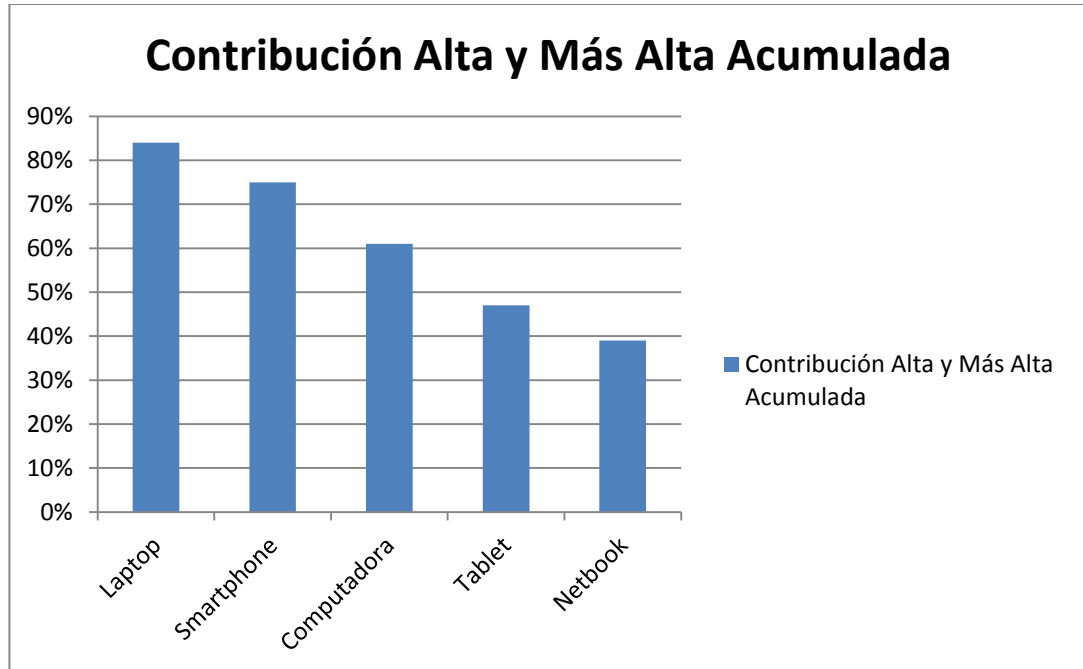
- **Segundo grupo: Dispositivos y Hardware utilizados para la actualización profesional.**

Tabla No. 2

	Dispositivos y hardware utilizados para su actualización profesional:	Contribución Muy alta y Alta
1	Laptop	84%
2	Smartphone	75%
3	Computadora	61%
4	Tablet	47%
5	Netbook	39%

Figura 162

Ranking de Dispositivos y Hardware utilizados para la actualización profesional.



Elaborado por: El Autor

1. *Laptop* según la encuesta realizada el 84% de los ejecutivos encuestados consideran Alta y Muy Alta la contribución del uso de este dispositivo y hardware para su actualización profesional, colocándola en la primera posición. La laptop tiene ciertas ventajas que permite ser considerada como el mejor dispositivo. Alguna de sus características destacadas son su funcionalidad, su tamaño que es menor al de una computadora de escritorio y, principalmente, su fácil traslado que implica mayor comodidad para trabajar.
2. *Smartphone* según la encuesta realizada el 75% de los ejecutivos encuestados consideran Alta y Muy Alta la contribución del uso de este dispositivo y hardware para su actualización profesional, colocándola en segunda posición. El Smartphone hoy en día es una herramienta no solamente que se utilizada para la comunicación sino también es una herramienta de trabajo. Genera productividad al facilitar la realización de tareas y el intercambio de información inmediata.

3. *Computadora de escritorio* según la encuesta realizada el 61% de los ejecutivos encuestados consideran Alta y Muy Alta la contribución del uso de este dispositivo y hardware para su actualización profesional, colocándola en tercera posición. La computadora de escritorio, a pesar de haber sido desplazada por laptops sigue siendo parte de nuestra vida cotidiana; el hecho de poder realizar varias tareas de manera rápida, eficiente y eficaz son cualidades que los profesionales buscan para estar actualizados.

4. *Tablet* según la encuesta realizada el 47% de los ejecutivos encuestados consideran Alta y Muy Alta la contribución del uso de este dispositivo y hardware para su actualización profesional, colocándola en penúltima posición. A pesar de su posición en la encuesta es un porcentaje alto, es decir, casi el 50% lo consideran parte de su instrucción profesional; a pesar de que no brinda todos los beneficios de una laptop, se está utilizando cada vez más por su capacidad de mostrar contenido en una pantalla más grande y de almacenar más datos que un Smartphone.

5. *Netbook* según la encuesta realizada el 39% de los ejecutivos encuestados consideran Alta y Muy Alta la contribución del uso de este dispositivo y hardware para su actualización profesional, colocándola en última posición. La netbook es un dispositivo portátil de un costo y medidas reducidas que aporta una mayor facilidad de traslado. La encuesta demuestra que los profesionales prefieren tener otro tipo de dispositivos.

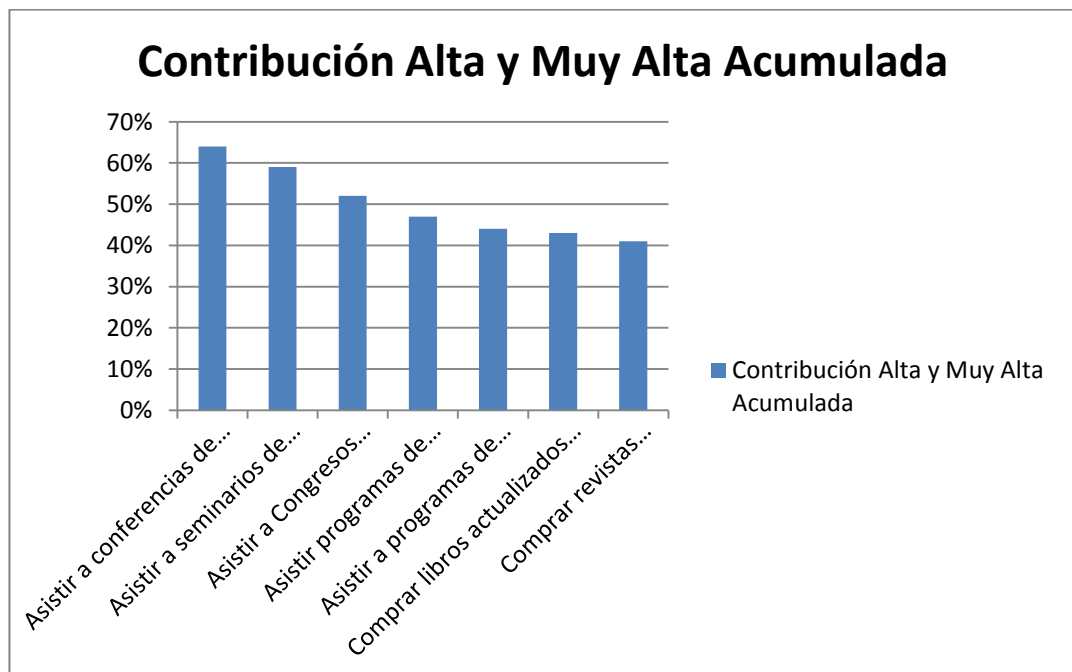
- **Tercer grupo: Contribución de medios tradicionales para la actualización profesional.**

Tabla No. 3

	Medios tradicionales con que usted utiliza para su actualización profesional:	Contribución Muy alta y Alta
1	Asistir a conferencias de profesionales reconocidos	64%
2	Asistir a seminarios de profesionales reconocidos	59%
3	Asistir a Congresos Profesionales	52%
4	Asistir a programas de actualización profesional organizados en Universidades	47%
5	Asistir a programas de actualización profesional organizados por empresas especializadas	44%
6	Comprar libros actualizados (impresos)	43%
7	Comprar revistas especializadas (impresas)	41%

Figura 163

Ranking de Contribución de medios tradicionales para su actualización para su Actualización Profesional



Elaborado por: El Autor

1. *Asistir a conferencias de profesionales reconocidos* según la encuesta realizada el 64% de los ejecutivos encuestados consideran Alta y Muy Alta la contribución del uso de este medio tradicional para su actualización profesional, colocándola en primera posición. Parte de las ventajas de asistir a conferencias es el de ser miembro activo, es decir, se puede interactuar la mayor parte con los asistentes e inclusive con el conferencista, logrando adquirir mayor conocimiento y despejando dudas que tenga; otorgando a los profesionales mayor actualización de lo que sucede en su ámbito profesional.
2. *Asistir a seminarios de profesionales reconocidos* según la encuesta realizada el 59% de los ejecutivos encuestados consideran Alta y Muy Alta la contribución del uso de este medio tradicional para su actualización profesional, colocándola en segunda posición. El poder estar con personas expertas en temas específicos brinda la oportunidad de retener mayor cantidad de información de alta calidad.
3. *Asistir a Congresos Profesionales* según la encuesta realizada el 52% de los ejecutivos encuestados consideran Alta y Muy Alta la contribución del uso de este medio tradicional para su actualización profesional, colocándola en tercera posición. El asistir a congresos logra obtener panoramas más amplios acerca de los temas tratados, pero esto conlleva más tiempo completo para mayor provecho, quizá a pesar de este límite los profesionales le otorgan el tercer lugar.
4. *Asistir a programas de actualización profesional organizados en Universidades* según la encuesta realizada el 47% de los ejecutivos encuestados consideran Alta y Muy Alta la contribución del uso de este medio tradicional para su actualización profesional, colocándola en cuarta posición. Un centro educativo de prestigio siempre atraerá a ejecutivos interesados en actualizarse.
5. *Asistir a programas de actualización profesional organizados por empresas especializadas* según la encuesta realizada el 44% de los ejecutivos encuestados consideran Alta y Muy Alta la contribución del uso de este medio tradicional para su actualización profesional, colocándola en quinta posición. En el caso del DMQ no es muy común este tipo de empresas y las que existen dirigen más su oferta de capacitación a las empresas, es decir, es un negocio B2B.

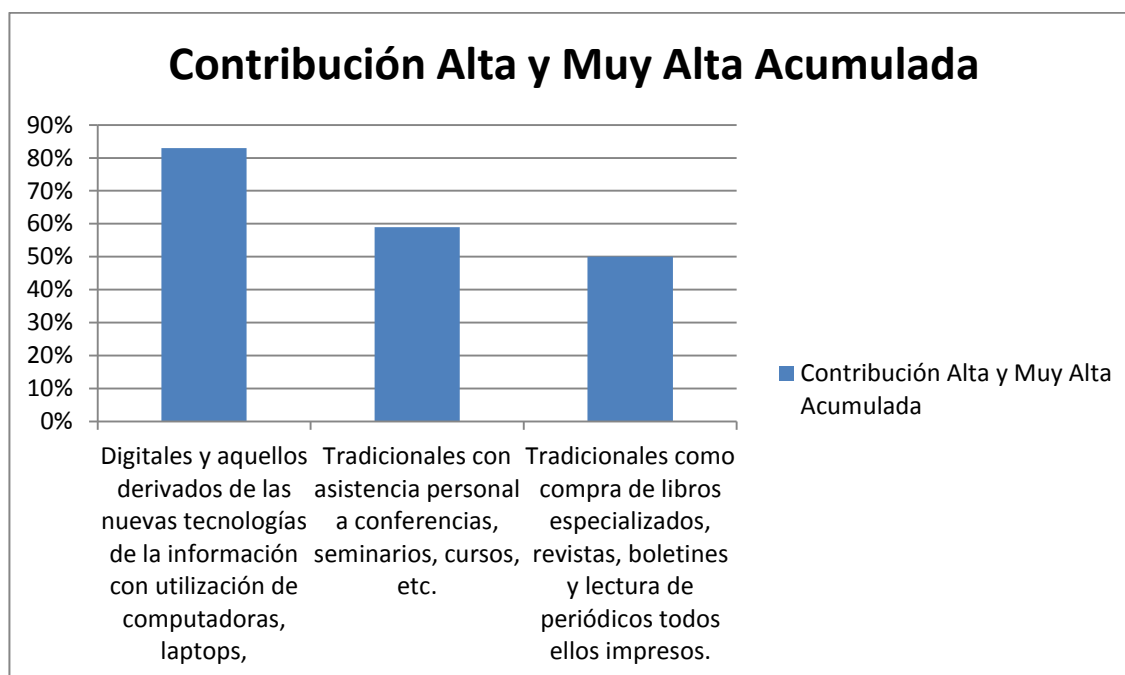
6. *Comprar libros actualizados (impresos)* según la encuesta realizada el 43% de los ejecutivos encuestados consideran Alta y Muy Alta la contribución del uso de este medio tradicional para su actualización profesional, colocándola en penúltima posición. Una gran parte de los profesionales encuestados se sienten más cómodos utilizando además de los medios digitales, medios tradicionales como los libros de papel.
7. *Comprar revistas especializadas (impresas)* según la encuesta realizada el 41% de los ejecutivos encuestados consideran Alta y Muy Alta la contribución del uso de este medio tradicional para su actualización profesional, colocándola en última posición. Llama la atención este resultado puesto que hasta hace pocos años eran de gran acogida.
- **Cuarto grupo: Contribución comparada de medios para su actualización profesional.**

Tabla No. 4

	Qué medios son los que este momento más contribuyen para su actualización profesional:	Contribución Muy alta y Alta
1	Digitales y aquellos derivados de las nuevas tecnologías de la información con utilización de computadoras, laptops, netbooks, tablets, smartphones y conexión al Internet.	83%
2	Tradicionales con asistencia personal a conferencias, seminarios, cursos, etc.	59%
3	Tradicionales como compra de libros especializados, revistas, boletines y lectura de periódicos todos ellos impresos.	50%

Figura 164

Ranking de Contribución comparada de medios para su actualización profesional.



Elaborado por: El Autor

1. *Digitales y aquellos derivados de las nuevas tecnologías de la información con utilización de computadoras, laptops, netbooks, tablets, smartphones y conexión al Internet* según la encuesta realizada el 83% de los ejecutivos encuestados consideran Alta y Muy Alta la contribución actual del uso de este medio para su actualización profesional, colocándola en primera posición. Con éstos resultados se demuestra que la mayoría de los profesionales utilizan las nuevas tecnologías de la información y comunicación para su actualización profesional, lo que significa que cada vez se va evolucionando en cuanto a la metodología que se usa para la educación continua de los profesionales. Ahora es importante mantener un ritmo acelerado de actualización porque la tecnología sigue un constante y apresurado avance.
2. *Tradicional con asistencia personal a conferencias, seminarios, cursos, etc.* según la encuesta realizada el 59% de los ejecutivos encuestados consideran Alta y Muy Alta la contribución actual del uso de este medio para su actualización profesional, colocándola en segunda posición. Aunque los medios digitales son los

preferidos, los tradicionales con respecto a la educación presencial tiene una presencia importante en los resultados.

3. *Tradicionales como compra de libros especializados, revistas, boletines y lectura de periódicos todos ellos impresos* según la encuesta realizada el 50% de los ejecutivos encuestados consideran Alta y Muy Alta la contribución actual del uso de este medio para su actualización profesional, colocándola en tercera posición. La mitad de los encuestados sigue utilizando medios impresos, es decir, tiene una presencia importante en los resultados adquiridos.

2.4.2 Resultados por rangos de edades. Contribución alta y muy alta.

Para el análisis de los resultados obtenidos de la tabulación de las encuestas realizadas, se seleccionó las dos variables que permiten determinar si la contribución a la actualización profesional de las distintas opciones investigadas es realmente significativa. Estas opciones son contribución Alta y Muy Alta. La suma de estas dos opciones da una idea muy clara sobre lo que se está investigando. Luego de la suma se ordenaron los resultados por edad obteniendo un Ranking de las diferentes opciones investigadas. Los resultados se presentan a continuación:

PREGUNTA 1:

Medios digitales que usted utiliza para su actualización profesional

Tabla No. 5

1) Correo electrónico

Etiquetas de fila	[Correo electrónico]	%
Entre 20 y 30 años	114	70%
Entre 31 y 40 años	72	75%
Entre 41 y 50 años	66	69%
Entre 51 y 60 años	12	67%
Más de 60 años	12	100%
Total general	276	

Se puede ver que el segmento de más edad utiliza muchísimo el correo electrónico para su actualización profesional, mientras que los demás segmentos de edades tienen una

utilización significativa del correo electrónico pero mucho menor que el segmento de mayor edad.

Tabla No. 6

2) Mensajería Instantánea

Etiquetas de fila	[Mensajería Instantánea]	%
Entre 20 y 30 años	102	63%
Entre 31 y 40 años	60	63%
Entre 41 y 50 años	36	38%
Entre 51 y 60 años	12	12%
Más de 60 años	0	0%
Total general	210	

Se puede ver que los segmentos de menor edad utilizan más este medio digital para su actualización profesional posiblemente porque forman grupos de trabajo interconectados. Los segmentos de mediana edad utilizan muy poco y finalmente el segmento de mayor edad no lo utiliza.

Tabla No. 7

3) Libros electrónicos E-books

Etiquetas de fila	[Libros electrónicos E-books]	%
Entre 20 y 30 años	66	41%
Entre 31 y 40 años	36	38%
Entre 41 y 50 años	36	38%
Entre 51 y 60 años	12	66%
Más de 60 años	0	0%
Total general	150	

Existe una utilización importante de este medio digital por parte del segmento que está entre los 51 y 60 años. Los segmentos de edades ubicados entre 20 y 50 años también utilizan este medio digital para la actualización pero no de manera significativa. El segmento de más de 60 años no utiliza este medio digital.

Tabla No. 8

4) Artículos indexados

Etiquetas de fila	[Artículos indexados]	%
Entre 20 y 30 años	66	36%
Entre 31 y 40 años	18	41%
Entre 41 y 50 años	48	50%
Entre 51 y 60 años	0	0%
Más de 60 años	6	50%
Total general	138	

Existe una mediana utilización de este medio digital para la actualización profesional por parte de todos los segmentos encuestados, excepto el segmento entre 51 y 60 años que no lo utiliza.

Tabla No. 9

5) Artículos no indexados

Etiquetas de fila	[Artículos no indexados]	%
Entre 20 y 30 años	30	19%
Entre 31 y 40 años	0	0%
Entre 41 y 50 años	30	50%
Entre 51 y 60 años	12	67%
Más de 60 años	0	0%
Total general	72	

Existe una significativa utilización en el segmento entre 51 y 60 años, una mediana utilización en el segmento entre 41 y 50 años, baja utilización en el segmento entre 20 y 30 años y una utilización nula en los segmentos entre 31 y 40 años y los de más de 60 años.

Tabla No. 10

6) Revistas digitales especializadas

Etiquetas de fila	[Revistas digitales especializadas]	%
Entre 20 y 30 años	96	59%
Entre 31 y 40 años	42	44%
Entre 41 y 50 años	36	38%
Entre 51 y 60 años	6	33%
Más de 60 años	0	0%
Total general	180	

Existe una mediana utilización de este medio digital para la actualización profesional en los segmentos que van entre los 20 y 60 años, si bien es decreciente el uso en el orden señalado; el segmento de más de 60 años no lo utiliza.

Tabla No. 11

7) Bibliotecas virtuales

Etiquetas de fila	[Bibliotecas virtuales]	%
Entre 20 y 30 años	72	44%
Entre 31 y 40 años	42	44%
Entre 41 y 50 años	30	31%
Entre 51 y 60 años	6	33%
Más de 60 años	6	50%
Total general	156	

Se puede ver entre una baja y mediana utilización de este medio digital por parte de todos los segmentos de edades consultadas.

Tabla No. 12

8) Suscripciones a organizaciones especializadas en educación on-line

Etiquetas de fila	[Suscripciones a organizaciones especializadas en educación on-line]	%
Entre 20 y 30 años	78	48%
Entre 31 y 40 años	30	31%
Entre 41 y 50 años	36	38%
Entre 51 y 60 años	12	67%
Más de 60 años	0	0%
Total general	156	

Existe una significativa utilización de este medio digital por parte del segmento ubicado entre 51 y 60 años, mientras que los segmentos entre 20 y 50 años lo utilizan con menos frecuencia. El segmento de más de 60 años no utiliza este medio.

Tabla No. 13

9) Webcast especializados

Etiquetas de fila	[Webcast especializados]	%
Entre 20 y 30 años	36	22%
Entre 31 y 40 años	18	19%
Entre 41 y 50 años	42	44%
Entre 51 y 60 años	0	0%
Más de 60 años	0	0%
Total general	96	

Se puede ver una mediana utilización en el segmento de 41 a 50 años, una baja utilización en los segmentos entre 20 y 40 años; y una nula utilización en los segmentos de más de 51 años.

Tabla No. 14

10) Podcast especializados

Etiquetas de fila	[Podcast especializados]	%
Entre 20 y 30 años	42	26%
Entre 31 y 40 años	6	6%
Entre 41 y 50 años	54	56%
Entre 51 y 60 años	0	0%
Más de 60 años	0	0%
Total general	102	

Existe una mediana utilización de este medio digital en los segmentos entre 41 y 50 años, una baja utilización en los segmentos entre 20 y 40 años y una nula utilización en los segmentos de más de 51 años.

Tabla No. 15

11) YouTube

Etiquetas de fila	[YouTube]	%
Entre 20 y 30 años	102	63%
Entre 31 y 40 años	24	25%
Entre 41 y 50 años	24	25%
Entre 51 y 60 años	6	33%
Más de 60 años	0	0%
Total general	156	

Existe una significativa utilización de este medio digital en el segmento entre 20 y 30 años, una mediana y baja utilización en los segmentos entre 31 y 60 años; y una nula utilización en el segmento de más de 60 años.

Tabla No. 16

12) Paquetes de software especializado

Etiquetas de fila	[Paquetes de software especializado]	%
Entre 20 y 30 años	120	74%
Entre 31 y 40 años	48	50%
Entre 41 y 50 años	48	50%
Entre 51 y 60 años	12	66%
Más de 60 años	0	0%
Total general	228	

Existe una significativa utilización de este medio digital en los segmentos comprendidos entre 20 y 30 años y entre 51 y 60 años; una mediana utilización en los segmentos entre 31 y 50 años; y una nula utilización en el segmento de más de 60 años.

Tabla No. 17

13) Aplicaciones para Smartphones

Etiquetas de fila	[Aplicaciones para Smartphones]	%
Entre 20 y 30 años	102	63%
Entre 31 y 40 años	66	69%
Entre 41 y 50 años	54	56%
Entre 51 y 60 años	12	66%
Más de 60 años	0	0%
Total general	234	

Se puede observar una mediana utilización de este medio en todos los segmentos encuestados excepto en el segmento de más de 60 años que no lo utiliza.

Tabla No. 18**14) Aplicaciones para Tablets**

Etiquetas de fila	[Aplicaciones para Tablets]	%
Entre 20 y 30 años	90	56%
Entre 31 y 40 años	48	50%
Entre 41 y 50 años	36	38%
Entre 51 y 60 años	12	66%
Más de 60 años	0	0%
Total general	186	

Se puede observar una mediana utilización de este medio en todos los segmentos encuestados excepto en el segmento de más de 60 años que no lo utiliza.

Tabla No. 19**15) Buscadores de Internet**

Etiquetas de fila	[Buscadores de Internet]	%
Entre 20 y 30 años	108	67%
Entre 31 y 40 años	72	75%
Entre 41 y 50 años	48	50%
Entre 51 y 60 años	12	67%
Más de 60 años	6	50%
Total general	246	

Existe una importante utilización de este medio por parte de este segmento que está entre 31 y 40 años; y una mediana utilización en los demás segmentos encuestados.

Tabla No. 20**16) Programas escogidos de TV por cable.**

Etiquetas de fila	[Programas escogidos de TV por cable.]	%
Entre 20 y 30 años	60	37%
Entre 31 y 40 años	24	25%
Entre 41 y 50 años	18	19%
Entre 51 y 60 años	18	100%
Más de 60 años	0	0%
Total general	120	

Se puede ver una gran utilización de este medio digital en el segmento que está entre 51 y 60 años, una baja utilización en los segmentos que están entre los 20 y 50 años y una nula utilización en el segmento de más de 60 años.

Tabla No. 21

17) Conferencias en la Web a través de Skype

Etiquetas de fila	[Conferencias en la Web a través de Skype]	%
Entre 20 y 30 años	48	37%
Entre 31 y 40 años	36	25%
Entre 41 y 50 años	54	19%
Entre 51 y 60 años	6	100%
Más de 60 años	0	0%
Total general	144	

Se puede ver una gran utilización de este medio digital en el segmento que está entre 51 y 60 años, una baja utilización en los segmentos que están entre los 20 y 50 años y una nula utilización en el segmento de más de 60 años.

PREGUNTA 2:

Dispositivos y hardware utilizados para su actualización profesional vía Internet:

Tabla No. 22

1) Computadora

Etiquetas de fila	[Computadora]	%
Entre 20 y 30 años	96	59%
Entre 31 y 40 años	66	69%
Entre 41 y 50 años	42	44%
Entre 51 y 60 años	18	100%
Más de 60 años	12	100%
Total general	234	

Existe una gran utilización de este dispositivo en los segmentos de más de 51 años y una mediana utilización en los segmentos entre 20 y 50 años.

Tabla No. 23**2) Tablet**

Etiquetas de fila	[Tablet]	%
Entre 20 y 30 años	84	52%
Entre 31 y 40 años	48	50%
Entre 41 y 50 años	42	44%
Entre 51 y 60 años	6	33%
Más de 60 años	0	0%
Total general	180	

Existe una mediana utilización de este dispositivo en los segmentos que van entre los 20 y 60 años; y una nula utilización en el segmento de más de 60 años.

Tabla No. 24**3) Smartphone**

Etiquetas de fila	[Smartphone]	%
Entre 20 y 30 años	144	89%
Entre 31 y 40 años	78	81%
Entre 41 y 50 años	60	63%
Entre 51 y 60 años	6	66%
Más de 60 años	0	0%
Total general	288	

Se puede ver una alta utilización de este dispositivo en los segmentos que van entre los 20 y 40 años, una utilización mediana en los segmentos entre 41 y 60 años y una nula utilización en el segmento de más de 60 años.

Tabla No. 25**4) Laptop**

Etiquetas de fila	[Laptop]	%
Entre 20 y 30 años	144	89%
Entre 31 y 40 años	90	94%
Entre 41 y 50 años	72	75%
Entre 51 y 60 años	18	100%
Más de 60 años	0	0%
Total general	324	

Se puede ver una gran utilización de este dispositivo en los segmentos que están entre los 20 y 60 años y una nula utilización en el segmento de más de 60 años.

Tabla No. 26

5) Netbook

Etiquetas de fila	[Netbook]	%
Entre 20 y 30 años	72	44%
Entre 31 y 40 años	36	38%
Entre 41 y 50 años	36	38%
Entre 51 y 60 años	6	33%
Más de 60 años	0	0%
Total general	150	

Existe una mediana utilización de este dispositivo en los segmentos entre los 20 y 60 años; y una nula utilización en el segmento de más de 60 años.

PREGUNTA 3:

Medios tradicionales que usted utiliza para su actualización profesional.

Tabla No. 27

1) Asistir a conferencias de profesionales reconocidos

Etiquetas de fila	[Asistir a conferencias de profesionales reconocidos]	%
Entre 20 y 30 años	120	74%
Entre 31 y 40 años	54	56%
Entre 41 y 50 años	60	63%
Entre 51 y 60 años	12	66%
Más de 60 años	0	0%
Total general	246	

Como se puede ver una alta utilización de este medio tradicional por parte del segmento que está entre 20 y 30 años, una mediana utilización por parte de los segmentos entre 31 y 60 años; y una nula utilización en el segmento de más de 60 años.

Tabla No. 28

2) Asistir a seminarios de profesionales reconocidos

Etiquetas de fila	[Asistir a seminarios de profesionales reconocidos]	%
Entre 20 y 30 años	108	67%
Entre 31 y 40 años	42	44%
Entre 41 y 50 años	60	63%
Entre 51 y 60 años	12	67%
Más de 60 años	6	50%
Total general	228	

Se puede ver una mediana utilización de este medio tradicional por parte de todos los segmentos encuestados.

Tabla No. 29

3) Asistir a programas de actualización profesional organizados en Universidades

Etiquetas de fila	[Asistir a programas de actualización profesional organizados en Universidades]	%
Entre 20 y 30 años	84	52%
Entre 31 y 40 años	42	44%
Entre 41 y 50 años	48	50%
Entre 51 y 60 años	6	33%
Más de 60 años	0	0%
Total general	180	

Se puede ver una mediana utilización de este medio tradicional por parte de los segmentos entre 20 y 60 años; y una nula utilización por parte del segmento de más de 60 años.

Tabla No. 30

4) Asistir a programas de actualización profesional organizados por empresas especializadas

Etiquetas de fila	[Asistir a programas de actualización profesional organizados por empresas especializadas]	%
Entre 20 y 30 años	90	56%
Entre 31 y 40 años	18	50%
Entre 41 y 50 años	54	56%
Entre 51 y 60 años	0	0%
Más de 60 años	6	50%
Total general	168	

Se puede ver una mediana utilización de este medio tradicional por parte de los segmentos entre 20 y 60 años; y una nula utilización por parte del segmento de más de 60 años.

Tabla No. 31

5) Asistir a Congresos Profesionales

Etiquetas de fila	[Asistir a Congresos Profesionales]	%
Entre 20 y 30 años	84	52%
Entre 31 y 40 años	48	50%
Entre 41 y 50 años	48	50%
Entre 51 y 60 años	18	100%
Más de 60 años	0	0%
Total general	198	

Existe una gran utilización de este medio tradicional por parte del segmento entre 51 y 60 años, una mediana utilización por parte de los segmentos entre 20 y 50 años; y una nula utilización por parte del segmento de más de 60 años.

Tabla No. 32**6) Comprar libros actualizados (impresos)**

Etiquetas de fila	[Comprar libros actualizados (impresos)]	%
Entre 20 y 30 años	96	59%
Entre 31 y 40 años	18	19%
Entre 41 y 50 años	48	50%
Entre 51 y 60 años	6	33%
Más de 60 años	0	0%
Total general	168	

Se puede ver una mediana utilización de este medio tradicional por parte de los segmentos entre 20 y 30 años y entre 41 y 50 años, una baja utilización por parte de los segmentos entre 31 y 40 años y entre 51 y 60 años; y una nula utilización por parte del segmento de más de 60 años.

Tabla No. 33**7) Comprar revistas especializadas (impresas)**

Etiquetas de fila	[Comprar revistas especializadas (impresas)]	%
Entre 20 y 30 años	102	63%
Entre 31 y 40 años	18	19%
Entre 41 y 50 años	30	31%
Entre 51 y 60 años	6	33%
Más de 60 años	0	0%
Total general	156	

Existe una mediana utilización de este medio tradicional por parte del segmento entre 20 y 30 años, una baja utilización en los segmentos entre 31 y 60 años y una nula utilización en el segmento de más de 60 años.

PREGUNTA 4:

Qué medios son los que este momento más contribuyen en para su actualización profesional.

Tabla No. 34

1) Digitales y aquellos derivados de las nuevas tecnologías de la información con utilización de computadoras, laptops, netbooks, tablets, smartphones y conexión al Internet

Etiquetas de fila	[Digitales y aquellos derivados de las nuevas tecnologías de la información con utilización de computadoras, laptops, netbooks, tablets, smartphones y conexión al Internet]	%
Entre 20 y 30 años	144	89%
Entre 31 y 40 años	90	94%
Entre 41 y 50 años	60	63%
Entre 51 y 60 años	18	100%
Más de 60 años	6	50%
Total general	318	

Se puede ver que los medios digitales tienen un gran contribución para la actualización profesional en todos los segmentos de edades encuestados, excepto en el segmento de más de 60 años que tiene una mediana contribución.

Tabla No. 35

2) Tradicionales con asistencia personal a conferencias, seminarios, cursos, etc.

Etiquetas de fila	[Tradicionales con asistencia personal a conferencias, seminarios, cursos, etc.]	%
Entre 20 y 30 años	90	56%
Entre 31 y 40 años	54	56%
Entre 41 y 50 años	72	75%
Entre 51 y 60 años	12	66%
Más de 60 años	0	0%
Total general	228	

La contribución de este medio tradicional con asistencia personal es importante en el segmento entre 41 y 50 años, baja la contribución a ser mediana en los segmentos entre 20 y 40 años y entre 51 y 60 años; y es nula en el segmento de más de 60 años.

Tabla No. 36

3) Tradicionales como compra de libros especializados, revistas, boletines y lectura de periódicos todos ellos impresos.

Etiquetas de fila	[Tradicionales como compra de libros especializados, revistas, boletines y lectura de periódicos todos ellos impresos.]	%
Entre 20 y 30 años	84	52%
Entre 31 y 40 años	30	31%
Entre 41 y 50 años	54	56%
Entre 51 y 60 años	18	100%
Más de 60 años	6	50%
Total general	192	

La contribución de estos medios tradicionales es muy importante en el segmento entre 51 y 60 años y medianamente importante en los demás segmentos de edades encuestados.

CAPÍTULO III
CONTRASTAR EL USO DE LAS TICS VERSUS LOS MEDIOS
TRADICIONALES EN LA ACTUALIZACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE
EJECUTIVOS CON CARGOS DE NIVEL GERENCIAL

3.1 USO DE LAS TIC EN LA ACTUALIZACIÓN GERENCIAL EN LOS
ÚLTIMOS CUATRO AÑOS POR PARTE EJECUTIVOS DE NIVEL
GERENCIAL EN EL DMQ

Conforme ha avanzado la penetración del Internet en el DMQ, también se ha incrementado su uso en las instituciones, empresas y otras organizaciones del DMQ. Los resultados de la encuesta son determinantes. El correo electrónico, los buscadores de Internet, las aplicaciones para smartphones, los paquetes de software especializado y la mensajería instantánea son TIC con gran contribución para la actualización de los ejecutivos de nivel gerencial del DMQ. La contribución mínima de estas cinco TIC es la de la mensajería instantánea con un 55% y la contribución máxima es la del correo electrónico con un 72%. ¿Qué facilidades prestan estas TIC para que tengan una contribución tan alta para la actualización gerencial?

En el caso del correo electrónico es una TIC muy usada por varias razones, entre ellas que es un medio de comunicación de bajo costo, rápido, cómodo, se puede enviar todo tipo de archivo y a varias personas a la vez. En el caso del uso de este medio para la actualización gerencial puede darse mediante intercambio de archivos con información relevante, el envío de archivos desde una fuente especializada a un grupo de ejecutivos, etc. En el caso de los buscadores de Internet, su uso facilita la búsqueda y obtención de información vital para la actualización profesional de los ejecutivos gerenciales. Los smartphones ponen el mundo de la información, del correo electrónico y de las comunicaciones en la palma de la mano de los ejecutivos de empresas y de todo tipo de organizaciones. En el caso de los paquetes de software especializado es muy común que algunos de ellos se vuelvan obligatorios conocerlos y utilizarlos por parte de los ejecutivos dentro de la gestión de las empresas y organizaciones. La mensajería instantánea también se ha vuelto de gran uso y utilidad, no solo para la comunicación en redes sociales sino también para crear grupos de trabajo y compartir información nueva en segundos con todos

los miembros del grupo que, por ejemplo, se encuentre trabajando en una investigación de información estado del arte para sus profesiones.

Un segundo grupo de medios digitales con menor contribución a la actualización profesional que los cinco anteriormente citados lo conforman las aplicaciones para Tablets, las revistas digitales especializadas, las bibliotecas virtuales las suscripciones a organizaciones especializadas en educación on-line y el You Tube. Su contribución a la actualización profesional según el grupo encuestado va desde el 49% para el caso de las aplicaciones para Tablets hasta el 41% para el caso de You Tube. Son medios digitales que ofrecen contribuciones puntuales, es decir, que se los usa para temas específicos, por ejemplo, un ejecutivo bajará una aplicación para su Tablet, en la medida que esa aplicación le sirva para su caso específico, o ingresará a You Tube para buscar si existen videos con información también específica para su caso. De todas maneras, al estar el rango de contribución de estos medios digitales entre el 41% y el 49%, que el uso de esos medios es importante y frecuente. Es de esperarse que con el tiempo se vaya incrementando todavía más esa contribución, conforme estos medios digitales vayan mejorando más y más en su oferta de información y ésta a la vez sea más conocida por los ejecutivos gerenciales.

Un último grupo lo conforman los libros digitales o e-books, las conferencias en la web a través de Skype, los artículos indexados de publicación digital, los programas escogidos de TV por cable, los podcast especializados, los webcast especializados y los artículos no indexados de publicación digital. Su contribución a la actualización profesional según el grupo encuestado va desde el 39% para el caso de los libros electrónicos o e-books hasta el 19% para el caso de artículos no indexados. Podría decirse que son medios digitales un poco más sofisticados y quizá esa característica hace que su uso no sea más intensivo todavía. Por ejemplo, comprar libros impresos para su actualización profesional todavía está un poco mejor puntuado que comprar libros digitales o e-books. Si bien el rango de contribución de estos medios digitales para la actualización de ejecutivos gerenciales es un tanto bajo, 19% a 39%, seguramente con el paso de los años su uso y contribución a la actualización profesional se irá incrementando.

3.2 CONTRIBUCIÓN DE MEDIOS TRADICIONALES A LA ACTUALIZACIÓN PROFESIONAL DE EJECUTIVOS DE NIVEL GERENCIAL EN LOS ÚLTIMOS CUATRO AÑOS EN EL DMQ.

Utilizando los mismos rangos de contribución a la actualización profesional de ejecutivos gerenciales que se usó para los medios digitales, se puede dividir la contribución de los medios tradicionales al mismo objetivo en dos grupos que se los analizará a continuación.

Un primer grupo de medios tradicionales utilizados para la actualización profesional lo constituyen: Asistir a conferencias de profesionales reconocidos; asistir a Seminarios de Profesionales reconocidos; y, asistir a Congresos Profesionales. Sus porcentajes de contribución Alta y Muy Alta son 64%, 59% y 52% respectivamente. Todavía, atrae mucho a los profesionales asistir personalmente a conferencias de profesionales reconocidos. Las temáticas de gran actualidad que se tratan en las conferencias y la posibilidad de poder interactuar con el conferencista se constituyen en atractivos para que los profesionales tomen muy en cuenta esta alternativa para su actualización profesional. En el caso de Seminarios y Congresos Profesionales, el tiempo de duración de la actualización profesional es más largo que el de las conferencias. Al ser generalmente temas puntuales de un área profesional tratados en extenso, hace que estas alternativas sean más enriquecedoras que las conferencias, sin embargo también requiere que el profesional asigne una parte significativa de su tiempo de trabajo para poder asistir lo que no siempre es posible. También el costo de las conferencias generalmente es menor que el costo de Seminarios y Congresos.

Con una contribución a la actualización profesional Alta y Muy Alta también significativa, pero un poco menor que los tres medios tradicionales citados anteriormente están un segundo grupo de medios conformados por: Asistir a programas de Actualización Profesional organizados por Universidades, Asistir a Programas de Actualización organizados por Empresas Especializadas, Comprar libros impresos de actualidad y comprar revistas impresas especializadas. Sus porcentajes de contribución son 47%, 44%, 43% y 41% respectivamente. Los dos primeros medios tienen una connotación y análisis similar a los tres medios analizados en el párrafo superior, mientras que Comprar Libros y Revistas impresas con temas de actualidad o

especializados siguen siendo utilizados como medios de actualización profesional posiblemente por la tradición de su uso, por la facilidad de llevar de un sitio a otro tanto los libros como las revistas, mayor facilidad de lectura pues se puede resaltar ideas o párrafos de interés, entre otras facilidades, además de su contenido muy interesante.

3.3 CONTRASTACIÓN DE LA CONTRIBUCIÓN DE LAS TIC VERSUS LOS MEDIOS TRADICIONALES

Para contrastar la contribución de las TIC versus los medios tradicionales ayuda mucho partir de una tabla en la que se puede ilustrar las contribuciones respectivas de los dos medios de actualización profesional.

Tabla No. 9

Contrastación de la contribución de las tic versus los medios tradicionales

Ranking	Contribución de Medios Digitales para su actualización profesional:	Contribución Muy alta y Alta	Contribución de Medios Tradicionales para su actualización profesional:	Contribución Muy alta y Alta
1	Correo electrónico	72%		
2	Buscadores de Internet	64%	Asistir a conferencias de profesionales reconocidos	64%
3	Aplicaciones para Smartphones	61%		
4	Paquetes de software especializado	60%		
5			Asistir a seminarios de profesionales reconocidos	59%
6	Mensajería instantánea	55%		
7			Asistir a Congresos Profesionales	52%
8	Aplicaciones para Tablets	49%		
9	Revistas digitales especializadas	47%	Asistir a programas de actualización profesional organizados en Universidades	47%
10			Asistir a programas de actualización profesional organizados por empresas	44%

			especializadas	
11			Comprar libros actualizados (impresos)	43%
12	Bibliotecas virtuales	41%	Comprar revistas especializadas (impresas)	41%
13	Suscripciones a organizaciones especializadas en educación on-line	41%		
14	YouTube	41%		
15	Libros electrónicos E-books	39%		
16	Conferencias en la Web a través de Skype	37%		
17	Artículos indexados	36%		
18	Programas escogidos de TV por cable	31%		
19	Podcast especializados	27%		
20	Webcast especializados	25%		
21	Artículos no indexados	19%		

Como observamos en la tabla No. 9, la contrastación de la contribución de las TIC versus los medios tradicionales la encabeza una TIC: el correo electrónico. En segundo lugar empatan una TIC y un medio tradicional: Los buscadores de Internet y Asistir a conferencias de profesionales reconocidos. En términos generales llama la atención que las TIC ocupan los primeros lugares pero también los últimos. Y que los medios tradicionales tienen una contribución más homogénea que las TIC. Entre el medio tradicional mejor puntuado y el medio peor puntuado sólo hay una diferencia de 23 puntos porcentuales, mientras que entre el medio mejor puntuado de las TIC y el peor puntuado existen 53 puntos de diferencia. También es interesante observar que de los tres primeros lugares del ranking, tres TIC están dentro de esos tres primeros lugares mientras que hay solo un medio tradicional en esos puestos.

CAPÍTULO IV

4.1 CONCLUSIONES

- La expansión de las TICs se ha presentado con gran rapidez a nivel mundial, sobretodo en el sector educativo y productivo. Esto ha proporcionado nuevas experiencias educativas, entornos comunicativos y acceso a información de manera rápida. Gracias a que estos beneficios están disponibles para los usuarios a bajo costo o en muchos casos de forma gratuita la resistencia al uso de estos dispositivos ha disminuido, y ahora resulta indispensable para un profesional mantenerse actualizado y conectado en tiempo real dentro de su entorno laboral con las TIC.
- La aplicación de los medios digitales para la actualización profesional ha requerido de una intensiva capacitación por parte de los usuarios y además mucha práctica para adaptarse a las nuevas metodologías. Algunas de las facilidades que ofrecen las TIC como flexibilidad en los horarios y tiempo de estudio requieren de gran responsabilidad y proactividad por parte de los ejecutivos.
- El acceso al internet es un factor primordial para la utilización de las TIC. A nivel mundial la desigualdad en el tema de conectividad es evidente. En América Latina, África y Asia el alcance del internet es mínimo comparado con Norteamérica, esto se debe al costo elevado de estos servicios y a la falta de inversión en este sector.
- Las TIC han creado un mundo nuevo en la sociedad, el acceso a infinita información de todo tipo ha potenciado las capacidades mentales de las personas pero a la vez las ha desconectado con el mundo real. En temas de seguridad tecnológica, actualmente se pueden encontrar soluciones rápidas, sin embargo existen problemas más preocupantes como los trastornos psicológicos que requieren un tiempo mayor para su tratamiento. Es por esta razón que ahora se habla del uso inteligente y consciente de estos dispositivos.
- Los avances tecnológicos se siguen presentando con gran rapidez, sobre todo en países como Estados Unidos, China y Japón, los cuales cuentan con recursos y

equipos. Las empresas dentro del sector de la tecnología deben presentar innovaciones mínimo semestrales para asegurar una recompra de sus clientes, es por esta razón que la inversión en I+D además de la creación de un departamento solo para este tema resulta indispensable.

- Los métodos de enseñanza-aprendizaje han sido impactados por las TIC, representando un reto para los alumnos pero sobre todo para los profesores que se han visto obligados a reemplazar métodos tradicionales por los modernos para garantizar educación de calidad y al mismo nivel de otros educadores del mundo.
- Las empresas también han sido beneficiadas por las TICs, actualmente existen múltiples aplicaciones y herramientas en línea que permiten a todo tipo de empresarios, acortar distancias a través del internet, innovar sus productos y servicios, acceder a una gran cantidad de información necesaria para encontrar proveedores, acceder a nuevos mercados y mantener a sus clientes en contacto con la empresa a través de diferentes redes sociales y correos electrónicos.
- Los medios de comunicación siguen evolucionando con mayor rapidez a través del tiempo. Un mundo más competitivo, con mayores oportunidades y a la vez mayores retos se presenta día a día en la sociedad, por lo que resulta un requisito indispensable, sobre todo para profesionales, estar actualizado en temas de tecnología, manejar un correo electrónico además de dispositivos electrónicos que permitan al usuario mantenerse informado.
- Existen varias plataformas virtuales que facilitan la actualización profesional, la amplia oferta de cursos pregrabados, en línea, personalizados o en grupos han permitido que la educación de calidad sea más accesible. Las mejores universidades del mundo ofrecen de forma gratuita cursos, en los cuales existe la oportunidad de interactuar con los otros asistentes, realizar preguntas e incluso ser evaluados.
- Las organizaciones líderes en actualización gerencial dan mucha importancia a la educación virtual, con planes de afiliación para las mismas, extensa cantidad de temas que ofrecer y una rápida expansión de sus sedes a nivel mundial. Dentro de

las ventajas de participar de este tipo de capacitaciones es que las personas pueden aprender a su ritmo, tener disponible el material para repetirlo las veces necesarias. Por ejemplo, AMA ofrece servicios complementarios a la educación en línea para reforzar el aprendizaje y la evaluación del contenido, estos son seminarios públicos y privados. AMA además está disponible los 365 días del año durante 24 horas diarias. Otro de los beneficios de este medio interactivo es el ahorro de costos y recursos para las empresas, participación en foros con profesionales para fomentar un mayor aprendizaje partiendo de la experiencia diversa de los participantes, entre otros.

- La contribución de los medios digitales ha sido realmente importante estos últimos años. La accesibilidad a internet, computadores, entre otros dispositivos electrónicos han permitido que la actualización profesional pueda realizarse por el medio virtual, complementando los métodos tradicionales, los ejecutivos encuestados señalaron en la encuesta que la contribución de estos medios es alta y en algunos casos es muy alta.
- En cuanto al uso de los dispositivos y software relacionados con las TIC casi la totalidad de los ejecutivos encuestados usa todos los dispositivos listados en la encuesta. Esto demuestra la importancia que tienen estos dispositivos no solo a en el campo de entretenimiento y ocio sino dentro del ámbito profesional como herramienta fundamental para estar actualizados.
- A medida que los medios digitales van teniendo mayor alcance en el Ecuador algunos métodos tradicionales, especialmente los que son a base de papel, están siendo reemplazados, sin embargo aún existe una contribución alta de estos medios como las conferencias, congresos, seminarios dentro de la actualización profesional. El 70% de los ejecutivos encuestados continúa utilizando métodos tradicionales, y se estima que esta tendencia no variará.
- Con respecto a qué medios contribuyen más a la actualización profesional de los ejecutivos encuestados, la mayoría, 72% manifiesta que son los medios digitales. Mientras que un 64% también usan seminarios y conferencias para su actualización

y, un porcentaje menor pero significativo también, acuden a libros y revistas especializadas. Tomando en cuenta estas cifras, es evidente la importancia que tienen los medios digitales actualmente, revistas o periódicos de papel están perdiendo el protagonismo dentro de la educación virtual.

- Los medios digitales cada vez toman más fuerza dentro de la sociedad ecuatoriana y del mundo. El correo electrónico, que ocupa el primer lugar en la encuesta, es indispensable como herramienta de trabajo. El uso de mails dentro de la comunicación interna de una empresa, facturas electrónicas, actualización de cuentas, notificaciones son algunas de las aplicaciones que se le da a nivel profesional. Incluso ahora se puede tener acceso a guardar archivos en la nube, editarlos y compartirlos.
- Se evidencia que los dispositivos y hardware utilizados para la actualización profesional con muy alta y alta contribución son: Computadora, Laptop, netbook, Tablet, conexión de Internet; y Smartphone, lo que nos da a entender que el uso de estos dispositivos son indispensables y por ello de gran contribución al uso de las TIC. Sería de esperarse que el uso de teléfonos inteligentes vaya extendiéndose hasta alcanzar el primer puesto de uso con múltiples objetivos entre ellos los usos profesionales para actualizarse.
- La laptop se ha convertido en un medio indispensable para el profesional actual. La fácil movilidad de este dispositivo y la posibilidad de usarlo sin conexión eléctrica, con los mismos beneficios de una computadora tradicional han permitido que las personas lo prefieran por encima de otros dispositivos.
- Las personas prefieren asistir a eventos de profesionales reconocidos para su actualización profesional. La seguridad de la información de calidad que se va a recibir comprobada por la reconocida carrera de un profesional aún sigue siendo muy relevante a pesar de existir otro tipo de capacitaciones. Esta es la primera opción dentro de los métodos tradicionales a diferencia de las revistas, que han sido reemplazadas por revistas virtuales o noticias en redes sociales.

- Un adecuado manejo de las TIC en las empresas puede proporcionar una ventaja competitiva adicional a la organización que la utiliza. Es recomendable la capacitación constante de todo el personal de la organización en el uso de las TIC.
- Los ejecutivos gerenciales deben permanecer sintonizados con la evolución de las TIC, de lo contrario podrían perder competitividad personal.
- El estudio realizado indicó que el medio digital que es mayormente utilizado por personas de entre 20 y 60 años o más es el correo electrónico. También se encontró que las personas de entre 20 y 30 años utilizan en gran cantidad la mensajería instantánea, las revistas digitales especializadas, las bibliotecas virtuales, la educación on-line, el YouTube, y el software especializado. Las personas de entre 31 y 60 años utilizan los E- books, los artículos indexados, las aplicaciones para smartphones y podcast especializados mientras que las personas de más de 60 años utilizan en mayor cantidad los artículos indexados.
- El estudio realizado reveló que las computadoras son utilizadas por personas de entre 20 y 60 años o más para la actualización profesional. También se encontró que otros dispositivos y hardware utilizados por personas de entre 20 y 30 años son la Tablet, los smartphones y las netbooks, mientras que las personas de entre 31 y 60 años también utilizan smartphones y Laptops.
- Los medios tradicionales que utilizan mayormente las personas de entre 20 y 30 años para su actualización profesional son asistir a programas de actualización en Universidades, Empresas y por profesionales reconocidos además de comprar libros impresos actualizados y revistas especializadas. Las personas de entre 31 y 60 años prefieren asistir a programas de actualización organizados por empresas, a congresos, a seminarios profesionales y a conferencias por profesionales reconocidos, además de obtener libros impresos actualizados. Finalmente las personas mayores de 60 años prefieren asistir a conferencias de profesionales reconocidos, seminarios y asistir a programas de actualización en empresas.

ANEXOS

ENCUESTA DE VALORACIÓN DE CONTRIBUCIÓN

La presente encuesta busca analizar la contribución de las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación a la actualización profesional de los ejecutivos de nivel gerencial de las empresas u organizaciones privadas en la ciudad de Quito **en los últimos cuatro años**. Busca además contrastar el uso de las TICs con el uso de medios tradicionales para ese mismo objetivo.

Nombre:					
Título Académico:					
Cargo ejecutivo:					
Empresa u organización:			Nro. Celular:		
Edad	Entre 20 y 30 años	Entre 31 y 40 años	Entre 41 y 50 años	Entre 51 y 60 años	Más de 60 años

Instrucciones:

A continuación se presentan un listado de medios pertenecientes a lo que se considera nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación. En cada una de las preguntas, rodee con un círculo el número que mejor se adecúe a su opinión sobre la contribución de esa TIC a su actualización profesional. La escala que aparece encima de los números refleja las diferentes opiniones.

Medios digitales que usted utiliza para su actualización profesional:

Pregunta	Escala de contribución				
	Ninguna	Poca	Mediana	Alta	Muy alta
Correo electrónico	1	2	3	4	5
Mensajería instantánea	1	2	3	4	5
Libros electrónicos E-books	1	2	3	4	5
Artículos indexados	1	2	3	4	5
Artículos no indexados	1	2	3	4	5
Revistas digitales especializadas	1	2	3	4	5
Bibliotecas virtuales	1	2	3	4	5
Suscripciones a organizaciones especializadas en educación on-line	1	2	3	4	5
Webcast especializados	1	2	3	4	5
Podcast especializados	1	2	3	4	5
YouTube	1	2	3	4	5
Paquetes de software especializado	1	2	3	4	5
Aplicaciones para Smartphones	1	2	3	4	5
Aplicaciones para Tablets	1	2	3	4	5
Buscadores de Internet.	1	2	3	4	5
Programas escogidos de TV por cable	1	2	3	4	5

Conferencias en la Web a través de Skype	1	2	3	4	5
Otros medios digitales (especifique)					
	1	2	3	4	5

Dispositivos y hardware utilizados para su actualización profesional vía Internet:

Pregunta	Escala de contribución				
	Ninguna	Poca	Mediana	Alta	Muy alta
Computadora	1	2	3	4	5
Laptop	1	2	3	4	5
Netbook	1	2	3	4	5
Tablet	1	2	3	4	5
Smartphone	1	2	3	4	5
Otros. (Especifique)					
	1	2	3	4	5

Medios tradicionales con que usted utiliza para su actualización profesional

Pregunta	Escala de contribución				
	Ninguna	Poca	Mediana	Alta	Muy alta
Asistir a conferencias de profesionales reconocidos	1	2	3	4	5
Asistir a seminarios de profesionales reconocidos	1	2	3	4	5
Asistir programas de actualización profesional organizados en Universidades	1	2	3	4	5
Asistir a programas de actualización profesional organizados por empresas especializadas	1	2	3	4	5
Asistir a Congresos Profesionales	1	2	3	4	5
Comprar libros actualizados (impresos)	1	2	3	4	5
Comprar revistas especializadas (impresas)	1	2	3	4	5
Otros. Especifique					
	1	2	3	4	5

Qué medios son los que este momento más contribuyen para su actualización profesional

Pregunta	Escala de contribución				
	Ninguna	Poca	Mediana	Alta	Muy alta
Digitales y aquellos derivados de las nuevas tecnologías de la información con utilización de computadoras, laptops, netbooks, tablets, smartphones y conexión al Internet	1	2	3	4	5
Tradicionales con asistencia personal a conferencias, seminarios, cursos, etc.	1	2	3	4	5
Tradicionales como compra de libros especializados, revistas, boletines y lectura de periódicos todos ellos impresos.	1	2	3	4	5
Otros. Especifique.					
	1	2	3	4	5

BIBLIOGRAFÍA

- e-ABC. (s.f.). *e-ABC*. Obtenido de <http://www.e-abclearning.com/definicion-e-learning>
- Andrada, A. M. (2010). *Nuevas tecnologías de la información y la comunicación NTICX*. Argentina: Editorial Maipue .
- Aparici, R. (2010). *Conectados en el ciberespacio*. España: UNED - Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Babcock, C. (2010). *Estrategias de administración para la revolución en nube*. Recuperado el 2014, de <http://www.getabstract.com/WebViewer.do?u=puce&action=flexPaper&dataId=16034>
- Brennan, B., & Schafer, L. (2010). *¡Ponga su marca!* Obtenido de <http://www.getabstract.com/ShowAbstract.do?u=puce&dataId=16474>
- Capacho, J. (2011). *Evaluación del aprendizaje en espacios virtuales: Tic*. Colombia: Universidad del Norte.
- EUDEBA. (s.f.). *¿Cómo usar ebooks?* Obtenido de <http://www.eudeba.com.ar/page/%C2%BFc%C3%B3mo-usar-ebooks>
- Grupo de Trabajo para la Salud y Desarrollo Comunitario de la Universidad de Kansas. (2014). *Organizar una teleconferencia*. Obtenido de <http://ctb.ku.edu/es/tabla-de-contenidos/estructura/asistencia-tecnica-y-entrenamiento/teleconferencias/principal>
- Handley, A., & Chapman, C. (2010). *Reglas para generar contenidos*.
- Huggett, C. (2014). *Manual de formación virtual*. Recuperado el 2014, de <http://www.getabstract.com/ShowAbstract.do?u=puce&dataId=22929>
- Instituto Nacional para la Educación de los Adultos. (2004). *El uso de las tecnologías de información y comunicación*. Obtenido de http://www.conevyt.org.mx/cursos/para_asesor/TIC/imagen/lectura.pdf
- Klososky, S. (2010). *La guía del gerente para medios sociales* . Obtenido de <http://www.getabstract.com/ShowAbstract.do?u=puce&dataId=15915>
- Koegel, T. (2010). *El presentador excepcional ahora es virtual*. Obtenido de <http://www.getabstract.com/ShowAbstract.do?u=puce&dataId=15916>
- Koller, D. (2012). *What We're Learning from Online Education*. Obtenido de <http://www.getabstract.com/ShowAbstract.do?u=puce&dataId=20711>
- Libro Blanco. (2013). *El libro blanco*. Obtenido de <http://www.libroblanco.es/>
- McCormack, A. (2008). *El cúmulo de valor de la TI*. Obtenido de <http://www.getabstract.com/ShowAbstract.do?u=puce&dataId=13427>

- Muller, H. (2011). *Estrategias de liderazgo e innovación para los ejecutivos de TI en un mundo de cambio constante*. Obtenido de <http://www.getabstract.com/ShowAbstract.do?u=puce&dataId=17342>
- Núñez, V. (2014). *Vilma Nuñez*. Obtenido de <http://vilmanunez.com/2014/03/06/que-es-newsletter/>
- Redman, T. (2008). *Movilizado por los datos*. Recuperado el 2014, de <http://www.getabstract.com/ShowAbstract.do?u=puce&dataId=13100>
- Rodríguez, G., Leiva, J. M., & Cobos, J. (2007). *Tecnologías de la información: Google Talk, Podcasts, Blogs, Web 2.0*. España: EPI - El Profesional de la Información.
- Rosen, A. (2009). *Aprendizaje electrónico 2.0*. Obtenido de <http://www.getabstract.com/ShowAbstract.do?u=puce&dataId=13104>
- Shelton, T. (2013). *Modelos de negocios para la nube social móvil*. Obtenido de <http://www.getabstract.com/ShowAbstract.do?u=puce&dataId=21163>
- Sugai, P. (2010). *Las seis leyes inmutables de los negocios móviles*. Obtenido de <http://www.getabstract.com/ShowAbstract.do?u=puce&dataId=15183>
- Surdak, C. (2014). *Un mar de datos*. Recuperado el Octubre de 2014, de <http://www.getabstract.com/WebView.do?u=puce&action=flexPaper&dataId=21742>
- Udell, C. (2012). *Aprender en todas partes*. Obtenido de <http://www.getabstract.com/ShowAbstract.do?u=puce&dataId=20195>
- Woodill, G. (2010). *Las ventajas del aprendizaje móvil*. Recuperado el Octubre de 2014, de <http://www.getabstract.com/WebView.do?u=puce&action=flexPaper&dataId=21142>
- <http://site.ebrary.com/lib/pucesp/docDetail.action?docID=10031825&p00=TIC>
- <http://www.getabstract.com/ShowAbstract.do?u=puce&dataId=17342>
- <http://www.getabstract.com/ShowAbstract.do?u=puce&dataId=16753>