

Universidad Estatal a Distancia



Centro de Investigación y Evaluación Institucional

Vicerrectoría de Planificación



**Propuesta de un Sistema de
indicadores que caracteriza los hábitos
de navegación y los medios de
comunicación más utilizados por la
población estudiantil de la UNED**

Dra. Lorena Zúñiga Segura

Licda. Elisa Sánchez Godínez

Octubre 2012

Sede Central, Edificio A, 5to. Nivel
Tel: 2527-2206, Fax: 2234-1704
info.ciei@uned.ac.cr

Contenido

Objetivos	3
Antecedentes	3
Metodología utilizada para la selección de indicadores	5
Indicadores propuestos	7
Condiciones deseables del sistema	12
Anexos:	14
Conclusiones del Estudio de Perfil Digital	15
Recomendaciones del Estudio de Perfil Digital	17
Cuestionario aplicado	19

Objetivos

Objetivo General

Generar cifras sobre el perfil digital de los estudiantes de la UNED, de forma sistemática y oportuna.

Objetivos Específicos:

- Conocer el perfil digital de la población estudiantil de la UNED
- Conocer los medios de comunicación más utilizados por los estudiantes, con el fin de que la universidad utilice estos espacios para comunicarse con ellos y enviarles información de su interés.
- Conocer la frecuencia de comunicación entre estudiantes, y entre estudiantes y docentes.

Antecedentes

Dadas la ausencia de información sobre el perfil digital de los estudiantes de la UNED y la necesidad de la universidad de incursionar en novedosas formas de comunicación hacia la población estudiantil, es que en el año 2010 la Unidad de Información y Análisis Estadístico del Centro de Investigación y Evaluación Institucional (CIEI) desarrolló una investigación con el objetivo de caracterizar el perfil digital de una cantidad definida de estudiantes de la UNED.

El estudio revela que de los estudiantes entrevistados un 84,8% tiene acceso a computadora ya sea propia o no, de ellos un 91,7% utiliza internet.

Un 50% tiene comunicación con sus compañeros y compañeras con alguna frecuencia, mientras que un 43% del todo no se comunica.

El 81,7% posee teléfono celular y los que se comunican con sus compañeros con este dispositivo, lo hacen por medio de mensajes SMS.

La comunicación con sus profesores es escasa, ya que un 57% de los estudiantes entrevistados, indica que nunca se comunica con ellos.

Los números indican que más del 80% de nuestros estudiantes posee algún dispositivo de comunicación, mediante el cual pueden utilizar Internet y manifiestan tener un dominio básico en herramientas como el chat y los navegadores, e intermedio en el correo electrónico y los buscadores.

Estas condiciones del estudiante en el uso de las tecnologías de información y comunicación pueden ser aprovechadas por la universidad en tres direcciones: a) para crear ambientes que favorezcan el aprendizaje con un mayor uso de plataformas, b) para intensificar la comunicación informativa con ellos enviando mensajes sobre eventos, noticias y nuevos servicios y c) fomentando redes académicas para que aumenten los porcentajes de comunicación entre alumnos profesores y entre estudiantes.

En el año 2011 el estudio fue del conocimiento del Consejo de Rectoría (CONRE) y del Consejo Universitario, este último tomó la decisión de pasarlo a la Comisión de Políticas de Desarrollo Académico según sesión 2085-2011 Art. III Inciso 7), dada la importancia del tema.

Como resultado de este proceso se les solicita a las autoras del estudio un sistema de indicadores que caracterice los hábitos de navegación y el fortalecimiento de las comunidades de aprendizaje, descritos en el estudio. (Consejo Universitario, sesión 2159-2012, Art- II, Inciso 3-a), 10 de mayo 2012)

En atención a la solicitud del Consejo Universitario y a la nota enviada por el señor rector R.Seg.052-2012 del 27 de junio de 2012, se procede a realizar el siguiente planteamiento de indicadores, que formarán parte del monitoreo de los hábitos de navegación en Internet y formas de comunicación de los estudiantes, con sus profesores y compañeros.

Metodología utilizada para la selección de indicadores

Tomando como base los resultados del estudio de Perfil Digital de los estudiantes de la UNED, realizado en el año 2010, se analizaron y seleccionaron las preguntas del cuestionario que dieran respuesta a los objetivos de este trabajo. Luego se agruparon en siete temas y se elaboraron los indicadores.

Los temas identificados en los que se agrupan los indicadores, están relacionados con: tenencia de dispositivos de comunicación, acceso a computadora, acceso a Internet, dominio de programas y servicios de Internet, comunicación con los profesores, comunicación con otros estudiantes, índice de tenencia de dispositivos de comunicación e índice de conocimiento de servicios de internet.

Serán utilizadas variables como el sexo, edad, región y centro universitario, para establecer grupos discriminantes. Esta última desagregación permitiría conocer los hábitos de navegación de los estudiantes de forma geo-referenciada, de manera que dependiendo de los resultados arrojados por los indicadores, se pueden direccionar esfuerzos institucionales para desarrollar capacidades en las personas, relacionadas con estos espacios territoriales, en un uso más intensivo de las tecnologías de información y comunicación.

Un indicador debe reflejar, entre otras cosas, los cambios ocurridos en el fenómeno de estudio, debe ser medible, sencillo y de fácil comprensión. Considerando estos y otros elementos se realiza la siguiente propuesta, en la cual se plantean 15 indicadores básicos clasificados en siete temas.

La mayoría de indicadores son planteados como porcentajes para favorecer la comparación, en otros casos se presentan índices los cuales agregan mucho más la información relacionando dos o más variables.

En los cuadros que aparecen más adelante, se presenta el nombre de los indicadores, las posibles desagregaciones de cada uno, su fórmula de cálculo y el número de las preguntas del cuestionario que se utilizarán para calcular el indicador.

Una vez que se oficialice la pila de indicadores que serán parte del sistema, es necesario construir las fichas técnicas de cada uno de ellos. Esta ficha recoge información detallada del indicador, por ejemplo: su fórmula de cálculo, periodicidad con que se van a recoger los datos, fuente actual de información, responsable de brindar los datos y usos del indicador, entre otros.

Es importante tener presente que esta propuesta de indicadores está basada en un trabajo de investigación, por tal motivo los datos de que se dispone actualmente están circunscritos en un periodo de tiempo establecido, el cual es el tercer cuatrimestre del año 2010. Dado esto, se hace necesario iniciar con un proceso de recolección de información de forma sistemática, preferiblemente a través de registros administrativos, con el propósito de construir series de datos en el tiempo, que sean utilizadas para estudiar las tendencias o comportamiento del perfil digital del estudiante.

En esta línea, se presenta una serie de recomendaciones en el apartado de *condiciones deseables del sistema*.

Indicadores propuestos

Como su nombre lo dice, el indicador señala o indica el camino que está tomando o recorriendo una situación o tema de interés. En este caso, nuestro interés se centra en el comportamiento o tendencia del perfil digital de los estudiantes de la UNED, a través de los años.

Conocer cuantos estudiantes tienen acceso a computadora y a Internet, o el dominio de programas y servicios ofrecidos mediante esta red, son temas de gran relevancia para nuestra universidad, por el hecho de que en la actualidad, están estrechamente relacionados con la modalidad de educación a distancia.

No obstante, es más revelador conocer qué porcentaje representan estos estudiantes, del universo de estudiantes regulares de la institución. Es en esta relación en donde los datos se convierten en indicadores, los cuales pueden ser comparables a diferentes niveles, tal es el caso de las regiones, los centros universitarios, las escuelas y las carreras, entre otros.

La tenencia de dispositivos de comunicación por parte de los estudiantes, así como el uso de Internet son condiciones importantes que la universidad debe monitorear, para potenciar el modelo de educación a distancia actual y analizar con mayor propiedad su posible virtualización a futuro.

Por otro lado, el dominio que los estudiantes tienen de programas y servicios de Internet, podría estar trazando el camino que debe tomar la universidad, como estrategia de aprendizaje en las carreras y cursos que ofrece. Evidentemente, deben ser consideradas todas las particularidades de los cursos de Educación a Distancia, para maximizar los recursos.

La comunicación en todo este proceso de aprendizaje es vital para el éxito académico, de manera que se deben crear redes académicas que favorezcan la interacción entre profesor - estudiante y entre estudiantes. Una forma de realizarlo es ganando terreno de las redes sociales que son populares entre los estudiantes,

para convertirlas en redes académicas y de esta manera fortalecer aún más el uso de estos espacios de comunicación.

Estos tres elementos: tenencia de dispositivos, dominio de programas y servicios y la comunicación con los profesores y compañeros, son tomados como pilares fundamentales para la selección de los indicadores que a continuación de presentan como una propuesta.

Nuestro aporte como Centro de Investigación y Evaluación Institucional es el planteamiento de los indicadores del sistema, sin embargo, queda pendiente la tarea de implementación del mismo, este tema no es tratado en esta propuesta, no por eso es menos importante.

Tema: Tenencia de dispositivos de comunicación

Indicador		Desagregaciones	Fórmula de cálculo	Preguntas del cuestionario
1	Porcentaje de la población estudiantil que posee teléfono celular	sexo, edad, región, centro universitario	(Población estudiantil que posee teléfono / población estudiantil total) * cien	1, 2, 3, 4
2	Porcentaje de la población estudiantil que posee computadora	sexo, edad, región, centro universitario tipo: (portátil, escritorio)	(Población estudiantil que posee computadora / población estudiantil total) * cien	1, 2, 3, 4

Tema: Acceso a computadora

Indicador		Desagregaciones	Fórmula de cálculo	Preguntas del cuestionario
3	Porcentaje de la población estudiantil con acceso a computadora	sexo, edad, región, centro universitario y lugar de acceso	(Población estudiantil con acceso a computadora / población estudiantil total) * cien	1, 2, 3, 5 y 6

Tema: Acceso a internet

Indicador		Desagregaciones	Fórmula de cálculo	Preguntas del cuestionario
4	Porcentaje de la población estudiantil que utiliza internet	sexo, edad, región, centro universitario, lugar de acceso, rangos de horas de navegación, horario	(Población estudiantil que utiliza internet / población estudiantil total) * cien	1, 2, 3, 8, 9, 12, 13
5	Porcentaje de la población estudiantil que utiliza internet desde sus casas	sexo, edad, región, centro universitario, tipo de servicio	(Población estudiantil que utiliza internet desde sus casas / población estudiantil total) * cien	1, 2, 3, 9, 11

Tema: Dominio de programas y servicios de internet

Indicador		Desagregaciones	Fórmula de cálculo	Preguntas del cuestionario
6	Porcentaje de la población estudiantil que utiliza correo electrónico	Sexo, edad, región, nivel de dominio, carrera, región, centro universitario	(Población estudiantil que utiliza correo electrónico / población estudiantil total) * cien	1, 2, 3, 8, 14
7	Porcentaje de la población estudiantil que utiliza Chat	Sexo, edad, región, nivel de dominio, carrera, región, centro universitario	(Población estudiantil que utiliza el Chat / población estudiantil total) * cien	1, 2, 3, 8, 14
8	Porcentaje de la población estudiantil que utiliza navegadores	Sexo, edad, región, nivel de dominio, carrera, región, centro universitario	(Población estudiantil que utiliza navegadores / población estudiantil total) * cien	1, 2, 3, 8, 14
9	Porcentaje de la población estudiantil que utiliza redes sociales	Sexo, edad, región, nivel de dominio, carrera, región, centro universitario, Red social utilizada	(Población estudiantil que utiliza redes sociales / población estudiantil total) * cien	1, 2, 3, 8, 14
10	Porcentaje de la población estudiantil que utiliza procesadores de texto	Sexo, edad, región, nivel de dominio, carrera, región, centro universitario	(Población estudiantil que utiliza procesadores de texto / población estudiantil total) * cien	1, 2, 3, 8, 14
11	Porcentaje de la población estudiantil que utiliza hojas de cálculo	Sexo, edad, región, nivel de dominio, carrera, región, centro universitario	(Población estudiantil que utiliza hojas de cálculo / población estudiantil total) * cien	1, 2, 3, 8, 14

Tema: Comunicación con los profesores

	Indicador	Desagregaciones	Fórmula de cálculo	Preguntas del cuestionario
12	Porcentaje de la población estudiantil que se comunica con sus profesores	sexo, edad, región, centro universitario, carrera, frecuencia, medio de comunicación	(Población estudiantil que se comunica con sus profesores / población estudiantil total) * cien	1, 2, 3, 20, 21

Tema: Comunicación con los compañeros

	Indicador	Desagregaciones	Fórmula de cálculo	Preguntas del cuestionario
13	Porcentaje de la población estudiantil que se comunica con sus compañeros de estudio o de curso	sexo, edad, región, centro universitario, carrera, frecuencia, medio de comunicación	(Población estudiantil que se comunica con sus compañeros de estudio / población estudiantil total) * cien	1, 2, 3, 15, 18

Tema: Índices

	Indicador	Desagregaciones	Fórmula de cálculo	Preguntas del cuestionario
14	Índice de Tenencia de dispositivos de comunicación	región, centro universitario	$\sum(\text{porcentajes de estudiantes que poseen el dispositivo } i * \text{ponderación del dispositivo } i)$	3, 4,
15	Índice de conocimiento de los servicios de internet	región, centro universitario	$\sum(\text{porcentajes de estudiantes que conocen el servicio } j * \text{ponderación del servicio } j)$	3, 23

Condiciones deseables del sistema

- Es recomendable que los indicadores sean actualizados cada año o al menos cada dos años.
- Para efectos de comparación, se deben calcular los indicadores para dos grupos: uno correspondiente a los estudiantes regulares y otro formado por los estudiantes de primer ingreso. De esta manera, se podrá comparar el perfil digital de los estudiantes de nuevo ingreso con los estudiantes regulares, para determinar qué tan diferentes pudieran ser estos grupos
- Por la importancia del tema para la universidad, se recomienda que se seleccione una pila de preguntas del cuestionario, para que sean incorporadas en la información que año con año se le solicita a los estudiantes, tanto regulares como de primer ingreso, y que es almacenada directamente en el Sistema de Administración de Estudiantes (SAE).
- Una vez que se tengan incorporadas los resultados de las preguntas del punto anterior en el SAE, se pueden calcular los indicadores para toda la población estudiantil, de manera que se contará con datos reales y no será necesario recurrir a estudios periódicos para conocer las tendencias.
- También con el propósito de explotar y aprovechar la información en SAE, se pueden realizar estudios en donde se relacionen estas variables con otras relacionadas al estudiante y se profundice en temas de relevancia para la institución.
- Identificar los usuarios del sistema de indicadores para realizar talleres periódicos con ellos, con el objetivo de hacer ajustes al sistema, de acuerdo a las necesidades que emerjan.
- Complementar este sistema de indicadores del perfil digital del estudiante, con indicadores del perfil digital del tutor, de manera que se puedan monitorear ambas poblaciones, tanto en avance como en desarrollo de conocimientos.
- Automatizar el sistema de indicadores de perfil digital para que la obtención y consulta de los indicadores sea lo más eficiente y oportuna posible.

- Identificar las instancias responsables de registrar y mantener actualizados los datos requeridos para el cálculo de los indicadores.
- Identificar la instancia que se hará cargo de implementar el sistema.
- Identificar la instancia que tendrá como función el resguardo del sistema.
- Coordinar con el Equipo de Sistema de Información para el Apoyo a la Toma de Decisiones y la Gestión Institucional (SIATDGI), con el fin de que los indicadores de perfil digital sean incorporados en dicho sistema.

Anexos:

Conclusiones del Estudio de Perfil Digital

- La UNED cuenta con un perfil institucional oficial en dos redes sociales, sin embargo, en el sitio web institucional no hay referencia alguna a estos perfiles.
- Hay interés de parte de la población estudiantil por utilizar las TIC, incluyendo Internet, pues aunque solamente un 47,4% posee computadora de escritorio y un 26,4% posee portátil, hay un 84,8% que tiene acceso a computadora, aunque no sea propia. Además, de esta última cifra, un 91,7% tiene acceso a Internet.
- Un alto porcentaje de los y las estudiantes (81,7%) cuenta con teléfono celular y para aquellos(as) que tienen alguna frecuencia de comunicación con sus compañeros(as), el mensaje SMS es el medio más utilizado.
- Prácticamente la mitad de las y los estudiantes no se comunica con sus compañeros(as). Un 50,1% tiene comunicación con ellos(as) con alguna frecuencia; mientras que un 43% del todo no se comunica.
- La ausencia total de comunicación con los tutores es alta, un 57% de los estudiantes manifiesta que nunca se comunica con ellos.
- En términos generales, los estudiantes consideran tener un nivel de dominio básico e intermedio en herramientas que les ayudarían a ser más productivos en su trabajo y sus estudios. Tales como los navegadores, las hojas de cálculo y el chat, (dominio básico); el correo electrónico y los buscadores (dominio intermedio). Menos de la mitad (40,1%) considera tener un dominio avanzado de programas procesadores de texto.

- Los resultados obtenidos en el índice de tenencia de dispositivos, indican que existe por parte de los(as) estudiantes, acceso a diferentes dispositivos de comunicación, para los cuales la UNED podría desarrollar y ofrecer nuevos servicios.
- Algunos resultados de los índices de tenencia de dispositivos y de conocimiento sobre servicios de comunicación en Internet, muestran que existen estudiantes en los centros universitarios, que sí tienen dispositivos pero no el conocimiento de los servicios en Internet. Por ejemplo: los(as) estudiantes de los centros universitarios de Siquirres, San Vito y Ciudad Neilly, obtuvieron mejor resultado en el índice de tenencia de dispositivos, pero no así en el índice de conocimiento de servicios de Internet.
- El hecho de que solamente un 11.5% de los(as) estudiantes tengan acceso a Internet desde los CeU's, revela la necesidad de estudiar este punto de acceso, a fin de conocer las causas de ese bajo uso por parte de la población.

Recomendaciones del Estudio de Perfil Digital

- Referenciar claramente en la página principal del sitio web institucional, los perfiles o páginas oficiales de la UNED en las redes sociales, a fin de dar a conocer la existencia de éstos nuevos canales de comunicación que permiten dar a conocer eventos, noticias y nuevos servicios a un público más amplio.
- Incursionar en el mercadeo en redes sociales, a fin de promover la imagen de la institución, así como sus logros, eventos de interés y nuevos servicios; tanto entre la población estudiantil como hacia la sociedad en general.
- Realizar un estudio para determinar el uso de herramientas y servicios web 2.0 gratuitos, como estrategias de aprendizaje en los cursos que la UNED ofrece.
- Desarrollar aplicaciones móviles, de tal forma que se ofrezcan servicios a los estudiantes por este medio. Por ejemplo, recordatorios sobre horarios de exámenes y entrega de tareas; consulta de notas en una asignatura específica; consulta de estado de una apelación, entre otros.
- Realizar un estudio para determinar las causas de la falta de comunicación entre estudiantes, así como entre estudiantes y sus tutores(as).
- Realizar un estudio para determinar el uso por parte de los(as) tutores(as) de herramientas de comunicación gratuitas, tales como el chat, las redes sociales y los blogs, entre otros. Ya que los resultado indicaron un uso nulo de estos medios, desde el punto de vista de los estudiantes, para comunicarse con sus tutores(as).

- Realizar un estudio para determinar si la población estudiantil requiere de cursos sobre herramientas básicas, tales como: navegadores, procesadores de texto y hojas de cálculo, ofimática en general. Así como sobre el uso de servicios como el correo electrónico, el chat y los buscadores en Internet.
- Realizar un estudio sobre el estado de la infraestructura de redes y conexión a Internet en los Centros Universitarios. A fin de determinar cuáles serían las mejoras requeridas en esta área para ofrecer a la población estudiantil mejores condiciones de acceso a TICs.
- Considerar los resultados de este estudio y de otros sobre este tema, como insumos para elaborar un plan de desarrollo tecnológico para la institución.

Cuestionario aplicado

Participante: ___ ___

Fecha: ___ / ___ / ___

Perfil digital de los y las estudiantes de la UNED, III cuatrimestre 2010

Estimado(a) estudiante: El Centro de Investigación y Evaluación Institucional se encuentra realizando una encuesta que permita describir las características de uso de diferentes servicios y medios tecnológicos que utilizan los estudiantes de la UNED. Se le agradece responder el siguiente cuestionario de forma completa y honesta. SE GARANTIZA LA CONFIDENCIALIDAD DE SUS RESPUESTAS.

1. Sexo: <input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/> Masculino		2. Edad:		3. Centro Universitario al que asiste:	
4. ¿Cuáles de los siguientes dispositivos tiene? PUEDE MARCAR VARIAS OPCIONES					
<input type="checkbox"/> Teléfono fijo		<input type="checkbox"/> Reproductor MP3 o Ipod		<input type="checkbox"/> Computadora de escritorio	
<input type="checkbox"/> Teléfono celular		<input type="checkbox"/> Agenda electrónica (PDA)		<input type="checkbox"/> Computadora portátil (notebook, netbook, tabletPC)	
5. ¿Tiene acceso a computadora? No <input type="checkbox"/> PASE A LA PREGUNTA 27 <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/>					
6. Marque con una X los lugares donde utiliza comúnmente la computadora. PUEDE MARCAR VARIAS OPCIONES					
<input type="checkbox"/> Casa de habitación		<input type="checkbox"/> Lugar de trabajo		<input type="checkbox"/> Centro Universitario <input type="checkbox"/> Café Internet <input type="checkbox"/> Otro: _____	
7. De los lugares seleccionados, indique dónde utiliza más frecuentemente la computadora? _____					
8. ¿Utiliza Internet? No <input type="checkbox"/> PASE A LA PREGUNTA 28 <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/>					
9. ¿Cuáles son los lugares donde utiliza Internet? MARQUE CON UNA X		PUEDE MARCAR VARIAS OPCIONES			
<input type="checkbox"/> Casa de habitación		<input type="checkbox"/> Lugar de trabajo		<input type="checkbox"/> Centro Universitario <input type="checkbox"/> Café Internet <input type="checkbox"/> Zona de acceso libre	
<input type="checkbox"/> Otro: _____					
10. De los lugares seleccionados, indique cuál es el más frecuentado: _____					
CONTESTE ESTA PREGUNTA SOLAMENTE SI UTILIZA INTERNET EN SU CASA DE HABITACION					
11. ¿Qué tipo de servicio de Internet tiene en su casa?					
<input type="checkbox"/> RACSA		<input type="checkbox"/> Acelera (ICE)		<input type="checkbox"/> Data card <input type="checkbox"/> Internet celular <input type="checkbox"/> Cable Modem (Amnet, Cable tica, etc.)	
12. ¿Cuántas horas por semana utiliza Internet aproximadamente? _____					
13. Indique el o los horarios en que utiliza Internet con mayor frecuencia. PUEDE MARCAR VARIAS OPCIONES					
<input type="checkbox"/> Mañana		<input type="checkbox"/> Tarde		<input type="checkbox"/> Noche	
14. ¿Cual es nivel de dominio que usted tiene sobre los siguientes programas y servicios? MARQUE CON UNA X					
Programa o servicio	Nulo	Básico	Intermedio	Avanzado	
Navegador de Internet (Internet Explorer, Firefox, etc.)					
Correo electrónico (Ej:Gmail, Hotmail, Outlook, etc.)					
Chat (Ej:Skype,GoogleTalk, Messenger, etc)					
Procesadores de texto (Ej:Word)					
Hojas de cálculo (Ej:Excel)					

Buscadores (Ej: Google, Yahoo, Bing, etc.)				
15. ¿Con qué frecuencia interactúa o se comunica con sus <u>compañeros(as) de estudio</u>?				
<input type="checkbox"/> Diariamente <input type="checkbox"/> Semanalmente <input type="checkbox"/> Mensualmente <input type="checkbox"/> Cuatrimestralmente <input type="checkbox"/> Nunca				
16. ¿Interactúa personalmente (cara a cara) con sus <u>compañeros(as) de estudio</u>?				
<input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Si, para efectos académicos <input type="checkbox"/> Si, para socializar <input type="checkbox"/> Sí, para ambos propósitos				
17. ¿Dónde interactúa o se comunica con sus <u>compañeros(as) de estudio</u>? PUEDE MARCAR MAS DE UNA ALTERNATIVA				
<input type="checkbox"/> En el Centro Universitario <input type="checkbox"/> Fuera del Centro Universitario <input type="checkbox"/> Ambos				
18. ¿Cuáles servicios utiliza para comunicarse con sus <u>compañeros(as) de estudio</u>? PUEDE MARCAR VARIAS OPCIONES				
<input type="checkbox"/> Mensajes de texto (sms) <input type="checkbox"/> WebCT, moodle, microcampus <input type="checkbox"/> Correo electrónico <input type="checkbox"/> Una wiki o un blog <input type="checkbox"/> Llamada telefónica <input type="checkbox"/> Otro: _____ <input type="checkbox"/> Chat <input type="checkbox"/> Ninguno. PASE A LA PREGUNTA 20				
19. De los servicios seleccionados indique cuál es el que más utiliza para comunicarse con <u>compañeros(as)</u>: _____				
20. ¿Con qué frecuencia se comunica con sus <u>tutores(as)</u> fuera de la tutoría?				
<input type="checkbox"/> Diariamente <input type="checkbox"/> Semanalmente <input type="checkbox"/> Mensualmente <input type="checkbox"/> Cuatrimestralmente <input type="checkbox"/> Nunca				
21. ¿Cuál de los siguientes servicios utiliza para comunicarse con sus <u>tutores(as)</u>? PUEDE MARCAR VARIAS OPCIONES				
<input type="checkbox"/> Mensajes de texto (sms) <input type="checkbox"/> WebCT, moodle, microcampus <input type="checkbox"/> Correo electrónico <input type="checkbox"/> Una wiki o un blog <input type="checkbox"/> Llamada telefónica <input type="checkbox"/> Otro: _____ <input type="checkbox"/> Chat <input type="checkbox"/> Ninguno				
22. De los seleccionados indique cuál es el que más utiliza para comunicarse con sus <u>tutores(as)</u>: _____				
23. ¿Cuáles de los siguientes servicios de Internet conoce, aunque no los haya usado? PUEDE MARCAR VARIAS OPCIONES				
<input type="checkbox"/> Facebook <input type="checkbox"/> Twitter <input type="checkbox"/> Hi5 <input type="checkbox"/> YouTube <input type="checkbox"/> Buscadores (google, yahoo, etc.) <input type="checkbox"/> LinkedIn <input type="checkbox"/> MySpace <input type="checkbox"/> Blogs <input type="checkbox"/> Skype				
24. Usted utiliza Internet principalmente para:				
<input type="checkbox"/> Estudio (consulta de bases de datos, buscar artículos científicos, descargar libros, etc.) <input type="checkbox"/> Actualizarse / informarse (consulta de periódicos, revistas, etc.) <input type="checkbox"/> Entretenimiento (chat, juegos, descargas de música, vídeo) <input type="checkbox"/> Adquirir bienes (compras por internet) <input type="checkbox"/> Servicios bancarios (pagos en línea, etc.) <input type="checkbox"/> Trabajo (correo electrónico, descarga de software, investigación, etc.)				
25. ¿Visita el sitio web de la UNED? <input type="checkbox"/> No FIN DE LA ENCUESTA <input type="checkbox"/> Sí				
26. ¿Cuáles secciones del sitio web de la UNED visita? _____				
FIN DE LA ENCUESTA				
27. ¿Cuáles son las razones por las que no tiene acceso a computadora? PUEDE MARCAR VARIAS OPCIONES				
<input type="checkbox"/> Alto costo del equipo de cómputo <input type="checkbox"/> No tiene la capacitación para poder utilizarla <input type="checkbox"/> No le interesa utilizarla <input type="checkbox"/> Otro: _____				

28.¿Cuáles son las razones por las cuales no utiliza Internet? PUEDE MARCAR VARIAS OPCIONES

- Alto costo de la conexión a Internet Los lugares de acceso están lejos o no existe acceso del todo
- Considera que no tiene capacitación para poder utilizarla La conexión de que dispone no tiene una velocidad adecuada
- No le interesa utilizarla Otro:_____

FIN DE LA ENCUESTA