

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE HUMANIDADES
LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA INDUSTRIAL/ORGANIZACIONAL

**"DIFERENCIA EN LA ACTITUD HACIA LA TECNOLOGÍA DEPENDIENDO DE LA GENERACIÓN
DE LOS TRABAJADORES."**
TESIS DE GRADO

ANDREA LUCIA PIVARAL AMAYA
CARNET 11715-10

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, DICIEMBRE DE 2014
CAMPUS CENTRAL

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE HUMANIDADES
LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA INDUSTRIAL/ORGANIZACIONAL

**"DIFERENCIA EN LA ACTITUD HACIA LA TECNOLOGÍA DEPENDIENDO DE LA GENERACIÓN
DE LOS TRABAJADORES."**

TESIS DE GRADO

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE
HUMANIDADES

POR
ANDREA LUCIA PIVARAL AMAYA

PREVIO A CONFERÍRSELE
EL TÍTULO DE PSICÓLOGA INDUSTRIAL / ORGANIZACIONAL EN EL GRADO ACADÉMICO DE
LICENCIADA

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, DICIEMBRE DE 2014
CAMPUS CENTRAL

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

RECTOR:	P. EDUARDO VALDES BARRIA, S. J.
VICERRECTORA ACADÉMICA:	DRA. MARTA LUCRECIA MÉNDEZ GONZÁLEZ DE PENEDO
VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN:	DR. CARLOS RAFAEL CABARRÚS PELLECCER, S. J.
VICERRECTOR DE INTEGRACIÓN UNIVERSITARIA:	P. JULIO ENRIQUE MOREIRA CHAVARRÍA, S. J.
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO:	LIC. ARIEL RIVERA IRÍAS
SECRETARIA GENERAL:	LIC. FABIOLA DE LA LUZ PADILLA BELTRANENA DE LORENZANA

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE HUMANIDADES

DECANA:	MGTR. MARIA HILDA CABALLEROS ALVARADO DE MAZARIEGOS
VICEDECANO:	MGTR. HOSY BENJAMER OROZCO
SECRETARIA:	MGTR. ROMELIA IRENE RUIZ GODOY
DIRECTORA DE CARRERA:	MGTR. GEORGINA MARIA MARISCAL CASTILLO DE JURADO

NOMBRE DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN

LICDA. MARISOL RIVAS VILLANUEVA

REVISOR QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN

DR. FIDELIO GUADALUPE SWANA WONG

Guatemala, 26 de noviembre de 2014.

Señores
Consejo de Facultad
Facultad de Humanidades
Universidad Rafael Landívar

Estimados Señores:

Por este medio les comunico que he asesorado el trabajo de tesis titulado:
*"DIFERENCIA EN LA ACTITUD HACIA LA TECNOLOGÍA DEPENDIENDO DE LA
GENERACIÓN DE LOS TRABAJADORES"*; de la estudiante Andrea Lucía Pivaral
Amaya, con número de carné: 1171510 de la Licenciatura en Psicología
Industrial / Organizacional.

El trabajo de investigación fue revisado y se presenta el informe final, que a mi
consideración, llena los requisitos que la Facultad de Humanidades exige y que
por lo mismo, expongo a su consideración para su revisión final.

Sin otro particular me suscribo de ustedes.

Atentamente,



Licda. Marisol Rivas Villanueva
Código 22411



Orden de Impresión

De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Tesis de Grado de la estudiante ANDREA LUCIA PIVARAL AMAYA, Carnet 11715-10 en la carrera LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA INDUSTRIAL/ORGANIZACIONAL, del Campus Central, que consta en el Acta No. 05931-2014 de fecha 9 de diciembre de 2014, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

"DIFERENCIA EN LA ACTITUD HACIA LA TECNOLOGÍA DEPENDIENDO DE LA GENERACIÓN DE LOS TRABAJADORES."

Previo a conferírsele el título de PSICÓLOGA INDUSTRIAL / ORGANIZACIONAL en el grado académico de LICENCIADA.

Dado en la ciudad de Guatemala de la Asunción, a los 10 días del mes de diciembre del año 2014.



Irene Ruiz Godoy

**MGTR. ROMELIA IRENE RUIZ GODOY, SECRETARIA
HUMANIDADES
Universidad Rafael Landívar**

Agradecimientos

A Dios por ser mi fortaleza e iluminar mi camino y darme la sabiduría para poder culminar mi investigación.

A mis padres, por darme el apoyo incondicional en todo el proceso de mi carrera, por alentarme a dar lo mejor de mí. Gracias por su amor, por su apoyo económico, por darme esas palabras de aliento cuando lo necesite y sobre todo por creer en mí, son mi mejor ejemplo los amo mucho.

A mis hermanos, Roberto y Alba gracias por estar a mi lado en los buenos y malos y por darme esas palabras que me dieron paz y fuerza cuando lo necesite los amo.

A mis sobrinos y primos, deseo fervientemente que esta meta culminada sea un ejemplo a imitar.

A mi familia en general, por su cariño y preocupación en el proceso final de mi carrera, los quiero a todos y cada uno de ustedes.

A mi novio, por tenerme paciencia en los momentos más difíciles y por el apoyo incondicional en la etapa final de mi investigación te amo.

A mis amigos, en especial a Alejandrina y su familia por demostrarme siempre su cariño y apoyo, los quiero mucho.

A mis compañeros Karen, Marta, Luis Pablo y Andrea por el apoyo y consejos durante toda la carrera para poder alcanzar nuestra meta, los quiero.

A mis catedráticos, por su contribución a mi formación como profesional.

Índice

Resumen

I.	Introducción	1
II.	Planteamiento del problema	33
	2.1 Objetivos de la Investigación	34
	2.1.1 Objetivo General	34
	2.1.2 Objetivo Específico	34
	2.2 Hipótesis	
	2.3 Variables	34
	2.4 Definición de Variables	35
	2.4.1 Definición Conceptual	35
	2.4.2 Definición Operacional	35
	2.5 Alcances y Límites	36
	2.6 Aporte	37
III.	Método	38
	3.1 Sujetos	38
	3.2 Instrumentos	40
	3.3 Procedimiento	41
	3.4 Diseño y Metodología Estadística	42
IV	Presentación de resultados	43
V	Discusión de resultados	47
VI	Conclusiones	52
VII	Recomendaciones	53
VIII	Referencias Bibliográficas	54
	Anexos	

Resumen

La presente investigación es tipo cuantitativa cuasi experimental tuvo por objetivo el determinar si habrá diferencia en la actitud hacia la tecnología dependiendo de la generación de la persona. La población estuvo constituida por colaboradores de empresas de Guatemala. El tamaño de la muestra fue de 60 individuos, seleccionados a través del método no probabilístico por cuotas.

Para llevar a cabo la investigación se elaboro un cuestionario elaborado por la investigadora, con escala tipo Likert el cual se componen de preguntas cerradas. El instrumento busca identificar la actitud que tienen los colaboradores hacia la tecnología; cuenta con 15 ítems desarrollados según los indicadores: valoración de la utilidad, percepción sobre su capacidad de manejo y la frustración y/o ansiedad hacia la tecnología.

Los resultados demuestran que no existe diferencia estadísticamente significativa en la actitud hacia la tecnología dependiendo la generación del colaborador.

A través de todo el proceso de investigación, se concluyó que la actitud de la generación Y como de la generación X fue positiva a la incorporación de la tecnología en los diferentes puestos de trabajo y consideraron valioso los recursos tecnológicos que la empresa les ha brindado.

El estudio finaliza con una recomendación importante, antes de cualquier incorporación tecnológica al puesto de trabajo del colaborador se recomienda capacitarlos para que el personal de la empresa tenga una mejor aceptación hacia esta innovación.

I. Introducción

En la actualidad la tecnología ha venido a innovar varios aspectos de la vida de las personas, estas innovaciones pueden ser positivas o negativas ya que no todos los cambios son de beneficio para el ser humano. El desarrollo constante que ha tenido la tecnología es enorme por ejemplo los celulares sin internet para muchas personas es que como estar desconectados del mundo, pero para otras personas esto puede ser de lo más normal y no crea ninguna ansiedad en ellas. Este tipo de actitud tiene que ver según la generación de la persona.

Las generaciones están divididas según el año en que la persona nació, tenemos a la generación X que son las personas nacidas entre los años 1970 a 1981 es la generación de la transición de la llegada del internet, equilibrados y son personas orientadas a resultados. Por último está la generación Y que nacieron entre los años de 1982 a 1994 estas personas tienen necesidad de feedback positivo constante, trabajan en equipo, informales, autónomos y aceptan con mayor facilidad los cambios.

Es por eso, importante investigar sobre como la tecnología puede estar afectando la actitud de las diferentes generaciones ya que existe una diversidad generacional en el ámbito laboral, y es necesario conocer como cada una de las generaciones adopta los diferentes cambios tecnológicos dentro de sus empresas.

Es por eso que se busca responder a la siguiente interrogante ¿Habrá diferencia en la actitud hacia el uso de la tecnología según la generación de los trabajadores?

En Guatemala se han llevado a cabo diversos estudios relacionados con la implementación de la tecnología en las empresas y la actitud de sus colaboradores, con el fin de dar sustento a la presente investigación, a continuación se mencionan algunos de ellos.

Por ser una investigación novedosa la literatura es limitada.

En la investigación de Díaz (2014) la cual se realizó de forma descriptiva, estudió el nivel de fatiga informática por el uso de la nueva tecnología de la información y comunicación en los colaboradores de una empresa hotelera. La muestra para esta investigación estuvo conformada por 28 personas de la organización comprendidos entre las edades de 21 y 50 años de ambos géneros. Para el estudio se utilizó un cuestionario conformado por 20 ítems con tipo de respuesta categorizada o de escala dividido en 4 bloques de aspectos influyentes en fatiga informática. Los resultados indican que los colaboradores presentan un nivel bajo de ansiedad al trabajar con las TIC`S no se sienten tensos ni ansiosos y presentan relaciones laborales satisfactorias. Concluyó que el nivel de ansiedad en los colaboradores se encuentra en un nivel bajo, sin embargo los colaboradores, algunas veces sienten temor de perder información importante por el uso inadecuado de las tecnología y presentan ansiedad por la saturación de información que exige su puesto de trabajo. Recomendó con base en los resultados obtenidos a recursos humanos, implementar un programa de pausas durante la jornada laboral, que permita la desconexión con los equipos de tecnología e información, 5 minutos dos veces durante la jornada laboral, para realizar ejercicios de oficina con el objetivo de prevenir fatiga informática provocada por el uso de equipos de tecnología y comunicación.

Rosales (2014) realizó un estudio sobre la actitud de los maestros de primaria de una institución privada de Santa Catarina Pínula, frente a las nueva tecnología de la información y

comunicación TIC`S en el labor docente. Para alcanzar su objetivo, se utilizó un instrumento que constó de 34 ítems que midieron la actitud de los docentes de primaria frente al uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación TIC en sus tres componentes cognitivo(ideas y creencias que los docentes tienen sobre el tema de las TIC), componente afectivo (sentimientos que los docentes tienen hacia el uso de las diferentes herramientas que ofrecen la tecnología actual) y el componente conductual (la actitud que los docentes tienen para utilizar las TIC en la labor docente). El instrumento fue aplicado a 41 docentes tanto de sexo femenino como masculino. En esta investigación los resultados obtenidos demostraron que los profesores de esta institución tienen una actitud positiva hacia las TIC aplicadas a la educación; esto quiere decir que los conocimientos y sentimientos que tienen hacia ellas, así como los procesos que realizan se relacionan con el creer que las TIC favorecen el proceso de aprendizaje-enseñanza en los estudiantes. Recomendó con base a resultados que es importante que las coordinaciones estén involucradas de una manera asertiva ante el uso de las TIC de manera que puedan ayudar a los maestros que deseen utilizarlas dentro de sus salones de clase, pero que no saben cómo hacerlo.

Contreras (2013) realizó un estudio sobre la actitud de los profesores del Colegio Capouilliez hacia el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación como estrategia metodológica en el proceso aprendizaje enseñanza, la muestra estuvo conformada por 42 maestros de diferente especialidad de ambos géneros. Para su objetivo utilizó un cuestionario tipo escala de rango elaborado por la investigadora el cual consistió en una serie de ítems con los que identificó la actitud del docente en relación al uso de las TICS, el cuestionario incluyó un conjunto de ítems que se presentaron en forma de afirmaciones para medir la reacción del sujeto en relación de tres dimensiones de la actitud los cuales fueron: cognitivo, sentimientos y

aplicación. Los resultados indicaron que para los docentes de secundaria del colegio Capouillez, el integrar las TICS en las materias que imparten es de importancia para el proceso de aprendizaje y enseñanza. Sin embargo, la utilización de las TICS como estrategia metodológica de enseñanza se les dificulta, debido a que se tiene poco conocimiento sobre su aplicación. Entre sus conclusiones estableció que los docentes de secundaria manifiestan una actitud favorable ante el uso de las TIC como estrategia metodológica en el proceso aprendizaje- enseñanza. Recomendó con base a resultados aprovechar la disposición favorable que poseen los docentes de secundaria hacia el uso de las tecnologías de información y comunicación, para capacitarlos sobre las mismas y lograr una real integración en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

A su vez, Quiñonez (2013) realizó una investigación de tipo descriptivo en la cual realizó una capacitación del recurso humano ante los cambios tecnológicos de la mediana empresa industrial de la ciudad de Quetzaltenango. Para alcanzar su objetivo utilizó una boleta de opinión, que contuvo preguntas relacionadas con el tema específico. Dicho instrumento fue aplicado al total de la población que fueron los jefes de producción y operarios de las medianas empresas. Los resultados indican que la mayoría de las medianas empresas industriales de Quetzaltenango, cuentan con tecnología moderna y se encuentran en constante innovación tecnológica para hacerle frente a la competencia. Esto significa que la adquisición de tecnología se está dando en la mayoría de empresas industriales como parte importante de poder estar a la vanguardia y poder competir con las demás empresas. Entre sus conclusiones estableció que las medianas empresas industriales de la ciudad de Quetzaltenango han estado innovando su tecnología con el objetivo de encontrarse siempre en el gusto del cliente y hacer más eficiente su producción; lo que es importante para estas empresas ya que la mayoría de industrias en el país están logrando un éxito económico con la creación y aplicación de nuevas tecnologías para mejorar los procesos

de producción. Recomendó con base a resultados que es necesario que las medianas empresas industriales planifiquen los cambios tecnológicos o automatizaciones dentro de la empresa, observar las ventajas, desventajas, riesgos y beneficios.

Morales (2012) realizó un estudio sobre las causas negativas de la tecnología en supervisores de diferentes organizaciones, la muestra estuvo constituida por 15 personas tanto de sexo femenino como masculino que ejercían puestos de mandos medios, de atención al cliente, de diversas empresas industriales, de comercio o servicio tanto públicas como privadas de la ciudad de Guatemala. Utilizó un muestreo no probabilístico, en el cual elaboró un formato de entrevista semi estructurada como instrumento. El estudio concluyó que la tecnología influye de manera positiva y negativa en trabajadores de atención al cliente. Ya que esta puede permitir obtener información de manera más fácil y sencilla, pero a la misma vez produce un descenso en el rendimiento de los empleados al usarla de manera excesiva. Así como afecta de manera inconsciente las relaciones entre compañeros y jefe – subalterno. Por lo que se recomienda el autocontrol ante el constante uso de está.

En la investigación de Mayorga (2011) realizada en Quetzaltenango, la cual según la tipología de investigación descriptiva, pretendió investigar el internet como herramienta en las tareas de investigación. La población estuvo constituida por 169 estudiantes de los establecimientos Instituto Normal para Señoritas de Occidente y el Instituto Femenino de Educación Básica de Artes y Oficios comprendidos entre las edades de quince a diecisiete años y a una población de veinte docentes de dos diferentes establecimientos. Realizó una encuesta a la población de estudiantes y a la población de docentes para determinar el uso del internet como herramienta en las tareas de investigación. Los resultados indican que el uso de internet como herramienta en las tareas de investigación, es una opción importante para mejorar su rendimiento académico y

mejorar de forma práctica las diferentes áreas académicas de un centro educativo. Recomendó con base a resultados que los centros educativos pongan en práctica el uso del internet con personal capacitado y que se le pueda brindar apoyo al claustro para utilizar dicha herramienta, ya que tiene una aceptación muy grande entre los alumnos.

En la investigación de Noriega (2002) estudió la actitud que provoca en el personal administrativo la implementación de nueva tecnología, sistemas de información y comunicación en los ingenios azucareros. Para alcanzar su objetivo utilizó un cuestionario tipo Likert que consta de un conjunto de afirmaciones positivas y negativas respecto de un sujeto de interés, en este caso la nueva tecnología implementada. El instrumento consta de 48 ítems con cuatro respuestas a escoger que van desde plenamente de acuerdo, hasta totalmente en desacuerdo. El instrumento fue aplicado a 45 personas de ambos géneros comprendidas entre las edades de 18 y 25 años de los ingenios en investigación. Los resultados indican que el personal administrativo de los ingenios mostró una actitud positiva ante la implementación de la tecnología, pero previamente a dicho cambio habían recibido entrenamiento sobre el uso y beneficio del cambio tecnológico. Recomendó con base a los resultados que se debe de informar al personal de una forma técnica y educativa, los nuevos cambios e implementaciones de la tecnología que se pretende poner en marcha, buscando nuevos canales de comunicación y dando mayores recursos materiales.

A continuación se presentan estudios realizados en otros países que amplían el conocimiento sobre la tecnología y como la adoptan las diferentes generaciones.

Betancourt (2013) realizó un estudio sobre la implantación de las TIC en el medio rural. La población de este estudio estuvo compuesto por personas mayores de 14 años, habitantes del

medio rural en el estado español, entendiendo medio rural como el conjunto de poblaciones menores de 5000 habitantes. A la hora de llevar a cabo el muestreo, dadas las características del universo a estudiar, realizó un muestreo aleatorio (MAS), escogió 386 poblaciones que, por sus características y particularidades, permitían un representatividad adecuada al objeto de estudio. La técnica utilizada fue la encuesta por muestreo con cuestionario pre codificado, este consta de 22 preguntas, aplicado mediante entrevista personal. Los resultados indicaron que existe clara tendencia a establecer un interés positivo hacia las nuevas tecnologías, los resultados también mostraron que las personas entre las edades de 36 y 45 años encuentran útil el uso de las nuevas tecnologías por el contrario las personas de 66 años encuentran poco útil el uso de la tecnología. Recomendó que es necesario trabajar para que la implementación de las nuevas tecnologías de la información y comunicación se dé en las mejores condiciones posibles, con base en necesidades concretas y respondiendo a las demandas cotidianas de aquellos destinados a beneficiarse de ellas.

En la investigación de Calleros, Villapado, Bañuelos y Gamiño (2013) se pretendió investigar los procesos administrativos en el uso de TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) en varias plantas empacadoras de fruta ubicadas en el valle de Tecomán, Colima, México; así como también tener evidencia de las personas entrevistadas sobre este tema, ya que se han realizado algunos estudios que han demostrado que el uso intensivo de las tecnologías de información y comunicaciones (TIC), tienen un impacto significativo en la rapidez y el grado de internacionalización de las empresas. También tuvo como objetivo evaluar la eficiencia de los procesos administrativos utilizando tecnologías de información en los empacadores de frutas del valle de Tecomán, Colima, investigando la innovación en gestión, marketing y en su procesos de dichas empresas. La metodología utilizada fue cualitativa a través de la aplicación de un

cuestionario representado con estadística descriptiva. Como resultado destacó que un 80% de las empacadoras del valle de Tecomán, Colima encuentran eficaz el uso de las tecnologías de información y por lo que las tasas de inversiones en las empacadoras por lo regular son estables ya que son favorecidas a un buen negocio hacia al mercado.

Por su parte Golik (2013), en su investigación realizada en Argentina, sobre las expectativas de equilibrio entre vida laboral y vida privada y las elecciones laborales de la nueva generación. La muestra, de carácter no probabilístico estuvo compuesta de 217 estudiantes de segundo, tercero y cuarto año de carreras vinculada con administración de empresas, pertenecientes a una universidad privada de ciencias empresariales de la ciudad de Buenos Aires. En cuanto a la modalidad de muestreo no probabilístico utilizado, recurrió al método de selección denominado de conveniencia. Esta elección estuvo motivada en las razones frecuentes evocadas: facilidad de acceso, homogeneidad de experiencias etc. el instrumento utilizado fue un cuestionario con 25 ítems. Los resultados mostraron que la nueva generación desea desarrollar su propio emprendimiento, prefieren un estatus que se encuentre fuera de la relación de dependencia de una organización. Esta intención refleja la expectativa de autonomía y de flexibilidad. Concluyó que las expectativas de esta generación son determinantes en el contexto laboral, el desarrollo de carrera, las oportunidades de aprendizaje y el interés del trabajo son centrales para los nuevos trabajadores que al mismo tiempo desean equilibrar estos aspectos con su vida privada.

En la investigación de Lepicnik y Samec(2013), realizada en Eslovenia, pretendió investigar el uso de tecnología en el entorno familiar en niños de cuatro años de Eslovenia. Los datos se recopilaron con la ayuda de una muestra de 130 padres que rellenaron un cuestionario proporcionando sus opiniones sobre sus hijos de cuatro años y su uso de las TIC en el hogar. Los resultados fueron analizados con un programa por ordenador SPSS. Los resultados indicaron que

los niños de cuatro años regularmente encuentran TIC en su entorno familiar, además la investigación también ha demostrado que, en general, las familias con niñas poseen más a menudo varios tipos de TIC que familiares con niños este hecho es bastante sorprendente, ya que se esperaba lo contrario.

En la investigación Alderete (2012), realizada en Colombia, sobre la medición de las tecnologías de la información y la comunicación en empresas de servicios en Colombia. La metodología se llevó a cabo con la construcción de un índice compuesto de información proveniente de la Encuesta Anual de Servicios (EAS) 2008. La EAS dispone de un módulo TIC que permite identificar el uso de estas tecnologías en las empresas de servicios. Este índice fue aplicado a las empresas en el sector de servicios de Colombia, al incluir aspectos más allá de los referidos a las dotaciones de equipo. Acude a técnicas multivariadas de análisis factorial y se emplean datos de la Encuesta Anual de Servicios. Según los resultados obtenidos el índice obtenido es bajo (0.20) e inferior a las micro empresas. Lo cual evidencia que existe una brecha digital por tamaño de empresas. Recomendó que se requiere avanzar en la definición de indicadores que permitan indagar sobre los factores que inciden en el uso y difusión de las tecnologías de la información y la comunicación en el sector productivo, en relación con usos y capacidades, así como el impacto del uso de las TIC en el desempeño de las empresas.

Asimismo Bringué, Sádaba & Tolsa (2011), realizaron en España, una investigación sobre la generación interactiva en niños y adolescentes ante las pantallas. Respecto a la muestra seleccionada para llevar a cabo el estudio, hay que señalar que esta investigación persigue dos fines diferentes que requieren estrategias de muestreo distintas. El universo de estudio de la investigación fueron alumnos matriculados en primaria y en bachillerato en España. Para la realización del estudio, La generación interactiva en España se ha desarrollado como herramienta

de investigación un cuestionario on-line adaptado a la edad de los participantes con dos formatos diferentes. Una primera encuesta incluyó 31 preguntas para escolares entre primero y cuarto de primaria. El segundo cuestionario, para el resto de alumnos en edad escolar, constó de 126 preguntas. Los resultados indican que los internautas españoles realizan, en términos generales un uso más intensivo de casi todos los servicios que ofrece internet. Para casi el 80%, internet es útil para navegar por la Web o descargar contenidos y siete de cada diez utiliza las redes sociales. Por otro lado, también es popular en esta zona el hecho de descargar películas, música o programas y utilizar internet como plataforma de juego en red. La familiaridad de la generación interactiva con las pantallas es innegable, por lo que habría que asegurar que conocen también los riesgos, directos e indirectos, pasivos o activos, a los que se pueden enfrentar si hacen un uso poco reflexivo. Ante estos resultados concluyó que al tratarse de la tecnología nos encontramos con una generación plenamente autónoma ya que son autodidactas en la incorporación de internet en su vida cotidiana.

Asimismo Cardona y Polo (2011) realizaron una investigación sobre la metodología para medir el impacto del cambio de tecnología móvil de segunda a tercera generación percibido por los usuarios de pymes de Barranquilla. Lo que motivó a esta investigación es la influencia que ejerce los cambios tecnológicos en los comportamientos y en la creación de conocimientos de los miembros de la sociedad, así como la importancia que han adquirido, para la supervivencia de las organizaciones, la automatización de procesos productivos y las aplicaciones basadas en internet que permiten desarrollar ventajas competitivas con base a información y creatividad, para obtener nuevos y mejores productos o servicios. De acuerdo con el problema de investigación definido, la metodología utilizada fue cuantitativa. El proceso implicó la aplicación de encuestas a una muestra probabilística de la población objeto del estudio, conformada por los usuarios de

telefonía móvil pertenecientes a pymes de la ciudad de Barranquilla inscritas en la respectiva Cámara de Comercio a junio 2009 y la unidad de análisis fueron los usuarios comunes y empleados de pymes. (55 pymes). Los resultados obtenidos indicaron que un 82% de los encuestados no posee internet móvil y lo consideran costoso. Un 23% de los encuestados no usa conexión a internet y un 47% se conecta hasta cuatro horas diarias a internet. Es posible concluir que el paso a las tecnologías móviles de tercera generación ha tenido un impacto positivo.

Para finalizar Navarro (2010) realizó un estudio sobre las nuevas tecnologías y relaciones laborales: El estado de la cuestión. La generación del uso de las nuevas tecnologías en el ámbito laboral viene provocando, desde hace años una serie de controversias jurídicas que están siendo resueltas fundamentalmente por los tribunales. En este estudio se reflexiona sobre las respuestas que la doctrina jurisprudencial, jurídica y científica está dando a los conflictos relativos al uso (individual y colectivo) de herramientas del trabajo informáticas y su control por el empresario, así como la vigilancia tecnológica operada por este último en virtud de sus poderes directivos y la posible vulneración de derechos fundamentales de los trabajadores. La conclusión de este estudio es que después de muchos años de reclamar la intervención del legislador para dar soluciones a los múltiples problemas relativos al uso y control de las nuevas tecnologías en el ámbito laboral, es necesario asumir que la ley poco podría ayudar en materia como esta. La constante evolución tecnológica, de ritmo cada vez más vertiginoso, desaconseja soluciones petrificadas en preceptos normativos. Ya que en un breve lapso quedarían obsoletas y resultarían, en gran medida inservible. Recomendó que es necesario que las empresas fijen protocolos de uso y de control, ya que es la única manera de dejar clara la voluntad de no tolerar utilizaciones personales y de neutralizar posibles expectativas de intimidad.

Cada día la tecnología trae nuevos avances al mundo, y en la vida del ser humano tiene un gran impacto, pero dependiendo de la edad de las personas es la influencia que tienen. Las generaciones nuevas manejan de una forma más fácil el mundo tecnológico. Hay otras generaciones que se resisten al cambio de tecnología y adoptan una actitud de resistencia hacia esta. En el ámbito laboral la tecnología permite aumentar el tiempo de trabajo y la productividad. Las empresas se enfrentan a la diversidad generacional y deben tener en cuenta que no pueden ofrecerles lo mismo y que cada generación adoptará de distinta manera la implantación de la tecnología a su puesto de trabajo.

La implementación de la tecnología a los puestos de trabajo para algunas personas ha sido beneficioso, pero para otros a creado algunos conflictos, ya que no todas las personas están acostumbradas o no tienen el conocimiento necesario para utilizar dicha herramienta.

Para profundizar más en el tema de interés de estudio, se presentan diversos autores que analizan los fundamentos del estudio.

1.1 Actitud

“Las actitudes son evaluaciones aprendidas sobre una determinada persona, comportamiento, creencia o cosa” (Fieldmand, 2006, p. 529).

La facilidad con que se modifican las actitudes depende de muchos factores como los siguientes:

Fuente del mensaje: Las características de una persona que transmite un mensaje persuasivo, conocido como comunicador de actitudes, ejercen un efecto importante en su eficacia

Característica del mensaje: En las actitudes influye no solo quien transmite un mensaje, sino cómo lo hace.

Característica del Objetivo: Una vez que el comunicador transmite el mensaje, las características del objetivo del mensaje determinan también si se acepta el mensaje. Al parecer existen diferencias de género al respecto. En los entornos públicos, es un poco más fácil persuadir a las mujeres que a los hombres. Sin embargo, la magnitud de las diferencias entre hombres y mujeres no es grande.

No es de sorprender que las actitudes influyan en el comportamiento. La fuerza del vínculo entre determinadas actitudes y la conducta varía, por supuesto, pero en general las personas se esfuerzan por que haya consistencia entre sus actitudes y su comportamiento.

Por otro lado Morris y Maisto (2009) dividen a la actitud en tres componentes fundamentales: las creencias evaluativas de un objeto, los sentimientos que inspira y las tendencias conductuales hacia él. Entre las creencias se encuentran los hechos, las opiniones y el conocimiento general del objeto. Los sentimientos abarcan el amor, odio, simpatía, la aversión y sentimientos afines. Las tendencias conductuales se refieren a nuestras inclinaciones por ciertas acciones relacionadas con el objeto: acercarnos a él, evitarlo etc.

Agostini (s/f) expone que las actitudes son tendencias relativamente duraderas de sentimientos, creencias y comportamientos dirigidas hacia personas, grupos, ideas, temas u objetos y las diversas experiencias del individuo.

Agostini divide la actitud en tres componentes:

- Componente afectivo
- Componente cognoscitivo
- Componente del comportamiento

1.2 Influencia de la Tecnología

“La creciente expansión de las tecnologías de la información y de la comunicación es un hecho más que constatable en todos los países latinoamericanos durante los últimos años. Los esfuerzos realizados por gobiernos, instituciones privadas y usuarios particulares por implementar, desarrollar y utilizar los dispositivos propios de la sociedad de la información, han dado resultados claros en todos los países tales como Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Guatemala, México y Perú” (Bringué, Sádaba y Tolsa, 2011, p. 25)

Bringué et al. (2011) resumen que se ha visto cómo la posesión de una computadora en el hogar, punto de partida en la mayor parte de los casos para el consumo de otros servicios o productos digitales (música, juegos, películas, internet), es una realidad casi mayoritaria en todos los países analizados. Aunque la evolución de la tecnología ha superado el binomio computadora-conexión a internet como algo imprescindible, ya que hoy en día el acceso a la red se puede realizar a través de múltiples dispositivos- smartphones, videoconsolas. La penetración de computadoras en los hogares sigue siendo un dato clave en la evaluación del desarrollo de la sociedad de la información en un país o región

Así mismos en Bringué et al. (2011) “... comentan que en el caso de la generación interactiva en Iberoamérica, se aprecia cómo, entre el grupo de menores de 6 a 9 años, el propio dormitorio es el lugar preferente donde encontrar la computadora: sucede así en el 29% de los casos”. (p.36)

“La generación interactiva en Iberoamérica más de la mitad de los más pequeños 6 a 9 años se declara internauta: el 64%. En el caso de los más mayores -10ª 18 años- el 80% se declara usuario de Internet, porcentaje que es superado a partir de 14 años” (p.47).

“La tecnología que constituye la infraestructura global de la información, con las redes alámbricas y las inalámbricas, las computadoras y otros equipos de información, además de la información en red y las aplicaciones, ha evolucionado a un ritmo sorprendente, tornándose más poderosa, asequible, útil y ubicua” (Leer, 2011, p. 8).

Leer comenta que no se debería de considerar la tecnología de la información como un fin en sí mismo, sino como una herramienta para crear oportunidades económicas, mejorar nuestra calidad de vida y alcanzar en nuestros valores más básicos.

De acuerdo con observaciones de Phi Agre (como se citó en Leer 2011) los héroes de la siguiente generación de internet tal vez serán quienes elijan puentes entre el mundo estéril del trabajo técnico y el gran mundo más confuso donde los valores se eligen y se discuten. La gran promesa de esta era Digital y de la electrónica subyace no en lo que es nuevo, sino en los valores que son renovados. Así como cada nuevo y asombroso invento nos acerca más en nuestras comunicaciones y en nuestras causas comunes, construyendo una verdadera aldea electrónica global.

Según Leer (2011) la tecnología de la información, aplicada con creatividad, tiene el potencial para revolucionar la manera en que los maestros enseñan y en que los estudiantes aprenden. Es por ello que el uso de la tecnología en las escuelas es una parte importante de la estrategia más amplia para asegurar que cada niño en Estados Unidos obtenga educación de clase mundial. En

algunos salones de clase en Estados Unidos, los maestros recurren a internet y a las computadoras multimedia para ir al paso con los últimos avances en sus campos.

Nicholas Negroponte (como se citó en Lee, 2011) argumenta que la incursión en el modo digital tiene tres efectos psicológicos sobre la forma de nuestro mundo. El modo digital descentraliza, aplana hace las cosas más grandes y más pequeñas al mismo tiempo. Cualquier fenómeno social significativo crea un retroceso. El internet no es una excepción. No obstante, es raro que las quejas más sonoras sean los gritos de ¡Hágase una vida!, dando a entender que la vida en línea nos deshumanizará, nos aislará y creará un mundo de personas quienes no huelan flores, contemplen puestas de sol. De este retroceso viene la advertencia a los padres en el sentido de que sus hijos se refugiarán en un capullo y se metamorfosearán de inválidos sociales.

La experiencia cuenta lo opuesto, la evidencia reunida por aquellos que usan internet como herramienta de enseñanza, indica que los chicos que incursionan en línea adquieren habilidades sociales, más bien que perderlas.

“El crecimiento explosivo de redes sociales que enlazan todo el planeta, computadoras que se comunican a velocidades de millones de bits por segundo, telefonía celular, localización global de personas, redes personales de comunicación, televisión de alta definición, etc. todos los avances científicos logrados en las telecomunicaciones han requerido muchos años de experiencia, de innovación y de expansión. A mediados de los noventa es imposible concebir muchas actividades humanas cotidianas sin el apoyo de las telecomunicaciones: fax, teléfono celular, televisión a colores, redes de computadoras etc” (Kuhlman y Alonso, 2003, p. 64).

“La web nos sitúa de modo privilegiado ante formas de comunicación profundamente humanas y en sus características particulares se concretan muchas de las transformaciones

culturales que trae el nuevo siglo del nuevo milenio, esto empezó al iniciarse la década de 1990. La web con sus variados modos de organizar información, de conexión en tiempo real (chats, e-commerce, etc.) y de correo electrónico, entre otros hace vivas otras concepciones de realidad, de espacio y de tiempo” (Restrepo, 2006, p. 5).

González (2010) comenta acerca del estudio sobre niños y adolescentes guatemaltecos y su relación con las tecnologías de información, así como sus implicaciones en cuanto a educación y convivencia social. Dentro de sus objetivos se enfocaba en recabar información para ver qué acceso tienen los jóvenes y niños del país a las autopistas de la información y otros medios como los celulares. Así como construir sobre ello un programa de comunicación consistente en proveer información sobre salud y educación, y generar información de retorno. El uso de internet, que disminuía mucho en los núcleos rurales y el acceso era, sobre todo, a través de cibercafés. Además, se vio cómo los jóvenes mayas usan menos las redes sociales y también que las mujeres utilizan más el celular que los hombres.

Arrarte (2011) expone que los teléfonos inteligentes o smartphones, constituyen uno de los inventos más recientes los cuales en un mismo dispositivo cuenta con muchas funciones como: comunicación telefónica, envío y recepción de mensajes de texto, la visualización y toma de fotografías y videos, reproducción de música, comunicación por correo electrónico, navegación de páginas web, etc. Por lo general dichos teléfonos suelen disponer de pantalla táctil, teclado virtual (el cual se muestra en la pantalla), incluso existen algunos aparatos que disponen de un teclado alfanumérico.

Según Rojas (2012) el Smartphone se refiere a un teléfono móvil que contiene prestaciones de computación que le permiten procesar datos complejos a través de programas y tener conexión a internet.

Para Coria (2010) la tecnología se ha ido incorporando a las actividades primordiales. La inmersión de nuevas herramientas al ámbito educativo ha sido un gusto por parte de los alumnos quienes han crecido con ellas, para ellos son parte de sus vida, más no así para los docentes, quienes se han enfrentado a dos elementos distintos; nuevos alumnos y nuevas herramientas. Los profesores se enfrenan a estudiantes con actitudes desafiantes y hasta retadoras, lo cuestionan todo, no quieren leer y todo lo quieren obtener de la Web.

Según Coria para los jóvenes de hoy, la tecnología , el internet, el cable TV y el mundo globalizado les da un poder que antes no existía, son de mayor atracción los juegos , la música, las redes sociales; que el ámbito educativo ya que este ocupa uno de los últimos lugares dentro de sus intereses.

Semenov (2005) explica que la vida en la nueva sociedad del conocimiento exige un comportamiento más independiente, responsable y menos supeditado al cumplimiento rutinario de órdenes. Para prosperar, e incluso a veces para sobrevivir, los individuos deben estar preparados para tomar decisiones responsables en situaciones nuevas e inesperadas. Sobre todo, necesitan continuar aprendiendo a lo largo de toda la vida. Los individuos suelen utilizar las TIC para su crecimiento personal, para crear o recrearse, consumir y hacer dinero, pero es importante que también estén capacitados para analizar la información de los medios de comunicación con pensamiento crítico y para hacer uso productivo de la tecnología.

Estas necesidades individuales requieren conocimiento y habilidades para buscar, analizar, sintetizar, canalizar y presentar información a terceros, así como para predecir, planificar y controlar cambios rápidos e inesperados.

Por otro lado Ferreiro (2014) comenta que la irrupción de las tecnologías de la información y de las comunicaciones (TIC) han provocado cambios tan drásticos en lapsos tan breves que lleva a muchos a plantearse que más que una época de cambios, se empieza a vivir un cambio de época, una nueva época social. En este entorno nace, crece, y se educa la net generation o GNet, una generación influida por la presencia cada vez mayor de las TICs. La telemática, con la computadora e internet como emblema, es responsable en gran medida de un cambio de percepción de la realidad, fundamentalmente entre niños y jóvenes en pleno desarrollo.

1.3 Generaciones

“La sana convivencia es el resultado de aceptar la diversidad, aprender a comunicarse y a comprenderse. Buscar intencionalmente opciones o soluciones a los conflictos, permite recobrar la salud emocional de todos. El ámbito social es sumamente abarcador en términos del desarrollo físico, emocional y cognitivo. Es por esto que es necesario entender las características generales que tienen las diferentes generaciones. Ya que la sociedad en que vivimos está constituida por un choque de generaciones.” (Collado y Méndez, 2008).

Ogg y Bonvalet (como se citó en Collado y Méndez, 2008) exponen que la sociedad, está conformada por distintos grupos de personas, que a su vez se diferencian entre ellas por su manera de ser y forma de pensar. A estos distintos grupos se les conoce como generaciones. Se entiende que generación es un grupo de edad que comparte a lo largo de su historia un conjunto de experiencias formativas que los distinguen de sus predecesores.

Según Collado et al. cañda generación es fruto de la anterior y de las pautas culturales y realidades sociales a las que han estado expuestos sus integrantes. Lo interesante desde el punto de vista de la gestión apunta a que cada generación tiene sus aspiraciones y establece un contrato psicológico diferente.

“El fin de la primera década del siglo XXI brinda la oportunidad de apreciar las características únicas y diferenciadoras de la situación histórica. Los avances científicos y tecnológicos han impactado en nuestra calidad de vida de manera integral” (Manpower, 2009, p. 6).

En estos avances se encuentran la raíz del fenómeno de las 4 generaciones, que en poco tiempo serán 5 (al final de la segunda década del siglo, ya estarán activos también los primeros representantes de la Generación Z, los nacidos desde 1997). No se trata de un fenómeno pasajero, sino del resultados del avance de la humanidad en los últimos 150 años, por esto es imperativo que como personas, como organizaciones, como sociedad, se logre entender la necesidad de reescribir las reglas de la convivencia en el mundo del trabajo, para aprovechar lo mejor del talento disponible, potenciado por una diversidad generacional que es efectivamente enriquecedora para todos.

Manpower asegura que la diversidad puede ser algunas veces fuente de conflicto, aunque también enriquece la visión de quienes pertenecen a la misma organización, sea ésta una institución académica, una empresa, una organización de la sociedad civil o una entidad administrativa de carácter público. El manejo de la diversidad generacional es relevante para la relación de cada uno de estas organizaciones con sus alumnos, clientes, proveedores, voluntarios o ciudadanos.

Manpower expone cinco factores que están convirtiendo el reto de la diversidad generacional en una cuestión fundamental para el presente y futuro del entorno laboral en México, Centro América y República Dominicana.

- La composición de la población económicamente activa.
- La continua elevación de la expectativa de vida al nacer, que en la región radica en un rango entre 69 y 79 años de edad, además del aumento de la esperanza de vida a partir de los 60 años, obligará a las organizaciones en lo particular a revisar integralmente la edad de jubilación y el sistema de pensiones, tal y como está sucediendo en otras partes del mundo.
- La escasez de talento y el cambio demográfico en los países más desarrollados, que generará mayor movilidad y también más presión en el mercado laboral.
- El ritmo del cambio tecnológico, que obliga a colocar a los jóvenes cada vez más cerca de los círculos de influencia toma de decisiones, en empresas que apuestan por la innovación y la asimilación de la tecnología.
- La disminución relativa de talento joven disponible en la población económicamente activa (PEA), aunada a la presión de la competencia económica global y el cambio tecnológico, genera incentivos adicionales para la inclusión de los adultos mayores en la actividad productiva.

El hecho de que sean las vivencias comunes y no los rangos de edad los que determinen la definición de una generación marca una diferencia importante en la evolución del estudio intergeneracional. Algunos autores mantienen que la velocidad vertiginosa del cambio y el acceso a todo un tipo de vivencias históricas a nivel mundial está reduciendo extraordinariamente el intervalo de tiempo que caracteriza a la definición de una generación. En

concreto, los jóvenes se sienten hermanados en la distancia y experimentan un efecto de contagio de valores y modas que se extiende con rapidez a través de internet y otros medios de comunicación. “El conjunto de experiencias locales que marcaban generaciones pueden ahora unir a todo un grupo muy distante geográficamente o culturalmente, pero similar en su rango de edades.” (Simón y Allard, 2007, p. 7).

Generación X

“La generación X son el segmento poblacional de mayor edad cuyos hábitos computacionales y el internet ofrecen la experiencia adulta más cercana de la que podemos partir para predecir un aumento de usuarios digitales. Esta generación considera la radio, la televisión, las películas e internet como medios especializados de información. Muy dependientes de la tecnología en su cotidianeidad. Buscan la fama y reconocimiento en vez de la felicidad como meta personal”. (Collado y Méndez, p.2)

Manpower comenta que quienes pertenecen a la Generación X en su mayoría dicen que tienen capacidad de sacrificio y dedicación, que buscan sel-branding y estatus; les importa relativamente menos el respeto, ya que no se sienten jóvenes ni quieren entretenerse, pero son impacientes.

“Generación X (1970-1981): han crecido entre la era analógica y la digital. Eso hace que utilicen las nuevas tecnologías cuando les resulten convenientes, pero que no les tengan el culto fetichista de generaciones posteriores. Han vivido al final de la guerra fría y por lo tanto todavía conservan un cierto compromiso ideológico. Valoran la formación universitaria tradicional” (Fundación Factor Humá, 2012, p.2).

Fundación Factor Humá (2012) comenta que la generación X está atrapada en el que algunos denominan una trampa generacional: tiene las cargas propias de la madurez (hijos, hipotecas) pero no tiene ni la movilidad de las personas jóvenes ni la seguridad laboral que esperaba. Puede convertirse en una generación perdida, abocada a alimentar la fuga de talentos o a hacer trabajo que no se correspondan con su formación.

Por otro lado Peirano (s/f) expone que la Generación X nacieron entre el 64 y el 80, el fin de la Guerra fría, la caída del Muro, la incertidumbre laboral, económica y social. La Unión Europea y el MERCOSUR. Destrucción del medio ambiente y consumo de drogas. Padecieron los años 70, los gobiernos militares y la represión.

Peirano clasifica varios valores, actitudes y comportamientos que según ella posee la Generación X

Valores:

- Desilusionados con los valores de sus padres.
- Solidaridad con su grupo
- Individualistas, cínicos, incomprensidos, rebeldes.
- Escepticismo.
- Creen en sí mismos, no en los otros.
- Cultura de la inmediatez.
- No tienen proyecto de largo plazo.

Actitudes:

- Individualismo.

- Autonomía
- No tienen fe en las instituciones.

Comportamientos:

- Saben idiomas.
- Son ciudadanos del mundo.
- Criados en hogares dónde ambos padres trabajan.
- Trabajan y estudian o se capacitan. Nada es garantía para progresar.
- Reivindican el balance entre la vida y el trabajo.
- Mujeres: maternidad postergada-
- Postfeminismo – triplican los divorcios

Según García, Stein y Pin (2008), las diferentes generaciones que hoy comparten el espacio laboral parten de diferentes concepciones del mundo en general y del trabajo en particular. Frente al cierto escepticismo con que los integrantes de la Generación X se enfrentan al mundo profesional, los más jóvenes adoptan una visión más esperanzada. Su alto nivel de formación les hace ser más decididos y adoptan una actitud cortés.

Generación Y

Para Las Heras y Jimenez (2012) La empresa en la que va a trabajar la generación Y, no es la misma en la que comenzaron su trayectoria los que hoy llevan, 40, 30, 20 y , ni siquiera , 10 años en ella. Durante décadas, el éxito en la carrera se asociaba al escalar puestos en la jerarquía de la empresa. El triunfo se mide en términos de nivel de responsabilidad y retribución. La estrategia

para lograr dicho éxito pasaba por invertir tiempo y esfuerzo en un mismo sector y, frecuentemente, en la misma compañía. Es el entorno en el que ha vivido la generación BabyBoomer. Sin embargo, en el entorno actual no tiene sentido entender el éxito en la trayectoria de ese modo. Los ciclo de vida de productos y servicios se ha acortado drásticamente. Los mercados, globalizados, se mueven con rapidez. Y por lo tanto, la inversión en conocimientos específicos no aplicables a otros sectores o empresas puede quedar sin la recompensa esperada.

Las Heras y Jiménez argumentan que la generación Y busca una trayectoria profesional con frecuentes promociones. No les importa cambiar frecuentemente de trabajo si con ello adquieren nuevas habilidades y experiencias. Son muchos los de esta generación que se ha criado en familias divorciadas o de madres solteras. La tecnología es parte de sus vidas. Ven a los líderes como proveedores de servicios a los que la sociedad ha de respetar. El trabajo es un medio para alcanzar un fin. Buscan aprendizaje continuo.

Conocimiento y aplicación de nuevas tecnologías. La necesidad de flexibilidad se acentúa con el acceso al mercado laboral de la llamada Gen Y, los nacidos entre los años 1980 y 2000. Una generación que ha compartido experiencias sustancialmente diferentes a los que están hace años instalados en el mundo laboral. Se caracterizan por el uso intensivo de la tecnología y un deseo constante de retos y relaciones que les abran nuevas perspectivas. Su informalidad, sus conocimientos de las tecnologías de la comunicación y su hábito para mantener relaciones en las redes sociales, les hacen ser mucho más efectivos trabajando en entorno flexibles.

La generación Y trae a la empresa la capacidad de interactuar on-line, en equipos distribuidos y flexibles, con tecnología en constante evolución y capaces de desarrollar los productos que

demandan sus iguales. Además saben dónde encontrar a las personas de su generación: los canales de distribución, de comunicación, de interacción. Ellos se han acostumbrado a vivir, aprender, e interactuar en tiempo real, en mundos virtuales y no trasladables a la realidad física.

Desarrollo de nuevas tendencias y productos, a probarlos y a venderlos. Lo han hecho desde pequeños. Han vendido sus productos en SecondLife. Han participado en subastas en eBay. Y han descargado, compartido y modificado archivos, películas y música desde que tuvieron uso de razón. Así pues. Para ellos hacer marketing virtual, conectar con potenciales clientes utilizando Facebook o LinkedIn no supone un problema si se les da las herramientas necesarias.

“La Generación Einstein o generación Y, algunos acontecimientos históricos importantes marcan profundamente a aquellos que viven los años que terminarán de forjar su identidad: los adolescentes. Fue así como la Generación Silenciosa quedó moldeada por la Segunda Guerra Mundial, la Generación del Baby Boom por los acontecimientos sociales de los años 60, y la Generación X por la crisis económica de los 80” (Boschma y Groen, 2006,p. 2).

El mundo de la Generación Einstein, la sociedad ha cambiado tanto que apenas las reconocemos, hecho que influye sustancialmente sobre la Generación Einstein de las siguientes maneras:

Boschma y Groen (2006) mencionan tres consecuencias importantes sobre los jóvenes y el uso del Internet. *Sociedad de la información las veinticuatro horas del día, los siete días de la semana*, los jóvenes crecen en la era internet: información anywhere, anytime, anyplace.

- Modo diverso de adquirir la información. Los jóvenes obtienen la información de manera diferente, no lineal, como en internet. No sufren una sobrecarga de información. Saben que hay más información de la que pueden aprender y eligen en consecuencia la más

relevante para ellos. La palabra ya no juega un papel central como antes debido a la cultura de la imagen (televisión).

- Modificación del papel del ordenador: el ordenador ha pasado de ser una refinada máquina de escribir a convertirse en una herramienta para socializarse. Un medio para ponerse en contacto con los demás y presentarse a uno mismo a través del chat, programas de mensajería instantánea (como MSN Messenger), Weblogs y páginas de perfil.
- Los jóvenes adquieren así un poder único: pueden castigar a las empresas en sus Weblogs, tomarse el pelo entre sí a través del chat, o hacer popular determinadas empresas o marcas.

Uso del internet por las diferentes generaciones			
	BabyBoomer	Generación X	Generación Einstein
Inicio	En edad avanzada	Como (jóvenes) adultos	Han crecido con la red
Función	Biblioteca	Biblioteca	Herramienta para socializar
Actividades	Navegar y obtener información. No había MSN Messenger	Navegar y obtener información publicación propia de libros	Chatear para socializar

Figura No. 1 tomada de Boschma y Groen (2006)

Según Boschma et al. (2006) los jóvenes, igual que los adultos, utilizan ampliamente los diferentes medios audiovisuales y de comunicación. Únicamente le dan otro significado y función. Los adultos le dan preferencia a la función técnica (lo ven como un medio a partir de las posibilidades técnicas que ofrecen); para los jóvenes la función técnica está supeditada al significado emocional (es decir, lo que se puede hacer con ellos).

Rubio (2010) Expone que hablar de juventud y medios digitales, es hacerlo de un fenómeno que está consiguiendo modificar de forma radical los modelos de uso del tiempo y las relaciones sociales. Es decir, el consumo que las y los jóvenes hacen de las redes digitales, y concretamente de internet, está transformando, no solo el ocio y las formas de interacción de éste segmento de la población con su entorno, sino además, por extensión, de la sociedad en su conjunto. Puede decirse que, por primera vez, son los individuos más jóvenes los que toman la iniciativa, actuando como conductores en lo que se refiere al empleo de los medios y las funciones que emprenderán de forma intercomunicada. Algo así como una socialización ascendente en las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación).

Castells (como se citó en Rubio 2010) un auténtico empoderamiento de estos grupos de edad, como generadores de las conductas innovadoras que determinan la implementación o no de las nuevas TIC, así como las nuevas pautas de relación, agrupación y comportamiento social. Y lo que es más importante, de creación de valor, que en la sociedad se encuentra en la información y la innovación, ya no en los factores de producción, ni en la tierra.

Según Rubio (2010) es una juventud con mayor pericia en el procesamiento de información de forma rápida, cuantiosa y de diversas fuentes, sin reflexión previa, ni posterior sobre el enlace o el medio seleccionado, más en relación con el placer de navegar, que con el hecho de que se

trate de un uso no consciente. Se trata de un grupo generacional condicionado por unos métodos de distribución de la información, las tareas, el juego y el aprendizaje de corte conductistas (refuerzo / castigo) que, como en los videojuegos y en la auto instrucción on-line, estimulan el afán de logro, tanto como de consecución y recompensa significativa, concreta pero, inmediata.

“Generación Y (1982-1994): sus características principales son haber nacido en plena democracia- en el caso español- , en un mundo global capitalista, e inmersos en la era digital. No identifican la noción de sacrificio con resultados, son proclives a la movilidad laboral y tienen buena formación. Han crecido influidos por el postmodernismo y desconfían de las verdades absolutas o los valores en mayúsculas. Son grandes consumidores de tecnología” (Fundación Factor Humá, 2012, p. 2).

Para Peirano (s/f) existen ciertos comportamientos que caracterizan a la Generación Y:

- Le dan menos importancia al dinero.
- La tecnología: algo natural.
- Están siempre conectados.
- Viven on/off line.
- Pueden trabajar de noche o de día
- Alternan trabajos con viajes.
- Sofisticados en sus gustos.
- Obsesionados por la estética.
- Viven en la burbuja de la comodidad.
- Les interesa el balance trabajo y vida personal.
- Viven con plazos cortos.

- Les interesan los proyectos.
- Bajo compromiso con las organizaciones son goleadores.

Por su parte Simón y Allard (2007) exponen que quizá uno de los mayores factores diferenciales entre la cultura generacional del grupo Y y las demás tenga que ver con su vivencia de las tecnologías y su capacidad de interacción con ellas. La generación Y es la primera en la historia que ha convivido siempre con las nuevas tecnologías de la información y que no entiende fácilmente el mundo sin ella. Internet, el mundo de las comunicaciones y de la informática forman parte de sus rutinas vitales, y condicionan sus hábitos de vida, comunicación y, por supuesto trabajo.

Los jóvenes de esta generación son más individualistas que generaciones anteriores y reivindican la autonomía en sus opiniones y actuaciones, situando su ámbito personal por encima de consideraciones de orden laboral y social.

En el estudio Simon y Allard, el análisis comparativo de las generaciones X y Y arrojó muchos puntos en común. Los jóvenes actuales han vivido su infancia en un contexto de bienestar social y económico y mantienen una prolongada etapa de dependencia familiar. 20% de los jóvenes que trabaja dice recibir la mayor parte de sus recursos financieros de sus padres. Cuando se les preguntó a los jóvenes por qué permanecen más tiempo que antes en casa de sus padres, cerca del 70% aducen una razón material: no tendrían medios para instalarse por su cuenta. Entre 1997 y 2001, aumentó la importancia de los padres como fuente de ingresos. Sobre la base de esta infraestructura familiar, los Y disponen de un poder de consumo importante, y no escapan a las sucesivas modas tecnológicas que inundan el mercado, como móviles cada vez más sofisticados o los iPad más modernos. Son muy sensibles a las opiniones de sus padres, lo que ha

dado lugar a la creciente aparición de modalidades pedagógicas e informativas basadas en el modelo de educación por iguales.

A través de internet, los jóvenes se han habituado a un entorno de comunicación e información altamente informal y mucho más espontáneo que los canales formales de comunicación corporativa; y se han acostumbrado a comunicaciones rápidas y patrones de colaboración a distancia. Es por esto que, a los ojos de las generaciones precedentes, el grupo de Y puede parecer indisciplinado, hedonista y caótico, incluso maleducado y poco cortés desde el punto de vista de las relaciones. Su concepto de calidad de servicio se basa en la rapidez y precisión más que en la amabilidad y el trato social Kehrlí, Sopyy y White (como se citó en Simón y Allard, 2007).

Según Simón y Allard (2007) para la nueva generación, muchos de los temas que las generaciones anteriores han visto con amargura, como la ruptura del vínculo a largo plazo con la empresa o el valor de la lealtad corporativa, se han convertido en imperativos personales. Los jóvenes no siguen criterios de lealtad ni a la organización ni a la marca, y demandan más bien un tipo de contacto permanente con sus supervisores y personas clave de la empresa, preferiblemente feedback por diferentes canales. La propuesta de una revisión formal de rendimiento al año no funciona bien para ellos.

García, Stein y Pin (2008) mencionan que la Generación Y es la generación del siglo XXI. También se les conoce como la Generación del Milenio y como la Generación 2001. Esta generación ya empieza a suscitar mucha curiosidad por parte de sociólogos y estudiosos, puesto que su conocimiento y comprensión son cruciales para saber qué forma tendrá la sociedad del futuro. Desde un punto de vista comercial, la supervivencia de muchas empresas dependerá de lo

bien que sepan entender y adaptarse a esta nueva generación Y, así como de su capacidad para hacerles llegar los mensajes publicitarios.

De los integrantes de esta generación se ha dicho casi de todo: que son individualistas, que se implican más en los temas sociales, que son reivindicativos, que no se comprometen, que sólo buscan su comodidad, que son hedonistas, que no aprecian el esfuerzo. Posiblemente la velocidad de los cambios que han vivido esta generación, junto con las importantes transformaciones vividas ya que por sus padres, han introducido un elemento de salto cualitativo que la Generación X aun trata de digerir. (García, Stein y Pin, 2008, pp. 5-6).

Cada uno de los distintos autores, presenta su punto de vista de cada una de las generaciones investigadas, dan a conocer sus diferencias y similitudes en cuanto a su percepción hacia la tecnología, como la han adoptado en su ámbito laboral y cuál ha sido la actitud de cada una de ellas ante los cambios tecnológicos de las empresa.

Hoy en día en las empresas existe una diversidad generacional, que puede ser buena si se sabe trabajar con personas de distintas edades y se conoce sus intereses, como adoptan lo cambios según su generación, que los motiva etc. con la teoría antes expuesta podemos ver que como la generación Y y la generación X han adoptado los cambios tecnológicos en sus puestos de trabajo, ya que para muchas organizaciones hoy en día las innovaciones tecnológicas son muy importantes para hacer que su empresa crezca en todo sentido.

II. Planteamiento del problema

El mundo de hoy en día está cada vez más avanzado y los factores que afectan la vida personal y profesional son diversos. La tecnología ha venido a revolucionar la vida del ser humano y actualmente influye de una forma inimaginable. La tecnología es uno de los factores que proporciona beneficios y se mantiene en constante innovación.

Uno de los ámbitos que puede verse afectado por las costumbres y cambios tecnológicos, es el laboral. Las empresas han cambiado procesos rutinarios y manuales por nuevos procesos tecnológicos para incrementar la productividad laboral y para innovarse.

Pero los cambios no siempre son aceptados de manera positiva por todas las personas porque el acostumbrarse y acoplarse a algo nuevo resulta difícil por un tiempo. El cambio drástico que las empresas han tenido al optimizar los procesos con ayuda de la tecnología ha causado cambios en la actitud de sus trabajadores debido a que no todas las generaciones de colaboradores tienen el conocimiento y la habilidad necesaria para poder utilizar las nuevas tecnologías. Existe una tensión en cuanto a la adopción de la tecnología entre las diferentes generaciones, es por ello que es importante entender y saber cómo manejar esta brecha generacional para poder evitar que dichas diferencias creen problemas en sus gestiones diarias.

Por lo que se busca responder a la siguiente interrogante:

¿Habrá diferencia en la actitud hacia el uso de la tecnología según la generación de los trabajadores?

2.1 Objetivos

2.1.1 Objetivo General

Establecer la diferencia en la actitud hacia el uso de la tecnología según la generación de los trabajadores.

2.1.2 Objetivos Específicos

2.1.2.1 Identificar las consecuencias de la implementación de la tecnología en las empresas

2.1.2.2 Conocer la actitud de las diferentes generaciones sobre la tecnología en el ámbito laboral.

2.2 Hipótesis

H0: Existe una diferencia estadísticamente significativa al 0.05 en actitud hacia la tecnología dependiendo la generación de los trabajadores.

H2: Existe una diferencia estadísticamente significativa al 0.05 en la valoración de la utilidad de la tecnología dependiendo la generación de los trabajadores.

H3: Existe una diferencia estadísticamente significativa al 0.05 en la percepción sobre la capacidad de manejo de la tecnología dependiendo la generación de los trabajadores.

H4: Existe una diferencia estadísticamente significativa al 0.05 en la frustración y/o ansiedad hacia la tecnología dependiendo la generación de los trabajadores.

2.3 Variables

- **Variable Independiente:**

Generación Y y Generación X

- **Variable Dependiente:**

Actitud

2.4 Definición de las variables

2.4.1 Definición Conceptual

Tecnología

Cegarra (2004), explica que la tecnología se puede definir como el conjunto de conocimientos propios de un arte industrial, que permite la creación de artefactos o procesos para producirlos. Cada tecnología tiene un lenguaje propio, exclusivo y técnico, de forma que los elementos que la componen queden perfectamente definidos, de acuerdo con el léxico adoptado para la tecnología específica.

Actitud

Según Morris y Maisto (2001), la actitud es una organización relativamente estable de creencias, sentimientos y tendencias hacia algo o alguien, el objeto de la actitud.

Generación

Para Ortega y Gasset (1982) es un conjunto indefinido de individuos que nacen en un período similar de años (aproximadamente entre diez y treinta años de tiempo son suficientes para marcar una generación) y que comparten elementos culturales, morales o de creencias que han marcado sus vidas.

2.4.2 Definición Operacional

Tecnología

Para esta investigación, tecnología se entenderá como toda herramienta tecnológica que brinde apoyo en el puesto de trabajo de los colaboradores

Actitud

Para la presente investigación la actitud se entiende como el resultado obtenido mediante la aplicación de un instrumento elaborado con el fin de identificar las diferentes reacciones que presentan las personas ante el uso de la tecnología.

- Valoración de la utilidad
- Percepción sobre su capacidad de manejo
- Frustración y/o ansiedad hacia la tecnología.

Generación

Para esta investigación, generación se entenderá a las propuestas por Ortega y Gasset que dividen a las generaciones en generación Y (20 - 32) y generación X (33 - 49).

2.5 Alcances y Límites

En esta investigación se trabajará la diferencia de la actitud hacia la tecnología de los colaboradores de empresas de la ciudad de Guatemala dependiendo a la generación a la que pertenezcan. La investigación abarca a la Generación Y y Generación X, comprendidas entre las edades de 20 a 49 años.

Dicho grupo de personas tienen en común el mismo puesto dentro de las diferentes empresas.

La investigación está enfocada únicamente a los colaboradores de empresas de restaurantes de comida rápida de la ciudad capital.

2.6 Aporte

A medida que pasa el tiempo se ha podido ver como la tecnología se ha convertido en uno de los productos fundamentales del consumo de la modernidad ya que puede traer innumerables beneficios, en el ámbito laboral es donde ha ocurrido mayores cambios, estudios recientes revelan el impacto de la tecnología en las personas. Los resultados de este estudio podrán ser de beneficio para las organizaciones ya que podrán conocer como sus colaboradores se sienten ante las nuevas innovaciones y los cambios tecnológicos. Con base en los resultados también podrán tomar en cuenta dependiendo de la generación como hacer que las personas adopten de mejor manera el cambio tecnológico.

Al identificar la actitud de los trabajadores de las empresas, los jefes inmediatos o superiores podrán tener un mejor conocimiento acerca de cómo la tecnología ha venido a afectar la actitud de sus colaboradores y como esto puede estar influyendo en su productividad laboral

III Método

3.1. Sujetos

En la presente investigación se tomó en cuenta a una muestra que pertenece a la población de las diferentes empresas privadas de la ciudad de Guatemala. Como parte de este estudio, el grupo de sujetos fue seleccionado según Hernández, Fernández y Baptista (2010) por medio de muestreo por cuotas que consiste en que la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o de quien hace la muestra. La muestra consiste en dos generaciones, que son la generación X y generación Y.

Las muestras de las dos generaciones cuentan con 30 personas cada generación. Las características propias de los sujetos es que comprenden edades entre los 20 y 49 años según la generación a la que pertenezca, de género masculino y femenino los sujetos pertenecen a un mismo departamento.

Edad		
No de Sujetos	Rango de edad	Generación:
30	20 - 32	Generación Y
30	33 - 49	Generación X

3.2. Instrumento

Para alcanzar el objetivo planteado en esta investigación, se utilizó un cuestionario hecho por la investigadora, para medir la actitud hacia la tecnología. Los instrumentos fueron aplicados de forma individual a la muestra de sujetos.

La obtención de información para conocer la actitud hacia la tecnología en las muestras seleccionadas se llevó a cabo a través de la aplicación de un instrumento con una escala de respuesta tipo Likert, auto aplicable. Dicho instrumentos consta de 15 preguntas, que consiste en una serie de afirmaciones, en la cual el sujeto debe seleccionar la respuesta con la que se sienta más identificado.

Respuesta	Puntaje
Muy de acuerdo	4
De acuerdo	3
En desacuerdo	2
Muy en desacuerdo	1

Indicadores	
Punteo Máximo: 60 Punteo Mínimo: 15	
Valoración de la Utilidad	Ítems: 1,12,14
Percepción sobre su capacidad de manejo	Ítems:2,5,6,13,15
Frustración y/o ansiedad hacia la tecnología	Ítems: 3,4,7,8,9,10,11

Escala para Actitud hacia la tecnología	
Positivo	51 - 60
Indiferente	31 - 50
Negativo	15 - 30

Valoración de la Utilidad	
Punteo Máximo: 12 Punteo Mínimo: 3	
Positivo	10 - 12
Indiferente	6 - 9
Negativo	3 - 5

Percepción sobre su capacidad de manejo	
Punteo Máximo: 20 Punteo Mínimo: 5	
Positivo	16 - 20
Indiferente	11 - 15
Negativo	5 - 10

Frustración y/o ansiedad hacia la tecnología	
Punteo Máximo: 28 Punteo Mínimo: 7	
Positivo	19 - 28
Indiferente	12 - 18
Negativo	7 - 12

3.3. Procedimiento

La investigación se realizará bajo el cumplimiento de los siguientes pasos.

- Se seleccionó el tema a investigar y se aprobó.
- Seguidamente se creó un instrumento para la medición de las variables del estudio.
- Para que el instrumento cumpla con las normas y el objetivo de la investigación, tuvo la revisión y validación por tres expertos para poder aplicarlo.
- Las empresas autorizaron la aplicación del instrumento.
- Se aplicó el instrumento a las muestras seleccionadas.
- Luego se tabularon los datos obtenidos por el instrumento.
- Se realizaron tablas con los resultados obtenidos y se analizaron.
- Finalmente se elaboró el informe final con las conclusiones y recomendaciones

3.4. Diseño y Metodología Estadística

La presente investigación es de tipo cuantitativo cuasi experimental que según Salkind (1999) describe que este tipo de estudio permite estudiar los efectos de las variables de estudio cuando estas ya han ocurrido. Por ejemplo si se estudia las diferencias entre hombres y mujeres en cuanto a su habilidad numérica, la posible causa de tales diferencias ya ocurrió. En la investigación se tomó como grupo de control a una de las generaciones porque las variables fueron manipuladas por naturaleza y no por el investigador.

El diseño de la investigación es con post prueba únicamente y grupo de control que de acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2010) es el diseño que puede extenderse para incluir más de dos grupos (tener varios niveles o modalidades de manipulación de la variable independiente). Los participantes se asignan al azar a los grupos.

La metodología estadística será la media, t de student y la desviación estándar. Todo con el apoyo de Excel y programas de internet.

RG₁ X 0₁

RG₂ – 0₂

IV. Presentación de Resultados

A continuación se presentan los resultados obtenidos del cuestionario auto aplicable de Actitud hacia la tecnología que se realizó a los colaboradores de diferentes generaciones del área de restaurantes de empresas de la ciudad capital.

El cuestionario fue realizado con el fin de conocer la valoración de la utilidad, percepción sobre su capacidad de manejo y la frustración o ansiedad que la tecnología pueda estar causando a los colaboradores de las distintas generaciones.

Los resultados se presentan de forma cuantitativa en una serie de tablas con datos de la media, desviación estándar, t de student y el número de sujetos encuestados.

Tabla 4.1

Análisis inferencial de la actitud hacia la tecnología, según la generación de los trabajadores

Total Final / Actitud hacia la tecnología		
	Generación Y	Generación X
Media	40.97	38.80
Desviación estándar	7.90	5.28
n	30	30
Varianza agrupada	45.21	
Grados de libertad	58	
Estadístico t	1.25	
P(T<=t) dos colas	0.22	
Valor crítico de t (dos colas)	2.00	

El objetivo general de la investigación es establecer la diferencia en la actitud hacia el uso de la tecnología según la generación de los colaboradores, como se muestra en la tabla 4.1 se puede observar que la media de la generación Y es de 40.97 y el de la generación X es de 38.80 según la escala establecida en la investigación los resultados de las dos generaciones entrarían en la escala de **31 – 50** esto significa que la actitud de ambas generaciones hacia la tecnología es indiferente, ven a la tecnología como herramienta en su puesto de trabajo pero no más allá de eso.

Por los resultados obtenidos podemos decir que no hay evidencia estadísticamente significativa, lo que significa que no hay diferencia en la actitud hacia la tecnología según la generación.

Tabla 4.2

Valoración de la Utilidad		
	Generación Y	Generación X
Media	10.6	10.69
Desviación estándar	1.22	1.26
n	30	30
Varianza agrupada	2.40	
Grados de libertad	58	
Estadístico t	-0.22	
P(T<=t) dos colas	0.83	
Valor crítico de t (dos colas)	2.00	

Como los objetivos específicos de la investigación son identificar las consecuencias de la implantación de la tecnología en las empresas, según la tabla 4.2 se muestra que la media de ambas generaciones es de 10.6. Según la tabla de escala establecida para este factor tanto para la

generación Y como para la generación X se encuentran en un rango de **10 – 12** significa que las dos generaciones ven como algo positivo la incorporación de la tecnología al puesto de trabajo, es necesaria para realizar las tareas asignadas y en su mayoría aprovechan los recursos tecnológicos que la empresa brinda.

Por los resultados obtenidos de esta tabla podemos concluir que no hay evidencia estadísticamente significativa, es decir que ambas generaciones le dan el mismo valor a la tecnología no hay diferencia.

Tabla 4.3

Percepción sobre su capacidad de manejo		
	Generación Y	Generación X
Media	13.03	12.46
Desviación estándar	3.21	2.00
n	30	30
Varianza agrupada	7.18	
Grados de libertad	58	
Estadístico t	0.83	
P(T<=t) dos colas	0.41	
Valor crítico de t (dos colas)	2.00	

Otro objetivo específico es conocer la actitud de las diferentes generaciones sobre la tecnología en el ámbito laboral. Como se puede observar en la tabla 4.3 hay poca dispersión en los datos se puede decir que es un grupo homogéneo. Ambos grupos están en un rango de **11 – 15** lo cual significa que es indiferente, la tecnología no les ha creado ninguna dificultad en el puesto de trabajo ni consideran que ha bajado su desempeño laboral por el uso de la misma y se les facilita su uso diario dentro de la empresa.

Con base a los resultados concluimos que no hay evidencia estadísticamente significativa es decir que la generación Y y la generación X tienen una misma percepción sobre la capacidad de manejo de la tecnología ya que la diferencia entre las medias es de 0.83.

Tabla 4.4

Frustración y/o ansiedad hacia la tecnología		
	Generación Y	Generación X
Media	17.33	15.65
Desviación estándar	4.48	3.03
n	30	30
Varianza agrupada	14.63	
Grados de libertad	58	
Estadístico t	1.70	
P(T<=t) dos colas	0.09	
Valor crítico de t (dos colas)	2.00	

En la tabla 4.4 podemos observar que no hay mayor diferencia en la media de ambos grupos por lo cual los dos están en una escala de **12 – 18** que es indiferente, no se sienten inseguros al utilizar la tecnología en las tareas asignadas ni ansiosos. Por otro lado se puede observar que el 50% de ambas generaciones usan de modo excesivo la tecnología en horario de trabajo. No consideran que el uso de la tecnología afecte la comunicación entre compañeros y tampoco se preocupan por los errores cometidos por culpa de la tecnología.

Según los resultados podemos concluir que no hay evidencia estadísticamente significativa según el estadístico t que es de 1.70 esto quiere decir que ninguna de las generaciones presenta ansiedad o frustración al momento de utilizar la tecnología

V. Discusión de Resultados

A través del análisis de las encuestas aplicadas al grupo de colaboradores de distintas generaciones de las empresas de restaurantes de comida rápida de la ciudad capital, se indica que no hay diferencia estadísticamente significativa entre la actitud hacia la tecnología de la generación Y y generación X basándose en los indicadores valoración de la utilidad, percepción sobre su capacidad de manejo y frustración y/o ansiedad hacia la tecnología.

Tomando como base los antecedentes relacionados y resultados obtenidos en la presente investigación se hará una comparación con los estudios realizados para determinar su relación o falta de relación con el presente estudio con el objeto de enriquecer la investigación.

El objetivo general de este estudio de tipo cuasi experimental fue establecer la diferencia en la actitud hacia el uso de la tecnología según la generación de los colaboradores. Uno de los objetivos específicos fue conocer la actitud de las diferentes generaciones en el ámbito laboral y según los resultados en el factor frustración y/o ansiedad hacia la tecnología coincide con el estudio de Díaz (2014) que estudió el nivel de fatiga informática por el uso de la nueva tecnología de la información y comunicación en los colaboradores de una empresa hotelera, y el rango de edad de los colaboradores fue de 21 a 50 años un rango de edad parecido al de esta investigación que es de 20 a 49 años. Cuyo resultados indicaron que los colaboradores presentan un nivel bajo de ansiedad al trabajar con las TICS no se sienten tensos ni ansiosos. En lo que no concuerda esta investigación con la de Díaz es que los sujetos de este estudio no sienten temor por errores o por perder información por el uso inadecuado de la tecnología.

La investigación realizada por Rosales (2014) consistió en un estudio sobre la actitud de los maestros de primaria de la institución privada de Santa Catarina Pínula, frente a la nueva tecnología de la información y comunicación. Los resultados de Rosales demostraron que los profesores tienen una actitud positiva hacia las TIC esto difiere de esta investigación ya que los resultados que se obtuvieron acerca de la actitud hacia la tecnología de la generación Y y generación X fue indiferente.

La tecnología ha causado grandes cambios en las organizaciones, según Lee (2011) la infraestructura global con las redes alámbricas y las inalámbricas, las computadoras y otros equipos ha evolucionado a un ritmo sorprendente.

Contreras (2013) investigó sobre la actitud de los profesores del Colegio Capouilliez hacia el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación. En sus resultados obtuvo que para los docentes de secundaria el integrar las TICs en las materias que imparten es de importancia para el proceso de aprendizaje y enseñanza entre las conclusiones de Contreras establece que los docentes manifiestan una actitud favorable ante el uso de las TIC. Estos resultados se relacionan con los resultados de la presente investigación ya que la actitud ante el uso de la tecnología como herramienta de trabajo es positiva.

Cada generación adopta de manera diferente los cambios que surgen con el paso del tiempo, según Collado y Méndez (2008) cada generación es un fruto de la anterior y de las experiencias culturales a las que han estado expuestos sus integrantes. La tecnología ha venido a revolucionar la vida de las personas, las organizaciones cada día la incorporan en algún proceso de los diferentes puestos de trabajo y los colaboradores deben aprender cómo utilizarla. Los resultados obtenidos en esta investigación mostraron que la generación Y y la generación X se han

adaptado a estos cambios de tecnología para poder realizar su trabajo y no les ha causado ningún tipo de ansiedad o frustración.

Por otro lado Morales (2012) desarrolló un estudio sobre las causas negativas de la tecnología en supervisores de diferentes organizaciones. En su estudio concluyó que la tecnología influye de manera positiva y negativa en trabajadores de atención al cliente ya que esta puede permitir obtener información de manera más fácil y sencilla, pero a la misma vez produce un descenso en el rendimiento de los empleados al usarla de manera excesiva, esto no concuerda con los resultados obtenidos en este estudio ya que los resultados sobre el uso excesivo de la tecnología en los sujetos encuestados no afecta el desempeño laboral de los mismos ni la comunicación entre compañeros de trabajo.

Mayorga (2011) investigó el internet como herramienta en las tareas de investigación. Los resultados que obtuvo indican que el uso de internet como herramienta en las tareas de investigación es una opción importante para mejorar su rendimiento académico al comparar los resultados del factor de valoración de la utilidad según la generación Y y generación X coincide con el estudio de Mayorga ya que estas generaciones en su mayoría aprovechan los recursos tecnológicos que la empresa brinda y consideran que la tecnología es necesaria para poder realizar las tareas asignadas en su puesto de trabajo.

Según Manpower (2009) el manejo de la diversidad generacional es relevante para la relación de cada una de estas en las organizaciones, clientes, proveedores. El tener en cuenta que cada generación aprende y adopta de diferente forma los aspectos laborales es de gran beneficio para las organizaciones ya que conocen que para ciertas generaciones puede ser más lento o rápido el aprendizaje y toman en cuenta las ventajas y desventajas de esta.

Por otra parte Noriega (2002) investigo la actitud que provoca en el personal administrativo la implementación de la nueva tecnología, sistemas de información y comunicación en los ingenios azucareros. Los resultados indicaron que el personal administrativo de los ingenios mostró una actitud positiva ante la implementación de la tecnología, pero previamente a dicho cambio habían recibido entrenamiento sobre el uso y beneficio del cambio. Los resultado coinciden con el estudio realizado ya que al preguntarle a los sujetos de diferentes generaciones si la incorporación de la tecnología a su puesto de trabajo es una ventaja los resultados fueron que tanto la generación Y como la generación X ven de manera positiva la incorporación de la tecnología y aprovechan de los recursos tecnológicos que la empresa les brinda.

Es de importancia resaltar que debido a los cambios que las organizaciones tienen día a día, y la necesidad de acceder al mercado laboral, las generaciones Y y X se han vuelto flexibles ante cualquier innovación tecnología que la empresa tenga. Según Las Heras y Jiménez (2012) la generación Y se caracteriza por el uso intenso de la tecnología y un deseo constante de retos que abran nuevos caminos, esto los hace más efectivos trabajando ya que son más flexibles.

Entre los resultados analizados de este estudio se demostró que ambas generaciones encuentran eficaz el uso de la tecnología dentro de la empresa, lo que se podría relacionar con los resultados obtenidos en el estudio de Calleros, Villapado, Bañuelos y Gamiño (2013) en el cual se concluyó que un 80% de los empleados de las empacadoras del valle de Tecomán encuentran eficaz el uso de las tecnologías de la información y la comunicación.

Los resultados obtenidos en la presente investigación, pudieron comprobarse y relacionarse con los demás estudios realizados sobre el tema seleccionado de tal forma que existe un respaldo teórico anterior a este estudio, esto brinda credibilidad y coherencia a los resultados obtenidos

En general existe una coincidencia entre los estudios antes mencionados en cuanto a las edades y resultados en la actitud de los colaboradores de las empresas con el presente estudio, lo que permite continuar estudiando el tema para profundizar en diferentes factores o aspectos como diferencia entre géneros según la generación.

VI. Conclusiones

- El presente estudio demostró que no existe relación estadísticamente significativa al 0.05 entre la actitud hacia la tecnología dependiendo la generación del colaborador.
- Según los resultados se concluyó que no hay diferencia estadísticamente significativa al 0.05 en la valoración de la tecnología de la generación Y y generación X
- Se observó que con base a los resultados que no hay diferencia estadísticamente significativa al 0.05 en la percepción de la capacidad de manejo de la tecnología de ambas generaciones.
- Se evidenció que no hay relación estadísticamente significativa al 0.05 en cuanto a frustración y/o ansiedad hacia la tecnología de la generación Y y generación X
- Tanto la generación Y como la generación X estuvieron de acuerdo con que la incorporación de la tecnología en sus puestos de trabajo es una ventaja.
- Ambas generaciones consideraron que la tecnología es una herramienta muy útil para poder realizar sus tareas diarias dentro de la empresa.
- Las generaciones Y y X no consideraron que la implementación de la tecnología afectará su desempeño laboral ni la comunicación con los compañeros de trabajo.

VII. Recomendaciones

- A las empresas, se recomienda realizar una capacitación a los colaboradores al momento de incorporar cualquier tipo programa, proceso etc. que se involucre alguna nueva tecnología, para que el personal de la empresa tenga una mejor aceptación hacia esta innovación.
- Se recomienda que las empresas planifiquen siempre los cambios tecnológicos y automatizaciones y observar las ventajas, desventajas y beneficios que se puedan dar en el proceso.
- A futuros psicólogos industriales, se recomienda profundizar en estrategias concretas respecto a la búsqueda de información en la red para el uso laboral y concientizar siempre al colaborador que el uso excesivo de la tecnología durante los horarios de trabajo puede ocasionar errores en sus funciones diarias.
- A profesionales en el área, se recomienda proporcionar al colaborador las herramientas tecnológicas adecuadas para que pueda desempeñar sus tareas de manera eficiente, pero antes debe evaluar las tareas diarias del colaborador para brindarle lo que realmente se necesita.
- Se recomienda que la organización tenga una persona o equipo de soporte técnico expertos en la nueva tecnología que la empresa incorpore para ayudar a los colaboradores a solucionar cualquier problema que tengan antes y/o durante la implementación.

VIII. Referencias Bibliográficas

- Alderete, M. (2012). *Medición de las tecnologías de la información y la comunicación en empresas de servicios de Colombia*. Cuadernos de Administración (01203592), Vol. 25, 39-62. Recuperado de <http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail?vid=26&sid=5dac8466-87dd-4cdc-9574-b7b98bded7a9%40sessionmgr4002&hid=4112&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZTllaG9zdC1saXZl#db=a9h&AN=89059098>
- Agostini, E. (s/f). *Actitudes y valores*. Recuperado de <http://ocw.uni.edu.pe/ocw/facultad-de-ingenieria-industrial-y-sistemas/desarrollo-organizacional/Semana12-01.pdf>
- Arrarte, G. (2011). *Las tecnologías de la información en la enseñanza del español*. Recuperado de [:http://books.google.com.gt/books?id=v9oItUO5IGMC&pg=PA35&dq=telefonos+inteligentes+o+smartphones&hl=es&sa=X&ei=hS9nUbDCN4zm8gSLvIHAAQ&ved=0CEAQ6AEwBA#v=onepage&q=telefonos%20inteligentes%20o%20smartphones&f=false](http://books.google.com.gt/books?id=v9oItUO5IGMC&pg=PA35&dq=telefonos+inteligentes+o+smartphones&hl=es&sa=X&ei=hS9nUbDCN4zm8gSLvIHAAQ&ved=0CEAQ6AEwBA#v=onepage&q=telefonos%20inteligentes%20o%20smartphones&f=false)
- Betancourt, A. (2013). *Avanzarás con las nuevas tecnologías*. Madrid. Recuperado de https://www.planavanza.es/Canales/CiudadaniaDigital/Documents/Estudio_sobre%20_i_mplantacion_TIC_medio_rural%20.pdf

Boschma, J. y Groen, I. (2006). *Generación Einstein: más listos, más rápidos y más sociales*.

Recuperado

de http://www.anele.org/jornadas_tecnicas/generatie_einsteinspaans_jeroen.pdf

Bringué, X., Sádaba, Ch. y Tolsa, J. (2011). *La generación interactiva en España: Niños y adolescentes ante las pantallas*. Madrid (España): Ariel, S.A.

Calleros, E., Villapado, A., Bañuelos, O. y Gamiño, J. (2013). *Eficacia de procesos administrativos, utilizando las tecnologías de información en las empacadoras de fruta del valle de Tecomàn, Colima*. Global Conference on Business & Finance Proceedings, Vol. 8, 1824-1828. Recuperado de

Vol. 8, 1824-1828. Recuperado de

[http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail?vid=31&sid=5dac8466-87dd-4cdc-9574-](http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail?vid=31&sid=5dac8466-87dd-4cdc-9574-b7b98bde7a9%40sessionmgr4002&hid=4112&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#db=buh&AN=89497023)

[b7b98bde7a9%40sessionmgr4002&hid=4112&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9z](http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail?vid=31&sid=5dac8466-87dd-4cdc-9574-b7b98bde7a9%40sessionmgr4002&hid=4112&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#db=buh&AN=89497023)

[dC1saXZl#db=buh&AN=89497023](http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail?vid=31&sid=5dac8466-87dd-4cdc-9574-b7b98bde7a9%40sessionmgr4002&hid=4112&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#db=buh&AN=89497023)

Cardona, D. y Polo, J. (2011). *Metodología para medir el impacto del cambio de tecnología móvil de segunda a tercera generación percibido por los usuarios de pymes de Barranquilla*. Universidad & Empresa. 2011, Vol. 20, 128-144. Recuperado de

[http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail?vid=24&sid=5dac8466-87dd-4cdc-9574-](http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail?vid=24&sid=5dac8466-87dd-4cdc-9574-b7b98bde7a9%40sessionmgr4002&hid=4112&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#db=fua&AN=79568509)

[b7b98bde7a9%40sessionmgr4002&hid=4112&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9z](http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail?vid=24&sid=5dac8466-87dd-4cdc-9574-b7b98bde7a9%40sessionmgr4002&hid=4112&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#db=fua&AN=79568509)

[dC1saXZl#db=fua&AN=79568509](http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail?vid=24&sid=5dac8466-87dd-4cdc-9574-b7b98bde7a9%40sessionmgr4002&hid=4112&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#db=fua&AN=79568509)

Cegarra, J. (2004). *Metodología de investigación científica y Tecnológica* (1ed). España.

- Collado, O. y Méndez, A. (2008). Conviviendo entre generaciones. Recuperado de <http://www.uprm.edu/procuraduria/docs/Artviviendoentregeneraciones.pdf>
- Contreras, M. (2013). *Actitud de los profesores del colegio Capouilliez hacia el uso de las TIC`S como estrategia metodológica en el proceso aprendizaje enseñanza* (Tesis de licenciatura). Universidad Rafael Landívar, Guatemala. Recuperado de <http://biblio2.url.edu.gt/Tesis/2013/05/84/Contreras-Maria.pdf> Contenido de Tesis (PDF)
- Coria, J. (2010). *¿Cómo aprenden las generaciones tecnológicas?* Revista e-formadores. Recuperado de http://red.ilce.edu.mx/sitios/revista/e_formadores_ver_10/articulos/monica_coria_jul2010.pdf
- Díaz, M. (2014). *Nivel de fatiga informativa por el uso de las TIC`S en los colaboradores de una empresa hotelera* (Tesis de licenciatura). Universidad Rafael Landívar, Guatemala. Recuperado de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/05/43/Diaz-Maria.pdf> Contenido de Tesis (PDF)
- Ferreiro, R. (2014). *Generación Net, nuevas formas de aprender*. Istmo liderazgo con valores. Recuperado de http://istmo.mx/2006/11/generacion_net_nuevas_formas_de_aprender/
- Fieldmand, R. (2006). *Psicología con aplicaciones en países de habla hispana* (6ª. ed.) México: Mc Graw Hill.
- Fundación Factor Humà. (2012). *Diversidad Generacional*. Recuperado de http://www.factorhuma.org/attachments_secure/article/9888/diversitat_generacional_cast.pdf

- García, P., Stein, G. y Pin, J. (2008). *Políticas para dirigir a los nuevos profesionales: motivaciones y valores de la generación Y*. Recuperado de <http://www.iese.edu/research/pdfs/di-0753.pdf>
- Golik, M. (2013). *Las expectativas de equilibrio entre vida laboral y vida privada y las elecciones laborales de la nueva generación*. Cuadernos de Administración (01203592) Vol. 26, 107-133. Recuperado de <http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail?vid=28&sid=5dac8466-87dd-4cdc-9574-b7b98bde7a9%40sessionmgr4002&hid=4112&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#db=a9h&AN=92572523>
- González, A. (2010). *Queremos que su voz se oiga*. Recuperado de http://www.unicef.org.gt/1_recursos_unicefgua/estudios_opinion/estudios_opinion_2010/tecnologia_info_redessociales_pdf/PrensaLibre_Estudio_TICs.pdf
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación* (5ª. Edición). México: Mc Graw Hill Interamericana.
- Kuhlman, F. y Alonso, A. (2003). *Información y telecomunicaciones* (3ed.). México D.F: La agencia para todos.
- Las Heras, M. y Jiménez, E. (2012). *Generaciones y talento*. Recuperado de <http://www.formacionretail.com/sartia/images/stories/RRHH365GeneracionesyTalento.pdf>
- Leer, A. (2011). *La visión de los líderes en la era digital* (5ª. Ed). México: Pearson Educación.

- Lepicnik, J. y Samec, P. (2013). *Uso de tecnologías en el entorno familiar en niños de cuatro años de Eslovenia*. Comunicar, Vol. 20, 119-126. DOI: 10.3916/C40-2013-03-02.
- Lombardia, P., Stein, G. y Pin, J. (2008). *Políticas para dirigir a los nuevos profesionales: motivaciones y valores de la generación Y*. Recuperado de <http://www.iese.edu/research/pdfs/di-0753.pdf>
- Manpower Inc. (2009). *Reescribiendo las reglas: la interacción generacional en el trabajo*. Recuperado de http://www.manpower.com.mx/uploads/press_room/estudios_investigaciones/Reescribiendo las reglas La Interaccion generacional en el trabajo.pdf
- Mayorga, R. (2011). *Internet como herramienta en las tareas de investigación* (Tesis de licenciatura). Universidad Rafael Landívar, Guatemala. Recuperado de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesis/2011/05/08/Mayorga-Rony.pdf> Contenido de Tesis (PDF)
- Morales, A. (2012). *Percepción de un grupo de supervisores de diferentes organizaciones respecto a los efectos negativos del uso de tecnología inalámbrica en el rendimiento de empleados que atienden clientes* (Tesis de licenciatura). Universidad Rafael Landívar, Guatemala. Recuperado de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2012/05/65/Morales-Astrid.pdf> Contenido de Tesis (PDF)
- Morris, C. y Maisto, A. (2009). *Psicología*. (10ed). México, D.F. Pearson Educación
- Navarro, A. (2010). Nuevas tecnologías y relaciones laborales: El estado de la cuestión. *Revista de derecho* (16081714). 2010, Vol. 11, 259-287. Recuperado de <http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail?vid=20&sid=5dac8466-87dd-4cdc-9574->

b7b98bded7a9%40sessionmgr4002&hid=4112&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9z
dC1saXZl#db=a9h&AN=57196200

Noriega, E. (2002). *Actitud que provoca en personal administrativo la implementación de nueva tecnología, sistemas de información y comunicación en los ingenios azucareros* (Tesis de licenciatura). Universidad Rafael Landívar, Guatemala. Recuperado de <http://biblio4.url.edu.gt/Tesis/V20/2002/05/43/Noriega-Ernesto.pdf> [Contenido de Tesis \(PDF\)](#)

Ortega y Gasset, J. (1982). *El tema de nuestro tiempo*. Madrid: Alianza

Peirano, A. (s/f). *La convivencia de diferentes generaciones: una ecuación difícil de resolver*. Recuperado de <http://www.dad.uncu.edu.ar/upload/barbieri.pdf>

Quiñonez, I. (2013). *Capacitación del recurso humano ante los cambios tecnológicos de la mediana empresa industrial de la ciudad de Quetzaltenango* (Tesis de licenciatura). Universidad Rafael Landívar, Campus de Quetzaltenango, Quetzaltenango, Guatemala. Recuperado de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/01/01/Yubikza-Ivonne.pdf> [Contenido de Tesis \(PDF\)](#)

Restrepo, M. (2006). *Web un Paradigma de comunicación* (1 ed.). Facultad de Artes.

Rojas, O. (2012). *Relaciones públicas, la eficacia de la influencia*. Recuperado de: <http://books.google.com.gt/books?id=0x7njUWRxxcC&pg=PA354&dq=que+son+los+telefonos+inteligentes+o+smartphones&hl=es&sa=X&ei=9DNnUemfGoTg8wSf5YGABg&ved=0CE0Q6AEwBTgK#v=onepage&q=que%20son%20los%20telefonos%20inteligentes%20o%20smartphones&f=false>

- Rosales, C. (2014). *Actitud de los maestros de primaria de la institución privada de Santa Catarina Pínula, frente a las nuevas tecnologías de la información y comunicación, TICs, en la labor docente* (Tesis de licenciatura). Universidad Rafael Landívar, Guatemala. Recuperado de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/05/84/Rosales-Claudia.pdf> [Contenido de Tesis \(PDF\)](#)
- Rubio, A. (2010). *Generación digital: patrones de consumo de internet, cultura juvenil y cambio social*. Revista de estudio de juventud n. 88. Recuperado de <http://www.injuve.es/sites/default/files/RJ88-14.pdf>
- Salkind, N. (1999). *Métodos de investigación* (3ed). Kansas, Estados Unidos: Prentice- Hall.
- Semenov, A. (2005). *Las tecnologías de la información y la comunicación en la enseñanza*. Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001390/139028s.pdf>
- Simón, C. y Allard, G. (2007). *Generación Y y mercado laboral: modelos de gestión de recursos humanos para los jóvenes profesionales*. Recuperado de http://www.hrcenter.org/img_comunes/investigacion/investigacion_esp/10.pdf

ANEXO

Ficha técnica Cuestionario Actitud hacia la tecnología

Nombre	Cuestionario Auto Aplicable de Actitud hacia la tecnología
Autor	Lucia Pivaral Amaya
Objetivo	Medir la actitud hacia la tecnología dependiendo de la generación del sujeto.
¿Qué mide?	Este cuestionario se califica en 3 indicadores: 1. valoración de la utilidad. Ítems: 1,12,14 2. percepción sobre su capacidad de manejo ítems: 2,5,6,13,15 3. frustración y/o ansiedad hacia la tecnología ítems: 3,4,7,8,9,10,11
Sujetos	El test lo puede responder personas con un rango de edad entre los 20 a los 60 años, de ambos géneros y con un nivel educativo medio.
Forma de aplicación	Individual y/o colectiva, se necesita el material con las preguntas y lápiz. El sujeto debe marcar con una "x" la respuesta que mejor se adecue a su percepción.
Duración	Un máximo de 15 minutos
Reactivos	El test consta de 15 ítems
Opción de respuesta	Incluye cuatro opciones de respuesta con su respectiva ponderación: Muy de acuerdo 4 De acuerdo 3 En desacuerdo 2 Muy en desacuerdo 1
Puntaje máximo y mínimo	Se obtiene un puntaje máximo de 60 puntos y 15 mínimos.
Juicio de expertos	Manuel Arias. Karla Rodas. Beatriz Peña. Patricia Rosada.

Cuestionario Auto Aplicable

El siguiente cuestionario se elaboró con el fin de medir la actitud de la persona hacia la tecnología.

Instrucciones: Marque con una “X” la respuesta que mejor se adecue a su percepción.

Edad: _____ Género: _____

No.	Pregunta	Muy de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
1.	Considero que la incorporación de la tecnología a mi puesto de trabajo es eficaz	4	3	2	1
2.	La tecnología ha facilitado mi trabajo diario dentro de la empresa.	4	3	2	1
3.	Siento alguna dependencia hacia la tecnología para realizar el trabajo que me asignan.	4	3	2	1
4.	Utilizo excesivamente la tecnología en mi horario de trabajo.	4	3	2	1
5.	La tecnología me ha ayudado a realizar de mejor manera mi trabajo.	4	3	2	1
6.	Ha bajado mi desempeño laboral por el uso de la tecnología en mi puesto de trabajo.	4	3	2	1
7.	He cometido errores con las tareas asignadas por culpa de la tecnología.	4	3	2	1
8.	La tecnología ha afectado mi comunicación con mis compañeros de trabajo.	4	3	2	1
9.	Me siento ansioso al utilizar la tecnología en mi puesto de trabajo.	4	3	2	1
10.	Me aburre estar utilizando la tecnología en mi horario de trabajo.	4	3	2	1
11.	Me siento inseguro al utilizar la tecnología para realizar mis tareas asignadas.	4	3	2	1
12.	Me gusta aprovechar los recursos tecnológicos que brinda la empresa.	4	3	2	1
13.	La tecnología ha provocado hábitos negativos en mi puesto de trabajo.	4	3	2	1
14.	No necesito de la tecnología para poder realizar las tareas asignadas.	4	3	2	1
15.	No tengo ningún interés por hacerme experto en el uso de la tecnología para mi puesto de trabajo.	4	3	2	1