

**ACEPTACIÓN DE LOS CURSOS VIRTUALES DE IDIOMAS “INGLÉS Y
PORTUGUES” OFRECIDOS POR LINGUAVID A INSTITUCIONES DE
EDUCACIÓN SECUNDARIA PRIVADAS**

**DIEGO ALEJANDRO ARBOLEDA
MARTHA ELENA CASTAÑEDA LONDOÑO
SANDRA NATALY CARDENAS
OMAIRA QUINTERO OSORIO**

**UNIVERSIDAD DE MEDELLIN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESPECIALIZACION MERCADEO GERENCIAL
MEDELLÍN**

**ACEPTACIÓN DE LOS CURSOS VIRTUALES DE IDIOMAS “INGLÉS Y
PORTUGUES” OFRECIDOS POR LINGUAVID A INSTITUCIONES DE
EDUCACIÓN SECUNDARIA PRIVADAS**

Por

**DIEGO ALEJANDRO ARBOLEDA
MARTHA ELENA CASTAÑEDA LONDOÑO
SANDRA NATALY CARDENAS
OMAIRA QUINTERO OSORIO**

**Trabajo de grado para optar al título de Especialista en Mercadeo
Gerencial**

**Asesora Metodológica
VIRGINIA LOPEZ DE ROLL
Gerente Integral**

**UNIVERSIDAD DE MEDELLIN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESPECIALIZACION MERCADEO GERENCIAL
MEDELLÍN**

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	9
1. PLANTEAMIENTO DE LA OPORTUNIDAD	10
1.1. DIAGNÓSTICO INICIAL	10
1.1.1. Datos Secundarios	10
1.1.2. Encuestas informales	12
1.1.3. Observación	13
1.1.4. Expertos	14
1.2. ALCANCE DEL PROYECTO.....	14
1.3. VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN.....	14
1.4. FORMULACIÓN DE LA OPORTUNIDAD.....	15
2. JUSTIFICACIÓN	16
3. MARCO DE REFERENCIA.....	16
3.1. MARCO TEÓRICO	16
3.2. MARCO CONCEPTUAL:.....	19
4. OBJETIVOS	24
4.1. OBJETIVO GENERAL.....	24
4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	24
5. HIPÓTESIS	26
6. RESTRICCIONES.....	27
6.1. ECONÓMICAS	27
6.2. BIBLIOGRÁFICAS.....	27
6.3. TIEMPO.....	27
7. PROCEDIMIENTO DE MUESTREO.....	28

8.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	29
9.	MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	30
10.	DISEÑO DE LA ENCUESTA.....	31
11.	ANÁLISIS VARIABLES	32
11.1.	UNIVARIABLES	32
11.1.1.	Idiomas	32
11.1.2.	Herramientas de Aprendizaje.....	32
11.1.3.	Interacción	32
11.1.4.	Metodología	33
11.1.5.	Página Web Amigable	33
11.1.6.	Accesibilidad	33
11.1.7.	Precio.....	34
11.1.8.	Edad	34
11.1.9.	Nivel de Idioma	34
11.2.	HALLAZGOS UNIVARIABLES	35
11.3.	ANÁLISIS BIVARIABLES	40
11.3.1.	Edad-Herramientas de Aprendizaje	40
11.3.2.	Edad-Página Web Amigable	40
11.3.3.	Edad-Nivel de Idioma.....	40
11.4.	HALLAZGOS BIVARIABLES.....	41
11.5.	PRUEBA DE INDEPENDENCIA	41
11.5.1.	Hipótesis Nula y Alternativa	41
11.5.2.	Nivel de Significancia.....	42
11.5.3.	Frecuencia Esperada.....	42

11.5.4.	Grados de Libertad	42
11.5.5.	Chi Cuadrado Calculado	42
11.5.6.	Chi Cuadrado Tabla	43
11.5.7.	Resultados y Análisis	43
12.	COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS.....	44
13.	CONCLUSIONES	45
14.	RECOMENDACIONES	46
15.	ANEXOS.....	47

LISTADO DE TABLAS

Tabla 1: Idioma	32
Tabla 2: Herramientas de aprendizaje	32
Tabla 3: Interacción	32
Tabla 4: Metodología	33
Tabla 5: Página web amigable.....	33
Tabla 6: Accesibilidad	33
Tabla 7: Precios	34
Tabla 8: Edades.....	34
Tabla 9: Nivel de Idioma	34
Tabla 10: Edades y herramientas de aprendizaje.....	40
Tabla 11: Edades Pagina.....	40

LISTADO DE GRAFICOS

Gráfico 1: Idiomas que enseñan actualmente.....	12
Gráfico 2: Nivel de aceptación	13
Gráfico 3: Aceptación de precio.....	13
Gráfico 4: Q1 Idioma.....	35
Gráfico 5: Q2 Herramientas para enseñanza	36
Gráfico 6: Q3 Interacción	36
Gráfico 7: Q4 Metodología	37
Gráfico 8: Q5 Página web amigable	37
Gráfico 9: Q6 Accesibilidad.....	38
Gráfico 10: Q7 Precio	38
Gráfico 11: Q8 Edades	39
Gráfico 12: Q9 Nivel de Idioma.....	39

LISTADO DE ANEXOS

ANEXO A: Etapas de desarrollo del proyecto (Cronograma de actividades).....	52
ANEXO B: Etapas de desarrollo del proyecto (Cronograma de actividades).....	52
ANEXO C: Formato de Encuesta Informal a Instituciones	52
ANEXO D: Formato de cuestionario	52
ANEXO E: Ficha técnica de la encuesta.....	52
ANEXO F Matriz de Éxito	52
ANEXO G: Árbol de Decisión.....	52
ANEXO H: Encuestas Físicas Diligenciadas.....	52
ANEXO I: Sábana de Respuestas	52

RESUMEN EJECUTIVO

Cada vez se vuelve más indispensable para los colegios privados ofrecer a sus estudiantes nuevas y avanzadas herramientas que optimicen el aprendizaje de una segunda lengua, pues se constituye en un valor agregado para ofrecer a los alumnos, quienes luego de graduarse podrán acceder a mejores oportunidades tanto para la educación superior, como para su desarrollo profesional y personal.

La actual investigación tiene como finalidad determinar el nivel de aceptación de los programas ofrecidos por Linguavid a los colegios privados de Medellín y su área metropolitana, como un complemento dentro de la enseñanza que ofrecen a sus estudiantes, a través de una página web, con una metodología propia aprobada por el Marco Común Europeo. Dicha metodología y herramienta les permite a las entidades educativas llevar un registro y control completo de los procesos de aprendizaje de cada uno de sus alumnos, lo cual se traducirá en mejores resultados a nivel de interiorización del segundo idioma y en la interacción fuera del aula entre estudiantes y docentes.

El estudio arroja como resultados principales que el 80% de las instituciones privadas bilingües de Medellín están interesadas en implementar dentro de su programa de estudios, el producto ofrecido por Linguavid, el 20% restante ya cuenta con una plataforma virtual de apoyo.

Con los resultados obtenidos en esta investigación, se plantearán estrategias desde la mezcla de mercadeo, que le permitirán a la empresa fortalecerse más y volverse más competitiva, llevándola así a un alto nivel de posicionamiento en su mercado objetivo, alcanzando y replanteando sus metas con base en un completo conocimiento de las necesidades de sus clientes.

1. PLANTEAMIENTO DE LA OPORTUNIDAD

1.1. DIAGNÓSTICO INICIAL

Conversatorio con la Gerencia

Linguavid es un portal virtual creado por docentes altamente calificados, experimentados y certificados en conocimientos lingüísticos y en la enseñanza de inglés y portugués como una segunda lengua, con el auspicio y aprobación de un grupo importante de inversionistas.

A la fecha se ha desarrollado una unidad de negocios de cursos virtuales masivos, dirigidos a cualquier persona natural de cualquier parte del mundo que se inscriba a través de la web y se está estructurando otra unidad de cursos virtuales dirigida a Instituciones de Educación Superior.

El señor Gilberto Ochoa, Director General, expresa su interés en ofrecer los cursos de Linguavid como un complemento educativo, didáctico y personalizado a colegios de carácter privado. Él quiere conocer la aceptación que tendrían sus servicios, sabiendo de antemano que estas instituciones tienen un programa muy bien estructurado, métodos y herramientas de estudio definidas, un presupuesto limitado, instalaciones físicas adecuadas y docentes calificados.

1.1.1. Datos Secundarios

- Universidad de Medellín: Entre Ciencia e Ingeniería

Pág. 96-111

Año 2009

- Universidad de Medellín: Avances en Sistemas e Informáticas

Pág. 39-46

Año 2007

- Universidad de Medellín: Revista Colombiana de Computación

Pág. 42-59

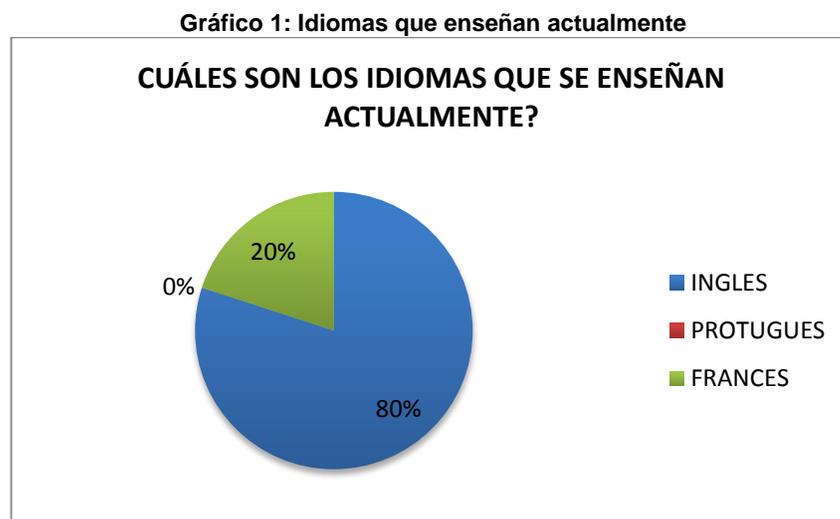
Año 2009

- Internet:
<http://revistavirtual.ucn.edu.co/index.php/RevistaUCN/article/view/35/80>
- Internet:
<http://books.google.com.co/books?id=xCgEANZD8qkC&pg=PA24&lpg=PA24&dq=incidencia+de+cursos+virtuales&source=bl&ots=R3fHOvTDvW&sig=6HnEkrF-I9WHzqL-NQY-aFtHxfA&hl=es&sa=X&ei=yv0sU7D2DsulkQfc9YGABQ&ved=0CEUQ6AEwBQ#v=onepage&q=incidencia%20de%20cursos%20virtuales&f=false>
- <http://www.estilosdeaprendizaje.es/menuprinc2.htm>
- <http://www.ugr.es/~sevimeco/revistaeticanet/Numero2/Articulos/Intrecedu.pdf>
- <http://alianzasuperior.com/2013/06/25/tendencias-en-la-educacion/>
- http://educoas.org/portal/la_educacion_digital/147/pdf/ART_UNNED_EN.pdf
- <http://www.americalearningmedia.com/component/content/article/129-tendencias/1003-idiomas-online-una-tendencia-formativa-que-crece>
- http://www.ateneonline.net/datos/77_01_Trabaldo_Susana.pdf
- <file:///C:/Users/usuario/Downloads/233-874-1-PB.pdf>

1.1.2. Encuestas informales

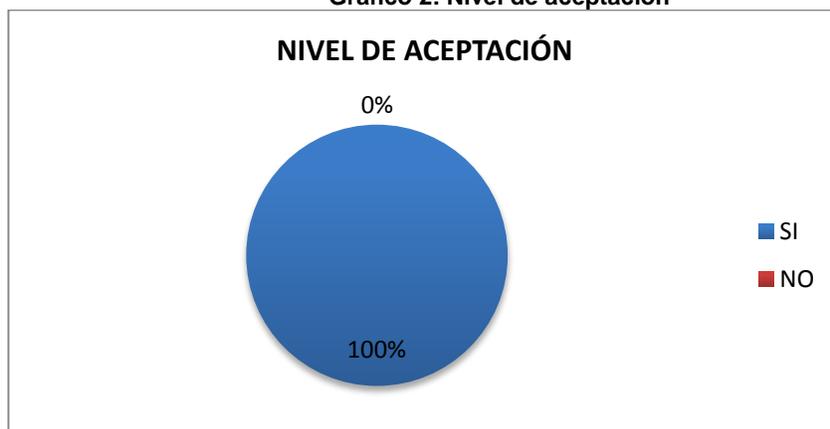
Se aplicaron cuatro encuestas informales a rectores de colegios privados bilingües de municipios de Antioquia y los resultados que arrojaron fueron los siguientes:

- El 80% de los encuestados tiene dentro de su plan de estudios la enseñanza del idioma inglés.



- El 100% de los encuestados les interesaría incluir dentro de su programa de estudios de segundo idioma una herramienta virtual con una metodología didáctica basada en videos tutoriales que refuerce el conocimiento en una segunda lengua.

Gráfico 2: Nivel de aceptación



- 50% de ellos estaría dispuesto a pagar por esta herramienta entre \$200.000 y \$400.000

Gráfico 3: Aceptación de precio



1.1.3. Observación

En el proceso de observación en las instituciones hemos detectado que en su mayoría, incluyen de manera obligatoria, dentro del programa de estudios ofrecido a sus estudiantes el libro "TRAVELERS" de la Universidad de Cambridge, como material de apoyo para el aprendizaje del idioma inglés, el cuál no está incluido dentro de los gastos de matrícula ni de pensión.

1.1.4. Expertos

Los docentes y especialistas en idiomas César Arango, docente de inglés y el señor Diego Alejandro Prisco, docente de portugués; ambos con experiencia en transmisión de conocimiento virtual y presencial, afirman que la tendencia en el ámbito del aprendizaje, es estudiar a distancia, ya que esta modalidad permite a los estudiantes manejar su tiempo, su ritmo de aprendizaje, su horario y pueden acceder a las herramientas virtuales desde cualquier lugar y en cualquier momento.

Además de que la metodología utilizada brinda espacios de interacción que facilitan y dinamizan el aprendizaje.

1.2. ALCANCE DEL PROYECTO

- Encuestas personales: Se realizaron 50% face to face y 50% telefónicamente.
- Fuentes secundarias.

1.3. VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

De la conversación con la gerencia y la consulta de datos secundarios se obtuvieron las siguientes variables:

- Idiomas.
- Herramientas de aprendizaje.
- Interacción.
- Metodología.
- Página web amigable.
- Accesibilidad.

- Precios.
- Edad.
- Nivel de idioma

1.4. FORMULACIÓN DE LA OPORTUNIDAD

¿Cuál es la aceptación de los cursos virtuales de idiomas inglés y portugués ofrecidos por Linguavid a instituciones de educación secundaria privadas en Medellín y su área metropolitana?

2. JUSTIFICACIÓN

Linguavid es una empresa que inició operación hace 5 meses en el mercado, desde entonces ha tenido 7.800 visitas directas a la página, que se han generado a partir de la comunicación en redes sociales y el voz a voz.

La compañía tiene a la fecha una sola unidad de negocio bien estructurada, pero reconoce que para garantizar el crecimiento de la empresa es necesario ampliar su línea y llegar a otro tipo de nichos de mercado, diferentes al consumidor virtual masivo, como Instituciones de Educación Superior, gubernamentales (empresas del sector público, colegios, universidades, alcaldías), empresas del sector privado e instituciones de educación secundaria privadas, que son el foco de la nueva unidad de negocio que se quiere investigar.

La ejecución del proyecto se convierte en una estrategia para dar a conocer la empresa, las bondades de su plataforma y las fortalezas de su metodología al mercado que se quiere abordar. Así mismo, al concluir el proyecto de investigación, Linguavid conocerá el grado de aceptación de su metodología en instituciones de educación secundaria privadas y de allí la viabilidad de implementar en su estructura esta nueva unidad de negocio.

3. MARCO DE REFERENCIA

3.1. MARCO TEÓRICO

En las últimas décadas, la educación ha sufrido importantes cambios propiciados por el desarrollo de las tecnologías que han modificado las formas de acceso y difusión de la información y los modos de comunicación entre los individuos.

La incorporación de tecnologías al ámbito educativo, permite potenciar los modelos de educación ya existentes, generando nuevas formas, estilos y procesos, y la creación de nuevas propuestas con fines de desarrollo profesional y de formación permanente, donde el uso combinado de métodos pedagógicos y materiales de autoaprendizaje con el uso de diversas tecnologías, posibilita procesos educativos y comunicacionales que implica el acercamiento entre los agentes involucrados en la enseñanza-aprendizaje, facilitando el aprendizaje colaborativo.

En un estudio realizado por una reconocida institución de California resultó factor clave para el desarrollo inmediato de las regiones, el Internet, el conectar la población y dotar de computadoras y tabletas, tanto las escuelas como los hogares. Desde 2008 se acuñó el término “Masive open online course” -MOOC- para designar la revolución educativa que ya ha impactado la forma como aprenden los jóvenes en todo el mundo.

Internet es una poderosa herramienta para difundir el conocimiento y la educación, es una de las mayores fuentes de información disponibles, ya que reduce considerablemente el tiempo y el esfuerzo en la búsqueda del saber, configurando nuevos sistemas de formación más flexibles y de fácil acceso. Internet genera un concepto clave de interacción que es el aula virtual, que no conoce barreras sociales, culturales, físicas ni sexuales.

La educación a distancia intenta dar respuesta a demandas sociales que la educación presencial no ha podido atender, pero esta no sustituye totalmente a la otra, sino que la complementa. El uso de plataformas virtuales permite a los docentes reforzar el aprendizaje del alumno y ofrece al alumnado la posibilidad de realizar trabajos colaborativos, con acceso a recursos didácticos que facilitan y motivan su aprendizaje.

Sin embargo el empleo de nuevas tecnologías, está relacionado con una concepción muy activa de la educación, ya que el autoaprendizaje supone un giro en las prácticas tradicionales y requiere de un compromiso serio por parte del alumnado, la planta de profesores y de la institución, en cuanto a la adecuación de su infraestructura y planes de estudios que soporten los cambios generados por la inclusión de nuevas tecnologías, que se apoyan en el uso de dispositivos móviles, como un elemento fundamental en la construcción de conocimiento, ya que con la utilización de estas tecnologías se incrementan las posibilidades de interactuar con los miembros del grupo, se mejora la comunicación; por lo tanto, se difumina la barrera que separa a docentes y estudiantes. La tendencia actual hacia el uso de dispositivos móviles en educación está enfocada a que, en el futuro, cada vez más se utilicen estos aparatos en las aulas y en los centros educativos y culturales.

Al mismo tiempo que las telecomunicaciones avanzan también se incrementa la necesidad del aprendizaje de lenguas extranjeras para llevar adelante la comunicación. Los idiomas ocupan un papel fundamental en la educación del nuevo milenio. La evolución del uso de la tecnología en la enseñanza de idiomas, se resume en cuatro grandes etapas.

Al principio el CALL (Computer Assisted Language Learning – Aprendizaje de Idiomas Asistido por computadoras) conductista basado en la postura pedagógica del mismo nombre, se basaba en ejercitación de repetición y la recompensa.

Luego, el CALL comunicativo tenía que ver con ejercicios comunicativos que se llevaban a cabo para practicar el idioma y sus funciones. No importaba el contenido de la interacción, ni tampoco su entorno ni siquiera lo que el alumno produce. Lo que importa es la interacción que permite “input” (entrada de información) para que el estudiante desarrolle el sistema mental del lenguaje.

Por el contrario, el CALL integrador está basado en el punto de vista socio-cognitivo del aprendizaje del lenguaje. De este modo, el idioma se aprende comunicándose con una nueva comunidad, familiarizándose con nuevos géneros y discursos. Por lo tanto, el contenido y la naturaleza de la comunidad son de suma importancia y los alumnos ya no se comunican por el solo hecho de comunicarse, sino porque la comunicación cobra verdadero sentido.

Por lo tanto, no se debería considerar Internet como una herramienta para la enseñanza del idioma sino como la oportunidad que tienen los estudiantes para realizar tareas de la vida cotidiana en el idioma que se está aprendiendo. El propósito de estudiar un idioma no es sólo saberlo como un sistema interno, sino ser capaz de usarlo para manejarse en el mundo real.

3.2. MARCO CONCEPTUAL:

- Educación: Proceso de socialización de los individuos. Al educarse, una persona asimila y aprende conocimientos mediante una plataforma creada en internet.
- Aprendizaje: Proceso a través del cual se adquieren o modifican habilidades, destrezas, conocimientos, conductas o valores como resultado del estudio, la experiencia, la instrucción, el razonamiento y la observación, este aprendizaje enfocado en e-learning permite al usuario interactuar con más facilidad en los medios virtuales.
- Estilos de aprendizaje: Conjunto de características psicológicas que suelen expresarse conjuntamente cuando una persona debe enfrentar una situación de aprendizaje; en otras palabras, las distintas maneras en que un individuo puede aprender. Se cree que una mayoría de personas emplea un método particular de interacción, aceptación y procesado de estímulos e información.

Las características sobre estilo de aprendizaje suelen formar parte de cualquier informe psicopedagógico que se elabore de un alumno y pretende dar pistas sobre las estrategias didácticas y refuerzos que son más adecuados para el aprendiz.

- Aprendizaje Cooperativo: Alta comunicación entre profesores y alumnos por medio de foros virtuales y chats en horarios establecidos previamente según la disponibilidad de los usuarios.
- Plataforma: Se refieren a la tecnología utilizada para la creación y desarrollo de cursos o módulos didácticos en la Web en pro de lograr una mejora de la comunicación aprendizaje y enseñanza. Esta plataforma está montada en la nube con actualizaciones constantes e interacción amigable.
- Bilingüe: Adjetivo que se utiliza para nombrar a quien habla dos lenguas.
- Idioma: Es la lengua propia de un grupo social de individuos.
- Metodología: conjunto de procedimientos que determinan una investigación de tipo científico o marcan el rumbo de una exposición doctrinal. La metodología de estudio es por videos tutoriales, foros y acompañamiento virtual.
- Educación presencial: Profesor y estudiantes están físicamente presentes en un mismo espacio-tiempo durante las clases, se da una comunicación a través del diálogo directo, utiliza por lo general una metodología expositiva.
- Educación a distancia: Profesor y estudiantes pueden no estar físicamente presentes en un mismo espacio-tiempo, se establece una comunicación a través de elementos mediadores, utiliza una metodología innovadora, participativa e interactiva.

- Aula virtual: Espacios y sitios en la web pensados para la enseñanza, con la idea de hacer un uso educativo de internet.
- Redes sociales: Son sitios web que ofrecen servicios y funcionalidades de comunicación diversos para mantener en contacto a los usuarios de la red. Se basan en un software especial que integra numerosas funciones individuales: blogs, wikis, foros, chat, mensajería, etc. en una misma interfaz y que proporciona la conectividad entre los diversos usuarios de la red. En estas redes sociales se integran nuestros usuarios publicando y revisando información relacionada con la educación virtual.
- Accesibilidad: El concepto de accesibilidad, por lo tanto, se utiliza para nombrar al grado o nivel en el que cualquier ser humano, más allá de su condición física o de sus facultades cognitivas, puede usar una cosa, disfrutar de un servicio o hacer uso de una infraestructura.
- Página web amigable: <http://www.linguavid.com/> que permite una facilidad con que las personas pueden utilizar las herramientas ofrecidas por un sitio virtual ofrecido por humanos con el fin de alcanzar un objetivo concreto, la página web contiene demos gratuitos, publicaciones, noticias.
- Videos tutoriales: Recurso educativo que muestra paso a paso los procedimientos a seguir para elaborar una actividad, facilita la comprensión más difíciles para los estudiantes y al estar disponibles en cualquier momento, permite al estudiante recurrir a él cuándo desee y tantas veces como considere necesario. Estos videos se mantienen en contaste actualización.
- Interacción: "acción recíproca; acción o influencia mutua de personas o cosas". La interacción en la educación virtual es un mecanismo necesario y

fundamental para la adquisición del lenguaje y para el desarrollo de aptitudes cognitivas.

- Personalizado: Plataforma virtual adaptada o preparada de acuerdo a las necesidades o deseos de cada persona que ingresa.
- Didáctico: hace referencia a las estrategias o herramientas que se utilizan en el curso on-line para lograr que el alumno aprenda efectivamente, sean estas materiales o recursos comunicativos.
- Lingüístico: Nombra a aquello que pertenece o está relacionado con el lenguaje
- E-learning: Es Empleo de la tecnología en el proceso de enseñanza-aprendizaje electrónico facilitando la comunicación a distancia a través de los canales de comunicación en especial internet donde los usuarios interactúan con los docentes a través de la página web mediante foros de discusión. También puede definirse como un sistema basado en la comunicación masiva y bidireccional que sustituye la interacción personal en el aula del profesor y alumno, como medio preferente de enseñanza, por la acción sistemática y conjunta de diversos recursos didácticos y el apoyo de una organización tutorial, que proporcionan el aprendizaje autónomo de los estudiantes, además de reforzar la habilidad de la comunicación efectiva con los participantes a través de las plataformas usadas.
- Blending: El objetivo principal del blending es mejorar la productividad del contact center, en los servicios de recepción la plantilla no puede ajustarse con precisión a las curvas de llamada, existen momentos pico que es necesario atender para lograr un nivel de servicio adecuado y por contra momentos valle donde el personal no tiene carga de trabajo. Una de las opciones es aprovechar estos momentos para realizar gestiones de BackOffice. El blending puede

ayudarnos a conseguir otro objetivo, atender con llamadas salientes a aquellos clientes que no pudieron ser atendidos en recepción y aumentar así la satisfacción de cliente.

- Andragogía: Se considera como la disciplina educativa que trata de comprender al adulto, desde todos los componentes humanos, es decir como un ente psicológico, biológico y social. La educación andragógica ha cobrado importancia relevante con el surgimiento de nuevos paradigmas educativos encaminados a concretar y construir aprendizajes significativos en los adultos. Lleva la intencionalidad de contemplar las diferencias individuales que confronta la masa estudiantil universitaria con heterogeneidad en el pensar, sentir y actuar, pero que los une el interés de superación y profesionalización. Es por eso que la Andragogía trata de llenar esas expectativas y necesidades en la sociedad a fin de integrarlos al proceso de desarrollo y transformación educativa.

4. OBJETIVOS

4.1. OBJETIVO GENERAL

Conocer el nivel de aceptación de los cursos virtuales de idiomas “Inglés y Portugués” ofrecidos por LINGUAVID a instituciones de educación secundaria privadas en Medellín y su área metropolitana.

4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar otros productos que se pueden incluir dentro del portafolio de productos ofrecidos por LINGUAVID.
- Identificar los idiomas impartidos por las instituciones de educación secundaria privadas en Medellín y su área metropolitana.
- Conocer las herramientas que las instituciones ofrecen a sus estudiantes para reforzar el aprendizaje de una segunda lengua.
- Determinar la importancia de una herramienta de aprendizaje virtual de una segunda lengua que propicie la interacción de estudiantes y docentes.
- Determinar el grado de aceptación de una plataforma virtual con elementos motivacionales.
- Conocer el nivel de aceptación de una metodología didáctica basada en videos.

- Conocer los dispositivos electrónicos a través de los cuales los estudiantes de instituciones de educación secundaria privadas desearían acceder a la herramienta.
- Identificar el precio que estarían dispuestas a pagar las instituciones de educación secundaria privadas en Medellín y su área metropolitana.
- Conocer la edad de los estudiantes de colegios privados en Medellín y su área metropolitana.
- Identificar el nivel máximo de idioma que ofrecen a los estudiantes las instituciones de educación secundaria privadas bilingües en Medellín.

5. HIPÓTESIS

Se espera que el 80% de las instituciones de educación secundaria privadas en Medellín y su área metropolitana estén interesadas en contar con una plataforma virtual con elementos motivacionales que inciten al estudiante a fortalecer sus conocimientos en el segundo idioma.

6. RESTRICCIONES

6.1. ECONÓMICAS

Se realizan 66 encuestas a instituciones de educación secundaria privadas Medellín.

6.2. BIBLIOGRÁFICAS

- Biblioteca Universidad de Medellín.
- Internet.

6.3. TIEMPO

Del 3 de abril al 2 de octubre.

7. PROCEDIMIENTO DE MUESTREO

El tipo de muestreo utilizado es de conveniencia.

- a. Población objeto de estudio: Rectores de instituciones de educación secundaria privadas bilingües en Medellín.

N= 81

- b. Tamaño de la muestra: Como el universo es conocido, el tamaño de la muestra (n) se calcula con la siguiente fórmula:

$$n = (PQ) / (((E^2) / (Z^2)) + ((PQ) / (N)))$$

P=0,5

Q=0,5

E=0,5

Z=1,96

N=81

De donde, **n = 66**

8. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

En el presente estudio hubo una primera etapa exploratoria basada en un diagnóstico inicial, que consistió en la observación y la realización de encuestas informales. En la segunda etapa se utilizó el método concluyente-descriptivo con un estudio estadístico realizando una entrevista personal basada en un cuestionario, en total se efectuaron 66 encuestas.

9. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

El método utilizado en este proyecto fue el de encuestas telefónicas y personales, en total realizamos 33 entrevistas telefónicas y 33 entrevistas personales.

10. DISEÑO DE LA ENCUESTA

Se utilizaron preguntas de tipo cerradas y de escogencia múltiple. Se efectuaron entre el 3 de abril/14 y el 24 de agosto/14.

11. ANÁLISIS VARIABLES

11.1. UNIVARIABLES

11.1.1. Idiomas

Tabla 1: Idioma

IDIOMA		
FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	BASE DE MUESTRA
66	100%	1
2	3%	2
15	23%	3
66		

11.1.2. Herramientas de Aprendizaje

Tabla 2: Herramientas de aprendizaje

HERRAMIENTAS DE APRENDIZAJE		
FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	BASE DE MUESTRA
58	88%	1
20	30%	2
10	15%	3
1	2%	4
66		

11.1.3. Interacción

Tabla 3: Interacción

INTERACCIÓN		
FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	BASE DE MUESTRA
53	80%	1
13	20%	2
66	100%	

11.1.4. Metodología

Tabla 4: Metodología

METODOLOGÍA		
FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	BASE DE MUESTRA
54	82%	1
12	18%	2
66	100%	

11.1.5. Página Web Amigable

Tabla 5: Página web amigable

PÁGINA WEB AMIGABLE		
FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	BASE DE MUESTRA
54	82%	1
12	18%	2
66	100%	

11.1.6. Accesibilidad

Tabla 6: Accesibilidad

ACCESIBILIDAD		
FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	BASE DE MUESTRA
1	2%	1
5	9%	2
0	0%	3
0	0%	4
49	89%	5
55	100%	

11.1.7. *Precio*

Tabla 7: Precios

PRECIOS		
FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	BASE DE MUESTRA
3	5%	1
37	67%	2
15	27%	3
55	100%	

11.1.8. *Edad*

Tabla 8: Edades

EIDADES		
FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	BASE DE MUESTRA
3	5%	1
43	65%	2
20	30%	3
66	100%	

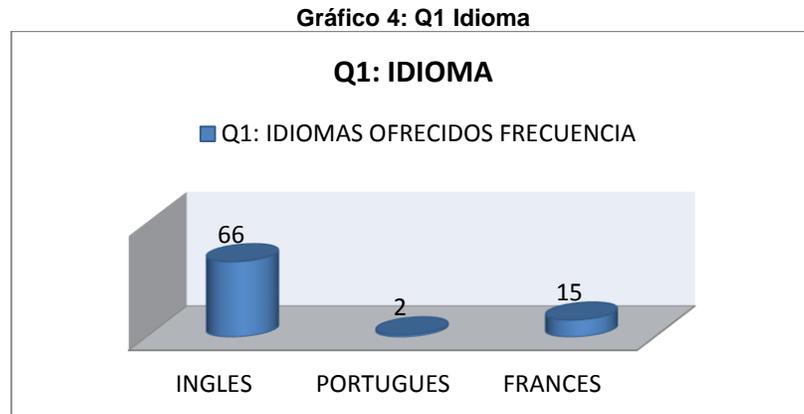
11.1.9. *Nivel de Idioma*

Tabla 9: Nivel de Idioma

NIVEL DE IDIOMA		
FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	BASE DE MUESTRA
1	2%	1
9	14%	2
7	11%	3
46	70%	4
3	5%	5
0	0%	6
66	100%	

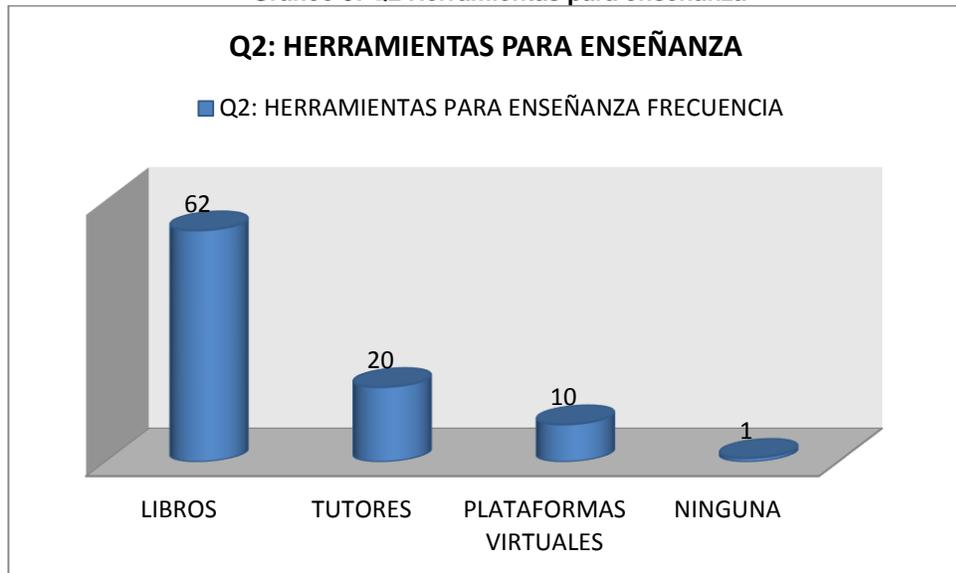
11.2. HALLAZGOS UNIVARIABLES

- El 100% de los colegios entrevistados enseñan como segundo idioma inglés y el 23 % de ellas ofrecen francés.



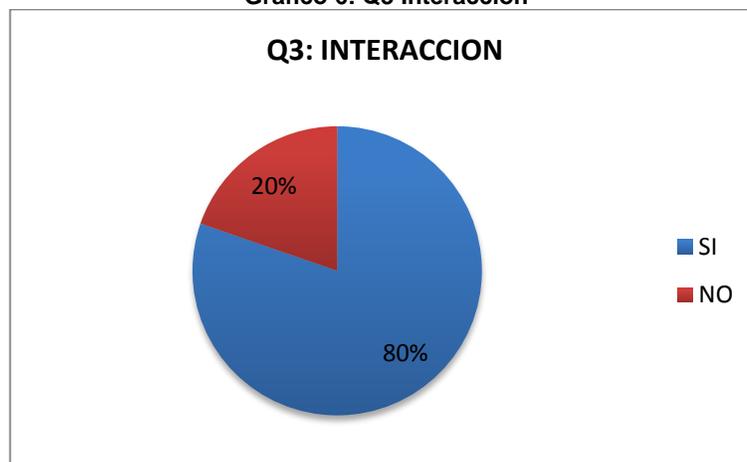
- El 88% de las instituciones privadas utilizan los libros como herramienta de aprendizaje para la segunda lengua, el 30% de ellos ofrecen tutores a sus estudiantes y solo el 15% de ellos, cuentan con plataformas virtuales para apoyar la enseñanza de la segunda lengua.

Gráfico 5: Q2 Herramientas para enseñanza



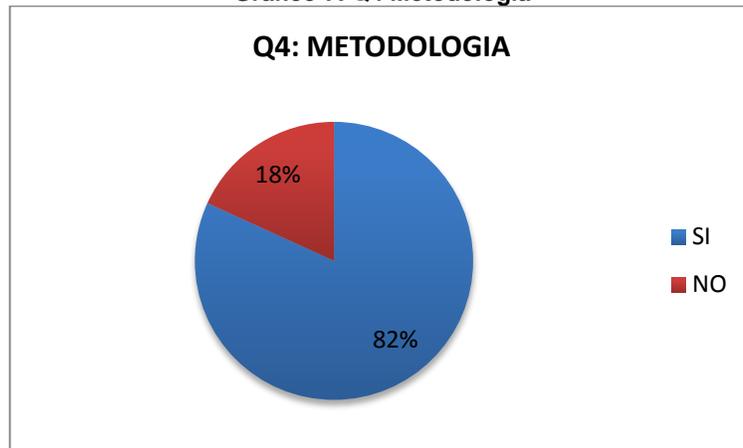
- Al 80% de las instituciones entrevistadas les parece muy importante contar con una herramienta que propicie la interacción de sus estudiantes y docentes y les gustaría tenerla. El 20% de ellos ya cuentan con una.

Gráfico 6: Q3 Interacción



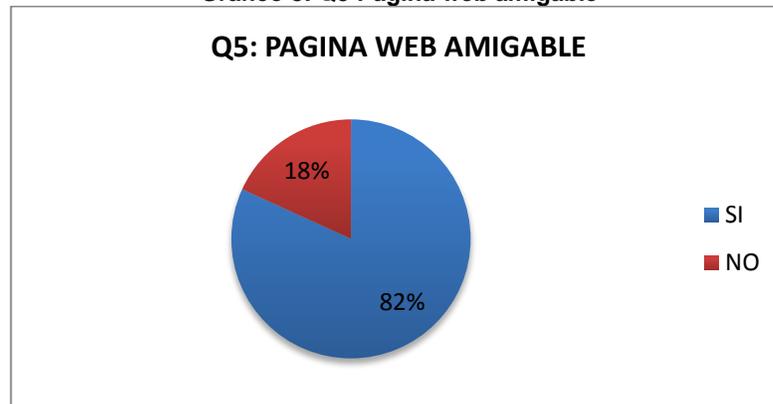
- Al 82% de los colegios encuestados le gustaría contar con una plataforma virtual con elementos motivacionales.

Gráfico 7: Q4 Metodología



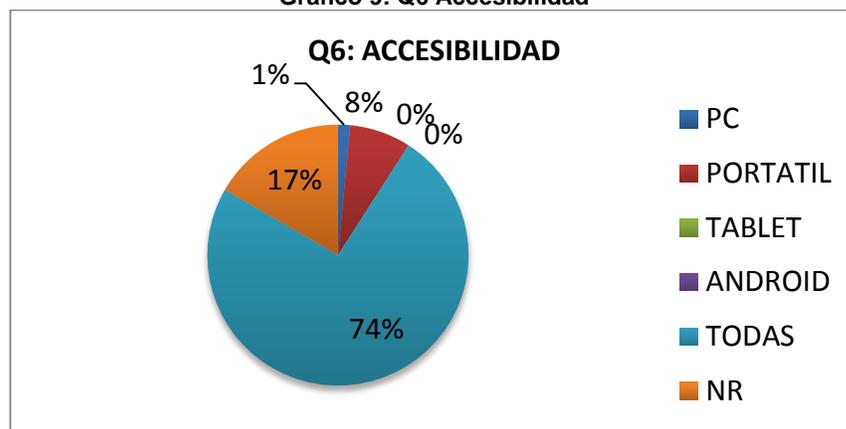
- Únicamente el 18% de los colegios entrevistados no están interesados en adquirir una herramienta virtual con una metodología basada en videos tutoriales, pues ya cuentan con una. El 82% restante si está interesado en implementarla en su programa de estudios.

Gráfico 8: Q5 Página web amigable



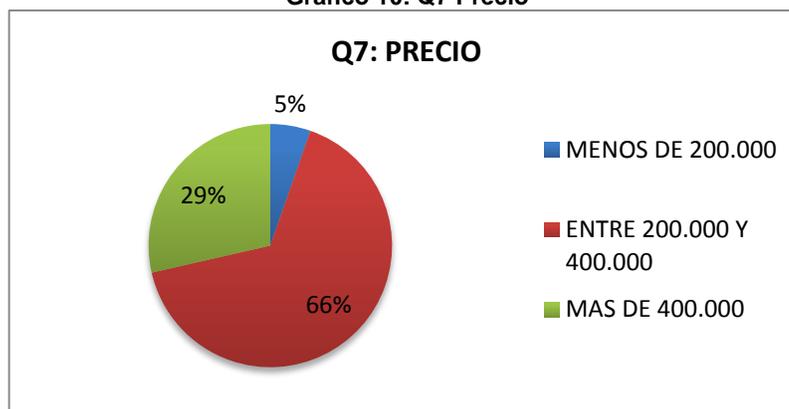
- El 74% de los encuestados desean acceder a la plataforma virtual desde el pc, el portátil, la Tablet y dispositivos con Android.

Gráfico 9: Q6 Accesibilidad



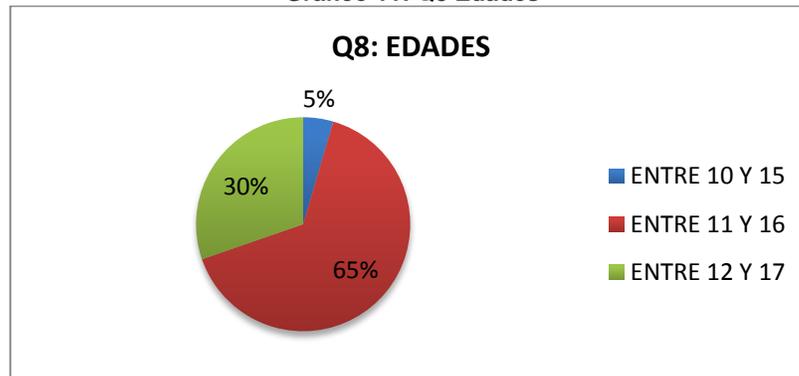
- El 66% de las instituciones interesadas en adquirir la herramienta estarían dispuestas a pagar por ella mínimo \$200.000 y hasta más de \$400.000.

Gráfico 10: Q7 Precio



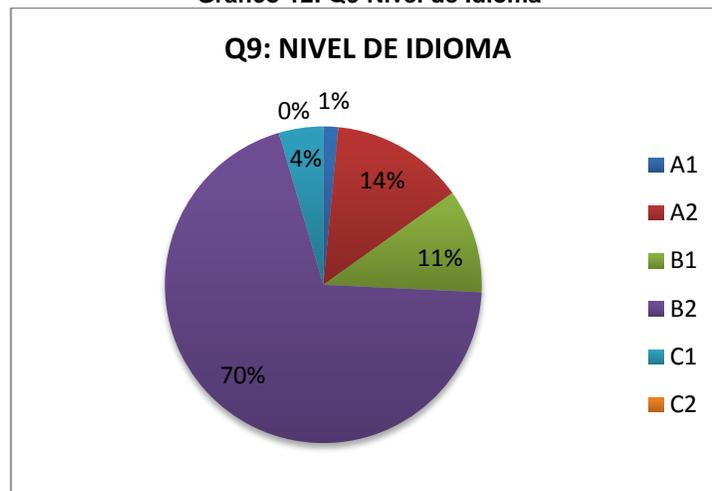
- El 65% de los estudiantes de los colegios privados de Medellín y su área metropolitana, están entre los 11 y 16 años.

Gráfico 11: Q8 Edades



- El 96% de las instituciones privadas de Medellín y su área metropolitana ofrecen como máximo nivel de idioma a sus estudiantes entre A1 y B2, sólo el 4% de ellas ofrecen como nivel máximo C1.

Gráfico 12: Q9 Nivel de Idioma



11.3. ANÁLISIS BIVARIABLES

11.3.1. Edad-Herramientas de Aprendizaje

Tabla 10: Edades y herramientas de aprendizaje

HERRAMIENTAS DE APRENDIZAJE	EDAD			TOTAL	HALLAZGOS
	10 Y 15	11 Y 16 ↓	12 Y 17		
Libros→	62	67%
Tutores	20	22%
Plataformas Virtuales		10	11%
Ninguna		.		1	1%
TOTAL	6	59	28	93	100%

11.3.2. Edad-Página Web Amigable

Tabla 11: Edades Pagina

PÁGINA WEB AMIGABLE	EDAD			TOTAL	HALLAZGOS
	10 Y 15	11 Y 16 ↓	12 Y 17		
SI→	54	82%
NO		12	18%
TOTAL	3	42	21	66	100%

11.3.3. Edad-Nivel de Idioma

NIVEL DE IDIOMA	EDAD			TOTAL	HALLAZGOS
	10 Y 15	11 Y 16 ↓	12 Y 17		
A1		4	6%
A2			8	12%
B1		7	11%
B2→	44	67%
C1		..	.	3	5%
C2				0	0%
TOTAL	3	43	20	66	100%

11.4. HALLAZGOS BIVARIABLES

- El 43% de las instituciones privadas de Medellín y su área metropolitana, que tienen sus alumnos de secundaria entre los 11 y 16 años, utilizan libros como herramienta de apoyo al aprendizaje de la segunda lengua y tan solo el 7,5% utiliza plataformas virtuales.
- El 51, 1% de las instituciones privadas encuestadas, que tienen sus alumnos de secundaria entre los 11 y 16 años, les gustaría contar con una página web amigable, que apoye el aprendizaje de una segunda lengua.
- El 39,3% de las instituciones privadas de Medellín y su área metropolitana, que tienen estudiantes entre los 11 y 16 años de edad, ofrecen como nivel máximo de idioma B2.

11.5. PRUEBA DE INDEPENDENCIA

11.5.1. *Hipótesis Nula y Alternativa*

- **Ho:** No hay relación entre el nivel de idioma ofrecido por los colegios privados de Medellín y el área metropolitana y la edad de sus estudiantes de secundaria.
- **Hi:** Si hay relación entre el nivel de idioma ofrecido por los colegios privados de Medellín y el área metropolitana y la edad de sus estudiantes de secundaria.

11.5.2. Nivel de Significancia

La gerencia de Linguavid desea trabajar con un 5% de error $\alpha = 0,05$.

11.5.3. Frecuencia Esperada

0,18	0,36	0,36	0,32	2,00	0,14	0,00
2,61	5,21	5,21	4,56	28,67	1,95	0,00
1,21	2,42	2,42	2,12	13,33	0,91	0,00
4,00	8,00	8,00	7,00	44,00	3,00	0,00

Análisis Fe:

- 28,6 estudiantes de secundaria de colegios privados en Medellín y su área metropolitana, que están entre los 11 y 16 años de edad alcanzan un nivel de segundo idioma de B2.
- De los estudiantes en edades entre 12 y 17 años de los colegios privados de Medellín y su área metropolitana al graduarse salen con un nivel de idioma B2.

11.5.4. Grados de Libertad

Tomando la tabla de Fe, los grados de libertad del estudio son, $GL = 12$.

11.5.5. Chi Cuadrado Calculado

Para calcular chi cuadrado, se utiliza la siguiente fórmula:

$$\chi^2 = \sum \frac{(F_o - F_e)^2}{F_e}$$

$$\chi^2_{\text{calculado}} = 313$$

11.5.6. *Chi Cuadrado Tabla*

GL= 12

$\alpha = 0,05$

$\chi^2_{tabla} = 21,02$

11.5.7. *Resultados y Análisis*

$\chi^2_{calculado} < \chi^2_{tabla}$

- Se acepta la hipótesis nula, por lo que la edad de los estudiantes es independiente del nivel de idioma ofrecido por los colegios entrevistados.
- Con un 95% de confiabilidad y un error máximo del 5% se concluye que la edad no tiene relación con el nivel de segundo idioma que ofrecen los colegios privados de Medellín y su área metropolitana a los estudiantes.
- De acuerdo con los resultados obtenidos y con un nivel de confianza del 95%, se sugiere a Linguavid implementar sus programas de idiomas, ofreciendo a las instituciones el máximo nivel de segundo idioma, indiferentemente del rango de edad en el que se encuentren los estudiantes de secundaria de los colegios privados de Medellín y su área metropolitana.

12. COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Con base en los resultados de la encuesta aplicada a instituciones de educación secundaria privadas en Medellín y su área metropolitana se prueba la hipótesis inicialmente planteada. Ya que el 80% de los colegios encuestados están interesados en contar con una plataforma virtual con elementos motivacionales que inciten al estudiante a fortalecer sus conocimientos en el segundo idioma.

13. CONCLUSIONES

La investigación realizada arroja como resultado que el 100% de los colegios encuestados tienen dentro de su programa académico la enseñanza del inglés como segunda lengua.

De acuerdo con el estudio realizado se evidencia que el idioma francés tiene potencial en el mercado estudiado puesto que es uno de los idiomas que se está implementando en algunos colegios de Medellín y su área metropolitana.

Los colegios que respondieron no estar interesados en la plataforma que ofrece Linguavid, es porque dentro de su plan de estudios, ya cuentan con una herramienta similar.

Existe una oportunidad al utilizar plataformas virtuales amigables desplazando el tradicional estudio por medio de libros.

La actual generación es mas interactiva que en la década de los 90 y su interés a migrado a plataformas tecnológicas dejando de lado un poco las consultas en bibliotecas físicas.

Los estudiantes directos para brindarles capacitación y satisfacción de las necesidades de una segunda lengua en plataformas virtuales es del 65% con edades promedio entre los 11 y 16 años, edad en la cual es más fácil la utilización de los servicios.

14. RECOMENDACIONES

Con base en los resultados del censo, se recomienda aplicar un precio al programa, que esté alrededor de \$400.000 por estudiante.

Promover en las instituciones privadas de Medellín la inclusión del idioma Portugués dentro de las alternativas de segundo idioma que ofrecen a sus estudiantes, generando campañas promocionales que aprovechen el desarrollo y la cercanía geográfica con Brasil y el auge actual de esta potencia con el mundial de futbol.

Extender la metodología diseñada por Linguavid a la enseñanza del francés, como otra opción más dentro de su portafolio de productos. Esto dado que el 23% de las instituciones encuestadas confirmaron que ofrecen dentro de su plan de estudio este idioma.

Utilizar la fortaleza competitiva, en cuanto a accesibilidad a los programas ofrecidos por Linguavid, desde cualquier dispositivo electrónico, dado que todas las entidades entrevistadas, según el estudio, desean lograr que sus estudiantes accedan por todos los medios posibles a sus herramientas de enseñanza. A través de estrategias promocionales y de comunicación de esta ventaja.

BIBLIOGRAFIA

BLENDEX. Cursos de Inglés en Medellín. [Artículo de Internet] <http://idiomasblendex.com/programas/ingles/cursos-de-ingles-en-medellin-nivel-a1-b1>. Consultado en Noviembre de 2014

COLOMBOWORD [Artículo de Internet] <http://www.colomboworld.com/>. Consultado en Noviembre de 2014

UNIVERSIDAD DE MEDELLIN. Centro de Idiomas. [Artículo de Internet] <http://www.udem.edu.co/index.php/servicios/centro-de-idiomas>. Consultado en Noviembre de 2014

UNIVERSIDAD EAFIT. Idiomas EAFIT. [Artículo de Internet] <http://www.eafit.edu.co/idiomas/Paginas/idiomas-eafit.aspx>. Consultado en Noviembre de 2014

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA. Portal. [Artículo de Internet] http://www.upb.edu.co/portal/page?_pageid=1174,52396906&_dad=portal&_schema=PORTAL. Consultado en Noviembre de 2014

ULA.EDU.CO [Artículo de Internet] <http://www.ula.edu.co/>. Consultado en Noviembre de 2014

USBMED. CENTRO DE IDIOMAS [Artículo de Internet] <http://www.usbmed.edu.co/index.php/centro-de-idiomas>. Consultado en Noviembre de 2014

COMFENALCO. Programas Lenguas [Artículo de Internet] <http://www.comfenalcoantioquia.com/Educacioacuten/Cursos/ProgramadeLenguasExtranjeras.aspx>. Consultado en Noviembre de 2014

COMFENALCO. Educación [Artículo de Internet] <http://www.comfenalcoantioquia.com/Educacioacuten/Cursos.aspx>. Consultado en Noviembre de 2014

OXL. Curso de Ingles gratis. [Artículo de Internet] <http://medellin.olx.com.co/curso-de-ingles-gratis-iid-58530508>. Consultado en Noviembre de 2014

UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA. Recursos Electronicos. [Artículo de Internet] <http://www.udea.edu.co/portal/page/portal/bibliotecaSistemaDeBibliotecas/RecursosElectronicos/EnlaceDirectorioRecursos/CursosVirtuales>. Consultado en Noviembre de 2014

EMAGISTER. [Artículo de Internet] <http://www.emagister.com.co/cursos-intensivo-ingles-kwes-2852.htm>. Consultado en Noviembre de 2014

OMPERSONAL. Presentación. [Artículo de Internet] <http://www.ompersonal.com.ar/omkids/presentacion.htm>. Consultado en Noviembre de 2014

AULAFACIL. Idiomas, Inglés. [Artículo de Internet] <http://www.aulafacil.com/cursos/c90/idiomas/ingles>. Consultado en Noviembre de 2014

CUENTOS PARA CHICOS. [Artículo de Internet] <http://www.cuentosparachicos.com/KIDS/presentacion.htm>. Consultado en Noviembre de 2014

PUMKIN. [Artículo de Internet] <http://pumkin.com/es/>. Consultado en Noviembre de 2014

CLICATIC. [Artículo de Internet] <http://clasesingles.clicatic.org/ingles-primaria>. Consultado en Noviembre de 2014

BRITISHCOUNCIL. [Artículo de Internet] <http://www.britishcouncil.co/ingles/aprender-online>. Consultado en Noviembre de 2014

RIMAS DE COLORES. [Artículo de Internet] <http://rimasdecolores.blogspot.com/2012/09/cursos-de-ingles-para-ninos.html>. Consultado en Noviembre de 2014

YOUTUBE. [Artículo de Internet] <http://www.youtube.com/watch?v=MyZtixGkB4o>. Consultado en Noviembre de 2014

EDUCACION INICIAL. [Artículo de Internet] <http://www.educacioninicial.com/EI/areas/ingles/>. Consultado en Noviembre de 2014

PORTAL PROGRAMAS. Cursos Ingles interactivos. [Artículo de Internet] <http://www.portalprogramas.com/gratis/cursos-ingles-interactivos-ni%C3%B1os-preescolar-gratis>. Consultado en Noviembre de 2014

MUNDOMUMU. [Artículo de Internet] <http://www.mundomumu.com/fichas-para-ninos/ingles/menu-fichas-de-ingles.html>. Consultado en Noviembre de 2014

APRENDE INGLES. [Artículo de Internet]
<http://aprendeinglesila.com/2013/06/websites-ingles-ninos/>. Consultado en
Noviembre de 2014

AULAFACIL. [Artículo de Internet]
<http://www.aulafacil.com/cursos/t1673/idiomas/ingles/ingles-infantil-i>. Consultado
en Noviembre de 2014

CURSOS DE INGLES MEDELLIN. [Artículo de Internet] <http://wse.edu.co/cursos-de-ingles-medellin/?gclid=CMilk-T49cECFW8V7AodDwQAHQ>. Consultado en
Noviembre de 2014

ESL IDIOMAS. [Artículo de Internet]. <https://www.esl-idiomas.com/es/programas-idiomas-adultos-estudiantes.htm>. Consultado en Noviembre de 2014

EL TIEMPO.COM. [Artículo de Internet]
<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-13410815>. Consultado en
Noviembre de 2014

LENGUAJE INTERNACIONAL. [Artículo de Internet]
<http://www.languageinternational.co/cursos-ingles-columbus-63605>. Consultado en
Noviembre de 2014

COLOMBOFRANCES. [Artículo de Internet] <http://www.colombofrances.edu.co/>.
Consultado en Noviembre de 2014

LOS MEJORES COLEGIOS. [Artículo de Internet]
<http://www.losmejorescolegios.com/seccion/inicio.html>. Consultado en Noviembre
de 2014

UPB. [Artículo de Internet]

http://www.upb.edu.co/portal/page?_pageid=1054,31804222&_dad=portal.

Consultado en Noviembre de 2014

IDIOMAS BLENDEX. [Artículo de Internet] <http://idiomasblendex.com/>. Consultado en Noviembre de 2014

ALIANZA FRANCESA. [Artículo de Internet] <http://medellin.alianzafrancesa.org.co/>. Consultado en Noviembre de 2014

15. ANEXOS

ANEXO A: Etapas de desarrollo del proyecto (Cronograma de actividades)

ANEXO B: Etapas de desarrollo del proyecto (Cronograma de actividades)

ANEXO C: Formato de Encuesta Informal a Instituciones

ANEXO D: Formato de cuestionario

ANEXO E: Ficha técnica de la encuesta

ANEXO F Matriz de Éxito

ANEXO G: Árbol de Decisión

ANEXO H: Encuestas Físicas Diligenciadas

ANEXO I: Sábana de Respuestas

FORMATO DE ENCUESTA INFORMAL

1. Qué opciones de segundo idioma ofrece para sus estudiantes?
 - a. Inglés
 - b. Portugués
 - c. Francés

2. Que herramientas adicionales a la clase magistral ofrece a sus estudiantes para reforzar el aprendizaje en una segunda lengua?
 - a. Libros

- b. Tutores
 - c. Plataformas virtuales
 - d. Ninguna
3. Le gustaría tener una herramienta que ofrezca control a los docentes sobre la interacción de sus estudiantes con la materia?
- a. Si
 - b. No ¿por qué? _____
4. Le gustaría contar con una plataforma virtual amigable, que brinde elementos motivacionales que inciten al estudiante a fortalecer sus conocimientos en el segundo idioma?
- a. Si
 - b. No
5. Le interesaría incluir en su programa de estudio de segundo idioma una herramienta virtual con una metodología didáctica basada en videos tutoriales que refuerce el conocimiento en la segunda lengua?
- a. Si (pasa a la 6)
 - b. No (finaliza)
6. Desde qué dispositivos le gustaría que se pudiera acceder a esta herramienta virtual con una metodología didáctica basada en videos tutoriales que refuerce el conocimiento en la segunda lengua?
- a. PC
 - b. Portátil
 - c. Tablet
 - d. Android
 - e. Todas las anteriores

7. Cuánto estaría dispuesto a pagar una herramienta virtual con una metodología didáctica basada en videos tutoriales por estudiante que cubra toda su trayectoria secundaria?
 - a. Menos de 200.000
 - b. Entre 200.000 y 400.000
 - c. Más de 400.000

CUESTIONARIO

Buenos días/tardes

Mi nombre es _____, estudiante de la especialización en Mercadeo Gerencial de la Universidad de Medellín. Estamos realizando una investigación sobre la aceptación de una herramienta virtual para complementar el aprendizaje de una segunda lengua.

1. Qué opciones de segundo idioma ofrece para sus estudiantes?
 - d. Inglés
 - e. Portugués
 - f. Francés

2. Que herramientas adicionales a la clase magistral ofrece a sus estudiantes para reforzar el aprendizaje en una segunda lengua?
 - e. Libros
 - f. Tutores
 - g. Plataformas virtuales
 - h. Ninguna

3. Le gustaría tener una herramienta que ofrezca control a los docentes sobre la interacción de sus estudiantes con la materia?
 - c. Si

- d. No ¿por qué? _____
4. Le gustaría contar con una plataforma virtual amigable, que brinde elementos motivacionales que inciten al estudiante a fortalecer sus conocimientos en el segundo idioma?
- c. Si
 - d. No ¿por qué? _____
5. Le interesaría incluir en su programa de estudio de segundo idioma una herramienta virtual con una metodología didáctica basada en videos tutoriales que refuerce el conocimiento en la segunda lengua?
- c. Si (pasa a la 6)
 - d. No (pasa a la 8)
6. Desde qué dispositivos le gustaría que se pudiera acceder a esta herramienta virtual con una metodología didáctica basada en videos tutoriales que refuerce el conocimiento en la segunda lengua?
- f. PC
 - g. Portátil
 - h. Tablet
 - i. Android
 - j. Todas las anteriores
7. Cuánto estaría dispuesto a pagar una herramienta virtual con una metodología didáctica basada en videos tutoriales por estudiante que cubra toda su trayectoria secundaria?
- d. Menos de 200.000
 - e. Entre 200.000 y 400.000
 - f. Más de 400.000

8. En qué rango de edad están sus estudiantes de secundaria?
- Entre 10 y 15 años
 - Entre 11 y 16 años
 - Entre 12 y 17 años
- 9.Cuál es el nivel máximo de dominio de segunda lengua que ofrece a sus estudiantes, conforme al Marco Común Europeo?
- A1
 - A2
 - B1
 - B2
 - C1
 - C2

Nombre de la Institución:

Dirección:

Teléfono:

Nombre del Encuestado:

FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA

Nombre del proyecto de investigación	Encuesta de Aceptación para LINGUAVID
Fecha de realización	Abril 3 a Agosto 25
Persona natural o jurídica que la realizó	Diego Arboleda, Nataly Cárdenas, Martha Castañeda, Omaira Quintero.
Grupo Objetivo	Rectores y Coordinadores Académicos de Instituciones de Educación Secundaria Privadas de Medellín y su área metropolitana.
Diseño Muestral	Muestreo aleatorio multietápico simplificado. En la primera etapa se seleccionan colegios privados de Medellín y su área Metropolitana. En la segunda etapa se contactan los rectores y/o coordinadores académicos de los colegios aleatoriamente seleccionados.
Proceso de selección de los encuestados	Método de entrevista directa telefónica o personalmente.

Marco Muestral	Base de datos de instituciones de educación secundaria privados en Medellín y su área metropolitana
Tamaño de la muestra	66 Instituciones de Educación Secundaria Privadas en Medellín y su área metropolitana.
Margen de Error	+/-5%
Nivel de confianza	95%
Universo	En Medellín y su área metropolitana hay registrados 81 Instituciones de Educación Secundaria Privadas.
Marco Muestral	<ul style="list-style-type: none"> • GIMNASIO LOS PINARES • COLEGIO FERRINI • LORD COLLAGE • COLEGIO MARÍA AUXILIADORA • SANTA MARIA DEL ROSARIO • COLEGIO MANZANARES • COLEGIO MONTESSORI • COLEGIO SANTO TOMÁS DE AQUINO • COLEGIO BETHLEMITAS • COLEGIO PANAMERICANO COLOMBO SUECO • CORPORACIÓN MARYMOUNT DE MEDELLÍN • COLEGIO THE NEW SCHOOL • COLEGIO VERMONT • COLEGIO NUESTRA SEÑORA • LICEO FRANCISCO RESTREPO MOLINA • COLEGIO CUMBRE • COLEGIO SAN IGNACIO • LICEO SALAZAR Y HERRERA • LA INMACULADA • COLEGIO CALAZANZ • COLEGIO WALDORF ISOLDA ECHAVARRÍA • CORPORACIÓN COLEGIO BILINGÜE LEONARDO • THE COLOMBUS SCHOOL • COLEGIO GIMNASIO LOS CEDROS • COLOMBO VENEZOLANO • COLEGIO GIMNASIO CANTABRIA • COLEGIO SAN FRANCISCO JAVIER • BARBARA MICARELLI • CENTRO EDUCATIVO AMARANTO • SALESIANO EL SUFRAGIO • COLEGIO DE LA INMACULADA • COLEGIO DE LA COMPAÑÍA DE MARIA • ASPAEN GIMNACIO LOS ALCACEREZ

	<ul style="list-style-type: none"> • SEMINARIO CORAZONISTA • SAN IGNACIO DE LOYOLA • ALEMAN • FONTAN • SAN JOSE DE LAS VEGAS • COMUNIDAD COLOMBIANA DE JESÚS MARIA • JOSÉ MARÍA BERRIO • SAN CARLOS • INSTITUCIÓN MUSICAL DIEGO ECHAVARRÍA • COLOMBO BRITÁNICO • INSTITUCIÓN JORGE ROBLEDO • INSTITUTO SALESIANO PEDRO JUSTO BERRIO • PANAMERICANO COLOMBO SUECO • EL CARMELO • CANADIENSE • INSTITUCIÓN EDUCATIVA AVANZAR • UNESAM • SAN JOSÉ DE LA SALLE • CAMPESTRE LA COLINA • PADRE MANYANET • LOS ALCÁZARES • CALASANZ • LONDRES • JORGE ROBLEDO • TERESIANO ENVIGADO • LA SALLE • ANTONINO • LA PRESENTACIÓN • PALERMO DE SAN JOSÉ • SAN JUAN BOSCO • BACHILLERATO UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA • NUESTRA SEÑORA DE LA PROVIDENCIA • LA COMPAÑÍA DE MARIA
--	---