



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ANÁLISIS DE LA DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS PARA EL
ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR CON LA
ADECUADA INTERPRETACIÓN DE DATOS.

MOLINA TOLEDO EDWARD JOFFRE
INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MACHALA
2018



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ANÁLISIS DE LA DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS PARA EL
ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR CON LA
ADECUADA INTERPRETACIÓN DE DATOS.

MOLINA TOLEDO EDWARD JOFFRE
INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS

MACHALA
2018



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

EXAMEN COMPLEXIVO

ANÁLISIS DE LA DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS PARA EL ESTUDIO DEL
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR CON LA ADECUADA
INTERPRETACIÓN DE DATOS.

MOLINA TOLEDO EDWARD JOFFRE
INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DURAN GANCHOZA FABIOLA VANESSA

MACHALA, 16 DE ENERO DE 2018

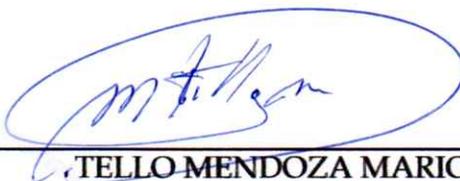
MACHALA
16 de enero de 2018

Nota de aceptación:

Quienes suscriben, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado ANALISIS DE LA DISTRIBUCION DE FRECUENCIAS PARA EL ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR CON LA ADECUADA INTERPRETACION DE DATOS., hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.



RIOFRÍO ROMERO NATHALY RAGDE
0704156306
ESPECIALISTA SUPLENTE



TELLO MENDOZA MARIO DAVID
0702174806
ESPECIALISTA 2



BALSECA TAPIA LENIN
1708037377
ESPECIALISTA 3

Fecha de impresión: viernes 05 de enero de 2018 - 11:34

Urkund Analysis Result

Analysed Document: MOLINA TOLEDO EDWARD JOFFRE_PT-011017.pdf (D34096783)
Submitted: 12/20/2017 11:55:00 PM
Submitted By: titulacion_sv1@utmachala.edu.ec
Significance: 1 %

Sources included in the report:

https://www.uv.mx/mev/files/2014/10/Proyecto_Zavala_Sep14.pdf

Instances where selected sources appear:

1

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

El que suscribe, MOLINA TOLEDO EDWARD JOFFRE, en calidad de autor del siguiente trabajo escrito titulado ANALISIS DE LA DISTRIBUCION DE FRECUENCIAS PARA EL ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR CON LA ADECUADA INTERPRETACION DE DATOS., otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

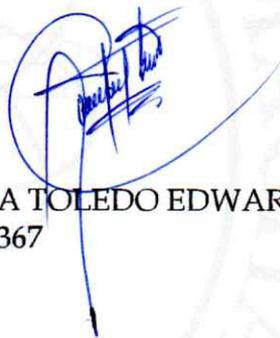
El autor declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

El autor como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 16 de enero de 2018



MOLINA TOLEDO EDWARD JOFFRE
0702320367

AGRADECIMIENTO

Al culminar mi formación académica quiero primeramente agradecerle Dios por bendecirme para llegar a culminar mi trabajo de tesis, y así mi sueño se hizo realidad.

A mí querida alma mater UNIVERSIDAD TECNICA DE MACHALA, por haberme brindado la oportunidad de ser un Profesional.

A mis queridos Docentes que durante toda mi carrera han aportado con sus granitos de arena a mi formación teórico y técnica.

A mi tutora de tesis, Ing. Fabiola Durán, por su dedicación, experiencia, conocimientos, sobre todo por su paciencia y motivación que han permitido cristalizar mi proyecto investigativo con éxito.

A mis Padres, porque fueron baluartes durante mis estudios compartiendo sus sabios consejos motivadores que me permitieron salir adelante frente a las adversidades.

A mi Esposa e hijos, siempre fueron mi motor compartiendo sus tiempos con mis estudios.

Para Todos: Muchas gracias y que Dios los bendiga

MOLINA TOLEDO EDWARD JOFFRE

DEDICATORIA

Este trabajo de tesis final lo dedico con mi amor y cariño a mi amada esposa *Edith Katherine Tacuri* por su sacrificio y esfuerzo, por darme una profesión a futuro, por creer en mi capacidad; aunque hemos pasado momentos difíciles siempre ha estado brindando su apoyo, cariño y amor.

A mis amados hijos María José y José Eduardo por ser el motor de mi motivación e inspiración para poder superarme día a día, luchando con esmero para mejorar nuestra calidad de vida.

A mi amada Madre Sonia que con sus palabras de aliento me da las fuerzas suficientes que necesitaba para seguir adelante perseverando pese a las dificultades para cumplir con mis aspiraciones; por estas razones este proyecto es un triunfo conjunto de quienes han forjado mi ser con sus nobles acciones que han gestado mi desarrollo personal, profesional y humano.

¡Gracias a todos Uds.!

MOLINA TOLEDO EDWARD JOFFRE

RESUMEN:

La documentación presente tiene como objeto analizar la distribución de frecuencias de una muestra aleatoria para inferir el comportamiento de una población estudiada a partir de una interpretación adecuada, basándose en hitos estadísticos que relacionan al género del individuo con el uso del internet, la abstracción de valores se efectúa mediante una encuesta que recopilar información de campo que será precisada a través de una tabulación cruzada; desde el enfoque del marketing es importante aprender a entender al consumidor puesto que es el eslabón principal de toda cadena económica sin importar el tipo de negocio, también se aborda los beneficios del internet, así como sus peligros en la gestación de las funciones cotidianas de la sociedad, la subjetividad de los datos se compara con investigaciones similares concatenando la pericia de autores entendidos en la temática con el punto de vista del autor desde el punto de vista de la problemática, finalmente se exponen los resultados donde se explican las razones tras el comportamiento de los usuarios en función de la naturaleza de su género; además de las conclusiones se proponen consejos para complementar la información y ser usada en casos similares.

Palabras Claves:

Internet, género, tabulación, versatilidad, frecuencias.

ABSTRACT:

The present documentation aims to analyze the distribution of frequencies of a random sample to infer the behavior of a population studied from an adequate interpretation, based on statistical milestones that relate to the gender of the individual with the use of the Internet, the abstraction of values it is done through a survey that gathers field information that will be specified through a cross-tabulation; from the marketing approach it is important to learn to understand the consumer

since it is the main link of any economic chain regardless of the type of business, it also addresses the benefits of the Internet, as well as its dangers in the gestation of the daily functions of the society, the subjectivity of the data is compared with similar research concatenating the expertise of authors who are knowledgeable in the subject with the author's point of view from the point of view of the problem, finally the results are exposed where the reasons behind the behavior are explained of users according to the nature of their gender; In addition to the conclusions, suggestions are proposed to complement the information and be used in similar cases.

Keywords:

Internet, gender, tabulation, versatility, frequencies.

ÍNDICE DE CONTENIDOS:

AGRADECIMIENTO.....	4
DEDICATORIA.....	5
ÍNDICE DE FIGURAS:.....	9
ÍNDICE DE TABLAS:.....	9
1. INTRODUCCIÓN:.....	10
1.1 CONTEXTUALIZACIÓN:.....	10
1.2 INDICADORES:.....	12
1.3 VENTAJA COMPETITIVA:.....	12
2. DESARROLLO:.....	13
2.1 Argumentación de la Respuesta:.....	14
2.2 Distribución de Frecuencias:.....	14
2.3 Tabulación Cruzada:.....	16
2.4 Análisis de Datos:.....	17

2.5 CIERRE:.....	19
2.5.1 Síntesis argumentativa:.....	19
2.5.2 Evidencia de haber cumplido el objetivo:.....	19
2.5.3 Correspondencia entre objetivo y la lógica del discurso:.....	19
3. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES:.....	20
BIBLIOGRAFÍA:.....	22

ÍNDICE DE FIGURAS:

Figura 1: Familiaridad con el uso del internet.....	15
Figura 2: Gráfico de la tabulación cruzada.....	18

ÍNDICE DE TABLAS:

Tabla 1: Frecuencias de la tabulación.....	15
Tabla 2: Familiaridad con el uso del internet.....	16
Tabla 3: Tabulación Cruzada.....	17

1. INTRODUCCIÓN:

La estadística inferencial permite recoger datos de campo que representen una realidad abstracta, los hitos estadísticos como la distribución de frecuencias y tabulación cruzada facilitan una interpretación del comportamiento de la población estudiada mediante una esquematización gráfica que mide de forma cuantitativa a las variables clasificadas (Lind, Marchall y Wathen 2008); las parametrizaciones estadísticas y la investigación social actualmente se han conjugado con la finalidad de entender las causas de problemas sociales, en lo referente a la gestión empresarial se ha instaurado el criterio de “empresas socialmente responsables”, según Jiménez y Burgos 2013) son entidades socioeconómicas que sistematizan sus operaciones para que sean sustentables económicamente, social y ambientalmente, buscando salvaguardar los recursos naturales y la sustentabilidad de las futuras generaciones.

La distribución de frecuencias caracteriza la relación entre dos variables de manera cuantitativa con el afán de establecer una relación coherente de su comportamiento (Levin y Rubin 2010), la tabulación cruzada es una medida que relaciona dos variables de distinta naturaleza (una cualitativa y la otra cuantitativa), al conjugar estos recursos estadísticos se puede efectuar una interpretación objetiva de la realidad estudiada. (Araujo, 2014)

Según Barreto 2011 la importancia del análisis estadístico en el marketing y economía en general es que estructura la teoría necesaria para construir estrategias de venta o modelos de negocios basados en la psicología del consumidor, debido a que se requiere deducir la psique del consumidor a partir de gráficas descriptivas.

1.1 CONTEXTUALIZACIÓN:

El contexto del uso de internet es muy amplio, tanto así que abarca el mundo en la gran mayoría de sus campos, aproximadamente para este 2017 se obtiene que 88% de la población de EEUU emplea internet de forma cotidiana, un 53% para centro américa y 66% para américa latina; en general la mitad de la población mundial son usuarios constantes de la red, un 66% posee teléfono móvil y un 33% emplea su móvil para conectarse a internet; otra razón por la cual la web está auge es por las capacidades que otorga al usuario mediante un costo mínimo con una versatilidad de calidad, entre ellas se resalta la búsqueda de información, comunicación a gran escala, producción científica, coordinación de trabajos e incluso nuevas plataformas tanto para negocios privados como proyectos sociales.

En el Ecuador según el INEC en el año 2016 el 44.6% de la población demostró tener acceso a internet, se aprecia una tendencia al crecimiento en su aplicación como un nuevo servicio básico indispensable para educación, cultura, trabajo y entretenimiento. (MKT Capacitación, 2017)

El uso del internet se ha transformado en una actividad cotidiana para todo ámbito en la sociedad contemporánea, dichos usos se gestan en la gran cantidad de información que se encuentra disponible tanto para el usuario como para los administradores de red, empresas públicas-privadas, entidades gubernamentales u otras organizaciones que emplean el internet como medio para gestar el desarrollo de sus funciones correspondientes a su ámbito de aplicación. (Henríquez, 2002)

El internet será redefinido desde dos perspectivas principales una como principal medio de comunicación y vía de información en la sociedad actual, otro punto de vista es verlo como una herramienta básico en la cual se efectúan múltiples procesos donde se requiere tratar información según los requeridos de los usuarios, además se estipula la relevancia que posee al concatenar criterios a través de

investigaciones en todo ámbito social, también se percibe su comportamiento dentro de los límites de la mal denominada “brecha” digital que separa a las últimas generaciones, los entornos virtuales permiten capacitarse online gracias a las NTICS que juegan un papel importante en el desarrollo académico nacional e internacional debido a que minimizan las barreras espacio-tiempo; se derogan ciertos criterios sobre sus bondades al mismo tiempo que se destacan sus peligros y conejos para potenciar su “uso” adecuado en adolescentes-estudiantes universidades, así como un contraste cualitativo con el profesorado en las instituciones de educación superior (UTMACH). (Gonzalez, Galvis y Gonzales, 2013)

La familiaridad del internet se relaciona directamente con la cantidad de horas que se utiliza el internet para ejecutar actividades ya sean personales o no personales, en la investigación pertinente se parte de una interrogante principal *¿El uso del internet está relacionado con el género del individuo?*; este cuestionamiento requiere compilar información tanto teórica como práctica para detallar la incidencia del internet en las necesidades de los usuarios, se utiliza una encuesta como herramienta de recolección de datos de campo, la metodología empleada es un análisis estadístico desglosado como una tabulación cruzada.

El objetivo general que solventa la problemática es: Determinar la relación existente entre el uso del internet y el género del individuo mediante un análisis cuantitativo.

Para efectuar dicha meta se requiere llevar a cabo los siguientes pasos:

- Compilar información teórica que permita comprender la temática planteada por medio de una investigación bibliográfica en artículos indexados.
- Realizar una encuesta a 30 usuarios del internet mediante una muestra aleatoria en el campus UTMACH para efectuar una tabulación cruzada.

- Examinar la distribución de frecuencias mediante un análisis cuantitativo para inferir la relación entre el género y el uso del internet.

1.2 INDICADORES:

La encuesta se basa en un conjunto de indicadores que son de ayuda al medir las variables y establecer un sistema de estudio donde se concrete e integren la información tabulada, tales parámetros se enlistan a continuación:

- **Familiaridad con el internet:** Permite medir la acogida, apego e incidencia del internet sobre la vida cotidiana del individuo, también da una idea de cuan invasivo se ha tornado los servicios web en cuestiones personales que antes eran gestadas de formas totalmente divergentes a los criterios contemporáneos.
- **Distribución de frecuencia:** Indica el número de veces que se repite una variable en función de la muestra estudiada, a la vez cuantifica la relación entre el total contra el complemento de la población analizada.
- **Horas de uso diario:** Mide el tiempo que los individuos dedican a la web, refleja la familiaridad con el internet al realizar sus actividades.
- **Género del individuo:** Separa los individuos en hombres y mujeres para determinar cuál de ellos presenta una mayor tendencia al usar internet.
- **Tipos de usuario:** En base al objeto de estudio se clasifica a los encuestados en usuarios frecuentes y esporádicos según las horas que usen los servicios web.

1.3 VENTAJA COMPETITIVA:

El internet debido a su gran versatilidad, capacidad para potenciar gestiones e integrar diversas funcionalidades dota de una notoria ventaja competitiva a cualquier empresa, profesional o entidad que sepa explotar sus virtudes, desde la temática investigada da facilidad de optimizar las funciones laborales o no laborales en relación al género del individuo, esto contribuirá a mitigar las barreras de género, mitos sobre la era digital y enfocará a apreciar las opciones que el internet anexa a las soluciones cotidianas, como una comunicación instantánea, neomarketing, redes sociales, disponibilidad de información e incluso el trabajo en línea se puede canalizar de mejor manera dando una apreciación consciente del género del individuo y su relación con el entorno digital.

21. DESARROLLO:

La red de internet es un compendio muy amplio de sinergias que también representan peligros, si bien nos ofrecen una gran cantidad de información, sincronización de noticias, telemática, servicios web e investigaciones de vanguardia, también alberga ciertos peligros como la corrupción infantil, pornografía, estafas, predadores online e inclusive pedófilos, por ende al hablar del uso de la web se debe hacer hincapié necesario al contrastar las medidas de la web para concientizar a los jóvenes, padres y profesionales sobre el adecuado uso de la tecnológica online. (García-Piña, 2008)

Un punto relevante dentro de la investigación es el estado de la brecha digital existente en países de Latinoamérica, que carecen de la infraestructura, recursos o medios para aprovechar las oportunidades que ofrece la internet, en el marco nacional se evidencia un aumento notorio de los usuarios de la web, las empresas tanto públicas como privadas que proveen el servicio se encuentran en desarrollo y los usuarios que más emplean el servicio son los jóvenes o adultos menores a 50 años, que debido a la globalización-comunidad social se han integrado a los usuarios

web que ven el internet como una herramienta dinámica que forma parte básica de sus actividades personales; además se recalca que en todo trabajo es necesarios un medio de comunicación seguro-eficiente optando por la telefonía IP u otros servicios de mensajería instantánea. (Osorio, 2017)

Los usos del internet dentro de la educación superior juegan un papel indispensable para brindar una formación acorde a las exigencias del medio profesional, el modelo desarrollador-integrador deroga a los estudiantes la capacidad de investigar e integrar lo aprendido con sus conocimientos anteriores y mediante retroalimentación estructurar nuevos saberes o corregir errores anteriores; en el campo de la medicina es indispensable contar con medios de educación virtual, acceso a bibliotecas digitales, cursos online, comunicación constante y sistemas de información dinámica que les permita ajustarse a los requerimientos propios de la carrera contra las gestiones sociales cotidianas. (Milagros & Juan, 2009) (Silva, Ticse, Carballido, & Castañón, 2015)

2.1 Argumentación de la Respuesta:

En esta sección se denota como se llevó a cabo la investigación, la metodología aplicada y como se resuelve la problemática.

Se aplica la siguiente metodología:

Observación: Permite apreciar el comportamiento de las variables directamente en el ámbito de estudio, se emplea al distinguir el estado de las variables a medir según los indicadores establecidos en la indagación pertinente.

Análisis Cuantitativo: Establece una relación coherente entre el género del individuo y su afinidad con el internet en base a la tabulación de los datos de campo, además facilita interpretar los datos según la perspectiva del autor en función de sus

cualidades cognitivas y entendimiento del tema en base a la investigación documentada.

Investigación Bibliográfica: Sirve para recopilar información relacionada a la temática indagada mediante documentación en bases de datos certificadas que ofrezcan un discernimiento adecuado de la problemática, ayudando a comprender la naturaleza de la investigación desde opiniones de otros autores entendidos en el material.

Inductivo-deductivo: Se emplea al concatenar los resultados de la investigación partiendo de lo específico a lo general con la finalidad de responder a la interrogante principal que busca determinar cuál género presente mayor inclinación al uso del internet.

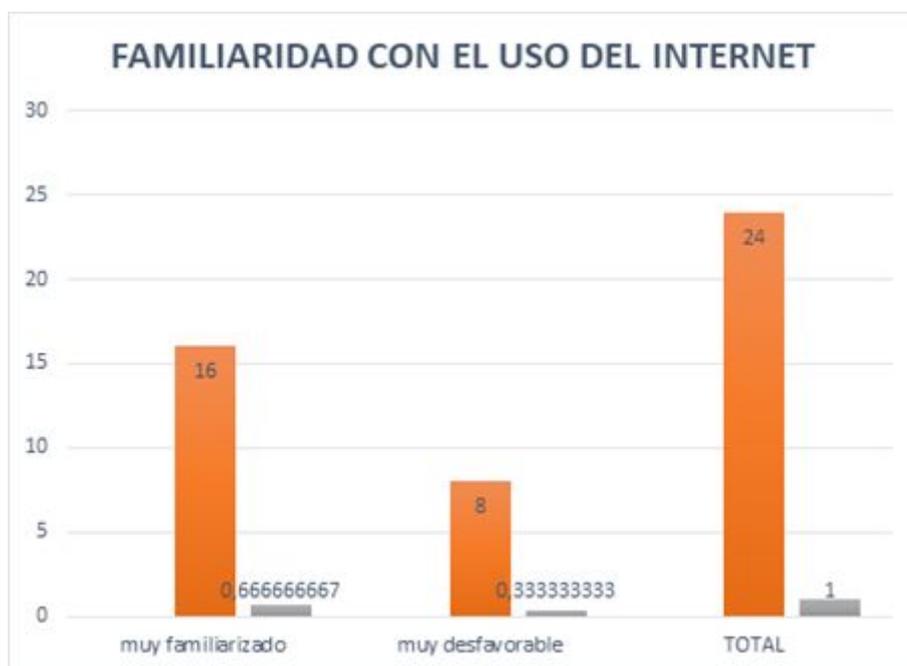
2.2 Distribución de Frecuencias:

Se obtiene la distribución de frecuencias de la familiaridad con Internet calculando los estadísticos más notables en un análisis cuantitativo.

A continuación, se presenta los resultados obtenidos de la frecuencia de las personas en el uso continuo del internet para ello se aplicó a 30 participantes examinando sus reacciones de familiaridad con especificaciones de datos muy relevantes para esto se respeta una condición de cercanía a familiarizado (7) y no familiarizado (1) teniendo como conclusión si el uso del internet está arraigado al género del individuo.

Para un análisis más claro se realizó tablas y gráficas para que una tabulación en la que permite identificar el género con más familiaridad hacia el uso del internet:

Figura 1: Familiaridad con el uso del internet



Elaboración: Autor

Tabla 1: Frecuencias de la tabulación

FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
8	33,33%
0	0,00%
3	12,50%
8	33,33%

4	16,67%
1	4,17%
24	100%

Elaboración: Autor

Tabla 2: Familiaridad con el uso del internet

Familiaridad	frecuencia absoluta (número de encuestados)	frecuencia relativa
muy familiarizado	16	0,666666667%
muy desfavorable	8	0,333333333%
TOTAL	24	100%

Elaboración: Autor

En la *tabla 2* y *figura 1* se muestra el número de veces que se repite dicha variable dado a la condición que representa el ejercicio A solo se toman los datos más representativos como consecuencia el total de la muestra es 24 y la familiaridad en dicha muestra es de 0.67%, con las estructuras definidas la familiarización del hombre hacia el uso del internet es mayor al de la mujer. (Elizondo & Varela, 1994)

Se aprecia que el uso del internet está más relacionado al género de lo que se esperaba, dicha tendencia también está ligada a las actividades del individuo, su preparación académica e incluso edad puesto que los nacidos a partir del año 2000 presentan mejor compatibilidad con las tecnológicas contemporáneas mismas que usan el internet como gestor principal (juegos online, redes sociales, YouTube,...), también se aprecia que no todos están familiarizados con el internet esto denota que aún existe una brecha digital pasiva en la localidad analizada, aunque la moda expresa un uso continuo de la web no da una énfasis concreta sobre la razón por que los usuarios masculinos poseen una mayor inclinación hacia el uso del internet.

2.3 Tabulación Cruzada:

Con el objetivo de realizar una tabulación cruzada, clasifique a los participantes en usuarios esporádicos o frecuentes. Aquellos que reporten cinco horas o menos de uso deberán clasificarse como usuarios esporádicos, y el resto como usuarios frecuentes. Realice una tabulación cruzada del género y el uso de internet.

Tabla 3: Tabulación Cruzada

GÉNERO	HO RAS	USUARIOS	FRECIENTES =1	ESPORÁDICO S=2
HOMBRE	14	FRECIENTES	1	
MUJER	2	ESPORÁDICOS		2
MUJER	3	ESPORÁDICOS		2
MUJER	3	ESPORÁDICOS		2
HOMBRE	13	FRECIENTES	1	
MUJER	2	ESPORÁDICOS		2
MUJER	6	FRECIENTES	1	
MUJER	6	FRECIENTES	1	
HOMBRE	15	FRECIENTES	1	
MUJER	4	ESPORÁDICOS		2
HOMBRE	9	FRECIENTES	1	

HOMBRE	8	FRECIENTES	1	
HOMBRE	5	ESPORÁDICOS		2
HOMBRE	9	FRECIENTES	1	
HOMBRE	14	FRECIENTES	1	
MUJER	6	FRECIENTES	1	
HOMBRE	9	FRECIENTES	1	
HOMBRE	5	ESPORÁDICOS		2
MUJER	2	ESPORÁDICOS		2
HOMBRE	15	FRECIENTES	1	
MUJER	6	FRECIENTES	1	
HOMBRE	13	FRECIENTES	1	
MUJER	4	ESPORÁDICOS		2
HOMBRE	3	ESPORÁDICOS		2

Elaboración: Autor

2.4 Análisis de Datos:

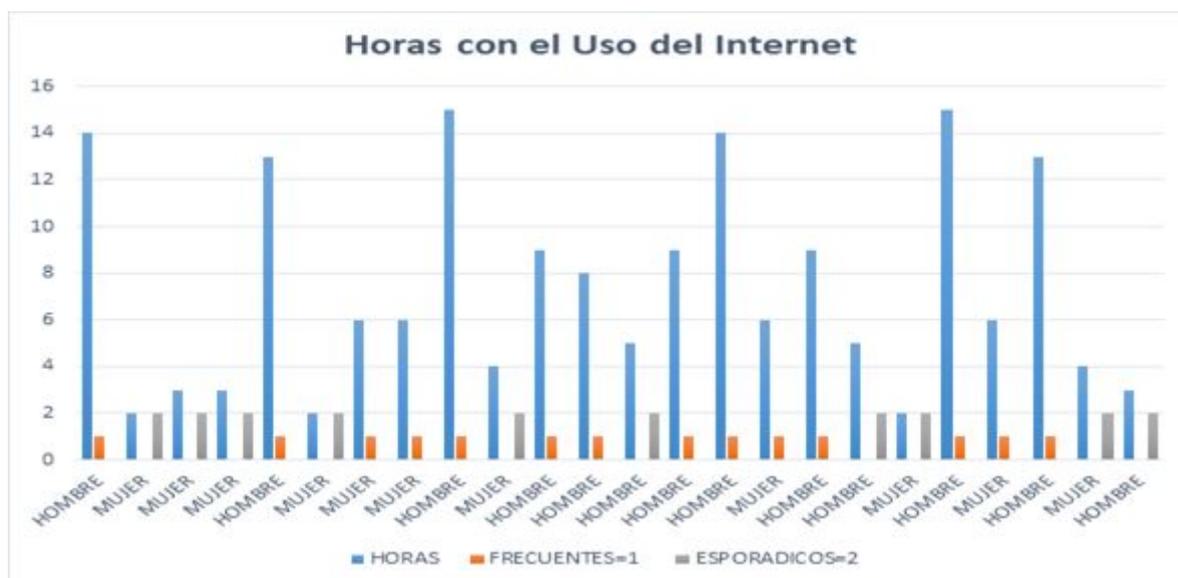
Se observa una notable diferencia en la cantidad de horas que los usuarios dedican al uso del internet, en promedio el género masculino expresa un rango de 10 a 15 horas, en cambio las mujeres demuestran un promedio menor que oscila entre 2 a 6 horas, en base a esto se presume que el hombre está más familiarizado con los servicios web y ha concatenado con mayor eficiencia las actividades online con su vida personal.

La diferencia de horas se atribuye a los intereses de género como comunicación, entretenimiento, tipo de trabajo y grado de disponibilidad del internet, además paralelamente se evidencia que los hombres están permanentemente buscando contenido multimedia, gestando encuentros o haciendo actividades secundarias, mientras que las mujeres se limitan a comunicarse, realizar gestiones personales, profesionales o realizar una actividad en específica para luego desistir del internet.

Las mujeres expresan mayor apego a las redes sociales debido a que comparten y publican mayor contenido que los usuarios varones, desde otra perspectiva también el internet es un distractor que hace procrastinar enormemente a la juventud, incentivando un alejamiento a las relaciones familiares y sociales fuera de la web.

Para interpretar concretamente la relación con el género se requiere una encuesta secundaria donde se identifiquen las principales razones que estructuran como la web satisface las necesidades básicas que caracterizan la utilización del internet en función del género del individuo.(CENTRO DE ESTUDIOS DE OPINIÓN, 2012)

Figura 2: Gráfico de la tabulación cruzada



Elaboración: Autor

En el proceso de clasificación de datos incluimos dos variables los usuarios (esporádicos y frecuentes) y las horas en el uso del internet. Según los datos el mayor número de horas al internet son los usuarios frecuente hombre y el menor uso del internet son usuarios esporádicos mujeres.

2.5 CIERRE:

2.5.1 Síntesis argumentativa:

El argumento objeta el comportamiento del usuario en función del género respecto a la utilización del internet, según la cantidad de horas que gestionan en contacto con la web o algún servicio afín, sin importar el medio a través del cual se realicen dichas actividades; la encuesta registra los patrones de uso de hombres y mujeres

para determinar en base a un análisis estadístico cual genero posee mayor tendencia a la interacción con el internet.

2.5.2 Evidencia de haber cumplido el objetivo:

La figura 2 demuestra claramente las horas de uso del internet, se evidencia que los hombres marcan una diferencia notoria en la cantidad de horas dedicadas a los servicios web, esto no solo expresa que el objetivo se ha logrado sino que induce a una segunda cuestión, Por qué motivo los hombres presentan una mayor predisposición al uso del internet que las mujeres?, de comprender esta interrogante se podría aprovechar el neuromarketing empleado campañas dirigidas a un determinado género o potenciar los comerciales de manera más sutil, la razón que se llegó realizando un sondeo en diversos artículos científicos, indagación de campo e interpretado los datos; es que el género masculino accede con mayor frecuencia a buscar múltiples tareas o bien observar contenido multimedia sin razón aparente, en cambio las mujeres solo realizan lo que les interesa y dejan el internet una vez finalizada dicha tarea, este comportamiento está arraigado en la naturaleza mismo del género, siendo complementarias a las funciones de búsqueda-caza que al parecer son subjetivas en el mundo digital.

2.5.3 Correspondencia entre objetivo y la lógica del discurso:

El internet es un paradigma que más allá de estar restringido por normativas técnicas, morales y sociales se comporta como un conjunto integrador siendo la plataforma donde se gestan la mayoría de procesos contemporáneos, epistemológicamente es una gran vía de la información cuyo contenido es muy variado, siendo asombrosamente la mayor fuente de información de la historia de la humanidad, es por ello que se encuentra en constante cambio, demostrando una evolución paralela a la sociedad, desde la perspectiva moral permite impulsar una concientización masiva sobre derechos humanos, noticias e inducir campañas a escalas mundiales, una traba observada en la web es la mentalidad humana que se resalta como el origen mismo de la mayoría de problemas sociales y que pocas o nulas investigaciones proponen una manera efectiva de impulsar un cambio de la

realidad científica según los intereses comunes; la naturaleza de los géneros no obedece a leyes digitales sino que el contenido web se ha pensado en las afinidades de género con fines comerciales o beneficios según el patrocinador de un determinado sitio web; la correspondencia clave es que netamente el sexo masculino por su comportamiento social e intereses en diverso contenido predispone mejor el uso de los servicios web, mientras que las mujeres optan por un uso moderado del internet para que afecte sus actividades personales, no obstante a pesar de que estadísticamente se confirma dicho supuesto vale destacar que las encuestas no siempre son un vivo reflejo de la realidad y que existan variables sujetas a interpretaciones psicológicas, profesionales o incluso se revelen nuevas relaciones no competentes a la investigación realizada.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES:

En base a los criterios expuestos, análisis realizado e indagaciones efectuadas, se concluye lo siguiente:

- El género masculino es el que demuestra una mayor relación con el uso del internet, la tabulación cruzada demora que a pesar de tener un 66.67% de usuarios familiarizados, solo los hombres superan el rango de horas para ser considerados usuarios frecuentes, mientras que las féminas se postulan como usuarios esporádicos.
- Los hombres disponen un promedio de 8 a 15 horas diarias al uso del internet, las mujeres en contraste expresan una media de 2 a 6 horas; esto enfatiza la diferencia entre las preferencias de género.
- El uso de la web comprende un sin número de potencialidades para gestar las funciones nominales de la sociedad, no obstante este estudio

demuestra que el internet se está concatenado con las actividades cotidianas que caracterizan a cada género, es decir forman parte a nivel objetivo (funciones profesionales), nivel subjetivo (búsqueda de información y satisfacer necesidades personales), y social siendo un medio de intercomunicación bilateral a bajo costo, se ha transformado en la plataforma donde interactúan procesos que aún no son descritos en su totalidad puesto que aún no se conoce con certeza la mentalidad humana.

- La distribución de frecuencias y tabulación cruzada permiten palpar la parte objetiva de la realidad analizada, pero existe otra parte subjetiva que es el reflejo de la personalidad de cada individuo, por dicha razón los resultados del análisis se basan a más de los hitos estadísticos en una profunda reflexión de contenidos afines en investigaciones citadas que permiten interpretar los valores esquematizados de la manera más concreta.
- El uso del internet está relacionado con muchos factores psicológicos, sociales, económicos y depende de parámetros como su accesibilidad, por lo tanto, se deduce que la preferencia masculina a la web se debe a funciones cognitivas características del género, puesto que los encuestados poseen características académicas y sociales similares.
- Se recomienda realizar una investigación complementaria que identifique las razones por las cuales los hombres usan con mayor frecuencia el internet que las mujeres.
- Se aconseja que la investigación competente sea analizada desde otros puntos de vista como el social y psicológico, debido a que un análisis estadístico no siempre refleja el estado real de la variable estudiada y al apreciarse desde otras perspectivas se pueda construir un estudio

completo que sirve de pauta para nuevas tendencias en márquetin, inversiones o actividades laborales según el género del individuo.

BIBLIOGRAFÍA:

Aignerren, M. (2013). ANÁLISIS DE DATOS TABULADOS. *UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA*, 2-39.

Alcalá, Z. Z. (SEPTIEMBRE de 2014). *UNIVERSIDAD VERACRUZANA*.
Obtenido de El Grado de Apropiación Tecnológica y el desempeño escolar de estudiantes universitarios:
https://www.uv.mx/mev/files/2014/10/Proyecto_Zavala_Sep14.pdf

Araujo, P. J. (10 de 2 de 2014). *BIBLIOTECA DE LAS CASAS*. Obtenido de MANUAL INTRODUCTORIO AL USO DEL PROGRAMA PSPP PARA EL ANÁLISIS DE DATOS:
https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/44337462/manual_PSPP.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1513718286&Signature=3P0AQCF%2F9xDRP6jsmB2x11SFZsw%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DManual_introductorio_al_uso_del_

CENTRO DE ESTUDIOS DE OPINIÓN. (2012). ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS. *UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA*, 2-106.

Elizondo, W. C., & Varela, J. G. (1994). Análisis de Tabla Múltiples Datos. *Teroría y Aplicaciones*, 47-55.

García-Piña, C. A. (2008). Riesgos del uso de internet por niños y adolescentes. Estrategias de seguridad. *INSTITUTO NACIONAL DE PEDIATRÍA (México)*, 273-279.

González Zabala, M., Galvis, E., & González. (2013). Análisis de brecha digital en seis grupos poblacionales vulnerables de la región caribe colombiana. *Universidad Católica del Norte*, 33-46.

Henríquez, G. (2002). El Uso de Herramientas de Internet en la Investigación Social. *Cinta moebio 1*, 74-85.

Idaly Barreto, A. V.-M.-V. (2011). *Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe*. Obtenido de ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS PARA EL ANÁLISIS DE DATOS TEXTUALES: APLICACIONES EN PSICOLOGÍA DEL CONSUMIDOR:
<http://www.redalyc.org/html/1342/134222985001/>

Jiménez, A. M., & Burgos, K. E. (2013). *Universidad Católica Andrés Bello*. Obtenido de Percepción del consumidor en la actuación de las empresas socialmente responsables:
<http://eprints.uanl.mx/8388/1/PERCEPCI%C3%93N%20DEL%20CONSUMIDOS%20EN%20ESR.pdf>

José Estrada 1, M. C. (2016). Seguridad de la Telefonía IP en Ecuador: Análisis en Internet. *Enfoque UTE*, 25 - 40.

Levin, R. I., & Rubin, D. S. (2010). *Estadística para administración y economía*. México: Pearson Educación-Prentice Hall.

Lind, D. A., Marchall, W. G., & Wathen, S. A. (2008). *Estadística aplicada a los negocios y la economía*. México: Mc Gran Hill-Interamericana.

Milagros, L. V., & Juan, M. A. (2009). Uso de Internet por estudiantes del internado de Medicina en Lima Metropolitana. *Médica Herediana*, 156-161.

MKT Capacitación. (2017). *INTERNET EN EL MUNDO EN 2017*.
Obtenido de

<https://www.marketingcapacitacion.com/index.php/noticias-marketing-digital/content-marketing/918-internet-en-el-mundo-en-2017>

Osorio, F. (2017). El uso de teléfonos móviles como herramientas de apoyo a la investigación social. *Revista Latinoamericana de Metodología de la Investigación Social*, 23-32.

Pablo César Muñoz Carril, M. G. (2012). ANÁLISIS DEL NIVEL DE APLICACIÓN Y USO DOCENTE DE HERRAMIENTAS TELEFORMATIVAS EN EL ÁREA DE PROGRAMACIÓN Y BASES DE DATOS. *Educación a Distancia*, 1-20.

Sancha, D. (2005). El uso de la información de agencia en las ediciones electrónicas de diarios en España. *Athenea Digital*, 1-33.

Silva, L. V., Ticse, R., Carballido, L. A., & Castañon, F. G. (2015). ACCESO, USO Y PREFERENCIAS DE LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN POR MÉDICOS DE UN HOSPITAL GENERAL DEL PERÚ. *Universidad Peruana Cayetano Heredia*, 289-293.