

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación

**“ANÁLISIS DEL USO DE LAS APLICACIONES DIGITALES EN
GENERACIÓN X Y GENERACIÓN MILLENNIALS”**

Meliza Zuzel Hernández Hernández

Asesor: M.A. Jorge Paz
Guatemala, septiembre 2018

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación

**“ANÁLISIS DEL USO DE LAS APLICACIONES DIGITALES EN
GENERACIÓN X Y GENERACIÓN MILLENNIALS”**

Meliza Zuzel Hernández Hernández
Previo a optar al título de

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Asesor: M.A. Jorge Paz
Guatemala, septiembre 2018
Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Director

MSc. Sergio Vinicio Morataya García

Consejo Directivo

Representantes Docentes

Lic. Mario Enrique Campos Trigilio

Lic. Gustavo Moran

Representantes Estudiantiles

Gabriela Menegazzo

Herber Escobar

Representante de Egresados

M.A. Johnny Michael González Batres

Secretaria

MSc. Claudia Xiomara Molina Ávalos

Tribunal Examinador

M.A. Jorge Ignacio Paz Ramírez (Presidente)

M.A. David Ernesto Chacón Estrada (Revisor)

M.A. Wagner Díaz Choscó (Revisor)

M.A. Elpidio Guillén de León (Examinador)

M.A. Ruth Betzabé Ovando Hernández (Examinadora)

M.A. Hugo René Pérez Caal (Suplente)

Para efectos legales únicamente la autora
es la única responsable del contenido de este trabajo.

Dedicatoria

A mi mamá

Principalmente a ella, porque ha estado incondicionalmente conmigo ha creído en mi, ha sido mi apoyo y por ella he alcanzado todo el conocimiento que hasta el día de hoy me otorga el título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

A mi abuela

Abuela Raquel, porque siempre creyó que podía alcanzar todo lo que me propusiera, alentándome cada día dar lo mejor de mí, impulsándome que no me tenía que dejar vencer, así que mamita hoy te digo meta cumplida ya tienes a tu Licenciada.

A mi familia

A mi primo porque fue mi inspiración desde pequeña y así sigue siendo. A mis tías apoyo incondicional porque siempre han creído en mi que puedo con todos los retos que me proponga.

A mis amigos

Sin duda han sido parte fundamental en mi vida porque son las personas que considero como familia, amistades de las cuales han nacido de estudio, amigos de amigos, trabajo, iglesia y hobbies; en fin han sido apoyo tanto emocional, moral y académico.

A la USAC

Es mi alma mater, la casa de estudios que me vio crecer académicamente, la cual es testigo que hoy en día este optando por este título.

Índice

Resumen	8
Introducción.....	9
Capítulo I.....	11
Marco conceptual	11
1.1 Título de Tesis	11
1.2 Antecedentes.....	11
1.3 Justificación	13
1.4 Planteamiento del problema	14
1.5 Alcances y límites.....	16
Capítulo II.....	17
Marco teórico.....	17
2.1 Teorías de la comunicación	17
2.1.1 Funcionalismo.....	17
2.1.2 Estructuralismo	18
2.1.3 Conductismo	18
2.1.4 El medio es el mensaje	19
2.2 De una teoría a la realidad	20
2.2.1 Teoría y comunicación frente al fantasma digital.....	21
2.2.2 Tecnología, sociedad y educación	23
2.3 Generaciones	24
2.3.1 Generación X	24
2.3.2 Generación millennials	26
2.3.3 Diferencia de la generación X y la generación millennials	28
2.4 Surgimiento de las aplicaciones	29
2.5 El proceso de diseño y desarrollo de una app.....	30

2.6 Tipos de aplicaciones digitales	31
2.7. Categorías de aplicaciones.....	32
2.7.1. Aplicaciones gratuitas o pagadas	33
Capítulo III	34
Marco metodológico.....	34
3.1 Método o tipo de investigación	34
3.2 Objetivos.....	34
3.2.1 Objetivo general.....	34
3.2.2 Objetivos específicos.....	34
3.3 Técnica.....	34
3.4 Instrumento	34
3.5 Población	35
3.6 Muestra	35
3.7 Análisis de datos.....	35
Capítulo IV	36
Análisis de resultados	36
Conclusiones.....	49
Recomendaciones	50
Referencias	51
E-grafías.....	52
Anexos	54

Resumen

Título del trabajo	Análisis del uso de las aplicaciones digitales en la generación X y la generación millennials
Autora	Meliza Zuzel Hernández Hernández
Universidad	Universidad de San Carlos de Guatemala
Unidad académica	Escuela de Ciencias de la Comunicación
Problema investigado	¿Qué importancia tienen las aplicaciones digitales en la generación X y la generación millennials?
Procedimiento para la obtención de datos	Se realizó una encuesta, la cual se colocó en una red social que posee la colonia Justo Rufino Barrios, los vecinos de la colonia fueron pieza fundamental para realizar esta investigación.
Resultados y conclusiones	<p>Dentro de la generación X y la generación millennials existe un margen de diferencia en cuanto al uso y conocimiento de la tecnología.</p> <p>Ambas generaciones han crecido y se han desarrollado en ámbitos con gran diferencia, es por ello que se realizó esta investigación para saber que conoce cada una de estas generaciones y como las ha marcado su conocimiento.</p>

Introducción

La diferencia entre generaciones ha hecho que la tecnología evolucione constantemente hasta la que se tiene hoy día. Es por ello que este informe se estructuró de la siguiente forma:

Marco conceptual, se realizó una investigación en la que se encontraron proyectos relacionados con el tema, así mismo permitió obtener un objetivo más claro por el cual se deseaba realizar esta investigación para tener un panorama más claro y definido.

El marco teórico, permitió fundamentar el informe, como ha marcado la tecnología cada generación y diferenciación entre cada una de ellas, mostrando la evolución de la tecnología desde la generación X hasta la generación *millennials*; han sido las generaciones que han sentido este cambio radical, debido que han tenido que irse adaptando a la innovación y descubrimiento que el mundo digital ha presentado constantemente. La implementación de aplicaciones siempre han estado en los celulares las cuales han sido opciones básicas como: la calculadora, despertador y notas.

Sin embargo, con el paso del tiempo estas aplicaciones se han tenido que ir perfeccionando de acuerdo con la tecnología que cuenta el teléfono inteligente, han venido a facilitar el trabajo de las personas, se pueden encontrar una variedad de tipos de aplicaciones como: nativas, *web* e híbridas dentro de estas se encuentra una gama de categorías como: herramientas, organizadores, sociales, entretenimiento, creación, utilitarias, informativas y educativas.

En el marco metodológico, se manejó el tipo cuantitativo utilizando la encuesta para medir la opinión y conocer el objeto de estudio, dicho instrumento fue publicado en *Facebook* en la página de la colonia Justo Rufino Barrios, se tuvo a nivel general un total de 80 personas que participaron en dicha encuesta.

El análisis de resultados pudo constatar que el 75% pertenecen a la generación *millennials*, fue la que más participó de los encuestados, en cuanto a la generación X fue el 25% que obtuvo de participación.

Cabe destacar que el cuestionario se dividió de primero en saber el porcentaje de cada generación, luego conocer si se tenía conocimiento de las aplicaciones, así como las preferencias de categorías para cada generación, la utilización, forma como comenzaron a utilizar una aplicación, así también como calificaban a una aplicación y si estas han sido de beneficio para ellos.

Capítulo I

Marco conceptual

1.1 Título de Tesis

Análisis del uso de las aplicaciones digitales en generaciones X y generación millennials.

1.2 Antecedentes

El uso y la relevancia que han tenido las aplicaciones digitales en la época actual ha marcado las generaciones, debido a la utilización que han tenido la generación X y la generación millennials, por ello se ha recopilado información basándose en la utilización de las aplicaciones; tal y como lo presenta el ingeniero Héctor Adolfo Melgar Paniagua (2012), quien da a conocer el “Impacto de las Redes Sociales en los estudiantes de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de San Carlos de Guatemala”, (Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Ingeniería), en el cual se define que es una red social, las características principales, creación, expansión, tipos de redes existentes y las características de cada una de ellas, además las tendencias tecnológicas, como las personas pueden utilizarlas logrando el máximo rendimiento de las mismas.

El ingeniero Carlos Roberto Sandoval Reyes (2013) con el tema “Influencias de los servicios de redes sociales virtuales en el desarrollo social de los estudiantes de Ingeniería en sistemas”, (Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Ingeniería), afirma que a partir de la expansión de la web 2.0 muchas tecnologías han evolucionado, que pretende conocer los efectos que los servicios de redes sociales han tenido sobre el comportamiento de los jóvenes involucrados en estas redes, como por ejemplo popularidad, adicción a estas, jóvenes que prefieren estar tras las redes que interactuar de una forma personal. Por lo que el objetivo principal en este tema fue reeducar, predecir el comportamiento humano.

Así mismo, el estudio “La Comunicación interpersonal directa y las plataformas de mensajería instantánea *WhatsApp* y *Facebook*” por la licenciada Ana Cecilia López (2016), (Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencia de la Comunicación), da a conocer que en los últimos años se han generado nuevas tecnologías y medios de comunicación que permite a los individuos interactuar de diferentes maneras, sin la necesidad de estar uno al lado del otro,

utilizando estas aplicaciones, ya que cuentan con una mensajería instantánea en tiempo real y de forma muy sencilla.

La antropóloga Liesl Marie Cohn De León (2011), con su tema “Ciberantropología en Guatemala: Socialización y Organización de los jóvenes a través de la red social virtual *Facebook*”, (Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Historia), da a conocer que el ser humano habita en un mundo globalizado, el cual se diferencia por una densa relación entre regiones que pueden evidenciarse a través de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías, debido a que TICs (Tecnologías de la Información y la Comunicaciones) se manifiestan en sinfín de aplicaciones. El modelo que utilizo para su investigación es la red virtual *Facebook*, ya que es uno de los sitios de internet con mayor audiencia a nivel mundial, así como cuenta con un amplio nivel de aceptación entre jóvenes de las capas medias que habitan en la ciudad de Guatemala.

El mundo tecnológico es demasiado amplio es por ello que el licenciado Allan Alberto López Paredes (2012) con su tema “Propuesta para el funcionamiento de la red social *Google Plus* en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala”, (Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencia de la Comunicación), comparte de la implementación de la red social *Google Plus* como nuevo canal de comunicación en la Escuela de Ciencias de la Comunicación a los estudiantes del primero, tercero y quinto ciclo de las carreras de publicidad, periodismo y locución de las jornadas vespertina y nocturna, con el objetivo de poder brindar una nueva red de información y comunicación.

Las investigaciones presentadas por los diferentes profesionales, sirve para dar a conocer el uso de las diversas aplicaciones y como se ha ido integrando a una sociedad y evolucionando hasta hoy en día.

1.3 Justificación

La utilización de las aplicaciones digitales en los últimos años ha aumentado el número de usuarios. Su evolución se ha ido implementando debido a los lanzamientos de los teléfonos inteligentes que año con año avanza en su gama, incluyendo nuevas opciones para facilitar el día a día de una persona.

Por ello “la tienda”, espacio donde se encuentran las aplicaciones para poder ser descargadas o bien, poder comprarlas, son seleccionadas para facilitar tareas de los usuarios, o para satisfacer las necesidades de cada uno.

Google Play Store (plataforma de distribución digital de aplicaciones móviles para los dispositivos con sistema operativo Android) e IOS (sistema operativo móvil de la multinacional Apple Inc. Originalmente desarrollado para el iPhone), también han hecho su trabajo al realizar un estudio de grupo objetivo para poder integrarlas a sus sistemas operativos. Al pasar de los años se puede observar que se desarrollan más aplicaciones y actualizaciones para facilitar las tareas diarias de una persona.

En Guatemala, cuando comenzaron a surgir los lanzamientos de las aplicaciones no se contaba con los desarrolladores necesarios, pero esto no fue un inconveniente, porque expertos guatemaltecos se han ido integrando a este campo, a tal punto, que en la actualidad Guatemala ha ido expandiendo sus habilidades en esta área, por lo que se han creado aplicaciones para facilitar la vida de los guatemaltecos, así como creando aplicaciones que puedan ser utilizadas tanto a nivel nacional e internacional.

Conforme pasan los años la tecnología va evolucionando, la generación X se ha ido integrando a la utilización de la misma. Cabe destacar en contexto nacional ellos no tienen mayor conocimiento debido a estos avances tecnológicos se dieron en años posteriores. Por ello que la generación millennials han sido los pioneros, debido a que ellos han ido creciendo con esta nueva tecnología, la cual se les facilita el poder utilizarla.

Así mismo existen excepciones de la generación X, quienes han sido parte de esta evolución, hay algunos de la generación millennials que tienen el conocimiento nulo del uso de las aplicaciones.

El avance de las aplicaciones irá dependiendo de la integración que tengan las personas con la nueva tecnología, a tal punto que se hará la mayor parte de las actividades por medio de *apps*, así mismo la adaptabilidad a este mundo cibernético, como los beneficios, ventajas o desventajas que se le quieran dar a las mismas.

1.4 Planteamiento del problema

Las aplicaciones durante el 2016 han destacado cifras interesantes, que indican que el desarrollo de este tipo de soluciones seguirá en ascenso. Por lo que se han obtenido datos muy concretos sobre las tendencias que son relevantes del mayor número de descargas de las aplicaciones, las cuáles a nivel mundial han incrementado 15% en el 2016 comparado con el 2015. Los sistemas operativos *Google Play Store* y la *App Store* (*marketplace de aplicaciones para usuarios de Apple*), las *apps* han tenido un aumento de 40% entre los años antes mencionados. (D'Agostino, 2017)

Expertos han notado un alto crecimiento en el uso de las aplicaciones móviles durante el 2016, lo mismo sucedió en países emergentes como India, Indonesia, México y Brasil.

Las aplicaciones sobre juegos son las que tienen el mayor número de porcentaje de descargas, seguido por deportes y por último transmisiones en vivo.

En el sistema operativo *iOS*, las categorías más descargadas han sido finanzas, viaje, foto y video. Mientras para *Google Play* han sido las secciones de productividad, herramientas y sociales.

Dentro de las aplicaciones con mayor descarga en los móviles están: las redes sociales sobre todo las que constan de mensajería instantánea, aplicaciones de música o videos musicales y aplicaciones viales.

Guatemala se ha posicionado en el área digital, por ello durante el 2015 ha ascendido notablemente, estando en la posición cuarenta y dos de ciento cincuenta países en la categoría de “disponibilidad de tecnología de punta”. Esto quiere decir que ha avanzado en la competitividad del sector, logrando un impacto positivo para la industria a nivel global.

Desarrollos como videojuegos, aplicaciones, software y técnicas guatemaltecas están destacando en mercados de Canadá, Estados Unidos y América Latina. Esto hizo que antes de que finalizará el 2015 incrementó 8% en comparación del año anterior, dejando así con un alto posicionamiento en desarrollo de aplicaciones digitales a Guatemala.

Sin embargo, Guatemala antes de posicionarse en el rango, no contaba con toda la tecnología para poder ser conocedor en esta área lo que llevó a expertos en la materia para tener estudios en esta rama y así tener mayor información en este fenómeno que estaba marcando en la actualidad, es así como los expertos guatemaltecos comienzan a convertirse en pioneros de un nuevo desarrollo de tecnología.

Existe un dato relevante donde el mayor porcentaje de los usuarios de redes sociales en Guatemala corresponde a mujeres, quienes son las que lideran en el ámbito digital; así mismo, el se posiciona país con el mayor número de usuarios activos en redes sociales a nivel centroamericano, colocándose en la posición 49 en la tabla mundial de cuentas activas en las plataformas sociales. Por ello se concluye que el teléfono inteligente es el más utilizado para poder acceder a las diferentes aplicaciones ya que dichas *apps*, solo pueden ser instalados en estos teléfonos. El sistema operativo con mayor demanda es *Android*, debido que una gran parte de marcas se han integrado este sistema operativo en los teléfonos inteligentes. (Laines, 2016)

En la zona 21 colonia Justo Rufino Barrios, de la Ciudad Capital, se puede observar el gran efecto que ha tenido la tendencia de las aplicaciones, un claro ejemplo es que dicha colonia cuenta con una página de *Facebook*, en la cual se publican actividades a desarrollarse en la colonia, sin embargo, se ha podido observar que dentro de sus usuarios existen un gran porcentaje de miembros tanto adolescentes y jóvenes adultos, mientras que un bajo porcentaje de adultos (padres de familia). Durante se ha ido implementado nuevas tendencias con las aplicaciones los

jóvenes se han identificado con estas, lo contrario ocurre con los adultos, quienes a simple vista lo ven como una pérdida de tiempo.

Sin embargo, conforme se hacen más necesarias estas aplicaciones, se ha ido observando un incremento de usuarios adultos en las diversas redes sociales, esto ha sido a causa de que los padres quieren integrarse y formar parte de los círculos sociales en los cuales se encuentran sus hijos, así como tener el conocimiento del funcionamiento de esta aplicación.

Luego de haber obtenido un panorama tanto mundial, nacional y de la colonia donde se llevará a cabo la investigación sobre el uso de las aplicaciones digitales, así como las ventajas, beneficios, adelantos tecnológicos que ha causado en la generación X y la generación millennials.

Por ello se formula la siguiente pregunta de investigación ¿Qué importancia tienen las aplicaciones digitales en la generación X y la generación millennials?

1.5 Alcances y límites

1.5.1 Ámbito geográfico.

Colonia Justo Rufino Barrios Zona 21, Ciudad Capital de Guatemala

1.5.3 Ámbito poblacional.

Género masculino y femenino, edades 18 - 56 años.

1.5.4 Ámbito temporal.

La encuesta se realizó en febrero 2018

1.5.5 Límites.

Esta investigación se llevó a cabo en un grupo de una red social con la que cuenta la colonia Justo Rufino Barrios, donde los miembros son vecinos de dicho lugar.

Capítulo II

Marco teórico

2.1 Teorías de la comunicación

Las teorías de la comunicación son una clave para el conocimiento científico debido porque es modelo sistémico también recurren al paradigma informacional, aunque de una manera distinta siendo su objetivo fundamental la metodología de las ciencias sociales.

2.1.1 Funcionalismo

El funcionalismo atribuye a la comunicación social en un paradigma de la adaptación, utilizado de primero por las ciencias sociales por Spencer y seguidamente por Darwin. Los componentes del modelo funcionalista son los posibles órganos que pueden cumplir la función de emisores de comunicación; y que personaliza en aquellas instituciones que emiten mensajes cuya misión es actuar funcionalmente expresando los puntos de vista de la institución. Las funciones sociales que se aseguran por el recurso a la comunicación e incluso las disfunciones que eventualmente la comunicación puede generar en el sistema social. Otro componente representa a los posibles órganos de receptores, en lo cual término igualmente popularizado por los funcionalistas y que tanto pueda designar a las audiencias como a otras instituciones.

Sin embargo, en el caso del modelo funcionalista no se considera una masa, lo hacían otro grupo, otro componente son los posibles medios, adecuados para poner en comunicación a los órganos emisor y receptor de manera que facilite la reacción que permite estímulos y respuestas cumplan la función adaptativa al sistema. Es por ello que los mensajes son tales en la medida que cumplen virtualmente ambas funciones de acción y reacción.

El modelo funcionalista no forma, no arranca y ni confirma postulados informacionales, su concepto de mensaje no sólo es ajeno a la noción del mensaje, toda vez que un mensaje no se constituye por ser estímulo para conductas comunicativas, sino hacer un ajuste o reajuste entre los actores sociales de la comunicación: emisores y receptores no son extremos de una transmisión unidireccional sino bidireccional. La comunicación para los funcionalistas es un sistema de acción y reacción, un sistema de retroalimentación constantemente entre el sistema de acción social y el sistema de valores.

2.1.2 Estructuralismo

Los modelos estructuralistas son analógicos se llama así porque representan datos análogos o de alguna forma semejantes a los datos de la observación esto quiere decir que es un modelo analógico porque representa simbólicamente o convencionalmente elementos de la geografía del territorio respetando las proporciones entre las distancias medidas sobre el terreno y las representadas sobre el papel. En el modelo estructuralista, las reglas que se proponen para explicar en un sistema sus procesos de cambio y los intercambios mismos terminan por situarse al mismo nivel de abstracción mientras que los campos en los cuales se aplican tanto las reglas de intercambio.

El estructuralismo efectúa para construir y formalizar los sistemas comunicativos, como en algunos casos sigue de cerca la métrica shannoniana, el planteamiento estructuralista es descomponer el objeto de análisis en unidades independientes y luego estructurarlo de acuerdo a las leyes estadísticas o lógicas.

2.1.3 Conductismo

Esta teoría que tiene procesos de conducta, rechaza todos los otros modos que no tiene fases experimentales que se puedan manipular. Es por ello que el conductismo aparece como un método que es considerable porque es observable, esto es como un resultado de las acciones de una sociedad.

Dentro del conductismo existen dos variantes: conductismo clásico, describe una asociación entre estímulo y respuesta contigua, de forma que, si sabemos plantear los estímulos adecuados, obtendremos las respuestas deseadas.

Y el conductismo instrumental, el condicionamiento instrumental y operante, persigue la consolidación de la respuesta, según el estímulo, buscando los reforzadores necesarios para implantar esta relación en el individuo.

Como principal aspecto positivo se debe al conductismo la aplicación del método científico al estudio del proceso de enseñanza y aprendizaje. Las estrategias fundamentales para la transmisión de conocimientos son la determinación inicial de objetivos claros y medibles, la

secuenciación estructurada de contenidos seleccionados y jerarquizados y el establecimiento de mecanismo y herramientas de evaluación para los objetivos establecidos.

2.1.4 El medio es el mensaje

El alfabeto fue el primer anclaje que tuvieron con la tecnología esto quiere decir que lo fueron absorbiendo de un modo totalmente inconsciente. Esto conllevó a que se realizarán patrones dentro de una sociedad y que se fueran formando con las reglas que se estipulaban.

La tecnología también vino a involucrarse en vidas personales, porque las personas sabían lo que estaba pasando con las personas de su alrededor, esto también se manifestó en el núcleo familiar, porque ya no solo eran los padres que venían a enseñar, sino que se unía un sabio. “La información eléctrica” como se le conocía también se apoderó de la educación, esto causo mayor trascendencia debido a como se estaba enseñando a los estudiantes de una forma lineal, por lo que la información eléctrica hizo que esto cambiará el pensar de los estudiantes.

Derivado de esto, surgió la imprenta, esta sirvió para que las personas pudieran visualizar y redactar cuantas veces quisieran. Aunque cabe destacar que se comenzó a utilizar de una manera indebida para poder perjudicar a otras personas. Es por ello que la tecnología juntamente con la imprenta creó el público, la tecnología eléctrica creo la masa. Así mismo nace lo que es la televisión apoderándose de todas las sociedades y unificándolos en un mismo panorama.

“Nuestra cultura oficial está luchando por forzar a los nuevos medios a hacer la tarea de los viejos. Eso es tiempo son arduos porque somos testigos de un choque de proporciones cataclísmicas entre dos grandes tecnologías. Tratando de acceder a la nueva con el acontecimiento psicológico y las respuestas sensoriales de la antigua”. (McLuhan 1969:49).

2.2 De una teoría a la realidad

“El modelo de comunicación de Shannon y Weaver son exactamente una teoría de la información pensada en función de cibernética, la cual es el estudio del funcionamiento de las máquinas especialmente, las máquinas electrónicas cuando hablan de información, se trata de un término con un sentido completamente diferente del que nosotros tenemos conocimiento, se trata para una unidad cuantificable que no tiene en cuenta el contenido del mensaje”. (Woolf, 2013) Este modelo se aplica por cualquier mensaje independiente de su significado, estudia la cantidad de información de un mensaje en función de la capacidad del medio. Este modelo de comunicación tiene como objetivos. 1. La velocidad en la creación y transmisión de los mensajes, 2. La capacidad de los canales de comunicación. 3. La codificación eficaz de los mensajes, de manera de evitar los ruidos entre el emisor y el receptor.

Los elementos que están dentro de este modelo de comunicación son:

- a. Fuentes: emisor
- b. Transmisor: emisor técnico es el que transforma el mensaje en un conjunto de señales.
- c. Canal: medio técnico por el cual se transporta la información.
- d. Receptor: receptor técnico quien decodifica la información enviada.
- e. Destinatario: es el verdadero receptor a quien es enviado el mensaje.
- f. Ruido: altera la transmisión del mensaje.

La tecnología para algunos teóricos no era más una etapa superior de la técnica algo que forma parte de un desarrollo. La técnica se asocia a las habilidades para manipular herramientas, en cambio la tecnología representa un cambio de escenario, tanto material y otro lógico. En el campo de comunicación se genera el dispositivo de la interfaz, la relación que se tiene con el usuario, la acción material o inmaterial. Las herramientas aparecen como extensiones la virtualización de las acciones.

“La tecnología de Internet nace como un sistema complejo de seguridad, luego se abre a la configuración de ámbitos académicos. Por lo que el Internet coloca a la seguridad sobre todos los valores”. (Quiroz, 2003)

La comprensión de la tecnología y de los sistemas tecnocientíficos como prácticas y culturas implica la posibilidad de superar las teorías puramente interpretativas de la ciencia y de la tecnología. Un objetivo necesario para poder encarar los retos de la tecnociencia y de la tecnocientificación cultural consiste en estudiar y estabilizar modelos culturales de interpretación, valoración e intervención, prácticas, entornos y recursos como técnicos y organizativos un análisis y de reconstrucción rigurosa que sirvan para interpretar y comprender la estructura y la dinámica de los procesos de innovación, estabilización y transformación de las subculturas tecnocientíficas y extracientíficas.

El objetivo de un sistema de comunicaciones ha de ser aproximar al emisor y al receptor del mensaje, pero a menudo se piensa que este acercamiento se refiere tan sólo al espacio. Este aspecto el que explica el éxito de aparatos como el fax, los contestadores automáticos de teléfono, los grabadores de video, e incluso el correo electrónico y a la red de redes conocida como Internet.

Las comunicaciones informáticas han ido aumentando su potencial funcional conforme se ha logrado éxito en la distribución de los diversos elementos que forman el aspecto central del tratamiento de datos tradicionales.

2.2.1 Teoría y comunicación frente al fantasma digital

Las teorías de las comunicaciones de las masas son más o menos diferenciadas, pues se trata de conversaciones con objetivos y procesos, donde los medios masivos son utilizados para realizar dinámicas y estrategias de manipulación por medio de procesos de interpretación. En ese momento es cuando comienza la cultura digital a un área inestable. “A partir de la tecnología ha abierto el paso a que se tenga una comunicación más amplia, dando lugar a un sinfín de conversaciones que se tienen día a día, desde la aparición de la World Wide Web”. (Scolari, 2008: 22).

La llegada de la revolución digital ha generado estos cambios:

1. Los medios tradicionales se vieron afectados por una gran transformación.
2. Los medios masivos, son reemplazados por una serie de plataformas interactivas de comunicación.
3. Las audiencias se transforman de una manera rápida.
4. La digitalización en las redes está redefiniendo la vida hogareña.

En teoría ninguna de las masas del siglo XX, estaba apareciendo explicación de esta nueva evolución en la comunicación los cambios que se producen en el mensaje y la audiencia. Sin embargo, se llegó a una conclusión que, si dentro de las investigaciones que se hicieran y no estaba el internet, fracasaría debido a que ese tema era la tendencia y donde muchas personas buscaban información.

La comunicación ha sido muy trascendente con todos los medios que se han utilizado para poder comunicarse, es por ello que los medios masivos como la televisión, la radio, la prensa escrita; han ido incorporándose a la tecnología lo cual ha hecho que se habrá mayor campo comunicacional, por lo cual permite compartir a nivel mundial.

El desarrollo de la tecnología ha tenido un mayor significado ha generado mayores efectos dentro de los medios masivos. Donde un medio tradicional ha pasado a mayor interacción con la generación, para lo cual ha marcado los progresos tecnológicos dentro de este campo los cuales hay dos que lo han hecho importantes: Como señala Quiroz “la digitalización y la extensión de la difusión vía satélite o vía cable”. (2003: 35).

Dentro de la historia de la comunicación la imprenta, la televisión, el teléfono y la computadora han marcado grandes cambios. Está comenzando un nuevo cambio dentro de la comunicación que podría ir cambiando todas revoluciones anteriores, por los grandes impactos que se tiene constantemente. El internet y las redes sociales una de sus grandes ventajas dentro del mundo económico. A finales del siglo XX comenzaban a surgir varias transformaciones lo cual era una cultura material a un nuevo paradigma tecnológico que se expande a gran velocidad por medio de un lenguaje digital.

2.2.2 Tecnología, sociedad y educación

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), el impacto de las TIC, ha ido revolucionando los sectores, económicos, políticos y culturales. “El fenómeno del Internet que ha hecho grandes transformaciones, así mismo no es solo una herramienta de comunicación y búsqueda, información, procesamiento”. (Coll, C. & Monereo C. 2008: 19). Sino que ha marcado un gran espacio global para todas las sociedades, así como sectores de enseñanza.

Dentro del sector de enseñanza ha ido avanzando debido al desarrollo de teléfonos inteligentes y de la conexión inalámbrica.

Las TIC, en su doble condición de causa y efecto, han sido determinantes en esta transformación, por medio del intercambio de información y comunicación ha hecho que varios países tengan una amplia reducción de costos, esto es porque de un inicio las TIC fueron pensadas para poder trabajar aspectos como negocios, trabajo, sector del gobierno y educación.

Desde el surgimiento del internet, con los constantes cambios que aparecen ahora, el primer navegador y el primer servidor web en 60', por lo que a la red se le denominó “web 1.0” o fase “punto.com”, de la forma más básica que existe, con navegadores de solo texto, como ELISA, bastante rápidos, pero muy simple. Así es como apareció la enciclopedia británica, la web era sólo de lectura, mostraban información y los usuarios eran básicamente consumidores de información y los usuarios eran básicamente consumidores de información. Las páginas en su mayoría eran estáticas. Después surge el HTML (*Hyper Text Markup Language*), que hizo las páginas web más agradables a la vista y los primeros navegadores visuales como IE y Netscape. El Netscape fue el primero en la distribución de archivos masivos, este alcanzó máxima popularidad en el 2001.

Luego abre paso a la “web 2.0” o “web social” es una denominación de origen que se refiere a una segunda generación en la historia de los sitios *web*. Se le denominó así porque están basados en el modelo de una comunidad de usuarios que dejan de ser totalmente pasivos y comienzan a aportar conocimientos, comentarios, basados en el modelo de una comunidad de usuarios, dentro de esta hay una variedad de redes sociales, *blogs* y servicios multimedia interconectados cuyo propósito es el intercambio de información entre los usuarios e intercambiando contenidos. Todos

estos sitios utilizan la inteligencia colectiva para proporcionar servicios interactivos en la red donde el usuario tiene el control para publicar sus datos y compartirlos con los demás.

Con una nueva etapa de desarrollo aparece la “*web 3.0*” o “web semántica”, intentado acercar al uso del lenguaje natural y donde se pretende que la navegación se adapte a los gustos del usuario, por ello es una visión al internet donde la información puede ser no sólo localizable sino accesible, como lo hacen ahora almacenan, buscan, encuentran, procesan, combinan y transfieren información. La *web 3.0*, nace ante la necesidad de ayudar a los usuarios a encontrar la información que ese usuario concretamente necesita. Debido a la gran avalancha de información, es capaz de proporcionar recomendaciones personalizadas a los usuarios, a partir de características psicológicas, físicas, culturales, presupuestarias. Se trata de un cambio que implica una evolución tecnológica, aplicando nuevos lenguajes, nuevas técnicas de almacenamiento. La *web 3.0* en definitiva, hace la web más inteligente, teniendo en cuenta nuestros gustos, preferencias hábitos e incluso el contexto. Sin embargo, no todo es bueno, debido a que es una red más avanzada, toda nuestra información de búsqueda y movimientos queda registrada dentro del navegador, es por ello que nuestra privacidad queda guardada en algún sitio.

2.3 Generaciones

2.3.1 Generación X

“Cuando a comienzos de esta década los investigadores sociales norteamericanos se dieron a la tarea de buscar las características comunes de la generación de jóvenes nacidos después del año 1964 y antes de 1981” (Perezbolde, 2014). Esto quiere decir que no son liberales tampoco conservadores. Encontraron un problema que históricamente no habían tenido: estos jóvenes carecían de la identidad generacional que sí tienen sus padres y sus abuelos. Son tan distintos entre ellos que es prácticamente imposible encontrar un patrón para definirlos. Sus percepciones sobre la vida, el amor y el trabajo surgen más de la comprensión individual que de las definiciones sociales. Esta generación sufrió grandes cambios sociológicos en su medio ambiente, desde el hogar, fueron los primeros hijos de familias disfuncionales y muchos han conocido al psicólogo. Pasada la adolescencia, dejaron las fantasías y sueños por un lado y se dedicaron a trabajar sobre lo seguro, creyendo únicamente en ellos mismos. Semejantes características hacían

incluso difícil denominarlos de una manera clara y por ello que eligieron la letra X, la misma es utilizada en los ejercicios matemáticos para definir las incógnitas.

La generación X fue un puente entre la generación Baby boomers y la generación millennials, y sus opiniones respecto a temas como política economía, uso de la tecnología. Para la generación X el Internet es más un espacio para el beneficio propio: desarrollar negocios o leer los tradicionales periódicos en papel y no para juegos en línea apuestas o entretenimiento. Valorizan la vida al aire libre y los deportes, especialmente los desafiantes: competencias de escalar maratones y viajar.

La generación Baby boomers eran bastantes rígidos, respetuosos con la autoridad, esto no quiere decir que la generación X fuera lo contrario, pero fueron los hijos de los últimos conservadores que tenían el pensamiento que su hijo fuera sacerdote o militar, quienes fueron que rompieron con lo establecido donde surgieron los hippies, sexo libre y drogas. Ellos enfrentaron ciertas normas que no les parecían correctas con el orden establecido, por lo que fueron más individualistas en alcanzar sus metas, eran ambiciosos, astutos comprendían más rápido que sus padres, lo que más ha marcado a esta generación es que han sido solitarios. Así mismo durante esta generación se estuvieron dando varios avances tecnológicos eran pocas las personas que deseaban tener el conocimiento de lo que estaba ocurriendo, dentro de la generación X ellos mismos se hacían llamar generación emocionante, exigentes y expansivos. Han vivido desde la TV blanco y negro, el *Pacman*, y la expansión de las hamburgueserías, amantes del *rock and roll* y los gustos de los 80. Es la generación que ha tenido que adaptarse al cambio, así como el desarrollo tecnológico posterior. Caracterizados durante su juventud como desconfiados buscando reconocimiento y el deseo propio, la generación X es el grupo más grande después de la generación millennials en utilizar un teléfono celular con acceso a Internet.

2.3.2 Generación millennials

Durante el siglo XXI, ha permitido tener grandes cambios producidos por una afluencia de población nacida en Estados Unidos entre 1982 a 2003, se ha venido investigando a nivel latinoamericano y norteamericano sobre la caracterización y el posible impacto de la generación Y o generación millennials, como también se le conoce a esta generación que ha marcado la diferencia entre la generación Baby Boomers y la generación X. Actualmente la generación millennials es la más grande cohorte demográfica después de la generación X.

La generación millennials se ha marcado por el acceso a la educación que han tenido en la historia, así como mayores posibilidades de consumo, que han ocasionado consecuencias ambientales y efectos de la discriminación en los ámbitos sociales y laborales. Han crecido inmensamente en la era digital. Debido a la combinación entre consciencia, responsabilidad social, sensibilidad, creatividad, capacidad de emprendimiento y focalización en demostrar resultados, es considerada la “generación perfecta”. Pese a su decidida orientación a los resultados, necesidad de adrenalina, retroalimentación, estímulos constantes y requerir logros de manera persistente, es una generación modesta, positiva y cooperadora. Han crecido siendo observados, supervisados y documentados en toda su vida, en esta generación existe mucha más información que cualquier otra. Los millennials toman mejores las ventajas de las oportunidades que los adultos le ofrecen y son conscientes de los derechos que para ellos se han incluido en las políticas públicas” (Perezbolde, 2014).

Se ha habido un aumento de la informalidad y de concentración laboral en la industria de los servicios. Son emprendedores y creativos, intentan vivir de lo que aman hacer, son idealistas; cada vez son más los puestos de trabajo ocupados por free lance, desempeñados desde diversos lugares como hogares, cafés, u otros lugares dispersos, no son adictos al trabajo o quizá observaron que sus padres sí lo fueron y lo hacen distinto. La generación millennials guiados por gerentes dispuestos a cumplir estas expectativas tienen el potencial de ser la generación más productiva de la historia. No obstante, es necesario el diseño y adecuación de las herramientas para poder resolver los frecuentes choques generacionales en los ambientes laborales. Los millennials se mantenían independiente del nivel social y el estatus económico del que dependían las generaciones anteriores, por ello, buscan empresas con responsabilidad social, que sean

sustentables en el largo plazo y resalten por sus acciones comprometidas. Al ser una generación más equilibrada en términos del manejo del tiempo, no piensan en el balance entre empleo y vida, ya que se asume que estos se deben combinar, por esta razón requieren horarios flexibles para poder realizar otra tarea. Es por ello que algunas empresas se vieron obligadas a cambiar y ser más flexibles de lo contrario este grupo iniciaría sus propios planes de emprendimiento.

“El marketing enfocado en la generación millennials atrapa la mayor atención de los expertos porque estos utilizan Internet durante las compras, toman decisiones en la información que obtengan de la red” (Perezbolde, 2014). Están familiarizados con las redes sociales, las cuales también aprovechan para hacer seguimiento de marcas y productos. La influencia de la tecnología está incluso en sus decisiones profesionales incluyendo en los trabajos más deseados, crean y comparten contenido. Los temas de interés es la tecnología, estilo de vida, deportes y entretenimiento.

En contexto social y laboral, les gusta emprender y aprender, así como formar parte de la toma de decisiones antes que un sistema de jerarquía. No tienen ningún inconveniente de cambiar de trabajo, no conciben la vida sin tecnología y se adaptan al ritmo cambiante de las cosas un ejemplo claro que pasaron por: SMS, reproductor de CD, MP3 MP4 y DVD, son aficionados a la tecnología del entretenimiento usuarios de las salas de chat en los 90 y ahora de redes de citas.

El comportamiento del consumidor ha cambiado y las marcas se esfuerzan para adaptar su oferta a las nuevas necesidades. Uno de los colectivos que está tomando importancia es la generación millennials por ser la mayor generación tiene mayor presencia a nivel mundial actual.

2.3.3 Diferencia de la generación X y la generación millennials

Generación X	Generación millennials
Del matrimonio con hijos a la libertad total	
Fue la primera en ser consciente de disfrutar el bienestar propio.	Son liberales en todos los sentidos, el matrimonio es considerado una opción, los hijos es una cosa de futuro.
Personas frente a géneros	
Primera en aceptar la homosexualidad.	Dan un paso más allá, son totalmente libres y para ello en género no es un problema, por lo cual tienen el alcance de Apps, para poder llevar a cabo sus citas.
Triunfo empresarial a hacer lo que les gusta	
Fue una juventud competitiva, regida por la jerarquía de trabajo y éstos solían estar muy bien definidos, lo importante es triunfar en una empresa.	Han sabido trabajar con el placer, por lo cual trabajan en lo que les gusta y ganar dinero sin tener que depender de una empresa.
De la tribu urbana a ser plural	
Necesitaban sentirse identificados con la sociedad y buscaban estereotipos.	No son estables en una tribu, saltan de una a otra, pueden estar en dos al mismo tiempo.
Pensamiento lineal frente a globalidad	
Pensamiento lineal, ellos vieron la llegada del internet y el desarrollo tecnológico.	No conciben la vida sin tecnología, su pensamiento y su consciencia es global y todo lo que hacen trasciende con ayuda de las redes sociales.

Cultura al alcance de la mano	
Una generación que veía televisión, compraba discos en las tiendas e iba al cine.	Han dejado de consumir televisión y se destacan por canales como Netflix, escuchan en internet en YouTube o Spotify.

(Torres, 2016)

2.4 Surgimiento de las aplicaciones

Los primeros teléfonos no contaban con pantallas táctiles, tenían herramientas básicas como: el calendario, alarma, calculadora, sección de notas y mensajería. Con el pasar de los años la tecnología fue innovando estas herramientas en los distintos modelos de teléfono a tal punto que crearon las “apps” de manera de simplificar la vida del usuario, así mismo como un diseño más atractivo, fácil dominio y adaptado a la necesidad del grupo objetivo. El ingreso de un nuevo sistema operativo, hizo que algunas apps tuvieran un costo para poder adquirirlas e instalarlas en su teléfono, esto generó mayor demanda y competencia con los otros sistemas operativos que ya se encontraban en el mercado y no tenían costo de descarga de apps, esto abrió paso que las diferentes marcas personalizarán las apps que fueran instaladas en su sistema operativo con el objetivo de no perder usuarios con el cual se pudieran identificar.

Sin embargo, el sistema operativo que fue el pionero de la rentabilidad de las aplicaciones, debido a la alta demanda de apps descargadas con costo, hizo que el otro sistema operativo se unirá a la competencia de la rentabilidad de las apps.

Un *software* es una aplicación, esto quiere decir que el *software* lo encontramos dentro de un teléfono y una computadora, sin embargo, las apps se encontrarán en el teléfono esto se debe que fueron diseñadas para estar dentro de esta dimensión, aunque hay apps para poderse instalar en una computadora y algunas aplicaciones tienen capacidad para la *web* esto se debe que están dentro de una extensión de sistemas principales que permiten poder hacer estas tres funciones.

Cuando ya existe una página electrónica la aplicación debe adaptarse a la estructura de esta, de manera que pueda encontrarse en diversas pantallas, en caso que no existe ambas, se debe pensar primero en el móvil para poder plantear el proceso de diseño central que sea este.

2.5 El proceso de diseño y desarrollo de una app

La creación de una app, inicia desde el objetivo de la app hasta cuando es lanzada a una tienda para que pueda ser adquirida por los usuarios. A continuación, se detallará la metodología que se utiliza para el diseño de una app hasta su publicación.

a) Conceptualización

Esto se refiere cuando el creador realiza una investigación previa con el objetivo de saber cuáles son las necesidades que hacen que se cree esta nueva app, así mismo cuáles serán los beneficios dará su aplicación.

b) Definición

El objetivo de este paso, será definir el grupo objetivo de la aplicación, determinar la proyección del diseño y la programación de la app.

c) Diseño

El objetivo principal del diseño es que sea atractivo y de fácil funcionamiento para el target, esto hará se tenga un número de usuarios considerables que descarguen la app.

d) Desarrollo

Como punto principal se tiene creación de la estructura de la app, funcionamiento interno, acá también se cuenta con un grupo de personas que son los encargados de realizar pruebas de la app, así mismo se debe cumplir con todas las normas que establecen las diferentes tiendas de los dispositivos.

e) Publicación

Cuando se lanza oficialmente la aplicación ante los futuros usuarios, es donde entra a prueba por un tiempo esto servirá para ser su aceptación, comportamiento, verificar errores, así como ir actualizando la app constantemente. (Cuello & Vittone, 2013: 17-20)

2.6 Tipos de aplicaciones digitales

La clasificación de app se realiza por su diseño, interacción, uso, características, limitaciones y desarrollo.

a. Aplicaciones nativas.

Estas han sido diseñadas dependiendo de los diferentes sistemas operativos, las cuales pueden encontrarse en las “tiendas” para poder ser descargadas, estas aplicaciones deben de actualizarse conforme se hace la notificación esto se debe que se ha realizado un ajuste interno o bien la versión debe actualizarse para no tener ningún inconveniente en futuras ocasiones cuando deseemos utilizarlo de nuevo, un claro ejemplo de esta app nativa es la mensajería instantánea.

b. Aplicaciones web

El otro nombre que reciben la app que es para *web* app, se debe porque se trabaja por HTML (*Hyper Text Markup Language*), JavaScript (*lenguaje de programación interpretado, dialecto del estándar ECMAScript.*) o CSS (*Cascading Style Sheets*), de manera que puede acceder fácilmente a la app por medio de la *web*, esto permite que se tenga pantallas múltiples, esto quiere decir que se puede visualizar en diferentes plataformas. Las aplicaciones *web* no necesitan descargarse porque se hace directamente de un sitio *web* normal, lo cual no se comercializan y promocionan de forma independiente. Tal es el ejemplo de la red social más popular del momento, el buscador más utilizados por todas las personas y correos electrónicos entre otros.

c. Aplicaciones híbridas

Esta es una mezcla de las aplicaciones nativas y *web*, debido que para obtener esta app en el móvil es necesario buscarla dentro de la tienda del sistema operativo, así mismo dentro del app se puede encontrar una gran variedad de información que necesitamos sin la necesidad de poder descargar cada una de ellas. Claro ejemplo es la app más popular en cuanto al contenido de películas, las apps que contiene música y las apps de bancas electrónicas. En la cual se puede tener fácil acceso a cada una de las opciones que presenta la app sin descargar cada opción.

2.7. Categorías de aplicaciones

Es la forma en cómo se agrupan las aplicaciones, esto resulta por la utilización o el contenido que tiene cada una de ellas. Es por ello que están divididas así:

a. Entretenimiento

Dentro de las apps de entretenimiento, se diferencia porque en sus pantallas predominan los efectos de animación, los sonidos adaptándose al cambio de pantalla que se tiene en cada movimiento de manera brindar una distracción al usuario. Existen apps gratuitas y otras que tienen un costo, esto irá dependiendo si al cambiar de nivel tiene algunas restricciones para poder seguir jugando.

b. Sociales

La principal función de esta categoría es la interacción entre varias personas o bien entre los contactos que se tengan en móvil o una red social que se ha descargado, la mayoría de apps suelen ser gratuitas. Un claro ejemplo de estas apps son redes sociales, mensajería instantánea, redes de vídeos y fotos.

c. Utilitarias y productivas

Estas aplicaciones son utilizadas para poder acortar las tareas tanto de estudio como de trabajo; estas apps se caracterizan por la que tenga más funciones y permita simplificar el tiempo. La mayoría son con descarga gratuita debido a su funcionalidad no requiere de algún costo adicional.

d. Educativas e informativa

Estas son de uso informativo dentro de su contenido es para uso académico, así como investigación, esto se debe porque dentro de la plataforma se puede tener una extensa navegación del contenido. Estas aplicaciones son gratuitas porque también se pueden encontrar por medio de la *web*.

e. Creación

Dentro de esta categoría se puede tener una variedad de aplicaciones con diversas herramientas en las cuales se puede editar fotografías, vídeos, sonidos, dibujos y retoques. Esto le permite al usuario tener creatividad a su alcance. Algunas aplicaciones son gratuitas, aunque dentro de sus opciones requieren que se hace un pagó para poder acceder a la opción.

2.7.1. Aplicaciones gratuitas o pagadas

a. Apps gratuitas

Las apps gratuitas no tienen ninguna barrera al momento de descargar, por ello, puede que no tengan toda la variedad de herramientas de las apps pagadas. Las apps se pueden medir por medio de descargas, utilización de las misma para luego hacer futuros ajustes. Sin embargo, no se puede ver el promedio en el cual se encuentra las apps debido a que son gratuitas no tienen el porcentaje de visibilidad neto.

b. Apps de pago

Estas aplicaciones demoran en tener éxito, debido a que también se encuentra la versión gratuita de estas por lo que las personas se inclinan por la versión gratuita, sin embargo, limita el uso al momento de presentar las diferentes opciones, es donde las personas adquieren la versión pagada, aunque dependerá del sistema operativo donde se encuentre la app, porque uno sistema operativo puede presentar la opción pagada mientras que el otro sistema operativo presentará ambas opciones de la app. (Cuello & Vittone, 2013: 32)

Capítulo III

Marco metodológico

3.1 Método o tipo de investigación

Enfoque: la presente investigación es de enfoque cuantitativo pues se utilizó la encuesta para medir la opinión y conocer el objeto de estudio.

Diseño: el alcance de esta investigación es descriptiva, no experimental, transaccional. Es descriptiva por cuanto se describe el fenómeno de estudio y es transeccional en tanto se realizó la investigación en un periodo determinado (mes de octubre).

3.2 Objetivos

3.2.1 Objetivo general

Analizar la importancia de las aplicaciones digitales que tiene en la generación X y la generación millennials para determinar la utilización que estos grupos le dan al avance tecnológico.

3.2.2 Objetivos específicos

- Identificar que aplicaciones digitales utilizan la generación X y la generación millennials.
- Definir los tipos de aplicaciones digitales por las cuales se inclinan la generación X y la generación millennials
- Establecer la importancia de la utilización que tienen estas aplicaciones digitales para la generación X y la generación millennials en la actualidad.

3.3 Técnica

Encuesta: Consistió en la recopilación de información de un cuestionario, que posteriormente se respondió por los miembros de la *fan page* de la colonia Justo Rufino Barrios.

3.4 Instrumento

Cuestionario. Es un instrumento básico de observación; en este se formula una serie de preguntas que permiten medir con una o más variables en las respuestas de forma abierta y directa con relación del tema, así mismo permitió conocer a las generaciones, esta forma de obtener información dará un nuevo enfoque a la investigación.

Dentro del cuestionario se formularon preguntas básicas del tema de manera que ambas generaciones puedan conocer sobre las aplicaciones digitales.

3.5 Población

La investigación se realizó con un grupo de 8,329 personas que son miembros de la *fan page* de la colonia Justo Rufino Barrios.

3.6 Muestra

$$n = \frac{K^2 * p * q * N}{(e^2 * (N - 1)) + k^2 * p * q}$$

$$n = \frac{1.80^2 * 0.5 * (1 - 0.5) * 8329}{(0.10^2 * (8329 - 1)) + 1.80^2 * 0.5 * (1 - 0.5)}$$

$$n = \frac{3.24 * 0.5 * 0.5 * 8329}{(0.01 * 8328) + 3.24 * 0.5 * 0.5} = \frac{6746.49}{84.09}$$

$$n = \frac{6746.49}{84.09} = \mathbf{80}$$

3.7 Análisis de datos

Se realizó la encuesta a 80 personas que son miembros de la página de la colonia Justo Rufino Barrios entre los cuales se encuentra la generación X y la generación millennials.

Capítulo IV

Análisis de resultados

Presentación de análisis de resultados

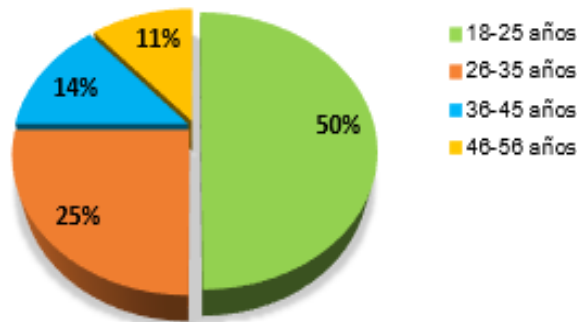
Los resultados que se presentan a continuación son de la encuesta realizada a las personas que estuvieron dentro de esta investigación, por ello dicha encuesta fue colocada en la *fan page* de la colonia Justo Rufino Barrios lugar donde se llevó a cabo dicho proyecto, la cual consistía en realizar un análisis de las aplicaciones digitales en las generaciones X y la generación millennials.

Los procesos para realizar esta investigación fueron:

1. Se realizó un diagnóstico a través de una encuesta piloto a un grupo de 10 personas, el objetivo era determinar si esta prueba determinaría la funcionalidad del instrumento.
2. Se publicó la encuesta en la *fan page* de la colonia Justo Rufino Barrios, para que los miembros de dicha página respondieran.

Resultados

1. ¿A qué rango de edad pertenece?

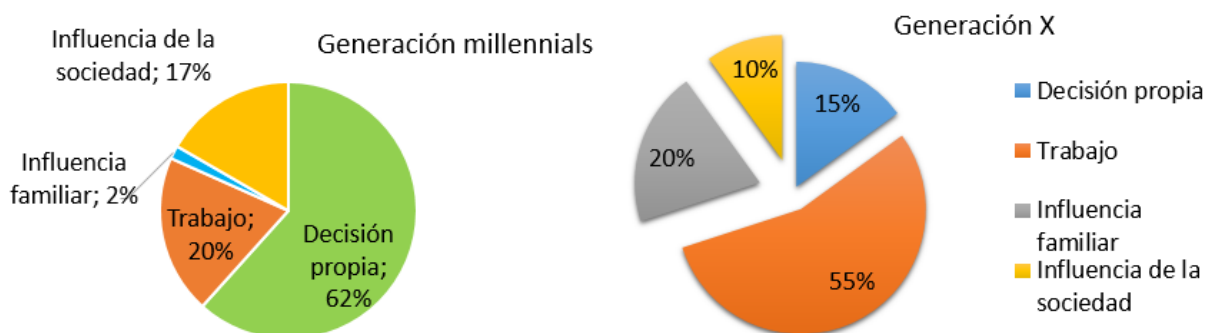


Fuente: elaboración propia

Se realizó esta pregunta con el objetivo principal de determinar cuántas personas pertenecían a cada generación, así como tener un promedio en que rango de edad se encontraban, de manera que pudiera tener un amplio conocimiento de nuestros colaboradores que respondieron la

encuesta, se puede observar que la mayoría son generación millennials un total de 75% entre ellos se dividen edades de 18 – 25 años y 26 – 35 años esto es equivalente a 60 personas. En cuanto la generación X fue un total de 25% entre 36 a 45 años y 46 a 56 años equivalente a 20 personas que respondieron la encuesta.

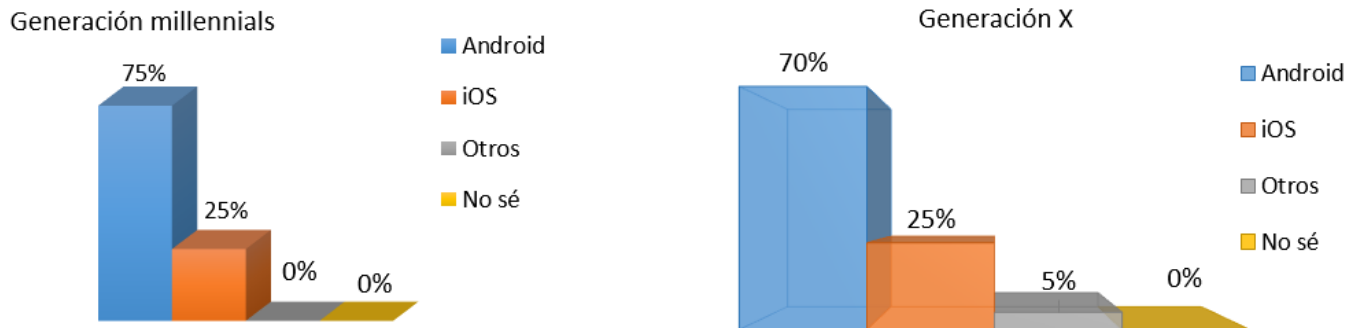
2. ¿Cómo comenzó a utilizar un teléfono inteligente?



Fuente: elaboración propia

Con esta pregunta se busca determinar cómo las personas habían comenzado a utilizar un teléfono inteligente, teniendo esta herramienta se puede tener el acceso a las apps. El 62% de la generación millennials fue por decisión propia; en cuanto a la generación X el 55% fue por trabajo. Al ver este comparativo la generación millennials va con la tendencia que se tiene día con día, por el contrario, la generación X se lo tienen que imponer para poder ir con la tendencia que se presenta.

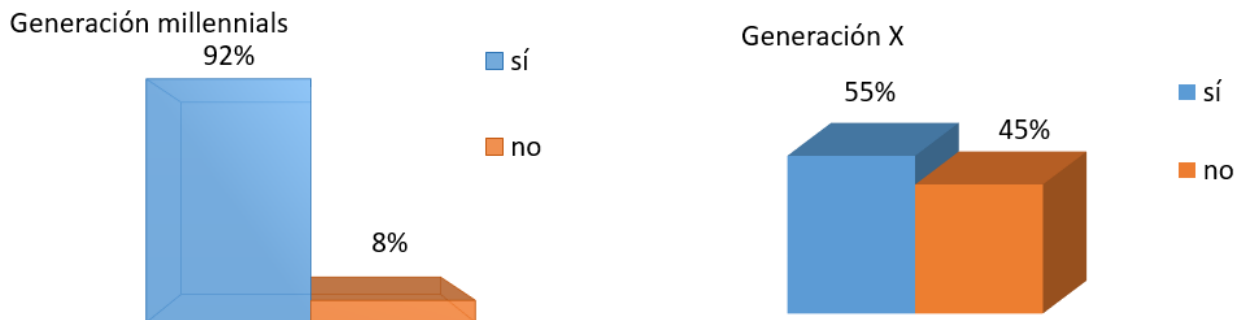
3. ¿Qué sistema operativo utiliza?



Fuente: elaboración propia

El sistema operativo *Android* y *iOS*, son los que han ido predominando en todas las gamas de teléfonos inteligentes que hoy en día se encuentran en el mercado. El objetivo de realizar la pregunta es ¿Cuál prefiere cada generación? o bien si saben lo que significa “sistema operativo”. El 70% de cada generación optó por el sistema operativo *Android*, colocando en segundo lugar con un 25% al sistema operativo *iOS*.

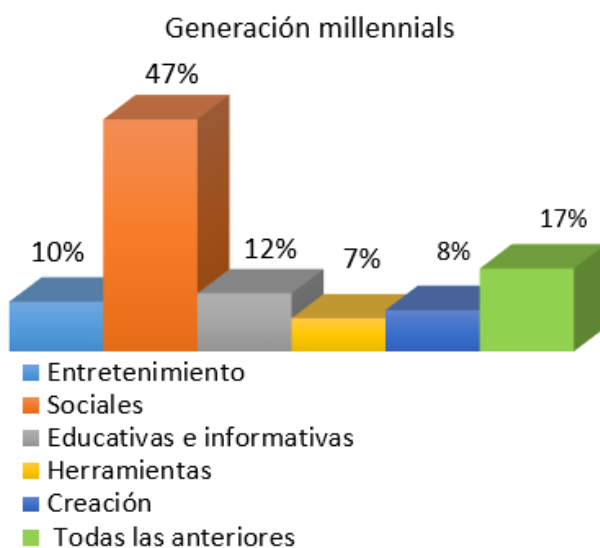
4. ¿Conoce los tipos de las aplicaciones digitales?



Fuente: elaboración propia

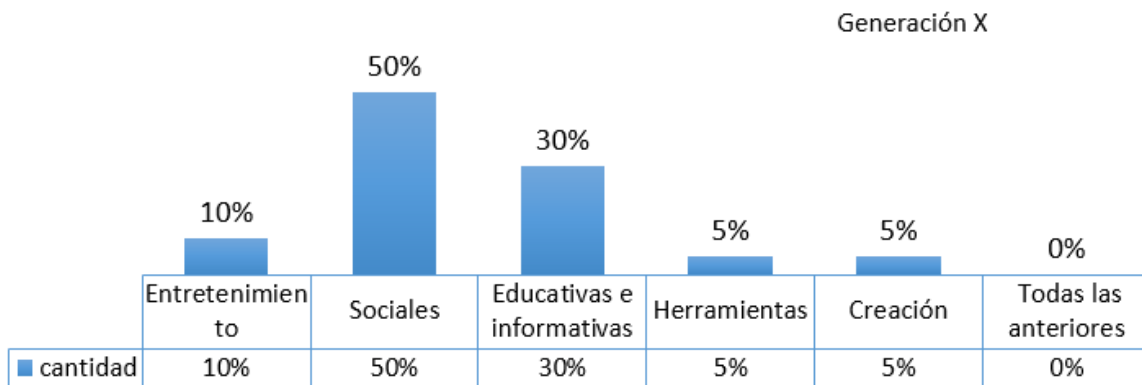
Ambas generaciones determinaron que sí conocen las aplicaciones digitales, por parte de la generación millennials el 92% respondieron sí, en la generación X el 55% respondieron sí. Sin embargo, la pregunta se enfocaba a los tipos de aplicaciones, podría decirse que las personas no se percataron de esta palabra, porque pudo haberla confundido con categorías.

5. ¿Qué categorías posee en su móvil?



Fuente: elaboración propia

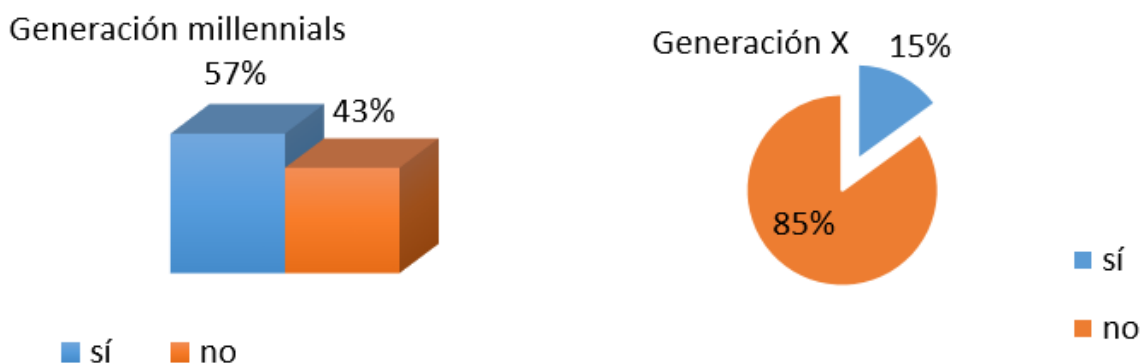
El 47% de la generación millennials se inclinan por la categoría de aplicaciones sociales, porque dentro de esta se encuentran todas las redes sociales siendo la tendencia de hoy en día.



Fuente: elaboración propia

El 50% de la generación X se inclinó por la categoría de las aplicaciones sociales en sus teléfonos seguido por el 30% aplicaciones educativas e informativas.

6. ¿Ha comprado alguna aplicación digital?

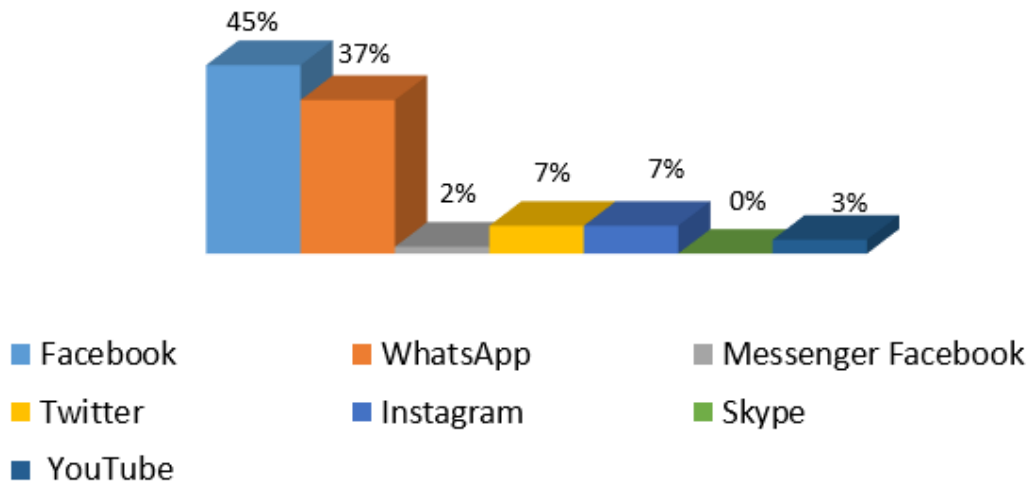


Fuente: elaboración propia

Se realizó esta pregunta para poder determinar si las personas han comprado alguna aplicación la generación millennials el 57% han comprado aplicaciones, en cuanto a la generación X el 15% personas lo han hecho. Se debe tomar en cuenta que hay versiones gratuitas de aplicaciones, pero con restricciones, sin embargo, en la otra versión que es pagada no tendrá ningún inconveniente. También hay aplicaciones que para poder ser utilizadas debe ser compradas de un inicio.

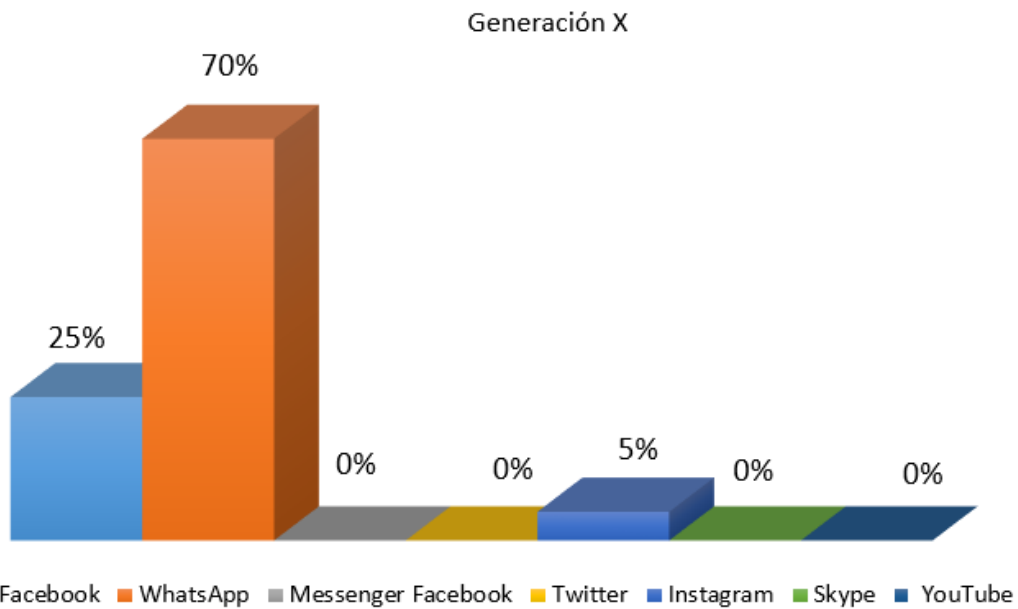
7. ¿Qué red social utiliza más en su móvil?

Generación millennials



Fuente: elaboración propia

La generación millennials el 45% utiliza *Facebook*, seguido por *WhatsApp* el 37%. Ambas redes son tendencia hoy en día, cabe destacar que está generación ha ido creciendo con todo el avance tecnológico por lo que puede encontrarse una variedad de aplicaciones en sus teléfonos inteligentes.

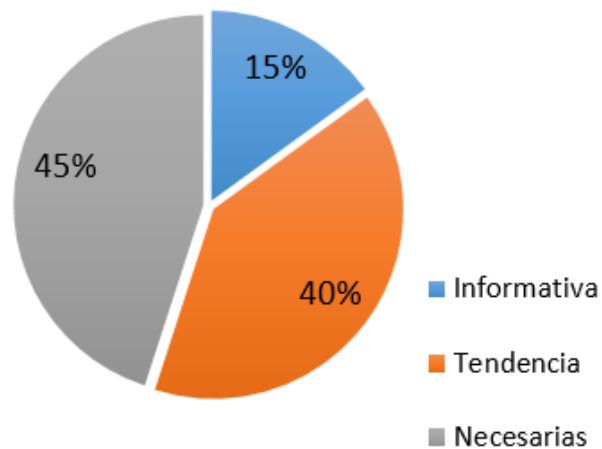


Fuente: elaboración propia

La generación X, el 70% utiliza *WhatsApp*, esto por ser una forma de comunicación instantánea. Segundo lugar *Facebook* con el 25%, dentro de esta aplicación el campo es amplio podría decirse no tan instantáneo como una mensajería.

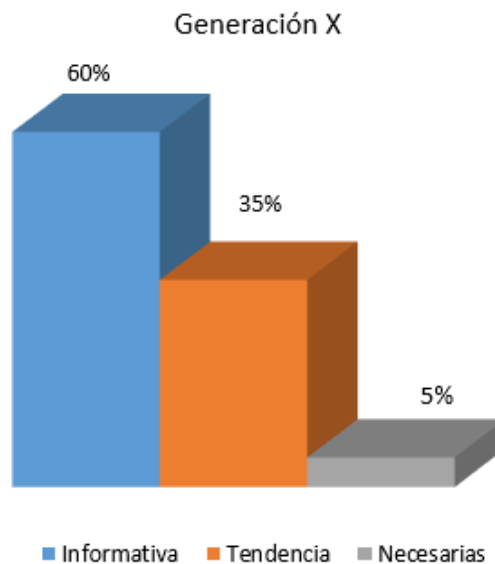
8. ¿Por qué utiliza más esa aplicación digital?

Generación millennials



Fuente: elaboración propia

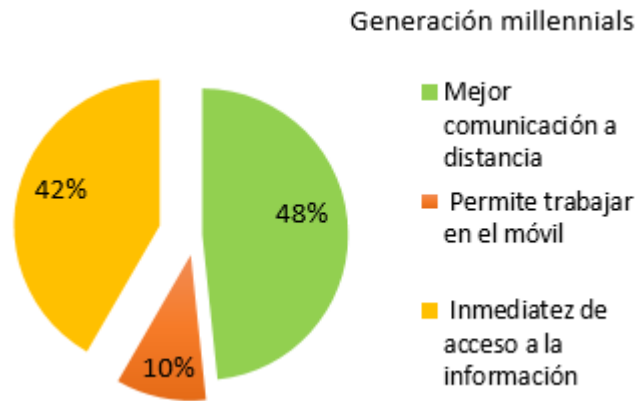
La generación millennials el 45% utiliza la aplicación por “necesidad”, otra opción que el 47% califican las aplicaciones por tendencia, por ser una generación joven y como han ido creciendo con la tecnología desean ir innovándose.



Fuente: elaboración propia

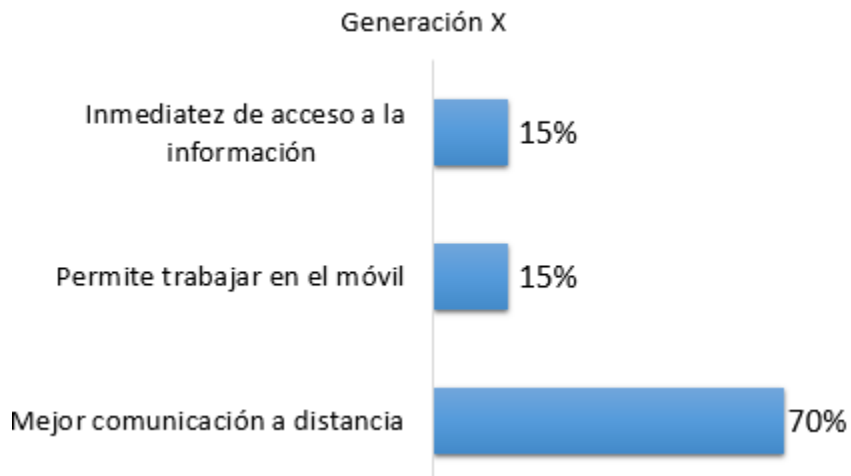
La generación X el 60% utiliza las aplicaciones por informativa, esta generación se ha ido inclinando por tener más información instantánea, seguido que el 35% por la tendencia para no quedarse atrás con el avance tecnológico que se va teniendo y solo el 5% utiliza las aplicaciones por necesidad.

9. ¿Qué beneficios obtiene de las aplicaciones digitales?



Fuente: elaboración propia

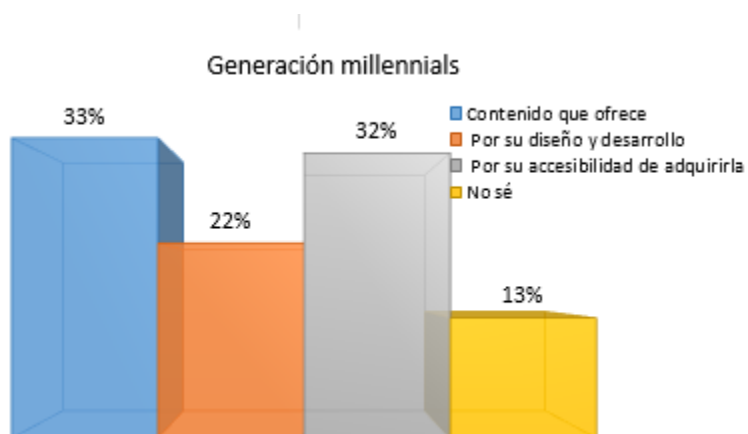
La generación millennials el 48% catálago el beneficio de las aplicaciones como “mejor comunicación a distancia”, es lo que hoy en día ha facilitado la inmediatez con otras personas.



Fuente: elaboración propia

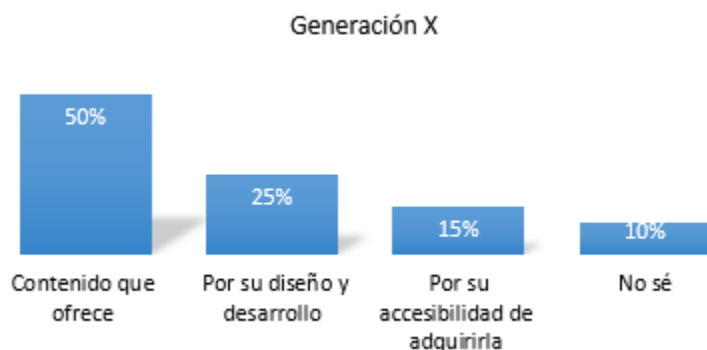
La generación X el 70% catálogos los beneficios de las aplicaciones como “mejor comunicación a distancia”, ha facilitado su comunicación a diferencia de cómo esta generación tenía que comunicarse con otras personas.

10. ¿Cómo clasificaría las aplicaciones digitales?



Fuente: elaboración propia

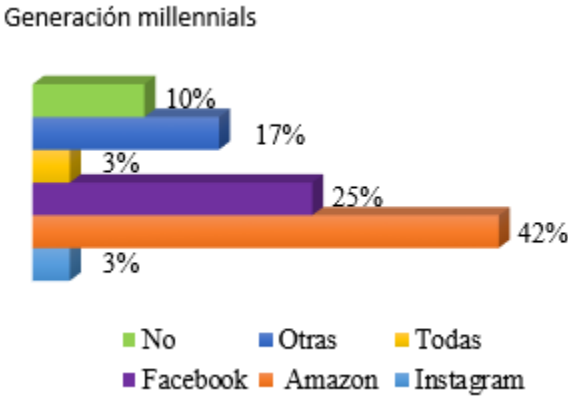
El 33% de la generación millennials clasifica las aplicaciones digitales por el contenido que ofrece y por la accesibilidad al momento de adquirirlas (momento de instalarlas en sus teléfonos).



Fuente: elaboración propia

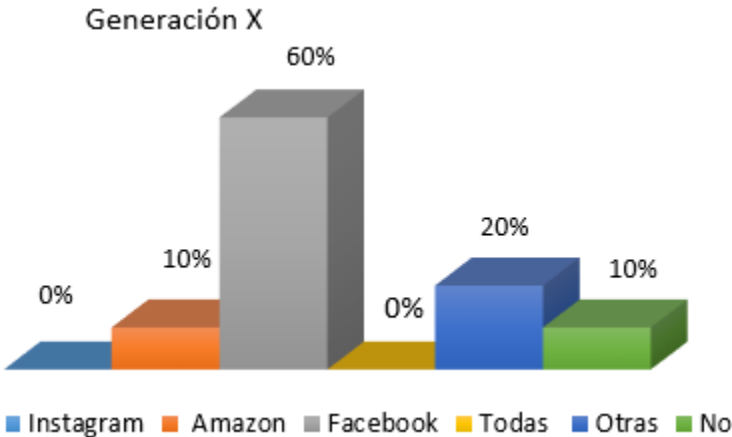
El 50% de la generación X, clasificó a las aplicaciones por el contenido que ofrece, podría relacionarse por toda la información que ofrece por medio de las *apps*, las cuales facilitan las tareas.

11. ¿Ha comprado por medio de estas aplicaciones?



Fuente: elaboración propia

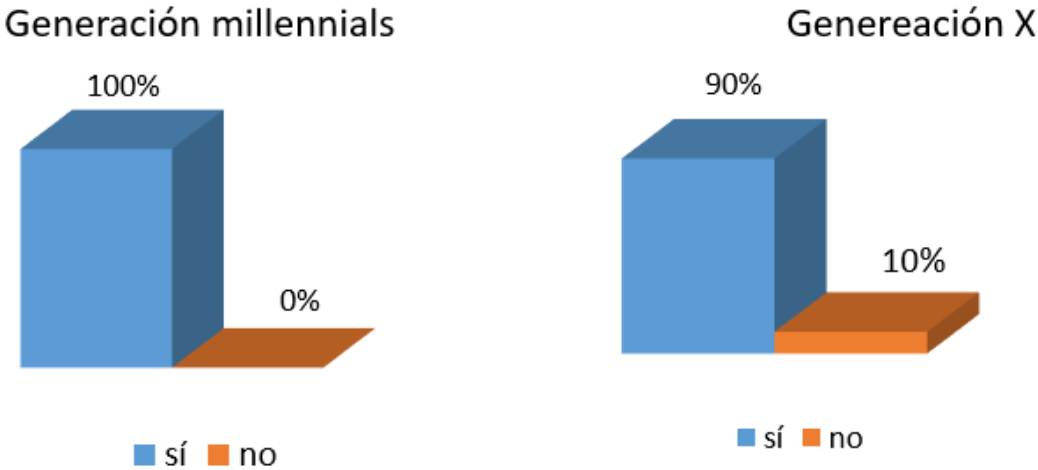
La generación millennials si ha realizado compras por medio de las aplicaciones estas permiten realizar la compra ya sea dentro del país o bien en el extranjero, el 42% ha utilizado la aplicación *Amazon*, la cual permite hacer compras en el extranjero.



Fuente: elaboración propia

La generación X, también ha realizado compras por medio de las aplicaciones, el 60% ha utilizado *Facebook*, las compras que se hacen dentro de esta aplicación un alto porcentaje son nacionales.

12. ¿Las aplicaciones digitales han sido de beneficio para usted?



Fuente: elaboración propia

Esta pregunta fue esencial porque se quería determinar si las aplicaciones son de beneficio para ambas generaciones, en cuanto a la generación millennials el 100% afirmó que sí, sin embargo, en la generación X el 90% respondieron sí, excepto un 10% contestó no.

Análisis de resultados general

Después de haber publicado la encuesta en la *fan page* de la colonia Justo Rufino Barrios, donde 80 miembros respondieron la misma, se puede observar que el mayor porcentaje de los encuestados pertenecen a la generación millennials y el resto a la generación X. Las preguntas que se realizaron fueron básicas en cuanto a la utilización diaria que realizan las personas dentro de su teléfono inteligente.

Los resultados que se obtuvieron en cada una de las interrogantes diferenció a cada generación, esto porque ambas generaciones tienen diferente visualización y definición de lo que son las aplicaciones digitales y la utilización del teléfono inteligente.

La generación millennials comenzó a utilizar el teléfono inteligente por decisión propia, aunque podría mezclarse con la tendencia de la tecnología, en cuanto a la generación X comenzaron a utilizarlo por trabajo, esto puede ser porque varias empresas decidieron actualizarse e ir al ritmo de la innovación; así también como la presión que ejerce indirectamente la generación millennials que se está originando en esta era digital.

Ambas generaciones clasifican a las aplicaciones digitales por el contenido que ofrece, esto entra en un gran concepto o un campo donde han encontrado todo lo que le satisface sus necesidades a un tiempo determinado y una corta distancia. Las aplicaciones digitales también han venido a revolucionar lo que es el mercado por medio de varias *apps* se pueden realizar compras o ventas ya sea dentro del país o bien internacionalmente. Otra conjetura que tienen las generaciones es que han sido de beneficio las aplicaciones.

Conclusiones

1. Según el estudio realizado sobre la generación millennials, estos utilizan más *Facebook* (27%), lo cual se debe al contenido que se muestra dentro de la misma, como compartir acontecimientos en tiempo real, información actualizada y a que es una red social con tendencia (*trending*). En cuanto a la generación X, utilizan con mayor frecuencia *WhatsApp* (14%); esto se debe a la inmediatez que se tienen en los mensajes y llamadas para poder obtener la información que necesitan de la persona sin estarse infiltrando al perfil de un usuario.
2. Se encontró que el mayor porcentaje (50%) de la encuesta realizada indica que las *apps* más utilizadas para ambas generaciones son las aplicaciones sociales; esto se debe a la demanda de interacción que se tiene dentro de las mismas, lo cual permite acortar distancias, estar actualizadas en tiempo real, compartir información personal, ya que algunas redes lo solicitan como requisito o simplemente mantener actualizado el perfil del usuario. Además, porque las aplicaciones sociales también las utilizan como una distracción o un pasatiempo.
3. Las aplicaciones han generado cambios desde su surgimiento puesto que permiten efectuar un conjunto de tareas de cualquier tipo profesional, de ocio, educativas, de acceso a servicios, y así facilitan las gestiones o actividades a desarrollar; ambas generaciones clasificaron a las aplicaciones móviles por el “contenido que ofrece”; esto se debe al rendimiento, accesibilidad, capacidad de conectividad y disponibilidad de servicios y productos entre usuario-usuario y usuario-proveedor de servicios.

Recomendaciones

1. A los estrategas de la comunicación y a los desarrolladores se les recomienda realizar un estudio previo a lanzar una aplicación; esto les ayudará a poder estructurar el contenido con todas las necesidades que el encuestados desea encontrar en una aplicación, porque previamente se pudo observar la división que tuvieron las generaciones en cuanto a la elección de la aplicación más utilizada.
2. Se recomienda realizar una segunda encuesta en otro sector para poder tener más amplio y diferente argumento sobre el uso que realiza la generación X y generación millennials de las aplicaciones móviles; así mismo esto permitirá conocer diferentes puntos de vista por lo que lleva a las personas a descargar ciertas *apps*.
3. Se recomienda a los desarrolladores que realicen apps en versión gratuita, lo cual permitirá que las personas puedan conocer el contenido que les ofrece la aplicación, para que luego ya puedan tener una versión pagada con más contenido y herramientas. De manera que el usuario ya haya tenido una experiencia con la misma.

Referencias

1. Bueno, C. y Santos M. J. (2003) Nuevas tecnologías y cultura. España: Editorial Anthropos. 284 p.
2. Coll, C. & Monereo C. (2008). Psicología de la educación virtual, aprender y enseñar con las Tecnologías de la Información y la Comunicación. España: Editorial ELECE Industrias Graficas, S.L. 412 p.
3. Cohn, L. (2011). Ciberantropología de Guatemala: Socialización y organización de los jóvenes a través de la red social virtual Facebook. Tesis de Licenciatura de Antropología. Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Historia. Guatemala. 233 p.
4. Costa, J. (1999). La comunicación en acción, informe sobre la nueva cultura de la gestión. España: Editorial Paidós Ibérica, S.A. 161 p.
5. Dede, C. (2000). Aprendiendo con tecnología. Argentina: Editorial Paidos – SACIF. 285 p.
6. López, A. (2012). Propuesta para el funcionamiento de la red social Google Plus en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación. Guatemala. 62 p.
7. López, A. (2016). La comunicación interpersonal directa y las plataformas de mensajería instantánea WhatsApp y Facebook. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación. Guatemala. 75 p.
8. Martínez, J. (2006). Teorías de la comunicación. Venezuela: Universidad Católica Andrés Bello Núcleo Guayana. 91 p.
9. McLuhan, M. (1969). El Medio es el mensaje. Argentina: Editorial Paidos. 159 p.
10. Melgar, H. (2012). Impacto de las redes sociales en los estudiantes de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Tesis de Ingeniería en Ciencias y Sistemas. Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Ingeniería. Guatemala. 109 p.

11. Millán M. (2012). Modelos y teorías de la comunicación. Tesis de Licenciatura en Diseño Gráfico. Universidad de Londres Inglaterra. Facultad de Diseño Gráfico. 91 p.
12. Montagu, A. y otros (2004). Cultura digital, comunicación y sociedad. Argentina: Editorial Paidós – SACIF. 213 p.
13. Piñuel, J. (2010). Teoría de la comunicación y gestión de las organizaciones. España: Editorial Síntesis, S.A. 319 p.
14. Pla, J. (2000). 10 impactos de la ciencia del siglo XX. España: Editorial Eumo. 379 p.
15. Quiroz, M. (2003). Aprendizaje y comunicación en el siglo XXI. Colombia: Editorial Grupo Editorial Norma. 129 p.
16. Sandoval, C. (2013). Influencia de los servicios de redes sociales virtuales en el desarrollo social de los estudiantes de Ingeniería en Sistemas. Tesis de Ingeniería en Ciencias y Sistemas. Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Ingeniería. Guatemala. 55 p.
17. Schwartz, E. (1973). Cambios sociales recursos y tecnología. México: Editorial Pax-México. 413 p.

E-grafías

1. Aplicaciones móviles en Guatemala. (2016) MAS Digital. <https://www.masdigital.net/nuestro-blog/aplicaciones-moviles-guatemala>. (6 de octubre 2016)
2. Cuello, Javier & Vittone, José. (2013). Diseñando apps para móviles. [Documento en PDF]. Disponible en <http://appdesignbook.com/es/> . Fecha de consulta: junio 2013
3. D'Agostino, Mariano. “Así está el mercado de las aplicaciones móviles en el mundo”. Digital House Coding School. 2017. <https://www.digitalhouse.com/noticias/asi-esta-mercado-mundial-las-aplicaciones-moviles/> (9 de febrero 2017).

4. Ferrer, Antonio. (2010). Millennials, la generación del siglo XXI. [En línea] Fecha de consulta 10 de noviembre 2010 en http://www.uca.edu.ar/uca/common/grupo83/files/Millennials_-_La_Generacion_Millennial_en_el_Siglo_XXI_-_2010.pdf
5. Laines, Pamela. Usuarios y usos de redes sociales en Guatemala al 2016. “Ilifebelt”. 2016. <http://ilifebelt.com/usuarios-uso-redes-sociales-guatemala/2016/08/> (4 Agosto 2016)
6. Perezbolde, Guillermo. Conoce las diferencias entre Millennials, GenX y Baby Boomers. Merca2.0. 2014. <https://www.merca20.com/conoce-las-diferencias-entre-millennials-genx-y-baby-boomers/> (16 de diciembre 2014)
7. Scolari, C. (2008). Hipermediaciones “Elementos para una teoría de comunicación digital Interactiva. [En línea]. Fecha de consulta versión digital 2013. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=gDsIBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA15&dq=la+comunicaci%C3%B3n&ots=5dlfoiL9z4&sig=GSxp2HUXDjG0xuy8QtfxtNIB5g#v=twopage&q&f=false>
8. Torres, Marelys. Descubre que uso le da cada generación a Internet #infografía. Posicionamiento Web y Systems. (2016) <https://www.posicionamientoweb.systems/uso-generacion-internet-infografia/> (2 de agosto 2016)
9. Vides, Andrea. “Sector IT guatemalteca 12 posiciones a nivel mundial según el Indicador de Protección a la Propiedad Intelectual”. Agexport hoy, periódico digital del sector exportador. 2016. <http://agexportohoy.export.com.gt/sectores-de-exportacion/sector-servicios/sector-it-guatemalteco-salta-12-posiciones-a-nivel-mundial-segun-el-indicador-de-proteccion-a-la-propiedad-intelectual/> (4 de enero 2016)
10. Woolf, Virginia. “Modelo de Comunicación de Shannon y Weaver”. Teoría de la comunicación. Teoría de la comunicación. 2013. <http://algarabiacomunicacion.blogspot.com/2013/04/modelo-de-comunicacion-de-shannon-y.html> (16 de abril 2013).

Se utilizaron 10 e-grafías, debido al proyecto que se desarrolló ya que es un tema con tendencia por ello se han ido adaptando a la evolución que han tenido tanto las generaciones como las aplicaciones digitales en la actualidad.

Anexos

Análisis del uso de aplicaciones digitales en la generación X y la generación millennials.

Responda las siguientes preguntas según su criterio.

1. ¿A qué rango de edad pertenece?

___ 18-25

___ 26-35

___ 36-45

___ 46-56

2. ¿Cómo comenzó a utilizar un smartphone?

Responda según su rango de edad 18-35 años

___ Decisión propia

___ Trabajo

___ Influencia familiar

___ Influencia de la sociedad

Responda según su rango de edad 36 -56 años

___ Decisión propia

___ Trabajo

___ Influencia familiar

___ Influencia de la sociedad

3. ¿Qué sistema operativo utiliza?

Responda según su rango de edad 18-35 años

___ Android

___ iOS

Responda según su rango de edad 36 -56 años

___ Android

___ iOS

Otros

Otros

No sé

No sé

4. ¿Conoce los tipos de las aplicaciones digitales?

Responda según su rango de edad 18-35 años

Responda según su rango de edad 36 -56 años

Sí

Sí

No

No

5. ¿Qué categorías posee en su móvil?

Responda según su rango de edad 18-35 años

Responda según su rango de edad 36 -56 años

Entretenimiento

Entretenimiento

Sociales

Sociales

Educativas e informativas

Educativas e informativas

Herramientas

Herramientas

Creación

Creación

Todas las anteriores

Todas las anteriores

6. ¿Ha comprado alguna aplicación digital?

Responda según su rango de edad 18-35 años

Responda según su rango de edad 36 -56 años

Sí

Sí

No

No

7. ¿Qué red social utiliza más en su móvil?

Responda según su rango de edad 18-35 años

- Facebook
- WhatsApp
- Messenger Facebook
- Twitter
- Instagram
- Skype
- YouTube

Responda según su rango de edad 36 -56 años

- Facebook
- WhatsApp
- Messenger Facebook
- Twitter
- Instagram
- Skype
- YouTube

8. ¿Por qué utiliza más esa aplicación digital?

Responda según su rango de edad 18-35 años

- Informativa
- Tendencia
- Necesaria

Responda según su rango de edad 36 -56 años

- Informativa
- Tendencia
- Necesaria

9. ¿Qué beneficios obtiene de las aplicaciones digitales?

Responda según su rango de edad 18-35 años

- Mejor comunicación a distancia
- Permite trabajar en el móvil

Responda según su rango de edad 36 -56 años

- Mejor comunicación a distancia
- Permite trabajar en el móvil

Inmediatez de acceso a la información

Inmediatez de acceso a la información

10. ¿Cómo clasificaría las aplicaciones digitales?

Responda según su rango de edad 18-35 años

Responda según su rango de edad 36 -56 años

Contenido que ofrece

Contenido que ofrece

Por su diseño y desarrollo

Por su diseño y desarrollo

Por su accesibilidad de adquirirla

Por su accesibilidad de adquirirla

11. ¿Ha comprado por medio de estas aplicaciones?

Responda según su rango de edad 18-35 años

Responda según su rango de edad 36 -56 años

Facebook

Facebook

Amazon

Amazon

Instagram

Instagram

Todas

Todas

Otras

Otras

No

No

12. ¿Las aplicaciones digitales han sido de beneficio para usted?

Responda según su rango de edad 18-35 años

Responda según su rango de edad 36 -56 años

Sí

Sí

No

No

Seguro | <https://www.facebook.com/lazona21.gt/> | Inicio Crear

La zona 21

12 de noviembre de 2017

Buena tarde vecinos de la colonia Justo Rufino Barrios, solicito de su colaboración que puedan responder está encuesta es para ayudar a una vecina que se encuentra realizando su proyecto de tesis en nuestro colonia.

¡Gracias por su apoyo!
Recuerden de apoyar siempre a la juventud.

Uso de las Aplicaciones Digitales

1. ¿A qué rango de edad pertenece? *

0-13 13-18 18-23 23-28 28-33 33-38 38-43 43-48

2. ¿Cómo comenzó a utilizar un smartphone? *

Desde joven

DOCS.GOOGLE.COM

Uso de las Aplicaciones Digitales

A continuación se le presentara una serie de preguntas seleccione una...

71 7 comentarios 1 vez compartido

Más relevantes * Ana Chirantes

Me gusta Comentar Compartir

Enviar mensaje

Sitio web de noticias y medios de comunicación en Ciudad de Guatemala

Nivel de respuesta alto a los mensajes

Comunidad

Ver todo

Invita a tus amigos a indicar que les gusta esta página

A 9.981 personas les gusta esto

10.029 personas siguen esto

A Evelyn Estrada y 80 amigos más les gusta esto

Información

Ver todo

6741 5710

Normalmente responde de inmediato

Enviar mensaje

www.lazona21.com

Sitio web de noticias y medios de comunicación

Sugerir cambios

Páginas relacionadas

Alcaldía Auxiliar ... Organización gubernamental

COCODE Colonia... Organización

Chat (desactivado)

Fuente: Facebook