

**UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN
ESCUELA DE POSGRADO**



TESIS

**la oportunidad de trabajar por internet, para la población
urbana sin empleo del distrito de Yanacancha-
Pasco, año 2016**

para optar el grado académico de maestro en:

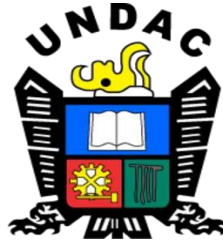
Planificación Y Proyectos De Desarrollo

Autor: Lic. Jaime Marvin ESPINOZA TAMAYO

Asesor: Dr. José Humberto MARTINEZ SOLANO

Cerro de Pasco – Perú - 2018

**UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN
ESCUELA DE POSGRADO**



**la oportunidad de trabajar por internet, para la población
urbana sin empleo del distrito de Yanacancha-
Pasco, año 2016**

Sustentada y aprobada ante los miembros del jurado:

**Dr. Ángel TORRES VÁSQUEZ
PRESIDENTE**

**Dr. Esteban LAVADO VÁSQUEZ
MIEMBRO**

**M.Sc. Amado VARELA ROJAS
MIEMBRO**

A Dios Jehová:

Por concederme la vida, acompañándome en los momentos más difíciles, brindándome fortaleza y una esperanza en la llegada próxima de su justo gobierno.

A mis Padres:

Por su gran apoyo incondicional en todo momento para con mi educación y el hacer posible el formarme profesionalmente. Por todo ello y más les expreso mi enorme gratitud.

A los docentes de la Escuela de

Posgrado:

Por compartir sus enseñanzas y experiencias logrando resolver mis dudas con respecto a las materias llevadas académicamente durante la maestría.

RECONOCIMIENTO

Como autor de la presente tesis deseo expresar mi reconocimiento a todas aquellas personas que de alguna manera u otra contribuyeron al desarrollo y materialización de mis ideas.

En particular, deseo agradecer a las siguientes personas:

A mis padres; Jaime Gabriel, Espinoza Calderón y Gladis Betty, Tamayo Cuadros, por todo el apoyo indiscutible y constante que han tenido conmigo, así como hacer de mí una persona de bien.

A mi gran amigo el Sr. Jorge Samuel, Palma Daga, por ser mi conductor bíblico y aprender muchas cosas del reino de dios, generándose en mi persona, esa fortaleza muy necesaria para hacer frente ante cualquier adversidad que se me presente en esta vida, en base y armonía con los principios bíblicos.

Al Dr. José Antonio, Cárdenas Sinche y el Dr. Daniel Joel, Pariona Cervantes, por su gran orientación en alcanzarme una serie de consejos prácticos para pulir y mejorar el presente trabajo, logrando así una tesis respetable bajo los parámetros señalados en el reglamento de la escuela de Post Grado.

Asimismo, y no menos importante es justo reconocer, a aquellas personas que en algún momento me brindaron su ayuda cuando la necesité. Llegue hasta todos, mi más sentido respeto, consideración y agradecimiento profundo.

RESUMEN

La presente investigación describe y explica la Oportunidad de Trabajar por Internet, para la Población sin Empleo del Distrito de Yanacancha. Pasco, año 2016”.

Se planteó como objetivo principal el de explicar la oportunidad de trabajar mediante el internet que influye en el empleo de la población urbana sin trabajo en el distrito de Yanacancha, para el 2016. A través de un estudio de correlación, el mismo que servirá para tomar decisiones de empleabilidad en el ámbito de estudio y mejorar la condición económica de las familias. Esto llevo al trabajo en su estructura al Planteamiento del Problema, los Aspectos Teóricos del Estudio, la Metodología y la Interpretación de Resultados y Contrastación de Hipótesis, para luego arribar a las Conclusiones y Recomendaciones, terminando con las referencias bibliográficas y anexos correspondientes, dando de esta manera la integralidad al trabajo realizado sobre esta problemática.

En el desarrollo del estudio, se aplicó la metodología de la investigación científica, desde el planteamiento del problema, el manejo de la información para el desarrollo de la parte teórica conceptual; como también en cuanto a los objetivos, hipótesis y todos los otros aspectos vinculados al estudio, finalmente, llevar a cabo la contrastación de las hipótesis para llegar a las conclusiones y recomendaciones.

Mediante esta investigación se concluye que: a) La oportunidad de trabajar por internet, si se relaciona directamente con la población urbana sin empleo del distrito de Yanacancha - Pasco, año 2016. b) El trabajo en manualidades para su venta por internet, si se relaciona directamente con el empleo de la población urbana en el distrito de Yanacancha. c) El laborar en el llenado de encuestas y páginas PTC reconocidas, si se relaciona directamente en el empleo de la población urbana en el distrito de Yanacancha. Ambas variables son independientes. d) La compra y venta de artículos de colección, si se relaciona directamente en el empleo de la población urbana en el distrito de Yanacancha. Ambas variables son independientes. e) Los videos tutoriales académicos, si se relacionan directamente en el empleo de la población urbana en el distrito de Yanacancha.

Palabras claves: Internet, población urbana

ABSTRACT

This research describes and explains the Opportunity to Work Online, for the Population without Employment of the Yanacancha District. Pasco, year 2016 ".

The main objective was to explain the opportunity to work through the Internet that influences the employment of the urban population without work in the district of Yanacancha, for 2016. Through a correlation study, it will be used to make decisions about employability in the field of study and improve the economic condition of families. This led to the work in its structure to the Problem Statement, the Theoretical Aspects of the Study, the Methodology and the Interpretation of Results and Contrasting of Hypotheses, to then arrive at the Conclusions and Recommendations, ending with the corresponding bibliographical references and annexes, giving this way the integrality to the work done on this problem.

In the development of the study, the methodology of the scientific investigation was applied, from the approach of the problem, the handling of the information for the development of the conceptual theoretical part; as well as in terms of the objectives, hypotheses and all other aspects related to the study, finally, carry out the testing of the hypotheses to reach the conclusions and recommendations.

Through this research it is concluded that: a) The opportunity to work online is not directly related to the unemployed urban population of the

district of Yanacancha - Pasco, 2016. In other words, both variables are independent. b) The work in handicrafts for sale online, is not directly related to the employment of the urban population in the district of Yanacancha. Both variables are independent. c) Working in the filling of surveys and recognized PTC pages, is not directly related to the employment of the urban population in the district of Yanacancha. Both variables are independent. d) The purchase and sale of collectable items is not directly related to the employment of the urban population in the district of Yanacancha. Both variables are independent. e) The academic tutorial videos are yes directly related to the employment of the urban population in the district of Yanacancha. Both variables are independent.

keywords : Internet, urban population

ÍNDICE

DEDICATORIA

RECONOCIMIENTO

RESUMEN

ABSTRAC

INDICE

INTRODUCCION

CAPITULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. IDENTIFICACIÓN Y DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA.....	13
1.2. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	17
1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	19
1.4. FORMULACIÓN DE OBJETIVOS	20
1.5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	20
1.6. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN	21

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE ESTUDIO.....	22
2.2. BASES TEÓRICAS CIENTÍFICAS	23
2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS	52
2.4. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS	60
2.5. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES.....	61
2.6. DEFINICIÓN OPERACIONAL DE VARIABLES E INDICADORES .	61

CAPITULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN	63
3.2. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	63
3.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	64
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	65
3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS .	66
3.6. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS	66
3.7. TRATAMIENTO ESTADÍSTICO	67
3.8. SELECCIÓN Y VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	67

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. DESCRIPCION DEL TRABAJO DE CAMPO.....	68
4.2. PRESENTACIÓN, ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	68
4.3. PRUEBA DE HIPÓTESIS	79
4.4. DISCUSION DE RESULTADOS.....	89

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

INTRODUCCION

El estudio, se llevó a cabo sobre el tema: **“LA OPORTUNIDAD DE TRABAJAR POR INTERNET, PARA LA POBLACIÓN URBANA SIN EMPLEO DEL DISTRITO DE YANACANCHA - PASCO, AÑO 2016”**,

bajo el esquema estructural científico, trató desde el Planteamiento del Problema, Aspectos Teóricos del Estudio, Interpretación de Resultados y Contrastación de Hipótesis, así como las Conclusiones y Recomendaciones, respaldada por una pertinente bibliografía de diferentes autores, quienes con sus aportes intelectuales, permitieron comprender la problemática.

En lo que respecta al Capítulo I: Planteamiento del Problema, abarcó desde la descripción de la realidad problemática, donde principalmente, se hace un comentario sobre la evolución de la tecnología a gran velocidad y la oportunidad de emprender y contar con un empleo en internet y lograr el bienestar económico en las familias, de esta manera combatiendo el desempleo, luego está la formulación del problema, los objetivos, la importancia y alcances de la investigación.

En el Capítulo II, está el Marco Teórico, primero se vio los antecedentes de la investigación, marco teórico, donde se trató específicamente del empleo y desempleo, de trabajar en internet, como programar, diseñar, comprar y vender bienes y servicios desde la web y lograr un empleo, gestionando una buena comunicación a través los diferentes TICs que hoy se usa a través de cibernegocios

con micro nichos en un mercado abierto, seguidamente la definición de términos, las hipótesis y la operacionalización de variables de estudio.

En el Capítulo III, está la Metodología de Investigación, el tipo de investigación, el diseño de investigación, la población y muestra, el método y las técnicas de recolección y procesamiento de datos..

En el Capítulo IV, Resultados y Discusiones que incluye la presentación de resultados y la interpretación de los mismos, la prueba de hipótesis, la discusión de los resultados; luego de proceder con la interpretación de las interrogantes se hizo la contrastación de hipótesis para lo cual se aplicó el estadístico Chi-Cuadrado, para ver la independencia y dependencia de las variables de estudio.

Finalmente, el trabajo de campo terminó con las conclusiones y recomendaciones, las mismas que fueron obtenidas como resultado de la contrastación de hipótesis, terminando con las recomendaciones, a manera de sugerencias, las instituciones públicas y privadas deben promover empleo a través de capacitaciones en el uso internet y los cibernegocios familiares en la población, específicamente la universidad de emprender un programa de bolsa de trabajo en la modalidad de internet.

CAPITULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. IDENTIFICACIÓN Y DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA

A lo largo de los años, muchos países han ido evolucionando progresivamente en muchos aspectos admirables, ya sea en su tecnología, producción a gran escala, megaproyectos en infraestructura, etc., con la finalidad de promover y mantener la prosperidad o bienestar económico y social de sus habitantes en relación con su calidad de vida. Sin embargo, siempre ha resaltado y ha sido un tema agobiante para los gobiernos, el problema de combatir el denominado “desempleo”.

El desempleo en el Perú no es un problema reciente, sino que se viene dando hace muchos años atrás. Si observamos el año 2013 la tasa de desempleo solo en el ámbito urbano en el Perú fue del

6%, así lo señaló la Organización Internacional del Trabajo (OIT) en su informe llamado “Panorama Laboral de América Latina y el Caribe 2013”, ahora bien pese a los esfuerzos que realiza el estado Peruano año tras año este porcentaje parece no tener un cambio positivo razonable, según El INEI en su informe llamado “Tasa de desempleo del área urbana, según principales características y región natural” reporto que en el año 2016 se contaba con un total del 5.2% del desempleo urbano, para lo cual cabe mencionar que la misma entidad reporto para el año 2016 una población total del Perú de 31 millones 488 mil 625 habitantes, de la cual el 77.74% de la población fue catalogada como urbana, llegando a ser una cifra de 24 millones 481 mil 400 habitantes. Ahora bien para obtener el numero de habitantes urbanos sin empleo en el Perú se procedió a sacar el 5.2% de los 24’481400 habitantes, dando como resultado la cantidad de 1’224070 habitantes urbanos desempleados. Estos valores y otros boletines del INEI con pequeñas variaciones en los porcentajes de desempleo, poco o nada ayuda a los peruanos frente a sus necesidades económicas inmediatas y las diversas actitudes de desesperación, frustración y que ven como una principal solución la migración. En lo primordial, muchos de nuestros compatriotas ven en el extranjero un mejor futuro laboral o creen simplemente que en cualquier otro país les ira mucho mejor que en el Perú.

El Estado en su afán de ayudar opta como una opción frente al desempleo, la creación de MYPE, con algunas facilidades que el Gobierno peruano brinda para aquellos emprendedores que tengan la posibilidad de que su negocio sea rentable para posteriormente pagar los créditos que pudieran solicitar. Entre otras soluciones poco efectivas.

Asimismo, y no menos importante existen grupos especialmente afectados por el desempleo. Como por ejemplo el de los jóvenes, ya sean profesionales o no, los cuales presentaron tasas de desempleo significativas. Uno de sus probables determinantes es que los jóvenes cuentan con menor experiencia laboral, lo cual reduce sus probabilidades de inserción en el mercado laboral. De igual manera las personas mayores de 40 años.

Si nos enfocamos en el Distrito de Yanacancha, perteneciente a la Provincia y Departamento de Pasco, la oferta laboral es muy limitada y no se da la oportunidad a jóvenes talentos, incluso si cuentan con grados superiores, ya que se le ponen obstáculos como que no cuentan con una experiencia laboral amplia, es decir varios años en el rubro o con especialidades específicas ejecutadas en un determinado puesto laboral, minimizando y dejando de lado las practicas pre profesionales. Si a lo mencionado le agregamos la corrupción que existe mediante la ayuda interna que realizan muchas instituciones, ya sea solo aceptando al puesto de trabajo a personas de su mismo partido político, familiares,

amigos o conocidos, nos damos cuenta que tan frustrante llega a ser la problemática del desempleo.

Como uno de los tantos ejemplos tenemos el caso del médico Fernando Orihuela Rojas, nombrado en octubre del 2016 como director regional de Salud Pasco, el mismo que obtuvo múltiples denuncias por colocar a sus amistades y traficar plazas en el concurso público del CAS N° 01-2017 siendo este el mayor escándalo que lo condujo a renunciar a su cargo y se le abriera un caso de investigación.

Hoy en día gracias al avance tecnológico que va muy deprisa, tenemos una alternativa muy cómoda para afrontar el desempleo. Muchos no lo notan ya que solo usan este medio como entretenimiento, redes sociales o búsqueda de información. Sin embargo, pasan por alto una gran alternativa potencial para hacer frente al problema mencionado y que puede ser aplicado sin ningún inconveniente en la población urbana sin empleo del distrito de Yanacancha - Pasco. Esta gran alternativa viene a ser el llamado "internet" y el como laborar en ella desde la comodidad de nuestro hogar, que va desde aperturar nuestro propio negocio virtual hasta el de laborar con solidas empresas legalmente constituidas que ofrecen la oportunidad de trabajo. Cabe mencionar que para ingresar al mercado laboral por internet, no hace falta conocimientos especiales ni estudios superiores, tan solo con ser mayor de edad y contar con una PC con conexión a internet son

más que suficientes, puesto que la actividad de trabajo es tan sencillo como manejar nuestras redes sociales.

Como un dato importante consideremos la siguiente afirmación: “El mundo es cambiante y las opciones de trabajo también” tal como lo menciono en una charla en Washington D.C en el American Enterprise Institute, el reconocido personaje Bill Gates, quien es el creador de la gran empresa Microsoft, quien dijo que en un periodo de veinte años, muchos trabajos desaparecerán y serán reemplazados por el software de automatización y que el futuro depara grandes cambios para el mercado laboral, pero advierte que muchas personas y empresas no están conscientes de esto y que el cambio llegara sin duda alguna. Sus predicciones no son las únicas que han advertido un gran cambio en la demanda laboral a raíz de la tecnología. En enero de 2014, la revista The Economist de Londres publicó un estudio en donde se lista los trabajos que desaparecerán del mercado en un futuro no tal lejano. Las personas que trabajan en telemarketing, los contadores y los trabajadores de retail serán los primeros en sufrir los estragos de la tecnología automatizada.

1.2. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Después de haber descrito la problemática relacionada con el tema, a continuación, con fines metodológicos será delimitada bajo los siguientes aspectos:

a). Delimitación Espacial.

El trabajo de investigación se realizó a nivel del distrito de Yanacancha que pertenece a la Provincia y Departamento de Pasco.

b). Delimitación Temporal.

El período en el cual se trabajó la presente investigación comprende al año 2016.

c). Delimitación Social.

El presente trabajo de investigación considera específicamente solo a la población urbana dentro del distrito de Yanacancha que pertenece a la Provincia y Departamento de Pasco.

d). Delimitación Conceptual.

- **Trabajar por Internet:** El portal virtual denominado “<http://Definicion.de>” lo define como un teletrabajo, que viene a ser una modalidad de laborar en la que la persona no tiene que desplazarse a un puesto físico ya sea una tienda, oficina o al lugar de desempeño de su profesión, sino que puede trabajar desde casa usando los métodos remotos que tiene a su disposición (un ordenador o dispositivo con conexión a internet)
- **Población Urbana:** El portal virtual denominado “<http://Definicion.de>” nos indica que por lo general, una población urbana se caracteriza por estar habitada de forma permanente por más de 2.000 habitantes, hay que subrayar que cada vez más las distintas autoridades de esas urbes están trabajando a pleno rendimiento para conseguir que sus habitantes no sólo tengan

mayor número de recursos para sobrevivir, sino también que cuenten con los mecanismos necesarios para disfrutar de una mayor calidad de vida. Esa mayor calidad de vida se va consiguiendo, por ejemplo, a través de la tecnología.

1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.3.1. PROBLEMA GENERAL

¿Cómo la oportunidad de trabajar mediante el internet se relaciona con la población urbana sin empleo en el distrito de Yanacancha - Pasco para el año 2016?

1.3.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS

- ¿Cómo el trabajo en manualidades y su venta por internet, se relaciona con la población urbana sin empleo en el distrito de Yanacancha?
- ¿Cómo el llenado de encuestas por internet y Páginas PTC reconocidas se relaciona con la población urbana sin empleo en el distrito de Yanacancha?
- ¿Cómo la compra y venta de artículos de colección por internet se relaciona con la población urbana sin empleo en el distrito de Yanacancha?
- ¿Cómo la venta por internet de video tutoriales académicos se relaciona con la población urbana sin empleo en el distrito de Yanacancha?

1.4. FORMULACIÓN DE OBJETIVOS

1.4.1. OBJETIVO GENERAL

Explicar la oportunidad de trabajar mediante el internet que se relaciona con la población urbana sin empleo en el distrito de Yanacancha, para el 2016; mediante un estudio de investigación descriptiva, el mismo que sirva para demostrar el desarrollo de empleo en el ámbito de estudio.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Conocer el trabajo en manualidades y su venta por internet, se relaciona con la población urbana sin empleo en el distrito de Yanacancha.

Conocer el llenado de encuestas por internet y páginas PTC reconocidas, se relaciona con la población urbana sin empleo en el distrito de Yanacancha.

Describir la compra y venta de artículos de colección por internet, se relaciona con la población urbana sin empleo en el distrito de Yanacancha.

Conocer la venta por internet de video tutoriales académicos, se relaciona con la población urbana sin empleo en el distrito de Yanacancha.

1.5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación frente al problema planteado y su alternativa de solución tienen una real importancia y trascendencia,

debido a que se quiere evaluar y demostrar la oportunidad laboral mediante el internet que se relaciona con la población urbana sin empleo en el distrito de Yanacancha - Pasco, año 2016.

Más que una investigación para una tesis, el presente material pretende también el de contribuir a la población de la localidad mencionada, para que ellos mismos puedan generar y obtener sus propios ingresos económicos, dándose así una salida frente a la rigurosidad de obtener un empleo estable.

1.6. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Para la presente investigación se presentaron las siguientes limitaciones; como primera limitación, fue que no se encontró ninguna información base del cual trabajar por ser un tema de investigación inédito dentro del distrito de Yanacancha – Pasco. Como segundo punto se presentó dificultad con respecto a la opinión de los colaboradores en este estudio, en algunos casos temen brindar su opinión. Sin embargo, se hizo todo lo posible para sostener conversaciones y diálogo permanente para superar este impase.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE ESTUDIO

DANIEL G. RODRIGUEZ - Libro Virtual “Negocios en Internet y algo más” (2013), nos explica cómo lograr tener presencia en los negocios del Internet, o hacer uso de la misma para apoyar nuestros negocios ya creados previamente. También nos indica que no es algo exclusivo para los más jóvenes que nacieron en la era de la información en línea, o para los expertos en la tecnología., sino para todo aquel que quiera emprender esta gran oportunidad.

JORGE VILLAR RODRÍGUEZ – Libro virtual “Montar una tienda online en una semana” (2013), nos explica a través de su amplia experiencia académica en proyectos, catedra y como consultor; un análisis meticuloso de cómo abrir una tienda en internet y no

solamente conseguir ventas, sino que este negocio sea funcional, adaptada a los cambios y que además atraiga a los clientes. En el libro se explica toda una serie de técnicas, aprendiendo desde cómo programar la web, qué diseño es el más adecuado según el producto y el cómo gestionar la comunicación.

ALEX BEREZOWSKY - Audio libro “Gana dinero mientras duermes” (2011), nos explica acerca de lo importante e interesante que puede resultar abordar nichos de mercado específicos, denominados micro nichos. Donde existe una demanda generalmente no satisfecha ya que las grandes industrias se enfocan en los nichos de mercado masivos. El autor enseña a los emprendedores a cómo ganar dinero utilizando el Internet, con el fin de que puedan gozar de la misma calidad de vida que él ha podido alcanzar.

SERGIO SAMOILOVICH - libro virtual “Ciber negocios” (2006), nos explica que La mayoría de los ciber negocios pueden ser implementados relativamente con pocos recursos, si los comparamos con cualquier negocio del mundo real. Algunos de estos son pequeños negocios que pueden ser manejados desde el hogar por un pequeño grupo de emprendedores.

2.2. BASES TEÓRICAS CIENTÍFICAS

El negocio por internet es un amplio y maravilloso mundo lleno de oportunidades segmentadas en muchas áreas laborales. Como por ejemplo podemos crear nuestro propio producto o servicio para un

grupo específico de personas y que nuestros potenciales clientes puedan hacer su compra online, o como también podemos trabajar para determinadas empresas que pueden brindar grandes facilidades laborales de incorporarse al trabajo con ellos, sin distinción de la raza, sexo, edad, etc.

Mencionado el contexto base cabe resaltar lo que nos indica Alex Berezowsky, quien es un experto en el Comercio Electrónico y que enseña a emprendedores en Latinoamérica a cómo ganar dinero utilizando el Internet. nos indica toda una amplia gama de oportunidades para percibir ingresos económicos mediante una serie de páginas de internet que vienen a ser instrumentos informáticos que nos servirán como una estrategia para crear adecuadamente nuestro producto o servicio a ofrecer a diversos mercados.

En respaldo a lo indicado por Alex Berezowsky, es necesario repasar los fundamentos teóricos en el que se sustenta este enfoque, siendo lo siguiente:

¿QUÉ ES UN MERCADO?

Un mercado es un conjunto de transacciones de procesos o intercambio de bienes o servicios entre individuos mediante un acuerdo mutuo en el marco de las transacciones.

ANÁLISIS DE MERCADOS (2016).

Se denomina por análisis de mercados como la distinción y separación de individuos que comparten una misma necesidad

siendo el objetivo de llegar a conocer los principios o elementos de este.

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.

Viene a ser la identificación de grupos de consumidores que suelen reaccionar de manera semejante cuando se les ofrece una combinación particular de productos o servicios. Estas personas se sienten atraídas por distintos aspectos de un determinado producto.

Al seguir una estrategia de segmentación, el ofertante decidirá concentrar sus esfuerzos en un solo segmento del mercado. Algunas de las ventajas que tendremos, al aprovechar el conocimiento de las necesidades de un mercado serán las siguientes:

- Nos encontraremos en mejor posición de identificar y comparar las oportunidades de mercadotecnia (proceso que comprende la identificación de necesidades y deseos del mercado objetivo). Estas estarán presentes cada vez que encontramos uno o mas segmentos que no están muy contentos con los productos actualmente disponibles para ellos.
- Podremos introducir ajustes más finos o personalizados en nuestra mezcla de mercadotecnia que trate de satisfacer al mayor número posible de clientes.
- Seremos capaces de idear nuestros programas y presupuestos de mercadotecnia basándonos en un panorama mas claro de cómo cada segmento tiende a reaccionar para con determinado producto o servicio.

SELECCIÓN DE LA BASE DE SEGMENTACIÓN.

Se dispone de muchísimas variables que sirven para dividir el mercado global en segmentos significativos. En general se pueden clasificar en las siguientes variables:

a) SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA.

Consiste en dividir la atención a características de ubicación geográfica. Puede aplicarse a diversos niveles, que comprenden desde los hemisferios completos hasta los barrios de una localidad específica.

b) SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA.

Se considera la edad, sexo, tamaño de la familia, ingresos, ocupación, escolaridad y otras que vienen a ser variables que suelen emplearse para este tipo de segmentación del mercado.

Dichas variables son especialmente útiles por dos motivos:

- 1) son relativamente fáciles de medir
- 2) A menudo guardan relación con las necesidades del consumidor y la conducta (comportamiento) de compra.

c) SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA.

Esta segmentación incluye la personalidad del individuo y su estilo general de vida.

Como en el caso de las otras modalidades de segmentación, está se usa mucho junto con las otras tres categorías, esto es, las medidas psicográficas pueden hacerse al mismo tiempo que las descripciones geográficas, demográficas y conductistas.

d) **SEGMENTACIÓN CONDUCTISTA.**

Divide a los compradores atendiendo a la actitud, conocimiento, hábitos y otras variables semejantes conexas con el producto y sus atributos.

Entre las variables de este método se encuentran:

➤ **Segmentación por Beneficios:** se ocupa de las ventajas que buscan los consumidores cuando adquieren un producto. En un estudio dedicado a clientes de bancos, los investigadores descubrieron dos segmentos con motivos muy diversos de preferencia: un grupo concedía mucho valor a la comodidad y el otro a la disponibilidad de los servicios bancarios.

➤ **Tasa de Uso:** en esta modalidad de segmentación, a los individuos se les clasifica según la cantidad del producto que suelen consumir. Por ejemplo se ha comprobado que una mitad de los bebedores de cerveza representan casi el 90% del consumo de este producto.

➤ **Sensibilidad del factor de Mercadotecnia:** está segmentación supone que no todos reaccionarán igual al ser sometidos a uno o más estímulos de mercadotecnia. Algunos serán más receptivos a la rebaja de precio y otros la mejor calidad del producto o bien a una mayor comodidad en la compra. Por ejemplo hay consumidores que prefieren las ofertas especiales, como cupones de descuento, liquidaciones y otros eventos promocionales.

En términos generales hay dos sistemas fundamentales para identificar los segmentos significativos: el método apriorístico y el método de conglomerados.

MERCADOTECNIA EN INTERNET (2016)

Primeramente, definamos que es mercadotecnia. Philip Kotler (economista y especialista en mercadeo) lo define de la siguiente manera:

"La mercadotecnia es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean, a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes"

La mercadotecnia en Internet es el estudio de las técnicas del uso de Internet para promocionar y vender productos o servicios. Estas estrategias y tácticas se plasman dentro de un plan de mercadotecnia en línea que incluyen la publicidad de pago por clic (PTC), los anuncios en páginas web, los envíos de correo masivos, la mercadotecnia en buscadores (incluyendo la optimización en buscadores), la utilización de las redes sociales y la mercadotecnia de blogs.

El comercio electrónico mediante su componente denominado mercadotecnia en Internet se ha vuelto más popular en la medida en que los proveedores de internet se están volviendo más accesibles. Más de un tercio de los consumidores en las distintas ciudades del mundo (población Urbana) que tienen acceso a Internet en sus

hogares, afirman haber utilizado Internet como medio para realizar sus compras.

La mercadotecnia por internet vendría a ser uno de los cuatro paradigmas del marketing, en este caso el marketing electrónico (Paradigma del futuro) que según Phillip Kotler, lo describe de a siguiente manera

- 1.** Una compañía puede conducir su negocio exitosamente, basándose enteramente en canales electrónicos (Internet Marketing).
- 2.** Una cantidad cada vez mayor de compradores usará la computadora para adquirir información de productos, comparar ofertas y encargar productos.

Estos compradores se beneficiarán en diversos aspectos:

- Pueden comprar 24 horas al día.
- Pueden evitar los viajes a los locales o supermercados.
- Pueden comparar artículos y precios competitivos más cómodamente.
- Pueden solicitar opiniones de los productos a otros clientes.
- Pueden dialogar con los vendedores más fácilmente.

- 3.** Los marketineros electrónicos también se beneficiarán de diversas maneras:

- Pueden empezar su negocio con una pequeña cantidad de dinero, ya que no hay costos de alquiler o compra del local, bajos costos de publicidad y bajos costos de aprovisionamiento de mercadería.
- Pueden vender al mercado global, no sólo al mercado local.

- Pueden testear y cambiar la oferta, mensajes y precios rápidamente.
- Pueden recibir y contestar sugerencias, inquietudes y quejas de manera más inmediata.

LAS 4 EFES DE LA MERCADOTECNIA EN INTERNET

Como comenta Paul Fleming en su libro “Hablemos de la Mercadotecnia Interactiva”, las 4 efes de la mercadotecnia en Internet serían:

- **Flujo:** Según Fleming, flujo es “el estado mental en que entra un usuario de Internet al sumergirse en una web que le ofrece una experiencia llena de interactividad y valor añadido”.
- **Funcionalidad:** Si el cliente ha entrado en estado de flujo, está en camino de ser captado, pero para que el flujo de la relación no se rompa, queda dotar a la presencia on-line de funcionalidad, es decir, construir páginas teniendo en cuenta las limitaciones de la tecnología. Se refiere a una homepage atractiva, con navegación clara y útil para el usuario.
- **Feedback:** La relación se ha comenzado a construir. El usuario está en estado de flujo y además no se exaspera en su navegación. Ha llegado el momento de seguir dialogando y sacar partido de la información a través del conocimiento del usuario. Internet da la oportunidad de preguntar al cliente qué le gusta y qué le gustaría mejorar. En definitiva, dialogar con el cliente para conocerlo mejor y construir una relación basada en sus necesidades para personalizar en función de esto la página después de cada contacto.

- **Fidelización:** Internet ofrece la creación de comunidades de usuarios que aporten contenidos de manera que se establezca un diálogo personalizado con los clientes, quienes podrán ser así más fieles.

MODELOS DE NEGOCIOS EN INTERNET.

Libro Virtual (2013), En primer lugar, cuando nos referimos a modelos de negocios en internet, estamos hablando de las metodologías que permiten la interacción entre las personas de un portal web para poder realizar un negocio a través de Internet. Esta interacción puede darse entre proveedores y clientes, proveedores y proveedores, fabricantes y canales de distribución, distribuidores y revendedores, clientes con clientes, etc.

La clasificación de los modelos de negocios en internet depende de las características de los que interactúan en los mismos, es decir, quienes son los que convocan y quienes son los convocados para hacer los negocios.

Cuando los participantes y los convocados son empresas estamos frente a lo que se denomina como Modelo Empresa-Empresa ó B2B (por Business to Business en inglés). Cuando el convocante es una empresa y el convocado es un consumidor se habla del Modelo Negocio a Consumidor ó B2C (por Business to Consumer en inglés). Cuando el convocante es una empresa y el convocado es un inversor se denomina Modelo Empresa-Inversor ó B2I (Business to Investor en inglés). A su vez, pueden haber Modelos Empresa-

Empresa-Consumidor ó B2B2C (Business to Business to Consumer) en el caso en el cual un Mayorista le vende a un Minorista que a su vez le vende a un usuario final. Por otra parte, las interacciones de usuarios a través de las redes sociales en Internet son consideradas normalmente como Modelos Cliente-Cliente.

En función del grado de especialización, los Modelos de Negocios pueden ser Horizontales o Verticales:

MODELOS DE NEGOCIOS HORIZONTALES

Son aquellos que son muy abiertos y no están definidos dentro de una focalización estricta del negocio.

MODELOS DE NEGOCIOS VERTICALES

Son aquellos muy especializados para un nicho de mercado en particular.

Cuando el negocio en internet funciona como extensión de una empresa física existente, se habla de Modelo de Negocios de Ladrillo (ó Brick en inglés), mientras que si no existe una empresa física con trayectoria previa y el negocio sólo funciona a través de Internet entonces se denomina Modelo de Negocios Clic (por el clic del ratón).

Otros modelos de negocios más específicos son los relacionados con las Intermediaciones por grupos de vendedores o compradores.

En el Modelo de Intermediación por grupo de vendedores el producto/servicio de muchos fabricantes/proveedores llega al consumidor final a través de un intermediario. Un ejemplo de esto

son los portales que funcionan como directorios de empresas en los cuales los prestadores de servicios pagan una suscripción en dicho directorio para poder salir en sus listas de tal forma que los clientes puedan ubicarlos y contratarlos. Estos portales pueden estar abiertos al público en general ó inclusive estar restringidos sólo para las empresas que paguen una suscripción para acceder a dichos directorios y ver los posibles proveedores.

En la Intermediación por grupos de compradores se tiene el modelo de Agregación de Compradores que busca unir a múltiples compradores de un producto o un servicio para hacer un pedido en grupo de tal forma que el precio del mismo resulte más económico para ellos (ej. Las cadenas de farmacias como Inkafarma, Arcangel, etc).

A su vez, en los modelos de intermediación entran las Subastas que pueden ser de la forma tradicional para la venta (un oferente expone un producto online y muchos compradores ofrecen un monto y gana el que pague más por el producto) ó lo que se conoce como Subasta Inversa para la compra (un comprador solicita ofertas a muchos oferentes a través de una licitación online y gana el que provea el menor precio por el producto).

Los Buscadores ó Motores de Búsqueda (ejemplo: Google) también son considerados como Modelos de Intermediación ya que exponen enlaces patrocinados que pagan por cada clic que reciben. Esto se extiende inclusive a oficinas donde actúan agentes de búsqueda

quienes cobran por investigar a través de Internet los posibles proveedores de productos o servicios muy específicos y que reciben un pago de sus clientes por este servicio de búsqueda e intermediación en la contratación o compra.

Los Centros Comerciales Virtuales que agrupan a múltiples tiendas de Comercio electrónico online también son considerados como Modelos de Intermediación ya que dichas tiendas pagan por estar presentes en el portal. Este pago puede ser por un precio recurrente de suscripción ó inclusive un pago porcentual de acuerdo a lo facturado (ej. Mercado Libre).

Existen otros modelos de negocios donde los ingresos están basados en publicidad. Como ejemplo están todos aquellos portales generales o específicos que proveen información de diversa índole pero que no venden productos o servicios sino que atraen a los usuarios gracias a sus buenos contenidos gratuitos, generando mucho tráfico y con ello impresión de muchas páginas en pantalla, para poder cobrar por la exposición de avisos publicitarios tipo banners (ej. Blogs, portales especializados en deportes, portales de contenidos educativos, portales de videos, etc.).

Las Redes o Medios Sociales basados en lo que se conoce como la Web 2.0 en los cuales se registran miles o millones de usuarios para interactuar de acuerdo a un contexto determinado, también son modelos de negocios cuyos ingresos provienen de la publicidad ó el uso de aplicaciones como juegos (Ej. Facebook, Twitter, YouTube).

Los portales basados en avisos clasificados en línea son también un modelo de negocios por publicidad o suscripción (ej. Fotoclasificados de vehículos o inmuebles).

Otro modelo de negocios en Internet es el Modelo de Venta Directa, como por ejemplo se tienen las tiendas virtuales de comercio electrónico, que no son manejadas por intermediarios ni viven de la publicidad sino de la venta de sus propios productos. Otro caso de Venta Directa son los proveedores de Soluciones de Negocios en Internet como Servicios de Software en Línea, en el cual se paga una anualidad por el uso de herramientas de software en Internet.

Los modelos de Manufactura Directa al Cliente son aquellos en los cuales el fabricante debe vender directamente al consumidor final debido a la corta vida de sus productos (ej. Flores) que no permiten ser manejados por intermediarios.

Como puede observar existen muchos modelos de negocios en línea, lo importante es que cuando uno decida llevar su negocio a la Internet consulte a los expertos para que le asistan en el diseño y la implantación del mejor modelo de negocios que se adecue a sus requerimientos y sacarle el máximo provecho a esta gran oportunidad global.

TEORIAS DEL EMPLEO Y DESEMPLEO.

- **TEORIAS DEL EMPLEO.**

Se tiene las siguientes:

TEORÍA CLÁSICA.

Monografía (2012), Los clásicos de la ciencia económica (Smith, Ricardo, Mil, Marx) consideraban que durante el proceso productivo se intercambiaba el trabajo humano (fuerza de trabajo para Marx) con una cantidad de dinero suficiente para su reproducción material. Entonces no hay un salario determinado por los mecanismos de mercado (oferta y demanda) sino que era el salario un elemento pre-determinado, exógeno al mismo proceso productivo. Aunque influenciado por el nivel de desarrollo que había avanzado la producción de los bienes que eran necesarios para la reproducción material de los trabajadores.

Otra característica importante, es que en el mercado laboral clásico presenta niveles de sobre-oferta, por lo tanto hay un excedente que no es captado por la demanda de las empresas; de esta manera nos encontramos con el desempleo, el cual se va incrementando, en la medida que la población crezca a mayor velocidad que la generación de nuevos puestos de trabajo. Es posible que opere un mercado laboral con desempleo, no existiendo, entonces, un mercado de equilibrio walrasiano.

En esta teoría se incorpora el elemento demográfico en el análisis del mercado laboral, se insiste en que la población aumenta, en gran parte por las mejoras en la calidad de vida, sobre todo porque se aseguran para los asalariados un ingreso de subsistencia,

permitiéndoles una reproducción material y un incremento de la población.

Por otro lado el exceso de oferta de empleo, sirve como un factor decisivo para frenar una demanda desmesurada por mejores niveles salariales, es más, la lucha reivindicativa de los asalariados si encuentran limitada por la existencia de una sobre-oferta. Esta última, además, ha estado presente durante todo el curso de la historia de la sociedad moderna capitalista.

Es evidente que el progreso demográfico presiona desde afuera sobre el mercado laboral, significando que hay un número creciente de personas que buscan empleo; pero también hay que indicar que en el funcionamiento de la economía, debido a la competencia, se pierden empleos con mayor velocidad que los que se generan por la creación de nuevas empresas, aquí hay un desfase que bajo ciertas condiciones coyunturales puede ampliarse o reducirse, pero siempre está presente.

Hay que resaltar la importancia del concepto ingreso subsistente (salario mínimo actual) en el funcionamiento del mercado laboral, en el nivel de la rentabilidad empresarial y en el nivel de empleo; además de los efectos que aquel concepto tiene sobre las opciones tecnológicas de los empresarios (demandantes de trabajo). Sobre esto último podemos añadir que para un empresario la existencia de un salario mínimo alto puede obligarlo a invertir en tecnología, lo cual determinará, a su vez, un descenso en el nivel de empleo,

pudiendo esto general consecuentemente un reajuste, hacia abajo, del salario mínimo.

Por supuesto, que en las opciones tecnológicas también influyen los límites básicos e intelectuales de los trabajadores, por lo que muchas veces el empresario presionado por la competencia, tiene que invertir en tecnología, acentuándose así, el desempleo. Entonces el empresario para evitar los conflictos, con los trabajadores y la competencia, tiene que invertir en tecnología, con lo cual la producción y la productividad aumentan, pero baja el nivel de empleo. Por esto es que para los economistas clásicos, el funcionamiento del mercado laboral suponía la existencia de desempleo, debiéndose este hecho tanto a la superpoblación como a la competencia.

Un tema necesario a analizar respecto al mercado laboral, es que la oferta y la demanda, en sus dimensiones relativas está equilibradas, es decir la cantidad ofertada y demandada están iguales, por lo tanto se puede asumir que hay equilibrio, correspondiéndole un precio de mercado a quien se le da la categoría de precio de equilibrio, entonces hay equilibrio en el mercado pero con desempleo.

Además, en el mercado laboral intervienen únicamente los demandantes (empresarios) y los ofertantes (asalariados) para los economistas clásicos era inconcebible una intervención efectiva del Estado. En esta etapa histórica no se toma en cuenta medida de política económica, encontrándose con una economía privada, sin

un accionar directo de parte del Estado, salvo a través de una legislación económica, las cuales pretendían regimenter el funcionamiento del mercado laboral.

Por otro lado, en la teoría clásica, los desempleados presionan hacia la baja del nivel de salarios, si asumimos que teóricamente un exceso de oferta significa un descenso de precios (salarios), entonces la competencia de los desempleados permitirían que bajen los salarios; sin embargo, aquí interviene el concepto del ingreso de subsistencia o salario mínimo, debajo del cual no puede descender el salario, recordemos que el mencionado concepto no solamente es teórico sino que posteriormente se convirtió en legal, es decir fijado por el Estado.

Por supuesto que el tema del nivel de los salarios es fundamental, tanto para obtener el nivel de empleo como de la productividad y de la rentabilidad empresarial. Para los economistas clásicos el nivel de los salarios estaba determinado, no por el Estado, sino por el precio de las subsistencias necesarias para la reproducción del trabajador, en otras palabras, dependía del desarrollo productivo de los rubros alimentos, vestido, vivienda, etc.

De esta manera para los clásicos no era necesario ni conveniente la intervención del Estado, bastaba que el precio de las subsistencias se reduzca para que consecuentemente disminuyan los salarios. Vemos así que para los clásicos la economía, en su funcionamiento, permite que los bajos salarios fomenten la generación de nuevos

puestos de trabajo, ampliándose el mercado laboral con la incorporación de nuevos contingentes del llamado “ejército industrial de reserva”.

TEORÍA NEO-CLÁSICA.

Monografía (2012), Para los economistas pertenecientes a la escuela neo-clásica el mercado laboral se encuentra en equilibrio, por lo tanto, hay un precio que elimina los excedentes de oferta y demanda; cuando hay ofertantes en exceso bajan los precios (salarios) y cuando hay exceso de demanda entonces los precios suben. Este tipo de mercado tendría un comportamiento Walrasiano. Por otro lado en el mercado laboral se establecen relaciones entre ofertantes y demandantes, quienes ofrecen y demanda trabajo o servicio laboral; no es una relación de personas sino del bien trabajo por el bien del dinero, en donde, además, cada uno de los elementos intervinientes mantienen una relación interpersonal, a través del mercado, basados en el criterio de costo-beneficio.

Es evidente que la teoría neo-clásica presenta inconsistencias en su construcción conceptual, en la medida que la evidencia empírica nos muestra que el mercado laboral no es perfecto, pues cuando se fijan los precios relativos hay siempre un exceso de oferta; en todos los países desarrollados o sub-desarrollados los mercados laborales funcionan con un porcentaje variable de desempleo (exceso de oferta) que no es eliminado con ningún nivel de precios.

Varias son las explicaciones que han pretendido desarrollar los economistas neo-clásicos, en primer lugar, algunos han señalado los problemas de sobre población; con este argumento se acude a una explicación ya esgrimida por los economistas clásicos; en realidad es una confesión que el mercado laboral no tiene (o no puede) que incluir a toda la población en edad de trabajar, es decir la PEA (Población Económicamente Activa) no sería la oferta de trabajo existente en mercado. Esta explicación, en realidad tiene que ver sobre la forma como se estructura el mercado laboral, el cual según la teoría neo-clásica solamente incluirá a quienes perteneciendo a la PEA buscan un trabajo, son aquellos que están dispuestos a trabajar a los precios que el mercado fija, nos encontramos entonces en un escenario social reducido, ya que no acuden todos los que potencialmente pueden trabajar sino únicamente los que aceptan el precio del mercado; por lo tanto en cierta manera el mercado se estructura con aquellos que trabajan o trabajaron alguna vez, pero no con los que no buscan trabajo por cualquiera que sea la razón. En segundo lugar, hay la explicación de la información, la cual significa un costo de acceso para el que busca un trabajo, con esto el argumento también estaría fuera del mercado, en un elemento exógeno que amplía o reduce el mercado, de acuerdo si existe o no la información suficiente, y si el ofertante está dispuesto a asumir los costos de acceso a la información. Con este argumento un desempleado que no puede gastar en informarse para obtener un

trabajo, entonces seguiría siendo desempleado, además si el salario esperado sería menor que el costo de acceso a la información tampoco buscaría trabajo, por lo tanto la teoría neo-clásica concluye que este desempleado lo sería por su propia voluntad, así nos encontramos con el llamado desempleo voluntario.

En el desarrollo de esta argumentación hay un elemento subjetivo, en la medida que el trabajador ya no quiere asumir el costo de información, pero que esconde un elemento objetivo, pues un desempleado sin ingresos no puede indefinidamente permanecer buscando trabajo, lo que además le significa un costo adicional; esta argumentación también comprende a los demandantes (empresas) quienes tampoco están dispuestos a asumir los costos de informarse en el mercado para obtener trabajadores.

Por otro lado, los economistas neo-clásicos, asumen que la estructura del mercado laboral presenta elementos heterogéneos, constituida por trabajadores y puestos de trabajo muy diversos, además, el avance tecnológico, el acrecentamiento de la competencia, la diversificación de líneas productivas, etc.

Hacen que un trabajador tenga que reciclarse continuamente para estar apto para cubrir un puesto de trabajo o para informarse de algún nuevo puesto de trabajo; con lo que, se asumen, el mercado laboral demora en adaptar la oferta y la demanda de trabajo, debido a las ya mencionadas deficiencias en la información sobre la

evolución del mercado. Esto es lo que se denomina desempleo friccional.

Por lo tanto, el desempleo no se explicaría por cambios en las cantidades ofertadas y demandadas o por variaciones en los precios, sino por la demora en que los ofertantes y demandantes incurren para obtener la información de esos cambios, con esto nuevamente se recurre a una argumentación de tipo subjetivo, por fuera del funcionamiento del mercado.

Lo arriba señalado lleva a la conclusión a los economistas neo-clásicos que el mercado laboral en su funcionamiento genera un desempleo momentáneo superable en el tiempo, pero que de todas maneras supone que hay un exceso de oferta "natural". Este exceso por ser momentáneo tendrá que ser necesariamente decreciente, pues los ofertantes y demandantes van progresivamente superando las deficiencias de información. Sin embargo las evidencias empíricas en los países sean desarrollados o sub-desarrollados nos muestran que las tasas de desempleo son crecientes y persistentes. Es que de acuerdo a la teoría el desempleo friccional sería al mismo tiempo desempleo natural, en consecuencia, el desempleo siempre sería voluntario, es decir, porque el desempleado o el demandante no quiere asumir los costos de acceso a la información de la evolución del mercado.

Pese a todas estas observaciones en la teoría neo-clásica se mantiene el concepto que son los elementos: costos de información

y mano de obra heterogénea, los que impiden que el mercado laboral funcione como un mercado de equilibrio Walrasiano; ahora bien, si suponemos que éste mercado supone desempleo cero, entonces existirían algunas consecuencias lógicas, por ejemplo, un trabajador no estaría interesado en permanecer en su puesto de trabajo, ya que podría encontrar otro inmediatamente, esta situación crearía inestabilidad en las empresas y relajaría la disciplina laboral. Esto además significaría que habría razón para que existan conflictos al interior de una empresa, pues tanto el trabajador podría encontrar rápidamente un puesto de trabajo como un empleador podría encontrar un nuevo trabajador. En ambos casos se cortarían los conflictos porque rápidamente se encuentra un sustituto en el mercado laboral.

Por eso señalamos que la teoría neo-clásica no puede ser afirmada empíricamente, ya que si analizamos los mercados laborales de todos los países del mundo comprobaremos que hay un desempleo creciente, donde además, la PEA cada vez más tiene una estructura en la cual el rubro de desempleados y sub-empleados tienen mayor importancia relativa, entonces la teoría neo-clásica presenta serias limitaciones conceptuales para comprender la evolución del mercado laboral en un escenario de progreso tecnológico, globalización de la economía y agudización de la competencia, agregándose problemas de sobre-población.

TEORÍA KEYNESIANA.

Monografía (2012), Esta teoría no solamente comprende lo señalado por J.M. Keynes, sino que también comprende a Hicks, Solow, etc. En términos concretos Keynes considera que el mercado laboral funciona con una tasa de desempleo, el cual depende del nivel de la demanda efectiva. Existiendo la posibilidad que el desempleo sea elemento estructural del mercado laboral, por supuesto esta afirmación tiene que ver con el análisis de conjunto de la economía, en donde existen niveles de sub-empleo de factores de la producción.

Según la teoría Keynesiana, en el mercado laboral, se relacionan directamente personas, estableciéndose además una relación social, por lo tanto se producen una serie de conflictos sociales, entre trabajadores y empleadores, en donde cada uno de los elementos intentan negociar buscándoles mejores condiciones económicas; el mismo hecho que se acepte la existencia de desempleo tiene muchas consecuencias en el funcionamiento del mercado laboral y de la economía en su conjunto.

En la argumentación de esta teoría, la cual supone una gran movilidad de factores de la producción, tiene una suma importancia el acceso a la información, lo que es necesario para enfrentar un clima de negociaciones, de otra forma, por ejemplo los trabajadores negociarían en condiciones desventajosas si es que potencialmente el mercado proyecta un exceso de oferta, en otras palabras, si los

trabajadores están suficientemente informados que no habían puestos de trabajo generados en el futuro, entonces no serán muy exigentes en la mesa de negociaciones. De allí el rol importante que juegan los sindicatos en el funcionamiento del mercado laboral.

Otro aspecto importante es la forma como una empresa fija el salario (precio del servicio laboral) para ingresar a las negociaciones. Una forma sería que el salario de una empresa líder del sector serviría de punto de referencia para negociar los salarios con sus propios trabajadores, aunque como se sabe el salario particular que una empresa puede fijar dependerá también en algunos casos en mayor medida, de las condiciones tecnológicas, del segmento del mercado de bienes que posea, de los niveles formativos del trabajador etc. Por lo tanto, la negociación del salario depende de muchos factores, lo que hace complicado el proceso de negociación, además existe la intervención del Estado, a través de los salarios mínimos, los cuales si son importantes podrían desincentivar la generación de nuevos puestos de trabajo.

Esto último es una noción teórica que no tiene comprobación en la evidencia empírica, pues generalmente los salarios mínimos (remuneración mínima vital) están muy por debajo de los precios que estarían dispuestos a ofrecer a sus potenciales trabajadores, por lo tanto, en la realidad no tiene un significativo impacto la fijación de salarios legales, en el caso de nuestro país, el impacto se percibe en las pequeñas y micro-empresas, que son el sector en donde los

salarios son los más bajos, incluso por debajo del salario legal, esto tiene que ver con la tecnología, consecuentemente con la productividad de la mano de obra.

De esta manera hay una ligazón directa entre el salario y la productividad, pues un trabajador no estaría dispuesto a aceptar un salario por debajo del salario legal, por 2 razones, en primer lugar, porque es contra la Ley, en segundo lugar, porque no le permitiría el ingreso mínimo de subsistencia. Pero por otro lado el empleador si acepta a un trabajador que está dispuesto a recibir menos del salario legal, en realidad, está aceptando reducir la productividad de la empresa, ya que este trabajador no tendría la formación ni especialización necesaria, pues de otra manera estaría en otra empresa, en donde si le reconocen sus méritos laborales.

La productividad (formación, tecnología) tiene un rol importante en la estructuración del mercado laboral, siendo un factor que debe tomarse en cuenta en la negociación de trabajadores y empleadores. Si un trabajador es altamente productivo estaría en mejores condiciones de negociación, pues sabe lo que vale; si un empleador sabe lo que necesita en términos de productividad no estará dispuesto a contratar a un trabajador, quien podría aceptar un salario bajo, pero que tiene un bajo nivel de productividad.

Esta teoría introduce un elemento importante en el análisis del mercado laboral, sobre todo en lo que respecta a la negociación y a la fijación de salarios, pues parte de la relación social, trabajadores y

empleadores, ligándolo a la viabilidad social, es decir a la aceptación social que tendría la fijación de los salarios.

Se asume que un trabajador con un buen nivel de productividad debe ser remunerado convenientemente, de acuerdo a ciertos criterios sociales históricos. Esto tiene que ver con el tema de la conveniencia, o no, de la intervención del Estado para regular el mercado laboral, en la medida que este funcione como un mercado no Walrasiano, debiendo, por lo tanto, el Estado intervenir para hacer aceptar ciertos criterios sociales, al margen de consideraciones netamente económicas, aun cuando esta intervención estatal puede significar afectar a las empresas o generar un mayor nivel de desempleo. En suma, para la teoría Keynesiana el mercado laboral no es un mercado Walrasiano, supone además un nivel de desempleo, siendo necesario que el Estado fije algunos criterios sociales

que regulen el funcionamiento del mercado laboral; en la evidencia empírica se percibe que esta teoría tiene una mayor aproximación con la realidad de los mercados laborales existen en los diferentes países, en donde persisten problemas de desempleo de todo tipo.

- **TEORIAS DEL DESEMPLEO.**

Se tiene las siguientes:

LA TEORIA DE ROBERT LUCAS.

Monografía (2012), Este autor sostiene que el desempleo solamente puede ser voluntario, ya que un desempleado busca

siempre un puesto de trabajo parecido al que ha perdido, con lo que pasa un tiempo, corto o largo, sin empleo, cuando podría encontrar inmediatamente un puesto de trabajo diferente al anterior. Esta afirmación abre una discusión sobre lo que se entiende por desempleo voluntario y desempleo involuntario, ya que no es lo mismo que un desocupado quiera trabajar siempre en el mismo tipo de trabajo, con lo cual deja de lado los puestos de trabajo existentes, que otro desempleado que ya no quiere trabajar en ningún tipo de trabajo a los salarios actuales.

Son entonces 2 escenarios distintos pues un desempleado “voluntario” será el que parte del nivel de salarios para rechazar cualquier propuesta de trabajo, ya sea en su misma profesión o en un trabajo temporal inmediato, pero en otra profesión; mientras que el desempleado “involuntario” es aquel en que el trabajador preferiría estar empleado, al salario actual, pero en el mercado de su profesión, pero no encuentra un puesto de trabajo disponible.

LA TEORIA DE HAHN.

Monografía (2012), Esta teoría nos manifiesta que el desempleado involuntario tiene en realidad 2 escenarios:

Cuando el salario deseado para decidirse a buscar un trabajo en su profesión es mayor que el salario que podría conseguir con el empleo temporal en otra profesión entonces buscará un empleo en su propia profesión. Aquí estamos frente al elemento salario como el decisivo, pues el desempleado siempre preferirá su profesión,

porque es donde consigue mejores salarios, no queriendo aceptar salarios menores.

El otro escenario es cuando la situación es la inversa, es decir, que el salario por cualquier otro trabajo fuera de su profesión es mayor que el que podría recibir en un futuro nuevo puesto de trabajo en su propia profesión. En este caso el trabajador estará dispuesto a aceptar cualquier trabajo siempre que el nivel salarial esté por encima del que recibiría en su propia profesión. Pero en los 2 escenarios el trabajador sería un desempleado involuntario en el mercado de su propia profesión.

LA TEORIA DE CARL SHAPIRO Y JOSEPH STIGLITZ.

Monografía (2012), Estos autores aceptan la existencia y la persistencia del desempleo involuntario en los términos señalados en la teoría neoclásica, por lo tanto, parten del supuesto que el mercado laboral está compuesto por elementos homogéneos y no hay costos de acceso a la información sobre el mercado laboral. En este las variables del modelo serían el nivel salarial, la cantidad de trabajadores empleados y la cantidad de desempleados. En este sentido se incluye la noción del esfuerzo que hace el trabajador para incrementar la productividad, siendo recompensado por una observación del nivel salarial, es decir la empresa pagará un salario elevado incentivándolo de esta manera al trabajador, logrando de éste su mayor esfuerzo.

Este concepto del esfuerzo es muy importante para el desenvolvimiento del trabajador al interior del mercado laboral, pues aquel no estaría dispuesto a dejar un puesto de trabajo en el cual es bien remunerado, sería muy costoso para él, además en un mercado laboral de altos salarios, se asume que la tasa de desempleo sería mayor.

En consecuencia, este modelo acepta el desempleo, pero en su única acepción, el desempleo involuntario, con lo cual se está aceptando que el mercado laboral siempre cuenta con un nivel de desempleo, no siendo, por lo tanto, un mercado Walsariano.

En conclusión, teóricamente hay un desempleo que aparece como resultado de los costos de información y de transacción, es el llamado desempleo friccional presente en todas las fases sean desarrollados o sub-desarrollados, asumiéndose que este disminuirá hasta igualar cantidades ofertadas y demandadas. Otro desempleo surgiría de la existencia de un exceso de oferta, el cual serviría para la disciplina laboral de los que tienen empleo, este sería un desempleo involuntario.

Además, existe el desempleo abierto que está definido como aquel en que los trabajadores buscan activamente un empleo en el mercado laboral, estando dispuestos a trabajar al salario vigente en el mercado de su propia profesión, de esta manera este tipo de desempleo sería la suma del desempleo friccional y la cantidad de trabajadores que componen el exceso de oferta. Este es el rubro

más importante para la actividad económica, siendo su dimensión determinada por el nivel de la actividad económica. Tenemos, asimismo, el desempleo que surge cuando los desempleados están dispuestos a trabajar al salario vigente en el mercado de su profesión, independientemente de la actividad o trabajo que esté realizando al presente. A estos se agregarán aquellos que no buscan trabajo porque consideran que no lo encontrarían por los problemas económicos (recesión, crisis), a estos desempleados se les denomina “ocultos”. Por lo tanto los desempleados totales estarían conformados por los desempleados abiertos y los desempleados ocultos, quienes podrían ser empleados de acuerdo a las fases del ciclo económico, el cual amplía o reduce el mercado laboral.

2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

BLOG:

Es un sitio web en el que uno o varios autores publican cronológicamente textos o artículos, apareciendo primero el más reciente, y donde el autor conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente.

COMERCIO ELECTRÓNICO:

Consiste en la compra y venta de productos o de servicios a través de medios electrónicos, tales como Internet y otras redes informáticas.

CONFLICTO SOCIAL:

Es una lucha por los valores y por el estatus, el poder y los recursos escasos, en el curso de la cual los oponentes desean neutralizar, dañar o eliminar a sus rivales

CONGLOMERADO:

En general significa la acumulación de elementos.

CONSUMIDOR:

Es una persona u organización que demanda bienes o servicios proporcionados por el productor o el proveedor de bienes o servicios. También se define como aquél que consume o compra productos para su utilización.

DEFICIENCIA:

Viene a ser el defecto, imperfección, escasez o falta de algo.

DEMANDA:

Se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado).

DESEMPLEADO ABIERTO:

Es la proporción de la fuerza de trabajo no utilizada; comprende a todas las personas de 12 años o más que se encuentran sin empleo asalariado o que si lo tienen por su cuenta por igual o menor a 1 hora a la semana. disponibles a aceptar empleo y que realizaron acciones concretas de búsqueda de trabajo en las ocho semanas

anteriores al periodo de referencia, es decir, contestaron avisos de periódicos o de recomendaciones familiares, e intentaron ejercer alguna ocupación por su cuenta.

DESEMPLEADO OCULTO:

es la persona o grupo de población de inactivos que está representado por los desalentados y se conforma por personas que perdieron la esperanza de conseguir trabajo, que descreen que la realidad ambiental en la cual se hallan insertas les permita cubrir esta necesidad individual y social básica. Por lo tanto, abandonan o disminuyen el nivel de frecuencia con que asisten a búsquedas o entrevistas de trabajo.

DESEMPLEO FRICCIONAL:

Es el producido durante el período de tiempo entre que un trabajador deja su trabajo anterior y encuentra el siguiente, es decir se le conoce como desempleo friccional a la transición de un empleo a otro.

DESEMPLEO VOLUNTARIO:

Conjunto de personas con edad de trabajar que no están dispuestas a ello por diversos motivos.

ESPECIALIZACIÓN:

Es el proceso por el que un individuo, un colectivo o una institución se centra en una actividad concreta o en un ámbito intelectual restringido en vez de abarcar la totalidad de las actividades posibles o la totalidad del conocimiento.

ESTILO DE VIDA:

expresado en todos o en cualquiera de los ámbitos del comportamiento (trabajo, entretenimiento, alimentación, indumentaria, etc.), fundamentalmente en las costumbres o la vida cotidiana, en la relación con los objetos y la posesión de bienes, en la relación con el entorno o en las relaciones interpersonales.

ESTRATEGIA:

Es un conjunto de acciones planificadas sistemáticamente en el tiempo que se llevan a cabo para lograr un determinado fin o misión.

FEEDBACK:

Es una palabra del inglés que significa retroalimentación; podemos utilizarla como sinónimo de respuesta, reacción, o, desde un punto de vista más técnico, para referirnos a un método de control de sistemas. podemos denominar el método de control de sistemas, en el cual los resultados obtenidos de una tarea o actividad son reintroducidos nuevamente en el sistema con el objeto de realizar las modificaciones necesarias, bien sean para controlar el sistema, bien para optimizar su comportamiento.

GLOBALIZACIÓN:

Es un proceso económico, tecnológico, social y cultural a escala planetaria que consiste en la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo uniendo sus mercados, sociedades y culturas, a través de una serie de

transformaciones sociales, económicas y políticas que les dan un carácter global.

INTERNET:

Es un conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas que utilizan la familia de protocolos TCP/IP, lo cual garantiza que las redes físicas heterogéneas que la componen funcionen como una red lógica única, de alcance mundial.

LÍDER:

Es el conjunto de habilidades gerenciales o directivas que un individuo tiene para influir en la forma de ser de las personas o en un grupo de personas.

MERCADO LABORAL:

Conjunto de relaciones mercantiles entre empleadores (oferentes de empleo o demandantes de trabajo) y personas que buscan trabajo remunerado por cuenta ajena (oferentes de trabajo o demandantes de empleo)

MERCADOTECNIA:

Es el proceso social y administrativo por el que los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios.

MERCADOTECNIA EN INTERNET:

Es el estudio de las técnicas del uso de Internet para promocionar y vender productos y servicios. También es considerado como un

componente del comercio electrónico. Puede incluir la gestión de contenidos, las relaciones públicas, el servicio al cliente y las ventas.

MOTOR DE BÚSQUEDA:

Es un sistema informático que busca archivos almacenados en servidores web gracias a su “spider” (también llamado araña web)

NEGOCIACIÓN:

Es el proceso por el cual las partes interesadas resuelven conflictos, acuerdan líneas de conducta, buscan ventajas individuales o colectivas, procuran obtener resultados que sirvan a sus intereses mutuos. Se contempla generalmente como una forma de resolución alternativa de conflictos o situaciones que impliquen acción multilateral.

NICHO DE MERCADO:

Utilizado para referirse a una porción de un segmento de mercado en la que los individuos poseen características y necesidades homogéneas, y estas últimas no están del todo cubiertas por la oferta general del mercado.

OFERTA:

Aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios del mercado.

ONLINE:

El término en línea (online) hace referencia a un estado de conectividad, frente al término fuera de línea (offline) que indica un estado de desconexión

OPORTUNIDAD:

Hace referencia a lo conveniente de un contexto y a la confluencia de un espacio y un periodo temporal apropiada para obtener un provecho o cumplir un objetivo.

PAGO POR CLIC (PTC):

Es un modelo de publicidad en internet, en el que el anunciante paga sus anuncios a la web que los presenta mediante una tarifa basada en el número de clics que se hagan en el anuncio. Las PTCs te dan determinada cantidad de dinero por cada vez que hagas clic en un anunciante y dejes que un contador que proporciona el PTC llegue a cero para que puedas acreditar tu ganancia.

PARADIGMA:

Es el resultado de los usos y costumbres de creencias establecidas de verdades a medias y que viene a ser un modelo o ejemplo hasta que es sustituido por otro nuevo.

PRECIO:

Pago o recompensa asignado a la obtención de un bien o servicio.

PRODUCTO:

Es una opción elegible, viable y repetible que la oferta pone a disposición de la demanda, para satisfacer una necesidad o atender un deseo a través de su uso o consumo.

PROVEEDOR:

Se aplica a la persona que suministra o abastece a otro individuo de lo necesario o conveniente para un fin determinado.

PUBLICIDAD:

Es una forma de comunicación comercial que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio a través de los medios de comunicación y de técnicas de propaganda.

REDES SOCIALES:

Son estructuras en donde las personas u organizaciones están relacionados de acuerdo a algún criterio, entonces se construye una línea de comunicación entre sí.

SERVICIOS:

Es un conjunto de actividades que buscan responder a las necesidades de las personas.

SOFTWARE:

Comprende el conjunto de los componentes lógicos necesarios que hacen posible la realización de tareas específicas, en contraposición a los componentes físicos que son llamados hardware.

TECNOLOGÍA:

Es el conjunto de conocimientos técnicos, científicamente ordenados, que permiten diseñar y crear bienes y servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente y satisfacer tanto las necesidades esenciales y deseos de la humanidad.

TEORÍA:

Es un sistema lógico-deductivo, constituido por un conjunto de hipótesis, un campo de aplicación (de lo que trata la teoría, el

conjunto de cosas que explica) y algunas reglas que permitan extraer consecuencias de las hipótesis.

TIENDA VIRTUAL:

Se refiere a un comercio convencional que usa como medio principal para realizar sus transacciones un sitio web de Internet.

WEB:

Es un documento o información electrónica capaz de contener texto, sonido, vídeo, programas, enlaces, imágenes, etc, y que puede ser accedida mediante un navegador.

2.4. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS

2.4.1. HIPÓTESIS GENERAL

H1: La oportunidad de trabajar por internet, si se relaciona directamente con la población urbana sin empleo del distrito de Yanacancha - Pasco, año 2016.

2.4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

H1: El trabajo en manualidades y su venta por internet si se relaciona directamente con la población urbana sin empleo en el distrito de Yanacancha.

H1: Laborar en el llenado de encuestas y páginas PTC reconocidas, si se relaciona directamente con la población urbana sin empleo en el distrito de Yanacancha.

H1: La compra y venta de artículos de colección, si se relaciona directamente con la población urbana sin empleo en el distrito de Yanacancha.

H1: La creación y venta de video tutoriales académicos por internet, si se relaciona directamente con la población urbana sin empleo en el distrito de Yanacancha.

2.5. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE INDEPENDIENTE.

Oportunidad de trabajar por Internet.

VARIABLE DEPENDIENTE.

Empleo de la población urbana.

2.6. DEFINICIÓN OPERACIONAL DE VARIABLES E INDICADORES

2.6.1. Variable independiente:

X = Oportunidad de trabajar por Internet.

Indicadores.

X1 : Trabajo en manualidades para su venta por internet.

X2 : Laborar en el llenado de encuestas y páginas PTC reconocidas.

X3 : Compra y venta de artículos de colección.

X4 : Crear videos tutoriales académicos y venderlos digitalmente.

2.6.2. Variable dependiente:

Y= Población urbana sin empleo.

Indicadores.

Y1 : Condición Laboral

Y2 : Conocimiento básico en ofimática.

Y3 : Tener una PC con acceso a Internet

CAPITULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN

Por el tipo de investigación el presente estudio reúne las condiciones necesarias para ser denominado como: “**Investigación Aplicada**” por la utilización de los conocimientos en la práctica en provecho de la sociedad. La investigación se distingue por tener propósitos prácticos inmediatos bien definidos, es decir se investiga para actuar, transformar, modificar o producir cambios en un determinado sector de la realidad en la sociedad. También cabe mencionar mencionar que el nivel de investigación del presente trabajo es el correlacional.

3.2. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Los métodos de investigación utilizados son los siguientes:

El Método Analítico: Para manejar la información y descomponerla en partes, para una mejor comprensión y explicación clara del problema, determinando sus causas y efectos.

El Método Deductivo: Para descubrir, analizar y sistematizar los resultados, para hacer generalizaciones del problema, para la interpretación de resultados, conclusiones y recomendaciones.

El Método Inductivo: El mismo que parte de hechos o fenómenos particulares y llega a una teoría general a través del uso de las variables de estudio en las hipótesis.

3.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación es no experimental con diseño transversal y correlacional, este diseño tiene la particularidad de permitir analizar y estudiar la relación de hechos y fenómenos de la realidad, para conocer su nivel de influencia o ausencia de ellas, buscan determinar el grado de relación entre variables que se estudia. Para la presente investigación se toma el diseño longitudinal para conocer los hechos y fenómenos de la realidad, puesto que ya sea en esencia individual o en su relación a través del tiempo, puede llegar a ser de un año, dos años o más.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

○ POBLACIÓN.

La población para el presente trabajo de investigación está constituida por un total de 29'596 habitantes del distrito de Yanacancha según la fuente de datos censo nacional del INEI – en el año 2016.

○ MUESTRA.

Las muestras son de tipo probabilísticas, representada por el total de 379 personas para aplicar las encuestas en la zona urbana.

El tamaño de muestra fue calculado a partir de la población con un margen de error de 5%, la distribución estándar de 1.96, la tasa de acierto y fracaso será de 0.5; para el cual se utilizará la siguiente fórmula Probabilística:

$$n = \frac{Z^2 p q N}{E^2 (N-1) + Z^2 p q}$$

Dónde:

n = Muestra.

Z = Distribución Estándar.

p = Tasa de acierto o éxito.

q = Tasa de fracaso o error.

N = Población.

E = Margen o probabilidad de error.

Segmentación de Muestra a Encuestar:

Zonas	Población	Muestra a Encuestar
San Juan Pampa	8000	102
Columna Pasco	6000	77
Asociación Pro Vivienda UNDAC	1000	13
27 de Noviembre	2596	34
Yanacancha	5000	64
Techo Propio	4000	51
Tahuantinsuyo	3000	38
Total	29596	379

3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Las principales técnicas que se utilizó en este estudio fue, el cuestionario y la observación directa para un análisis y diagnóstico correspondiente.

3.6. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

Para el trabajo de la recolección de datos de la población urbana del distrito de Yanacancha – Pasco, se construyó una base de datos para ser ingresado y analizados mediante la estadística con el software especializado denominado “IBM SPSS Statistics 24”

Considerando lo mencionado líneas arriba se considera lo siguiente:

- a. Los datos cualitativos han sido procesadas a través de la Construcción de tablas de frecuencia.
- b. A través de medios electrónicos se obtuvo los gráficos para la presentación de resultados.

Cada variable formulada en las hipótesis se verificó con la prueba de chi-cuadrado mediante el programa “IBM SPSS Statistics 24”.

3.7. TRATAMIENTO ESTADÍSTICO

Para el tratamiento estadístico de los datos se utilizó la estadística descriptiva e inferencial.

El tratamiento estadístico fue con las tablas de frecuencia y sus respectivos gráficos dado a los datos nominales. Después de aplicar las encuestas se realizó la prueba de hipótesis, el contraste y verificar la relación con las variables de estudio.

3.8. SELECCIÓN Y VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se utilizó la técnica de la encuesta, considerando que se tomó la opinión de la población urbana sobre el problema en mención.

Cabe mencionar que el instrumento del cuestionario es en base a 13 items. Se tomo como referencia para la validación de los instrumentos, la escala de Likert (La escala se llama así por Rensis Likert, quien publicó en 1932 un informe donde describía su uso) además se hizo un ajuste en base a esta técnica para crear una serie de preguntas con un enfoque para con nuestra realidad en el distrito de Yancancho – Pasco.

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. DESCRIPCION DEL TRABAJO DE CAMPO

El trabajo de campo y recolección de datos se realizó en la población urbana en el distrito de Yanacancha: primero se ha diseñado la encuesta, segundo se ha realizado la encuesta de acuerdo a la estratificación de la muestra, tercero se ha llevado a cabo la aplicación de la estadística para obtener los resultados, el cual incluye la interpretación.

4.2. PRESENTACIÓN, ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

A continuación, presento los resultados obtenidos de la investigación en tablas de frecuencia y sus respectivos gráficos e interpretaciones.

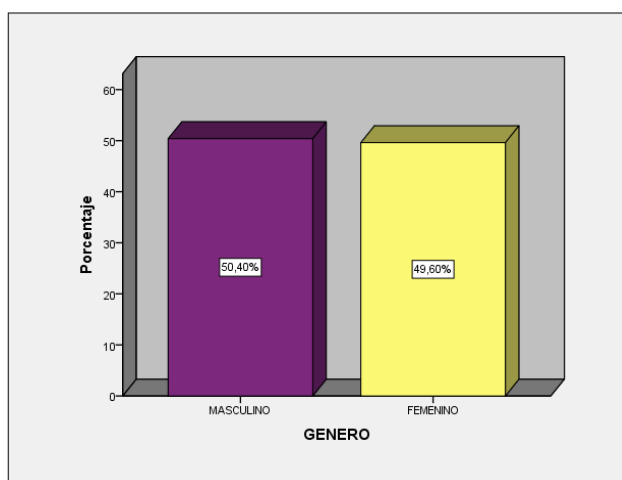
CUADRO No. 01

GENERO

	Frecuencia	Porcentaje
MASCULINO	191	50,40
FEMENINO	188	49,60
Total	379	100,0

FUENTE: Elaboración Propia, según Encuestas.

GRÁFICO No. 01



FUENTE: Elaboración Propia, según Encuestas.

INTERPRETACIÓN:

El reporte estadístico nos muestra que el 49.60% de los encuestados pertenecen al sexo femenino y el 50.40% son de sexo masculino.

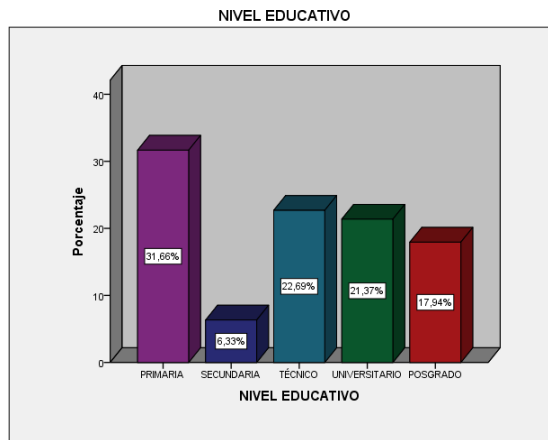
CUADRO No. 02

NIVEL EDUCATIVO

	Frecuencia	Porcentaje
PRIMARIA	120	31,66
SECUNDARIA	24	6,33
TÉCNICO	86	22,69
UNIVERSITARIO	81	21,37
POSGRADO	68	17,94
Total	379	100,0

FUENTE: Elaboración Propia, según Encuestas.

GRÁFICO No. 02



FUENTE: Elaboración Propia, según Encuestas.

INTERPRETACION:

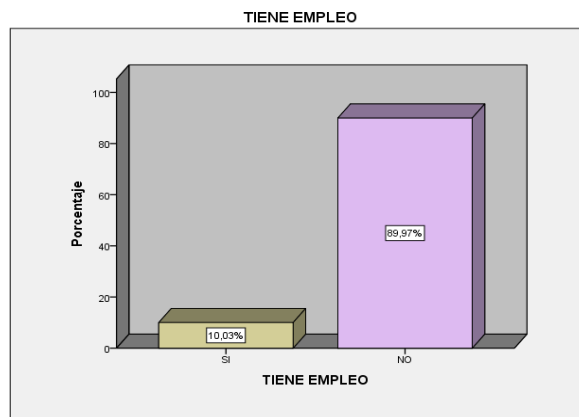
El reporte estadístico nos muestra que el 21.37% de los encuestados dicen tener estudios universitarios, el 22.69% tienen carrera técnica, el 6.33% tienen estudios secundarios, 17.94% tienen estudios de posgrado y el 31.70% tienen estudios primarios.

CUADRO No. 03 TIENE EMPLEO

	Frecuencia	Porcentaje
SI	38	10.03
NO	341	89.97
Total	379	100,0

FUENTE: Elaboración Propia, según Encuestas.

GRÁFICO No. 03



FUENTE: Elaboración Propia, según Encuestas.

INTERPRETACIÓN:

El reporte estadístico nos muestra que el 10.03% de los encuestados afirman tener empleo y el 89.97% son desempleados.

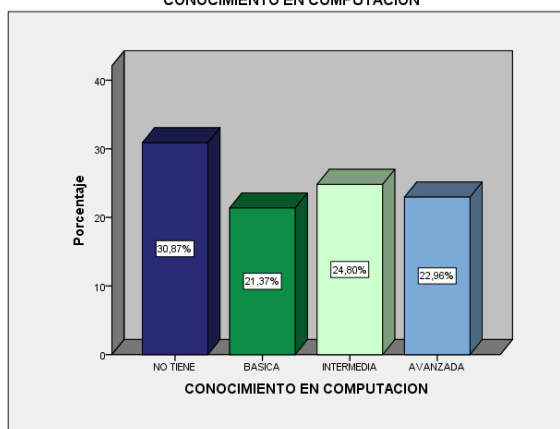
CUADRO No. 04
CONOCIMIENTO EN COMPUTACION

	Frecuencia	Porcentaje
NO TIENE	117	30,87
BASICA	81	21,37
INTERMEDIA	94	24,80
AVANZADA	87	22,96
Total	379	100,0

FUENTE: Elaboración Propia, según Encuestas.

GRAFICO No. 04

CONOCIMIENTO EN COMPUTACION



FUENTE: Elaboración Propia, según Encuestas.

INTERPRETACIÓN:

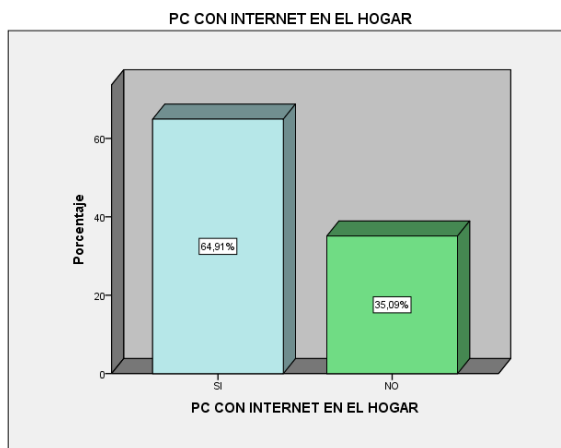
El reporte estadístico nos muestra que el 21.37% tiene conocimiento básico de computación, el 24.80% dice tener conocimiento intermedio, el 22.96% afirma tener conocimiento avanzado de computación y el 30.87% afirma no tener conocimiento de computación.

CUADRO No. 05
PC CON INTERNET EN EL HOGAR

	Frecuencia	Porcentaje
SI	246	64,91
NO	133	35,09
Total	379	100,0

FUENTE: Elaboración Propia, según Encuestas.

GRAFICO No. 05



FUENTE: Elaboración Propia, según Encuestas.

INTERPRETACIÓN:

El reporte estadístico nos muestra que el 64.91% afirma que tiene una PC en casa con acceso a internet, el 35.09% dice no tener internet en su domicilio.

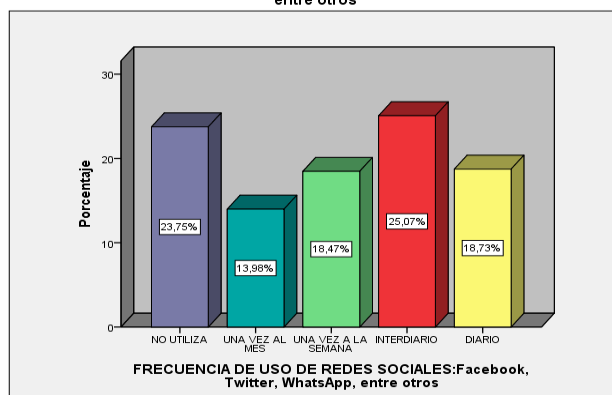
CUADRO No. 06 FRECUENCIA DE USO DE REDES SOCIALES: Facebook, Twitter, WhatsApp, entre otros

	Frecuencia	Porcentaje
NO UTILIZA	90	23,75
UNA VEZ AL MES	53	13,98
UNA VEZ A LA SEMANA	70	18,47
INTERDIARIO	95	25,07
DIARIO	71	18,73
Total	379	100,0

FUENTE: Elaboración Propia, según Encuestas.

GRAFICO No. 06

FRECUENCIA DE USO DE REDES SOCIALES: Facebook, Twitter, WhatsApp, entre otros



FUENTE: Elaboración Propia, según Encuestas.

INTERPRETACIÓN:

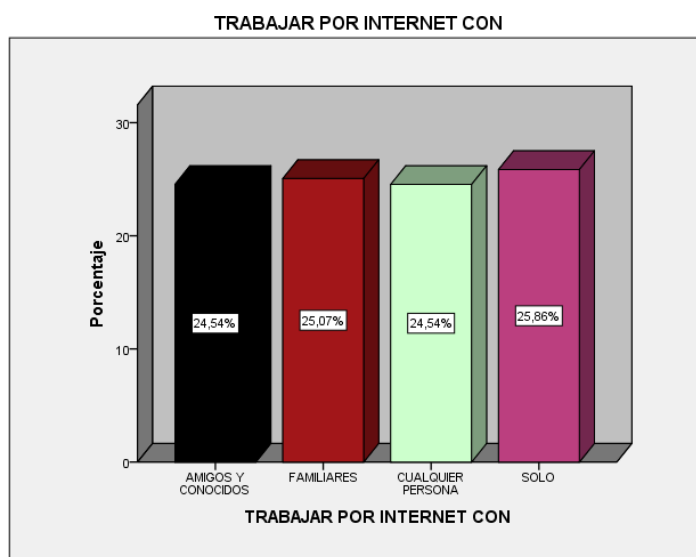
El reporte estadístico nos muestra que el 18.73% de los encuestados afirman usar sus redes sociales como: facebook, twitter, whatshap, entre otros a diario, el 25.07% dicen usar Interdiario, el 18.47% dice usar 1 vez por semana, el 13.98% afirma usar 1 vez al mes y el 23.75% afirma que no utiliza.

CUADRO No. 07
TRABAJAR POR INTERNET CON:

	Frecuencia	Porcentaje
AMIGOS Y CONOCIDOS	93	24,54
FAMILIARES	95	25,07
CUALQUIER PERSONA	93	24,54
SOLO	98	25,86
Total	379	100,0

FUENTE: Elaboración Propia, según Encuestas.

GRAFICO No. 07



FUENTE: Elaboración Propia, según Encuestas.

INTERPRETACIÓN:

El reporte estadístico nos muestra que el 24.54% de los encuestados afirman que le gustaría trabajar por internet con sus amigos y conocidos,

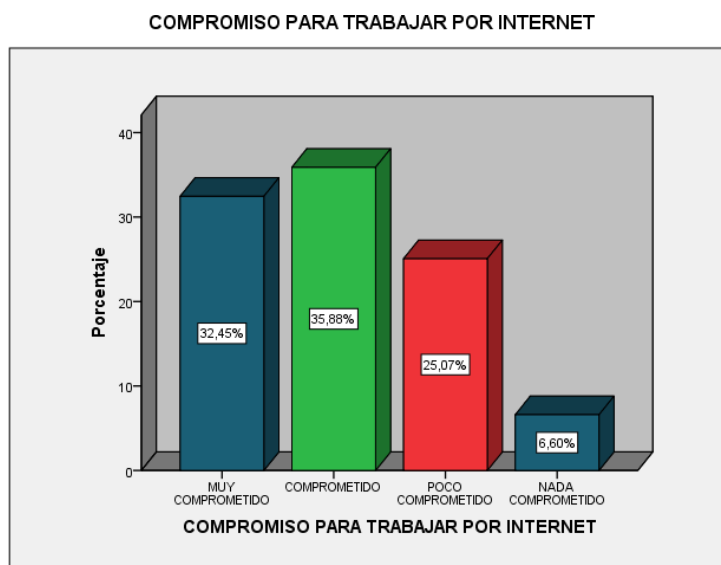
el 24.54% dice con cualquier persona, el 25.07% afirma que les gustaría trabajar con su familia y el 25.86% afirma que solo.

CUADRO No. 08
COMPROMISO PARA TRABAJAR POR INTERNET

	Frecuencia	Porcentaje
MUY COMPROMETIDO	123	32,45
COMPROMETIDO	136	35,88
POCO COMPROMETIDO	95	25,07
NADA COMPROMETIDO	25	6,60
Total	379	100,0

FUENTE: Elaboración Propia, según Encuestas.

GRAFICO No. 08



FUENTE: Elaboración Propia, según Encuestas.

INTERPRETACIÓN:

El reporte estadístico nos muestra que el 32.45% dice estar muy comprometido, el 35.88% de los encuestados afirman que si tuvieran la oportunidad de trabajar por internet serían comprometidos, el 25.07% afirma poco comprometido y el 6.60% dice nada comprometido.

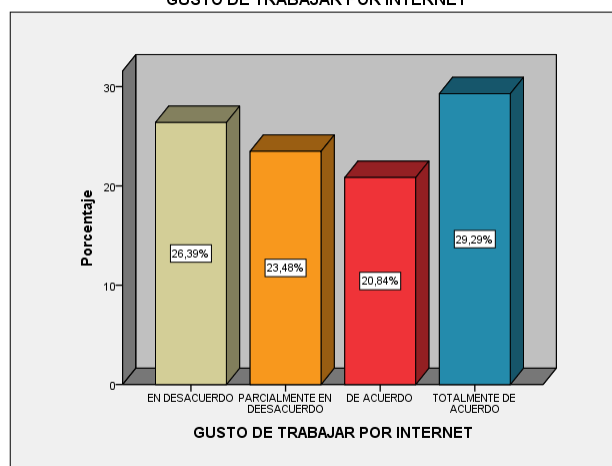
**CUADRO No. 09
GUSTARIA TRABAJAR POR INTERNET**

	Frecuencia	Porcentaje
EN DESACUERDO	100	26,39
PARCIALMENTE EN DESACUERDO	89	23,48
DE ACUERDO	79	20,84
TOTALMENTE DE ACUERDO	111	29,29
Total	379	100,0

FUENTE: Elaboración Propia, según Encuestas.

GRAFICO No. 09

GUSTO DE TRABAJAR POR INTERNET



FUENTE: Elaboración Propia, según Encuestas

INTERPRETACIÓN:

El reporte estadístico nos muestra que el 29.29% de los encuestados afirman estar “totalmente de acuerdo en trabajar por internet,” el 20.84% está “de acuerdo”, el 23.48% dice parcialmente y el 26.39% está en desacuerdo.

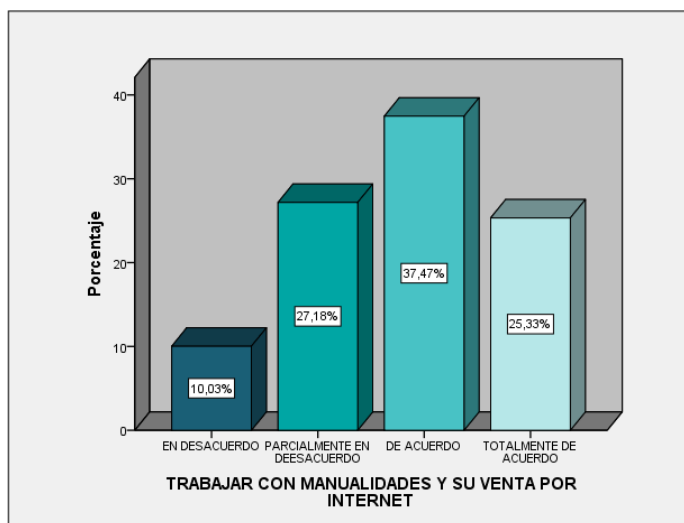
CUADRO No. 10

TRABAJAR EN MANUALIDADES Y SU VENTA POR INTERNET

	Frecuencia	Porcentaje
EN DESACUERDO	38	10,03
PARCIALMENTE EN DEESACUERDO	103	27,18
DE ACUERDO	142	37,47
TOTALMENTE DE ACUERDO	96	25,33
Total	379	100,0

FUENTE: Elaboración Propia, según Encuestas.

GRAFICO No. 10



FUENTE: Elaboración Propia, según Encuestas

INTERPRETACIÓN:

El reporte estadístico nos muestra que el 37.47% de los encuestados afirman estar de acuerdo en trabajar con manualidades y su venta por internet, el 25.33% está totalmente de acuerdo, el 27.18% dice parcialmente y el 10.03% está en desacuerdo.

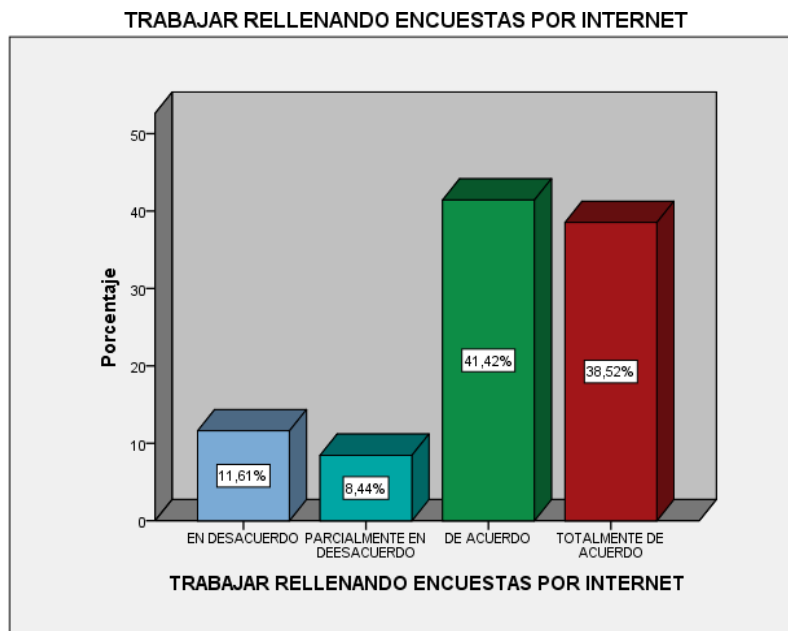
CUADRO No. 11

TRABAJAR LLENANDO ENCUESTAS Y EN PAGINAS PTC POR INTERNET

	Frecuencia	Porcentaje
EN DESACUERDO	44	11,61
PARCIALMENTE EN DEESACUERDO	32	8,44
DE ACUERDO	157	41,42
TOTALMENTE DE ACUERDO	146	38,52
Total	379	100,0

FUENTE: Elaboración Propia, según Encuestas.

GRAFICO No. 11



FUENTE: Elaboración Propia, según Encuestas

INTERPRETACIÓN:

El reporte estadístico nos muestra que el 41.42% de los encuestados afirman estar de acuerdo en trabajar rellenoando encuestas por internet, el 38.52% está totalmente de acuerdo, el 8.44% dice parcialmente y el 11.61% está en desacuerdo.

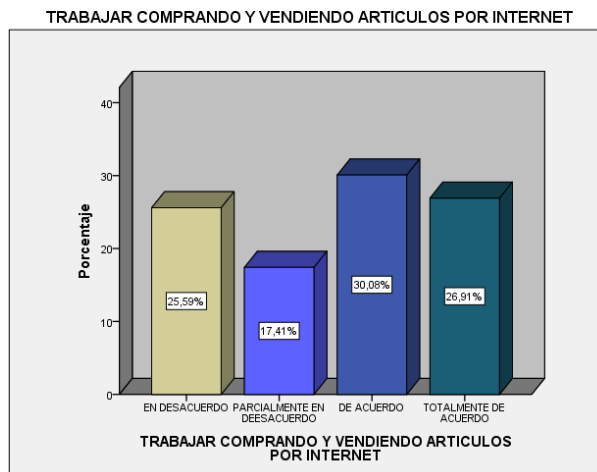
CUADRO No. 12

TRABAJAR COMPRANDO Y VENDIENDO ARTICULOS DE COLECCIÓN POR INTERNET

	Frecuencia	Porcentaje
EN DESACUERDO	97	25,59
PARCIALMENTE EN DEESACUERDO	66	17,41
DE ACUERDO	114	30,08
TOTALMENTE DE ACUERDO	102	26,91
Total	379	100,0

FUENTE: Elaboración Propia, según Encuestas.

GRAFICO No. 12



FUENTE: Elaboración Propia, según Encuestas

INTERPRETACIÓN:

El reporte estadístico nos muestra que el 30.08% de los encuestados afirman estar de acuerdo en trabajar comprando y vendiendo artículos por internet, el 26.91% está totalmente de acuerdo, el 17.41% dice parcialmente y el 25.59% está en desacuerdo.

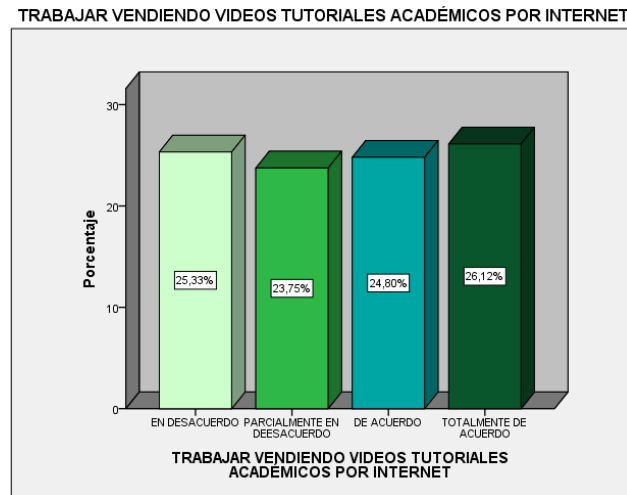
CUADRO No. 13

TRABAJAR CREANDO Y VENDIENDO VIDEOS TUTORIALES ACADÉMICOS POR INTERNET

	Frecuencia	Porcentaje
EN DESACUERDO	96	25,33
PARCIALMENTE EN DEESACUERDO	90	23,75
DE ACUERDO	94	24,80
TOTALMENTE DE ACUERDO	99	26,12
Total	379	100,0

FUENTE: Elaboración Propia, según Encuestas.

GRAFICO No. 13



FUENTE: Elaboración Propia, según Encuestas

INTERPRETACIÓN:

El reporte estadístico nos muestra que el 24.80% de los encuestados afirman estar de acuerdo en trabajar vendiendo videos tutoriales académicos por internet, el 26.12% está totalmente de acuerdo, el 23.75% dice parcialmente y el 25.33% está en desacuerdo.

4.3. PRUEBA DE HIPÓTESIS

Para la comprobación de las hipótesis de investigación se utilizó el estadístico correlación de Pearson. Para contrastar las hipótesis planteadas se utilizó la prueba de chi Cuadrada, prueba no paramétrica, adecuada para esta investigación porque son variables categóricas. La hipótesis general dice que la oportunidad de trabajar por internet, si se relaciona directamente con la población urbana sin empleo del distrito de Yanacancha - Pasco, año 2016. Para demostrar la hipótesis general, debemos realizar la prueba de hipótesis específicas, como realizaremos a continuación.

HIPÓTESIS 1:

H₀: El trabajo en manualidades y su venta por internet no se relaciona directamente con la población urbana sin empleo en el distrito de Yanacancha.

H₁: El trabajo en manualidades y su venta por internet si se relaciona directamente con la población urbana sin empleo en el distrito de Yanacancha.

Alfa o nivel de significancia: $\alpha = 0.05$

Regla de Decisión:

Si el p-valor ≤ 0.05 , se acepta H₁

Si el p-valor > 0.05 , se rechaza la H₁.

Hallando el valor del nivel de significancia

TABLA CRUZADA 1

TRABAJAR EN MANUALIDADES Y SU VENTA POR INTERNET *TIENE EMPLEO

		TIENE EMPLEO		Total
		SI	NO	
TRABAJAR CON MANUALIDADES Y SU VENTA POR INTERNET	EN DESACUERDO	8	30	38
	PARCIALMENTE EN DEESACUERDO	4	99	103
	DE ACUERDO	18	124	142
	TOTALMENTE DE ACUERDO	8	88	96
Total		38	341	379

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	Df (grado de Libertad)	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	10,840 ^a	3	,013
Razón de verosimilitud	10,864	3	,012
Asociación lineal por lineal	,449	1	,503
N de casos válidos	379		

a. 1 casillas (12.5%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 3.81.

Encontrado el p-valor igual a 0.013 además comparando con el nivel de significancia y verificando que es menor que alfa establecido en 0.05 entonces se acepta la H_1

Conclusión:

Existen suficientes evidencias estadísticas a un nivel de significancia de 0.05, para concluir que el trabajo en manualidades y su venta por internet si se relaciona directamente con el empleo de la población urbana sin empleo en el distrito de Yanacancha.

HIPÓTESIS 2:

H_0 : Laborar en el llenado de encuestas y páginas PTC reconocidas por internet, no se relaciona directamente con la población urbana sin empleo en el distrito de Yanacancha.

H_1 : Laborar en el llenado de encuestas y páginas PTC reconocidas por internet, si se relaciona directamente con la población urbana sin empleo en el distrito de Yanacancha.

- 1. Alfa o nivel de significancia: $\alpha = 0.05$**
- 2. Escoger el Estadístico de prueba:**

$$\sum_{i=1}^F \sum_{j=1}^C \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} \sim \chi^2_{((F-1)(C-1))}$$

- 3. Regla de Decisión:**

Si $\alpha \leq 0.05$, se acepta H_1

Si $\alpha > 0.05$, se rechaza la H_1

4. Hallando el valor del nivel de significancia

TABLA CRUZADA 2

TRABAJAR LLENANDO ENCUESTAS Y PAGINAS PTC POR INTERNET*TIENE EMPLEO

		TIENE EMPLEO		Total
		SI	NO	
TRABAJAR LLENANDO ENCUESTAS Y PAGINAS PTC POR INTERNET	EN DESACUERDO	2	42	44
	PARCIALMENTE EN DEESACUERDO	5	27	32
	DE ACUERDO	10	147	157
	TOTALMENTE DE ACUERDO	21	125	146
Total		38	341	379

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	Df (grado de Libertad)	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	7,977 ^a	3	,046
Razón de verosimilitud	8,156	3	,043
Asociación lineal por lineal	2,770	1	,096
N de casos válidos	379		

a. 2 casillas (25,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 3,21.

Encontrado el p-valor igual a 0.046 además comparando con el nivel de significancia y verificando que es menor que alfa establecido en 0.05 entonces se acepta la H_1 .

Conclusión:

Existen suficientes evidencias estadísticas a un nivel de significancia de 0.05, para concluir que laborar en el llenado de encuestas y páginas PTC reconocidas por internet, si se relaciona directamente con la población urbana sin empleo en el distrito de Yanacancha.

HIPÓTESIS 3:

H_0 : La compra y venta de artículos de colección por internet, no se relaciona directamente con la población urbana sin empleo en el distrito de Yanacancha.

H_1 : La compra y venta de artículos de colección por internet, si se relaciona directamente con la población urbana sin empleo en el distrito de Yanacancha.

1. Alfa o nivel de significancia: $\alpha = 0.05$

2. Escoger el Estadístico de prueba:

$$\sum_{i=1}^F \sum_{j=1}^C \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} \sim \chi^2_{((F-1)(C-1))}$$

3. Regla de Decisión:

Si $\alpha \leq 0.05$, se acepta H_1

Si $\alpha > 0.05$, se rechaza la H_1

4. Hallando el valor del nivel de significancia

TABLA CRUZADA 3

TRABAJAR COMPRANDO Y VENDIENDO ARTICULOS DE COLECCIÓN POR INTERNET*TIENE EMPLEO

		TIENE EMPLEO		Total
		SI	NO	
TRABAJAR COMPRANDO Y VENDIENDO ARTICULOS DE COLECCIÓN POR INTERNET	EN DESACUERDO	8	89	97
	PARCIALMENTE EN DESACUERDO	7	59	66
	DE ACUERDO	6	108	114
	TOTALMENTE DE ACUERDO	17	85	102
Total		38	341	379

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	Df (grado de Libertad)	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	8,218 ^a	3	,042
Razón de verosimilitud	8,038	3	,045
Asociación lineal por lineal	2,185	1	,139
N de casos válidos	379		

a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 6,62.

Encontrado el p-valor igual a 0.042 además comparando con el nivel de significancia y verificando que es menor que alfa establecido en 0.05 entonces se acepta la H₁.

Conclusión:

Existen suficientes evidencias estadísticas a un nivel de significancia de 0.05, para concluir que la compra y venta de artículos de colección por internet, si se relaciona directamente con la población urbana sin empleo en el distrito de Yanacancha.

HIPÓTESIS 4:

H₀: La creación y venta por internet de videos tutoriales académicos no se relaciona directamente con la población urbana sin empleo en el distrito de Yanacancha.

H₁: La creación y venta por internet de videos tutoriales académicos si se relaciona directamente con la población urbana sin empleo en el distrito de Yanacancha.

1. Alfa o nivel de significancia: $\alpha = 0.05$

2. Escoger el Estadístico de prueba:

$$\sum_{i=1}^F \sum_{j=1}^C \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} \sim \chi^2_{((F-1)(C-1))}$$

3. Regla de Decisión:

Si $\alpha \leq 0.05$, se acepta H₁

Si $\alpha > 0.05$, se rechaza la H₁

4. Hallando el valor del nivel de significancia

TABLA CRUZADA 4

TRABAJAR CREANDO Y VENDIENDO VIDEOS TUTORIALES ACADÉMICOS POR INTERNET*TIENE EMPLEO

Recuento		TIENE EMPLEO		Total
		SI	NO	
TRABAJAR CREANDO Y VENDIENDO VIDEOS TUTORIALES ACADÉMICOS POR INTERNET	EN DESACUERDO	11	85	96
	PARCIALMENTE EN DEESACUERDO	18	72	90
	DE ACUERDO	9	85	94
	TOTALMENTE DE ACUERDO	0	99	99
Total		38	341	379

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	Df (grado de Libertad)	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	21,196 ^a	3	,000
Razón de verosimilitud	29,091	3	,000
Asociación lineal por lineal	10,694	1	,001
N de casos válidos	379		

a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 9,02.

Encontrado el p-valor igual a 0.000 además comparando con el nivel de significancia y verificando que es menor que alfa establecido en 0.05 entonces se acepta la H_1 .

Conclusión:

Existen suficientes evidencias estadísticas a un nivel de significancia de 0.05, con 3 gl para concluir que la creación y venta de videos tutoriales académicos por internet si se relaciona directamente con la población urbana sin empleo en el distrito de Yanacancha.

HIPÓTESIS GENERAL:

H₀: La oportunidad de trabajar por internet, no se relaciona directamente con la población urbana sin empleo del distrito de Yanacancha - Pasco, año 2016.

H₁: La oportunidad de trabajar por internet, si se relaciona directamente con la población urbana sin empleo del distrito de Yanacancha - Pasco, año 2016.

1. Alfa o nivel de significancia: $\alpha = 0.05$

2. Escoger el Estadístico de prueba:

$$\sum_{i=1}^F \sum_{j=1}^C \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} \sim \chi^2_{((F-1)(C-1))}$$

3. Regla de Decisión:

Si $\alpha \leq 0.05$, se acepta H₁

Si $\alpha > 0.05$, se rechaza la H₁

4. Hallando el valor del nivel de significancia

TABLA CRUZADA GENERAL

GUSTO DE TRABAJAR POR INTERNET*TIENE EMPLEO

		TIENE EMPLEO		Total
		SI	NO	
GUSTO DE TRABAJAR POR INTERNET	EN DESACUERDO	32	68	100
	PARCIALMENTE EN DEESACUERDO	6	83	89
	DE ACUERDO	0	79	79
	TOTALMENTE DE ACUERDO	0	111	111
Total		38	341	379

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	Df (grado de Libertad)	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	75,761 ^a	3	,000
Razón de verosimilitud	77,530	3	,000
Asociación lineal por lineal	58,232	1	,000
N de casos válidos	379		

a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 7,92.

Encontrado el p-valor igual a 0.000 además comparando con el nivel de significancia y verificando que es menor que alfa establecido en 0.05 entonces se acepta la H₁.

Conclusión:

Existen suficientes evidencias estadísticas a un nivel de significancia de 0.05, con 3 gl para concluir que la oportunidad de trabajar por internet, si se relaciona directamente con la población urbana sin empleo del distrito de Yanacancha - Pasco, año 2016

4.4. DISCUSION DE RESULTADOS

En el marco teórico tanto Rodríguez D. (2013), Villar Rodríguez J. (2013), Berezowsky A. (2011) y Samoilovich S. (2011) coinciden en la importancia de desarrollar negocios por internet, o hacer uso de la misma para apoyar nuestros negocios ya creados previamente.

Teniendo en cuenta que en la presente investigación, la muestra fue de 379 personas, las preguntas han sido dirigidas tanto a los que cuentan con empleo como a los desempleados. Por tanto, existe demanda no satisfecha identificada, por lo siguiente:

Entre las respuestas a las preguntas realizadas, se evidenció que un 21.4% manifestaron que tienen conocimiento de computación a nivel básico, 24.8% tiene conocimiento intermedio y un 23% tienen un conocimiento avanzado en computación, además un 64.9% de los encuestados tienen una PC con acceso a internet en su hogar, un 29.29% se encuentra totalmente de acuerdo en que le gustaría trabajar por internet, un 20.84% está de acuerdo, asimismo un 23.48% indicó estar parcialmente de acuerdo y que de todas formas nos brinda un indicativo favorable frente al porcentaje en desacuerdo, y todo se debe a que estos ciber negocios no demandan mucho tiempo hacerlo debido en muchos casos a las funciones automatizadas que se puede programar, de esta manera tanto empleados como desempleados pueden desarrollarse por internet ya sea para mejorar el negocio con el

que ya cuentan o en su defecto crear su negocio virtual o laborar para terceros generando así sus propios ingresos económicos.

Asimismo, la presente investigación constata una de las afirmaciones de Rodríguez D. (2013), el que indica que no es algo exclusivo para los jóvenes que nacieron en la era de la información en línea, o para los expertos en la tecnología, sino para todo aquel que quiera emprender esta gran oportunidad. A lo que se refiere de tomar como un empleo o sub empleo el trabajar por internet. De acuerdo a nuestros resultados de la prueba de hipótesis general se ha podido verificar que la oportunidad de trabajar por internet, si se relaciona directamente con la población urbana sin empleo del distrito de Yanacancha - Pasco, año 2016.

Existe la oportunidad de trabajar por internet y también sabemos que existe la necesidad incrementar los ingresos de las familias en el ámbito de estudio, como también existe la posibilidad de tener un empleo en el caso de los desempleados; pero lo que no se dan cuenta nuestra población desempleada es que no se aprovecha la oportunidad para emprender los negocios a través de internet. Las posibilidades están dadas solo que se debe tener los más mínimos conocimientos de manejo de la web y emprender un nuevo empleo en internet. Esto corrobora lo que dice Berezowsky A. (2011), quien explica acerca de lo importante e interesante que puede resultar para los emprendedores a cómo ganar dinero utilizando el Internet, con el

fin de que puedan gozar de la misma calidad de vida que él ha podido alcanzar.

Como podemos observar todo depende del emprendedor y esto debe aprovechar la población sin empleo, Samoilovich S. (2011), nos explica que la mayoría de los cibernegocios pueden ser implementados relativamente con pocos recursos, si los comparamos con cualquier negocio del mundo real. Algunos de estos son pequeños negocios que pueden ser manejados desde el hogar por un pequeño grupo de emprendedores. De esta manera nuestra población desempleada pueda captar ingresos y mejorar su forma de vida sin ser dependiente a una institución pública o privada; y los que tienen empleo pueden incrementar sus ingresos en sus tiempos libres como un sub empleo, para mejorar la calidad de vida de su familia.

CONCLUSIONES

1. Habiéndose comprobado la prueba de hipótesis general, queda demostrado que la oportunidad de trabajar por internet, si se relaciona directamente con la población urbana sin empleo del distrito de Yanacancha - Pasco, año 2016, ya sea comprando y vendiendo bienes o servicios, iniciando con pequeños recursos, siendo manejados desde el hogar por uno o un grupo pequeños de emprendedores el cual puede incrementar los ingresos y mejorar nuestra calidad de vida y el de nuestras familias.
2. Queda comprobado la primera hipótesis específica, donde se demuestra que el trabajo en manualidades y su venta por internet si se relaciona directamente con el empleo de la población urbana sin empleo en el distrito de Yanacancha – Pasco, 2016. De esta manera los ciber negocios deben ser aprovechadas por la población ya sea que cuente con o sin empleo, ya que esta generalmente recompensa gratamente por el esfuerzo de cada emprendedor en la red mundial denominada internet.
3. Al haberse comprobado la segunda hipótesis específica, queda demostrado que laborar en el llenado de encuestas y páginas PTC reconocidas, si se relaciona directamente con la población urbana sin empleo en el distrito de Yanacancha. Aquí tendremos una amplia variedad de empresas que podrán tomar nuestros servicios para realizar encuestas, pago por cada publicidad que demos clic y en

algunos casos podemos ser contratados por empresas extranjeras para cumplir con las metas trazadas por estas entidades.

4. Al haberse comprobado la tercera hipótesis específica, queda demostrado que la compra y venta de artículos de colección, si se relaciona directamente con la población urbana sin empleo en el distrito de Yanacancha. Aquí tendremos un maravilloso potencial a explotar que van desde los artículos más simples y pequeños con un costo aceptable hasta artículos grandes que necesitan una movilidad para transportarlos pero con un valor económico admirable.
5. Al haberse comprobado la cuarta hipótesis específica, queda demostrado que la venta por internet de videos tutoriales académicos si se relaciona directamente con la población urbana sin empleo en el distrito de Yanacancha. Aquí tenemos un área muy interesante donde daremos pase a nuestra creatividad y las diversas áreas que podemos dominar para plasmarlo mediante video tutoriales con lecciones gratuitas logrando captar potenciales clientes y ofrecer nuestros cursos completos de pago.

RECOMENDACIONES

1. Las instituciones públicas como la municipalidad distrital de Yanacancha, el gobierno regional de Pasco y otras instituciones que apoyan a Pasco como “el colectivo integra de desarrollo Pasco” deben promover el empleo a través de capacitaciones en el uso adecuado, puntual y practico del internet a través de los ciber negocios para la población. También sería aceptable que la universidad pueda emprender un programa en proyección social con la finalidad de mostrar esta gran herramienta del internet que no solo sirve como buzón de correos electrónicos y uso de redes sociales sino también como un medio laboral a explotar.
2. Los espacios televisivos, radiales, prensa escrita y otros medios deben difundir que existe una fuente de trabajo en internet a través de compra y venta de bienes y servicios como oportunidad de emprendimiento.
3. La población debe conocer y aprender los pasos básicos que son muy sencillos como usar cualquier red social y que de esta manera las personas interesadas puedan emprender su propio cibernegocio de bienes y servicios, a fin de obtener ingresos y mejorar su condición económica familiar.

BIBLIOGRAFÍA

- HERNANDEZ SAMPIERI. Robert (2011): Metodología De La Investigación Mcgraw Hill Interamericana: Editores S.A. 3ra. Edición – México.
- LA TORRE, A., RINCÓN DEL, D., Y ARNAL, J. (2003): Bases metodológicas de la Investigación Educativa. Barcelona: Ediciones Experiencia.
- VÉLES, M. (2001): Un resumen de las principales ideas para el desarrollo de proyectos de investigación. Departamento de Ciencias Básicas. Medellín: Universidad EAFIT.
- Daniel G. Rodriguez (2013) libro virtual “Negocios en Internet y algo más” publicado mediante: Tecno-Soluciones de Venezuela C.A.
- JORGE VILLAR RODRÍGUEZ (2013) en su Libro virtual “Montar una tienda online en una semana” publicado mediante: <http://www.casadellibro.com/>
- ESCUELA DE ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL (EOI) (2012) Master Executive en Dirección de Empresas Tecnológicas e Industriales: Técnicas y herramientas de gestión de proyectos, publicado mediante su blog:
<http://www.eoi.es/blogs/mintecon/2012/12/17/tecnicas-y-herramientas-de-gestion-de-proyectos/>

- ALEX BEREZOWSKY (2011) audio libro “Gana dinero mientras duermes”, Publicado mediante su web:
<http://www.ganadineromientrasduermes.com/descargar/audio/>
- SERGIO SAMOILOVICH (2006) libro virtual “Cibernegocios” publicado mediante NETIC inforservicios.
- LIBRO VIRTUAL (2013) - NEGOCIOS EN INTERNET Y ALGO MÁS – edición 2013”
- MONOGRAFÍA ELABORADA EL 2012 – EL TRABAJO EN EL PERÚ – Por escuela de economía de la Universidad Nacional de Cajamarca”
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA (INEI) – “Población Económicamente Activa Desocupada” y “Población del año 2016”- publicado mediante su web:
<http://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/unemployed-economically-active-population/>
<https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/el-peru-tiene-una-poblacion-de-31-millones-488-mil-625-habitantes-9196/>
- MONOGRAFIAS.COM – ANÁLISIS DE MERCADOS (2016), Publicado mediante su web:
<http://www.monografias.com/trabajos15/analisis-de-mercados/analisis-de-mercados.shtml>

- WIKIPEDIA – LA ENCICLOPEDIA LIBRE - MERCADOTECNIA EN INTERNET (2016), publicado mediante su web:

https://es.wikipedia.org/wiki/Mercadotecnia_en_Internet
- ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO (OIT) – Informe - “Panorama Laboral de América Latina y el Caribe 2013

https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_232760.pdf
- PAGINA WEB DE RADIO MINERIA DE PASCO – MAFIA EN DIRESA PASCO

<http://radiomineria.com.pe/index.php/2017/01/30/mafia-diresa-pasco-director-cuestionado-estaria-direccionando-puestos-huancainos-jugosos-sueldos/>

A N E X O S

ANEXO 1 - MATRIZ DE CONSISTENCIA

“LA OPORTUNIDAD DE TRABAJAR POR INTERNET, PARA LA POBLACIÓN URBANA SIN EMPLEO DEL DISTRITO DE YANACANCHA - PASCO, AÑO 2016”

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	VARIABLES E INDICADORES	DISEÑO DE INVESTIGACION	METODOS Y TÉCNICAS	POBLACION Y MUESTRA
<p>¿Cómo la oportunidad de trabajar mediante el internet se relaciona con la población urbana sin empleo en el distrito de Yanacancha - Pasco para el año 2016?</p> <p>PROBLEMAS ESPECIFICOS</p> <p>¿Cómo el trabajo en manualidades y su venta por internet, se relaciona con la población urbana sin empleo en el distrito de Yanacancha?</p> <p>¿Cómo el llenado de encuestas por internet y Páginas PTC reconocidas se relaciona con la población urbana sin empleo en el distrito de Yanacancha?</p> <p>¿Cómo la compra y venta de artículos de colección por internet se relaciona con la población urbana sin</p>	<p>Explicar la oportunidad de trabajar mediante el internet que se relaciona con la población urbana sin empleo en el distrito de Yanacancha, para el 2016; mediante un estudio de investigación descriptiva, el mismo que sirva para demostrar el desarrollo de empleo en el ámbito de estudio.</p> <p>OBJETIVOS ESPECIFICOS</p> <p>Conocer el trabajo en manualidades y su venta por internet se relaciona con la población urbana sin empleo en el distrito de Yanacancha.</p> <p>Conocer el llenado de encuestas por internet y páginas PTC</p>	<p>H1: La oportunidad de trabajar por internet, si se relaciona directamente con la población urbana sin empleo del distrito de Yanacancha - Pasco, año 2016.</p> <p>HIPÓTESIS ESPECIFICOS</p> <p>1.H1: El trabajo en manualidades y su venta por internet si se relaciona directamente con el empleo de la población urbana sin empleo en el distrito de Yanacancha</p> <p>2.H1: Laborar en el llenado de encuestas y páginas PTC reconocidas, si se relaciona directamente con la población urbana sin</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE</p> <p>X: Oportunidad de trabajar por Internet.</p> <p>Indicadores:</p> <p>X1: Trabajo en manualidades y su venta por internet.</p> <p>X2: Laborar en el llenado de encuestas y páginas PTC reconocidas</p> <p>X3: Compra y venta de artículos de colección.</p> <p>X4: Videos tutoriales académicos</p> <p>VARIABLE DEPENDIENTE</p> <p>Y. Población Urbana sin empleo</p>	<p>No Experimental transversal y Correlacional</p>	<p>MÉTODOS:</p> <p>El Método Analítico. Para manejar la información y descomponerla en partes, para una mejor comprensión y explicación clara del problema, determinando sus causas y efectos.</p> <p>El Método Deductivo. Para descubrir, analizar y sistematizar los resultados que se obtendrán, para hacer generalizaciones del problema, para la interpretación de resultados, conclusiones y recomendaciones.</p> <p>El Método Estadístico.</p> <p>Para su agrupación y tabulación de</p>	<p>Tipo de Muestra:</p> <p>-Probabilística</p> <p>-Estratificada</p> <p>Población:</p> <p>29596</p> <p>Muestra:</p> <p>379 personas para aplicar encuestas en la zona urbana</p>

<p>empleo en el distrito de Yanacancha?</p> <p>¿Cómo la venta por internet de video tutoriales académicos se relaciona con la población urbana sin empleo en el distrito de Yanacancha?</p>	<p>reconocidas se relaciona con la población urbana sin empleo en el distrito de Yanacancha.</p> <p>Describir la compra y venta de artículos de colección por internet se relaciona con la población urbana sin empleo en el distrito de Yanacancha.</p> <p>Conocer la venta por internet de video tutoriales académicos se relaciona con la población urbana sin empleo en el distrito de Yanacancha.</p>	<p>empleo en el distrito de Yanacancha.</p> <p>3. H1: La compra y venta de artículos de colección, si se relaciona directamente con la población urbana sin empleo en el distrito de Yanacancha.</p> <p>4. H1: La creación y venta de video tutoriales académicos por internet, si se relaciona directamente con la población urbana sin empleo en el distrito de Yanacancha.</p>	<p>Indicadores:</p> <p>Y1: Condición Laboral</p> <p>Y2: Conocimiento básico en ofimática.</p> <p>Y3: Tener una PC con acceso a Internet</p>		<p>datos, para resumir la información a través de tablas, gráficos y en forma escrita, con lo cual se estructurarán las conclusiones y sugerencias.</p> <p>Técnicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Muestreo <i>Estadística Descriptiva</i> -De Recolección de Datos: <ul style="list-style-type: none"> <i>Encuesta</i> -De Procedimiento: <ul style="list-style-type: none"> -Tablas de Frecuencias -Razones y Porcentajes -Prueba Correlación 	
---	--	---	--	--	--	--

ANEXO 2 – INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS
ENCUESTA A LA POBLACION URBANA DEL DISTRITO DE
YANACANCHA – PASCO

A continuación, se presenta una serie de preguntas, elaboradas con el propósito de determinar “la oportunidad de trabajar por internet, para la población urbana sin empleo del distrito de Yanacancha”, así como sus factores que intervienen; Para ello se le pide que tenga la gentileza de responder a todas las preguntas con sinceridad y absoluta libertad.

Por favor Lea cuidadosamente cada pregunta y marque con una “X” la respuesta que considere reflejar mejor su situación.

1.- Género.

- Masculino []
- Femenino. []

2.- ¿Cuál es su nivel educativo?

- Primaria []
- Secundaria []
- Técnico []
- Universitario []
- Post Grado []

3.- ¿Tiene empleo?

- Si []
- No []

4.- ¿Tiene conocimiento en computación?

- No []
- Básica []
- Intermedia []
- Avanzada []

5.- ¿Tiene una PC con acceso a Internet en su hogar?

- Si []
- No []

6.- ¿Qué tan frecuente usa sus redes sociales como: Facebook, Twitter, WhatsApp, entre otros?

- Diario []
- Interdiario []
- 1 vez a la semana []
- 1 vez al mes []
- No uso []

7.- ¿Con quién le gustaría trabajar por internet?

- Amigos y conocidos [] - Familiares []
- Cualquier persona [] - Solo []

8.- ¿Estaría comprometido en emprender y ser constante al trabajar por internet?

- Muy comprometido []
- Comprometido []
- Poco comprometido []
- Nada comprometido []

9.- ¿Le gustaría trabajar por internet?

- Totalmente de acuerdo []
- De acuerdo []
- Parcialmente de acuerdo []
- En desacuerdo []

10.- ¿Le gustaría trabajar en manualidades y su venta por internet?

- Totalmente de acuerdo []
- De acuerdo []
- Parcialmente de acuerdo []
- En desacuerdo []

11.- ¿Le gustaría trabajar con el llenado de encuestas y paginas PTC por internet?

- Totalmente de acuerdo []

- De acuerdo []
- Parcialmente de acuerdo []
- En desacuerdo []

12.- ¿Le gustaría trabajar comprando y vendiendo artículos de colección por internet?

- Totalmente de acuerdo []
- De acuerdo []
- Parcialmente de acuerdo []
- En desacuerdo []

13.- ¿Le gustaría trabajar creando y vendiendo cursos de video tutoriales académicos por internet?

- Totalmente de acuerdo []
- De acuerdo []
- Parcialmente de acuerdo []
- En desacuerdo []