METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN EN MEDIOS DIGITALES PAR LA ELABORACIÓN DE UN ENSAYO

Los medios de comunicación cumplen cuatro funciones sociales: informar, persuadir, entretener y educar. Si bien esta última es con frecuencia olvidada en los medios convencionales, es innegable la influencia de los medios en la socialización de valores culturales, pautas de comportamiento y de una interpretación de los hechos sociales y naturales del entorno.

Teniendo en cuenta lo anterior, importa analizar la responsabilidad social de los medios de comunicación en la difusión de una educación ambiental, ya que tanto en el contexto local como en el contexto mundial urge tomar medidas para enfrentar la problemática ambiental.

Al hacer su aparición en la década de los sesenta, la educación ambiental se orientó́ a la formación de personas con conocimientos, valores y habilidades que les permitieran interactuar responsablemente con el medio ambiente, entendiendo por este la naturaleza; posteriormente se amplió́ el concepto medio ambiente, para incluir los procesos sociales, culturales, económicos y políticos. Un hecho reconocido es que la educación ambiental se origina en el entorno de educación formal, en las actividades de las ciencias naturales. En la década de los setenta surgen grupos ecologistas que la impulsan en el ámbito no formal, mientras en la educación formal se discute la necesidad de abordar el tema de manera interdisciplinaria y transversal.

Es muy común que a la hora de [escribir un ensayo](http://noticias.universia.net.co/en-portada/noticia/2013/04/23/1018889/5-recursos-digitales-te-ayudarn-escribir-bien.html) todas las ideas que teníamos se esfumen y la mente quede en blanco.

Para que las ideas logren ordenarse, es importante conocer la estructura de este tipo de monografía, pero además hay otros factores que influyen en su calidad.

A continuación, te presentamos 4 consejos a tener en cuenta para hacerlo de forma correcta, según el portal [Cómo hacer un ensayo bien](http://comohacerunensayobien.com/)

1. Respeta la estructura

Lo principal es conocer la estructura de los ensayos, la cual cuenta con una introducción, un desarrollo y una conclusión.

La introducción normalmente es corta, pero todo depende de la envergadura de nuestro escrito. Su función es la de introducir al lector en el tema y ponerlo al tanto de lo que se ha dicho del tema hasta el momento, es decir, presentar los antecedentes.

El desarrollo no es nada más ni nada menos que el cuerpo del ensayo. Aquí es donde debes exponer los argumentos que sustentan la hipótesis. Recuerda incluir citas, fuentes y referencias, ya que dan veracidad al trabajo.

La conclusión es la parte final del ensayo. En ella podemos hacer una recapitulación de las principales líneas argumentativas siguiendo una línea desde la hipótesis y terminar dando nuestro punto de vista o resolución final del tema.

## **2. Elegir una temática interesante**

Por más ordenada que sea la estructura del ensayo, es necesario que el**tema en cuestión sea de gran relevancia.** Aborda temas actuales y escribe teniendo en cuenta el público al que va dirigido. Revisa los medios locales e interiorízate con los temas que estén sobre el tapete.

## **3. No abarques demasiados puntos**

El ensayo no pretende agotar todas las posibilidades de un tema, sino que se enfoca solo a una parte del mismo. Evita escribir párrafos y párrafos de otros aspectos del tema en cuestión.

## **4. Utiliza frases cortas**

Esto **dará dinamismo al texto y mantendrá la atención del lector.** Es una forma de evitar aburrir a tu público y que las ideas sean concretas.

## **5. Incluye reflexiones**

Por más objetivo que deba ser tu ensayo, es recomendable que después de la conclusión incluyas **un párrafo que estimule la reflexión** e intente cambiar la perspectiva del lector respecto al tema.

10 PASOS PARA ELABORAR UN ENSAYO

Al momento de hacer un ensayo escrito, sugerimos que sigas estos pasos:

1. Investigar acerca del tema del ensayo.

2. Analizar la información investigada.

3. Hacer preguntas de interés del tema y verificar que la información analizada las responde.

4. Elegir la mejor idea para que sea el tema central.

5. Elaborar un esquema o síntesis del tema.

6. Hacer un borrador.

7. Afinar el borrador, teniendo en cuenta que cada párrafo debe tener una idea.

8. Releer y decidir la introducción, es decir, platicar de lo que se va a tratar el ensayo y la finalidad del mismo.

9. Realizar la conclusión

10. Escribir oportunamente la bibliografía y revisar la ortografía.

Demografía (estudio del mercado)

Consiste en dividir el mercado en grupos más pequeños, este tipo de segmentación toma en cuenta variables como la edad, ingresos, grado de estudios, nacionalidad, raza, religión, ocupación, etc.

Esta segmentación le ayuda a las organizaciones a comprender con exactitud el [comportamiento del consumidor,](https://www.questionpro.com/blog/es/el-comportamiento-del-consumidor/) lo que a su vez les ayuda a desempeñarse mejor.

Para marketing, la segmentación demográfica se refiere a las personas que forman un mercado específico para un producto o servicio en función de los datos demográficos. Para estudiar el mercado, es importante conocer los datos demográficos de ese sector.

Los atributos demográficos como la edad, el sexo, el género, la religión y la formación académica juegan un papel importante en la investigación. Ya sea con el objetivo de lanzar un nuevo producto, introducir cambios o implementar nuevos servicios.

Ante los constantes cambios del mercado, las empresas deben tener al día estos datos. Por lo tanto, es esencial saber cómo la población se comporta ante los cambios en productos o servicios, de acuerdo a la segmentación demográfica. Esto ayuda a las empresas a tener un mejor desempeño que sus competidores.

## Tipos de segmentación demográfica

Uno de los tipos de segmentación que está estrechamente relacionado con la segmentación demográfica es la [segmentación geográfica](https://www.questionpro.com/es/Segmentacion-geografica.html).

Dentro de la segmentación demográfica, existen varias variables. Estas variables son las siguientes:

1. **Segmentación demográfica basada en la edad:** Una de las variables más importantes para la segmentación demográfica es la edad. Una generación es un conjunto de personas que nacieron durante la misma época, crecieron con el mismo tipo de experiencias con cierta segmentación geográfica.

# Segmentación Demográfica

Publicado por

1. **Segmentación demográfica basada en el género:** Los hombres y las mujeres tienen diferencias en cómo perciben las formas en que funciona el mercado. Incluso los investigadores de mercado son muy claros sobre la diferencia en el razonamiento de ambos sexos y, por lo tanto, fabrican productos específicos para cada género.

Para los perfumes, la ropa, los zapatos e incluso para los autos existen especificaciones de acuerdo al género que los fabricantes de productos entienden y, por ende, atienden las necesidades específicas.

1. **Segmentación demográfica basada en los ingresos:** Los ingresos también son una de las variables importantes, ya que esta ayuda a determinar el precio de productos. La mayoría de los fabricantes toman en cuenta el segmento demográfico al momento de ponerle precio al producto.

Sin embargo, existen otros fabricantes que solo atienden al segmento con mayores ingresos de la sociedad. Los autos, la tecnología, la ropa, etc. Se crean de manera más específica para estos segmentos ya que prefieren el lujo por encima de cualquier otra cosa.

1. **Segmentación demográfica basada en la religión, raza y nacionalidad:** Las bebidas alcohólicas tienen un alcance muy limitado en los países del Medio Oriente, dejando margen para las bebidas no alcohólicas o bebidas gaseosas debido al clima cálido. Las marcas en todo el mundo tiene campañas publicitarias a gran escala.

Pero no se han detenido allí. Con el incremento de los negocios internacionales, estas marcas han creado campañas que se adaptan mejor a las creencias religiosas, e incluso a la nacionalidad, y se aseguran de no herir sentimientos. Con el aumento del área geográfica de los negocios, también hay un incremento en la segmentación demográfica basada en la religión, la raza y la nacionalidad.