

UNIVERSIDAD PANAMERICANA
Facultad de Ciencias Económicas
Licenciatura en Administración de Empresas



**Estrategias de mercadeo como ventaja competitiva de las empresas dedicadas a préstamos
prendarios en Zacapa y Chiquimula**
(Artículo científico – Trabajo de graduación)

Ana Carola Guerra Velásquez

Chiquimula, enero 2020

Estrategias de mercadeo como ventaja competitiva de las empresas dedicadas a préstamos prendarios en Zacapa y Chiquimula

(Artículo científico – Trabajo de graduación)

Ana Carola Guerra Velásquez

Msc. María Alejandra Valdez Velásquez (**Asesora**)

Lcda. Elsy Maricruz Barillas Divas (**Revisora**)

Chiquimula, enero 2020

AUTORIDADES DE UNIVERSIDAD PANAMERICANA

M. Th. Mynor Augusto Herrera Lemus

Rector

Dra. Alba Aracely Rodríguez de González

Vicerrectora Académica

M. A. César Augusto Custodio Cobar

Vicerrector Administrativo

EMBA. Adolfo Noguera Bosque

Secretario General

AUTORIDADES FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

M.A. Ronaldo Antonio Girón Díaz

Decano

Lic. Axel René Sosa Vargas

Coordinador

Chiquimula, septiembre de 2019.

Señores

Facultad de Ciencias Económicas

Presente

Por este medio doy fe que soy autor del Artículo científico titulado **“Estrategia de mercadeo como ventaja competitiva de las empresas dedicadas a préstamos prendarios en Zacapa y Chiquimula”** y confirmo que respeté los derechos de autor de las fuentes consultadas y consigné las citas correspondientes.

Acepto la responsabilidad como autor del contenido de este Artículo científico y para efectos legales soy el único responsable de su contenido.

Atentamente,



Ana Carola Guerra Velásquez

Licenciatura en Administración de Empresas

Carné No.: 201904205

REF.: C.C.E.E.L. ADM. -PS.0021-2020
SEDE CHIQUIMULA

**LA DECANATURA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
GUATEMALA, DE 21 ENERO DEL 2020
ORDEN DE IMPRESIÓN**

Tutora: Licenciada María Alejandra Váldez Velásquez

Revisora: Licenciada Elsy Maricruz Barrillas Divas

Carrera: Licenciatura en Administración de Empresas

Artículo científico titulado: "Estrategias de mercadeo como ventaja competitiva de las empresas dedicadas a préstamos prendarios en Zacapa y Chiquimula"

Presentada por: Ana Carola Guerra Velásquez

Decanatura autoriza la impresión, como requisito previo a la graduación profesional.

En el grado de: Licenciada

M.A. Ronaldo Antonio Girón Díaz
Decano
Facultad de Ciencias Económicas



Chiquimula, octubre de 2019.

Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Presente

Pongo a su consideración, para que por su medio, conozcan el presente dictamen de trabajo de graduación, para que se proceda a lo que corresponda previo a optar el título de Administración de Empresas en el grado de licenciado el estudiante: **Ana Carola Guerra Velásquez**

Procedí asesorar el trabajo de graduación intitulado: **“Estrategias de mercadeo como ventaja competitiva de las empresas dedicadas a préstamos prendarios en Zacapa y Chiquimula”**

En mi calidad de **Asesor**, después de haber tenido a la vista las correcciones, haber realizado la revisión técnica correspondiente y verificando que el sustentante demostró originalidad y buen desempeño en su aplicación de conocimientos y habilidades en un área específica de las Ciencias Económicas. Siendo importante mencionar que el autor es responsable del contenido, interpretación, uso de las fuentes y forma de presentación del informe.

Por lo expuesto, el trabajo de graduación profesional en mi opinión cumple con los requisitos exigidos por la guía de elaboración de Artículo Científico elaborado para el programa de Maestría y Licenciatura de este centro de estudios.

Atentamente,



MSc. María Alejandra Valdez Velásquez
Asesor
Colegiado No. 11378

Guatemala, 21 de noviembre de 2019

Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Panamericana
Presente

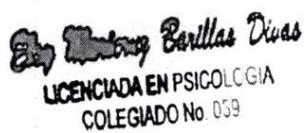
Estimados señores:

En relación a la Revisión del Artículo científico titulado: **“Estrategias de mercadeo como ventaja competitiva de las empresas dedicadas a préstamos prendarios en Zacapa y Chiquimula”**, realizado por Ana Carola Guerra Velásquez, carné 201904205, estudiante de la Licenciatura en Administración de Empresas, he procedido a la revisión del mismo, observando que cumple con los requerimientos de estilo, establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, extiendo por este medio dictamen de aprobado.

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes,


Leda Elsy Marieniz Barillas Divas
Colegiado 059


Leda Elsy Marieniz Barillas Divas
LICENCIADA EN PSICOLOGIA
COLEGIADO No. 059

Dedicatoria

- A Dios** Por darme vida, sabiduría, entendimiento. Por permitirme la oportunidad de tener familia, un trabajo, amigos, el pan de cada día.
- A mis padres** Por darme la oportunidad de vivir, su amor y apoyo incondicional en todo momento, así mismo por su ejemplo de vida y trabajo.
- A mi esposo** Por ser mi compañero de vida, por su comprensión y amor incondicional, por luchar juntos para construir nuestra familia.
- A mis hermanos** Por ser especiales para mí, quienes me motivan a esforzarme por darles un buen ejemplo.
- A mi asesor** Por su apoyo incondicional, por estar siempre en la plena disposición de orientar mis ideas.
- A mis amigos** Por ser parte importante de mi vida.

A la Universidad Panamericana

Por abrirme las puertas de su casa de estudios, para alcanzar una meta, por la cual he trabajado fuerte todos mis años de estudio.

A mis catedráticos Por ser mi escalera vital, para obtener todos los conocimientos, que me han permitido estar a un paso de obtener el título que me acredita como Licenciada en Administración de Empresas.

A la SAT Por darme la oportunidad y la bendición de tener un trabajo, el cual me ha permitido obtener conocimientos laborales, académicos, excelentes compañeros de trabajo.

Contenido

	Página
Abstract	i
Introducción	ii
1. Metodología	
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Pregunta de investigación	2
1.3 Objetivos de la investigación	2
1.3.1 Objetivo general	2
1.3.2 Objetivos específicos	2
1.4 Definir el tipo de investigación	2
1.4.1 Investigación descriptiva	3
1.5 Sujeto de investigación	3
1.6 Alcance de la investigación	4
1.6.1 Temporal	4
1.6.2 Geográfico	4
1.7 Definición de la muestra	4
1.7.1 Empleo muestra finita o infinita	4
1.8 Definición de los instrumentos de investigación	4
1.9 Recolección de datos	5
1.10 Procesamiento y análisis de datos	5
2. Resultados	
2.1 Presentación de resultados	6
3. Discusión y conclusiones	27
3.1 Extrapolación	27
3.2 Hallazgos y análisis general	31
3.3 Conclusiones	33
4. Referencias	
5. Anexo	36

Listado de cuadros

Tabla 1 El género de los pobladores	6
Tabla 2 La edad de los pobladores	7
Tabla 3 Nivel Académico de los pobladores	8
Tabla 4 Ingresos Promedio Mensual	9
Tabla 5 Utiliza usted el servicio de préstamos prendarios financiero	10
Tabla 6 Cuántas veces al año utiliza préstamos prendarios	11
Tabla 7 Cuantas veces al año utiliza préstamos prendarios	12
Tabla 8 Qué garantía a utilizado para respaldar su préstamo	13
Tabla 9 Que garantía ha utilizado para respaldar su préstamo	14
Tabla 10 Conoce usted que es una casa de empeño	15
Tabla 11 Ha utilizado alguna vez los servicios de una casa de empeño	16
Tabla 12 Cual fue el motivo por el que decidió utilizar el servicio de préstamo de casa de empeño	17
Tabla 13 Que modalidad de pago es la que ha elegido	18
Tabla 14 Conoce la tasa de interés que brindan las casas de empeño	19
Tabla 15Cuál de los siguientes factores tendría importancia para usted, al momento de visitar una casa de empeño	20
Tabla 16 Donde considera que sería la mejor ubicación de una casa de empeño dentro de su departamento de origen	21
Tabla 17 Según la pregunta anterior en el lugar que usted sugiere, conoce algún antecedente delictivo como, robo, asalto, muertes, accidentes u otros	22
Tabla 18 Sintoniza algún canal de televisión que sea propio del municipio	23
Tabla 19 Que medio escrito es el que más observa	24
Tabla 20 Circula dentro del municipio alguna revista a la que tenga acceso o le gusta leer	25
Tabla 21 Utiliza usted redes sociales	26
Tabla 22 En cuál de las redes sociales se ha enterado de los préstamos prendarios	27

Abstract

El crecimiento global del mercado es sin duda uno de los retos más grandes para cualquier tipo de empresa en la actualidad, es por ello que es necesario realizar investigaciones que permitan conocer estrategias de mercadeo que nos ayuden a obtener ventajas competitivas en la actividad económica que se realice.

En relación con las empresas que brindan servicios de préstamos prendarios en Zacapa y Chiquimula, a través de la investigación se determinó que existe interés en la población de adquirir dichos servicios y que poseen las garantías para respaldarlos. Así mismo es necesario que el inversionista interesado en instalar una casa de empeño, considere que la demanda requiere un lugar accesible, céntrico, de preferencia donde circulen los medios de transporte colectivos y que brinde accesos adecuados específicamente en cuanto a la entrada, que sea fácil de localizar y por la naturaleza del negocio que tome en cuenta que no sean lugares vulnerables a la delincuencia, también se concluyó que una de las herramientas publicitarias de mayor enfoque para dicho mercado, están siendo las redes sociales.

Introducción

Es fundamental que las empresas aprovechen las ventajas competitivas, que les permitan estructurar la cadena de valor o adaptarse a los cambios del entorno. Los cambios constantes por la globalización, la alta competitividad que ha traído la implementación de la tecnología a los sistemas de operación de la empresa, hace que un mercado presente cada vez mayores desafíos para poder sobrevivir en el mundo de los negocios.

El presente trabajo de investigación pretende saber si la implementación de estrategias de mercadeo es una ventaja competitiva para las empresas que se dedican a los préstamos prendarios en los Municipios de Zacapa y Chiquimula.

En el primer capítulo describe la metodología utilizada para la realización de la investigación, se plantean los objetivos que son la piedra angular de la misma, se define el instrumento para el trabajo de campo, asimismo, se detalla el alcance de la investigación,

En el segundo capítulo, se detalla información relevante del trabajo de campo, basado en los objetivos específicos, el cual se fundamenta en una encuesta dirigida a noventa y dos clientes y/o usuarios, para análisis que se presentan a través de cuadros que dan respuesta a las preguntas planteadas.

Por último, en el tercer capítulo se encuentran los hallazgos y conclusiones con base en la información analizada derivada de la presente investigación, los cuales confirman y corroboran los conocimientos que se tienen sobre la situación actual en las empresas que se dedican a los préstamos prendarios, de los municipios de Zacapa y Chiquimula.

Capítulo 1

Metodología

1.1. Planteamiento del problema

La falta de estrategias de mercadeo como ventaja competitiva, podrían estar ocasionando que las empresas dedicadas a los préstamos prendarios, estén dejando de alcanzar sus objetivos, como empresa es importante que hagan esfuerzos para focalizar las actuales ventajas que el mercado les ofrece, y también en realizar estudios para identificar futuras ventajas que les podrían dar opciones viables para enfrentar los distintos desafíos del mercado en el que operan.

Entonces es fundamental que la empresa aproveche una ventaja competitiva, estructurar la cadena de valor o adaptarse a los cambios del medio finalmente, cabe resaltar que el concepto de la ventaja competitiva también nos puede ayudar a encontrar una idea u oportunidad de negocio.

En Guatemala estas empresas se han desarrollado y expandido en gran nivel cubriendo todos los departamentos y gran parte de sus municipios debido a su alta rentabilidad y aceptación en el mercado, son de importancia debido a que, la posibilidad de optar a un préstamo prendario es una ventaja para quienes necesitan urgentemente disponer de efectivo, cubriendo con ello gastos por enfermedades, pagos de servicios básicos, compra de artículos básicos, reparación de vehículos, maquinaria de trabajo, entre otros.

La opinión en cuanto a la necesidad de que exista una agencia en el municipio y cuáles serían los medios de comunicación adecuados para que el inversionista pueda comunicar a la población la disponibilidad de este servicio. Todo ello conlleva a la necesidad de realizar un estudio que por medio de pasos científicos y fiables, se obtenga la información pertinente y despeje la duda de los inversionistas.

1.2. Pregunta de investigación

¿Es la implementación de estrategias de mercadeo una ventaja competitiva, para las empresas dedicadas a los préstamos prendarios en los municipios de Zacapa y Chiquimula?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Establecer si la implementación de estrategias de mercadeo es una ventaja competitiva para las empresas que se dedican a los préstamos prendarios.

1.3.2. Objetivos específicos

- Definir los servicios de préstamos de empresas prendarios que requieren los habitantes de los municipios de Zacapa y Chiquimula.
- Identificar el precio (tasa de interés) que está en la disposición de pagar la población del área de los municipios de Zacapa y Chiquimula por el servicio de préstamos de empresas prendarias.
- Especificar los medios publicitarios adecuados para que la empresa de préstamos prendarios, dé a conocer sus servicios a la demanda de los municipios de Zacapa y Chiquimula.

1.4 Definir el tipo de investigación

La investigación se abordó desde el nivel de conocimiento descriptivo, puesto que se estudiaron características actuales, que describen la realidad de los municipios de Zacapa y Chiquimula, para presentar un análisis e interpretación correcta de los datos y para que sirvan de base a futuras experiencias.

1.4.1 Investigación descriptiva

El tipo de investigación es descriptiva, porque en ella se muestra una guía para implementar las estrategias de mercadeo como una ventaja competitiva para las empresas que se dedican a los préstamos prendarios.

1.5. Sujetos de investigación

Para el cálculo de la muestra de clientes y/o usuarios se aplicó la fórmula para poblaciones finitas (menores a 500,000).

Según José Martínez (2017), indica: “el universo se determina por medio de una inferencia fundamentada, entendiendo por universo la totalidad de la población donde se ubican los sujetos de investigación.” (p.116).

La muestra se determinó según la fórmula infinita:

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

$$N = \frac{1.96 (0.50) (0.50) 275}{5^2 (307-1) + 1.96^2 (0.50) (0.50)}$$

$$N = 160.51$$

$$N = 161$$

Cuadro No. 1

Cantidad de encuestas a clientes y/o usuarios de empresas de préstamos prendarios en los municipios de Zacapa y Chiquimula.

Empresas de préstamos prendarios	Universo	No. De personas a encuestar	%
Zacapa	113	66	41
Chiquimula	162	95	59
Total	275	161	100

Fuente: elaboración propia, septiembre 2019.

1.6. Alcances de la investigación

1.6.1. Temporal

El desarrollo de la investigación se realizó de febrero a julio del 2019.

1.6.2. Geográfico

La investigación se realizó en los municipios de Zacapa y Chiquimula.

1.7. Definición de la muestra

Para obtener la mayor veracidad posible y considerando que el número de encuestados es muy grande se obtuvo una muestra que nos permitió desarrollar la investigación.

1.8. Definición de instrumentos de investigación

El instrumento de investigación que se utilizó fue el cuestionario, que está dirigido a personas que demandan los servicios de préstamos prendarios.

1.9. Recolección de datos

Para la recolección de datos se utilizó el instrumento que permitió recabar información a los 92 clientes potenciales de las empresas prendarias de los municipios de Zacapa y Chiquimula.

1.10. Procesamiento y análisis de datos

En la investigación a presentar se realizó un análisis específico de los temas que se tomaron en cuenta para esta investigación, de la cual se necesitó la ayuda del programa Excel, para la organización de empresa de préstamo prendario.

Capítulo 2

Resultados

2.1. Presentación

Se presenta los resultados obtenidos durante el trabajo de campo realizado a la muestra previamente establecida.

Cuadro No. 2

El género de los pobladores

genero	Chiquimula		Zacapa		% totales
	cantidad	%	cantidad	%	
Femenino	50	52	36	55	53%
Masculino	45	47	30	45	47%
Total	95	100	66	100	100%

Fuente: elaboración propia, septiembre 2019.

Análisis:

En el cuadro se puede observar que el 47% de las personas que realizan créditos prendarios son de género femenino y el 53% pertenecen al género masculino, lo que indica que son más las personas de género femenino que realizan préstamos prendarios o préstamo bancarios, es importante recalcar que la población cuenta con necesidades las cuales tiene que satisfacer.

Cuadro No. 3

La edad de los pobladores

edad	Chiquimula		Zacapa		% totales
	cantidad	%	Cantidad	%	
18-25	20	21	10	15	19%
26-35	30	32	16	24	28%
36-50	25	26	20	30	28%
En adelante	20	21	20	30	25%
Total	95	100	66	100	100%

Fuente: elaboración propia, septiembre 2019.

Análisis:

Como se puede observar en el cuadro anterior el 28% de la muestra se encuentran en el rango de 26 a 35 años, quiere decir que las edades las personas que utilizan créditos están comprendidas entre estas edades, luego el 19% están entre 18-25 años, ya que en éstas edades hay más responsabilidades las cuales hay que solventar además que ya se cuenta con un trabajo estable.

Cuadro No. 4

Nivel Académico de los pobladores

Categoría	Zacapa	Chiquimula		% totales	
	cantidad	%	cantidad		%
primaria	15	23	20	21	22%
básico	10	15	15	16	16%
diversificado	20	30	25	26	28%
universitario	10	15	10	11	12%
ninguno	11	17	25	26	21%
Total	66	100	95	100	100%

Fuente: elaboración propia, septiembre 2019.

Análisis:

Como se puede observar en el cuadro anterior el 22% de la muestra evaluada que solicita préstamos prendarios tiene escolaridad solamente del ciclo primario; lo cual es comprensible ya que las personas que llegaron a tener solamente este ciclo de estudio no pueden evaluar las diferencias que hay entre un préstamo prendario a un préstamo bancario, es importante recalcar que también el 21% de la muestra indicó que no cuenta con ningún nivel de escolaridad.

Cuadro No.5

Ingresos Promedio Mensual

ingresos	Chiquimula		Zacapa		% totales
	cantidad	%	cantidad	%	
1,000 - 2,000	35	36	20	30	34%
2,001- 3,000	30	32	26	39	35%
5,000 en adelante	30	32	20	30	31%
Total	95	100	66	100	100%

Fuente: elaboración propia, septiembre 2019.

Análisis;

En tabla, el 34% de la muestra que realiza créditos indica que devenga un sueldo de 1,000 a 2,000 quetzales mensuales, de los cuales utilizan un buen porcentaje para cubrir sus préstamos mensualmente, en cambio el 35% de las personas determina que devenga mensualmente la cantidad de 2,001 a 3,000 quetzales mensuales y solo el 31% de la población encuestada devenga de 5,000 en adelante, esto nos indica que las personas que utilizan los préstamos prendarios son las personas que devengan sueldos no mayores 3,000.00 quetzales mensuales.

Cuadro No.6

Utiliza usted el servicio de préstamos prendarios financieros

	Chiquimula		Zacapa		% totales
	cantidad	%	cantidad	%	
Si	95	100	66	100	100%
No	0	0	0	0	
Total	95	100	66	100	100%

Fuente: elaboración propia, septiembre 2019.

Análisis:

En el cuadro se determina que el 100% de la muestra indica que utiliza préstamos prendarios para la realización de sus planes o metas, en la actualidad, sabemos que los préstamos prendarios están muy de moda, esto se debe a que los salarios no alcanzan para subsistir las necesidades de alimentación, salud, viajes, enfermedad y estudios.

Cuadro No. 7

Cuántas veces al año utiliza préstamos prendarios

Utiliza préstamos prendarios			
	Chiquimula	Zacapa	% totales
Una vez	30	25	34%
Dos veces	30	20	31%
Tres o mas	35	21	35%
Total	95	66	100%

Fuente: elaboración propia, septiembre 2019.

Análisis:

En el cuadro observamos que el 34% de la muestra indica que hacen préstamos una vez al año, para diferentes necesidades, el 31% realizan al menos 2 veces al año préstamos, y el 35% realizan de tres a más ocasiones créditos, la mayor parte de la muestra investigada se enfoca a realizar su préstamo anualmente por razones financieras, ya que comentaban que no podían comprometerse con más pagos por que su sueldo no les daba para más.

Cuadro No. 8

Cuál es el motivo por el que ha realizado un préstamo

Utilización de préstamo prendario	Chiquimula		Zacapa		% totales
	cantidad	%	cantidad	%	
Enfermedad	25	26	15	23	25%
Inversión	30	32	20	30	31%
Viajes	25	26	15	23	25%
Estudios	15	16	16	24	19%
Total	95	100	66	100	100%

Fuente: elaboración propia, septiembre 2019.

Análisis;

El 19% de las personas que realizan préstamos prendarios indican que su destino es para solventar cuotas de estudios, y para ingresar a realizar los mismos, el 25% de la investigación comentan que los utilizan para cubrir enfermedades de emergencia ya que no cuentan con un fondo que les ayude para solventarlas, y el 31% de la muestra de investigación lo utilizan para la inversión en sus negocios.

Cuadro No. 9

Qué garantías ha utilizado para respaldar su préstamo

garantía	Chiquimula		Zacapa		%totales
	cantidad	%	cantidad	%	
Fiador	25	26	10	16	22%
Joyas de Oro	20	22	20	30	25%
Electrodomésticos	25	26	16	24	25%
Escritura	25	26	20	30	28%
Total	95	100	66	100	100%

Fuente: Elaboración propia, septiembre 2019.

Análisis:

En tabla anterior, el 22% de la muestra indicó que la garantía que ha utilizado para sus préstamos son las joyas de oro, el 25% comenta que los electrodomésticos, el 25% dice que utiliza un fiador, y por último el 28% utiliza escrituras de inmuebles, las personas que determinaron que la garantía de su préstamo eran las joyas de oro comentan que la casa de empeño al recibir este tipo de prenda, no pone muchos inconvenientes al momento de recibirlos y dales el dinero, porque saben que si las personas pierden la joya ellos las pueden venderla sin ningún inconveniente.

Cuadro No. 10

Conoce usted qué es una casa de empeño

genero	Chiquimula		Zacapa		%totales
	cantidad	%	cantidad	%	
Si	95	100	66	100	100%
No	0	0	0	0	
Total	95	100	66	100	100%

Fuente: elaboración propia, septiembre 2019.

Análisis:

En el cuadro se puede observar que el 100% de los sujetos a investigación, comenta que si conocen una casa de empeño, ya que estas casas están ubicadas en lugares estratégicos a la vista de las personas, las casas de empeño tienen como meta principal que todas las personas posibles sepan y conozcan de ellas.

Cuadro No. 11

Ha utilizado alguna vez los servicios de una casa de empeño

	Chiquimula		Zacapa		% totales
	cantidad	%	cantidad	%	
Si	50	53	35	53	53%
No	45	47	31	47	47%
Total	95	100	66	100	100%

Fuente: elaboración propia, septiembre 2019.

Análisis:

En el cuadro se puede observar que el 53% de la muestra indica que si ha utilizado los servicios de una casa de empeño ya que han tenido la necesidad monetaria en determinado momento, y el 47% comenta que no ha utilizado una casa de empeño sin embargo ha utilizado prestamos financieros en bancos, cooperativas u otro tipo de entidades financieras.

Cuadro No. 12

Cuál fue el motivo por el que decidió utilizar el servicio de préstamo de casa de empeño

Motivos	Chiquimula		Zacapa		% totales
	cantidad	%	cantidad	%	
Fácil acceso a transporte	30	32	20	30	31%
Seguridad y confianza	35	36	25	38	37%
Variedad de garantía	30	32	21	32	32%
Total	95	100	66	100	100%

Fuente: elaboración propia, septiembre 2019.

Análisis:

Como se puede observar en el cuadro anterior el 37% de la población indica que el motivo por el que decidió utilizar el servicio de préstamo de cada de empeño fue por seguridad y confianza a la misma, el 32% por variedad de garantía y por último el 31% el motivo fue por el fácil acceso a transporte para llegar al lugar, quiere decir que los clientes también ven la buena ubicación de la tienda, y entonces mientras más segura confiable se presente la casa de empeño es mejor.

Cuadro No. 13

Qué modalidad de pago es la que ha elegido

cuotas	Chiquimula		Zacapa		% totales
	cantidad	%	cantidad	%	
Mensual	20	21	25	38	28%
Quincenal	30	32	20	30	31%
Semanal	45	47	21	32	41%
Total	95	100	66	100	100%

Fuente: elaboración propia, septiembre 2019.

Análisis:

En el cuadro se puede observar que el 31% de la muestra prefiere pagar su cuota quincenal, el 28% semanal, y el 41% de manera mensual, las personas que prefieren quincenalmente indican que lo hacen así porque su salario se los paga de la misma manera, y así sucesivamente son las otras dos opciones también.

Cuadro No. 14

Conoce la tasa de interés que brindan las casas de empeño

	Chiquimula		Zacapa		% totales
	cantidad	%	cantidad	%	
Indica la tasa más alta	40	42	16	24	35%
Indica la tasa más baja	30	32	25	38	34%
No la conoce	25	26	25	38	31%
Total	95	100	66	100	100%

Fuente: elaboración propia, septiembre 2019.

Análisis:

En tabla, el 35% de la muestra investigada indica que las casa de empeño brindan la tasa de interés más alta del mercado, el 34% la tasa más baja, y el 31% no conoce la tasa de interés que se le aplicó al momento de realizar un préstamo, aunque todas estas casas de empeño están reguladas por la súper intendencia de bancos, los intereses que manejan son mucho más altos que los que se manejan en un banco, por llevar más riesgos al momento de recuperar su inversión.

Cuadro No. 15

Cuál de los siguientes factores tendría importancia para usted, al momento de visitar una casa de empeño

Visitar casa de empeño	Chiquimula		Zacapa		% totales
	cantidad	%	cantidad	%	
Condiciones de infraestructura	30	32	20	30	31%
Disponibilidad de medios de transporte	30	32	30	45	37%
Carencia de antecedentes delictivos en el lugar	35	36	16	24	32%
Total	95	100	66	100	100%

Fuente: elaboración propia, septiembre 2019.

Análisis:

En tabla, el 37% de la muestra indica que el factor que tiene más importancia al momento de visitar una casa de empeño es la disponibilidad de medios de transporte, el 31% son las condiciones de infraestructura, y el 32% comentan que por carencia de antecedentes delictivos en el lugar, es importante indicar que para las personas la disponibilidad de medios de transporte ayuda a llegar al lugar de una manera fácil, ya que este tipo de segmento no cuenta la mayoría con un medio de transporte propio.

Cuadro No. 16

Dónde considera que sería la mejor ubicación de una casa de empeño dentro de su departamento de origen

La mejor ubicación	Chiquimula		Zacapa		% totales
	cantidad	%	cantidad	%	
Alrededores	45	47	33	50	48%
Centro	50	53	33	50	52%
Total	95	100	66	100	100%

Fuente: elaboración propia, septiembre 2019.

Análisis:

En tabla, el 52% de la muestra indica que la mejor ubicación de una casa de empeño dentro de su municipio de origen es el centro del departamento, o sea lugares céntricos por mayor circulación de personas, el 48% indica que el mejor lugar para la ubicación es a los alrededores, es importante recalcar que este tipo de negocios deben de estar a la vista de las personas para que sepan de las mismas.

Cuadro No. 17

Según la pregunta anterior en el lugar que usted sugiere, conoce sobre algún antecedente delictivo como, robo, asaltos, muertes, accidentes u otros

	Chiquimula		Zacapa		% totales
	cantidad	%	cantidad	%	
Si	95	100	66	100	100%
No	0	0	0	0	
Total	95	100	66	100	100%

Fuente: elaboración propia, septiembre, 2019.

Análisis:

En tablas, el 100% de la muestra indica que, si conoce sobre algún antecedente delictivo como robo, asaltos, muertes, accidentes, en la actualidad los actos delictivos se dan a la orden del día en cualquier momento ya no importa ni la hora ni el día para hacer de su voluntad las personas sin escrúpulos.

Cuadro No. 18

Sintoniza algún canal de televisión que sea propio del municipio

	Chiquimula		Zacapa		%tot ales
	cantidad	%	cantidad	%	
Si	95	100	66	100	100%
No	0	0	0	0	
Total	95	100	66	100	100%

Fuente: elaboración propia, septiembre 2019.

Análisis:

Al observar el cuadro No. 18, se determinó que el 100% de la muestra indica que sintoniza un canal local, los canales locales ayudan a brindar publicidad local a un buen precio de una forma exitosa, el cual están informados de las empresas prendarias que existen en cada municipio de Zacapa y Chiquimula.

Cuadro No. 19

Qué medio escrito es el que más observa

	Chiquimula		Zacapa		% totales
	cantidad	%	cantidad	%	
Prensa	30	32	20	30	31%
Diario	30	32	30	45	37%
Periódico	35	36	16	24	32%
Total	95	100	66	100	100%

Fuente: elaboración propia, septiembre 2019.

Análisis:

En tabla, el 37% de la muestra investigada indica que el medio de comunicación escrito que más observan es la diario, el 31 % el prensa y el 32% el periódico, la prensa es el medio escrito que más visto y más vendido en la actualidad el único inconveniente es el alto costo de sus espacios publicitarios.

Cuadro No. 20

Circula dentro del municipio alguna revista a la que tenga acceso o le gusta leer

revistas	Chiquimula		Zacapa		% totales
	cantidad	%	cantidad	%	
Si	95	100	66	100	100%
No	0	0	0	0	
Total	95	100	66	100	100%

Fuente: elaboración propia, septiembre 2019.

Análisis:

En el cuadro, se determinó que el 100% de la muestra estudiada comenta que en su localidad circula revista de interés actual de la comunidad y le gusta leer la misma, las revistas locales son un medio de comunicación rápido a un precio accesible y con ello tener la información que necesitan, acerca de los préstamos prendarios y préstamos bancarios que operan en la localidad.-

Cuadro No. 21

Utiliza usted redes sociales

Redes sociales	Chiquimula		Zacapa		% totales
	cantidad	%	cantidad	%	
Si	95	100	66	100	100%
No	0	0	0	0	
Total	95	100	66	100	100%

Fuente: elaboración propia, septiembre 2019.

Análisis:

En tabla, el 100% de los sujetos de investigación de la muestra indica que utiliza redes sociales, y como sabemos las redes sociales son de mucha importancia, en este siglo tomaron mayor auge las cuales ayudan a reducir tiempo y espacios para dar a conocer cualquier tipo de información, acerca de los préstamos prendarios y préstamos bancarios que operan en la localidad.-

Cuadro No. 22

En cuál de las redes sociales se ha enterado de los préstamos prendarios

Redes sociales	Chiquimula		Zacapa		% Totales
	cantidad	%	cantidad	%	
Facebook	25	26	30	46	34%
Twiter	35	37	16	24	32%
WhatsApp	35	37	20	30	34%
Total	95	100	66	100	100%

Fuente: elaboración propia, septiembre 2019.

Análisis:

En tabla, el 48% de la muestra indica que por la red social que se ha enterado por los préstamos prendarios es whatsapp, el 34% es por facebook, y el 34% por twitter, se determinó que el alcance que se tiene por medio de las redes sociales es grande ya que es una manera fácil, practica, y rápida que se puede manejar con poco presupuesto y desde cualquier lugar siempre y cuando se cuente con una computadora internet y conocimiento para poder realizarla de manera exitosa.

Capítulo 3

Discusión y Conclusiones

3.1 Extrapolación

Según Philip Kotler, (2000) indica que:

“La ventaja competitiva depende de ofrecer una propuesta de valor única a partir de una cadena de producción de valor adaptada, lo que implica un sistema de contrapartidas diferentes de los rivales, y en lo que existe un ajuste entre las numerosas actividades que pasan a fortalecerse unas con otras” (p.311).

Se refiere también a los factores que diferencian a una organización en el mercado de una ventaja competitiva la cual es importante porque le permite a la empresa hacer frente a las amenazas competitivas que existen en el mercado, y a la vez ayuda a mantener la cuota de mercado como base para el mantenimiento de la rentabilidad a largo plazo.-

Según Porter Michael E. (2,015),

“La estrategia toma acciones ofensivas o defensivas para crear su posición defendible en una industria, con la finalidad de hacer frente a la competencia”. (p. 13).

Las empresas que se dedican a préstamos prendarios en los departamentos de Chiquimula y Zacapa, tomaron en consideración los aspectos relevantes en cuanto al conocimiento de su empresa, en las cuales en su mayoría empresas que se dedican a préstamos prendarios, conocen en gran medida, y son aquellas empresas que tiene su franquicia en otras empresas familiares, de préstamos prendarios locales los cuales deciden emprender más allá de las distancias.

Dichas aseveraciones se pueden acertar ya que en nuestra investigación obtuvimos información de las empresas dedicadas a préstamos prendarios, en las cuales las que ya cuentan con una planeación estratégica tiene definidas cuales son cada una de sus funciones a desarrollar en su campo de acción, factor que favorece en gran medida alcanzar los resultados deseados.

A lo que se refiere Matías, en su portal web refiriéndose al tema de préstamos prendarios, en el cual indica que:

Los préstamos prendarios son un tipo de préstamo fácil de conseguir y relativamente rápido. Para obtenerlos prácticamente solo debes ser poseedor de un bien que puedas dejar en prenda. (<https://www.solven.pe/blog/beneficios-del-prestamo-prendario>) recuperado 12/08/2019.

En el cuadro se determina que el 100% de la muestra indica que utiliza préstamos prendarios para la realización de sus planes o metas, en la actualidad, sabemos que los préstamos prendarios están muy de moda, y lo comprobamos con dicha investigación, la ventaja de un préstamo prendario es que como lo decía el comentario anterior son fáciles de conseguir y rápidos para su aprobación todo depende de varias características que se debe de contar para la validez de los mismos.

De acuerdo con Aurelio Jiménez en su página web micro dinero dice que: “Un préstamo prendario es un préstamo cuya garantía es un bien con valor. Por ejemplo, una joya, un reloj de oro, antigüedades, un aparato electrónico, un automóvil e incluso un local o una vivienda” recuperado de: (<https://www.vivus.es> > blog > economía-de-hoy > casas-de-empeño). Recuperado 20/08/2019.

La investigación determinó que el 53% de la muestra indicó que la garantía que ha utilizado para sus préstamos son las joyas de oro, el 22% comenta que los electrodomésticos, el 14% dice que utiliza un fiador, y por último el 11% utiliza escrituras de inmuebles, las personas que determinaron que la garantía de su préstamo eran las joyas de oro comentan que la casa de empeño al recibir este tipo de prenda no pone muchos inconvenientes al momento otorgar y dales el dinero, porque saben que si las personas no pagan la deuda con sus respectivos intereses pierden la joya para ellos es una de las prendas más fáciles de negociar y la depreciación no le afecta a la casa de empeño, y las pueden vender sin ningún inconveniente, por supuesto para recibir estas las evalúan, las pesan por

que la casa de empeño ya tiene un precio establecido para recibirlas y las valoran a un precio menor que el que circula en el mercado.

Según William J. Stanton; Michael J. Etzel y Bruce J. Walker. (2007) indica que:

“La publicidad consiste en todas las actividades enfocadas a presentar, a través de los medios de comunicación masivos, un mensaje impersonal, patrocinado y pagado acerca de un producto, servicio u organización”. (p.550).

La publicidad es un medio de comunicación de boca a boca, el cual nos permite mostrar a nuestros semejantes un producto o servicio, que conlleva a un estudio de oferta el cual beneficia tanto a la empresa para definir la estrategia y crear campañas eficaces y eficientes que ayuden a medir las campañas publicitarias en Facebook, Instagram, Messenger y otros canales de marketing.

Según Elena Gómez, en su página web hablando del tema: cómo puedo hacer publicidad en redes sociales: guía para conseguir la publicidad más efectiva.

La publicidad en redes sociales consiste en mostrar anuncios pagados por perfiles o usuarios, tanto privados como marcas, a los demás usuarios de una red social, los cuales deberán ser seleccionados, cada red social es un mundo, tiene sus características y sus particularidades a la hora de crear y diseñar anuncios, pero no nos olvidemos que todas ellas forman parte del marketing digital, por tanto, y como es obvio, tienen unos aspectos básicos que debes tener en cuenta antes de crear una campaña de publicidad en redes sociales. Plantear unos objetivos alcanzables debe ser una premisa muy importante, no puedes ponerte una meta muy alta, en un plazo muy corto de tiempo, porque probablemente no lo consigas. ¡Hay que ser realista! La publicidad en redes sociales ayuda a conseguir mejor tus objetivos y de manera más rápida, pero no hace magia ni es infalible. (<https://neoattack.com/como-hacer-publicidad-en-redes-sociales/>). Recuperado: 12/08/2019

Según la investigación se concluyó que el 100% de los sujetos de investigación de la muestra indica que utiliza redes sociales, y como sabemos las redes sociales son de mucha importancia, en este siglo tomaron mayor auge las cuales ayudan a reducir tiempo y espacios para dar a conocer cualquier tipo de información, para las casas de empeño así como es importante su credibilidad en la publicidad se debe de dar a conocer para obtener mejores resultados en la obtención de objetivos reales que ayuden a la empresa al logro de los mismos. La implementación de una publicidad exitosa en redes sociales es para expertos que contribuyan a la empresa a darse a conocer, que sepan de su ubicación, sus productos, así como es casa de empeño también son una tienda que vende productos los cuales no los fueron a recuperar al pasar del tiempo así que una ventaja para este tipo de tiendas es una publicidad que contribuya al logro de los objetivos de ventas y recuperación de su capital.

Según colaboración especial en su portal web refiriéndose al tema ¿sabes que necesita la campaña publicitaria de una empresa de préstamos rápidos en línea? indica que:

Una empresa financiera que ofrece préstamos personales en línea los concede de manera fácil y rápida, por eso no es de extrañar que se hayan convertido en una de las opciones más recurridas por los usuarios. Normalmente, estos podrán conseguir pequeñas cantidades de dinero, las cuales tendrán que devolver en un corto periodo de tiempo.

Las entidades financieras online ingresan el dinero solicitado en la cuenta bancaria del usuario tan solo unos minutos después de la aprobación de su solicitud. Cabe señalar que aquellas personas que solicitan préstamos rápidos y los devuelven en el tiempo acordado, tendrán la posibilidad de adquirir préstamos superiores en el futuro. (<https://www.merca20.com/sabes-que-necesita-la-campana-publicitaria-de-una-empresa-de-prestamos-rapidos-en-linea/>). Recuperado el 11/08/2019.

Las empresas que ofrecen financiamiento (préstamos de dinero en efectivo) equivalente a un porcentaje del valor de un bien mueble cedido en garantía al Acreedor (Prestamista) por el Deudor(Cliente), son las que dan vida a los Préstamos con Garantía Prendaria, son de fácil acceso para las personas pues no requieren de tantas formalidades para constituirse. Las personas son enteradas constantemente, con publicidad por diferentes medios de comunicación: llamadas al azar a los usuarios del servicio telefónico (celular); mensajes llamativos con imágenes por las redes sociales tales como: Instagram, Facebook y Twitter.

El préstamo prendario permite satisfacer necesidades o deseos de forma rápida, fácil y sencilla, con el único riesgo de perder la propiedad del bien mueble si no se cumple con los plazos y montos establecidos para pagar el monto del préstamo adquirido.

3.2 Hallazgos y análisis general

La investigación se abordó desde el nivel de conocimiento descriptivo, puesto que se estudiaron características actuales, que describen la realidad de los municipios de Chiquimula e Zacapa, para presentar un análisis e interpretación correcta de los datos y para que sirvan de base a futuras experiencias; así mismo contribuye en gran medida para alcanzar los objetivos y metas empresariales trazadas.

En cuadro No. 13, el 59% de la muestra indica que el factor que tiene más importancia al momento de visitar una casa de empeño es la disponibilidad de medios de transporte, el 32% son las condiciones de infraestructura, y el 9% comentan que por carencia de antecedentes delictivos en el lugar, es importante indicar que para las personas la disponibilidad de medios de transporte ayuda a llegar al lugar de una manera fácil, ya que este tipo de segmento que visita este tipo de negocios no cuenta la mayoría con un medio de transporte propio que le ayude a agilizar sus movimientos, aunque no es el mayor porcentaje las condiciones de infraestructuras son de carácter importante, porque depende de la presentación con la que cuente la empresa; la cual debe ser de manera atractiva y tratar de posicionarse en un lugar estratégico que cubra todas necesidades de prevención

adecuadas y necesarias por ejemplo, cámaras de seguridad, alarma monitoreo constante, guardia de seguridad entre otros.

Los administradores o gerentes de la empresa de préstamos prendarios de los municipios de Chiquimula y Zacapa, en términos generales tienen conocimiento de la empresa que presiden, ya que la mayoría conocen cuáles son sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, situación que les permite tener una visión amplia de lo que tienen y que resultados pueden obtener.

Así mismo, aunque no tengan un plan estratégico plasmado, por unanimidad los administradores o gerentes coinciden en el uso de estrategias que les permita desarrollar su misión, visión, las metas y los objetivos, ya sea valiéndose de herramientas administrativas que les permita elevar su potencial como grupo de trabajo; fomentando un equipo de trabajo sólido por medio de un ambiente de trabajo agradable, motivado y consiente de lo que son capaces de alcanzar como empresa.

Se determinó el interés sobre la importancia que para ellos tienen los aspectos de acceso, disponibilidad de medios de transporte, condiciones de infraestructura y carencia de antecedentes delictivos en el lugar, al momento de visitar una casa empeño, siendo que esté ubicada en un lugar céntrico, con referencia o dirección fácil de identificar (reconocida por la población) y con disponibilidad para el fácil acceso al tránsito vehicular y que existan medios de transporte colectivo que circulen por el lugar los aspectos que determinan la preferencia según la demanda para acudir a una de estas empresas. De manera específica, de forma predominante recomendaron que la ubicación adecuada para ellos fuera en las áreas cercanas al centro y sus alrededores, de un centro comercial.

Los clientes en general tanto en los municipios de Chiquimula y Zacapa, se encuentran satisfechos con los servicios que la empresa de préstamos prendarios, ya que tantos usuarios antiguos y nuevos consumidores se encuentran conformes con el servicio recibido.

En la investigación se determinó que el 48% de la muestra indica que por la red social que se ha enterado de los préstamos prendarios es whatsapp, el 35% es por facebook, y el 17% por twitter, se concluyó que el alcance que se tiene por medio de las redes sociales es grande ya que es una manera fácil, práctica, y rápida que se puede manejar con poco presupuesto y desde cualquier lugar siempre y cuando se cuente con una computadora internet y conocimiento para poder realizarla de manera exitosa.

3.3 Conclusiones

Se determinó que las casas de empeño ofrecen a la población servicios consistentes en préstamos prendarios, los cuales se clasifican de acuerdo al tipo de garantía que la empresa recibe, en ese sentido la población de los municipios de Chiquimula y Zacapa, indicaron que a los servicios de préstamos que han tenido acceso, son los que se obtienen con garantías prendarias como joyas de oro y aparatos electrónicos, con montos de préstamos hasta un máximo de mil quetzales, con abonos o pagos en forma mensual, quincenal y semanal y otro alto porcentaje indicó semanal y un plazo de cancelación de capital cada 3 meses.

Se concluyó que la población objeto de estudio, en su totalidad indicó no conocer el porcentaje de intereses que las casas de empeño cobran por los servicios de préstamos. La tasa de interés sugerida por la población encuestada en promedio fue del 9% mensual, sin embargo, con la técnica de análisis documental y tomando como referente las empresas que la población indicó haber tenido acceso fuera del municipio, se obtuvo que estas cobran una tasa de interés en un rango ente el 10% y 19% mensual, esto dependiendo la empresa y el proceso del servicio de préstamo que brinden.

Se estableció que los habitantes de los municipios de Chiquimula y Zacapa, tiene acceso a los medios de comunicación que según su categoría se identifican así: redes sociales (Facebook, Twitter y Whatsapp), periódico (prensa, nuestro diario y el periódico), en el caso de televisión indicaron que tiene acceso a canales nacionales y departamentales por medio de un proveedor de cable departamental, así mismo expresaron que no cuentan con

un canal local generado dentro de los municipios. En cuanto a revistas locales, según las personas encuestadas si existe circulación o venta de ellas en el municipio, de las categorías y medios a los que ellos tienen acceso se determinó que la preferencia de uso por parte de la población objeto de estudio, son los que se citan a continuación: en orden de importancia representan para ellos: las redes sociales principalmente WhatsApp.

Referencias

Gómez Elena. (2019, 12 agosto). **Como puedo hacer publicidad en redes sociales**. Recuperado de: <https://neoattack.com/como-hacer-publicidad-en-redes-sociales/>. Colaboración Especial (2019, 11 agosto). Que necesita la compañía publicitaria de una empresa de préstamos prendarios en línea. Recuperado de Web.

Jiménez, Aurelio. (2019, 20 agosto). **Economía de hoy casa de empeño**. Recuperado de: (<https://www.vivus.es> › blog › economía-de-hoy › casas-de-empeño).

Martínez, José. (2017). *Dinámica de la Investigación*. (Publicaciones AMC, Guatemala.

Matías. (2019, 9 julio). Préstamos prendarios. Recuperado de: (<https://www.solven.pe/blog/beneficios-del-prestamo-prendario>)

Philip Kotler. (2010). *Mercadotecnia*. Octava Edición. (México) Editorial Pearson Prentice Hall.

Porter Michael E. (2015), *Ser competitivos*. Segunda Edición Reformada.

(México) Editorial. Grupo Editorial Patria.

William J. Stanton; Michael J. Etzel y Bruce J. Walker (2007).

Fundamentos de Marketing. 14 Edición. (México) Editorial McGraw Hill.

Anexos



BOLETA DE ENCUESTA

UNIVERSIDAD PANAMERICANA DE GUATEMALA

SEDE CHIQUIMULA

El propósito es obtener información sobre la implementación de estrategias de mercadeo como ventaja competitiva de estas empresas dedicadas a los préstamos prendarios, en los municipios de Chiquimula y Zacapa, la cual tiene como finalidad recabar información para la realización y culminación de la carrera de Licenciatura en Administración de Empresa, por lo que se solicita de su colaboración respondiendo las siguientes preguntas.

Instrucciones: A continuación se le presenta una serie de preguntas, las cuales puede contestar de acuerdo a su criterio, marcando con una "X" en el espacio que se le proporciona.

1. Género

Femenino ___ Masculino ___

2. Edad

18 a 25 ___ 26 a 35 ___ 40 a 45 ___ 50 en adelante ___

3. Nivel académico

Primaria ___ Básico ___ Medio ___ Universitario ___ Ninguno ___

4. Ingresos promedio (Mensuales)

0 a 2,000 ___ 2,001 a 3,000 ___ 5,000 en adelante ___

5. ¿Utiliza usted el servicio de préstamos financieros?

Sí No

6. ¿Utiliza usted el servicio de préstamos financieros?

Sí No

7. Si su respuesta anterior fue positiva ¿Cuántas veces al año recurre al servicio de préstamos?

Una vez

Dos veces

Tres o más

8. ¿Cuál es el motivo por el que ha realizado un préstamo?

Enfermedad

Inversión

Viajes

Estudios

9. sí su respuesta a la pregunta anterior fue positiva ¿Qué garantías ha utilizado para respaldar su préstamo? Puede elegir varias opciones

Escrituras de Fiador

Joyas de oro

Electrodomésticos

Escritura

10. ¿Ha utilizado alguna vez los servicios de una casa de empeño?

Sí

No

11. Si su respuesta anterior fue positiva ¿Dónde se encuentra ubicada la casa de empeño que visitó al realizar su último préstamo?

Zacapa

Chiquimula

12. Indique el motivo por el cual decidió utilizar el servicio de préstamos de casa de empeño en el lugar que indicó anteriormente:

Cercanía

Fácil acceso a transporte

Seguridad y confianza

Variedad de garantías

Horarios

13. ¿Cuál es el monto de la cuota que ha pagado por un préstamo?

Mensual Q._____ Plazo_____

Quincenal Q._____ Plazo_____

Semanal Q._____ Plazo_____

14. Conoce la tasa de interés que brindan las casas de empeño:

Indique la tasa más alta_____

Indique la tasa más baja_____

No la conoce

15. ¿Cuál de los siguientes factores tendría importancia para usted, al momento de visitar una casa de empeño?, puede elegir varias opciones Fácil acceso

Condiciones de Infraestructura

Disponibilidad de medios de transporte

Carencia de antecedentes delictivos en el lugar

16. ¿Dónde considera que sería la mejor ubicación de una empresa de préstamos prendarios en

Zacapa

Chiquimula

17. Escucha alguna radio en especial aquí en el municipio?

Si no

18. Televisión

b) ¿Sintoniza algún canal de televisión que sea propio del municipio?

Si no

19. ¿Tiene acceso y lee la prensa, diario o periódico local o nacional?

Prensa

Diario

Periódico

20. ¿Circula dentro del municipio alguna revista a la que tenga acceso o le gusta leer?

Si Cual; _____ no

21. ¿Utiliza usted las redes sociales?

Si _____ no

22. ¿Si su respuesta anterior fue positiva cuales de las siguientes redes sociales utiliza?

Facebook_____

twitter_____

WhatsApp_____