

UNIVERSIDAD PANAMERICANA
Facultad de Ciencias Económicas
Licenciatura en Administración de Empresas



**Impacto de la publicidad de los oferentes de servicios de telefonía móvil, en la
preferencia de los usuarios de la zona dos del municipio de San Juan
Chamelco, del Departamento de Alta Verapaz**

(Artículo Científico – Trabajo de graduación)

Selvin Eduardo Botzoc Xoy

Guatemala, noviembre 2019

**Impacto de la publicidad de los oferentes de servicios de telefonía móvil, en la
preferencia de los usuarios de la zona dos del municipio de San Juan
Chamelco, del Departamento de Alta Verapaz**

(Artículo Científico – Trabajo de graduación)

Selvin Eduardo Botzoc Xoy

M. A. Miriam Antonieta Soria López (Asesora)

M.Sc. Julio César Alvarez García (Revisor)

Guatemala, noviembre 2019

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. Jaime Anibal Chocooj Vidaurre

Coordinador Campus Cobán

Guatemala, 23 de agosto de 2018

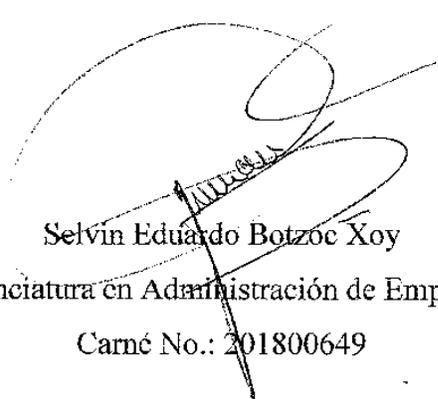
Señores
Facultad de Ciencias Económicas

Presente

Por este medio doy fe que soy autor del Artículo científico titulado **“Impacto de la publicidad de los oferentes de servicios de telefonía móvil, en la preferencia de los usuarios de la zona dos del municipio de San Juan Chamelco, Alta Verapaz”** 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,



Selvin Eduardo Botzoc Xoy
Licenciatura en Administración de Empresas
Carné No.: 201800649

REF.: C.C.E.E.L.C.P.A. -PS.002-2019
SEDE COBAN

LA DECANATURA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
GUATEMALA, 29 DE MARZO DEL 2019
ORDEN DE IMPRESIÓN

Tutor: Licenciada Miriam Antonieta Soria López
Revisor: M.S.c. Julio César Álvarez García
Carrera: Licenciatura en Administración de empresas

Tesis titulada: "Impacto de la publicidad de los oferentes de servicios de telefonía móvil, en la preferencia de los usuarios en la zona 2 del Municipio de San Juan Chamelco, Alta Verapaz"

Presentada por: Selvin Eduardo Botzoc Xoy

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

En el grado de: Licenciado



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

Cobán, Alta Verapaz, 23 de Agosto 2018.

Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Panamericana
Ciudad

Estimados señores:

En virtud de que el Artículo Científico (línea de investigación) del Programa de Equivalencias Integrada, con el tema "Impacto de la publicidad de los oferentes de servicios de telefonía móvil, en la preferencia de los usuarios de la zona dos del municipio de San Juan Chamelco, Alta Verapaz"; presentado por la estudiante: **Selvin Eduardo Botzoc Xoy**, previo a optar al grado Académico de Licenciado en Administración de Empresa, cumple con los requisitos técnicos y de contenido establecido por la Universidad Panamericana, se extiende el presente dictamen favorable, para que continúe con el proceso correspondiente.


M. A. Miriam Antonieta Soria López
Asesora

Guatemala, 25 de septiembre 2018

Señores
Facultad Ciencias Económicas
Universidad Panamericana
Presente

Estimados Señores:

En relación al Artículo Científico titulado **“Impacto de la publicidad de los oferentes de servicios de telefonía móvil, en la preferencia de los usuarios de la zona dos del municipio de San Juan Chamelco, del Departamento de Alta Verapaz”** realizado por Selvyn Eduardo Botzoc Xoy, carné No. 201800649, estudiante de la Licenciatura en Ciencias de la Administración, he procedido a la Revisión del mismo, haciendo constar que cumple con los requerimientos de estilo establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

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

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



M.Sc. Julio César Alvarez García
Colegiado Activo No. 12,759

Dedicatoria

A Dios

Por ser el pilar fundamental para el logro de mis objetivos y por brindarme salud y sabiduría a lo largo de cada uno de los años de estudio y preparación académica y lograr culminar con tan anhelado sueño, y enseñarme que uno puede tener un plan, pero él tiene escrito los mejores pasos para nosotros.

Mi familia,

A mi esposa e hijos, por su apoyo incondicional y por ser la fuerza de motivación para no desmayar en el camino, a mis padres que a pesar de las limitaciones lograron apoyarme desde pequeño y sus enseñanzas que me permitieran ser un hombre de bien e incursionarme en la sociedad como un hombre preparado para apoyar a la sociedad, este un triunfo se los dedico con mucho amor.

A mi trabajo

Por brindarme la oportunidad de continuar con mi preparación académica y lograr este objetivo tan importante en mi vida, que sin la autorización de un permiso de estudios, el objetivo no se hubiese logrado.

A los Licenciados

Por compartir sus conocimientos, sabiduría, experiencia y ser parte importante en cada una de las etapas de mi formación académica.

A la facultad de

Ciencias Económicas Un agradecimiento especial a la Universidad Panamericana, por brindarme la oportunidad y el privilegio de culminar esta etapa de mi carrera en sus magnas aulas

Tabla de Contenido

	Página
Abstract	i
Introducción	ii
1. Metodología	
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Pregunta de investigación	2
1.3 Objetivos de investigación	2
1.3.1 Objetivo general	2
1.3.2 Objetivos específicos	2
1.4 Definir el tipo de investigación	3
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	5
1.8 Definición de los instrumentos de investigación	5
1.9 Recolección de datos	6
1.10 Procesamiento y análisis de datos	6
2. Resultados	
2.1 Presentación de resultados	7
3. Discusión y conclusiones	
3.1 Extrapolación	16
3.2 Hallazgos y análisis general	21
3.3 Conclusiones	23
4. Referencias	
4.1 Bibliográficas	25
5. Anexos	26

Lista de anexos

Anexo 1 Instrumento de investigación	27
Anexo 2 Fórmula finita para determinación de muestra	29
Anexo 3 Despeje de la fórmula para la obtención de la muestra	29
Anexo 4 Imagen del área geográfica del lugar de investigación e información cuantitativa proporcionada por la municipalidad de San Juan Chamelco, Alta Verapaz	30
Anexo 5 Imágenes de los sujetos de estudio respondiendo encuesta	31

Lista de gráficas

Gráfica 1	Rango de edad de los encuestados	7
Gráfica 2	Empresa que le brinda el servicio de telefonía móvil	8
Gráfica 3	Fuente de sus ingresos mensuales	9
Gráfica 4	Planes de pago para su dispositivo móvil	10
Gráfica 5	Gasto que realiza mensualmente en los servicios de telefonía	11
Gráfica 6	Factores que tomó en cuenta al elegir una compañía de telefonía móvil	12
Gráfica 7	Precio por minuto en las llamadas, mensajes de texto, redes sociales e internet	13
Gráfica 8	Beneficios que se obtiene por el servicio en la empresa de telefonía móvil	14
Gráfica 9	Problemas en el servicio que presta una empresa de telefonía móvil	15

Abstract

El objetivo de este trabajo, consistió en conocer el impacto de la publicidad de los oferentes de servicio de telefonía móvil en los usuarios de la zona dos del municipio de San Juan Chamelco, del departamento de Alta Verapaz.

En la investigación participaron las personas que residen o laboran en el sector y que cuenten con un teléfono móvil, ya que hoy en día existe una gran oferta de servicios en el mercado que ofrecen las distintas empresas que se dedican a este ramo, se tomaron como sujetos de estudio a los usuarios de las compañías Tigo, Claro y Movistar, como oferentes de servicio de telefonía móvil

Este artículo, se desarrolló bajo los lineamientos del método científico, el instrumento empleado para recabar datos, fue la encuesta, conformada por una serie de nueve preguntas, la cual se convirtió en la fuente de datos primarios para la culminación de la investigación.

Introducción

En Guatemala las empresas de telecomunicaciones móviles se han incursionado en los hogares y a miles y miles de personas, la telefonía móvil en el país ha tenido un crecimiento exponencial según datos de la Super Intendencia de Telecomunicaciones –SIT-; “con el auge de la tecnología y en un mundo globalizado las empresas siguen innovándose y tienen una fuerte competencia por ocupar un buen segmento del mercado guatemalteco, y ofrecen a las personas servicios de telefonía móvil que tengan un valor agregado y lograr tener la preferencia en el uso de los servicios de cualquiera de las tres empresas que operan en el mercado de las telecomunicaciones móviles”.

Los objetivos que se persiguen con la investigación son: conocer el impacto de la publicidad de los oferentes de servicio de telefonía móvil en los usuarios de la zona dos del municipio de San Juan Chamelco, Alta Verapaz, de igual forma determinar si el usuario conoce las distintas promociones y precios que le ofrece su operadora de servicios móviles y, analizar los factores que tomaron en cuenta los usuarios al momento de adquirir los servicios que prestan las empresas de telefonía móvil.

El desarrollo de la investigación se ha dividido en capítulos e información anexa, cuyo contenido abarca datos importantes que se describen de la manera siguiente: El Capítulo I, describe como las empresas que proveen el servicio de telefonía móvil compiten día con día para tener más usuarios en cada una de sus empresas, con el beneficio que se tiene con el auge en el mundo tecnológico y cómo las personas se inclinan hacia cierta empresa para hacer uso de los diversos servicios que tienen, y cómo las personas asignan en su presupuesto cierta cantidad de dinero de acuerdo a sus ingresos, para poder estar conectados en un mundo tecnológico; en este capítulo se plantea el problema, la pregunta de investigación y los objetivos de la investigación.

En El Capítulo II, se efectúa la presentación de resultados obtenidos en el campo de estudio, en la que se utilizó la herramienta tipo encuesta, reflejando importantes datos que se plasman los mismos mediante gráficas cuantitativas conteniendo los resultados e interpretación de resultados.

En definitiva se establecen conclusiones y recomendaciones, fundamentado según los datos obtenidos dentro de la investigación; se hace referencia a la bibliografía utilizada durante el proceso y se integra información anexa del modelo de la encuesta utilizada, imágenes que respaldan la labor de campo realizada y otros datos importantes que se utilizaron para obtener los resultados de la investigación.

Capítulo 1

Metodología

1.1 Planteamiento del problema

La empresa es el ente donde se crea riqueza, permite que se pongan en operación recursos organizacionales (humanos, materiales, financieros, técnicos) para transformar insumos en bienes o servicios terminados, con base en los objetivos fijados por la dirección general; interviene en diferentes grados y los motivos económicos, sociales y de servicio. (Rodríguez Valencia, 2010, p. 24).

En Guatemala dentro del sector comercial se encuentran las empresas de telefonías móviles, las cuales su giro comercial o actividad económica principal es la comunicación a través de los distintos dispositivos móviles; el crecimiento que han tenido en los últimos años han sido a pasos agigantados, promovidos por el auge de la tecnología y de la misma necesidad de estar interactuar y de comunicarse por motivos personales o laborales y el uso del internet que se ha vuelto parte importante en la vida de los consumidores para estar conectados en el mundo actual.

Cuando una persona consume, se altera la realidad económica y la acción de consumir repercute en la economía y la sociedad; a mayores ingresos, tienden a consumir más y el consumo se da de acuerdo a los diferentes deseos y necesidades existentes de una persona cuando adquiere un producto o servicio; además, las empresas van creando una necesidad en la población y es en este punto donde los ingresos varían o se ven afectados de acuerdo a la satisfacción de un deseo o una necesidad existente o generada por las empresas; el mercado de las comunicaciones y específicamente el de las telefonías móviles, se hace evidente que mantienen un crecimiento considerable en el mercado nacional y local, creando nuevas necesidades y expectativas de comunicación; es por ello que se aborda el tema de la economía del consumidor, afectada por la

preferencia de los servicios prestados por telefonías móviles, en usuarios de la zona 2 del municipio de San Juan Chamelco, Alta Verapaz.

1.2 Pregunta de investigación

¿Determina la publicidad de los oferentes de servicios de telefonía móvil, la preferencia de los usuarios de la zona dos del municipio de San Juan Chamelco, Alta Verapaz?

1.3 Objetivos de investigación

1.3.1 Objetivos generales

Determinar el impacto de la publicidad de los oferentes de servicios de telefonía móvil en los usuarios de la zona dos del municipio de San Juan Chamelco, Alta Verapaz, como herramienta para la búsqueda de estrategias de mercadeo.

1.3.2 Objetivos específicos

- Establecer si las personas conocen las distintas promociones y precios que les ofrecen sus operadoras de servicios móviles.
- Analizar los factores que tomaron en cuenta las personas al momento de adquirir los servicios que prestan las empresas de telefonía móvil.
- Identificar el impacto en la economía del consumidor y los precios en los servicios que prestan las empresas de telefonía móvil.
- Evaluar si los usuarios de las diferentes empresas de telefonía móvil satisfacen sus necesidades de comunicación basado en el precio que se debe de pagar por el servicio.
- Establecer el gasto mensual que emplean los usuarios de las empresas de telefonía móvil que operan en la zona dos del municipio de San Juan Chamelco, Alta Verapaz.

1.4 Definición del tipo de investigación

La investigación que se desea desarrollar en el artículo científico es de carácter descriptiva y tiene como propósito principal describir las características de objetos, personas, grupos, organizaciones o entornos; es decir, tratar de llevar a un escenario realista alguna situación que se desea investigar. Esta metodología pretende obtener información en el campo de estudio de manera independiente, concreta y realista, ya que se obtienen datos con mucha más precisión al tener un acercamiento más cercano con los sujetos de investigación, siendo los usuarios de las distintas empresas de telefonías móviles que operan en el mercado local.

1.4.1 Investigación descriptiva

La investigación descriptiva se ocupa de datos cuantitativos. Las prácticas cuantitativas están animadas por la necesidad de recolectar suficiente información de muchos miembros (200 o más) de la población definida, de modo que sea posible hacer inferencias precisas sobre los factores del mercado y los fenómenos que se investigan (Hair Jr., Robert P., & David J., 2010, p. 220).

La investigación descriptiva permite conocer datos medibles y más específicos que puedan aportar información relevante durante el proceso de investigación, además permite obtener datos y características muy puntuales de la población de estudio.

1.5 Sujetos de investigación

Los sujetos de estudio son los consumidores de los diferentes oferentes de servicio de telefonía móvil que utilizan el servicio móvil prepago; es decir, a través de las recargas electrónicas de las diferentes compañías que operan en el mercado nacional de servicios de Telecomunicaciones siendo estas Tigo, Claro y Movistar.

1.6 Alcance de la investigación

1.6.1 Temporal

Se determinó la temporalidad de la investigación por un período de seis meses, dando inicio en el mes de febrero y culminando el proceso durante el mes de agosto.

1.6.2 Geográfico

Se determinó como área de estudio, las personas que se encuentran localizadas en la zona dos del municipio de San Juan Chamelco, Alta Verapaz, y que utilizan los servicios que prestan las diferentes empresas de telefonía móvil.

1.7 Definición de la muestra

El muestreo a emplear será de tipo finita, por poseer ventajas importantes entre las que se pueden mencionar: que se puede tener el tamaño de la muestra, se obtiene mayor exactitud, permite obtener variables cualitativas y se tomarán como sujetos de estudio a los usuarios de las compañías Tigo, Claro y Movistar, como oferentes de servicio de telefonía móvil y que se encuentren económicamente activos en la zona dos del municipio de San Juan Chamelco, Alta Verapaz.

N= Total de la población

Z= Nivel de confianza

P= Probabilidad de éxito

q= Probabilidad de fracaso

E= Error de muestra.

En esta investigación se determinó un universo de 920, datos obtenidos en el Instituto Nacional de Estadística 2017, habiendo tomado como sujetos de estudio a las personas que habitan en la

zona 2 de San Juan Chamelco, Alta Verapaz; en virtud de ello, el universo no supera los 30,000 elementos por lo que se aplicará la fórmula finita la cual refleja el siguiente resultado:

El tamaño de la muestra de acuerdo a los datos mencionados con anterioridad corresponde a 106 personas.

1.7.1 Empleo de muestra finita

La muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe ser representativo de la población (Hernández Sampieri, 2016, p. 92).

La muestra finita consiste en la selección de una parte de los elementos de una población estadística, con el objetivo de sacar conclusiones de dicha población y en la investigación a realizar serán tomadas al azar como mínimo a ciento seis personas con características que se encuentren económicamente activas, que residan o que laboren dentro del área geográfica de estudio y que utilicen algún servicio de telefonía móvil de cualquier oferente en la zona dos del municipio de San Juan Chamelco, Alta Verapaz.

1.8 Definición de los instrumentos de investigación

En la etapa de recolección de datos, se usa un grupo de técnicas e instrumentos a través de los cuales podemos obtener y medir la información recopilada sobre un grupo de parámetros que queremos determinar, partiendo del diseño de la investigación, la muestra adecuada en concordancia con el problema científico a resolver y la hipótesis planteada, teniendo muy en cuenta las variables seleccionadas. (Martinez Carrasco, 2009, p. 41),

Para la presente investigación del artículo científico se utilizará la encuesta como técnica de recopilación de datos, se plantean una serie de nueve interrogantes cuyos resultados nos servirán para analizar y sacar las conclusiones necesarias que nos acerque a los objetivos de la investigación.

La encuesta es semejante a la entrevista pero escrita, donde a través de un conjunto de preguntas se pretende obtener una información sobre el mundo interior del encuestado o su percepción del fenómeno que se investiga, por lo que no puede ser obtenida por observación. (Hernandez Leon & Coello Gonzalez, 2006, p. 68)

A través de la encuesta como trabajo de campo, se recopila datos mediante un cuestionario basado en preguntas directas a los usuarios de las diferentes empresas de telefonía móvil siendo estas Tigo, Claro y Movistar y que se ven afectadas en su presupuesto mensual, por el precio en el servicio que prestan los diferentes oferentes.

1.9 Recopilación de datos

La recolección de datos comprende la actividad física de recabar en los sujetos identificados anteriormente, la información que nos servirá para determinar el impacto de la publicidad de los oferentes de servicio de telefonía móvil en los usuarios de la zona dos del municipio de San Juan Chamelco, Alta Verapaz.

1.10 Procesamiento y análisis de datos

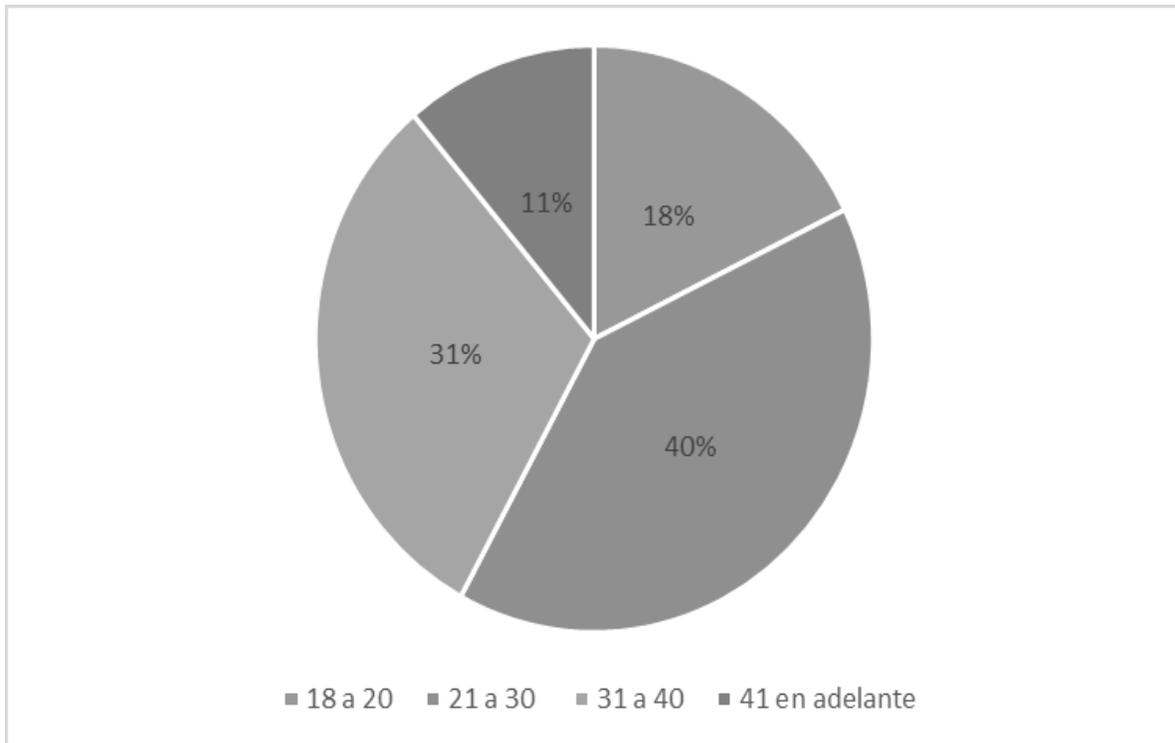
Mediante un análisis crítico de la información obtenida mediante el instrumento de investigación, se determinará la realización de cuadros estadísticos y su respectiva interpretación, como resultado de la misma y para formular las conclusiones pertinentes.

Capítulo 2

Análisis e interpretación de resultados

Gráfica No. 1

Marque el rango de edad en el que se encuentra

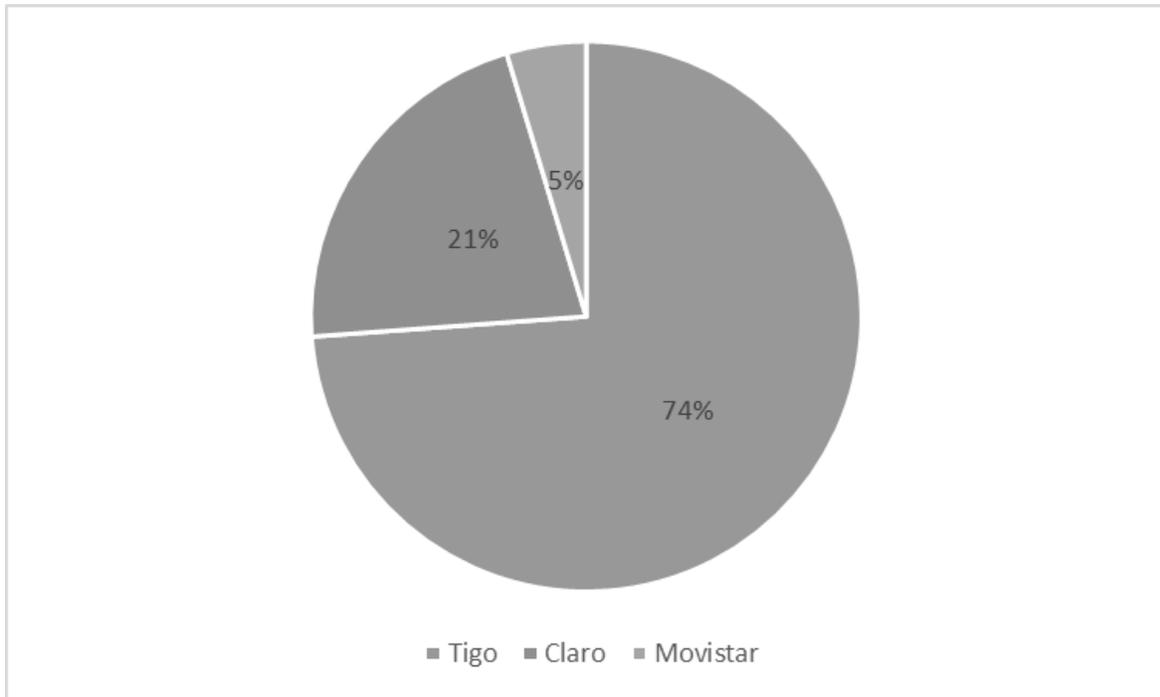


Fuente: Elaboración propia, año 2018

Los mayores usuarios de los diferentes servicios que prestan las empresas de telefonía móvil en sus diferentes servicios, se encuentran en un rango de 21 a 30 años de edad, luego se encuentran las personas en un rango de 31 a 40 años como mayores usuarios y en el tercer y cuarto lugar se encuentran los rangos con menores porcentajes siendo de 18 a 20 años y con el de menos porcentaje las personas que se encuentran en el rango de 41 años en adelante, son los jóvenes quienes más utilizan los servicios de las tres empresas de telecomunicaciones que operan en el país.

Gráfica No. 2

¿Qué empresa le brinda el servicio de telefonía móvil?

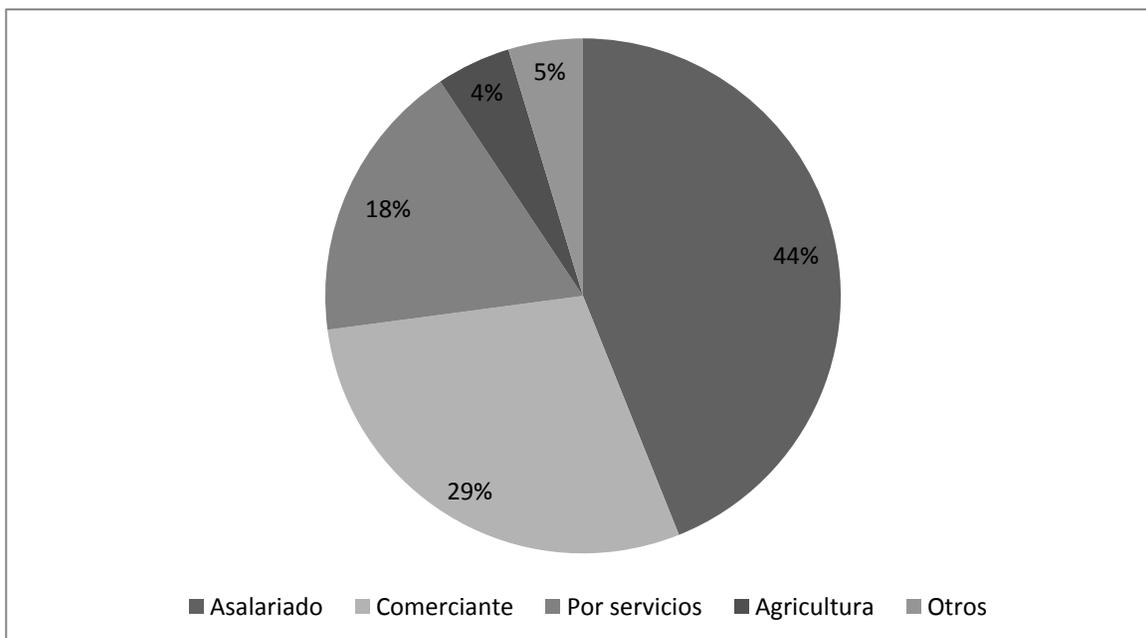


Fuente: Elaboración propia, año 2018

La empresa que cuenta con la mayor cantidad de usuarios y por lógica tiene la mayor demanda en la prestación de sus servicios de telefonía móvil dentro de los encuestados es la empresa Tigo, el segundo lugar lo ocupa Claro y en el último puesto quien tiene menor demanda dentro de los usuarios es la empresa Movistar.

Gráfica No. 3

Actualmente, ¿de dónde provienen sus ingresos mensuales?

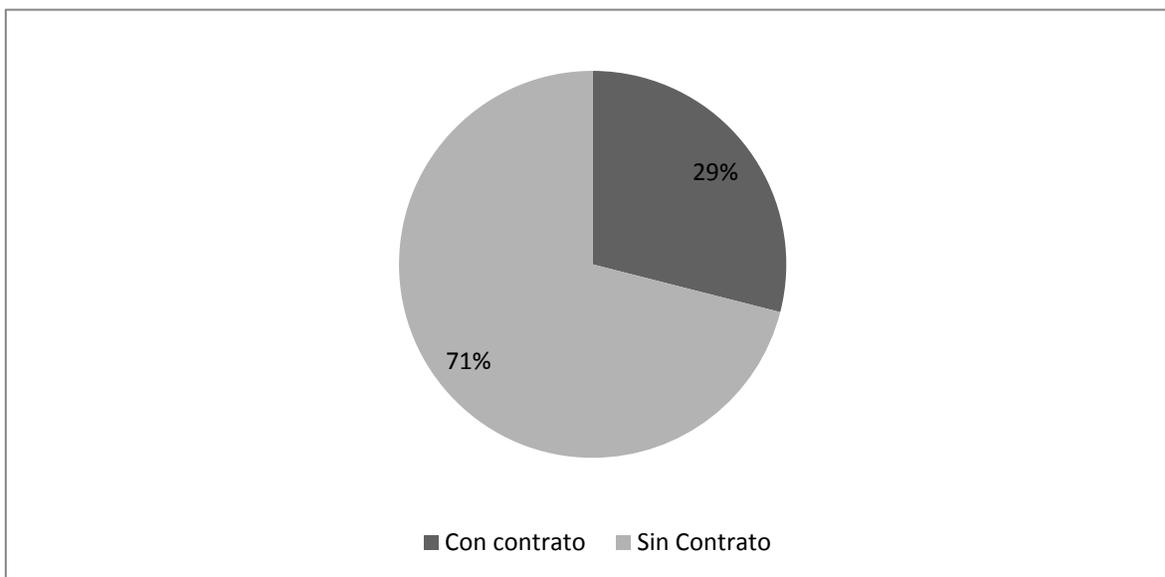


Fuente: Elaboración propia, año 2018

Los ingresos de los usuarios de las diferentes empresas de telefonía móvil provienen en su gran mayoría del sector asalariado es decir las personas que laboran en el sector público y en la iniciativa privada, en segundo lugar como principal fuente de ingresos dentro de los encuestados se encuentran los comerciantes, luego encontramos a los que laboran en el sector de servicios, en el antepenúltimo lugar se encuentran las personas que obtienen sus ingresos en el sector de la agricultura y por último encontramos la opción de otros como parte de los ingresos, y son los que provienen por manutención de los padres o cónyuges que forman parte de la investigación y además hacen uso de los servicios de las tres empresas de telecomunicaciones en el país.

Gráfica No. 4

¿Qué tipo de plan de pago utiliza para su dispositivo móvil?

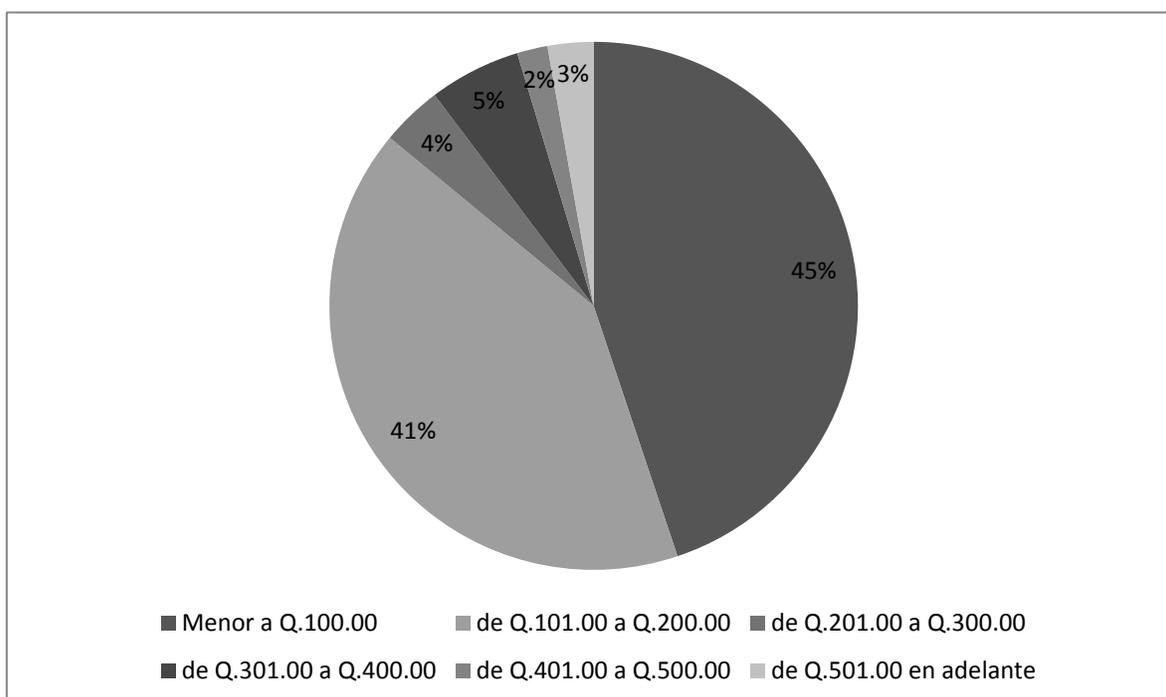


Fuente: Elaboración propia, año 2018

Las personas que utilizan los diferentes servicios de las diversas empresas de telefonía móvil prefieren hacer uso de estos servicios de comunicación sin estar atados a un contrato por cierto tiempo definido y prefieren evitar problemas legales por falta de pago, por lo que prefieren utilizar los servicios sin ningún tipo de convenios y en el momento que deseen dejar de utilizar el servicio no tengan inconveniente alguno en dejar de utilizarlo y que las empresas les brinden hasta tres meses para no ingresarle saldo a su número, mientras que en un porcentaje menor utilizan los servicios bajo ciertas condiciones de un contrato de servicios y que resulta ser de beneficio para este grupo de personas el estar conectados y comunicados en todo momento y establecen un rubro de gasto para este servicio de forma mensual esta situación se refleja en los asalariados y comerciantes que tienen la capacidad de adquirir este servicio bajo las condiciones especificadas.

Gráfica No. 5

¿Cuánto es el gasto que realiza mensualmente en los diferentes servicios que su empresa de telefonía le ofrece?

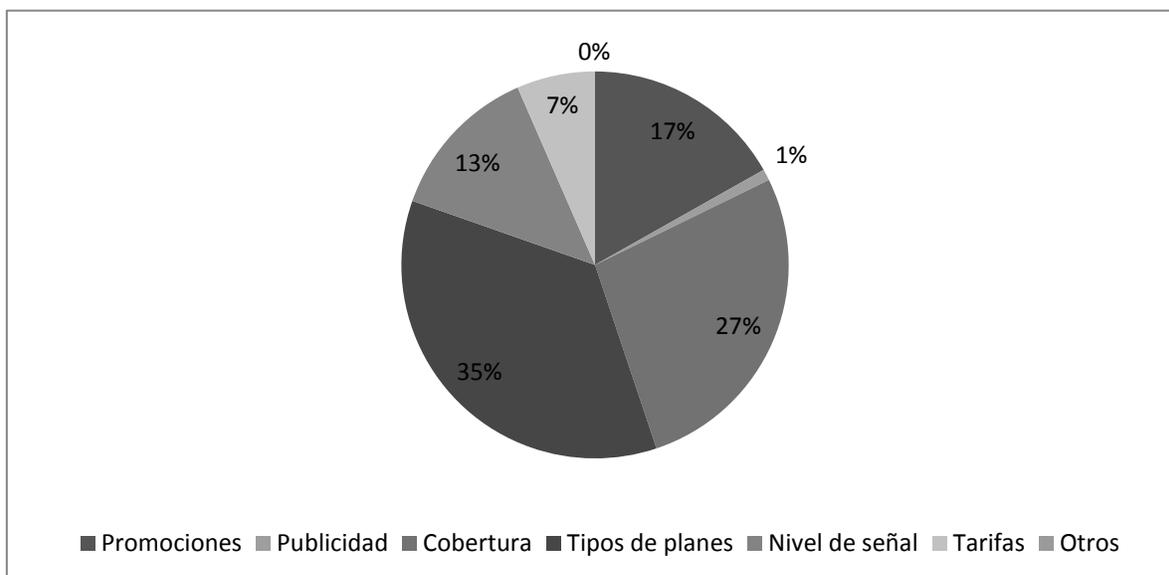


Fuente: Elaboración propia, año 2018

La mayor parte de los usuarios realizan un consumo mensual en el servicio de telefonía móvil menor a Q.100.00, puesto que se acomoda a sus necesidades y es la capacidad que ellos tienen de adquisición del servicio, luego tenemos a las personas que deben tener dentro de su presupuesto mensual destinado a telefonía la cantidad entre Q.101.00 a Q.200.00; estos son los dos rangos de mayor consumo en los servicios de telefonía móvil en este rango encontramos a los agricultores, comerciantes y de servicios y luego otro porcentaje en menor cantidad gasta en este rubro entre Q.301.00 a Q.400.00, en el último lugar tenemos gastos de Q.401.00 en adelante.

Gráfica No. 6

¿Qué factores tomó en cuenta al momento de elegir una compañía de telefonía móvil?

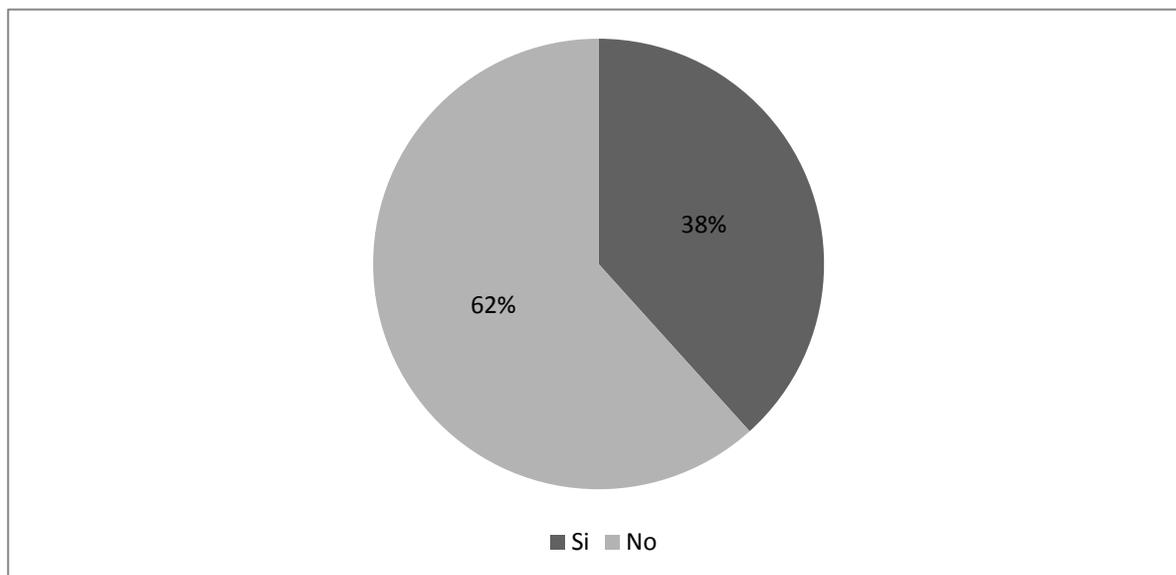


Fuente: Elaboración propia, año 2018

Al momento que una persona decidió utilizar los servicios que presta su empresa de telefonía móvil, analizó distintos aspectos que reúnen las condiciones necesarias de comunicación y en precios del servicio, los factores que analizó fueron principalmente de los diferentes planes y que se adecúen a sus necesidades, luego a la cobertura que ésta presta a los diferentes usuarios y que pueda tener comunicación en cualquier lugar y en todo momento; en una decisión intermedia se puede verificar otros aspectos como las promociones y el nivel de señal, y otros factores de menor peso son las tarifas y la publicidad que tienen las empresas para el convencimiento a las personas al momento de utilizar sus servicios.

Gráfica No. 7

¿Conoce el precio por minuto en las llamadas, mensajes de texto, redes sociales e internet que realiza a través de la empresa que le brinda el servicio de telefonía móvil?

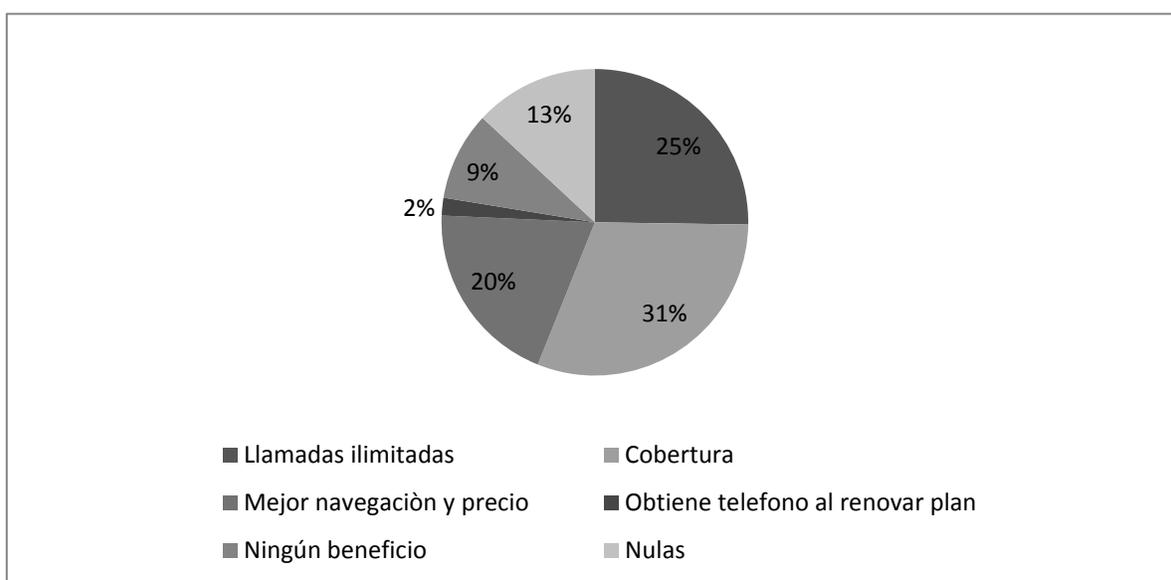


Fuente: Elaboración propia, año 2018

Las personas que utilizan los servicios que prestan las diferentes empresas de telefonía móvil en su gran mayoría desconocen los precios por cada servicio que estas empresas prestan en el mercado de las telecomunicaciones y ven otros aspectos de mayor relevancia, y por cuestiones de necesidad y de ciertos beneficios ellos se inclinan a ciertas empresas y no se interesan muchas veces en conocer los precios, y otro porcentaje indicó conocer estas tarifas en los servicios, cabe resaltar que las empresas no dan a conocer sus precios de llamadas, se enfocan en los diferentes planes que ya tienen establecido cierta cantidad de beneficios a un precio definido.

Gráfica No. 8

¿Qué tipo de beneficio obtiene o ha obtenido por el uso del servicio en la empresa de telefonía móvil de su preferencia?

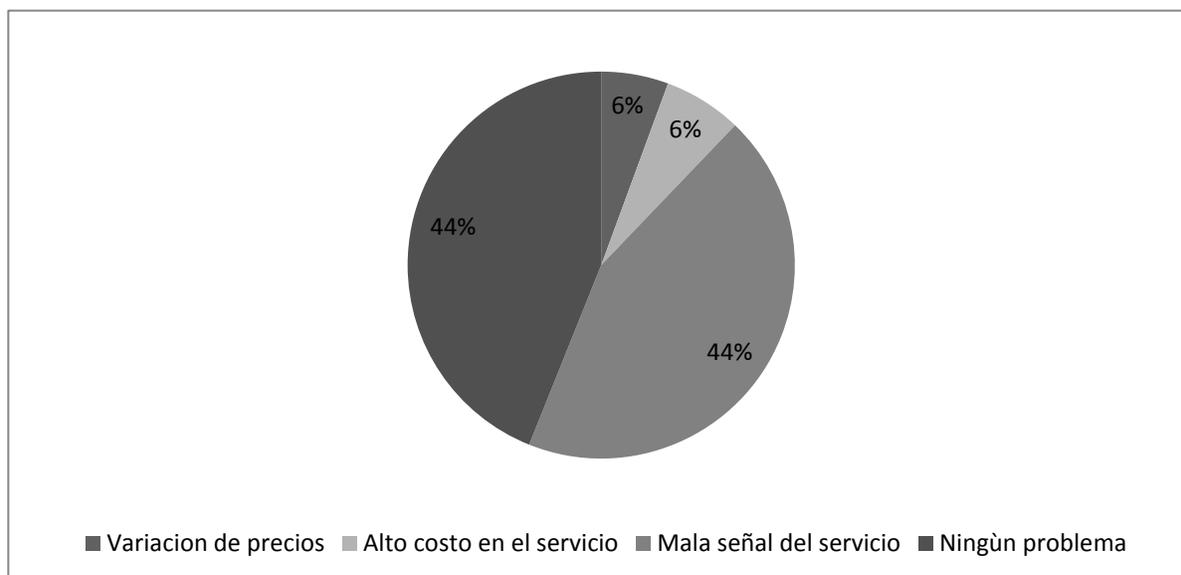


Fuente: Elaboración propia, año 2018

Según la información obtenida acerca de los beneficios que las personas obtienen al utilizar los servicios que le presta su empresa de telefonía móvil, el primer factor que resalta es el de la cobertura, como principal beneficio de estar comunicado en cualquier parte de la república de Guatemala principalmente por aspectos laborales; posteriormente obtienen lo que son las llamadas ilimitadas en diferentes planes que se tiene en el mercado en el que cada empresa varia en minutos de las llamadas ilimitadas, luego tenemos el beneficio de tener una buena navegación a un buen precio y otro porcentaje indicó que no obtiene ningún beneficio.

Gráfica No. 9

¿Qué tipo de problemas ha encontrado en el servicio que le presta su empresa de telefonía móvil?



Fuente: Elaboración propia, año 2018

Dentro de los principales problemas que las personas han encontrado al utilizar los servicios de telefonía móvil resaltan 3 factores, siendo estos: la variación de precios sin ningún tipo de aviso previo y que afectan la economía del consumidor, y el segundo problema resalta la mala señal del servicio y en ocasiones se tiene este problema cuando existe alguna emergencia de comunicación concerniente a lo laboral, familiar y otros factores como alto costo en el servicio, y la mayor parte de los consumidores en las diferentes empresas indicaron no tener ningún problema con el servicio y que se encuentran satisfechos con el servicio que les brindan.

Capítulo 3

Discusión

3.1 Extrapolación

Para la presente investigación se requiere el criterio de los usuarios de las distintas empresas de telefonías móviles, para obtener y conocer los datos que en este espacio se desarrolla y se necesitan para conocer si la publicidad de los oferentes de servicios de telefonía móvil determina la preferencia de los usuarios de la zona dos del municipio de San Juan Chamelco, Alta Verapaz, ya que en la actualidad existen tres empresas que operan en Guatemala siendo estas Tigo, Claro y Movistar.

Estas empresas se mantienen en una constante innovación de sus servicios, con la finalidad de tener una buena participación en el mercado y lograr de acuerdo a sus estrategias, que las personas se inclinen por su empresa favorita de acuerdo a las necesidades del consumidor y además a los beneficios que la empresa le pueda ofrecer al consumidor, el método científico lógico extrapolar consiste en la suposición que desde lo que se aporta en la investigación se puede predecir el comportamiento de una situación real.

Con la llegada del siglo XXI ha traído consigo una nueva forma de comunicación personal y grupal para la sociedad, dejando en el pasado las primeras formas de comunicación que fueron a través de cartas, telegramas, fax entre otros, la telefonía móvil llegó a la vida de muchas familias, y se ha convertido en una herramienta o un medio indispensable para los usuarios que utilizan este servicio ya que les permite comunicarse de forma inmediata a cualquier parte del mundo.

Con anterioridad, disponer de algún teléfono, era un lujo, el cual muy pocos contaban con la capacidad de adquisición por el costo del mismo, solo unos cuantos tenían la dicha de tener uno en casa. Con el paso de los años, los avances de la tecnología, este dispositivo pasó de ser un lujo a ser un medio para cubrir una necesidad, casi no existe un hogar en la república de Guatemala en que falte un dispositivo móvil o residencial; es innegable que el proceso iniciado con la privatización de la empresa estatal de teléfonos facilitó de gran forma el acceso a esa forma de comunicación.

En la actualidad es muy difícil ver a alguien que no disponga de este dispositivo, se ha observado el uso del teléfono y de los diferentes servicios que estas empresas ofrecen en hogares y de diferente clase social y hasta en lugares en donde quizás en ningún momento se pensó que llegaría la señal de comunicación móvil, Pero no muy tarde, después que llegarían inversionistas extranjeras al país y a centrarse en el proyecto telefónico y poder expandirse a todo el país, es una clara evidencia también que las empresas se han esforzado y han invertido para poder llegar a cada uno de los hogares guatemaltecos y apoderarse de todo nicho de mercado que aun pueda estar disponible.

Desde su llegada al mercado y la accesibilidad del servicio de telefonía móvil, ha aumentado con el paso de los años ya que la gran mayoría de la población cuenta con un teléfono móvil y día a día la demanda va en aumento, como referencia de ello existen más teléfonos inteligentes en Guatemala que la misma población guatemalteca.

El servicio de telefonía móvil permite la comunicación en cualquier lugar dentro de una cobertura. Para lo cual se dispone de la utilización de la red de comunicación y de un dispositivo móvil. En la actualización las funciones de los servicios que estos prestan han aumentado desde llamadas de voz, mensajes de texto a una diversidad de redes sociales que son la novedad del momento, además aplicaciones para una variedad de usos.

Dado que el uso del teléfono móvil se ha convertido en algo básico para las personas y su uso de forma diaria dentro de la sociedad, se ha vuelto indispensable y como un medio de comunicación

eficaz y eficiente en las personas, se vuelve necesario tomarlo en cuenta como parte de sus gastos de consumo de forma mensual.

Las compañías de telefonía móvil siguen invirtiendo en nuevos servicios para ofrecerle a sus clientes y con ello las personas tienen más oferta de servicios y pueden evaluar los valores agregados que cada una de éstas ofrecen al mercado y luego los usuarios toman su decisión de acuerdo a los diferentes factores de conveniencia de elegir la empresa que le brindará el servicio de telefonía móvil, ya que unas ofrecen calidad de servicio, otras por su parte está el precio, cobertura, diferentes promociones entre otras.

El servicio de la telefonía móvil desde su llegada hasta hoy en día ha sufrido varios y nuevos cambios, la telefonía móvil vino a facilitar la vida de las personas en un mundo cambiante tecnológicamente. La telefonía móvil sufre cambios que se han ido adaptando a las necesidades a las personas siendo a que estas sean accesibles y que sea optados por cualquier persona que pertenezca a un estatus social.

Las grandes compañías de telefonías móviles, en Guatemala compiten gradualmente por cubrir y acaparar gran parte del mercado nacional. Siendo así que estas empresas se entrelazan entre sí para llevar a cabo el servicio móvil.

Durante varios años, el tema del monopolio en la telefonía nacional fue un problema que generó grandes debates y críticas. Contar con una línea de teléfono era prácticamente un privilegio; un reducido número de familias tenían acceso a ese servicio; incluso en los inicios de los años noventa, cuando en otras latitudes ya sorprendían las modernas manifestaciones de teléfonos móviles, en Guatemala el problema del monopolio de la telefonía estatal persistía; no fue sino hasta mediados de esa década cuando la privatización (criticada por muchos sectores) permitió que se estableciera cierta competencia, con la aparición en el mercado de la empresa Telgua que sustituyó a la nacional Guatel, época que coincide con la llegada de la empresa llamada Comcel, cuyo principal producto era el teléfono celular; desde entonces, hemos sido testigos de innumerables cambios en la forma en la que los guatemaltecos podemos comunicarnos

En cuanto a la preferencia de los consumidores se inclina hacia la adquisición del plan prepago, por el hecho de que las personas piensan que así se pueden controlar de mejor manera su economía y como segundo factor el hecho que se cree que es más barato, debido a los incentivos que se dan con las promociones y la flexibilidad que ofrece esta modalidad a sus consumidores. En el mercado guatemalteco de telefonía móvil actual presenta un oligopolio conformado por tres empresas principales: Claro, Telefónica y Tigo.

En la actualidad la globalización permite que pequeñas y medianas empresas ingresen a los mercados mundiales, mediante los procesos de comercialización, venta y distribución. En este aspecto, la telefonía celular como un pilar importante dentro de las comunicaciones en un mundo globalizado, facilita la intercomunicación y el intercambio, además que incentiva los avances tecnológicos; en el ámbito cultural permite que los usuarios intercambien formas de vida de culturas distintas mediante el uso de Internet que poseen algunos celulares de última moda.

Hoy en día, el usuario se encuentra en un mercado creciente en el cual cada día tiene más información a su alcance, así como la disponibilidad de una diversidad de precios y facilidades para poder adquirir un teléfono celular, además de diferentes formas de pago por el tiempo de aire a utilizar, como con las tarjetas prepago de valores que van desde los cinco quetzales hasta montos elevados o por medio de una cuenta de crédito de facturación mensual.

Al igual que en los mercados mundiales, las empresas operadoras de telefonía celular en Guatemala, han basado su crecimiento, enfocándose en estrategias para aumentar sus ingresos por medio de los servicios adicionales que ponen al alcance de sus clientes, con una diversidad de opciones a utilizar por medio de la telefonía móvil celular, los cuales pueden ofrecer bajo su misma plataforma de operación, lo que a su vez minimiza sus costos y aumenta sus ingresos por usuario.

Además los operadores pueden incrementar los servicios a los usuarios existentes, sin requerir una inversión adicional en cambiar el teléfono celular, lo cual va de la mano con la tendencia mundial de unificar los servicios que se pueden prestar en un solo aparato, convirtiéndolo en una herramienta de comunicación con aplicaciones para descargar tonos de timbres, fotos, videos, correos electrónicos y otra diversidad de usos que el usuario quiera pagar como servicios adicionales.

Esta reacción de la industria de las telecomunicaciones ha contribuido para que la penetración móvil en el país de Guatemala sea alta y por cada habitante tenga en su poder un celular, las telecomunicaciones han facilitado el estar comunicado con familiares, amigos o compañeros de trabajo.

Las campañas publicitarias más fuertes de Guatemala, se han centralizado en el cambio de un celular básico a un teléfono inteligente, su objetivo principal es lograr la penetración máxima en el mercado Guatemalteco y descongestionar la red dos y tres G y lograr un cambio a una red más amplia y veloz en este caso sería cuatro G, esto sucederá por medio del cambio de los celulares básicos mediante las promociones que ofrecen las telefonías para adquirir teléfonos inteligentes, publicidad de medios, anuncios de radio, anuncios en canales de televisión nacionales, vallas publicitarias y medios escritos.

El cambio de un teléfono celular básico a uno inteligente se motiva gracias a las nuevas tecnologías y tendencias que se tienen en esta industria de telefonía móvil y las diferentes compañías que ofrecen diferentes tipos de características en cada teléfono móvil. El comportamiento de un consumidor es diferente, gracias a sus necesidades básicas, el mismo se ha desarrolla en el campo psicológico que lo componen los siguientes factores: la motivación, la percepción, el aprendizaje, la personalidad y las actitudes; además de la experiencia que se genera con la compra.

3.2 Hallazgos y análisis general

El servicio de telefonía móvil permite la comunicación en cualquier lugar dentro de una cobertura, para lo cual se dispone de la utilización de la red de comunicación y de un dispositivo móvil.

En la actualidad las funciones de los servicios que éstos prestan, han aumentado desde llamadas de voz, mensajes de texto a una diversidad de redes sociales que son la novedad del momento, además aplicaciones para una variedad de usos.

A pesar de que la telefonía celular fue inventada con el único objetivo para ser utilizada para la voz, la tecnología celular de hoy en día es capaz de brindar otro tipo de servicios, como datos, mensajes de texto, audio, cámara, internet, video con algunas limitaciones. No obstante la telefonía inalámbrica del mañana por sus aplicaciones requerirá mayor consumo de ancho de banda como el que se utilizan en otros países desarrollados.

En el mercado guatemalteco los servicios de telefonía móvil se prestan en planes de pago que difieren de acuerdo al precio del equipo y el consumo que se tiene para éste. Las preferencias de los consumidores se inclinan hacia la adquisición de un plan de pago y la cobertura que se les brinda. El mercado guatemalteco de telefonía móvil actual presenta un oligopolio conformado por tres empresas principales: Tigo, Claro y Movistar.

Tigo es la compañía más utilizada por los usuarios de la zona 2 del Municipio de San Juan Chamelco, Alta Verapaz, la cual por la cobertura que tiene, es utilizada en una mayor parte del país; Claro es la empresa que le sigue en afluencia y utilización, dejando a Movistar como el menos utilizado por usuarios, pero para los cuales las promociones que éste les brinda, son buenas para poseer esta línea de telefonía.

Los diferentes medios de comunicación son muy utilizados para la difusión de las promociones que son brindados por las operadoras de servicios de telefonía móvil, los cuales son medios y

formas de apoderamiento de los usuarios que quieren hacer uso de los mismos. Las compañías telefónicas poseen sus propios medios de comunicación para divulgar o socializar las promociones que éstos ofrecen a los usuarios, estos medios son mensajes de texto o bien las redes sociales.

Los usuarios necesitan de los servicios que las operadoras de servicio de telefonía prestan, al pasar el tiempo las necesidades han ido cambiando conforme la actualidad, los gustos y el diferente catálogo de aplicaciones y servicios que ofrecen. Por lo cual las redes sociales ha aumentado de consumidores, pero no dejando atrás las llamadas de voz.

Los gastos que incurren en poseer un dispositivo móvil y hacer uso de los servicios son altos; sin embargo, una gran cantidad de consumidores realizan este gasto no importando lo elevado que pueda ser, para la adquisición de los servicios toman en cuenta los planes, cobertura, promociones y nivel de señal que tiene su compañía telefónica preferida.

3.3 Conclusiones

- La preferencia que tienen los usuarios hacia las empresas que les brindan el servicio de telefonía móvil, está determinada por la publicidad que estas realizan para dar a conocer cada uno de sus planes y promociones, y luego las personas de acuerdo a sus necesidades de comunicación optan por elegir cierta empresa que les provea de este servicio y que cumplan con las expectativas de comunicación.
- Los usuarios conocen de los beneficios y de las distintas promociones que las empresas ofrecen al mercado, pero desconocen los precios que estas cobran por el uso de los distintos servicios de comunicación y por cuestiones laborales, personales o de emergencia hacen uso de estos servicios y descuidan este factor importante que les afecta en su presupuesto mensual, aunque las personas ya tienen destinado para este rubro en su presupuesto mensual cierta cantidad que les permita estar conectados a través de las distintas redes sociales.
- Los factores que tomaron en cuenta los usuarios al momento de adquirir los servicios que prestan las empresas de telefonía móvil fueron principalmente la cobertura, el nivel de señal para estar siempre comunicados tanto con sus familiares, de igual manera la exigencia laboral así lo requiere, es importante resaltar los diferentes planes que éstas ofrecen para sus clientes.
- Con el auge de la tecnología y de las redes sociales, cada día las personas tienen la necesidad o simplemente el deseo de estar comunicados, eso conlleva a tener un impacto en su economía ya que ahora tienen asignado a su presupuesto mensual una cantidad que les permita costear este gasto aunque deban de realizar algún ajuste a otro rubro dentro de sus egresos mensuales.
- Los usuarios consideran que están satisfechos con el servicio que les presta su empresa de telefonía móvil; por supuesto que existe otro número que lamentablemente no le agrada el servicio principalmente por la falta de señal, lo que les provoca atrasos en ciertas actividades

laborales o para cubrir algún tema de emergencia y señal por la falta de cobertura en el servicio.

- De forma mensual los usuarios realizan un consumo en el servicio de telefonía móvil que se encuentran en los rangos desde Q.100.00, luego encontramos en la media gastos de Q.200.00 y otro porcentaje se encuentran en el rango de los Q.300.00, cada una de las personas acomodan dicho rubro de gasto de acuerdo a sus necesidades y a la capacidad de adquisición del servicio.

Referencias

- Hair Jr., J., Robert P., B., & David J., O. (2010). *Investigación de mercados en un ambiente de información digital*. México, D.F.: Mc Graw Hill.
- Hernandez Leon, R., & Coello Gonzalez, S. (2006). *El proceso de investigación científica*. La Habana: Editorial Universitaria.
- Hernández Sampieri, R. (2016). *Metodología de la Investigación*. Distrito Federal, México: Mc Graw Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Jauregui, L. B. (1999). *El proyecto de investigación, guía para su elaboración*. Caracas: Epiciones.
- Martinez Carrasco, R. (2009). *Investigación Comercial*. Madrid, España: Editorial Tébar Flores.
- Ortiz, G. A. (2008). *Microeconomía, análisis económico*. Guatemala: Gremial editores de Guatemala.
- Rodriguez Valencia, J. (2010). *Administración de pequeñas y medianas empresas*. México: Cengage Learning.
- Salvatore, D. (2009). *Microeconomía*. Mexico: Offset Santiago S.A.
- Samuelson, P., & Nordhaus, W. D. (2010). *Economía con aplicaciones a Latinoamérica*. Mexico, D.F: Edamsa Impresiones S.A.

Anexos

Anexo 1

UNIVERSIDAD PANAMERICANA
Facultad Ciencias Económicas
Licenciatura en Administración de Empresas



A continuación, se le presenta una serie de interrogantes, las cuales solicitamos su colaboración para responder de manera objetiva y que nos ayude a identificar cómo afecta económicamente en su presupuesto mensual a las personas en la preferencia de servicios prestados por una empresa de telefonía móvil, por su colaboración muy agradecidos.

1. Marque el rango de edad en el que se encuentra.

18 a 20		21 a 30		31 a 40		41 en adelante	
---------	--	---------	--	---------	--	----------------	--

2. ¿Qué empresa le brinda el servicio de telefonía móvil?

Tigo		Claro		Movistar		Ninguna	
------	--	-------	--	----------	--	---------	--

3. Actualmente, ¿de dónde provienen sus ingresos mensuales?:

Asalariado		Comerciante	
Por Servicios		Agricultura	
Otros			

4. ¿Qué tipo de plan de pago utiliza para su dispositivo móvil?

Con Contrato		Sin Contrato	
--------------	--	--------------	--

5. ¿Cuánto es el gasto que realiza mensualmente en los diferentes servicios que su empresa de telefonía le ofrece?

Menor a Q.100.00		de Q.101.00 a Q.200.00		de Q.201.00 a Q.300.00
de Q.301.00 a Q.400.00		de Q.401.00 a Q.500.00		de Q.501.00 en adelante

6. ¿Qué factores tomó en cuenta al momento de elegir una compañía de telefonía móvil?

Promociones		Publicidad		Cobertura	
Tipos de planes		Nivel de señal		Tarifas	
Otros					

7. ¿Conoce el precio por minuto en las llamadas, mensajes de texto, redes sociales e internet que realiza a través de la empresa que le brinda el servicio de telefonía móvil?

Si		No	
----	--	----	--

8. ¿Qué tipo de beneficio obtiene o ha obtenido por el uso del servicio en la empresa que de telefonía móvil de su preferencia?

9. ¿Qué tipo de problemas ha encontrado en el servicio que le presta su empresa de telefonía móvil?

¡Muchas gracias!

Anexo 2

$$n = \frac{N z^2 \cdot p \cdot q}{(N-1) \cdot e^2 + z^2 \cdot p \cdot q}$$

N= Total de la población	922	
Z= Nivel de confianza	92%	1.75
P= Probabilidad de éxito	0.5	
q= Probabilidad de fracaso	0.5	
E= Error de muestra	8%	

Anexo 3

$$N = \frac{922(1.75)^2 0.5 * 0.5}{(922-1)(0.08)^2 + (1.75)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$N = \frac{922(3.0625) * 0.5 * 0.5}{921(0.0064) + (3.0625) * 0.25}$$

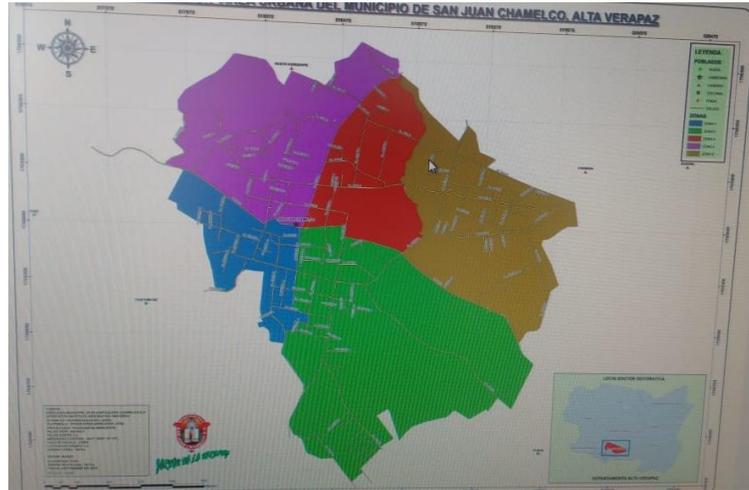
$$N = \frac{2823.625 * 0.25}{(5.8944) + (0.7656625)}$$

$$N = \frac{705.90625}{6.660025}$$

$$N = \boxed{105.9915316} \Rightarrow \boxed{106}$$

Anexo 4

Imagen del área geográfica del lugar de investigación



Información proporcionada por la Municipalidad de San Juan Chamelco, Alta Verapaz

LISTADO E INFORMACIÓN BÁSICA DE LUGARES POBLADOS DEL MUNICIPIO DE:												San Juan Chamelco, A.V.			AÑO 2017							
No.	Código	Nombre	Categoría (a)	Coordenadas geográficas		Distancia (b)	Tipo de Acceso (c)	Puesto Salud		Escuela		COCODE		Agua		Luz		Drenaje		No. Habitantes aprox.		
								Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Hom.	Muj.	Total
REGION CENTRA URBANO																						
1	1610	Chichun	Barrio	518250.21	1706170.07	0.5 Kms	Terraceria	No	No	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	351	354	705
2	1610	Chimuc	Barrio	518724.07	1706038.48	1 Kms.	Terraceria	No	No	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	246	249	495
3	1610	Chitubtu	Barrio	518824.08	1705459.4	0.5 Kms	Pavimentado	No	No	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	460	462	922
4	1610	Concepcion	Barrio	519522.03	1704951.99	1 Kms	Terraceria	No	No	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	225	228	453
5	1610	El Calvario	Barrio	518346.65	1705396.68	0.3 Kms.	Pavimentado	No	No	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	288	289	578
6	1610	La Esperanza	Barrio	517936.63	1705537.51	0.3 Kms.	Terraceria	No	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	394	396	790
7	1610	Nueva Concepcion	Barrio	519618.45	1704320.37	1 kms.	Pavimentado	No	No	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	No	Si	Si	234	236	470
8	1610	Resurreccion	Barrio	517965.14	1705731.97	0.2 kms.	Pavimentado	C/S	No	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	169	168	337
9	1610	San Agustin	Barrio	518594.57	1706320.98	1 kms.	Pavimentado	No	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	497	497	994
10	1610	San Juan	Barrio	518159.59	1705384.31	0.2 Kms.	Pavimentado	No	No	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	212	208	420
11	1610	San Luis	Barrio	519902.9	1705917.45	1 kms.	Pavimentado	No	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	893	892	1785
12	1610	Santa Ana	Barrio	518463.45	1705203.07	0.5 kms.	Pavimentado	No	No	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	381	380	761
13	1610	Santa Ana Oriental	Barrio	518553.37	1704574.96	1 kms.	Pavimentado	No	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	No	Si	Si	232	234	466
14	1610	Santa Catalina	Barrio	518109.92	1705769.28	0.3 Kms.	Pavimentado	No	No	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	327	325	652
15	1610	Santa Elena	Barrio	518675.75	1705348.62	0.5 kms.	Terraceria	No	No	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	356	355	711
16	1610	Santo Domingo	Barrio	518349.33	1705745.56	0.3 Kms.	Pavimentado	No	No	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	703	702	1405

Anexo 5

