

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS  
CARRERA DE ECONOMÍA



**CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA DEL  
SERVICIO DE TELEVISIÓN POR CABLE EN EL  
MUNICIPIO DE TARIJA DE LA PROVINCIA  
CERCADO DEL DEPARTAMENTO DE TARIJA**

POSTULANTE  
SILVIA GALARZA ECHAZÚ

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DE TALLER DE GRADO II, PRESENTADO A  
CONSIDERACIÓN DE LA CARRERA DE ECONOMÍA EN LA UNIVERSIDAD  
AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO” COMO REQUISITO PARA  
OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE LICENCIATURA EN ECONOMÍA

DICIEMBRE DE 2013

TARIJA-BOLIVIA

**Lic. Tomás Gordillo F.**

**DOCENTE GUÍA**

**Lic. José Berdeja T.**

**DECANO a.i**

**Lic. Waldo Gumiel V.**

**VICEDECANO a.i**

**TRIBUNAL 1**

**TRIBUNAL 2**

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a mis padres que con su amor y apoyo me ayudan a seguir cada día hacia adelante y a mi “abue” mi Luz.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios, Fuente de conocimiento y sabiduría.

Un agradecimiento a todos mis docentes.

Al Lic. Msc.Pablo Camacho Badani por el apoyo y orientación en este trabajo.

## **CITA**

*"El futuro tiene muchos nombres. Para los débiles es lo inalcanzable. Para los temerosos, lo desconocido. Para los valientes es la oportunidad."*

**“Victor Hugo”**

## INDICE

### I. INTRODUCCION

<b>1.1</b>	<b>Introducción.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2</b>	<b>Planteamiento del problema.....</b>	<b>2</b>
<b>1.3</b>	<b>Objetivos.....</b>	<b>2</b>
1.3.1	Objetivo general.....	2
1.3.2	Objetivos específicos.....	2
<b>1.4</b>	<b>Hipótesis.....</b>	<b>3</b>
<b>1.5</b>	<b>Metodología de la investigación.....</b>	<b>3</b>
1.5.1	Método Científico.....	3
1.5.2	Método Inductivo.....	4
1.5.3	Método Deductivo.....	4
1.5.3.1	Inferencia.....	4
1.5.4	Método estadístico.....	5

### II. MARCO TEORICO

<b>2.1</b>	<b>Demanda.....</b>	<b>7</b>
2.1.1	Teoría de la demanda.....	7
2.1.2	Los determinantes de la demanda.....	8
2.1.2.1	Las rentas.....	8
2.1.2.2	Los gustos y preferencias.....	9
2.1.2.3	Precio de los sustitutos complementarios.....	10
2.1.2.4	Las expectativas.....	11
2.1.2.5	La población.....	11
<b>2.2</b>	<b>La función de la demanda.....</b>	<b>12</b>
2.2.1	Elasticidad precio de la demanda.....	12
2.2.1.1	Principales factores que pueden influir en la elasticidad precio de la demanda...	14
<b>2.3</b>	<b>Proyección de demanda futura de un bien.....</b>	<b>14</b>
2.3.1	Modelos de proyección de la demanda.....	15
2.3.1.1	Métodos subjetivos.....	15
2.3.1.2	Métodos causales.....	16
2.3.1.3	Series de tiempo.....	17
<b>2.4</b>	<b>Marco estadístico.....</b>	<b>18</b>
2.4.1	Definición de población estadística.....	18
2.4.2	Muestra estadística.....	18
2.4.3	Tipos de muestreo.....	19
2.4.3.1	Muestreo probabilístico.....	19
2.4.3.1.1	Muestreo aleatorio simple.....	20
2.4.3.1.2	Muestreo aleatorio estratificado.....	21
2.4.3.1.3	Muestreo aleatorio sistemático.....	24
2.4.3.1.4	Muestreo aleatorio por conglomerados.....	27

2.4.3.2	Muestreo no probabilístico.....	30
2.4.3.2.1	Muestreo por juicio.....	33
2.4.3.2.2	Muestreo por conveniencia.....	35
2.4.3.2.3	Muestro por cuotas.....	38
2.4.3.2.4	Bola de nieve.....	40
2.4.4	Análisis factorial de correspondencias.....	..43

### III. MARCO METODOLOGICO

<b>3.1</b>	<b>Introducción.....</b>	<b>46</b>
<b>3.2</b>	<b>Población a estudiar.....</b>	<b>46</b>
<b>3.3</b>	<b>Unidad de muestreo primaria.....</b>	<b>46</b>
<b>3.4</b>	<b>Marco de muestreo.....</b>	<b>47</b>
<b>3.5</b>	<b>Descripción del levantamiento de información.....</b>	<b>47</b>
3.5.1	Métodos de recolección de información.....	47
3.5.2	Objetivo de la recolección de información de datos.....	47
3.5.3	Objetivo de la encuesta a los usuarios del servicio de televisión por cable en la Provincia cercado del departamento de Tarija.....	48
3.5.4	Definición de la población y muestra.....	48
3.5.5	Tipos de preguntas.....	50
<b>3.6</b>	<b>Variables a estudiar.....</b>	<b>50</b>

### IV. ANALISIS DE RESULTADOS

<b>4.1</b>	<b>Características de la población.....</b>	<b>56</b>
4.1.1	Distribución de la población según género.....	56
4.1.2	Distribución de la población según edad.....	57
4.1.3	Distribución de la población según situación ocupacional actual.....	58
4.1.4	Distribución de la población según nivel de ingresos.....	59
4.2	Características de la demande de televisión por cable.....	60
4.2.1	Empresas que brindan el servicio de televisión por cable.....	60
4.2.2	Distribución de los usuarios según empresa y género.....	61
4.2.3	Nivel de ingreso y empresa.....	64
4.2.4	Motivos o causas por las cuales los usuarios deciden escoger la empresa a la hora de emplear los servicios de las empresas encargadas del servicio de televisión por cable.....	65
4.2.5	Relación entre el nivel de ingreso y los motivos para escoger la empresa.....	67
4.2.6	Relación entre el nivel de ingreso y el tipo de servicio de televisión por cable....	68
4.2.7	Relación entre el nivel de ingreso y los diferentes tipos de uso asignado por los usuarios del servicio de televisión por cable.....	69
4.2.8	Precio que pagan normalmente los usuarios del servicio de televisión por cable...71	
4.2.9	Tiempo de uso del servicio.....	72

4.2.10	Relación entre el nivel de ingreso y el tiempo de uso del servicio de televisión por cable.....	74
4.2.11	Cambio de empresa.....	75
4.2.12	Motivos por los cuales los usuarios deciden cambiar de empresa.....	77
4.2.13	Opinión de los usuarios acerca de la calidad del servicio de televisión por cable...	79
4.2.14	Nivel de ingreso y opinión sobre la importancia del servicio de televisión por cable.....	80
4.2.15	Razones o motivos por los cuales los usuarios consideran importante el servicio de televisión por cable.....	80
4.2.16	Nivel de satisfacción.....	82
<b>V</b>	<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>84</b>
<b>VI</b>	<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>86</b>
<b>VII</b>	<b>ANEXOS.....</b>	<b>87</b>

## INDICE DE TABLAS Y GRAFICOS

### **TABLA N°1**

Distribución de la población según género..... 56

### **GRÁFICO N°1**

Distribución de la población según género..... 56

### **TABLA N°2**

Distribución de la población según edad.....57

### **GRAFICO N°2**

Distribución de la población según edad.....57

### **TABLA N°3**

Distribución de la población según situación ocupacional actual.....58

### **GRAFICO N°3**

Distribución de la población según situación ocupacional actual.....58

### **TABLA N° 4**

Nivel de ingreso mensual.....59

### **GRÁFICO N°4**

Nivel de ingreso mensual.....59

### **TABLA N°5**

Usuarios y empresa.....60

**GRAFICO N°5**

Usuarios y empresa.....61

**TABLA N°6**

Distribución de los usuarios según empresa y género.....61

**TABLA N°7**

Distribución porcentual del total de usuarios según empresa y género.....62

**GRAFICO N°6**

Distribución porcentual del total de usuarios según empresa y género.....62

**TABLA N°8**

Distribución porcentual según género del total de usuarios de cada empresa.....63

**GRAFICO N° 7**

Distribución porcentual según género en la empresa Multivisión..... 63

**GRAFICO N° 8**

Distribución porcentual según género en la empresa Cablenet.....63

**Tabla N°9**

Nivel de ingreso y empresa.....64

**TABLA N° 10**

Nivel de ingresos – Multivisión..... 64

**TABLA N°11**

Nivel de ingresos – Cablenet.....64

**TABLA N°12**

Motivos a la hora de elegir la empresa..... 65

**Tabla de correspondencias N°1.....66**

**GRAFICO N°9**

Relación entre la variable Semp y el motivo por el que eligió la empresa..... 66

**Tabla de correspondencias N°2.....67**

**GRAFICO N° 10**

Ingreso y motivo por el que eligió la empresa..... 68

**TABLA N°13**

Relación entre el nivel de ingreso y el tipo de servicio de los usuarios..... 69

**TABLA N°14**

Relación ente el nivel de ingreso y los diferentes tipos de uso asignado al servicio de televisión por cable.....70

**Tabla de correspondencias N°3.....70**

**GRÁFICO N°11**

Relación entre el nivel de ingreso y el tipo de uso del servicio.....71

**TABLA N° 15**

Precio que pagan los usuarios por el servicio de televisión por cable..... 72

**TABLA N°16**

Tiempo de uso del servicio.....73

**TABLA N°17**

Tiempo de uso del servicio (Usuarios-Multivisión)..... 73

**TABLA N°18**

Tiempo de uso del servicio (Usuarios-Cablenet)..... 73

**Tabla de correspondencias N°4.....74**

**GRAFICO N°12**

Relación entre el tiempo de uso del servicio y el ingreso..... 74

**TABLA N°19**

Constancia del total de usuarios con la empresa..... 75

**GRAFICO N°13**

Constancia con la empresa..... 75

**TABLA N°20**

Constancia con la empresa..... 76

**TABLA N°21**

Constancia con la empresa (Multivisión)..... 76

**TABLA N°22**

Constancia con la empresa (Cablenet)..... 76

**Tabla de correspondencias N°5.....77**

**GRAFICO N°13**

Motivos por el cambio de empresa.....78

**TABLA N° 23**

Opinión de los usuarios acerca de la importancia del servicio.....79

**GRAFICO N°14**

Opinión de los usuarios acerca de la importancia del servicio..... 79

**TABLA N°24**

Nivel de ingreso e importancia del servicio de televisión por cable..... 80

**Tabla de correspondencias N°6.....81**

**GRAFICO N°15**

Motivo por el que considera importante el servicio.....81

**TABLA N°25**

Nivel de satisfacción.....82

**Tabla de correspondencias N°7.....82**

**GRAFICO N°16**

Opinión de los usuarios acerca de la calidad del servicio..... 83