

**CAPÍTULO IV**

**Análisis de Resultados**

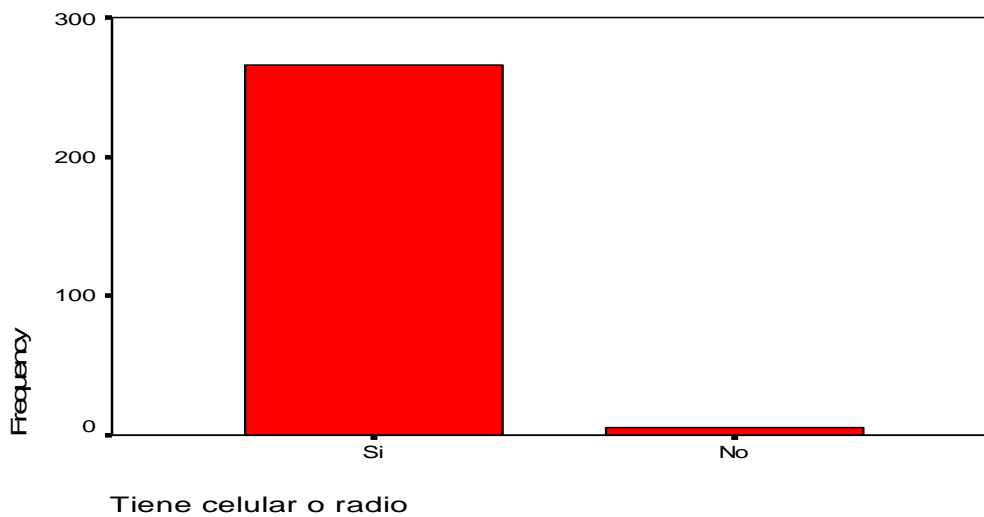
Se procederá a la presentación de los resultados obtenidos por medio de la encuesta realizada anteriormente, esto a modo de dar respuesta a los objetivos planteados en el capítulo 3 de este proyecto de tesis. Los resultados son presentados por medio de gráficas y tablas con el fin de simplificar la comprensión de los mismos.

**4.1 Identificación:**

Pregunta 1: ¿Tiene usted algún tipo de teléfono celular o radio?

**Tiene celular o radio**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Si	268	98.9	98.9	98.9
No	3	1.1	1.1	100.0
Total	271	100.0	100.0	

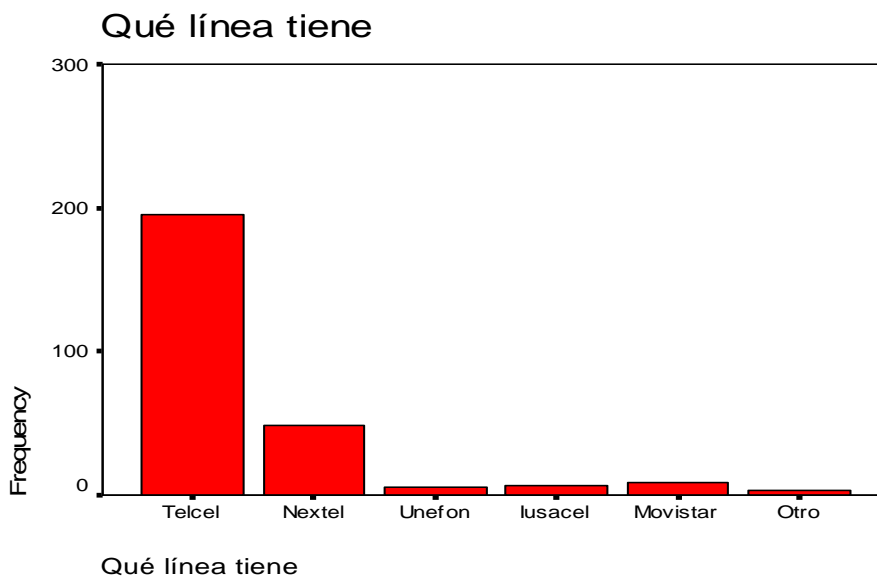


De los 271 encuestados, el 98.9% si cuenta con teléfono celular o radio. Lo cual indica que este servicio tiene presencia dentro de la muestra.

Pregunta 2: ¿Qué línea de telefonía celular o de radio tiene?

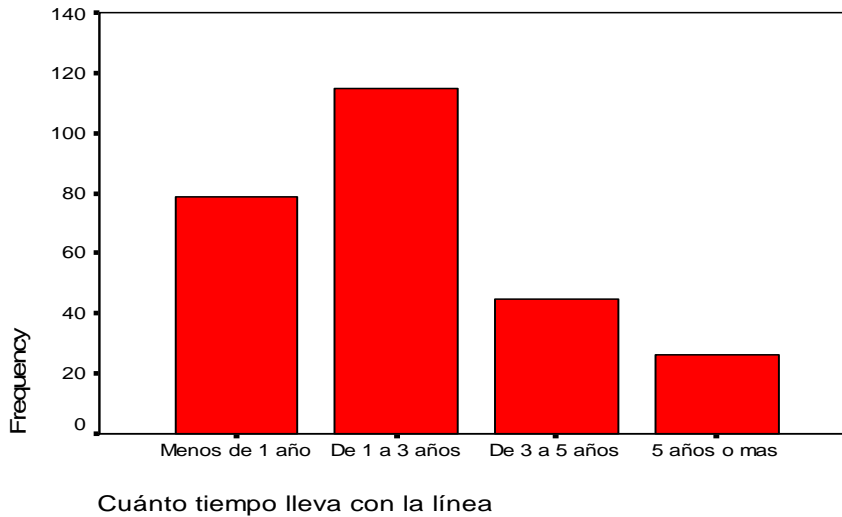
Qué línea tiene

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Telcel	195	72.0	72.8	72.8
	Nextel	49	18.1	18.3	91.0
	Unefon	5	1.8	1.9	92.9
	Iusacel	7	2.6	2.6	95.5
	Movistar	9	3.3	3.4	98.9
	Otro	3	1.1	1.1	100.0
	Total	268	98.9	100.0	
Missing	System	3	1.1		
Total		271	100.0		



Es notoria la presencia de Telcel en el mercado, ya que 195 de los 271 encuestados cuentan con este servicio, mientras que sólo 49 utilizan Nextel, no obstante esto se puede interpretar como un buen indicio, ya que el número de personas que cuentan con radio de Nextel supera a las que tienen Unefon, Iusacel, Movistar u Otros.

Pregunta 3: ¿Cuánto tiempo aproximadamente lleva con ella?



42,4% de los encuestados llevan de uno a tres años con su servicio de telefonía celular o radio, lo que nos indica una relación de por lo menos una contratación, esto considerando un plazo de 18 meses promedio para los contratos de la mayoría de estas compañías. Lo cual nos lleva a pensar que el cliente encontró satisfactorio el servicio ofrecido por su compañía o simplemente no encuentra nada mejor al momento.

Pregunta 4: Enumere del 1 al 5 (Siendo 1 el mayor y 5 el menor) que preferiría que le brindara el proveedor de celular o radio que tiene o desea contratar.

**Ventajas que preferiría le brindaran**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Cobertura	142	52.4	54.6	54.6
	Un trato mucho más personalizado	6	2.2	2.3	56.9
	Mejores equipos a mejor precio	33	12.2	12.7	69.6
	Mejores tarifas	69	25.5	26.5	96.2
	Que lo tengan sus amigos	10	3.7	3.8	100.0
	Total	260	95.9	100.0	
Missing	System	11	4.1		
Total		271	100.0		

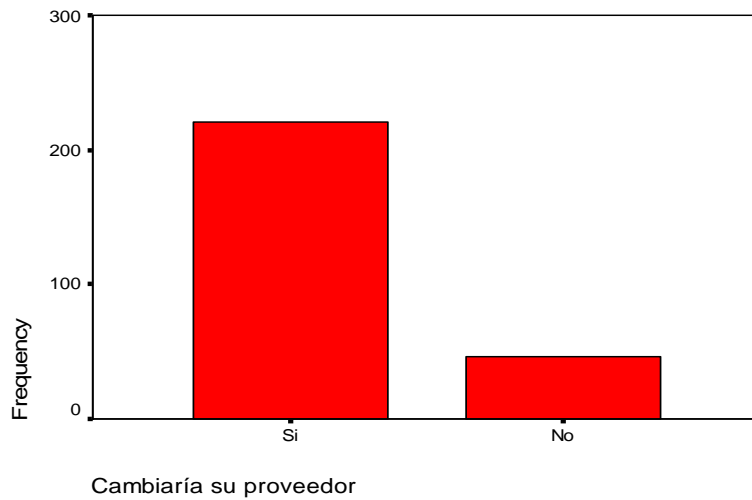
Más de la mitad de los encuestados (142) consideraron que la principal característica que un proveedor de celular o radio debería brindar es la cobertura, sin embargo, aproximadamente la cuarta parte (69) preferiría que le brindaran mejores tarifas.

#### 4.2 Lealtad

Pregunta 5: Si un proveedor de celular o radio distinto al que tiene ahora le brindara estas mejoras, cambiaría de proveedor?

**Cambiaría su proveedor**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	221	81.5	82.8	82.8
	No	46	17.0	17.2	100.0
	Total	267	98.5	100.0	
Missing	System	4	1.5		
Total		271	100.0		

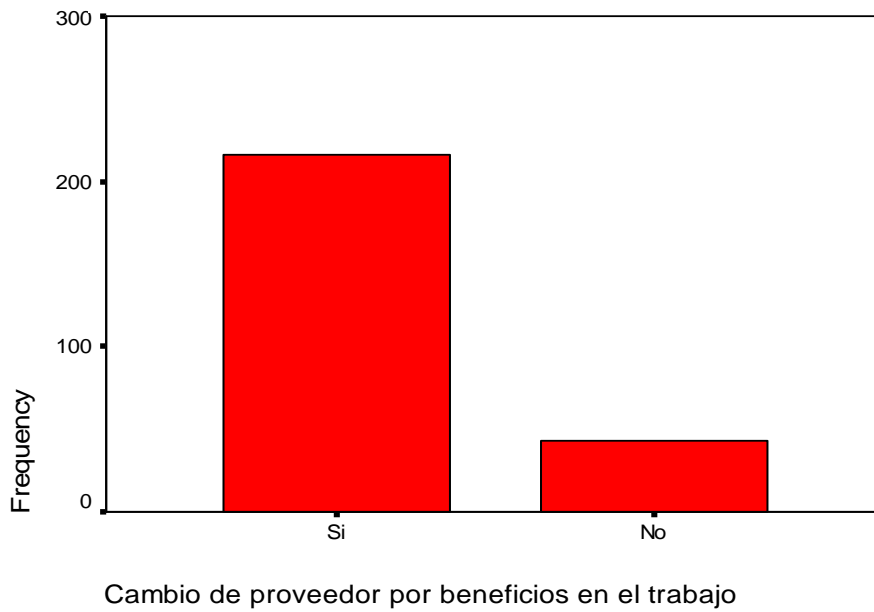


81.5% de los encuestados son susceptibles a cambiar su proveedor actual de radio o telefonía celular si se les ofrece una mejora en los aspectos que prefieren, mismos que fueron mencionados anteriormente. Por ende, debe remarcarse que mediante el uso de los medios que se recomendarán se haga alusión a este punto.

Pregunta 6: Consideraría cambiar su proveedor de celular o radio si este le diera beneficios en su trabajo?

**Cambio de proveedor por beneficios en el trabajo**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	216	79.7	83.4	83.4
	No	43	15.9	16.6	100.0
	Total	259	95.6	100.0	
Missing	System	12	4.4		
Total		271	100.0		

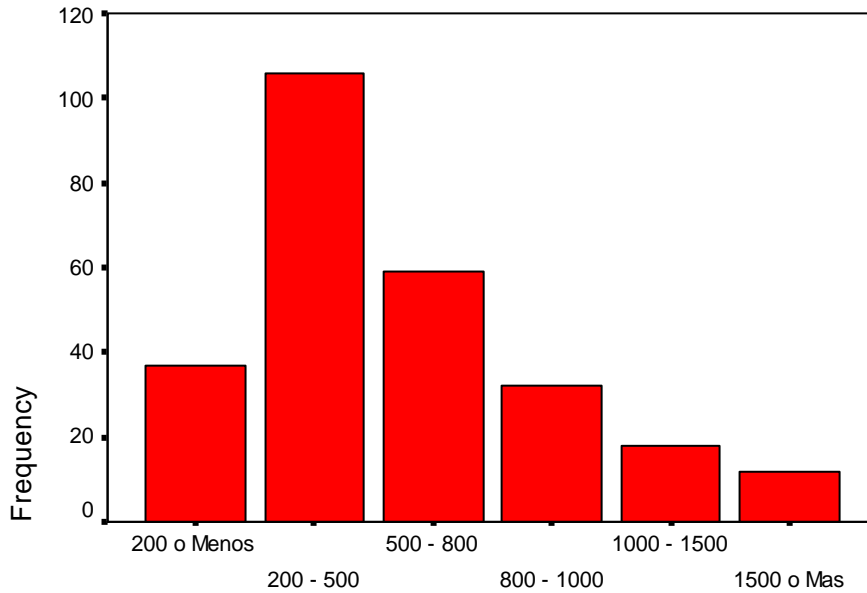


En primer lugar, cabe aclarar que esta pregunta se realizó a modo de medir el futuro interés que los alumnos pudieran o no tener en este factor más adelante, esto debido a que el promedio de tiempo que un estudiante se encuentra en la universidad va de 4 a 5 años, y el siguiente paso lógico a esta etapa es el inicio de una vida laboral. Aquí nuevamente nos encontramos con una gran mayoría de personas que considerarían cambiar de proveedor en caso de que este le brindara beneficios en su trabajo, el dato corresponde a un 79.7% contra un 15.9% que mantendría el servicio con el que cuenta actualmente.

Pregunta 14: En promedio, ¿cuál es el gasto mensual de su celular o radio?

Promedio del gasto mensual de celular o radio

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	200 o Menos	37	13.7	14.0	14.0
	200 - 500	106	39.1	40.2	54.2
	500 - 800	59	21.8	22.3	76.5
	800 - 1000	32	11.8	12.1	88.6
	1000 - 1500	18	6.6	6.8	95.5
	1500 o Mas	12	4.4	4.5	100.0
	Total	264	97.4	100.0	
Missing	System	7	2.6		
Total		271	100.0		

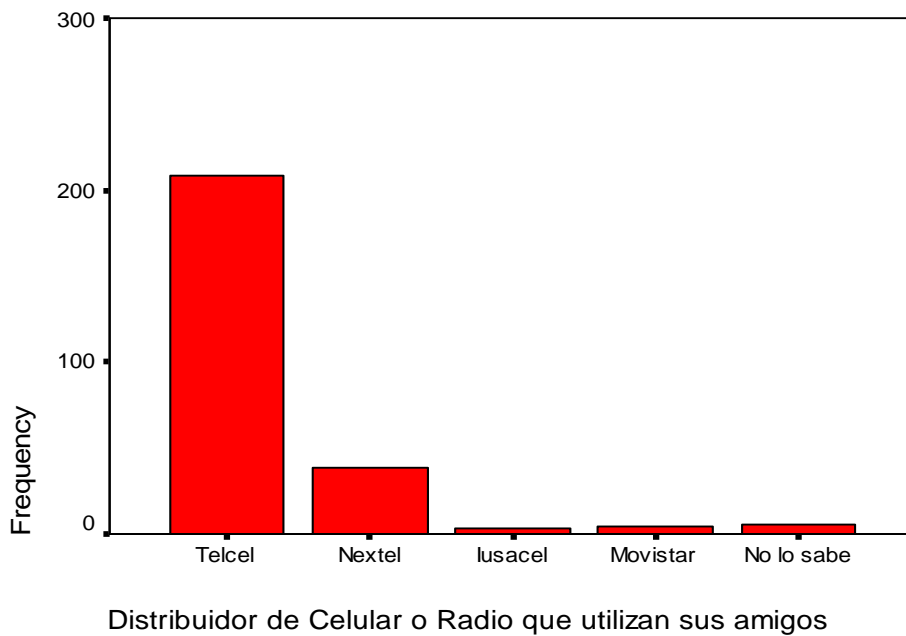


Promedio del gasto mensual de celular o radio

39.1% del total de la muestra gasta un promedio que va de los \$200 a los \$500, seguidos por un 21.8% que gasta entre \$500 y \$800 pesos. Esta segunda tendencia se debe considerar, ya que los planes de Nextel van desde los \$400, se debe entender que

para aquellos cuyo gasto mensual es de menos de \$300 el pago de un extra puede o no ser favorecido.

Pregunta 15: ¿Cuál es el distribuidor de celular o radio que utiliza la mayoría de sus amigos?



Con 208 del total de los encuestados, Telcel participa nuevamente de una manera significativa, Nextel de nueva cuenta con un 14.4% supera a todos los demás competidores

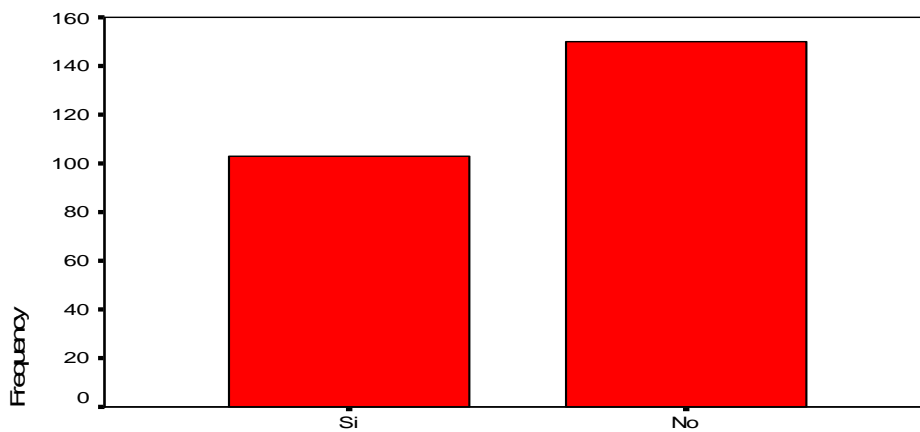
### 4.3 Satisfacción

Pregunta 16: ¿Considera justa la cantidad que paga por el tiempo que utiliza su celular o radio haciendo llamadas?



Considera justa la cantidad que paga por llamar

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	103	38.0	40.7	40.7
	No	150	55.4	59.3	100.0
	Total	253	93.4	100.0	
Missing	System	18	6.6		
Total		271	100.0		



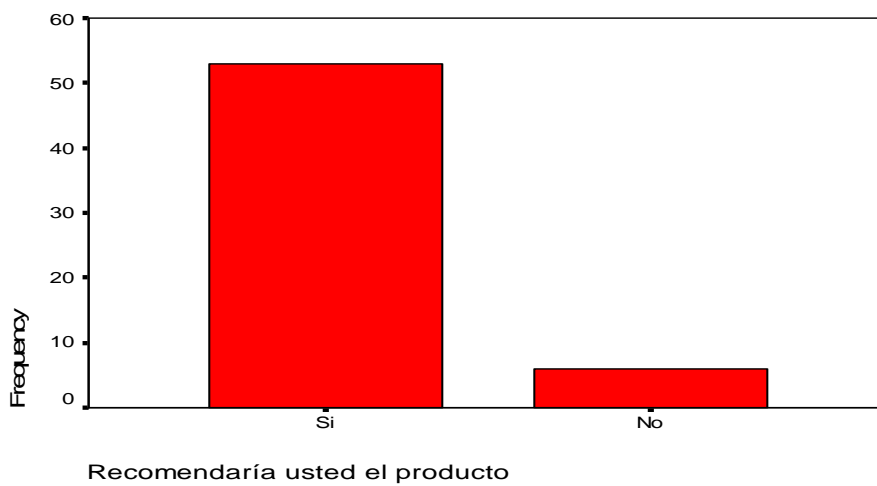
Considera justa la cantidad que paga por llamar

La mayoría de los encuestados (150) no consideran justa la cantidad que pagan por realizar llamadas con sus radios o celulares, no obstante, la cantidad de aquellos que si consideran justo lo anterior resulta muy parecida (103)

Pregunta 17: Si su proveedor de radio es Nextel ¿Recomendaría usted el producto?

Recomendaría usted el producto

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	53	19.6	89.8	89.8
	No	6	2.2	10.2	100.0
	Total	59	21.8	100.0	
Missing	System	212	78.2		
Total		271	100.0		

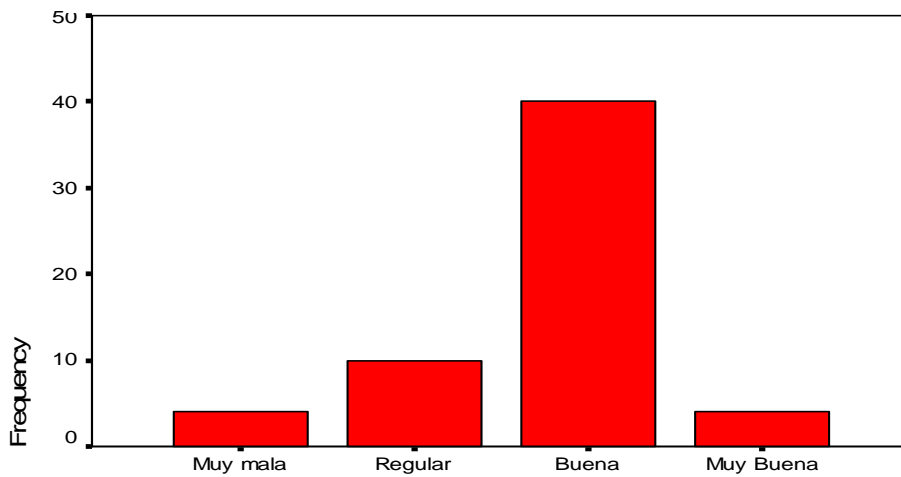


89.8% de aquellos que respondieron que tenían Nextel recomendarían el producto a otras personas, cosa que nos habla de un alto nivel de satisfacción por parte de estos clientes.

Pregunta 18: ¿Cómo cliente de Nextel, considera que su inversión en este producto ha sido de qué tipo?

Como considera su inversión en el producto

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy mala	4	1.5	6.9	6.9
	Regular	10	3.7	17.2	24.1
	Buena	40	14.8	69.0	93.1
	Muy Buena	4	1.5	6.9	100.0
	Total	58	21.4	100.0	
Missing	System	213	78.6		
Total		271	100.0		



Como considera su inversión en el producto

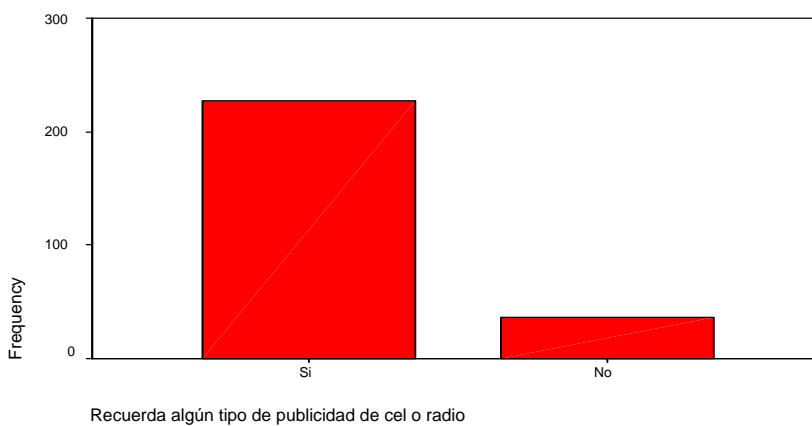
40 personas que cuentan con los servicios de Nextel consideran que esto ha sido una buena inversión, considerando que aquellas que consideran que su inversión ha sido muy mala son 4 tenemos un amplio margen a favor de la compañía.

**4.4 Fijación**

Pregunta 7: ¿Recuerda algún tipo de publicidad de celular o radio?

Recuerda algún tipo de publicidad de cel o radio

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	227	83.8	86.3	86.3
	No	36	13.3	13.7	100.0
	Total	263	97.0	100.0	
Missing	System	8	3.0		
Total		271	100.0		

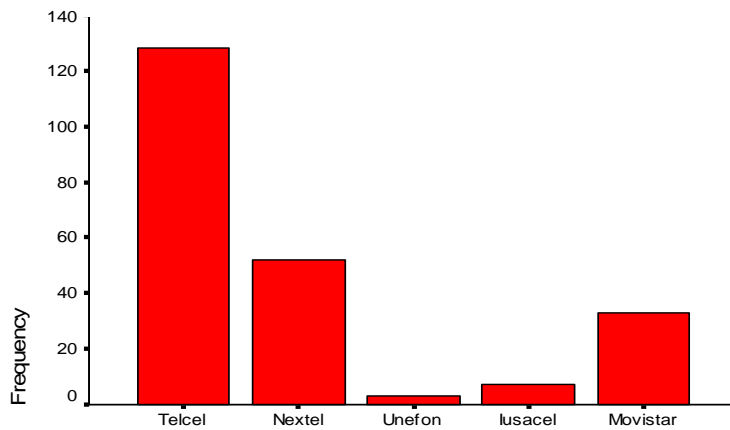


Un 83.8% de los encuestados recuerda algún tipo de publicidad de celular o radio, mientras que sólo un 13.3% no lo hace, esto nos indica que la publicidad hecha por este tipo de compañías llega a filtrarse entre todas las existentes y se queda en la mente del consumidor.

Pregunta 8: ¿De qué marca es esta publicidad?

De que marca es esta publicidad

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Telcel	128	47.2	57.4	57.4
	Nextel	52	19.2	23.3	80.7
	Unefon	3	1.1	1.3	82.1
	Iusacel	7	2.6	3.1	85.2
	Movistar	33	12.2	14.8	100.0
	Total	223	82.3	100.0	
Missing	System	48	17.7		
	Total	271	100.0		



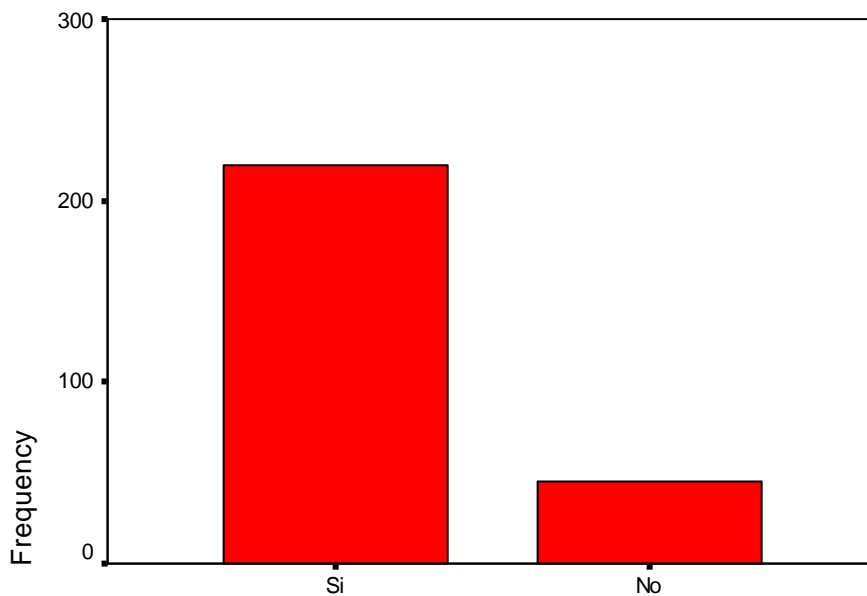
De que marca es esta publicidad

Telcel es la marca que domina en este sector con un 47.2%, seguida por Nextel con un 19.2% y Movistar con un 12.2%. Por último encontramos a Iusacel y Unefon, mismas que juntas logran sólo un 3.7%, podemos apreciar que las tendencias en cuanto a este punto siguen teniendo el dominio de Telcel y Nextel.

Pregunta 9: ¿Ha visto publicidad en medios alternativos como carteles, baños o camiones?

Ha visto publicidad en medios alternativos

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	219	80.8	83.0	83.0
	No	45	16.6	17.0	100.0
	Total	264	97.4	100.0	
Missing	System	7	2.6		
Total		271	100.0		



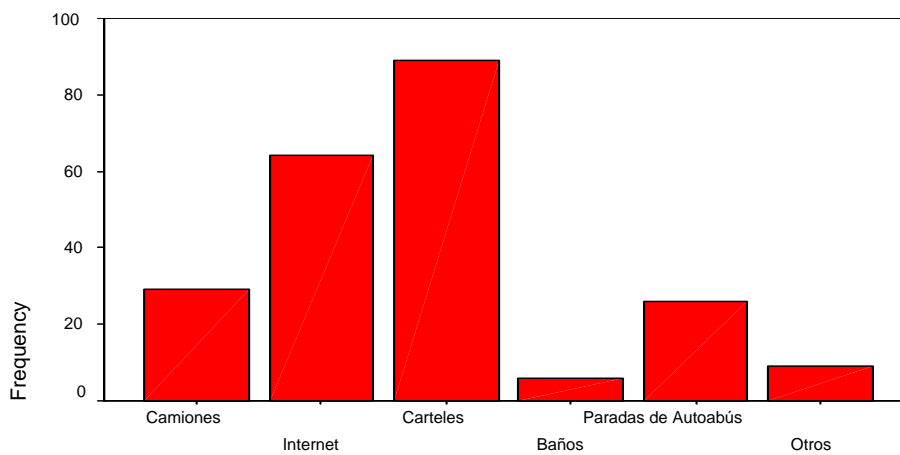
Ha visto publicidad en medios alternativos

El 80.8% de las personas que resolvieron la encuesta dice haber visto publicidad en medios alternativos, cosa que indica que este tipo de medios, resulta una buena opción para llamar la atención de las personas pertenecientes a esta población.

Pregunta 10 Especifique el medio alternativo en que ha visto mayormente esta publicidad?

En que medio ha visto mayormente esa publicidad

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Camiones	29	10.7	13.0	13.0
	Internet	64	23.6	28.7	41.7
	Carteles	89	32.8	39.9	81.6
	Baños	6	2.2	2.7	84.3
	Paradas de Autoabús	26	9.6	11.7	96.0
	Otros	9	3.3	4.0	100.0
	Total	223	82.3	100.0	
Missing	System	48	17.7		
Total		271	100.0		



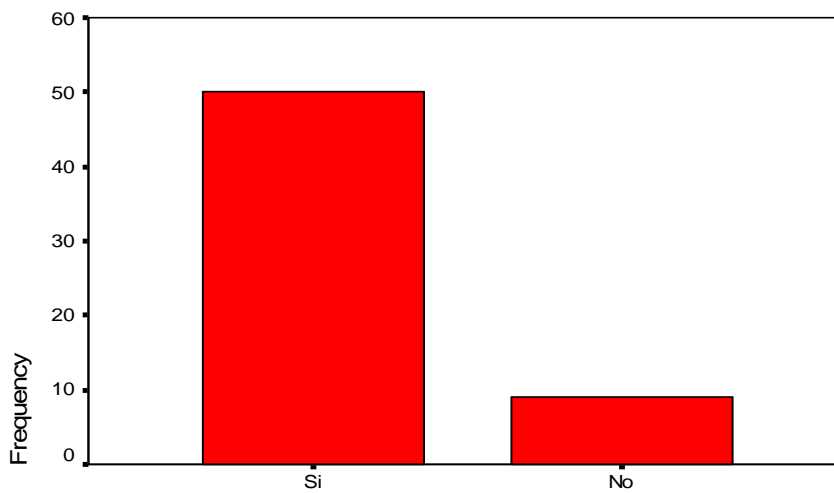
En que medio ha visto mayormente esa publicidad

La gran mayoría de los encuestados dice haber visto publicidad en medios como carteles o Internet, con un 32.8% y 23.6% respectivamente, estos se convierten en dos buenas alternativas al momento de elegir la forma de realizar publicidad.

Pregunta 13: Si su proveedor de radio es Nextel ¿Ha visto publicidad de este producto en prensa, radio o televisión?

Ha visto publicidad de Nextel en prensa o TV

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	50	18.5	84.7	84.7
	No	9	3.3	15.3	100.0
	Total	59	21.8	100.0	
Missing	System	212	78.2		
Total		271	100.0		



Ha visto publicidad de Nextel en prensa o TV

Un 84.7% del total de los encuestados cuyo proveedor de radio es Nextel dice haber visto publicidad de esta marca en prensa, radio o televisión (medios masivos de comunicación) Esto es una muestra de presencia por parte de la compañía entre los incluidos en la muestra.

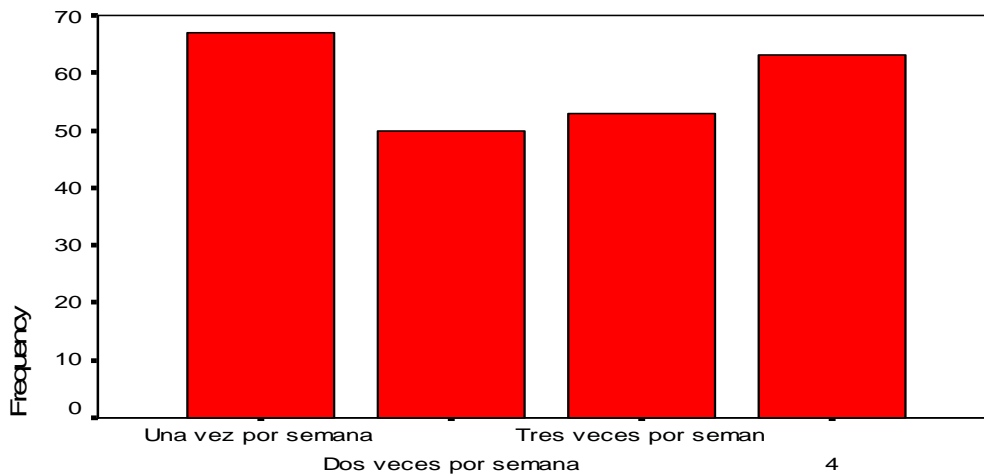
#### 4.4 Evaluación

Pregunta 11: ¿Qué tan frecuentemente ha visto este tipo de publicidad?



Que tan frecuentemente ve esta publicidad

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Una vez por semana	67	24.7	28.8	28.8
	Dos veces por semana	50	18.5	21.5	50.2
	Tres veces por semana	53	19.6	22.7	73.0
	4	63	23.2	27.0	100.0
	Total	233	86.0	100.0	
Missing	System	38	14.0		
Total		271	100.0		



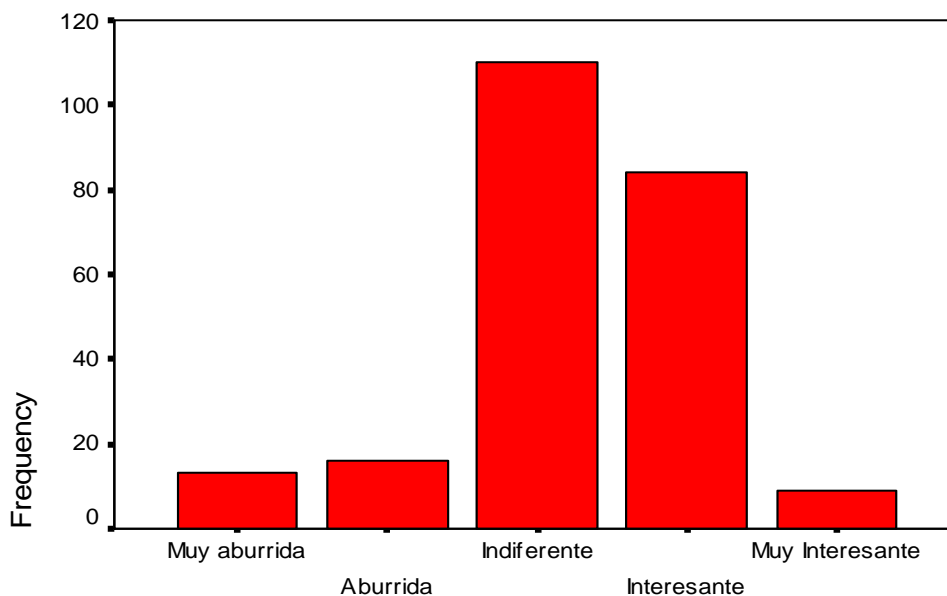
Que tan frecuentemente ve esta publicidad

Debido a que 24.7% de las personas incluidas en esta encuesta dicen haber visto publicidad en medios alternativos por lo menos una vez por semana, 23.2% indica que ve este tipo de publicidad hasta cuatro veces por semana. Debemos tomar los medios alternativos como una opción que si es vista por los encuestados, ya que la mayoría ha señalado haber tenido contacto con esta mínimo una vez pos semana.

Pregunta 12: ¿Cómo considera este tipo de publicidad?

Como considera este tipo de publicidad

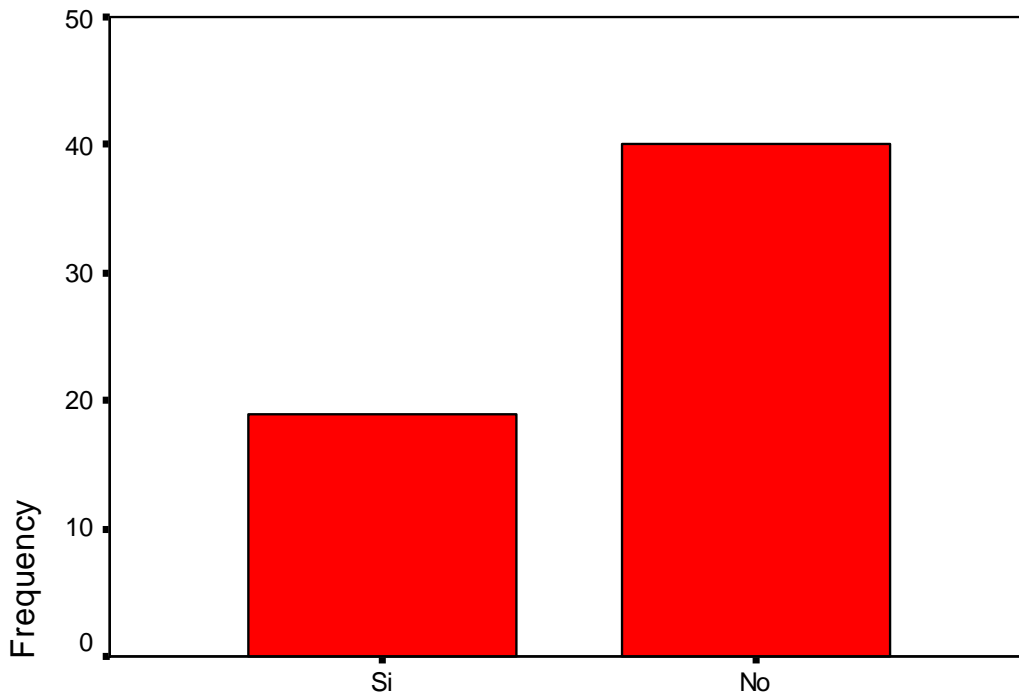
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy aburrida	13	4.8	5.6	5.6
	Aburrida	16	5.9	6.9	12.5
	Indiferente	110	40.6	47.4	59.9
	Interesante	84	31.0	36.2	96.1
	Muy Interesante	9	3.3	3.9	100.0
	Total	232	85.6	100.0	
Missing	System	39	14.4		
Total		271	100.0		



Como considera este tipo de publicidad

Los porcentajes más altos en esta tabla señalan que mientras que al 40% de los participantes les parece indiferente la publicidad en medios alternativos, un 31% la considera como interesante, y sólo un 4.8% indicó que esta le parecía muy aburrida. Este punto está en relación directa con la capacidad de los proveedores de telefonía celular o radio de hacer publicidad interesante para sus clientes o potenciales consumidores.

Pregunta 20: (Si su proveedor de radio es Nextel), ¿Se identifica con este tipo de publicidad?



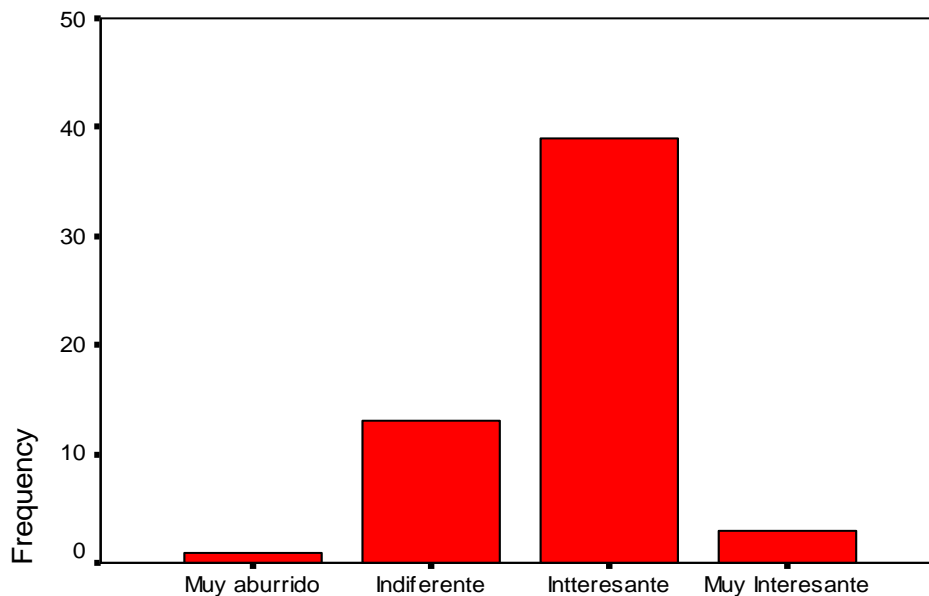
Se identifica con esta publicidad

7% de aquellos que al responder la encuesta señalaron a Nextel como su proveedor de radio indican que si se identifican con la publicidad que esta empresa realiza, un 14.8 (67.8% valido) mostraron que no se identifican con este tipo de publicidad.

Pregunta 21: ¿Qué le parecería ver publicidad de Nextel en medios diferentes a los tradicionales (prensa, radio y televisión)?

Ver publicidad de Nextel en otros medios

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy aburrido	1	.4	1.8	1.8
	Indiferente	13	4.8	23.2	25.0
	Intteressante	39	14.4	69.6	94.6
	Muy Interesante	3	1.1	5.4	100.0
	Total	56	20.7	100.0	
Missing	System	215	79.3		
Total		271	100.0		



Ver publicidad de Nextel en otros medios

A 39 de los 271 participantes en la encuesta les parecería interesante ver publicidad de la compañía Nextel en medios diferentes a los tradicionales (prensa, radio y televisión) mientras que 1 consideraría muy aburrida esta situación. Y a 13 les parecería

indiferente. Al parecer el realizar publicidad de Nextel en otros medios sería una propuesta bien recibida por esta población.