

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
CENTRO UNIVERSITARIO DE ORIENTE
CIENCIAS ECONÓMICAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA DE SERVICIOS DE PRÉSTAMOS DE
UNA CASA DE EMPEÑO EN EL ÁREA URBANA DEL MUNICIPIO DE
QUEZALTEPEQUE DEL DEPARTAMENTO DE CHIQUIMULA**



LUIS GUSTAVO GIRÓN ESPAÑA

CHIQUIMULA, GUATEMALA, AGOSTO DE 2015

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
CENTRO UNIVERSITARIO DE ORIENTE
CIENCIAS ECONÓMICAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA DE SERVICIOS DE PRÉSTAMOS DE
UNA CASA DE EMPEÑO EN EL ÁREA URBANA DEL MUNICIPIO DE
QUEZALTEPEQUE DEL DEPARTAMENTO DE CHIQUIMULA**

**TRABAJO DE GRADUACIÓN
(TESIS)**

Sometido a consideración del Honorable Consejo Directivo

Por

LUIS GUSTAVO GIRÓN ESPAÑA

Al conferírsele el título de

ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

En el grado académico de

LICENCIADO

CHIQUIMULA, GUATEMALA, AGOSTO 2015

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
CENTRO UNIVERSITARIO DE ORIENTE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



RECTOR
Dr. CARLOS GUILLERMO ALVARADO CEREZO

CONSEJO DIRECTIVO

Presidente:	M.Sc. Nery Waldemar Galdámez Cabrera
Representante de Profesores:	M.Sc. José Leonidas Ortega Alvarado
Representante de Profesores:	Lic. Zoot. Mario Roberto Suchini Ramírez
Representante de Graduados:	Lic. Zoot. Oscar Augusto Guevara Paz
Representante de Estudiantes:	Br. Carla Marisol Peralta Lemus
Representante de Estudiantes:	PAE. Alberto José España Pinto
Secretaria:	Licda. Marjorie Azucena González Cardona

AUTORIDADES ACADÉMICAS

Coordinador Académico:	Ing. Agr. Edwin Filiberto Coy Cordón
Coordinador de Carrera:	MSc. Gildardo Guadalupe Arriola Mairén

COMISIÓN DE TRABAJOS DE GRADUACIÓN

Presidente:	Lic. Arnoldo Paiz Paiz
Secretario:	MSc. Claudia Judith Morales López
Vocal:	Licda. Marjorie Azucena González Cardona

TERNA EVALUADORA

Presidente:	Lic. Arnoldo Paiz Paiz
Secretario:	Lic. Edwin Leonel Acosta Samayoa
Vocal:	Lic. Oscar Eduardo Orellana Aldana



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
CENTRO UNIVERSITARIO DE ORIENTE

Ciencias Económicas, Plan Fin de Semana



Chiquimula, 20 de julio de 2015

Maestro en Ciencias
Nery Waldemar Galdámez Cabrera
PRESIDENTE DEL CONSEJO DIRECTIVO
Su Despacho

Señor Presidente:

Pongo a su consideración para que por su medio el Honorable Consejo Directivo, conozca el presente dictamen de trabajo de graduación, para que se proceda a lo que corresponda previo a optar el título de Administrador de Empresas en el grado académico de Licenciado al estudiante **Luis Gustavo Girón España**.

En virtud del nombramiento emitido por la Coordinatura del Programa de Ciencias Económicas de este centro de estudios superiores, procedí a asesorar el trabajo de graduación, que consistió en una tesis que intituló: **"Determinación de la demanda de Servicios de Préstamos de una Casa de Empeño en el área urbana del municipio de Quezaltepeque, del departamento de Chiquimula"**, después de haber tenido a la vista las correcciones, haber realizado la revisión técnica correspondiente y verificado que el sustentante demostró buen desempeño en la aplicación de conocimientos y habilidades en un área específica de las ciencias económicas.

Por lo expuesto, el trabajo de graduación profesional de **Luis Gustavo Girón España**, en mi opinión, cumple con los requisitos exigidos por el Normativo de Trabajos de Graduación de la carrera de Administración de Empresas –Plan Sábado– de este centro de estudios.

Atentamente,

"Id y Enseñad a Todos"

M.A. David Estuardo Villatoro Arévalo
Asesor Principal



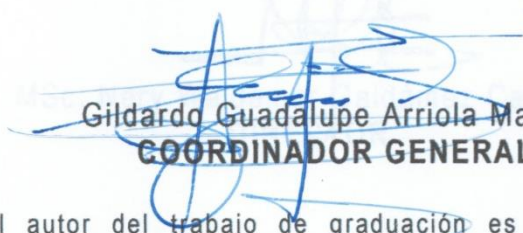
PROVIDENCIA: CCEE-LADE-007/2015

COORDINATURA GENERAL DEL PROGRAMA DE CIENCIAS ECONÓMICAS DEL CENTRO UNIVERSITARIO DE ORIENTE DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA: Chiquimula, veinte de julio de dos mil quince.-----

ASUNTO: Solicitud de impresión del informe final de trabajo de graduación, intitulado: **“DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA DE SERVICIOS DE PRÉSTAMOS DE UNA CASA DE EMPEÑO EN EL ÁREA URBANA DEL MUNICIPIO DE QUEZALTEPEQUE DEL DEPARTAMENTO DE CHIQUIMULA”**, que para optar al título de **ADMINISTRADOR DE EMPRESAS** y el grado académico de Licenciado, presenta el estudiante **LUIS GUSTAVO GIRÓN ESPAÑA**, quien fuera asesorado por el Licenciado **DAVID ESTUARDO VILLATORO ARÉVALO**.-----

Siendo que en opinión de esta Coordinatura, el informe final del trabajo de graduación presentado cumple con los requisitos establecidos por el normativo específico, atentamente pase a la Dirección, para que se sirva autorizar la impresión del informe de mérito.-----

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”


Gildardo Guadalupe Arriola Mairén
COORDINADOR GENERAL



NOTA: Únicamente el autor del trabajo de graduación es responsable de la originalidad, autenticidad de los datos aportados, opiniones o doctrinas sustentadas, redacción, ortografía y citas bibliográficas; incluyendo, la apropiación indebida de créditos que no le corresponden por no ser de su autoría, que pudieran ser violatorias de los derechos de autor o de las normas de ética.

c.c. Archivo

DICTAMEN DE LA COORDINATURA: TRABAJO DE GRADUACIÓN
ESTUDIANTE: LUIS GUSTAVO GIRÓN ESPAÑA



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
CENTRO UNIVERSITARIO DE ORIENTE
DIRECCIÓN

**DIRECCIÓN DEL CENTRO UNIVERSITARIO DE ORIENTE DE LA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA:** Chiquimula, veinte
de julio de dos mil quince.-----

Con base en el dictamen emitido por el Licenciado **DAVID ESTUARDO VILLATORO ARÉVALO**, quien fuera designado como Asesor por la Coordinatura General del Programa de Ciencias Económicas, y con la opinión favorable de esta última, se acepta el informe final del trabajo de graduación intitulado: **"DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA DE SERVICIOS DE PRÉSTAMOS DE UNA CASA DE EMPEÑO EN EL ÁREA URBANA DEL MUNICIPIO DE QUEZALTEPEQUE DEL DEPARTAMENTO DE CHIQUIMULA"**, que como requisito parcial para optar al título de **ADMINISTRADOR DE EMPRESAS** en el grado académico de **Licenciado**, presenta el estudiante **LUIS GUSTAVO GIRÓN ESPAÑA**, autorizándose su impresión.-----

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

MSc. Nery Waldemar Galdámez Cabrera
DIRECTOR



c.c. Archivo

ACTO QUE DEDICO

- A DIOS:** Por ser el autor principal de esta investigación, centro de mi fe y fuente de sabiduría e inteligencia; por acompañarme en cada paso y permitirme realizar mis planes y proyectos.
- A MIS PADRES:** Luisa España de Girón y Angel Girón, por recibir de ellos el máximo apoyo incondicional durante toda mi vida.
- A MIS HERMANOS:** Yoly, Vilma, Betty, Luz Marina, Celina, Angel, Jesica, porque a pesar de sus ocupaciones, siempre están en la disposición de ayudarme en el cumplimiento de mis tareas personales, laborales y académicas.
- A MIS CUÑADOS:** Mery Burgos, Ivan García, Mario Franco, por su ánimo, ejemplo y apoyo incondicional en todo momento.
- A MI SOBRINA:** Ana Luisa, quien día a día con sus ocurrencias, sonrisa y cariño, le ha dado sentido especial a mi vida.
- A MI NOVIA:** Stéphanie Alejandra Vargas, por ser mi compañera y amiga en todo momento, y por brindarme su apoyo incondicional. Dios seguirá bendiciendo de igual forma su vida profesional.

A LA LICENCIADA:

Marjorie Azucena González Cardona, quien me brindó su sincera amistad y dedicó incondicionalmente tiempo para asesorarme de principio a fin. Gracias Licenciada.

A MIS ASESORES Y
CATEDRATICOS:

De manera muy especial por brindarme la dirección, la paciencia, sus conocimientos, su tiempo y todo el apoyo necesario impulsando en mí el deseo de superación.

A MIS COMPAÑEROS Y
AMIGOS:

Por las locuras, apodos, alegrías, enojos, viajes y logros compartidos, la enseñanza mutua y el apoyo que me brindaron dentro y fuera de la clase.

A CUNORI:

Mi casa de estudios, por ser parte de mi formación profesional.

A CRE.SER:

Por creer en mis capacidades, permitirme poner en práctica lo aprendido y proveerme nuevos conocimientos y retos.

RESUMEN

Con el presente informe se presentan los resultados de un estudio en el área urbana del Municipio de Quezaltepeque, del Departamento de Chiquimula, el cual tiene como principal objetivo determinar la demanda de servicios de préstamos de una casa de empeño. Para lograrlo se establecieron como objetivos específicos: definir la información general que caracteriza la población del área urbana del municipio de Quezaltepeque, Chiquimula en función del uso de préstamos; definir los servicios de préstamos de casa de empeño que requieren; identificar el precio (tasa de interés) que están en la disposición de pagar; identificar la ubicación adecuada para la demanda del servicio y especificar los medios publicitarios adecuados para dar a conocer sus servicios.

Se utilizó un enfoque descriptivo, en donde se analizan cada una de las variables y la relación que existe entre ellas. Empleando el método inductivo-deductivo partiendo de un hecho particular, que permitirá establecer una situación concreta en el área de estudio.

La información obtenida ayudará a evaluar una alternativa de inversión en el rubro de préstamos de casas de empeño o de entidades afines, puesto que es un estudio que cuenta con la formalidad en el uso de técnicas de investigación, resulta ser de gran ayuda a los usuarios del mismo, teniendo en cuenta que los costos son elevados para el inversionista que lo realice por su propia cuenta.

Partiendo de los resultados obtenidos por medio de las variables estudiadas, se concluyó que las casas de empeño ofrecen a los usuarios, servicios consistentes en préstamos prendarios, los cuales se clasifican de acuerdo al tipo de garantía que la empresa recibe. En ese sentido, la población estudiada indicó 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 y semanal y un plazo de cancelación de capital cada tres meses.

Referente a las personas que aún no han utilizado los servicios de préstamos prendarios; se determinó que existe interés en la población de adquirir dichos servicios y que poseen las garantías para respaldarlo (joyas de oro, celulares, aparatos electrónicos, vehículos, entre otros).

Asimismo, se determinó que la población objeto de estudio, en su totalidad no conoce 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 3% 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 las mismas trabajan con tasas de interés que oscilan entre el 10% y 19% mensual, esto dependiendo de la empresa y el proceso del servicio de préstamo que brinden.

Derivado de lo anterior es recomendable que el inversionista interesado en instalar una casa de empeño en el área urbana del municipio de Quezaltepeque, 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.

De igual manera a la empresa o inversionista tanto de una casa de empeño, como cualquier otra actividad económica que requieran publicitar de forma local sus productos o servicios, a la población del área urbana del municipio de Quezaltepeque, deben considerar que en la actualidad la mayoría tiene acceso y utiliza las redes sociales específicamente Facebook, así mismo manifestaron preferencia por escuchar la radio.

ÍNDICE GENERAL

Resumen	viii
Índice general	x
Lista de tablas	xiv
Lista de figuras	xv
Lista de gráficas	xvi
Lista de abreviaturas	xvii
Introducción	1

CAPÍTULO I MARCO METODOLÓGICO

1.1 Planteamiento del problema	3
1.1.1 Fundamentación del problema	3
1.1.2 Formulación del problema	4
1.1.3 Sistematización del problema	4
1.1.4 Delimitación del problema	5
1.1.5 Objeto de estudio	5
1.2 Justificación	5
1.3 Objetivos	6
1.3.1 Objetivo general	6
1.3.2 Objetivos específicos	6
1.4 Diseño metodológico	7
1.4.1 Método de investigación	7
1.4.2 Tipo de investigación	7
1.4.3 Población y muestra	7
1.4.4 Operacionalización de variables	8
1.4.5 Técnicas e instrumentos	10
1.4.6 Fuentes de información	11

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 Antecedentes históricos	12
2.1.2 Historia de las casas de empeño	12
2.1.3 Casa de empeño.....	13
2.1.4 Casa de empeño en Guatemala	13
2.1.5 Características de los préstamos prendarios	14
2.1.6 ¿Quiénes pueden obtener un préstamo?.....	14
2.1.7 Pasos más comunes para obtener un préstamo.....	14
2.2 Características geográficas	15
2.2.1 Antecedentes históricos	15
2.2.2 Localización y extensión	15
2.2.3 Clima, población y principales fuentes de ingreso	16
2.2.4 Instituciones no gubernamentales	16
2.2.5 Instituciones privadas.....	16

CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO

3.1 Estado de la cuestión	18
3.2 Fundamentación teórica	18
3.2.1 Investigación de mercados	19
3.2.2 Razones para realizar investigación de mercados.....	19
3.2.3 Variables de la investigación de mercados	20
3.2.4 Determinación o análisis de la demanda	20
3.2.5 Variables objeto de estudio en la demanda	21
3.2.6 Mercado potencial y mercado objetivo.....	22
3.2.7 Servicios de préstamo.....	23
3.2.8 Garantías para un préstamo	24
3.2.9 Precios de los servicios de préstamo.....	25

3.2.10 Ubicación	25
3.2.11 Publicidad	26

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Información general de la población encuestada	30
4.1.1 Caracterización	30
4.1.2 Uso de préstamos	32
4.2 Características del servicio de préstamos de casa de empeño que requieren los habitantes del área urbana del municipio de Quezaltepeque ...	38
4.2.1 Uso de casa de empeño de acuerdo al género, edad, nivel académico, número de dependientes y ocupación	38
4.2.2 Monto y garantía	39
4.2.3 Frecuencia de uso de préstamos prendarios y plazo para abonar intereses	41
4.2.4 Motivo para elegir una casa de empeño	42
4.2.5 Acceso actual al servicio	42
4.2.6 Necesidad de casa de empeño	44
4.2.7 Disposición de adquirir el servicio	45
4.2.8 Capacidad para adquirir el servicio	46
4.3 Precio	47
4.3.1 Capacidad de pago	47
4.3.2 Tasa de interés casa de empeño	48
4.3.3 Tasa de interés recomendada	49
4.4 Ubicación casa de empeño	50
4.5 Medios publicitarios	52
4.5.1 Radio	53
4.5.2 Televisión	54
4.5.3 Periódico	55
4.5.4 Revista	55

4.5.5 Redes sociales.....	55
Conclusiones.....	57
Recomendaciones.....	59
Literatura citada y consultada.....	61
Apéndices.....	64
Anexos	76

LISTA DE TABLAS

Tabla 1	Operacionalización de variables.....	8
Tabla 2	Técnicas e instrumentos.....	10
Tabla 3	Población distribuida por género	30
Tabla 4	Distribución por rango de edad	30
Tabla 5	Distribución por nivel académico	31
Tabla 6	Distribución por rango de ingresos	31
Tabla 7	Distribución por número de dependientes directos	31
Tabla 8	Distribución según la ocupación	32
Tabla 9	Uso de préstamos	32
Tabla 10	Motivos para realizar un préstamo	34
Tabla 11	Garantías utilizadas.....	35
Tabla 12	Uso de préstamos de acuerdo a la caracterización.....	36
Tabla 13	Conocimiento casas de empeño	37
Tabla 14	Uso de préstamos de casa de empeño por caracterización.....	38
Tabla 15	Capacidad de pago	48
Tabla 16	Porcentaje de interés cobrado por casas de empeño	49
Tabla 17	Tasa de interés recomendada por la población.....	49
Tabla 18	Valoración de indicadores	50
Tabla 19	Lugares sugeridos para ubicar una casa de empeño.....	52
Tabla 20	Acceso a medios de comunicación	52
Tabla 21	Emisoras de mayor audiencia	54
Tabla 22	Uso de redes sociales	56
Tabla 23	Lugar de residencia de la población encuestada	78

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Ubicación geográfica del municipio de Quezaltepeque, Chiquimula...78

LISTA DE GRÁFICAS

Gráfica 1	Artículos que se empeñan con mayor frecuencia	40
Gráfica 2	Plazos que prefieren los usuarios para abonar intereses	41
Gráfica 3	Motivos para elegir una casa de empeño	42
Gráfica 4	Acceso actual al servicio.....	43
Gráfica 5	Necesidad de casa de empeño en el municipio de Quezaltepeque ...	44
Gráfica 6	Disposición de adquirir el servicio.....	45
Gráfica 7	Disponibilidad de garantías para utilizar en una casa de empeño	46
Gráfica 8	Acceso y preferencia a periódico	55

LISTA DE ABREVIATURAS

ACIDEQ	Asociación Campesina Intercomunal de Quezaltepeque
ADISQUE	Asociación de Desarrollo Integral Sostenible de Quezaltepeque
AMCO	Asociación de Mujeres Campesinas de Oriente
ASORECH	Asociación Regional Campesina Ch'ortí'
BANRURAL	Banco de Desarrollo Rural, S.A.
COOSAJÓ, R.L.	Cooperativa de Ahorro y Crédito Integral San José Obrero R.L.
DPI	Documento Personal de Identificación
SIB	Superintendencia de Bancos

INTRODUCCIÓN

El crecimiento demográfico y las crisis económico-financieras que se han apoderado de los países latinoamericanos en las últimas décadas han incrementado la necesidad de obtener dinero rápido; los productos crediticios en la actualidad, han sido bien aceptados por la población local, lo que ha incrementado la participación y diversificación de las organizaciones que prestan dichos servicios; cada una varía según sus políticas del negocio y finalidad del mismo.

Las casas de empeño, como comúnmente se les conoce a las entidades que brindan servicios de préstamos a cambio de garantías prendarias, ofrecen a la población productos consistentes en préstamos prendarios, los cuales se clasifican de acuerdo al tipo de garantía que la empresa recibe; por otro lado se convierten en gama de opciones para la población, esto principalmente en dos aspectos: alternativa para satisfacer necesidades financieras a corto plazo y fuente generadora de empleo.

Este estudio puede tipificarse como descriptivo, ya que busca especificar características demográficas, identificar formas de conducta y actitudes de las personas que se encuentran como objeto de investigación, establecer comportamientos concretos y descubrir y comprobar la asociación de las variables de investigación.

Asimismo se enfocó en determinar la demanda de servicios de préstamos de casa de empeño en el área urbana del municipio de Quezaltepeque del departamento de Chiquimula.

La información obtenida genera alternativas de inversión en el rubro de préstamos de casas de empeño o de otras denominaciones y a los estudiantes u organizaciones en general que requieran determinar la demanda de un producto o servicio en otra población, se constituye también como fuente de consulta bibliográfica que les guiará en el proceso.

El informe se encuentra estructurado en cuatro capítulos de la siguiente manera:

Capítulo I, Marco Metodológico: comprende el planteamiento y formulación del problema, así como la sistematización, delimitación, justificación que refleja por qué y para que el desarrollo de la investigación. Los objetivos que determinan el fin del estudio. Además del diseño metodológico, el cual presenta el tipo y método de investigación utilizado, así como la definición de la población, las variables e indicadores y las técnicas utilizadas para la obtención de datos en el estudio de campo.

Capítulo II, Marco Referencial: en el cual se describe el origen y evolución de la entidad, así también hace mención de las características geográficas del municipio.

Capítulo III, Marco Teórico: en el cual se abordan los fundamentos teóricos con relación al objeto de estudio, basado en una exhaustiva revisión de la literatura actualizada.

Capítulo IV, Resultados de la investigación: los cuales se presentan en secuencia lógica de los objetivos del estudio.

CAPITULO I

MARCO METODOLÓGICO

1.1 Planteamiento del problema

1.1.1 Fundamentación del problema

“Casa de empeño es todo aquel establecimiento cuya actividad sea ofertar al público la celebración de contratos de mutuo con interés y garantía prendaria o similares a éstos”¹, es decir es una institución que presta dinero de manera inmediata a través de préstamos por algún bien de valor, como lo son joyas de oro y plata, relojes, aparatos electrónicos como televisores, consolas de videojuegos, monedas antiguas, automóviles, entre otros; los bienes que se empeñan dependen de la casa a la que se acuda.

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. En el país actualmente operan diversas casas de empeño de origen nacional como extranjero y 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.

En la región oriental se encuentran diversos inversionistas de esta índole. En el departamento de Chiquimula específicamente existen alrededor de 9 empresas que operan en los municipios de Esquipulas y Chiquimula.

En ese sentido según la investigación exploratoria (ver apéndice IV), se obtuvo información respecto a que en las carteras de clientes de estas empresas, existe un

¹ Congreso de La República, Iniciativa que dispone aprobar la ley reguladora de casas de empeño, (Guatemala: Dirección Administrativa, 2011), p. 6

número considerable de clientes que según los inversionistas refieren su residencia al municipio de Quezaltepeque. Este ha captado la atención para una posible apertura en ese lugar, sin embargo, no se cuenta con información específica y que sea representativa de esa población en cuanto a cuál es el tipo de producto o servicios que ellos requieren, el porcentaje de interés que estarían en disposición de pagar por la obtención de los servicios; 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.

Por su parte los habitantes de este municipio que requieren los servicios que brindan estas empresas viajan a cualquiera de los municipios donde existen casas de empeño, corren riesgos, con altas probabilidades de robo, daños en las garantías por el traslado, debido que en su mayoría y por el nivel socioeconómico al que está dirigido estos servicios, utilizan para trasladarse el transporte colectivo, uniendo a esto la desventaja que los usuarios tienden a interrumpir sus actividades normales para trasladarse al municipio donde acuden a una casa de empeño.

1.1.2 Formulación del problema

¿Cuál es la demanda de servicios de préstamos de una casa empeño en el área urbana del municipio de Quezaltepeque, Chiquimula?

1.1.3 Sistematización del problema

- ¿Cuál es la caracterización demográfica de la población del área urbana del municipio de Quezaltepeque, Chiquimula en función del uso de préstamos financieros?
- ¿Qué servicios de préstamos de casa de empeño requieren los habitantes del área urbana del municipio de Quezaltepeque, Chiquimula?

- ¿Cuál es el precio (tasa de interés) que está en la disposición de pagar la población del área urbana del municipio de Quezaltepeque, Chiquimula por el servicio de préstamos de casa de empeño?
- ¿Cuál es la ubicación adecuada de una casa de empeño para la demanda del servicio en el área urbana del municipio de Quezaltepeque, Chiquimula.
- ¿Qué medios publicitarios son los adecuados para que una casa de empeño, dé a conocer sus servicios a la demanda del área urbana del municipio de Quezaltepeque?

1.1.4 Delimitación del problema

a) Delimitación temporal

La investigación se realizó del 1 de noviembre de 2014 al 20 de febrero de 2015.

b) Delimitación geográfica

El estudio se llevó a cabo en el área urbana del municipio de Quezaltepeque del departamento de Chiquimula.

1.1.5 Objeto de estudio

La determinación de la demanda de servicios de préstamo de una casa de empeño.

1.2 Justificación

Considerando que la tendencia actual de las empresas u organizaciones globalizadas es acudir a estrategias empresariales en búsqueda de nichos de mercado que les permita ser competitivas y maximizar las posibilidades de permanecer en el mercado, derivado de ello los productos crediticios han sido bien aceptados por la población local, lo que ha incrementado la participación y diversificación de las organizaciones que prestan dichos servicios; cada una varía según sus políticas del negocio y finalidad del mismo, pero de una u otra forma se

convierte en competencia directa o indirectamente y por otro lado se convierten en gama de opciones para la población, esto principalmente en dos aspectos: una porque son alternativas para satisfacer sus necesidades financieras en corto plazo y otra porque se convierten en generadoras de empleo a nivel local.

Por ello la información obtenida de la presente investigación, se convertirá en alternativa de inversión en el rubro de préstamos de casas de empeño o de otras denominaciones, puesto que es un estudio que cuenta con la finalidad y formalidad en el uso de técnicas de investigación científicas, teniendo costos considerados para el inversionista que lo realice por su propia cuenta.

De igual forma la información coadyuvará a la inversión a nivel local lo que promoverá el potencial de desarrollo económico a la población del área urbana del municipio de Quezaltepeque, del departamento de Chiquimula.

Así mismo para los estudiantes u organizaciones en general que requieran determinar la demanda de un producto o servicio en otra población, el presente informe se constituye también como fuente de consulta bibliográfica que les guiará el proceso.

1.3 Objetivos

1.3.1 General

Determinar la demanda de servicios de préstamos de una casa de empeño en el área urbana del municipio de Quezaltepeque del departamento de Chiquimula.

1.3.2 Específicos

- Identificar las características demográficas de la población del área urbana del municipio de Quezaltepeque, Chiquimula en función del uso de préstamos financieros.

- Definir los servicios de préstamos de casa de empeño que requieren los habitantes del área urbana del municipio de Quezaltepeque, Chiquimula.
- Identificar el precio (tasa de interés) que está en la disposición de pagar la población del área urbana del municipio de Quezaltepeque, Chiquimula por el servicio de préstamos de casa de empeño.
- Identificar la ubicación adecuada de una casa de empeño para la demanda del servicio del área urbana del municipio de Quezaltepeque, Chiquimula.
- Especificar los medios publicitarios adecuados para que una casa de empeño, dé a conocer sus servicios a la demanda del área urbana del municipio de Quezaltepeque, Chiquimula.

1.4 Diseño metodológico

1.4.1 Método de investigación

Se utilizó el método de investigación de tipo inductivo-deductivo, ya que se inició de lo particular a lo general y de lo general a lo específico, para determinar con base a lo observado de forma general llegar a una conclusión específica.

1.4.2 Tipo de Investigación

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

1.4.3 Población y muestra

La población actual del municipio de Quezaltepeque según los datos establecidos en el Plan de Gobierno Local 2012-2016 del municipio de Quezaltepeque del departamento de Chiquimula es de 27,396 personas de las cuales 4,273 pertenecen

al área urbana, siendo el objeto de estudio las personas mayores de 18 años que constituyen el 43.45%, se tratará con una población de 1856 personas.

Por ello para determinar la muestra de las personas que se tomaron en cuenta para el estudio, se utilizó un muestreo probabilístico, poniendo en práctica la “fórmula para poblaciones finitas”² propuesta por Henry Solís:

$$n = \frac{N}{(N \cdot d^2 + 1)}$$

Dónde:

n= tamaño de la muestra

N= Población

d= Error 5%

Los datos quedan de la siguiente manera:

N= 1,856

d= 0.05

$n = 1,856 / (1,856 \cdot 0.05^2 + 1) = 329$

La muestra para la realización de la investigación en área urbana del municipio de Quezaltepeque es de 329 personas mayores de 18 años, se distribuyó estratificada y equitativamente entre los barrios y colonias del lugar (ver anexo tabla 20).

1.4.4 Operacionalización de variables

Tabla 1 Operacionalización de variables

Objetivo	Variable	Indicador
Identificar las características demográficas de la población del área urbana del municipio de Quezaltepeque, Chiquimula en función del uso de préstamos	Caracterización	• Edad • Genero • Nivel de escolaridad • Ocupación actual • Ingresos mensuales

Continúa siguiente página

² Henry Solís. Identificación de proyectos. (San José, C. R.: Instituto Centroamericano de Administración Pública ICAP, 1989), p. 69

Continúa tabla 1

financieros.		• Número de dependiente • Lugar de residencia • Uso de préstamos financieros
Definir los servicios de préstamos de casa de empeño que requieren los habitantes del área urbana del municipio de Quezaltepeque, Chiquimula.	Servicio	• Monto • Garantía • Frecuencia • Plazo • Motivo • Mercado • Forma de pago • Acceso actual al servicio • Necesidad del servicio • Disposición de adquirir el servicio • Capacidad de adquirir el servicio
Identificar el precio (tasa de interés) que está en la disposición de pagar la población del área urbana del municipio de Quezaltepeque, Chiquimula por el servicio de préstamos de casa de empeño.	Precio (tasa de interés)	• Precio promedio del mercado • Capacidad de pago • Precio sugerido por el cliente
Identificar la ubicación adecuada de una casa de empeño para la demanda del servicio del área	Ubicación	• Identificación de áreas disponibles • Acceso

Continúa siguiente página

Continúa tabla 1

urbana del municipio de Quezaltepeque, Chiquimula.		• Medios de transporte internos • Negocios cercanos • Seguridad • Condiciones de infraestructura requerida por una casa de empeño.
Especificar los medios publicitarios adecuados para que una casa de empeño, dé a conocer sus servicios a la demanda del área urbana del municipio de Quezaltepeque, Chiquimula.	Medios publicitarios	• Redes sociales • Radio • Televisión • Prensa • Revistas • Otros

Fuente: elaboración propia según investigación

1.4.5 Técnicas e instrumentos

Las técnicas e instrumentos empleados en la recopilación, análisis e interpretación de la información se detallan a continuación:

Tabla 2 Técnicas e instrumentos

Técnicas	Instrumentos
Encuesta	Cuestionario
Observación	Guía de observación
Análisis documental	Guía de análisis

Fuente: elaboración propia según investigación

1.4.6 Fuentes de información

a) Primarias

Las fuentes de información primarias en la presente investigación fueron las personas de la población objeto de estudio; los datos se obtuvieron a través de la aplicación de la técnica de la encuesta.

b) Secundarias

Las fuentes secundarias utilizadas en el estudio fueron:

- Plan de gobierno local 2012-2016, del municipio de Quezaltepeque, departamento de Chiquimula.
- Exploración bibliográfica.
- Revistas promocionales de las casas de empeño.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 Antecedentes históricos

2.1.2 Historia de las casas de empeño

“El préstamo prendario surgió en Italia, a principios del siglo XV, con los franciscanos quienes buscaron apoyar a la gente pobre a reunir dinero para pagar sus impuestos. Sus primeros clientes fueron los agricultores, artesanos, pequeños comerciantes y la gente más pobre que no gozaba de un empleo fijo, a las casas de empeño se les conocía como Monte Pío (caja de la piedad); era una especie de caja metálica que servía para guardar el dinero así como las cosas que quedaban en prenda por el préstamo.

Se utilizaba el término “piedad”, por la razón de que era un acto piadoso el ayudar a los más necesitados; y para diferenciar los ingresos de las arcas de los monjes, es decir, dado que ellos contaban con diferentes “montes” o cajas de ahorro destinadas para diferentes tipos de apoyo, debían especificar que el monte pío era el destinado para el préstamo-prendario.

Por medio de la concesión de préstamos, las casas de empeño cubrían las necesidades de la clase social media y baja, los cuales garantizaban con ropa y alhaja. Las primeras casas de empeño obtenían sus recursos a través de la adquisición de depósito en metales, básicamente en oro para cumplir con su finalidad de apoyo. De igual forma, recurrían a los fondos provenientes de las limosnas, diezmos, apoyos brindados por la corona real y de los ingresos obtenidos de las diferentes ferias y celebraciones religiosas.

Los recursos fueron insuficientes para mantener la actividad prendaria de forma sostenible, por lo que fue necesario cobrar intereses sobre los préstamos realizados. Estos intereses contaron con el apoyo de la iglesia Católica. Con el fin de no caer en una suerte de “usura”, lo cual se convertía en un problema para las congregaciones

que incurrían en este tipo de apoyos, se realizó el Concilio de Letrán, en el año de 1,515.

A partir del siglo XVIII, el llamado Monte Pío, comenzó a ser patrocinado por la iniciativa privada, es decir, por la Corona Real y la nobleza, quienes mantuvieron el funcionamiento de las casas de empeño, basado en la inspiración benéfico religiosa de los franciscanos.”³

2.1.3 Casa de empeño

“Casa de empeño es todo aquel establecimiento cuya actividad sea ofertar al público la celebración de contratos de mutuo con interés y garantías prendarias o similares a éstos.”⁴

Es una institución que presta dinero de manera inmediata a través de préstamos por algún bien de valor, como lo son joyas de oro y plata, relojes, aparatos electrónicos como televisores, consolas de videojuegos, monedas antiguas, automóviles, entre otros; los bienes que se empeñan dependen de la casa a la que se acuda.

2.1.4 Casa de empeño en Guatemala

“En Guatemala operan varias casas de empeño que otorgan préstamos en efectivo a cambio de artículos de valor; sin embargo, el Estado no fiscaliza esa negociación. Según representantes de varias casas de empeño, joyas y electrodomésticos son las prendas que más llevan los clientes con necesidad de dinero.

Las casas de empeño son empresas mercantiles que en Guatemala funcionan como cualquier negocio. No son empresas consideradas como entidades financieras; por lo tanto, no están bajo el control financiero de la Superintendencia de Bancos (SIB), órgano encargado de vigilar e inspeccionar bancos, instituciones de crédito, empresas financieras, entidades afianzadoras y de seguros; pues no funcionan con

³ “Casa de Empeño Prendamex”. Historia de las casas de empeño. (Guatemala: Prendamex, 2010), p. 6.

⁴ Congreso de la República, Op. Cit., p. 6

capital público: no captan dinero, sino que es dinero propio que prestan con base a una garantía que reciben de los usuarios. Cuando una casa de empeño está dentro de un grupo financiero, como ocurre con el Monte de Piedad, entonces sí es regulada por la SIB.⁵

2.1.5 Características de los préstamos prendarios

El bien empeñado queda depositado en la entidad de crédito, prestamista o acreedor para asegurar el cumplimiento de la obligación. En caso de incumplimiento del deudor la prenda en garantía se puede vender o subastar y con ello satisfacer el pago del préstamo.

2.1.6 ¿Quiénes pueden obtener un préstamo?

Toda persona mayor de 18 años, Guatemalteco, que posea su Documento Personal de Identificación (DPI), pasaporte o licencia y una garantía para poder respaldar el crédito, dependiendo a que casa de empeño se acuda así son la cantidad y variedad de bienes que se podrán empeñar.

2.1.7 Pasos más comunes para obtener un préstamo

- Presenta un documento de identificación, como: DPI, licencia o pasaporte.
- Presenta un bien como garantía del préstamo (por ejemplo una joya de oro o un aparato electrónico en buen estado). La empresa lo evalúa para determinar el monto del préstamo, sin causarle ningún daño.
- Seleccionar el plan de pago más conveniente (de acuerdo a la forma de trabajo de cada empresa).
- Recibir el préstamo, este es en efectivo y luego recuperar la garantía.

⁵ Ricardo Enrique López García. El comportamiento de los usuarios de las casas de empeño propias prendamex en el DF Y Área Metropolitana. (Tesis Licenciatura en Relaciones Comerciales: Escuela Superior de Comercio y Administración Unidad Santo Tomás, México, D.F., 2012), p. 19 y 20

2.2 Características geográficas

2.2.1 Antecedentes históricos

El municipio pertenece al departamento de Chiquimula; “el origen etimológico del nombre se deriva de las voces escritas en Idioma Nahuatl: Quetzal que significa Quetzales y Tepec Cerro, por ello el significado de Quezaltepeque es Cerro de Quetzales; en vista que sobre la cima del volcán de Quezaltepeque o cerro de Chiramay, se localiza una extensa área de bosque nuboso, hábitat del quetzal

Por disposición de las Cortes de España, de fecha 29 de julio de 1821, se le concedió el título de Villa y en la Constitución Política del Estado de Guatemala, decretado por la Asamblea Constituyente el 11 de octubre de 1825, aparece que Quezaltepeque pertenecía al circuito de Chiquimula. El edificio municipal construido durante los años de 1911 y 1912, su inauguración se realizó el 30 de junio del año 1912.”⁶

2.2.2 Localización y extensión

En el Plan de Gobierno Local 2012-2016 de la municipalidad de Quezaltepeque se establece que el municipio de Quezaltepeque está conformado por una villa, 23 aledas y 86 caseríos, se sitúa al centro del departamento de Chiquimula, limita al norte con los municipios de San Jacinto y San Juan Ermita, al este con los municipios de Olopa y Esquipulas, al sur con el Municipio de Concepción las Minas y al oeste con el municipio de Ipala. Se encuentra a una distancia de 198 Kilómetros de la Ciudad Capital, sobre la ruta nacional 18 e internacional CA-10, de la cabecera departamental a 18 y con la frontera de la República de Honduras a 37.

Tiene una extensión territorial de 236 Km², que representa el 9.93% del total del departamento de Chiquimula; se encuentra ubicado a 649 metros sobre el nivel del mar, con las coordenadas siguientes: 14 grados 38 minutos 4 segundos latitud norte y 89 grados 26 minutos 36 segundos, longitud oeste.

⁶ El Portal de Quezaltepeque. Tema: Monografía de Quezaltepeque. Consultado el 15 de septiembre de 2014. Disponible en <http://elcachacero.com/monografía-de-quezaltepeque>.

2.2.3 Clima, población y principales fuentes de ingreso

En el plan antes descrito también se expone información en lo que respecta al clima, población y principales fuentes de ingreso del municipio, indicándose que se encuentra a una altitud de 649 msnm, esto hace que su clima sea templado, la temperatura media se sitúa entre los 27 y 28 grados centígrados. La época seca se marca entre los meses de noviembre a abril.

La población actual del municipio de Quezaltepeque es de 27,396 habitantes, de los cuales el 48% son hombres y el 52% mujeres, tiene una ruralidad del 84.4%, la densidad poblacional es de 116 habitantes/ Km², y el 2% de la población total, pertenece a la etnia chortí.

Las actividades principales son: agrícola, pecuaria, artesanal y agroindustrial, seguida por otras como la educación, el transporte, comercio y los servicios.

2.2.4 Instituciones no gubernamentales

“Algunas de las entidades no lucrativas dedicadas a brindar apoyo a las comunidades en el desarrollo social y económico en el municipio son:

- Asociación Campesina Intercomunal de Quezaltepeque –ACIDEQ-.
- Asociación de Desarrollo Integral Sostenible de Quezaltepeque –ADISQUE-.
- Asociación de Mujeres Campesinas de Oriente –AMCO-.
- Asociación Regional Campesina Ch’ortí -ASORECH-.

2.2.5 Instituciones privadas

Entidades particulares que se desarrollan con capital propio, se dedican principalmente a otorgar servicios de ahorro, recepción de remesas familiares, créditos destinados a la actividad agropecuaria y vivienda; entre ellas se encuentran:

Cooperativa de Ahorro y Crédito Integran San José Obrero R.L. – COOSAJÓ, R.L.- Banco de Desarrollo Rural S.A. –BANRURAL-. Banco G&T Continental, S.A., Banco Agromercantil, S.A. y Punto Azteca.”⁷

⁷ Viviana Elizabeth Suray Pérez. Diagnóstico socioeconómico, potencialidades productivas y propuestas de inversión, municipio de quezaltepeque, departamento de chiquimula. (Informe de ejercicio profesional supervisado Licenciatura en Contaduría Pública y Auditoría, Facultad de Ciencias Económicas: Universidad de San Carlos de Guatemala, 2012), p. 41

CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO

3.1 Estado de la cuestión

De acuerdo a la revisión documental realizada, no se encontró información en lo que respecta a estudios previos referentes al tema, realizados en el municipio de Quezaltepeque. Sin embargo a nivel nacional existen algunos estudios concernientes a las casas de empeño, que han sido realizados por estudiantes, entre ellos se encuentra:

Arriola Velásquez, Luis Arturo. **Análisis financiero, de operaciones y mercadeo en la creación de una empresa dedicada al negocio de préstamos prendarios.** Informe, Ingeniería Industrial, Facultad de ingeniería, Universidad de San Carlos de Guatemala, 2005.

Este informe se enfocó en elaborar un plan de trabajo que detalle los pasos necesarios en la creación de una nueva empresa dedicada a préstamos prendarios, estableciendo su factibilidad comercial y financiera, detallando los requisitos necesarios para el inicio de sus operaciones, la mecánica de funcionamiento y su plan de mercadeo.

3.2 Fundamentación teórica

La presente investigación hace énfasis en la determinación o análisis de la demanda, lo cual es uno de los enfoques por los que se puede abordar el estudio de esta variable. El estudio de la demanda es una de las variables de la investigación de mercados; a continuación se describe en qué consiste una investigación de mercados, por qué se debe realizar y qué variables se abordan cuando se estudia en su totalidad, asimismo se define qué es determinación o análisis de la demanda desde el enfoque abordado en esta investigación.

3.2.1 Investigación de mercados

La investigación de mercados es un tema de estudio de diversos autores, entre ellos Naresh Malhotra quien propone la siguiente definición formal de la investigación de mercados:

“La investigación de mercados es identificación, recopilación, análisis, difusión y uso sistemático y objetivo de la información, con el propósito de ayudar a la administración a tomar decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de marketing.

La investigación de mercados especifica la información que se requiere para analizar esos temas, diseña las tácticas para recabar información, dirige y aplica el proceso de recopilación de datos, analiza los resultados, y comunica los hallazgos y sus implicaciones”⁸

3.2.2 Razones para realizar una investigación de mercados

“Son muchas las razones técnicas que ameritan la investigación del mercado para una empresa, algunas de ellas son:

- La mayoría de los casos tiene que ver con la presencia de un inversionista que ha observado un “nicho” aparentemente interesante y desea confirmarlo.
- Una empresa ya establecida comprueba el mayor crecimiento en la producción frente a una disminución en la venta de sus productos. ¿será que su sistema de distribución no es adecuado? ¿será que hay un producto de la competencia con mayor poder de penetración en el mercado?
- Una empresa proyecta lanzar un nuevo producto en el mercado. ¿Tendrá una acogida satisfactoria, regular excelente? ¿Hay otros productos que tienen

⁸ Naresh K. Malhotra. Investigación de mercados. 5ed. (México, D.F.: Pearson Educación, 2008), p. 7

mayor aceptación en este mercado? ¿Es el mercado potencial suficiente garantía para lanzar el nuevo producto?”⁹

3.2.3 Variables de la investigación de mercados

Es común, incurrir en el error de considerar un estudio de mercado únicamente como un análisis de la demanda y de los precios del producto que se fabrica o del servicio que se ofrecerá.

Para una correcta preparación del proyecto, más que uno, deben considerarse cuatro estudios del mercado: el del proveedor, el del competidor, el del distribuidor y el del consumidor. Cada uno de ellos proporciona una gran cantidad de información útil para evaluar el proyecto, a la vez que su omisión puede inducir a graves errores en la decisión de su aprobación o rechazo.

3.2.4 Determinación o análisis de la demanda

“La demanda es la exteriorización de las necesidades y deseos del mercado y está condicionada por los recursos disponibles del comprador y los estímulos del marketing recibido”¹⁰

En la presente investigación se entiende por determinación de la demanda al estudio en concreto del segmento de mercado específico que se pretende atender, las características en relación con el producto/servicio, así como el deseo, capacidad y disposición de adquirirlos.

Su propósito es obtener información sobre el número de posibles clientes y sus características, tales como:

- Tipología del cliente: consumidor final o intermediario, gubernamental o privado, edad, sexo, profesión, situación económica, lugar geográfico, etc.

⁹ Demostenes Rojas Risco. La biblia del marketing. (Madrid: Lexus editores, 2013), p. 92

¹⁰ Ana Belén Casado Díaz y Ricardo Sellers Rubio. Dirección de marketing: teoría y práctica. (Madrid: Editorial Club Universitario, 2006), p. 95

- La oportunidad que ofrece cada tipo de cliente en cuanto al poder de compra: precio que está dispuesto a pagar, volúmenes, frecuencia, regularidad.
- Los servicios que exige cada tipo de cliente: calidad, plazo, facilidades de pago.
- Variables que influyen en la toma de decisión de compra: hábitos y comportamiento, gustos y tendencias.

Una característica principal del estudio de la demanda es que utiliza herramientas estadísticas y demanda un amplio trabajo de campo debido a que requiere de un acercamiento directo con el consumidor potencial del producto o servicio que es objeto de estudio.

3.2.5 Variables objeto de estudio en la demanda

Cuando se estudia la demanda, existe diversidad de enfoques tanto cuantitativos como cualitativos, entre los cuantitativos existe la determinación de la demanda, explicación de la demanda y previsión de la demanda. Con un enfoque cualitativo, se puede determinar estudiando las siguientes variables:

- **Investigación sobre productos:** aceptación, productos competitivos, calidad, diseño, envase y precios.
- **Investigación sobre plaza:** Número de habitantes, preferencias culturales, transporte, nivel educativo.
- **Investigación de publicidad:** motivación social, medios de comunicación, eficiencia de publicidad, medios sociales (twitter, Facebook, otros).

- **Investigación de precios:** nivel económico, precios de competencia, rebajas y descuentos, hábitos de crédito.

3.2.6 Mercado potencial y mercado objetivo

Cuando se habla de la demanda, se refiere específicamente a un mercado y cuando se habla del mercado se tiene que tomar en cuenta el concepto de demanda. Por ello a continuación se define qué es mercado potencial y objetivo, entendiendo al mercado como: el conjunto total de personas u organizaciones con necesidades por satisfacer, dinero para gastar y la disposición y voluntad de gastarlo.

a) Mercado potencial

“Es el número máximo de compradores al que se le puede dirigir la oferta comercial y que está disponible y que está disponible para todas las empresas de un sector durante un período de tiempo determinado. Si estos compradores potenciales reciben suficientes estímulos de marketing pueden llegar a demandar el producto ofertado”¹¹

b) Mercado objetivo

“El mercado objetivo es el mercado potencial de consumidores o usuarios definido para un área geográfica, segmento de edad, comunidad, producto o servicio en base a datos demográficos de ingresos, actividad económica y análisis del contexto.”¹²

El mercado objetivo es llamado también mercado meta, es el mercado al cual se dirigen la totalidad de nuestros esfuerzos y acciones de marketing, con la finalidad de que todos ellos se conviertan en clientes reales del producto.

¹¹ Bernat López-Pinto Ruiz. La esencia del marketing. (Barcelona: Edicions UPC, 2001), p. 23

¹² Mariano Bernardez. Desempeño organizacional: conceptos y herramientas para la mejora, creación e incubación de nuevas organizaciones. (Bloomington: Global Business Press, 2007), p. 168

3.2.7 Servicios de préstamo

Un préstamo es una operación mediante la cual una entidad financiera (banco u otra entidad financiera) pone a nuestra disposición una cantidad determinada de dinero mediante un contrato.

Luego de la concesión del préstamo, junto con el capital facilitado con el mismo, se adquiere la obligación de devolver ese capital en un plazo de tiempo establecido además de unas comisiones e intereses acordados con la entidad financiera durante la negociación del préstamo.

La devolución del dinero prestado, se realizará en un número de cuotas mensuales que incluirán las comisiones y los intereses estipulados en el contrato.

a) Principal

Es la cantidad de dinero que se ha prestado y sobre la cual se computa y han de pagar los intereses del préstamo, es decir, es la parte del préstamo que pedimos a la entidad financiera.

b) Interés del préstamo

Cargo que se cobra al que toma prestado por utilizar el dinero o capital de otra persona o entidad. Se paga a intervalos convenidos y que se expresa comúnmente como un porcentaje anual del capital no pagado.

c) Plazo

Se refiere al periodo de tiempo acordado con la entidad que se concede el préstamo para pagarlo, generalmente los plazos son de un año en adelante.

d) Otras generalidades del préstamo

Un préstamo cuenta con dos partes principales: el prestamista y el prestatario. El prestamista es quien solicita un monto económico al prestatario, que por lo general suele ser una entidad bancaria. No obstante, un préstamo también puede realizarse

en materia de bienes, esto hace referencia a obtener un bien a cambio de compromisos que se han contraído por medio de un contrato.

Lo mismo sucede con el dinero; el prestatario recibe cierto monto por parte del prestamista, y de ésta manera adquiere el compromiso de devolverla junto con los respectivos intereses, en los plazos establecidos en el contrato.

3.2.8 Garantías para un préstamo

Las garantías se crean como respaldo para el prestamista, están destinadas a garantizar el cumplimiento de la obligación financiera. Existen diversas clases de garantías que las instituciones aceptan recibir, entre ellas se encuentran: terrenos, casas, vehículos, fiadores, etc. En las casas de empeño los préstamos son respaldados mediante prendas, las cuales se definen de la siguiente manera:

a) Prendas

La prenda es un derecho real accesorio de garantía que tiene como función el asegurar al acreedor el cumplimiento y satisfacción de su crédito, mediante un poder especial que se le confiere sobre la cosa pignorada (dada en garantía).

Es requisito esencial de la prenda, la puesta en posesión del acreedor del bien mueble ofrecido en garantía del crédito, que puede ser propiedad del deudor o de un tercero, constituyéndose así, con ese desplazamiento de la posesión, la prenda sobre el bien mueble entregado.

Este bien es sometido a un "avalúo" que hacen en la misma institución para conocer el valor aproximado de ese bien. Inmediatamente se te da una ficha de avalúo donde bien el valor del bien y la proporción que te pueden prestar sobre el valor de dicho bien (nunca es el 100%, oscila entre un 40% hasta un 70% del valor del bien dejado en prenda, depende mucho de la institución).

Después si aceptas el préstamo se hace un contrato en el cual estipula que el bien se queda en garantía para solventar el dinero que han prestado y si en determinado tiempo no se realiza el pago, el bien se pone en venta para recuperar el dinero que te prestaron más los intereses más los intereses por mora, y al final si sobro dinero te lo devuelven en un concepto llamado remanente.

En el caso de una entidad como lo es la casa de empeño, las principales prendas que se pueden utilizar como garantía para un préstamo son las joyas, televisores, equipos de sonido, celulares, cámaras digitales, entre otros.

3.2.9 Precios de los servicios de préstamo

a) Porcentaje de interés

La tasa de interés de un préstamo es muy importante al decidir sobre el endeudamiento de cualquier cantidad de dinero, independientemente de su uso. Casi ninguna empresa o individuo presta dinero sin cobrar intereses adicionales o tarifas por el uso de ese dinero y el riesgo asumido, tales como la inflación o la falta de pago de todo o parte del préstamo.

b) Formas comunes de pago

Dependiendo de la entidad financiera de que se trate el plazo puede ser de una semana, quincenal, mensual, etc. Generalmente en las casas de empeño las formas y plazos oscilan entre los mencionados anteriormente.

3.2.10 Ubicación

Es una decisión de tipo estratégico y vital pues toda empresa considera el aspecto de ubicación de forma profunda, debido a que en la mayoría de los casos, el éxito en la venta de un producto o la prestación de un servicio depende de la ubicación más adecuada para que esté a disposición de los clientes.

El lugar más adecuado para la venta de un producto o servicio depende en gran medida del tipo de producto o servicio que se ofrece y el mercado objetivo. Nunca se

debería optar por una localización sin haber realizado un estudio detallado y profundo de las características de los residentes.

a) Ubicación para una casa de empeño

En el caso específico de una casa de empeño el aspecto de la ubicación debe ser analizado minuciosamente, pues atendiendo al tipo de servicio que se presta, debe considerarse un lugar con alta afluencia de gente, donde no se registren hechos delictivos con frecuencia y donde se cuente con fácil acceso a vehículos, esto último considerando que en ocasiones las garantías deben ser llevadas en un medio de transporte de acuerdo a su tamaño.

b) Medidas de seguridad

La seguridad es un elemento vital para una empresa como una casa de empeño, esto se debe a que en ella se almacenan las prendas que los clientes llevan para obtener su préstamo y principalmente por la seguridad de los clientes, las casas de empeño deben ofrecer al cliente un ambiente seguro para la realización de sus transacciones tanto para garantizar la seguridad física como para la tranquilidad de los clientes.

Algunas medidas básicas de seguridad a considerar son: Instalaciones blindadas, cortina de metal, contar con alarma en caso de robo, mantener las prendas de los clientes en un lugar cerrado y almacenadas bajo llave y finalmente contar con personal de seguridad para la vigilancia constante del ingreso a las instalaciones.

3.2.11 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”¹³

¹³ William J. Stanton; Michael J. Etzel y Bruce J. Walker. Fundamentos de marketing. 14ed. (México, D.F.: McGraw Hill, 2007), p. 550

El anuncio publicitario debe contener ciertas características que lo hagan atractivo al público como: tener un mensaje verbal y/o visual no personal, un patrocinador identificado, debe ser transmitido por uno o varios medios.

Los medios para hacer publicidad deben también ser electos en función del tipo de producto o servicio que se ofrece, en el caso de las casas de empeño, el medio comúnmente utilizado es la televisión y los volantes debido a que por medio de ellos se brinda una información más detallada acerca de los servicios que se ofrecen.

a) Importancia de la publicidad

La publicidad es un medio importante para comunicar porque a través de ella “se muestra claramente las ventajas del producto respecto a los sustitutos que están utilizando actualmente los consumidores”¹⁴

Es importante mencionar que para la publicidad lo vital es que un producto o servicio sea reconocido, lo cual plantea una diferencia sustancial. Mientras que un producto conocido no ofrece ningún elemento distintivo, un producto reconocido es un producto que ya ha sido probado y utilizado y que vuelve a ser elegido por aquel consumidor que lo obtiene. De este modo, la tarea de la publicidad (y de ahí su importancia) es convertir a un producto, un objeto, un bien o un servicio en algo que se distingue del resto y que busca llegar a un determinado tipo de público.

b) Medios de comunicación

Los medios de comunicación son la parte elemental de la publicidad, como anteriormente se mencionó, de la correcta elección del medio depende en gran parte el éxito de la publicidad.

Entre los medios más utilizados se encuentra la televisión que es un medio audiovisual masivo que permite a los publicistas desplegar toda su creatividad porque pueden combinar imagen, sonido y movimiento. Sus principales ventajas

¹⁴ Claudio Soriano. El Marketing Mix: Concepto, Estrategia y Aplicaciones (Madrid: Ediciones Díaz de Santos, S.A., 1990), p. 54

son: Buena cobertura de mercados masivos; combina imagen, sonido y movimiento; atractivo para los sentidos.

La radio es un medio "solo-audio" que en la actualidad está recobrando su popularidad. Sus principales ventajas son: Buena aceptación local, selectividad geográfica elevada y demográfica, costo bajo. Además, es bastante económico en comparación con otros medios y es un medio adaptable, es decir, puede cambiarse el mensaje con rapidez.

Medios escritos como revistas, periódicos, trifoliales o volantes son también un medio oportuno para publicidad, su principal ventaja es que en ellos se puede brindar una información más detallada del producto o servicio y el cliente puede analizarla más detenidamente. De igual forma el internet es un medio actualmente con mucho auge, especialmente a través de las redes sociales.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

En este capítulo se presentan los resultados obtenidos referentes al trabajo de campo realizado para la determinación de la demanda de servicios de préstamos de una casa de empeño, en el área urbana del municipio de Quezaltepeque, Departamento de Chiquimula; para ello se propuso dentro de los objetivos específicos: definir la información general que caracteriza la población del área urbana del municipio de Quezaltepeque, Chiquimula en función del uso de préstamos financieros; definir los servicios de préstamos de casa de empeño que requieren; asimismo especificar el precio adecuado (tasa de interés) para estos servicios dentro de este municipio, igualmente identificar la ubicación adecuada de una casa de empeño para la demanda del servicio e identificar los medios publicitarios adecuados para la población objeto de estudio. Todo ello definido principalmente con base en las opiniones de 329 personas encuestadas, la información obtenida es complementada y confrontada con el análisis documental aplicado a la variable precio y por los datos obtenidos mediante la técnica de la observación aplicada a las variables servicio, ubicación y medios de comunicación.

Para efectos de análisis e interpretación de resultados del presente estudio, en el apartado 4.1 se muestran los datos demográficos de la población encuestada en cuanto al género, edad, nivel académico, número de dependientes y ocupación, así como la opinión respecto al uso de préstamos financieros, (que la población obtiene de cualquier institución).

Del apartado 4.2 en adelante se describe la información específica sobre las características y el uso del servicio de préstamo de casa de empeño de acuerdo a la opinión de la población encuestada, también se muestran los distintos resultados referentes a las variables precio, ubicación y medios de comunicación que fueron parte de la información recabada y analizada para complementar la investigación.

4.1 Información general de la población encuestada

4.1.1 Caracterización

En esta sección se muestra en términos porcentuales los datos que predominan y caracterizan a la población encuestada, siendo los que predominan: distribución uniforme entre género masculino y femenino, de 18 a 25 años de edad (40%), con un nivel académico medio (49%), que obtiene ingresos mensuales de 0 a 2,000 quetzales (77%), con un número de dependientes familiares entre 1 y 2 personas (36% acumulado), ingresos obtenidos en relación de dependencia pública o privada (58%) y un porcentaje considerable son comerciantes (31%).

A continuación se describe de forma detallada las características de la población que formó parte de la encuesta (ver tablas de la 3 a la 8).

Tabla 3 Población distribuida por género

Categoría	Cantidad	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Femenino	183	56%	56%
Masculino	146	44%	100%
Total	329	100%	

Fuente: elaboración propia según la investigación

Tabla 4 Distribución por rango de edad

Categoría	Cantidad	Porcentaje	Porcentaje acumulado
18 a 25 años	132	40%	40%
26 a 35 años	84	25%	65%
36 a 50 años	91	28%	93%
50 en adelante	22	7%	100%
Total	329	100%	

Fuente: elaboración propia según la investigación

Tabla 5 Distribución por nivel académico

Categoría	Cantidad	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Primaria	33	10%	10%
Básico	59	18%	28%
Medio	161	49%	77%
Universitario	51	15%	92%
Ninguno	25	8%	100%
Total	329	100%	

Fuente: elaboración propia según la investigación

Tabla 6 Distribución por rango de ingresos

Categoría	Cantidad	Porcentaje	Porcentaje acumulado
0 a 2,000	253	77%	77%
2,001 a 20,000	76	23%	100%
20,001 en adelante	0	0%	0%
Total	329	100%	

Fuente: elaboración propia según la investigación

Tabla 7 Distribución por número de dependientes directos

Categoría	Cantidad	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1	53	16%	16%
2	65	20%	36%
3	26	8%	44%
4	21	6%	50%
5	2	1%	51%
Ninguno	162	49%	100%
Total	329	100%	

Fuente: elaboración propia según la investigación

Tabla 8 Distribución según la ocupación

Categoría	Cantidad	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Agricultura	7	2%	2%
Ama de casa	4	5%	7%
Comerciante	103	31%	38%
Dependiente	191	58%	96%
Estudiante	14	4%	100%
Total	329	100%	

Fuente: elaboración propia según la investigación

4.1.2 Uso de préstamos

Por préstamos entenderemos la definición descrita en el marco teórico del presente informe. A continuación se analiza el uso de estos por la población objeto de estudio con la finalidad de conocer si actualmente existe cultura hacia la utilización de préstamos financieros, lo cual brindará una perspectiva general al inversionista, sobre la demanda de los servicios que requiere la población actualmente.

En la tabla 9 se hace referencia al porcentaje de opinión en cuanto al uso de préstamos financieros.

Tabla 9 Uso de préstamos

Categoría	Cantidad	Porcentaje	Porcentaje acumulado
NO	112	34%	34%
SI	217	66%	100%
Total	329	100%	

Fuente: elaboración propia según la investigación

El porcentaje de la población encuestada, que indicó no utilizar préstamos financieros, también expresó que no ha utilizado los servicios de una casa de empeño, sin embargo argumentan sí conocer sobre ellas, siendo la más popular la empresa Guateprenda (72%) y en segundo lugar la empresa “Chepe te presta”(10%).

Cabe mencionar que todas las personas que expresaron ser estudiantes, no han utilizado préstamos, esto debido a distintas limitantes como: falta de ingresos fijos, carencia de bienes que pueden ser objeto de garantía, edad, entre otros, según indicaron.

Para efectos del análisis de la presente investigación a partir de aquí se considera únicamente el 66% de personas que expresaron hacer uso del servicio de préstamos, independientemente del tipo de entidad a la que han acudido, esto debido a la utilidad que tendrá para un futuro inversionista, la opinión de la población que en este momento tiene cultura de utilizar préstamos para solventar sus necesidades.

De los resultados obtenidos con respecto al género, no se encuentra mayor variación, tanto los hombres como las mujeres expresaron en porcentajes similares, 48% y 52% respectivamente, que utilizan al menos una vez al año los servicios de préstamos, con motivo de inversión y que por lo general lo respaldan mediante escrituras.

De acuerdo a la edad, las comprendidas entre los 26 y 35 años (38%) son los que principalmente hacen uso de estos servicios, y los rangos de 18 a 25 años y de 36 a 50 años se posicionan en segundo lugar (30% cada uno). Las personas mayores de 50 años son las que menos utilizan el servicio de préstamos.

Según el nivel de ingresos, los que se encuentran en un rango de 0 a 2,000 quetzales de ingresos mensuales son los que principalmente recurren al servicio de

préstamos, entre las razones mencionadas están: que el principal motivo por el cual acuden a ello es por inversión y enfermedad.

Referente a la recurrencia del uso de préstamos financieros de acuerdo a la ocupación, los que laboran en relación de dependencia (62%) y comerciantes (34%) son los principales usuarios, según la opinión de la población encuestada estos cuentan con ingresos fijos, bienes muebles e inmuebles y otros indicadores que demuestren a la entidad financiera que cuentan con los medios para garantizar y además poder cancelar una deuda. Según el análisis, con un porcentaje menor en cuanto a la demanda de servicios de préstamos se encuentran las amas de casa (3%).

En la tabla 10 se hace referencia detallada sobre los motivos que las personas tienen para realizar un préstamo financiero. Estos deben ser tomados en cuenta puesto que así se podrán desarrollar estrategias y servicios necesarios para satisfacer las necesidades de la población.

Tabla 10 Motivos para realizar un préstamo

Categoría	Cantidad	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Inversión	152	46%	46%
Enfermedad	94	29%	75%
Construcción	30	9%	84%
Compra de moto	21	7%	91%
Compra de electrodomésticos	4	1%	92%
Otros	28	8%	100%
Total	329	100%	

Fuente: elaboración propia según la investigación

En la tabla 11 se muestra a detalle cuales son las garantías más utilizadas para respaldar un préstamo, en donde se asume que la razón principal por la que predominan el fiador, escritura y los préstamos sin garantías, es debido a que en su mayoría los usuarios acuden a entidades financieras (bancos, cooperativas y financieras) y prestamistas particulares.

Tabla 11 Garantías Utilizadas

Categoría	Cantidad	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Escritura	67	31%	31%
fiador	95	43%	74%
Joyas de oro	12	6%	80%
Sin Garantia	41	19%	99%
No contesto	2	1%	100%
Total	217	100%	

Fuente: elaboración propia según la investigación

A continuación se muestra en la tabla 12 un análisis de los datos obtenidos en la encuesta realizada, en la cual puede visualizarse en forma conjunta las características de la población, el porcentaje de uso de préstamos, la frecuencia, el motivo y la garantía con la que actualmente obtienen dichos servicios.

Tabla 12 Uso de préstamos financieros de acuerdo a la caracterización

CARACTERIZACIÓN		INDICADORES			
		Uso de préstamo	Frecuencia	Motivo	Garantía
Género					
	Femenino	52%	Una vez	Inversión	Fiador
	Masculino	48%			
Edad					
	18 a 25 años	30%			
	26 a 35 años	34%	Una vez	Inversión	Fiador
	36 a 50 años	30%			
	50 en adelante	6%			
Nivel académico					
	Primaria	11%			
	Básico	24%			
	Medio	38%	Una vez	Inversión	Fiador
	Universitario	18%			
	Ninguno	9%			
Ingresos Promedio					
	0 a 2,000	71%	Una vez	Inversión	Fiador
	2,001 a 20,000	29%			
	20,001 en adelante	0%			
Dependientes					
	Con dependientes	53%	Una vez	Inversión	Fiador
	Sin dependiente	47%			
Ocupación Actual					
	Dependiente	62%	Una vez	Inversión	Fiador
	Comerciante	34%			
	Ama de casa	3%			
	Agricultura	1%			

Fuente: elaboración propia según la investigación

Es importante mencionar que hasta este momento se ha descrito la demanda de la población en cuanto al uso de préstamos financieros, independientemente de quien los brinde.

Del total de usuarios de préstamos financieros, el 12% corresponde o hace uso de los servicios de casa de empeño y las más conocidas son las siguientes (ver tabla 13).

Tabla 13 Conocimiento casas de empeño

Categoría	Cantidad	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Guateprenda	143	63%	63%
Chepe te presta	13	6%	69%
Otros	22	10%	79%
No contesto	49	21%	100%
Total	227	100%	

Fuente: elaboración propia según la investigación

De las entidades mostradas en el cuadro anterior, según la observación realizada en el municipio de Quezaltepeque, ninguna de ellas se encuentra ubicada de forma física en el municipio sujeto de estudio, sin embargo, Guateprenda es la casa de empeño que mayor publicidad realiza dentro del municipio, se pudieron apreciar distintas formas de publicidad visual como, mantas, afiches, volantes y anuncios de televisión, así mismo cuenta con spot publicitario en varias emisoras que se sintonizan en el municipio.

4.2 Características del servicio de préstamos de casa de empeño que requieren los habitantes del área urbana del municipio de Quezaltepeque

4.2.1 Uso de casa de empeño de acuerdo al género, edad, nivel académico, número de dependientes y ocupación

Tabla 14 Uso de préstamos casa de empeño de acuerdo a la caracterización

CARACTERIZACIÓN		INDICADORES			
		Uso de préstamo	Frecuencia	Motivo	Garantía
Género					
	Femenino	15%	Una vez	Enfermedad	Joyas de oro
	Masculino	85%			
Edad					
	18 a 25 años	69%			
	26 a 35 años	31%	Una vez	Enfermedad	Joyas de oro
Nivel académico					
	Básico	77%			
	Medio	23%	Una vez	Enfermedad	Joyas de oro
Ingresos promedio					
	0 a 2,000	100%	Una vez	Enfermedad	Joyas de oro
Dependientes					
	Con dependiente	54%	Una vez	Enfermedad	Joyas de oro
	Sin dependiente	46%			
Ocupación actual					
	Dependiente	85%	Una vez	Enfermedad	Joyas de oro
	Ama de casa	15%			

Fuente: elaboración propia según la investigación

Según la encuesta realizada los hombres (85%) que se encuentran en los rangos de edad entre los 18 a 25 años y entre los 26 a 35 años, expresaron mayor interés por el uso de casa de empeño. Sin embargo al realizar un análisis documental de la descripción de servicios de los oferentes en los municipios de Esquipulas y Chiquimula, se logró constatar, que contrario a la encuesta son las mujeres las que más hacen uso de las casas de empeño, cabe hacer notar que la información analizada es referente a los usuarios de varios municipios y no solo a la población encuestada como objeto de estudio.

Así mismo se observa que las personas recurrentes a préstamos prendarios en su mayoría cuentan con un número de dependientes familiares de 2 a 3 personas (54% acumulado) y obtienen ingresos entre 0 y 2,000 quetzales mensuales esto demuestra que al tener un mayor número de dependientes y poseer ingresos bajos, es necesario optar por las formas más rápidas y fáciles de obtener efectivo para solventar las emergencias que surgen día a día.

Las personas que laboran en relación de dependencia (85%) y amas de casa (15%), que poseen un nivel de escolaridad básico (77%) y medio (23%), han utilizado o utilizan los servicios de préstamos de casa de empeño.

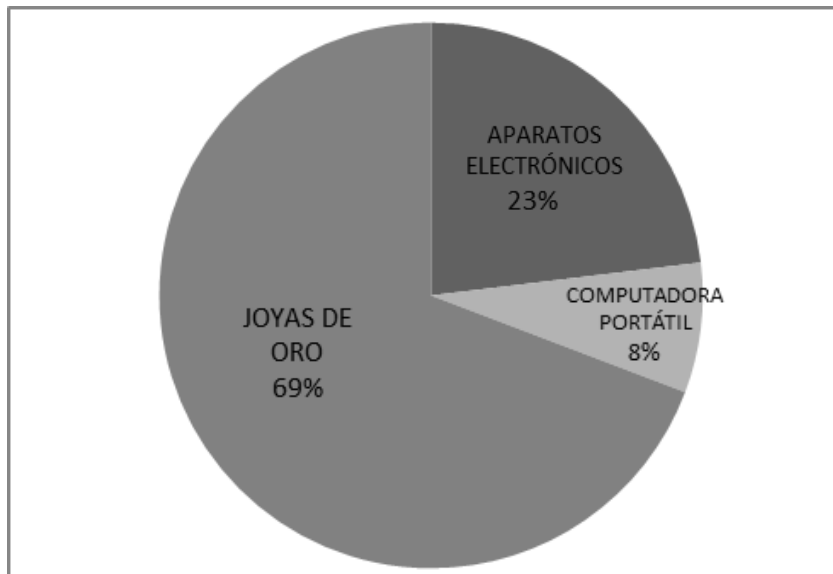
Lo descrito en este apartado, son las características del servicio de casa de empeño, que requieren los habitantes del área urbana del municipio de Quezaltepeque, por ello en caso de la apertura de una casa de empeño en el lugar, se debe realizar acciones para principalmente atraer a este grupo ya que tienen la cultura, experiencia y disposición de adquirir el servicio y sobre esta base partir para posicionar el servicio en toda la población del municipio.

4.2.2 Monto y garantía

La información obtenida mediante la encuesta indica que los préstamos de casa de empeño requeridos por la población objeto de estudio van de 1 a 1,000 quetzales; similar dato fue encontrado según el análisis documental en las empresas oferentes

de los municipios de Esquipulas y Chiquimula, en el cual un porcentaje alto se encuentra en este rango.

Lo anterior puede deducirse que se debe al tipo de garantía que es utilizada para respaldar los préstamos prendarios, como se verá en la gráfica siguiente:



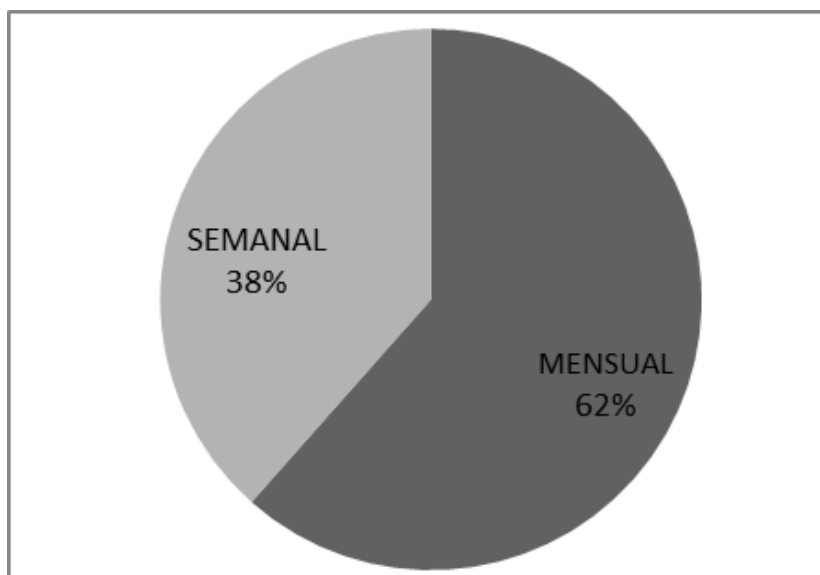
Gráfica No. 1 **Artículos que se empeñan con mayor frecuencia**

Fuente: elaboración propia según la investigación

Según el análisis documental realizado a las casas de empeño en los municipios de Esquipulas y Chiquimula, estas valoran las garantías de la siguiente manera: las joyas de oro de acuerdo al peso el cual es medido en gramos y según el quintaje, que puede ser diez quilates (10k), catorce quilates (14k) hasta llegar a un máximo de veinticuatro quilates (24k) y en el caso de aparatos electrónicos, tecnología y línea blanca, son valorados con un 35% o 40% de su valor comercial, por ello se asume que los montos en los préstamos realizados sean en un rango como el anteriormente indicado.

4.2.3 Frecuencia de uso de préstamos prendarios y plazo para abonar intereses

En cuanto a la frecuencia el 100% de los usuarios de casa de empeño expresó que requería de estos servicios al menos una vez al año. Referente al plazo para abonar sus intereses se detalla en la gráfica siguiente:

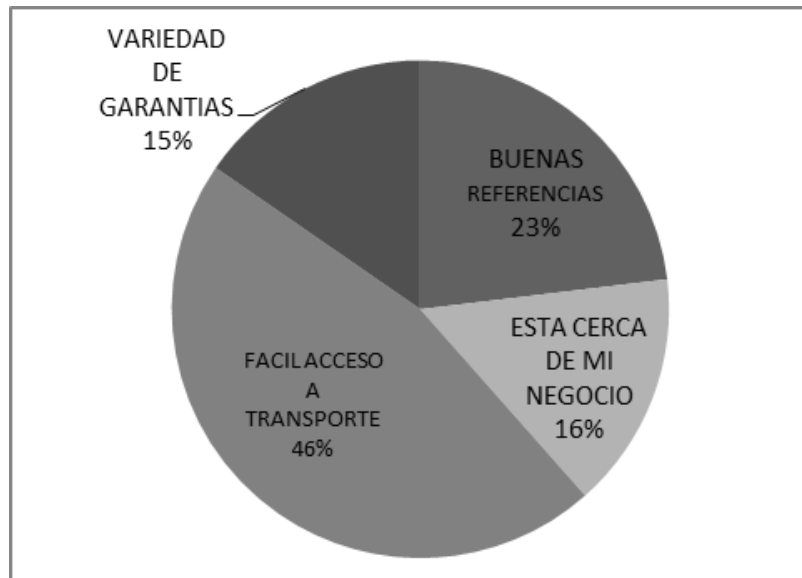


Gráfica No. 2 **Plazos que prefieren los usuarios para abonar intereses**

Fuente: elaboración propia según la investigación

Por lo general el plazo para abonar lo determina la frecuencia de sus ingresos, en caso de los usuarios de casa de empeño del municipio de Quezaltepeque, como se mencionó en la gráfica No. 1 en su mayoría son los que laboran en relación de dependencia y obtienen sus ingresos de forma mensual por lo tanto se asume que esta es la razón para que sea este el plazo que predomine.

4.2.4 Motivo para elegir una casa de empeño



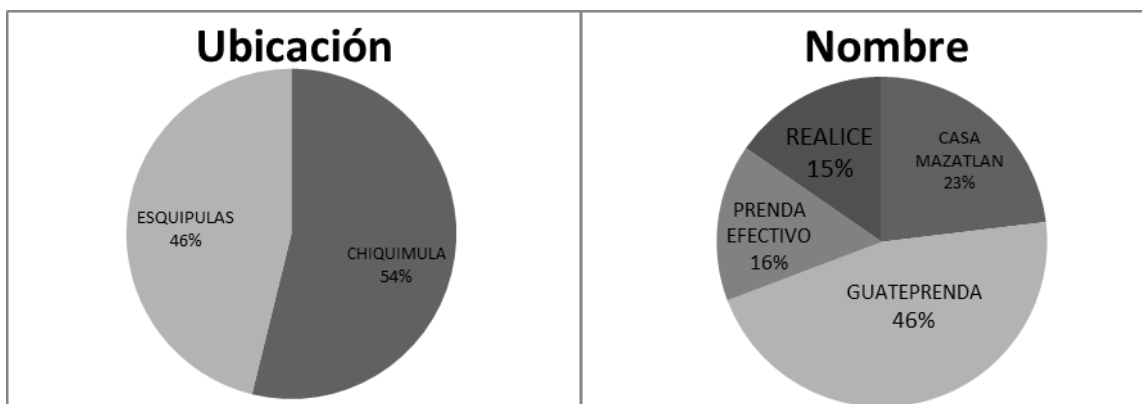
Gráfica No. 3 **Motivos para elegir una casa de empeño**

Fuente: elaboración propia según la investigación

Los usuarios indicaron que acuden a una casa de empeño por su fácil acceso principalmente (46%), esto podría ser porque no existe una empresa de este tipo en el municipio de Quezaltepeque y para obtener estos servicios tienen que trasladarse a otros lugares, eligiendo el que tenga mejor acceso a transporte. Otra razón importante son las buenas referencias (23%), que se transmiten entre los usuarios.

4.2.5 Acceso actual al servicio

Las casas de empeño más cercanas al municipio de Quezaltepeque, se encuentran ubicadas en los municipios de Esquipulas y Chiquimula. A continuación se muestra el nombre de las casas de empeño y los municipios a los que usuarios de estos servicios prefieren acudir (ver gráfica no. 4):



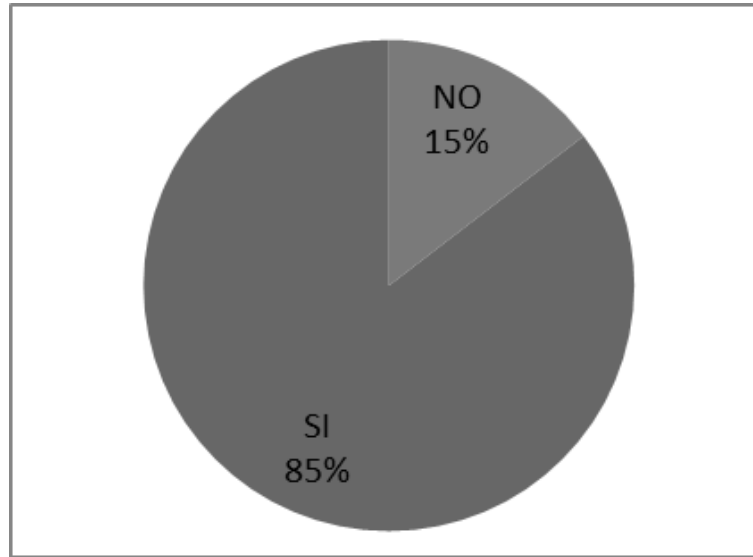
Gráfica No. 4 **Acceso actual al servicio**

Fuente: elaboración propia según la investigación

Según la encuesta realizada, actualmente los usuarios del servicio de préstamos de casa de empeño, acceden a las empresas ubicadas en los municipios de Chiquimula (54%) y Esquipulas (46%), siendo las más utilizadas Guateprenda (46%) y Casa Mazatlan (23%), cabe mencionar que estas dos empresas cuentan con agencias tanto en el municipio de Esquipulas como en Chiquimula, mientras que la empresa “Realice” y “Prenda efectivo” que son utilizadas en un menor porcentaje solo cuentan con oficinas en el municipio de Chiquimula.

Además se cuestionó a los usuarios, sobre cuáles fueron los medios de comunicación que utilizaron para informarse sobre estas empresas, para lo cual opinaron que lo hicieron por medio de la fachada del local (54%), por referencia (38%) y en menor cantidad mediante un volante (8%).

4.2.6 Necesidad de casa de empeño



Gráfica No. 5 Necesidad de una casa de empeño en el municipio de Quezaltepeque

Fuente: elaboración propia según la investigación

En su mayoría (85%) la población encuestada opinó que sí es necesaria la apertura de una casa de empeño en el municipio de Quezaltepeque y lo atribuyen a varios beneficios entre los que se mencionaron:

La ayuda que brindaría la posibilidad de obtener un préstamo en cuestión de minutos ante una emergencia como enfermedad, viaje, accidente, inversión, etc.

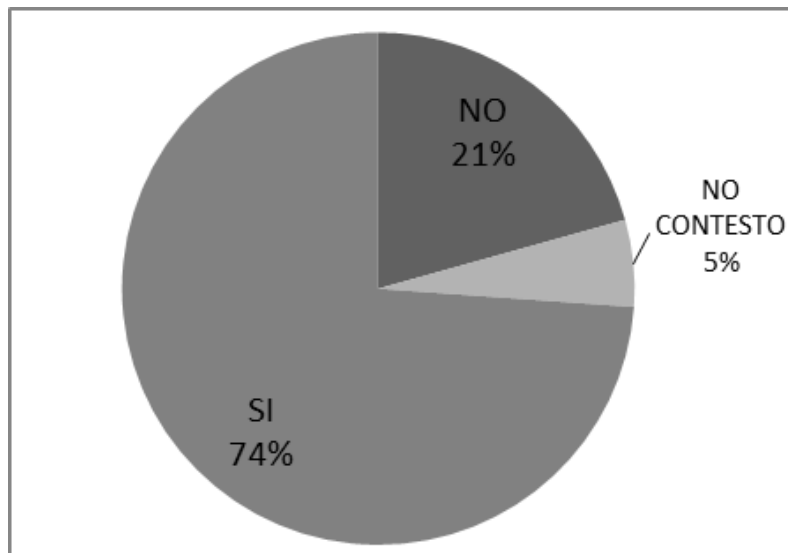
Así mismo expresan que les daría el beneficio de no acudir a los prestamistas particulares o a los amigos ante la necesidad de un préstamo prendario y esto es de gran ayuda, puesto que en ocasiones éstos no utilizan los medios adecuados para el cobro ante un atraso.

De igual forma ven el beneficio de la confidencialidad puesto que al ser las casas de empeño entidades formales, cuentan con las normas más estrictas respecto a ello, así como seguridad para sus clientes. Además de ello opinan que el mal record

crediticio no afecta en una casa de empeño, siendo esta otra ventaja puesto que varias personas no aplican a un préstamo bancario o tarjeta de crédito debido a eso y que las casas de empeño si los apoyarían.

No obstante un 15% argumenta que no sería necesario, pues consideran que la tasa de interés es muy alta y que preferirán esperar el trámite en una institución bancaria o cooperativa antes que acudir a una casa de empeño. Sin embargo expresan que es a su punto de vista y situación en particular, pero que siempre existen personas que no poseen las garantías o solvencia necesaria para obtener un préstamo bancario y que en algún momento la apertura de una casa de empeño sería un medio de apoyo para ellas.

4.2.7 Disposición de adquirir el servicio



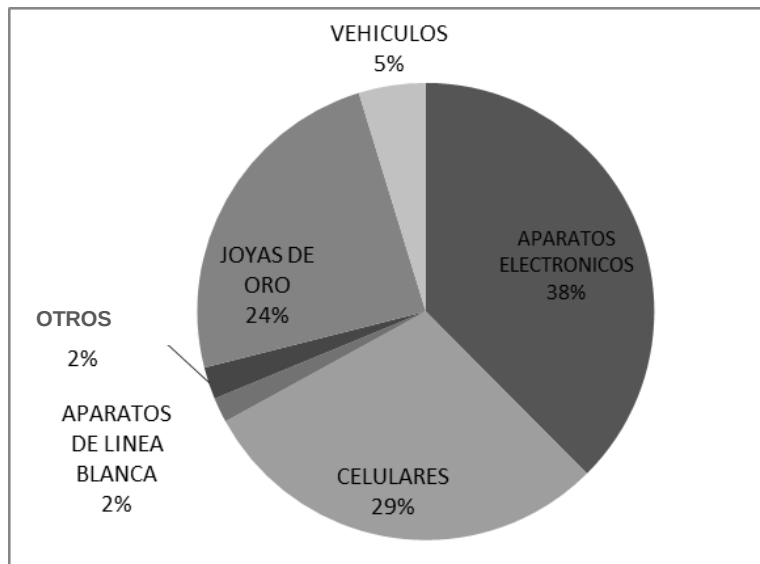
Gráfica No. 6 **Disposición de adquirir el servicio**

Fuente: elaboración propia según la investigación

Se cuestionó a las personas que, en caso se estableciera una casa de empeño en el municipio de Quezaltepeque, estarían dispuestas a utilizar el servicio, a lo cual el 74% respondió que sí, lo que demuestra que sí existe una demanda potencial de una casa de empeño dentro del área urbana.

Esto se ve respaldado por lo que argumentan algunos usuarios de este tipo de servicios, indicando que en varias ocasiones han surgido emergencias y no hay un lugar donde pudieran acudir para adquirir efectivo de forma rápida, sencilla y segura, teniendo que pasar por inconvenientes para obtenerlo de otra forma, perdiendo así, tiempo, dinero, recursos y posibilidades de inversión en el caso de los comerciantes.

4.2.8 Capacidad para adquirir el servicio



Gráfica No. 7 **Disponibilidad de garantías para utilizar en una casa de empeño**

Fuente: elaboración propia según la investigación

Se deduce que los habitantes del área urbana del municipio de Quezaltepeque cuentan con la capacidad para adquirir un préstamo prendario, puesto que según la encuesta realizada a la población objeto de estudio, sobre los bienes que poseían que podían ser utilizados como garantía en una casa de empeño, el mayor porcentaje (38%) coincidió en que cuenta con aparatos electrónicos, siendo estos televisores, equipos de sonido, videojuegos, entre otros. Así mismo en segundo lugar con un 29% las personas expresan tener un celular.

Tanto los aparatos de línea blanca, joyas de oro y vehículos son artículos que pueden ser utilizados en las casas empeño y que las personas indicaron poseer

alguno de ellos, siendo las escrituras el único bien mencionado que actualmente no son tomadas en cuenta por estas entidades.

Lo anterior es respaldado mediante la observación realizada en los hogares y negocios en donde se efectuó la encuesta y se constató que en la mayoría existía ya sea un televisor o un aparato de sonido, así mismo las personas portaban un celular y algunas utilizaban joyas de oro como anillos, pulseras, cadenas y aretes.

4.3 Precio

A continuación se describe la información referente a la determinación de las tasas de interés que predomina en los oferentes del servicio de préstamos de casa de empeño de los municipios de Esquipulas y Chiquimula, además se analizan las características del pago de préstamos financieros y de casa de empeño por la población objeto de estudio, con la finalidad de determinar cuál es su capacidad de pago, el conocimiento de las tasas de interés y su opinión respecto a qué porcentaje de interés consideran que debe cobrar una casa de empeño de manera mensual, en función de los servicios que prestan estas entidades.

4.3.1 Capacidad de pago

Según los datos obtenidos mediante la encuesta los habitantes del área urbana del municipio de Quezaltepeque que utilizan prestamos financieros en su mayoría tienen la capacidad de cancelar una cuota entre 1 y 1,000 quetzales mensuales (83% acumulado); así mismo expresaron que los plazos más comunes para cancelar el capital son cada 12 meses (43%), 18 meses (17%), 24, 36 y 48 meses (26% acumulado).

En cuanto a los que hacen uso de préstamos en casa de empeño, la población objeto de estudio según la encuesta realizada tiene la capacidad de cancelar una cuota entre 1 y 100 quetzales semanales y entre 101 y 200 quetzales mensuales, el plazo más utilizado para cancelar el capital es cada 3 meses.

A continuación se muestra en la tabla 15 un análisis de los datos obtenidos mediante la encuesta, en la cual puede visualizarse en forma conjunta las cuotas de los préstamos, el porcentaje de pago, la frecuencia y plazo de cancelación.

Tabla 15 Capacidad de pago

CATEGORIA	INDICADORES			
	Cuotas	% cuotas	Plazo de cancelación del préstamo	Frecuencia de Pago de cuota
Prestamos Financieros				
	1 a 500	42%	12 meses	Mensual
	501 a 1,000	41%		
	1,000 en adelante	7%		
	No contesto	10%		
Prestamos Casa de Empeño				
	1 a 100	46%		Semanal y mensual
	101 a 200	54%	3 meses	

Fuente: elaboración propia según la investigación

4.3.2 Tasa de interés casa de empeño

El 100% de las personas encuestadas que utilizan el servicio de préstamos que brindan las casas de empeño, expresó no conocer ninguna de las tasas de interés que brinda cada empresa.

A continuación se muestra en la tabla 16 el detalle de las tasas de interés cobradas por las casas de empeño que operan en los municipios de Esquipulas y Chiquimula, por razones éticas no se especificará el nombre de las entidades.

Tabla 16 Porcentaje de interés cobrado por casas de empeño

Empresa	% de interés mensual
Empresa 1	10%
Empresa 2	17%
Empresa 3	19%
Empresa 4	15%
Empresa 5	17.25%
Empresa 6	14%

Fuente: elaboración propia según la investigación

Estos datos fueron obtenidos del análisis documental realizado a las casas de empeño ubicadas en los municipios de Esquipulas y Chiquimula y muestran que en promedio cobran una tasa de interés del 15.375% mensual, la cual para efectos de cobro en la factura se detalla en distintos porcentajes dividido en cobro por seguros, almacenaje, interés y otros.

4.3.3 Tasa de interés recomendada

A continuación se muestra de forma detallada los porcentajes de interés que según la población encuestada, estarían en disposición de pagar.

Tabla 17 Tasa de interés recomendada por la población

TASA DE INTERÉS RECOMENDADA	PORCENTAJE DE OPINIÓN	PORCENTAJE ACUMULADO
TRES POR CIENTO	43%	43%
UNO POR CIENTO	30%	73%
DOS POR CIENTO	20%	93%
OTROS	7%	100%
TOTAL	100%	-

Fuente: elaboración propia según la investigación

Considerando el servicio, la rapidez, disponibilidad de horarios, variedad de garantías y facilidad para obtener préstamos que brindan las casas de empeño, un 43% de las personas encuestadas opinan que 3% sería una tasa justa de interés mensual. Esto fue cuestionado, únicamente como un referente de opinión de la población sujeta de estudio y se visualiza una amplia brecha entre el porcentaje que consideran justo (3% mensual) y el que cancelan actualmente con los oferentes a los que acuden (15.375% promedio mensual, ver tabla 16).

4.4 Ubicación casa de empeño

Con el objetivo de conocer la opinión de los encuestados en cuánto a cuál consideran que es el lugar adecuado para las instalaciones de una casa de empeño en el área urbana del municipio de Quezaltepeque, se consideraron indicadores como: acceso (lugar céntrico y fácil de localizar con disponibilidad para el tránsito vehicular), disponibilidad de medios de transporte (públicos o privados), carencia de hechos delictivos (robos, asaltos, muerte, accidentes, entre otros) y condiciones de infraestructura (amplitud, iluminación, limpieza, elegancia, entre otros), el detalle de estos se muestra en la tabla 18.

Tabla 18 Valoración de indicadores

Indicadores	Porcentaje de Importancia
Acceso	85%
Disponibilidad de medios de transporte	85%
Carencia de Hechos delictivos	60%
Condiciones de Infraestructura	30%

Fuente: elaboración propia según la investigación

Según lo considera la población objeto de estudio, los aspectos más importantes que influyen en la decisión para visitar una casa de empeño son: que esté ubicada en un lugar céntrico, con referencia o dirección fácil de identificar (reconocida por la población) y con disponibilidad para el tránsito vehicular, así mismo que existan medios de transporte colectivo que circulen por el lugar.

De forma específica los encuestados sugieren que los locales ubicados frente a la municipalidad, frente al parque y a un costado del mercado municipal, así como el centro comercial 2,000 serían convenientes para instalar una casa de empeño, puesto que son considerados céntricos dentro del municipio. Sin embargo, el lugar con mayor porcentaje de sugerencia es el centro comercial 2,000 (15%); comentan que cuenta con instalaciones adecuadas para las exigencias de infraestructura de un local para casa de empeño (techo de losa, amplitud, iluminación, limpieza, elegancia, entre otros), además el acceso es adecuado puesto que pueden transportarse hacia este lugar en su vehículo o por medio de un “moto taxi” que es el medio de transporte interno más utilizado en el lugar.

Así mismo expresaron no conocer sobre antecedentes delictivos en la zona y que eso les generaría confianza al momento de la necesidad de trasladar sus artículos a este lugar y solicitar un crédito.

Otras ubicaciones específicas mencionadas en un alto porcentaje fueron: cerca del mercado (12%) y frente a la municipalidad (9%), argumentan que estos lugares son muy transitados, así mismo están en una zona donde se encuentran establecidos gran cantidad de comercios, son lugares concurridos a diario y que todos conocen. Sin embargo, comentan que en estas zonas sí han existido hechos delictivos principalmente robos a los comercios.

Es importante mencionar que dentro de las sugerencias dadas por la población encuestada, se encuentran otras alternativas con menor porcentaje, algunos son parte del centro del municipio y otros se encuentran en los alrededores. A continuación en la tabla 19 se muestra de forma conjunta y detallada 6 de los lugares con mayor porcentaje de sugerencia así como sus referencias en cuanto a antecedentes delictivos y su ubicación general.

Tabla 19 Lugares sugeridos para ubicar una casa de empeño

ÁREA O LOCAL ESPECIFICO	PORCENTAJE DE PREFERENCIA	REFERENCIA NEGATIVA	UBICACIÓN GENERAL
CENTRO COMERCIAL 2,000	15%	Sin antecedentes	Centro del municipio
CERCA DEL MERCADO	12%	Robo y asalto	Centro del municipio
CERCA DE LA MUNI	9%	Sin antecedentes	Centro del municipio
FRENTE AL PARQUE	8%	Robo	Centro del municipio
BARRIO EL CENTRO	7%	Sin antecedentes	Centro del municipio
ATRÁS DEL BANCO AZTECA	6%	Sin antecedentes	Centro del municipio
OTROS	21%	Robo	Zonas mixtas
NO CONTESTÓ	22%	No contesto	No contesto
TOTAL	100%		

Fuente: elaboración propia según la investigación

4.5 Medios publicitarios

Sobre la identificación de los medios publicitarios adecuados, para la demanda de una casa de empeño en el área urbana del municipio de Quezaltepeque, se les cuestionó sobre los medios a los que tienen acceso, prefieren y/o utilizan, los cuales se muestran en la tabla 20.

Tabla 20 Acceso a medios de comunicación

ACCESO	MEDIOS
Redes sociales	Facebook, Whatsapp, Bbpin , Twitter
Periódico	Prensa libre, Nuestro Diario.
Radio	107.1, FM Lobos, 95.1, Sonora, Radio cultural, La perla, Iglesia Evangelio Completo
Televisión	Canales nacionales proporcionados por empresa departamental.
Revista	Sin acceso revista local

Fuente: elaboración propia según la investigación

En el caso de canal de televisión y revista se refiere a que sean propios del municipio de Quezaltepeque.

Para efectos de análisis e interpretación de resultados del apartado 4.5.1 en adelante, se describe detalladamente las características del uso de cada medio de comunicación según la encuesta realizada.

4.5.1 Radio

En el análisis siguiente se tomará en cuenta únicamente las personas que según la encuesta sí escuchan la radio (61%), de igual forma se describe cuáles son las emisoras y los programas de mayor preferencia, todo ello será cotejado con la caracterización de acuerdo al género y la edad.

De los resultados obtenidos con respecto al género la mayoría de personas que escucha la radio son mujeres (65%) que se encuentran en los rangos de edad entre los 18 a 25 años y entre los 26 a 35 años, siendo las tres emisoras más escuchadas: en primer lugar 107.1, la cual se encuentra ubicada en el municipio de Esquipulas y el programa preferido por la población encuestada es “la texa noche”, que es espacio donde se transmite música ranchera y duranguense los días miércoles y viernes de 8 de la noche en adelante. En segundo lugar mencionaron a FM LOBOS, radio propia del municipio de Quezaltepeque, para esta radio no especificaron un programa de mayor preferencia, pero la mayor parte de los radioescuchas comentas que sintonizan los programas musicales que se transmiten todos los días de la semana y que no tienen un horario en específico para sintonizarlos. En tercer lugar prefieren la radio 91.1 “la voz del seños de Esquipulas” esta es una radio católica que está ubicada en el municipio de Esquipulas, el programa de mayor audiencia es “buenos días”, se transmite de lunes a viernes de 8 a 9 de la mañana y en ese espacio comparten música católica, información de la iglesia y la biografía de un santo.

En la tabla 21 se hace referencia detallada sobre las emisoras más escuchadas en el área urbana del municipio de Quezaltepeque. Conocerlas es importante, puesto que así se podrán promocionar los servicios priorizando en las emisoras de mayor

audiencia y así poder hacer llegar el mensaje al mayor número de clientes potenciales posibles, maximizando la eficiencia.

Tabla 21 Emisoras de mayor audiencia

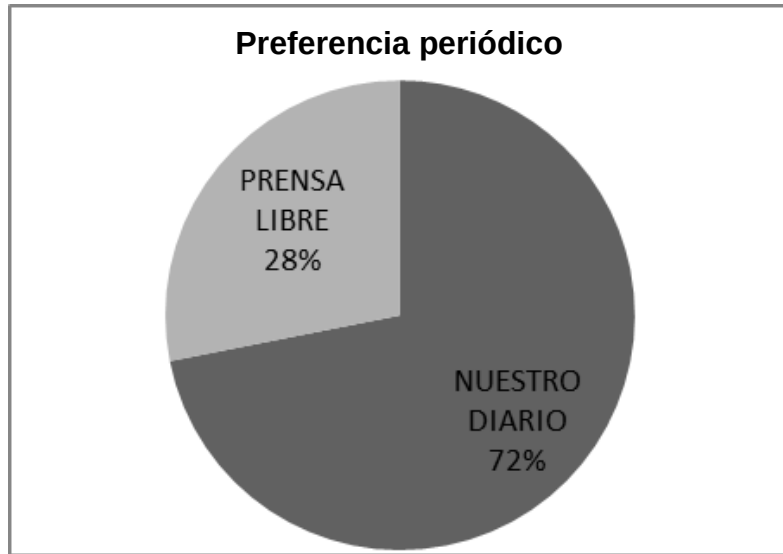
Categoría	Cantidad	Porcentaje	Programa de mayor preferencia
107.1	71	35%	Texa Noche
FM LOBOS	59	29%	Música
91.5	24	12%	Buenos Días
SONORA	14	7%	El Noticiero
102.7	8	4%	Chistes
RADIO CULTURAL	6	3%	Música
SOLAR	4	2%	No contesto
LAPERLA	4	2%	Noticias
OTRAS	12	6%	Varios
TOTAL	202	100%	

Fuente: elaboración propia según la investigación

4.5.2 Televisión

El 100% de las personas encuestadas respondieron que no existe ningún canal de televisión que sea propio del municipio de Quezaltepeque, sin embargo tienen acceso al canal TL-COM que es de la empresa que les proporciona el servicio de cable, la cual lleva el mismo nombre del canal y se encuentra ubicada en el municipio de Chiquimula.

4.5.3 Periódico



Gráfica No. 8 **Acceso y preferencia a periódico**

Fuente: elaboración propia

Según la encuesta realizada, las personas que en el área urbana del municipio de Quezaltepeque, tienen acceso y leen el periódico (68%), en su mayoría son mujeres, que se encuentran en los rangos de edad entre los 18 a 25 años y entre los 26 a 35 años y que poseen un nivel académico medio, siendo el periódico de mayor preferencia “Nuestro Diario”.

4.5.4 Revista

El 100% de la población encuestada indicó que dentro del municipio de Quezaltepeque no circula ninguna revista en particular, sin embargo argumentan que algunas veces compran en otros lugares la revista “Vanidades”.

4.5.5 Redes Sociales

A continuación se tomará en cuenta únicamente la opinión de las personas que, según la encuesta, coincidieron en cuanto al uso de redes sociales (69%), además se analiza cuáles son las más utilizadas de acuerdo al género, edad y nivel académico.

Según la encuesta realizada, tanto los hombres como las mujeres 53% y 47% respectivamente, que se encuentran en un rango de edad entre los 18 a 25 años y que poseen un nivel académico medio, manifestaron ser usuarios de redes sociales siendo las más populares Facebook y Whatsapp.

En la tabla 22 se describe detalladamente el uso de redes sociales según la opinión de la población objeto de estudio.

Tabla 22 Uso de redes sociales

Categoría	Cantidad	Porcentaje	Porcentaje acumulado
FACEBOOK, WHATSAPP	88	39%	39%
FACEBOOK	49	21%	60%
FACEBOOK, WHATSAPP, BBPIN	43	19%	79%
FACEBOOK, TWITTER, WHATSAPP, BBPIN	38	17%	96%
FACEBOOK, BBPIN	8	4%	100%
TOTAL	226	100%	-

Fuente: elaboración propia según la investigación

Facebook, además de ser utilizada por el 100% de las personas que expresaron tener acceso a redes sociales, es la red social que prefieren al momento de informarse sobre temas como empresas, promociones, productos y otros rubros, esto debido a que en estas páginas se brinda información más detallada de las empresas que ahí publican sus productos y servicios expresó la población encuestada.

CONCLUSIONES

1. 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 del área urbana del municipio de Quezaltepeque del departamento de Chiquimula, 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 y otro alto porcentaje indicó semanal y un plazo de cancelación de capital cada 3 meses.

Referente a las personas que aún no han utilizado los servicios de préstamos prendarios; se determinó que existe la disposición (74%) de adquirir dichos préstamos y que poseen las garantías necesarias para respaldarlo (joyas de oro, celulares, aparatos electrónicos, vehículos, entre otros).

2. 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 3% 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 entre el 10% y 19% mensual, esto dependiendo la empresa y el proceso del servicio de préstamo que brinden.
3. Se cuestionó sobre la importancia que para ellos tienen los aspectos de acceso, medios de transporte, condiciones de infraestructura y seguridad, 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 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 sería en las áreas cercanas al mercado, la municipalidad, el parque y centro comercial 2,000.

4. Los habitantes del área urbana del municipio de Quezaltepeque, tiene acceso a los medios de comunicación que según su categoría se identifican así: redes sociales (facebook, whatsapp, bbpin , twitter), radio (107.1, FM Lobos, 95.1, Sonora, Radio cultural, La perla, Iglesia Evangelio Completo), periódico (nuestro diario, prensa libre), 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 del municipio. En cuanto a revistas locales, según las personas encuestadas no 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 Facebook y Radio en especial 107.1.

RECOMENDACIONES

1. La empresa interesada en invertir en el área urbana del municipio de Quezaltepeque del departamento de Chiquimula, que considere que las características del servicio de préstamos de casa de empeño que requiere la demanda de esa población son: principalmente a través de joyas de oro ,aparatos electrónicos, celulares, vehículos y aparatos de línea blanca y que con un monto de préstamo máximo de mil quetzales, con capacidad para abonar de forma semanal y mensual; que los principales motivos por lo que requiere el servicio es para inversión y enfermedad. Según los resultados del presente estudio existe disposición de adquirir el servicio de préstamos que brindan las casas de empeño.
2. Al responsable o encargado de las agencias de casa de empeño, se recomienda determine los mecanismos adecuados para que los usuarios tengan claridad de las condiciones de pago en las que se les brinda el préstamo, para evitar que este tipo de negocio adquiriera una mala precepción de la población.
3. El inversionista interesado en instalar una casa de empeño en el área urbana del municipio de Quezaltepeque, debe considerar que la demanda requiere un lugar accesible, céntrico, de preferencia por 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.
4. A la empresa o inversionista tanto de una casa de empeño, como cualquier otra actividad económica que requieran publicitar de forma local sus productos o servicios, a la población del área urbana del municipio de Quezaltepeque, deben considerar que en la actualidad la mayoría tiene

como preferencia el uso de redes sociales específicamente Facebook y escuchan la radio, siendo la emisora más escuchada 107.1 de Esquipulas.

LITERATURA CITADA Y CONSULTADA

Arriola Mairén, Gildardo Guadalupe. Normas para redactar referencias bibliográficas y notas al pie de página. Chiquimula, Guatemala: Centro universitario de Oriente de la Universidad de San Carlos de Guatemala, 1,997.

Arriola Velásquez, Luis Arturo. Análisis financiero, de operaciones y mercadeo en la creación de una empresa dedicada al negocio de préstamos prendarios. Informe, Ingeniería Industrial, Facultad de ingeniería, Universidad de San Carlos de Guatemala, 2005

Baena Graciá, Verónica. Fundamentos de marketing: entorno, consumidor, estrategia e investigación comercial. Barcelona: Editorial UOC, 2011

Bernardez, Mariano. Desempeño organizacional: conceptos y herramientas para la mejora, creación e incubación de nuevas organizaciones. Bloomington: Global Business Press, 2007

“Casa de Empeño Prendamex”. Historia de las casas de empeño: Guatemala: Prendamex, 2010

Casado Díaz, Ana Belén y Sellers Rubio, Ricardo. Dirección de marketing: teoría y práctica. Madrid: Editorial Club Universitario, 2006

Congreso de La República, Iniciativa que dispone aprobar la ley reguladora de casas de empeño, Guatemala: Dirección Administrativa, 2011

K Malhotra, Naresh. Investigación de Mercados. 5a Ed., México, D.F.: Pearson Education, 2008.

Krajewski, Lee J. y Ritzman, Larry P. Administración de operaciones: estrategia y análisis. 5a Ed., México, D.F.: Pearson Educación, 2000

Dvoskin, Roberto Fundamentos de Marketing: Teoría y Experiencia Buenos Aires: Granica, 2004

Hernandez Sampieri R, Fernandez Collado C, Batista Lucio P. 2006. Metodología de la investigación, 4a Ed. México, D.F.: McgrawhillPasgs.

López García, Ricardo Enrique. El comportamiento de los usuarios de las casas de empeño propias prendamex en el DF Y Área Metropolitana. Tesis Licenciatura en Relaciones Comerciales: Escuela Superior de Comercio y Administración Unidad Santo Tomás, México, D.F., 2012

López-Pinto Ruiz, Bernat. La esencia del marketing. Barcelona: Edicions UPC, 2001

Malhotra, Naresh K. Investigación de mercados. 5a Ed. México, D.F.: Pearson Educación, 2008

Méndez Álvarez, Carlos Eduardo Metodología: Diseño y Desarrollo del Proceso Investigación. México: McGraW Hill, 1994.

Normas para la presentación de diseño de investigación, Chiquimula, Guatemala: Centro Universitario de Oriente de la Universidad de San Carlos de Guatemala, 2005.

Rojas Risco, Demostenes. La biblia del marketing. Madrid: Lexus editores, 2013

Solís, Henry. Identificación de proyectos. San José, C. R.: Instituto Centroamericano de Administración Pública ICAP, 1989

Soriano, Claudio El Marketing Mix: Concepto, Estrategia y Aplicaciones Madrid: Ediciones Díaz de Santos, S.A.

Stanton, William J.; Etzel, Michael J. y Walker, Bruce J. Fundamentos de marketing. 14a Ed. México, D.F.: McGraw Hill, 2007

Suray Pérez, Viviana Elizabeth. Diagnóstico socioeconómico, potencialidades productivas y propuestas de inversión, municipio de quezaltepeque, departamento de chiquimula. Informe de ejercicio profesional supervisado Licenciatura en Contaduría Pública y Auditoría, Facultad de ciencias económicas: Universidad de San Carlos de Guatemala, 2012

E-Grafía

<http://www.ine.gob.gt/index.php/estadisticas/tema-indicadores>

El Portal de Quezaltepeque. Tema: Monografía de Quezaltepeque. Consultado el 15 de septiembre de 2014. Disponible en <http://elcachacero.com/monografía-de-quezaltepeque>

APÉNDICES



APÈNDICE I

Cuestionario

Universidad de San Carlos de Guatemala
Centro Universitario de Oriente

Objetivo: El presente cuestionario tiene como objetivo recopilar información para determinar cuál es la demanda de una casa de empeño en el área urbana del Municipio de Quezaltepeque, departamento de Chiquimula.

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.

A) Información General

Género

Femenino____ Masculino ____

Edad

18 a 25 ____ 26 a 35 ____ 36 a 50 ____ 50 en adelante ____

Nivel académico

Primaria ____ Básico ____ Medio ____ Universitario ____ Ninguno ____

Ingresos promedio (Mensuales)

0 a 2,000 ____ 2,001 a 20,000 ____ 20,001 en adelante ____

Número de dependientes directos

Especifique ____

Ocupación actual

Dependiente ____ comerciante ____ agricultura ____ otro, especifique ____

Barrio, colonia, avenida o referencia de donde actualmente reside ____

B) Variable Producto.

1. ¿Utiliza usted el servicio de préstamos financieros? Si su respuesta es negativa indique por qué.

Sí ☐

No ☐

¿Por qué? _____

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

Una vez ☐ Dos veces ☐ Tres o más ☐

3. ¿Cuál es el motivo por el que ha realizado un préstamo? Y si no lo ha realizado uno ¿Por qué motivo si lo haría?

Enfermedad ☐ Inversión ☐ Viajes ☐

Estudios ☐ Otros, especifique _____

4. sí su respuesta a la pregunta 1 fue positiva ¿Qué garantías ha utilizado para respaldar su préstamo? Puede elegir varias opciones

Escrituras ☐ Fiador ☐ Joyas de oro ☐

Electrodomésticos ☐ Escritura ☐ Sin Garantía ☐

Otros, especifique _____

5. ¿Conoce usted qué es una casa de empeño?

Sí ☐ No ☐

6. Mencione el nombre de una casa de empeño: _____

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

Sí ☐ No ☐

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

Quezaltepeque ☐ Chiquimula ☐

Esquipulas ☐ Otro, especifique _____

Indique el nombre de la casa de empeño a la cual acudió _____

9. 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 ☐ otros especifique _____

10. ¿Cómo se enteró de esta casa de empeño?

Referencia ☐ Publicidad por radio y televisión ☐

Volante ☐ Visita de un colaborador de la empresa ☐

Otros especifique _____

11. ¿Cuál es el monto del préstamo que ha requerido?

0 a 1,000 _____ 1,001 a 5,000 _____ 5,001 en adelante _____

12. Con base a su respuesta anterior ¿Qué modalidad de pago es la que ha elegido?

Semanal ☐ Quincenal ☐ Mensual ☐

Diario ☐ Otros, cuál _____

13. ¿Qué garantías utilizó para respaldar su préstamo?

Joyas de oro ☐ Aparatos electrónicos ☐

Aparatos de línea blanca ☐ Sin Garantía ☐

Otros, especifique _____

14. ¿Considera usted que en el municipio de Quezaltepeque es necesario el servicio de préstamos que brinda una casa de empeño?

Si ☐ No ☐

¿Por qué? _____

15. ¿Qué bienes posee usted que podría utilizar como garantía para realizar un préstamo en una casa de empeño? Puede elegir varias opciones

Joyas de oro ☐ Aparatos electrónicos ☐ Relojes ☐

Aparatos de Línea blanca ☐ Celulares ☐

Otro, especifique _____

16. Si existiera una casa de empeño en Quezaltepeque ¿utilizaría usted el servicio?

Sí

☐

No

☐

¿Por qué? _____

B) Variable Precio:

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

Mensual Q. _____ Plazo _____

Quincenal Q. _____ Plazo _____

Semanal Q. _____ Plazo _____

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

Indique la tasa más alta _____

Indique la tasa más baja _____

No la conoce ☐

19. Considerando el servicio, la rapidez, disponibilidad de horarios, variedad de garantías, etc. Que brindan las casas de empeño ¿Cuál es la tasa de interés sobre préstamos que usted considera justa pagar?

Especifique, _____

C) Variable Ubicación:

20. ¿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 ☐

21. ¿Dónde considera que sería la mejor ubicación de una casa de empeño dentro del municipio de Quezaltepeque?

Especifique_____

22. ¿Con base a su respuesta anterior puede sugerir un área o local en donde le gustaría visitar una casa de empeño?

Especifique, _____

¿Por qué?_____

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

Si ☐ Cual,_____

No ☐

E) Variable medios publicitarios:

24. Radio

a) Escucha alguna radio en especial aquí en el municipio?

Si ☐

no ☐

Cual;_____ programa;_____

Hora;_____

lunes__martes__miércoles__jueves__viernes__sábado__ domingo__ toda la semana_____

25. Televisión

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

Si ☐ no ☐

Cual;_____ programa;_____

Hora;_____

lunes__martes__miércoles__jueves__viernes__sábado__domingo__toda la
semana_____

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

Si ☐ Cual;_____ no ☐

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

Si ☐ Cual;_____ no ☐

28. ¿Utiliza usted las redes sociales?

Si ☐ no ☐

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

Facebook_____ twiter_____ whatssap_____ bbpin_____ otros
especifique_____

30. Con base a su respuesta anterior ¿en qué red social le prefiere informarse de distintos temas como empresas, promociones, productos, servicios, etc?

Especifique;_____

APÈNDICE II

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA CENTRO UNIVERSITARIO DE ORIENTE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA DE SERVICIOS DE PRÉSTAMOS DE UNA CASA DE EMPEÑO EN EL ÁREA URBANA DEL MUNICIPIO DE QUEZALTEPEQUE, DEPARTAMENTO DE CHIQUMULA

GUÍA DE OBSERVACIÓN

Objetivo: El presente instrumento contiene información importante sobre el objeto de estudio, el cual es observado por el investigador. Cada apartado se desarrolla con base a las variables de la investigación.

Instrucciones: Observe y describa cada uno los ítems que se incluye en el instrumento.

SERVICIO

Concepto	Descripción
No. De entidades financieras actuales	
Disponibilidad de artículos electrónicos en en los hogares	
Uso de joyas de oro	

UBICACIÓN

Concepto	Descripción
Disponibilidad de espacio dentro del área urbana del municipio	
Medios de transporte internos	
Áreas comerciales	
Infraestructura de entidades financieras actuales	

Medios Publicitarios

Concepto	Descripción
Publicidad visual actual de casas de empeño	

APÈNDICE III

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
CENTRO UNIVERSITARIO DE ORIENTE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA DE SERVICIOS DE PRÉSTAMOS DE UNA CASA DE EMPEÑO EN EL ÁREA URBANA DEL MUNICIPIO DE QUEZALTEPEQUE, DEPARTAMENTO DE CHIQUEMULA

GUÍA DE ANÁLISIS

Objetivo: El presente instrumento contiene información importante sobre las principales casas de empeño que se encuentran ubicadas en los municipios de Esquipulas y Chiquimula. La presente guía se desarrolla con base a la variable precio y el objetivo es conocer la forma en que estas empresas cobran los intereses, así como la tasa máxima y tasa mínima de interés cobrada.

Instrucciones: Analice y describa cada uno de los ítems presentados.

[illegible]

APÉNDICE IV
Investigación Exploratoria
Guía para Entrevista

Nombre de la empresa:

Lugar o ubicación de la empresa: _____

Tiempo de operación en el lugar: _____

Descripción del origen de la cartera de clientes fuera del lugar de ubicación de la empresa

ANEXOS

Tabla 23 Lugar de residencia de la población encuestada

LUGAR DE RESIDENCIA	PORCENTAJE ENCUESTADO	CANTIDAD
BARRIO SAN SEBASTIAN	11%	37
BARRIO EL CENTRO	7%	23
BARRIO SANTA BARBARA	7%	22
BARRIO LA CONCORDIA	6%	20
BARRIO LA CEIBA	6%	19
COL. LOS PINOS	5%	18
BARRIO EL PUENTE	5%	18
COL. LAS MARGARITAS	5%	18
BARRIO LA PARROQUIA	5%	18
BARRIO EL CALVARIO	5%	17
COL. EL RECIBIMIENTO	5%	17
BARRIO LOS ENCUENTROS	5%	15
COL. LAS PALMERAS	5%	15
COL. ENCUENTROS	5%	15
COL. EL INDE	5%	15
COL. SANTA FILOMENA	4%	13
PUENTE LA CONQUISTA	3%	9
ALDEA DEL MUNICIPIO	3%	9
VILLA LORENA	2%	7
NO CONTESTO	1%	4
TOTAL	100%	329

Fuente: elaboración propia según la investigación

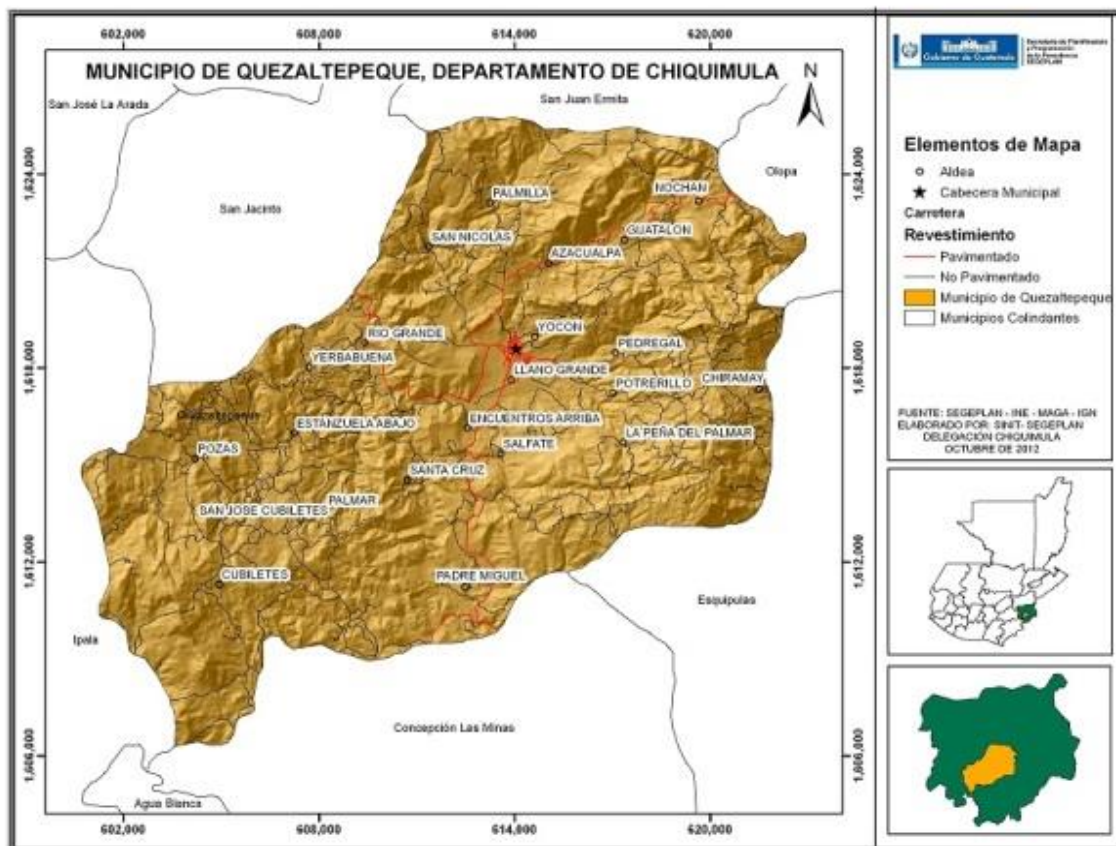


Figura 1. Ubicación Geográfica del municipio de Quezaltepeque, Chiquimula

Fuente: SINIT- SEGEPLAN. 2015.