# ÍNDICE GENERAL

# Pág.

# RESUMEN........................................................................................................I

# ÍNDICE GENERAL..........................................................................................III

# ABREVIATURAS..........................................................................................VIII

# SIMBOLOGÍA............................................................................................... IX

# ÍNDICE DE GRÁFICOS...................................................................................X

# ÍNDICE DE TABLAS......................................................................................XII

# INTRODUCCIÓN..........................................................................................XIV

# CAPÍTULO I

1.LA ENCUESTA TELEFÓNICA Y LA TELEINFORMÁTICA.......................19

1.1 Historia de las encuestas telefónicas....................................................21

1.2 La entrevista telefónica..........................................................................21

1.2.1 Desventajas de las encuestas telefónicas.....................................22

* + 1. Marco muestral para una entrevista telefónica..............................23

1.2.2.1 Viviendas con teléfonos privados......................................23

1.2.2.2 Viviendas sin teléfonos......................................................26

1.2.3 Obtención de respuestas vía entrevista telefónica........................27

1.2.4 El registro de las entrevistas telefónicas. .......................................28

1.2.5 La calidad de la información obtenida............................................29

# CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO....................................................................................32

2.1 Descripción de los datos.......................................................................32

2.2 La Telemática........................................................................................33

2.3 Aplicaciones del sistema automatizado de encuestas telefónicas.......36

# CAPÍTULO III

3. DISEÑO DE ENCUESTA AUTOMATIZADA PARA PROGRAMAS

DEPORTIVOS DE TELEVISIÓN Y APLICACIÓN DEL SISTEMA.................39

3.1 Marco muestral y tipo de muestreo.....................................................39

3.1.1 Tipo de muestreo Probabilístico....................................................40

3.1.2 Cálculo del Tamaño de la muestra.................................................41

3.2 Descripción y Codificación de las Variables........................................42

3.2.1 Variables de Datos Generales........................................................42

3.2.1.1 Variable X1: Género..........................................................43

3.2.1.2 Variable X2: Edad..............................................................43

3.2.1.3 Variable X3: ¿Ve programas deportivos de televisión?.....44

3.2.1.4 Variable X4: Digite ¿Con qué tipo de deporte usted se identifica?..........................................................................45

3.2.1.5 Variable X5: Califique del 1 al 5. ¿Qué credibilidad tienen los programas deportivos?, donde 1 es Ninguna credibilidad y 5 Bastante credibilidad................................45

3.2.1.6 Variable X6: Digite ¿El número del canal de su programa deportivo preferido?..........................................................46

3.2.1.7 Variable X7: Digite ¿Cuál es el mejor programa deportivo del país?...........................................................................47

3.2.1.8 Variable X8: Digite ¿En qué horario del día usted ve programas deportivos?.....................................................47

3.2.1.9 Variable X9: Digite ¿Con qué frecuencia ve usted programas deportivos?.....................................................48

3.3 Software IVM para automatizar la encuesta..........................................49

3.3.1. Qué es el IVM................................................................................49

3.3.2. Requisitos del Sistema..................................................................50

3.3.3 Instalación de IVM..........................................................................51

3.3.4 Simulador de llamadas de prueba..................................................61

3.3.5 Cómo utilizar “PLUGINS” de IVM...................................................62

3.4 Análisis de Costos.................................................................................64

3.4.1 Infraestructura.................................................................................64

3.4.1.1 Costo de la Infraestructura................................................65

3.4.1.2 Costo de Desarrollo...........................................................65

3.4.1.3 Costo de Logística.............................................................66

3.4.1.4 Presupuesto Total.............................................................66

# CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS ESTADÍSTICO UNIVARIADO..................................................67

4.1 Introducción...........................................................................................67

4.1.1 Variable # 1: Género de los Entrevistados.....................................68

4.1.2 Variable # 2: Edad de los Entrevistados.........................................69

4.1.3 Variable # 3: Con qué tipo de deporte se identifica.......................70

4.1.4 Variable # 4: Credibilidad de los programas deportivos ................71

4.1.5 Variable # 5: Canal de programa deportivo favorito......................73

4.1.6 Variable # 6: El mejor Programa Deportivo del País....................74

4.1.7 Variable # 7: Horario del día que ve programa deportivos............76

4.1.8 Variable # 8: Frecuencia con que ve programas deportivos..........77

4.2 Análisis de Tablas de Contingencia......................................................78

4.2.1Género vs. Tipo de Deportes..........................................................78

4.2.2 Género vs. Credibilidad de los Programas Deportivos................79

4.2.3 Género vs. Canal del Programa Deportivo....................................81

4.2.4 Género vs. Programa Deportivo Favorito....................................82

4.2.5 Género vs. Horario de Programa Deportivo..................................84

4.2.6 Género vs. La frecuencia con que ve Programas Deportivos.......85

# CAPÍTULO V

5.1 CONCLUSIONES..................................................................................87

5.2 RECOMENDACIONES..........................................................................91

**ANEXOS 1**.....................................................................................................92

**ANEXOS 2**...................................................................................................106

**BIBLIOGRAFÌA**