

## CAPÍTULO VI.- CRUCE DE VARIABLES ESTRUCTURALES Y VARIABLES CENTRALES DE ESTUDIO

### 6.1. Índice de Relaciones Públicas con los Aficionados

#### 6.1.1 IRP Según el Sexo

En este cruce podemos observar que el mayor porcentaje de aficionados se concentra en el IC medio, específicamente en los aficionados hombres.

Si observamos los IRP podemos obtener que siempre será mayor el porcentaje en cualquiera de los niveles cuando se trata de sexo masculino, puesto que fue mayor al número de hombres al que se le aplicó la encuesta. Considerando que fueron pocas las mujeres a quienes se les aplicó la investigación, podemos concluir que más de la mitad, un 66.2 % se encuentra en un nivel medio de aceptación de las relaciones públicas de la organización. En cuanto al nivel alto podemos determinar que no importa el sexo, ya sea femenino o masculino solo el 8.1% de la muestra dio un parámetro alto sobre las relaciones públicas.

INDICE DE RELACIONES PÚBLICAS

			Sexo		Total
			Masculino	Femenino	
IRP	Bajo	Count	31	22	53
		% within indiceRP	58.5%	41.5%	100.0%
		% within Sexo	25.0%	29.7%	26.8%
	Medio	% of Total	15.7%	11.1%	26.8%
		Count	88	49	137
		% within indiceRP	64.2%	35.8%	100.0%
	Alto	% within Sexo	71.0%	66.2%	69.2%
		% of Total	44.4%	24.7%	69.2%
		Count	5	3	8
	Total	% within indiceRP	62.5%	37.5%	100.0%
		% within Sexo	4.0%	4.1%	4.0%
		% of Total	2.5%	1.5%	4.0%
Count		124	74	198	
% within indiceRP		62.6%	37.4%	100.0%	
% within Sexo		100.0%	100.0%	100.0%	
		% of Total	62.6%	37.4%	100.0%

### 6.1.2 IRP Según la Edad

En este cruce podemos observar que el mayor porcentaje de los aficionados se concentra en el rango de edad de 18 a 25 años, ubicados la mayor parte del porcentaje en el IRP medio.

En los 5 rangos de edades en los que se aplicó la encuesta, la mayor respuesta se obtuvo en el IRP medio, obteniendo así un 69.2% del total de la muestra. La mayor concentración de en que los aficionados evaluaron con un nivel medio fue de 18-25 años con un 48.9%, le siguió de 36-50 años con 24.8% y por último de 26-35 con un 21.2%.

Cuidando el nivel bajo de IRP hay que señalar que no es alarmante, puesto que los resultados obtenidos se encuentran arriba de la media. Aún así de las edades de 18-25 un 18.7% del total de la muestra calificó al índice de IRP como bajo, de igual manera los de 26-35 años formaron un 5.1%, mientras que de 36-50 años un 3% del total de la pensaron igual que los anteriores. Esto nos indica que un 26.8% de la muestra total en todos los rangos de edad calificaron al índice de IRP como bajo.

### ÍNDICE DE RELACIONES PÚBLICAS SEGÚN LA EDAD

		Edad					Total	
		18-25	26-35	36-50	51-65	66-+		
IRP	Bajo	Count	37	10	6	0	0	53
		% within indiceRP	69.8%	18.9%	11.3%	.0%	.0%	100.0%
		% within Edad	34.9%	23.8%	14.6%	.0%	.0%	26.8%
		% of Total	18.7%	5.1%	3.0%	.0%	.0%	26.8%
	Medio	Count	67	29	34	6	1	137
		% within indiceRP	48.9%	21.2%	24.8%	4.4%	.7%	100.0%
		% within Edad	63.2%	69.0%	82.9%	85.7%	50.0%	69.2%
		% of Total	33.8%	14.6%	17.2%	3.0%	.5%	69.2%
	Alto	Count	2	3	1	1	1	8
		% within indiceRP	25.0%	37.5%	12.5%	12.5%	12.5%	100.0%
		% within Edad	1.9%	7.1%	2.4%	14.3%	50.0%	4.0%
		% of Total	1.0%	1.5%	.5%	.5%	.5%	4.0%
Total	Count	106	42	41	7	2	198	
	% within indiceRP	53.5%	21.2%	20.7%	3.5%	1.0%	100.0%	
	% within Edad	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
	% of Total	53.5%	21.2%	20.7%	3.5%	1.0%	100.0%	

### 6.1.3 IRP Según el Estado Civil

Una vez más nos encontramos con los porcentajes mayores, situados en el nivel de IRP medio. El mayor es de 69.2% de los aficionados que se encuentran solteros. A la vez este mismo estado civil fue el que predominó en la investigación puesto que de la muestra total se obtuvo un 61.6%

Tanto en los índices de IRP bajo y medio, la soltería fue el estado civil que mas destacó, solamente en el índice de IRP alto fue mayor el porcentaje de los casados sobre los solteros por .5%.

### INDICE DE RELACIONES PÚBLICAS SEGÚN EL ESTADO CIVIL

			ESTADO CIVIL					Total
			Casado	Soltero	Divorciado	Viudo	Unión libre	
Índice IRP	Bajo	Count	10	42	1	0	0	53
		% within indiceRP	18.9%	79.2%	1.9%	.0%	.0%	100.0%
		% within Edo.civil	16.7%	34.4%	14.3%	.0%	.0%	26.8%
		% of Total	5.1%	21.2%	.5%	.0%	.0%	26.8%
	Medio	Count	46	77	6	2	6	137
		% within indiceRP	33.6%	56.2%	4.4%	1.5%	4.4%	100.0%
		% within Edo.civil	76.7%	63.1%	85.7%	66.7%	100.0%	69.2%
		% of Total	23.2%	38.9%	3.0%	1.0%	3.0%	69.2%
	Alto	Count	4	3	0	1	0	8
		% within indiceRP	50.0%	37.5%	.0%	12.5%	.0%	100.0%
		% within Edo.civil	6.7%	2.5%	.0%	33.3%	.0%	4.0%
		% of Total	2.0%	1.5%	.0%	.5%	.0%	4.0%
Total	Count	60	122	7	3	6	198	
	% within indiceRP	30.3%	61.6%	3.5%	1.5%	3.0%	100.0%	
	% within Edo.civil	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
	% of Total	30.3%	61.6%	3.5%	1.5%	3.0%	100.0%	

#### 6.1.4 IRP Según la Ocupación

En el índice de IRP según la ocupación encontramos que los porcentajes mayores, se encuentran situados en el nivel medio, ocupando el 69.2% de la muestra total. La ocupación que predominó en este nivel fue la de estudiante con un 25.3%.

La ocupación que se destacó en este índice fue la de estudiante con un 39.4%, le siguió empleado/ privada con un 27.3%, acompañado muy de cerca de empleado/gobierno con un 21.2%. Estas tres ocupaciones son las que se llevan el mayor porcentaje de la muestra logrando 87.9%. Podemos deducir así que

parte de nuestro mercado se encuentra conformado principalmente de estas tres ocupaciones.

**ÍNDICE DE RELACIONES PÚBLICAS SEGÚN LA OCUPACIÓN**

			Ocupación								Total
			Estudiante	Empleado/Privado	Empleado/Gobierno	Empresario	Ama de Casa	Desempleado	Pensionado/jubilado	Deportista	
Índice IRP	Bajo	Count	27	13	9	0	1	2	0	1	53
		% within indice RP	50.9%	24.5%	17.0%	.0%	1.9%	3.8%	.0%	1.9%	100.0%
		% within Ocupacion	34.6%	24.1%	21.4%	.0%	8.3%	40.0%	.0%	33.3%	26.8%
		% of Total	13.6%	6.6%	4.5%	.0%	.5%	1.0%	.0%	.5%	26.8%
	Medio	Count	50	37	32	1	10	3	2	2	137
		% within indice RP	36.5%	27.0%	23.4%	.7%	7.3%	2.2%	1.5%	1.5%	100.0%
		% within Ocupacion	64.1%	68.5%	76.2%	100.0%	83.3%	60.0%	66.7%	66.7%	69.2%
		% of Total	25.3%	18.7%	16.2%	.5%	5.1%	1.5%	1.0%	1.0%	69.2%
	Alto	Count	1	4	1	0	1	0	1	0	8
		% within indice RP	12.5%	50.0%	12.5%	.0%	12.5%	.0%	12.5%	.0%	100.0%
		% within Ocupacion	1.3%	7.4%	2.4%	.0%	8.3%	.0%	33.3%	.0%	4.0%
		% of Total	.5%	2.0%	.5%	.0%	.5%	.0%	.5%	.0%	4.0%
Total	Count	78	54	42	1	12	5	3	3	198	
	% within indice RP	39.4%	27.3%	21.2%	.5%	6.1%	2.5%	1.5%	1.5%	100.0%	
	% within Ocupacion	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
	% of Total	39.4%	27.3%	21.2%	.5%	6.1%	2.5%	1.5%	1.5%	100.0%	

## 6.2 Índice de Medios Masivos de Comunicación

### 6.2.1 IMMC Según el Sexo

En este cruce podemos observar que el mayor porcentaje de aficionados se concentra en el IC medio, específicamente en los aficionados hombres.

Si observamos los IMMC podemos obtener que siempre será mayor el porcentaje en los niveles bajo y medio, cuando se trata del sexo masculino, mientras que en su calificación del IMMC alto se quedaron atrás de las mujeres por 2.6%.

Llama la atención que aunque es menor el número de mujeres la que respondió a nuestra investigación, éstas marcaban una calificación muy alta comparada con los hombres.

ÍNDICE DE MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN SEGÚN EL SEXO

			Sexo		Total
			Masculino	Femenino	
Índice IMMC	Bajo	Count	33	23	56
		% within IndiceMMC	58.9%	41.1%	100.0%
		% within Sexo	26.6%	31.1%	28.3%
		% of Total	16.7%	11.6%	28.3%
	Medio	Count	83	38	121
		% within IndiceMMC	68.6%	31.4%	100.0%
		% within Sexo	66.9%	51.4%	61.1%
		% of Total	41.9%	19.2%	61.1%
	Alto	Count	8	13	21
		% within IndiceMMC	38.1%	61.9%	100.0%
		% within Sexo	6.5%	17.6%	10.6%
		% of Total	4.0%	6.6%	10.6%
Total	Count	124	74	198	
	% within IndiceMMC	62.6%	37.4%	100.0%	
	% within Sexo	100.0%	100.0%	100.0%	
	% of Total	62.6%	37.4%	100.0%	

## **6.2.2 IMMC Según la Edad**

Nuevamente el mayor porcentaje en el índice de IMMC se obtiene en el nivel medio con un 61.1% de la muestra. Este porcentaje esta conformado por un 29.3% en un rango de edad de 18-25 años, seguido por un 15.7% con edades entre los 36-50 años y de un 13.1% con edad de 26-35 años.

Para un 28.3% del total de la muestra consideró que el nivel del IMMC se encontraba bajo, mientras que caso contrario un 10.6% consideró que era alto.

Sumando los tres diferentes niveles, pudimos observar que el mayor porcentaje se obtuvo entre las edades de 18-25 años con un 53.5%, logrando siempre la mayor cantidad de respuesta ya sea en bajo, medio o alto

### ÍNDICE DE MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN SEGÚN LA EDAD

		Edad					Total	
		18-25	26-35	36-50	51-65	66-+		
Índice IMMC	Bajo	Count	39	10	7	0	0	56
		% within ÍndiceMMC	69.6%	17.9%	12.5%	.0%	.0%	100.0%
		% within Edad	36.8%	23.8%	17.1%	.0%	.0%	28.3%
		% of Total	19.7%	5.1%	3.5%	.0%	.0%	28.3%
	Medio	Count	58	26	31	5	1	121
		% within ÍndiceMMC	47.9%	21.5%	25.6%	4.1%	.8%	100.0%
		% within Edad	54.7%	61.9%	75.6%	71.4%	50.0%	61.1%
		% of Total	29.3%	13.1%	15.7%	2.5%	.5%	61.1%
	Alto	Count	9	6	3	2	1	21
		% within ÍndiceMMC	42.9%	28.6%	14.3%	9.5%	4.8%	100.0%
		% within Edad	8.5%	14.3%	7.3%	28.6%	50.0%	10.6%
		% of Total	4.5%	3.0%	1.5%	1.0%	.5%	10.6%
Total	Count	106	42	41	7	2	198	
	% within ÍndiceMMC	53.5%	21.2%	20.7%	3.5%	1.0%	100.0%	
	% within Edad	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
	% of Total	53.5%	21.2%	20.7%	3.5%	1.0%	100.0%	

### 6.2.3 IMMC Según el Estado Civil

Una vez mas encontramos que el mayor porcentaje en el índice de IMMC se obtiene en el nivel medio con un 61.1% de la muestra. Este porcentaje esta conformado por un 34.3% que tiene como estado civil soltero, seguido por un 21.2% que es casado.

Es necesario señalar que el IMMC obtuvo un nivel bajo con un 28.3% de la muestra total y tan solo el 10.6% en un nivel alto. Habría que tratar de invertir los papeles puesto que esto nos indica que casi la tercera parte los encuestados considera que no existe una buena difusión a través de los medios de comunicación.

### ÍNDICE DE MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN SEGÚN EL ESTADO CIVIL

			ESTADO CIVIL					
			Casado	Soltero	Divorciado	Viudo	Unión libre	Total
Índice IMMC	Bajo	Count	11	44	1	0	0	56
		% within ÍndiceMMC	19.6%	78.6%	1.8%	.0%	.0%	100.0%
		% within Edo.civil	18.3%	36.1%	14.3%	.0%	.0%	28.3%
		% of Total	5.6%	22.2%	.5%	.0%	.0%	28.3%
	Medio	Count	42	68	5	1	5	121
		% within ÍndiceMMC	34.7%	56.2%	4.1%	.8%	4.1%	100.0%
		% within Edo.civil	70.0%	55.7%	71.4%	33.3%	83.3%	61.1%
		% of Total	21.2%	34.3%	2.5%	.5%	2.5%	61.1%
	Alto	Count	7	10	1	2	1	21
		% within ÍndiceMMC	33.3%	47.6%	4.8%	9.5%	4.8%	100.0%
		% within Edo.civil	11.7%	8.2%	14.3%	66.7%	16.7%	10.6%
		% of Total	3.5%	5.1%	.5%	1.0%	.5%	10.6%
Total	Count	60	122	7	3	6	198	
	% within ÍndiceMMC	30.3%	61.6%	3.5%	1.5%	3.0%	100.0%	
	% within Edo.civil	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
	% of Total	30.3%	61.6%	3.5%	1.5%	3.0%	100.0%	

#### 6.2.4 IMMC Según la Ocupación

Al igual que en los otros índices, el mayor porcentaje se encuentra ubicado en el nivel medio, éste con un 61.1%, teniendo como ocupaciones principales la de estudiante y la de empleado/privada.

Fue muy poca las encuestas que se obtuvieron teniendo como profesión la de un deportista, pero de ellas mas de la mitad aludiendo a su gusto por el deporte califican al IMMC con un nivel medio.

**ÍNDICE DE MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN SEGÑUN LA OCUPACIÓN**

			OCUPACIÓN							Total	
			Estudiante	Empleado/ Privado	Empleado/ Gobierno	Empresario	Ama de Casa	Des empl eado	Pension ado/jubil ado	Deport ista	
Índice IMMC	Bajo	Count	28	14	9	0	2	2	0	1	56
		% within Índice MMC	50.0 %	25.0%	16.1 %	.0%	3.6%	3.6 %	.0%	1.8%	100.0 %
		% within Ocupa cion % of Total	35.9 %	25.9%	21.4 %	.0%	16.7%	40.0 %	.0%	33.3 %	28.3%
	Medio	Count	43	34	30	1	7	3	1	2	121
		% within Índice MMC	35.5 %	28.1%	24.8 %	.8%	5.8%	2.5 %	.8%	1.7%	100.0 %
		% within Ocupa cion % of Total	55.1 %	63.0%	71.4 %	100.0%	58.3%	60.0 %	33.3%	66.7 %	61.1%
	Alto	Count	7	6	3	0	3	0	2	0	21
		% within Índice MMC	33.3 %	28.6%	14.3 %	.0%	14.3%	.0%	9.5%	.0%	100.0 %
		% within Ocupa cion % of Total	9.0%	11.1%	7.1%	.0%	25.0%	.0%	66.7%	.0%	10.6%
	Total	Count	78	54	42	1	12	5	3	3	198
		% within Índice MMC	39.4 %	27.3%	21.2 %	.5%	6.1%	2.5 %	1.5%	1.5%	100.0 %
		% within Ocupa cion	100.0 %	100.0%	100.0 %	100.0%	100.0 %	100.0 %	100.0%	100.0 %	100.0 %
% of Total		39.4 %	27.3%	21.2 %	.5%	6.1%	2.5 %	1.5%	1.5%	100.0 %	

## 6.3 Índice de Mercadotecnia

### 6.3.1 IM Según el Sexo

En este cruce podemos observar que el mayor porcentaje de aficionados se concentra en el IC medio, específicamente en los aficionados hombres. Es un índice muy marcado puesto que se logra un 88.9% del total de la muestra.

Es placentero observar que menos de un 10% de los aficionados opinaron que el IM se encuentra en un nivel bajo, pero si es llamar la atención que sólo un 1.5% considera que tiene un nivel alto. De ese 9.6% que opino que el nivel es bajo, esta muy parejo el porcentaje entre hombres y mujeres. Por otro lado quienes respondieron que el IM tiene un nivel alto corrió por parte de los hombres, ya que las mujeres no dieron ni un solo voto a este apartado.

ÍNDICE DE MERCADOTECNIA SEGÚN EL SEXO

		Sexo		Total	
		Masculino	Femenino		
Índice IM	Bajo	Count	10	9	19
		% within Indicemercado	52.6%	47.4%	100.0%
		% within Sexo	8.1%	12.2%	9.6%
		% of Total	5.1%	4.5%	9.6%
	Medio	Count	111	65	176
		% within Indicemercado	63.1%	36.9%	100.0%
		% within Sexo	89.5%	87.8%	88.9%
		% of Total	56.1%	32.8%	88.9%
	Alto	Count	3	0	3
		% within Indicemercado	100.0%	.0%	100.0%
		% within Sexo	2.4%	.0%	1.5%
		% of Total	1.5%	.0%	1.5%
Total	Count	124	74	198	
	% within Indicemercado	62.6%	37.4%	100.0%	
	% within Sexo	100.0%	100.0%	100.0%	
	% of Total	62.6%	37.4%	100.0%	

### 6.3.2 IM Según la Edad

En el IM según la edad encontramos que como ha sido un común denominador en toda la investigación se ubica en un nivel medio con la mayor parte del porcentaje con un 88.9.

Son pocos los aficionados que formaron parte de la encuesta con edad de 66 años o mas, fueron solo 2, pero ambos calificaron el IM como medio. También como hemos percatado en los otros índices es mayor en la mayoría de los casos el porcentaje del total de la muestra que se obtiene en un nivel bajo que en uno alto.

ÍNDICE DE MERCADOTECNIA SEGÚN LA EDAD

			EDAD					
			18-25	26-35	36-50	51-65	66-+	Total
Índice IM	Bajo	Count	16	2	1	0	0	19
		% within Indicemercado	84.2%	10.5%	5.3%	.0%	.0%	100.0%
		% within Edad	15.1%	4.8%	2.4%	.0%	.0%	9.6%
		% of Total	8.1%	1.0%	.5%	.0%	.0%	9.6%
	Medio	Count	90	39	38	7	2	176
		% within Indicemercado	51.1%	22.2%	21.6%	4.0%	1.1%	100.0%
		% within Edad	84.9%	92.9%	92.7%	100.0%	100.0%	88.9%
		% of Total	45.5%	19.7%	19.2%	3.5%	1.0%	88.9%
	Alto	Count	0	1	2	0	0	3
		% within Indicemercado	.0%	33.3%	66.7%	.0%	.0%	100.0%
		% within Edad	.0%	2.4%	4.9%	.0%	.0%	1.5%
		% of Total	.0%	.5%	1.0%	.0%	.0%	1.5%
Total	Count	106	42	41	7	2	198	
	% within Indicemercado	53.5%	21.2%	20.7%	3.5%	1.0%	100.0%	
	% within Edad	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
	% of Total	53.5%	21.2%	20.7%	3.5%	1.0%	100.0%	

### **6.3.3 IM Según el Estado Civil**

En el IM según el estado civil observamos que del total de los solteros un 53% considera se encuentra en un nivel medio. El mayor porcentaje de los casados opinó que el IM tenía un nivel medio con un 91.7% y un 5% le dio una calificación alta. La opinión de los matrimonios es muy importante puesto que estos que están creando una familia aportaran esas ideas en sus hijos; tan solo el 3.3% consideró que tuviera un nivel bajo.

El ubicar los diferentes índices en los niveles medio ha sido el resultado más común. Un 86.1% de los solteros considera que el IM se ubica en un nivel medio, conformando mas de la mitad del total de la muestra.

Son solo 7 personas los que respondieron a nuestra encuesta con un estado civil divorciado, y todos ellos calificaron el IM con un nivel medio.

**ÍNDICE DE MERCADOTENCIA SEGÚN EL ESTADO CIVIL**

		ESTADO CIVIL					Total	
		Casado	Soltero	Divorciado	Viudo	Unión libre		
Índice IM	Bajo	Count	2	17	0	0	0	19
		% within Indicemercado	10.5%	89.5%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% within Edo.civil	3.3%	13.9%	.0%	.0%	.0%	9.6%
		% of Total	1.0%	8.6%	.0%	.0%	.0%	9.6%
	Medio	Count	55	105	7	3	6	176
		% within Indicemercado	31.3%	59.7%	4.0%	1.7%	3.4%	100.0%
		% within Edo.civil	91.7%	86.1%	100.0%	100.0%	100.0%	88.9%
		% of Total	27.8%	53.0%	3.5%	1.5%	3.0%	88.9%
	Alto	Count	3	0	0	0	0	3
		% within Indicemercado	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% within Edo.civil	5.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.5%
		% of Total	1.5%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.5%
Total	Count	60	122	7	3	6	198	
	% within Indicemercado	30.3%	61.6%	3.5%	1.5%	3.0%	100.0%	
	% within Edo.civil	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
	% of Total	30.3%	61.6%	3.5%	1.5%	3.0%	100.0%	

**6.3.4 IM Según la Ocupación**

En este cruce podemos observar que nuevamente los aficionados calificaron el IM como medio. El 88.9% del total de la muestra se ubicó en este nivel. Las ocupaciones que conforman este porcentaje son la de estudiante, empleado/privado y empleado/gobierno con 32.3%, 24.7% y 19.7% respectivamente.

Puesto que el número de estudiantes encuestados fue mayor que otras ocupaciones, estas ocupan el mayor porcentaje en dos de los tres niveles con el 17.9 en el bajo y 82.1 en el medio. No se obtuvo ningún dato en el nivel alto.

