



Colegio de Estudios Superiores de Administración – CESA

Maestría en Dirección de Marketing

CERVEZA ÁGUILA ES COLOMBIA EN MÍ CORAZÓN

Proyecto de Grado

Elaborado por:

Catherine Aquite

Javier Antonio Tovar

Santiago Álvarez

Bajo la dirección de Jorge Eduardo Mejía

Profesor Investigador CESA

Bogotá, D, C., Noviembre 2012

Tabla de contenido

| | |
|--|----|
| Cerveza Águila es Colombia en mi Corazón | 2 |
| Tabla de contenido | 3 |
| Tabla de figuras | 5 |
| Introducción | 7 |
| 1. Metodología..... | 8 |
| 2. Historia de Bavaria..... | 9 |
| 3. Fusión del Grupo Empresarial Bavaria Con SABMiller | 16 |
| 4. Plataforma Estratégica..... | 17 |
| 4.1 Misión..... | 17 |
| 4.2 Visión | 17 |
| 5. Historia de Cerveza Águila | 18 |
| 5.1 Cervecería Bolívar (1905-1933) | 18 |
| 5.2 Cervecería de Barranquilla, cuna de Cerveza Águila (1913-1933) | 19 |
| 5.3 Agencia central de ventas (1917-1933) | 19 |
| 5.4 Cervecería de Barranquilla y Bolívar S.A (1933-1967) | 20 |
| 5.5 Cervecería Águila S.A (1967-2002) | 20 |
| 6. Proceso Productivo de la Cerveza Águila | 21 |
| 7. Presentaciones de la Cerveza Águila | 22 |
| 7.1 Águila no retornable | 23 |
| 7.2 Águila en lata 355cc | 25 |
| 7.3 En tanquetas de 20 litros | 26 |
| 7.4 Águila de Exportación | 27 |
| 7.5 Foil de protección | 28 |
| 7.6 Cerveza Águila 2006 | 29 |
| 7.7 Cerveza Águila Refresca Nuestra Pasión 2007 | 29 |
| 7.8 No retornable 200cc | 34 |
| 7.9 Aguilita en Lata 269cc | 38 |
| 7.10 Otras Presentaciones | 39 |

| | |
|--|----|
| 8. Estrategias de Mercado | 44 |
| 8.1 Sabor, cuerpo y color | 44 |
| 8.2 La vida es tricolor | 46 |
| 8.3 Águila los jueves..... | 47 |
| 8.4 Cerveza de Colombia | 49 |
| 9. ¿Por qué el Águila en la etiqueta? | 54 |
| 9.1 Influencia de los héroes de la aviación colombiana | 55 |
| 9.2 Una posible fuente de inspiración en 4 ruedas..... | 55 |
| 9.3 El Águila de Leo y de Mario..... | 56 |
| 10. Resultados del proceso investigativo..... | 57 |
| 10.1 Análisis encuesta fuerza de ventas y detallistas | 59 |
| 10.2 Conclusión fuerza de ventas y detallistas | 64 |
| 10.3 Análisis encuesta consumidores fidelizados..... | 65 |
| 10.4 Conclusiones encuestas consumidores fidelizados..... | 68 |
| 10.5 Análisis encuesta otros consumidores | 69 |
| 10.6 Conclusión encuesta otros consumidores | 72 |
| 10.7 Conclusión General..... | 72 |
| 11. Recomendaciones | 75 |
| 12. Bibliografía | 76 |
| 13. Anexos | 78 |

Tabla de figuras

| | |
|--|----|
| Figura 1. Águila en lata | 22 |
| Figura 2. Águila en Botella | 24 |
| Figura 3. Águila en Botella empaque por seis | 24 |
| Figura 4. Águila no retornable | 25 |
| Figura 5. Águila en Lata 355cc | 26 |
| Figura 6. Tanquetas de 7 litros | 26 |
| Figura 7. Águila de Exportación | 27 |
| Figura 8. Foil de Protección | 28 |
| Figura 9. Cerveza Águila 2006 | 29 |
| Figura 10. Presentación de la botella | 29 |
| Figura 11. <i>La Medio Litro</i> | 30 |
| Figura 12. <i>Medio Litro</i> | 30 |
| Figura 13. Familia Águila, 2007..... | 31 |
| Figura 14. <i>Aguilita 225cc</i> | 32 |
| Figura 15. Fría hasta la última gota | 32 |
| Figura 16. Cerveza Águila 330cc | 34 |
| Figura 17. No retornable 200cc | 35 |
| Figura 18. <i>La Paquita</i> | 36 |
| Figura 19. Águila para Compartir | 37 |
| Figura 20. Águila en 750cc | 37 |
| Figura 21. | 38 |
| Figura 22. | 38 |
| Figura 23. Aguilita en Lata 269cc | 39 |
| Figura 24. Águila Six-Pack, 2007 | 40 |
| Figura 25. Águila de dispensador..... | 40 |
| Figura 26. Águila, presentación especial, Colombia Campeón Sub-20, 2005..... | 41 |
| Figura 27. Águila en el Carnaval de Barranquilla 2009..... | 41 |
| Figura 28. <i>Águila en lata, Carnaval de Barranquilla 2010</i> | 41 |

| | |
|--|----|
| Figura 29. <i>Águila en Lata, Mundial de Sudáfrica 2010</i> | 41 |
| Figura 30. <i>Águila en Lata, Mundial de Sudáfrica 2010</i> | 41 |
| Figura 31. <i>Six-pack de Águila, 2010.</i> | 42 |
| Figura 32. <i>Águila en Lata, XV Encuentro Mundial del Coleo, Villavicencio, 2011.</i> | 43 |
| Figura 33. <i>“La # 1”</i> | 44 |
| Figura 34. <i>“Con todo el sabor, cuerpo y color”</i> | 45 |
| Figura 35. <i>Vestidos de baño con partes de la etiqueta</i> | 45 |
| Figura 36. | 46 |
| Figura 37. | 47 |
| Figura 38. | 47 |
| Figura 39. <i>Ponte la camiseta, otra campaña de Cerveza Águila, 2003.</i> | 48 |
| Figura 40. <i>Celebra colombiano que es como mejor te ves</i> | 49 |
| Figura 41. | 49 |
| Figura 42. <i>Águila Light.</i> | 50 |
| Figura 43. <i>Actualización de su imagen clásica</i> | 50 |
| Figura 44. <i>Águila la alegría de ser colombiano.</i> | 51 |
| Figura 45. <i>Águila 330cc</i> | 52 |
| Figura 46. <i>Águila es Colombia, Refresca nuestra pasión</i> | 54 |
| Figura 47. <i>Contra-etiqueta</i> | 54 |

Introducción

En el transcurso de la historia colombiana hay marcas que con el paso de los años se han convertido en iconos distintivos de este país, es el caso de Cerveza Águila de la compañía Bavaria S.A, que ha dejado de ser una bebida alcohólica común para convertirse en un producto con los mejores estándares mundiales y con un sabor que la diferencia de su categoría.

Águila ha sido a través de la historia patrocinador del fútbol colombiano, eventos nacionales, fiestas de barrio y generadora de actividades que giran en torno a las chicas Águila y a sus estrategias comerciales y de mercadeo, enfocadas al posicionamiento de la marca hacia los consumidores, y sus canales de distribución.

Se pretende reconocer las variables asociadas al amor de la Cerveza Águila en los consumidores fidelizados, no fidelizados y la fuerza de ventas de la compañía, siendo esta marca una de las más recordadas y representativas del país por sus aportes sociales reconociendo a sus consumidores como la base principal de su éxito.

Desde su lanzamiento a comienzos del siglo pasado hasta nuestros días, Águila se ha ganado merecidamente un lugar en la memoria colectiva nacional, convirtiéndose así el nombre de la marca en sinónimo de Cerveza.

1. Metodología

El presente documento se inscribe dentro del esquema de la investigación descriptiva, específicamente el estudio de caso relacionado con la identificación de los productos del sector de alimentos y bebidas que han acompañado a los colombianos a lo largo de la historia.

2. Historia de Bavaria

El 4 de abril de 1889 para muchos investigadores cerveceros fue el verdadero inicio de la industria cervecera en Colombia, cuando el alemán Leo Sigfried Kopp fundó en Bogotá a “Bavaria Kopp’s Deutsche Brauerei”, en español “Bavaria: Gran Fábrica de Cerveza Alemana” (Cely, 2012)

El 28 de Mayo de 1891, dos años después de su fundación, Bavaria inaugura sus modernas instalaciones en tiempo récord. Son un perfecto ejemplo de la arquitectura industrial alemana del siglo XIX (Cely, 2012)

Las primeras marcas que lanzan al mercado son “*Tres Emperadores*” (en recuerdo a Guillermo I, Guillermo II y Federico III de Alemania), “*Extracto de Malta*”, “*Don Quijote*”, “*Doppel*”, “*Lager Baviera*” y “*Bock Bavaria*”, todas ellas tratando de darle al gusto de los consumidores bogotanos, conquistando rápidamente el mercado de la clase media y alta capitalina (Cely, 2012)

En 1894, Bavaria cambia de razón social a “*Bavaria Kopp’s Deutsch Bierbrauerei de Kopp’s & Cia.*” debido a los nuevos aporte económicos de los socios Leo S. Kopp, Ludvig Kopp y Leopold Kopp, siendo estos dos últimos el hermano y padre del fundador Leo S. Kopp (Cely, 2012).

Leo Kopp promovía entre los campesinos de la región el cultivo de la cebada, garantizándoseles la compra a un buen precio para así evitar la necesidad de importar esta materia prima desde los EE.UU. o de Europa a precios muy altos (Cely, 2012).

En 1896 es inaugurada la fábrica de vidrio Fenicia para no depender de las importaciones y al mismo tiempo bajar los costos de las botellas de Cerveza (Cely, 2012).

También Bavaria compra sus propias minas de carbón en Zipacón, cultiva la cebada en sus grandes extensiones de terrenos cercanos de la fábrica y permanentemente va ampliando la planta y la producción de la Cerveza (Cely, 2012).

Para realizar todo esto, Leo Kopp en el año de 1897 consigue nuevos capitales e inversionistas en Europa. Sin embargo su familia es dueña del 50% de las acciones. La empresa tendrá una nueva razón social: “Deutsche-Columbianische Brauerei G.m.b.H. – Bavaria-Bogotá” (Cely, 2012).

Al final del siglo XIX e inicios del siglo XX comienza la industrialización en todas las regiones del país y se empiezan a construir todo tipo de industrias y esto incluía a fábricas de Cerveza de tamaño mediano y grande (Cely, 2012).

Así mismo comienza la primera gran batalla contra la chicha y el guarapo, dos bebidas tradicionales en la región cundiboyacense de fabricación artesanal a base de maíz (Cely, 2012).

Una fuerte alianza entre el Gobierno Nacional y las grandes cerveceras empezaron a enfrentar a estas bebidas de fabricación casera, que eran consumidas por la clase popular. (Cely, 2012).

La chicha se había convertido en una lucrativa actividad industrial minorista (Cely, 2012).

Las cerveceras estaban muy interesadas en conquistar su mercado y el Gobierno Nacional en acabarlas, por lo poco higiénicas y la imposibilidad de poder cobrar impuestos a sus fabricantes (Cely, 2012).

Se calcula entonces que aproximadamente en 1910 existían solo en Bogotá 45 chicherías que producían 35.000 litros diarios de chicha, mientras las cerveceras de Alemania y Bavaria producían 6.000 litros diarios de Cerveza (Cely, 2012).

Para este fin, Bavaria saca a un precio mucho más bajo, las marcas “No más chicha” y “Cerveza Higiénica”, mostrando las ventajas saludables en el proceso de fabricación de la Cerveza (Cely, 2012).

Bavaria para el año 1910, siendo el primer centenario de la independencia nacional, lanzó “La Pola”, Cerveza dirigida también a todas las clases, obteniendo gran popularidad de manera inmediata, a tal punto que la palabra “Pola” es y sigue siendo reconocida como sinónimo de Cerveza en nuestro país (Cely, 2012).

“La Pola” era el nombre popular de la mártir de la independencia colombiana Policarpa Salabarrieta, fusilada por las tropas españolas en 1817 (Cely, 2012).

En 1910, Bavaria también lanzó al mercado las Cervezas “Especial” y “Pilsener”. Hacia el año 1922, la familia Kopp vende la mayor parte de las acciones a la empresa holandesa Handel, continuando Leo Kopp al frente. Ahora la cervecera tiene como razón social en nombre de “Bavaria Bogotá - Handel-En Jinaustrie Maatschappij” (Cely, 2012).

Cuando inició la segunda guerra mundial, los capitales alemanes, italianos y japoneses no fueron intervenidos por el gobierno colombiano hasta el bombardeo de Pearl

Harbor por el Imperio del Japón, que provocaría la entrada de los Estados Unidos al gran conflicto (Cely, 2012).

En esta época los principales accionistas del Consorcio Bavaria seguían siendo la Handel de Holanda, la familia Kopp y accionistas con capital nacional y cuyas acciones se negociaban en todo el mundo (Cely, 2012).

Al ser invadida Holanda por la Alemania Nazi, se ponían las acciones de Handel y a su vez a la parte accionaria de la familia Kopp's en manos de la Nación (Cely, 2012).

Bajo el decreto 736 de 1943 promulgado por el Presidente colombiano Alfonso López Pumarejo los bienes y acciones de la Handel no serían confiscadas (Cely, 2012).

Las acciones de Handel se vendían internacionalmente a muy bajo precio y estas fueron compradas por inversionistas colombianos, pasando de esta manera Bavaria a ser 100% de capital nacional (Cely, 2012).

Con los nuevos directivos de Bavaria, se diseñó una estrategia que buscaba cubrir un mayor número de regiones y se empezaron a construir malterías y cervecerías medianas en diversas regiones de todo el territorio nacional (Cely, 2012).

En el año 1946 Bavaria crea la empresa Malterías Colombia que se encargaría del manejo de las más importantes malterías de Bavaria como la Maltería de Bogotá, Pamplona, Popayán y Manizales (Cely, 2012).

Adicionalmente Bavaria compra en 1943 la Cervecería Nueva de Cúcuta convirtiéndola en la Fábrica de Cúcuta. En la Ciudad de Pasto compra la Cervecería Alemana en 1944 y la Cervecería Baviera en 1945 (Cely, 2012).

Finalmente ese mismo año, luego de un gran esfuerzo empresarial, Bavaria compra su fuerte competidora en Bogotá la Cervecería Germania (Cely, 2012).

Para continuar con este plan expansivo, Bavaria construye las fábricas de Armenia (1950), Bucaramanga (1948), Buga, Girardot (1948), Duitama (1943), Ibagué (1949), Neiva (1949), Pasto (1962) y Villavicencio (1948) (Cely, 2012).

Las marcas de Bavaria en este periodo eran: “Bohemia”, “Maltina”, “Nevada”, “Póker”, “Doppel Stout”, “Corona”, “Mascota”, “Ancla”, “Cabrito”, “Germania”, “Sajonia”, “Costeña”, “Suratá”, “Pilsener”, “Bavaria”, “La Pola” y “Malta Bavaria” (Cely, 2012).

En 1948 la Cervecería Bavaria y la Cervecería Germania junto con el Gobierno Nacional se lanzan en una segunda guerra contra la chicha. Para lograr este objetivo, crean una gran campaña publicitaria y sacan al mercado la Cerveza “El Cabrito”, marca de la cervecería Germania, con un precio subsidiado por el gobierno, logrando su cometido al convertirse en una Cerveza muy popular y reemplazando el gusto por la chicha a cambio de la Cerveza en las personas (Cely, 2012).

Bavaria compra en 1955 la pequeña empresa Indumalta de Bogotá y en 1958 adquiere la tradicional Cervecería Clausen Ltda de Bucaramanga (Cely, 2012).

A finales de los años cincuenta las Cervecerías Águila, Andina y Unión con un aporte cada una de un 30% y Clausen con un 10% construyen en su momento la más moderna maltería de América latina, en el municipio de Tocancipá, la cual la denominan Malterías Unidas S. A (hoy Maltería de Tibitó) (Cely, 2012).

Bavaria S.A. termina en 1962 en la ciudad de Pasto la Cervecería de Nariño, esta es la última inversión del programa comenzado en los años cuarenta (Cely, 2012).

En 1965 adquiere la Cervecería Colombo-Alemana S.A., y continúa por unos años produciendo la Cerveza “La Alemana”. En 1966 construyen la Cervecería Tropical en Costa Rica (Cely, 2012).

Debido a esto, Bavaria pasó de tener 13 accionistas en 1930 a cerca de 90.000 accionistas en 1967, que poseían el 80% de las acciones. Los grandes accionistas tenían el otro 20 %, pero ninguno de ellos poseía más del 3 % del total de las acciones (Cely, 2012).

En 1967 Bavaria entra en una crisis económica y directiva, que la hacen volver a la tesis del fortalecimiento, reestructuración e inversión en el negocio cervecero en contra a la diversificación (Cely, 2012).

En 1966, el Señor Julio Mario Santo Domingo le vende a Bavaria S.A. las instalaciones, equipos y maquinaria de Cervecería Barranquilla y Bolívar S.A. que serán pagadas con acciones de Bavaria S.A., que equivalían más o menos al 22 % del total de emisión (Cely, 2012).

En 1975, el Grupo Santo Domingo es prácticamente dueño del 100% del mercado cervecero colombiano formado por las 14 cervecerías de Bavaria S.A., Cervecería Unión

S.A., Cervecería Águila S.A., Cervecería Andina S.A., la Cervecería Colombo-Alemana S.A. y Malterías de Colombia con las Malterías en Santa Rosa de Viterbo, Ipiales, Techo y Tibitó (Cely, 2012).

En el año 1992, a Bavaria le aparece una fuerte competencia, la cervecería Leona, fundada por Carlos Ardila Lulle en Tocancipá. Esta empresa sale al mercado con las marcas “Leona” y “Malta Leona” en 1995. Su fábrica era la más moderna de Suramérica (Cely, 2012).

Sin embargo al no reportar las utilidades necesarias, Carlos Ardila se reúne con Julio Mario Santo Domingo y para el año 2000, Bavaria adquiere el 44% de las acciones de Leona y para el año 2002 Bavaria S.A se convierte en el accionista mayoritario de Cervecería Leona S.A. (Cely, 2012).

Para el año 2004, el GEB (Grupo Empresarial Bavaria) tiene una producción total de 28.6 millones de hectolitros de Cerveza y 5.8 millones de hectolitros en otras bebidas. Tiene más de 32.000 empleados directos e indirectos (Cely, 2012).

Finalmente, en el año 2005 el GEB fabrica las siguientes marcas de Cerveza: “Águila” con el 58% es la marca más importante, seguida por “Póker” (13%), “Costeña” (11%), “Águila Light”, “Águila Imperial”, “Club Colombia”, “Bahía”, “Leona”, “Pilsen”, “Clarita”, “Pony Malta”, “Cool Malta”, “Leona Blanca” y “Malta Leona”. Además aparece la marca “Brava”, que con sus 6.5% de alcohol buscaba competir con las marcas importadas. (Cely, 2012).

3. Fusión del Grupo Empresarial Bavaria con SABMiller

En el año 2005 SABMiller firmó un acuerdo para adquirir el 71.8% de las acciones de Bavaria. La fusión entre Bavaria y SABMiller fue uno de los más grandes negocios de la historia industrial colombiana y el segundo más importante en bebidas en la región, después de la fusión entre Interbrew y Ambev que dio origen a Inveb, la primera cervecería del mundo.

El GEB en el año 2004 registraba volúmenes de venta de 26.8 millones de hectolitros de Cervezas y bebidas de malta, lo que significaba que era la más grande de la región andina y la segunda de Suramérica, con sus operaciones en Colombia (99%), Panamá (79%), Perú (99%) y Ecuador (93%).

La transacción entre SABMiller y Bavaria significó la compra de acciones de la familia Santo Domingo en la cervecería que representaban el 71.8% de la empresa, recibiendo a cambio el 15% del total de SABMiller; dos puestos en la junta directiva mundial y dos vicepresidencias de la junta latinoamericana.

Después de esta transacción, SABMiller realizó ofertas en efectivo a través de una Oferta Pública de Acciones (OPA) para adquirir la participación de los accionistas minoritarios (Revista GBE, 2005, en Cely 2012)

4. Plataforma Estratégica

4.1 Misión

Producir, distribuir y vender Cerveza, fermentados, destilados, bebidas no alcohólicas y productos alimenticios, utilizando tecnología de punta con estrictos controles que garanticen la más alta calidad de los productos, buscando siempre la total satisfacción del consumidor y la preservación del medio ambiente (Bavariidades, 1997, en Cely, 2012).

Así mismo es parte fundamental de la misión de la empresa, propender por el desarrollo socioeconómico de la región, el bienestar y progreso permanente de sus trabajadores (Bavariidades, 1997, en Cely, 2012).

Cervecería Águila S.A es una empresa de gente honesta, comprometida, creativa y amable, con un conocimiento integral del negocio, con óptima disposición al servicio y que responde a los requerimientos de sus accionistas y de sus clientes, asesorándolos para maximizar su beneficio (Bavariidades, 1997, en Cely, 2012).

4.2 Visión

Ser una empresa moderna, altamente eficiente, apoyada en un equipo de trabajadores capacitados y comprometidos con el desarrollo de la empresa, la región y el país, para mantenerse como una compañía líder en su actividad industrial (Bavariidades, 1997, en Cely, 2012)

5. Historia de Cerveza Águila

5.1 Cervecería Bolívar (1905 – 1933)

Para conocer la historia de Cerveza Águila, es importante conocer la historia de Cervecería Bolívar. Barranquilla, sede oficial de la Cerveza Águila, es un lugar estratégico dada su ubicación geográfica y por la arteria fluvial del río Magdalena. La Casa Walters, fue quien realizó los estudios para montar la primera cervecería en la capital del Atlántico bajo la razón social de “The Walters Brewing and Ice Making Co. De Trinidad”. En 1905 la cervecería es una realidad bajo el nombre de Cervecería Bolívar (Cely, 2012).

En esta época los barranquilleros, que eran cerca de 40.000, consumían las Cervezas importadas “Gallo Negro” y “Doble Stout” y pasaron a degustar las marcas nacionales de la Cervecería Bolívar, tales como la “Bolívar”(rubia), “Superior”(negra) y después conocieron las marcas “Excelsior”, “Toro Negro” y la “Spaten” (http://issuu.com/luichaparro/docs/historia_Cerveza_Águila, recuperado el 25 noviembre 2012)

La Cervecería Bolívar fue adquirida por Luis G. Pochet en el año 1915. El 5 de agosto de 1933 la junta directiva ordenó la disolución y liquidación de la cervecería y vender los activos a Mario Santo Domingo” (http://issuu.com/luichaparro/docs/historia_Cerveza_Águila, recuperado el 25 noviembre 2012).

5.2 Cervecería de Barranquilla, cuna de Cerveza Águila (1913-1933)

El 10 de abril de 1913, se funda en la capital del Departamento del Atlántico la Cervecería de Barranquilla con un capital de \$159.000 pesos “oro americano”. La producción de la factoría inicia con las marcas “Escudo”, “Gallo Giro”, “San Nicolás” y, por supuesto, “Cerveza Águila” (http://issuu.com/luichaparro/docs/historia_Cerveza_Aguila, Recuperado el 25 noviembre 2012)

Junto a los industriales Alberto Osorio, Ricardo Correa, Ernesto Cortissoz y la firma Lascano y Co, montaron la fábrica con una producción inicial de 6.000 litros de Cerveza con la posibilidad a corto plazo de duplicar la producción. La Cervecería gastaba diariamente 20.000 libras de hielo y 12 toneladas de leña (Revista Dinero, 1996)

5.3 Agencia Central de Ventas (1917-1933)

La dura competencia entre la Cervecería Bolívar y la Cervecería de Barranquilla no produjo ningún ganador: la producción conjunta excedía el consumo de la zona geográfica. Las dos empresas empezaron a registrar pérdidas e inicialmente acordaron unir esfuerzos creando una “Agencia Central de Ventas Común” desde el primero de enero de 1917.

Fue una maniobra empresarial a manera de “fusión” manejada por los industriales Alberto R. Osorio y Alberto Urueta. No obstante, la Agencia fue un fracaso y esta situación la acentuó la crisis mundial económica de 1929 de la cual Colombia no saldría ileso (Revista Dinero, 1996).

5.4 Cervecería Barranquilla y Bolívar S.A (1933-1967)

La solución de la Agencia Central de Ventas no fue tan afortunada y se agravó con la crisis mundial de 1929. Por este motivo las dos cervecerías contrajeron deudas con la banca regional, obligaciones que las fueron agobiando hasta precipitar su necesidad de venta. Mario Santo Domingo realiza la adquisición y por Escritura Pública No.706 del 22 de agosto de 1933 en la Notaria Tercera de Barranquilla se conformó la sociedad “Cervecería de Barranquilla y Bolívar S.A” (Martínez Rey, 2006). Esta empresa en el año 1933 tenía un capital de \$182.000 y el valor de su maquinaria era de \$790.026 pesos colombianos (Revista Dinero, 1996)

La Cervecería de Barranquilla y Bolívar S.A, por decisión de Don Mario, se dedicó a fabricar exclusivamente Cerveza Águila. Y él mismo crea su eslogan, muy recordado por todos los colombianos: “Sin igual y siempre igual” (Revista Dinero, 1996)

5.5 Cervecería Águila S.A (1967-2002)

El 3 de marzo de 1967 según la Escritura Pública No. 400 de la Notaria Tercera de Barranquilla se constituyó la Sociedad Anónima de la Cervecería Águila, con un capital autorizado de 20.000.000 de pesos y con un capital suscrito de 1.000.000 de pesos pagado por los socios fundadores. En 1967 Águila se incorpora a Bavaria (Revista Dinero, 1996).

6. Proceso Productivo de la Cerveza Águila

La Cerveza es una de las bebidas más antiguas y nobles de la humanidad. Es una bebida milenaria, natural y refrescante, con un incomparable sabor y aroma, producida a partir de malta, agua, levadura y lúpulo y adjuntos. Estos ingredientes, 100% naturales, hacen de la Cerveza, una bebida única.

Además de ser una bebida elaborada con ingredientes naturales, contiene la mayoría de vitaminas del complejo B, calcio, potasio, magnesio y fibra, y es baja en sodio y azúcar. Es una bebida libre de grasas, colesterol, cafeína y nitratos. De este modo, un consumo moderado de Cerveza puede formar parte de una dieta balanceada y una vida saludable en hombres y mujeres adultos.

Por otra parte, y estableciendo una clara diferencia con la gran mayoría de bebidas alcohólicas, la Cerveza es una de las bebidas con más bajo contenido alcohólico, lo que la ha posicionado como la bebida de la moderación por excelencia.

En términos técnicos, la Cerveza no es más que:

Una bebida resultante de un proceso de fermentación controlado, por medio de levadura cervecera proveniente de un cultivo puro, de un mosto elaborado con agua potable, cebada malteada sola o mezclada con adjuntos, adicionado de lúpulo o sus extractos o concentrados según reza la Norma Técnica Colombiana 3854. (El Águila y el Poder, recuperado de: <http://clasedirigente.net/website/afcs/?tag=Cerveza-Águila>, Noviembre 25 de 2012)

7. Presentaciones de la Cerveza Águila

Cerveza Águila en su continua evolución y en el crecimiento de la sociedad que trae cambios y costumbres de consumo, ha tenido siempre presente la idea de crear nuevas opciones para consumir Águila en diversos momentos y lugares.

Figura 1. *Águila en lata*



(Cely, 2012, p.18-431)

Durante el mes de noviembre de 1993 se presentó oficialmente la nueva presentación en lata de Cerveza Águila, durante el Desfile de las Balleneras en el Reinado Nacional de la Belleza en Cartagena.

“Quisimos que esta primera etapa se hiciera dentro de un evento popular como el de Cartagena”, explicó José Manuel Pineda, vicepresidente de ventas de Bavaria de la época. Su costo inicial fue de \$280 y era de 296cc. (Bavariades, 1993, en Cely 2012)

Figura 1. *Águila en Lata*



(Cely, 2012, p.18-431)

La campaña de lanzamiento de la presentación en lata era “Ella es la misma”, haciendo referencia a que Águila seguía como desde 1913: “Sin igual y siempre igual” (Bavariades, 1993, en Cely 2012)

Esta presentación tenía un contenido de 250cc, con un envase más delgado y liviano. Se realizó una fuerte campaña en los principales medios de comunicación para su lanzamiento. Su precio permitió competir con las demás Cervezas en lata de la Costa Atlántica y los Santanderes (Diario de Bavaria, 1995, en Cely, 2012)

7.1 Águila No Retornable

Teniendo en cuenta las necesidades de los consumidores, se lanzó al mercado Águila no retornable, a comienzos del año 1996.

Esta botella era más práctica y le ahorraba espacio al tendero porque no era necesario almacenarla para obtener nuevamente el producto. Águila no retornable actuó como complemento para satisfacer la demanda de Águila en lata.

Figura 2. *Águila en Botella*



(Cely, 2012, p.18-431)

Para el lanzamiento de *Águila no retornable* se realizaron diversos eventos en todo el país. En torno a esto en Bogotá se realizó un partido de exhibición entre la Selección Colombia Sub-23 y el Independiente Santa Fe (Diario Bavaria, 1996, en Cely, 2012).

Figura 3. *Águila en Botella empaque por seis*



(Cely, 2012, p.18-431)

La botella conservaba el color ámbar, sus 300cc y la misma etiqueta. Se buscaba convertir a la Cerveza *Águila* con esta nueva presentación en la acompañante ideal de paseos y asados familiares, gracias a la comodidad del material desechable.

Águila no retornable venía en empaques six-packs y en cajas plegadizas de 24 unidades, pretendiendo satisfacer los gustos de todos los consumidores. Los expendedores se vieron beneficiados, puesto que con la gama no retornable no hay necesidad de almacenaje, retorno ni compra de envase.

Figura 4. *Águila no retornable*



(Cely, 2012, p.18-431)

Esta presentación buscaba disfrutar el sabor y la alegría de la manera más práctica con Cerveza Águila (Bavariadas, 1996, en Cely, 2012)

7.2 *Águila en lata 355cc*

En medio del mundial de fútbol de mayores que se celebró en Francia en el año 1998, Cerveza Águila llegó con una nueva presentación al mercado colombiano. Se trataba de Águila en lata de 12 onzas (355cc), tamaño de las grandes Cervezas mundiales.

Figura5. *Águila en Lata 355cc*



(Cely, 2012, p.18-431)

La presentación acompañó a los exitosos tamaños de 8 y 10 onzas que se encontraban en el mercado colombiano (Bavariades, 1998, en Cely, 2012)

7.3 En tanquetas de 20 litros

Para satisfacer la demanda de Cerveza Águila en el Mes de la Cerveza del año 2002, la Cervecería de Bogotá dispuso de una cantidad considerable de tanquetas de 20 litros, sin utilizar, para envasar Águila.

Figura 6. *Tanquetas de 7 litros*



(Cely, 2012, p.18-431)

Las tanquetas tenían las mismas características de los barriles de 30 y 50 litros, en cuanto a conservación del líquido y también requerían de un dispensador especial para su extracción (Diario Bavaria, 2002, en Cely, 2012)

7.4 Águila de Exportación

En Nueva York, Japón y Europa cualquier persona puede disfrutar de Cerveza Águila y otros productos de Bavaria caracterizados por su excelente sabor, garantizado con los más altos estándares de calidad.

Figura 7. *Águila de Exportación*



(Cely, 2012, p.18-431)

En la Cervecería Águila de Barranquilla comienza el proceso de embarque donde 18 contenedores con Cerveza Águila y otras marcas se preparan para un viaje de dos semanas para llegar a los Estados Unidos.

La garantía en la calidad de los productos se basa en los controles que Bavaria hace en los procesos de manufactura, empaque, almacenamiento y transporte, evitando cualquier tipo de contaminación durante la cadena de exportación (Bavariades, 2004, en Cely, 2012)

7.5 Foil de Protección

A finales de mayo de 2005, las latas de Cerveza Águila de 10 y 12 onzas venían con un innovador foil de aluminio reciclable. Esta protección asegura la calidad del producto en lata a los millones de consumidores de Águila.

Figura 8. *Foil de Protección*



(Cely, 2012, p.18-431)

Para fabricar los foils fue necesaria la instalación de etiquetadoras, transportadores, sistemas de soplado para secar y equipo de esterilización mediante luz ultravioleta en la Cervecería Leona, hoy Cervecería de Tocancipá.

Esta superficie permite un espacio adicional de publicidad de Cerveza Águila. Otro producto de Bavaria que cuenta con esta protección es la Club Colombia (Revista GEB, 2005, en Cely, 2012)

7.6 Cerveza Águila 2006

Imagen de Cerveza Águila renovada, con cambios en la botella y la etiqueta.

Figura 9. *Cerveza Águila 2006*



(Cely, 2012, p.18-431)

7.7 Cerveza Águila Refresca Nuestra Pasión 2007

Presentación de la botella luego de la campaña de relanzamiento de la imagen de Águila en el año 2007.

Figura 10. *Presentación de la botella*



(Cely, 2012, p.18-431)

Figura 11. *La Medio Litro*



(Cely, 2012, p.18-431)

En el mes de octubre de 2007, Cerveza Águila lanzó una nueva presentación, la “medio litro”.

Figura 12. *Medio Litro*



(Cely, 2012, p.18-431)

Para el lanzamiento de Águila medio litro, la marca realizó diversos estudios de mercadeo, teniendo en cuenta que estas grandes presentaciones de Cerveza existen en muchos mercados del mundo.

Figura 13. *Familia Águila, 2007.*



(Cely, 2012, p.18-431)

Como se tomó en cuenta la meta de elevar los volúmenes de venta de Águila, esta presentación solo se enfocó en el canal Amigos Socializando, en los subcanales Entretenimiento y Tiendas de Barrio, los cuales brindan la posibilidad de un consumo adicional.

Este hecho histórico representó para Águila la oportunidad de generar un dinamismo para la marca, innovación en la categoría, acercase a prácticas de consumo mundialmente aceptadas, explorar nuevas posibilidades para el producto y romper paradigmas relacionados con los envases de Cerveza en Colombia.

Esta presentación se envasó en las Cervecerías de Bogotá y Águila y representó un ahorro del 10% por centímetro cubico, respecto a la de 330cc (El Diario, 2007, en Cely, 2012)

Figura 14. *Aguilita 225c*



(Cely, 2012, p.18-431)

En la última semana del mes de junio del año 2008 salió al mercado una nueva presentación de Águila, la “Aguilita”, un envase con un contenido de 225cc.

“Aguilita responde a las necesidades de nuestros consumidores de tener una presentación con la cual se puede refrescar, con un producto frío hasta el final y con el precio ideal”, dijo Juan Antonio Brigard, gerente de la marca (El Diario, 2008, en Cely, 2012)

La campaña de lanzamiento constantemente reforzó el mensaje “fría hasta la última gota”.

Figura 15. *Fría hasta la última gota*



(Cely, 2012, p.18-431)

Inicialmente esta presentación se envasaba exclusivamente en la cervecera de Barranquilla, pero a razón del éxito inmediato de Aguilita fue necesario ajustar los trenes de embotellado de las Cervecerías de Bogotá, Unión y Bucaramanga al formato de 225cc.

Para el mes de diciembre de 2008, la Cervecería de Barranquilla produjo 27.242.954 unidades de Aguilita (El Diario, 2008, en Cely, 2012)

Aguilita surgió de la necesidad de los consumidores de la costa Caribe de tener una presentación que se mantuviera fría hasta el final. De allí salió el eslogan de Aguilita “fría hasta la última gota”, explicó el vicepresidente de mercadeo Mauricio Leyva (El Diario, 2008, en Cely, 2012)

Uno de los objetivos de Aguilita fue satisfacer a los consumidores que habían dejado de consumir Águila de la misma forma en que lo hacían en el pasado, argumentando que su sabor había cambiado.

Leyva aseguró que al pasar de 300cc a 330cc los últimos mililitros que quedan en la botella se calientan por la velocidad del consumo, o sea que es distinta la temperatura en la que se empieza a tomar que cuando se finaliza.

Figura 16. *Cerveza Águila 330cc*



(Cely, 2012, p.18-431)

Los primeros en conocer a Aguilita fueron los barranquilleros, embajadores por excelencia de la marca. La ciudad vivió un lanzamiento especial de esta presentación el 26 de junio de 2008, con la participación de las Chicas Águila, la puesta en escena de un video de la marca y una crónica de esta Cerveza narrada por el conocido periodista Ernesto McCausland (Revista Premium, 2008, en Cely, 2012)

Andrés García Schroeder, gerente señor de la marca Águila en el año 2009, explicó algunos de los beneficios de la nueva presentación de Cerveza Águila en 225cc, la conocida “Aguilita”.

Además se generaron ventas adicionales, continuando con la construcción de nuevas ocasiones de consumo como los días habituales, las comidas y Aguilita para las mujeres” (Diario Bavaria, 2009, 2 feb, en Cely, 2012)

7.8 No Retornable 200cc

Águila y Águila Light se están disfrutando desde el 1 de junio del año 2009 en la presentación no retornable de 200cc.

El nuevo envase pequeño, resultado del proyecto Czech del Comité de Innovación de la Empresa, está en la búsqueda de dos metas estratégicas: incrementar el consumo y aumentar la penetración en los hogares.

Figura 17. *No retornable 200cc*



(Cely, 2012, p.18-431)

“La presentación está pensada en los momentos en que las personas quieren solo un sorbito, cuando tienen un antojo, por eso la comunicación se muestra así y para el caso de Águila queremos que sea vista como el mejor acompañamiento cuando se ve un partido de fútbol”, explicó Andrés García, gerente senior de macas Águila (Diario Bavaria, 2009, 2 feb, en Cely, 2012)

Referente al consumo en el hogar es más fácil entrar con una botella pequeña de Cerveza que hacerlo con una 330cc. “El menor tamaño genera menos connotación negativa y eso ayuda a superar la barrera de entrada que tradicionalmente ha existido”, afirmó

Daniel Giraldo, gerente de innovación de la vicepresidencia de mercadeo (Diario Bavaria, 2009, 2 feb, en Cely, 2012)

Respecto a Águila Light fue la oportunidad de atacar nuevas ocasiones, especialmente con comidas y nuevos consumidores (Diario Bavaria, 2009, 1 junio, en Cely, 2012)

Figura 18. *La Paquita*



(Cely, 2012, p.18-431)

Desde el mes de mayo de 2011, llegó al mercado la “paquita” de Águila, nombre dado al six-pack de la marca en latas de plástico termoencogido, diseñado especialmente para llevar.

La “paquita” estaba enfocada a incrementar las ventas en los canales “para llevar” y para competir contra el aguardiente en sus presentaciones tetrabrick y 375cc (El Diario, 2011, 2 mayo, en Cely, 2012)

Figura 19. *Águila para Compartir*



(Cely, 2012, p.18-431)

El nuevo envase de Águila en 750cc se convirtió en una novedad en el mercado nacional durante el año 2011. La presentación inicialmente fue lanzada en Bogotá.

El formato es diseñado para compartir la Cerveza en grupo y combatir a los destilados en los subcanales escogidos: Tienda Social, Bar Social, Discotecas, Tiendas de Barrio y Cigarrería-Licorera.

En todos estos subcanales hubo material de visibilidad y activaciones para lograr un impacto positivo.

Figura 20. *Águila en 750cc*



(Cely, 2012, p.18-431)

Este proyecto nació luego de una oportunidad detectada en el mercado colombiano, debido al bajo ingreso per capita de la mayoría de los habitantes, algo común en la región.

Figura 21.



(Cely, 2012, p.18-431)

Esta presentación introdujo una nueva forma de consumo en la que un grupo de personas pueden tomar de una misma botella, representando al consumidor un ahorro del 22%, en comparación al consumo individual.

Figura 22.



(Cely, 2012, p.18-431)

El tendero por su parte es beneficiado con el Águila 750cc al vender más, aumentando la rotación y el tráfico de clientes en su negocio y utilidades (El Diario, 2011, 15 Octubre, en Cely, 2012)

7.9 Aguilita en Lata 269cc

El sabor de la alegría trajo una nueva presentación al mercado colombiano: Águila en lata de 269cc, siendo envasada en la Cervecería de Barranquilla, cuna de la marca más famosa de Cerveza en el país.

Esta nueva alternativa tiene el mismo contenido y reemplazará a la lata de Costeñita, que se continuó comercializando en botella.

Figura 23. *Aguilita en Lata 269cc*



(Cely, 2012, p.18-431)

Las Gerencias de Ventas de Tocancipá y Cúcuta hacen el 90% de las ventas de este formato, ya que son las regiones donde más acogida ha tenido la presentación.

Según José Antonio Vargas, coordinador de envase, el Tren de Latas de la Cervecería de Barranquilla es el sitio óptimo para la fabricación de Aguilita en lata por las condiciones de la planta y porque la materia prima llega en barco a la ciudad (El Diario, 2012, 10 Enero, en Cely, 2012)

7.10 Otras presentaciones

Figura 24. *Águila Six-Pack, 2007.*



(Cely, 2012, p.18-431)

Figura 25. *Águila de dispensador.*



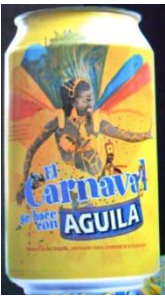
(Cely, 2012, p.18-431)

Figura 26. *Águila, presentación especial, Colombia Campeón Sub-20, 2005.*



(Cely, 2012, p.18-431)

Figura 27. *Águila en el Carnaval de Barranquilla 2009*



(Cely, 2012, p.18-431)

Figura 28. *Águila en lata, Carnaval de Barranquilla 2010*



(Cely, 2012, p.18-431)

Figura 29. *Águila en Lata, Mundial de Sudáfrica 2010.*



(Cely, 2012, p.18-431)

Figura 30. *Águila en Lata, Mundial de Sudáfrica 2010*



(Cely, 2012, p.18-431)

Figura 31. *Six-pack de Águila, 2010.*



(Cely, 2012, p.18-431)

Figura 32. *Águila en Lata, XV Encuentro Mundial del Coleo, Villavicencio, 2011.*



(Cely, 2012, p.18-431)

8. Estrategias de Mercado

Las campañas de Águila se han caracterizado siempre por su enorme despliegue nacional y su alta creatividad. La marca ha deseado siempre satisfacer las necesidades de los consumidores en sus diversas estrategias.

En el año 1994, Cerveza Águila realizó un despliegue publicitario para dar a conocer su respaldo total desde su patrocinio a la Selección Nacional de fútbol con el lema de “La # 1” (Bavariedades, 1995, en Cely, 2012)

Figura 33. “La # 1”



(Cely, 2012, p.18-431)

8.1 Sabor, Cuerpo y Color

“Con todo el sabor, cuerpo y color” fue el lema de la campaña de Cerveza Águila lanzado a comienzos de 1998.

Figura 34. “*Con todo el sabor, cuerpo y color*”



(Cely, 2012, p.18-431)

La marca desarrolló la campaña publicitaria más ambiciosa de la historia colombiana hasta ese momento, valiéndose de las espectaculares modelos Ángela Vergara, Ángela García, Fernanda Hedmont y Marcela Quintero, quienes superaron un exigente casting entre más de 200 modelos.

Ellas representan el inigualable sabor, el mejor cuerpo y el más deseado color de Cerveza Águila. Los trajes de baño de las hermosas mujeres estaban diseñados con partes de la etiqueta de la marca.

Figura 35. *Vestidos de baño con partes de la etiqueta*



(Cely, 2012, p.18-431)

La campaña hizo uso de todos los medios de comunicación actuales y se implementaron unas novedosas “vallas vivas”, ambientadas en varias locaciones del país, con bellas modelos jugando volleyplaya, acompañadas de Cerveza Águila.

Figura 36.



(Cely, 2012, p.18-431)

“Sabor, cuerpo y color” tuvo su lanzamiento en Bogotá en el restaurante El Pórtico, al cual los invitados llegaron en el tren de la Sabana y disfrutaron de un espectáculo con danzas folclóricas del Caribe y la música del Checo Acosta, una parranda que deseaba traer el ambiente de las playas colombianas al altiplano (Bavariadas, 1998, en Cely, 2012)

8.2 *La Vida es Tricolor*

La campaña de Cerveza Águila de 1999 buscaba reforzar el sentido de pertenencia en todos los colombianos, “a través de gente sencilla y sin pretensiones que no necesitan

demonstraciones exageradas para hacernos sentir los colores de una sabrosura autentica colombiana”.

Figura 37.



(Cely, 2012, p.18-431)

Águila desde esta campaña estaba realizando un homenaje al sabor y a la alegría de todos los colombianos, rasgos de la idiosincrasia nacional, con los colores patrios amarillo, azul y rojo, que siempre están presentes en nuestra vida cotidiana (Bavariades, 1999, en Cely, 2012)

Figura 38.



(Cely, 2012, p.18-431)

Águila los jueves

Esta campaña de Cerveza Águila tenía como mensaje que los jueves pueden empezar a ser divertidos si se gozan con esta marca.

Esta campaña salió en el mes de diciembre del año 2002, apoyándose en la radio, a excepción de la zona Occidente y Antioquia.

La campaña deseaba demostrar a los colombianos que existen otras ocasiones de consumo de Águila en la semana, en las que se puede salir de la rutina, sin perder la noción de la responsabilidad en su trabajo y la vida familiar, como el día jueves (Diario Bavaria, 2002)

Figura 39. *Ponte la camiseta, otra campaña de Cerveza Águila, 2003.*



(Cely, 2012, p.18-431)

En esta campaña para todo el año 2004 de Cerveza Águila dio alta relevancia a los momentos de felicidad que viven todos los colombianos y se invita a celebrarlos, claro en compañía de un Águila bien fría.

Figura 40. *Celebra colombiano que es como mejor te ves*



(Cely, 2012, p.18-431)

8.3 La Cerveza de Colombia

Manteniendo la misma exitosa receta de hace 100 años, Águila cambió su imagen para convertirse en la Cerveza colombiana por excelencia.

Figura 41.



(Cely, 2012, p.18-431).

Sus actividades principales seguirán siendo el fútbol, las fiestas locales y los deportes locales (tejo, bolo criollo, rana y coleo). La campaña que paulatinamente relanzó a Cerveza Águila en todo el país posicionó a “Águila Light” como una extensión de la marca.

Figura 42. *Águila Light.*



(Cely, 2012, p.18-431)

Estas ocasiones tienen varios sentimientos e ingredientes en común: encierran la más pura pasión colombiana, representan nuestra identidad y en ellas siempre está presente *Águila*, la más colombiana y refrescante de las Cervezas.”

La campaña del año 2007 deseaba reafirmar el posicionamiento de *Águila* como una de las marcas más importantes del portafolio de SABMiller. Con el cambio la marca actualizó su clásica imagen y posicionó a la Cerveza como una bebida para socializar con amigos y familia.

Figura 43. *Actualización de su imagen clásica.*



(Cely, 2012, p.18-431)

Al momento del lanzamiento Cerveza Águila representaba el 47% de las ventas y desde el 7 de junio el país fue testigo del relanzamiento de la Cerveza más famosa de la historia nacional.

“La marca estaba consciente de que estaba llegando a personas entre los 35 y los 55 años y al renovar la imagen de Águila buscaba atraer a la población joven desde los 25 años”, explicó el vicepresidente de mercadeo de Bavaria Mauricio Leyva (Cely, 2012)

La imagen de Águila Light también fue renovada como una extensión de la marca, bajo el concepto “refrescantemente ligera”, por ser un producto más suave que pasa más fácil.

El concepto que buscaba encerrar toda la personalidad de Águila es: “La alquimia entre la refrescancia y la pasión de los colombianos hacen experiencias únicas”.

Figura 44. *Águila la alegría de ser colombiano.*



(Cely, 2012, p.18-431)

La frase encierra tres conceptos que la marca transmitió en todas las labores de posicionamiento durante esta campaña del año 2007:

Refrescancia. Águila es la abanderada de este atributo entre las marcas del portafolio de Bavaria ya que tiene el perfecto balance entre amargo, dulce y refrescante, convirtiéndola en la favorita de Colombia desde hace mucho tiempo.

Pasión. Águila siempre está presente en los momentos de pasión para refrescar nuestro sentimiento colombiano. Este beneficio se plasmó en el fondo azul y las gotas que acompañan la nueva comunicación visual de la marca.

Colombianidad. La marca es la mejor representante de la emoción que le imprimen los colombianos a cada labor que emprenden y esto se refleja en los colores del tricolor nacional usados en la etiqueta modernizada.

El grupo consumidor objetivo al que estaba enfocada la campaña de relanzamiento de Águila era la población entre los 18 y 50 años, hombres y mujeres, de estratos socioeconómicos 2, 3 y 4, siendo habitantes de zonas urbanas y rurales.

Figura 45.



(Cely, 2012, p.18-431)

La marca está ubicada en el segmento socializando y al momento de la campaña tenía el 29% de las ocasiones de consumo en el país.

Águila también estaba llamada en la campaña a la regulación del precio en los expendios dentro de la estrategia de precio único nacional de Bavaria.

La Cerveza de tipo “Pilsener”, rubia, clasificada por la guía mundial como “tropical lager”, tenía otra novedad para su relanzamiento que era aumentar su contenido un 10% pasando de 300cc a 330cc, nuevo atributo que va de la mano con el concepto de refrescancia. Por su mayor contenido la versión retornable tuvo un precio de venta en su relanzamiento de \$1.100.

Figura 45. *Águila 330cc*



(Cely, 2012, p.18-431)

En la nueva etiqueta se observa el eslogan: “Águila es Colombia, Refresca nuestra pasión”. Se suprimió la palabra “Cerveza” de la anterior etiqueta porque la totalidad del país sabe que Águila es una Cerveza y de esta manera se le da más protagonismo a la marca.

Figura 46. *Águila es Colombia, Refresca nuestra pasión*



(Cely, 2012, p.18-431)

También se le sustituyó la frase “Cervecería de Barranquilla” por la “Cerveza de Colombia”, porque así la Cerveza haya nacido en la capital del atlántico hace un siglo, es un orgullo barranquillero para todo el país.

La nueva imagen también tiene una novedosa contra-etiqueta en la parte posterior de la botella usada para comunicar los beneficios de la bebida y reforzar el mensaje del porqué Cerveza Águila es la preferida de los colombianos.

Figura 47. *Contra-etiqueta*



(Cely, 2012, p.18-431)

9. ¿Por qué el Águila en la Etiqueta?

Se desconoce el verdadero motivo de porque se escogió un Águila para la etiqueta, solo se tienen algunas posibles hipótesis.

9.1 Influencia de los héroes de la aviación colombiana

Algunos historiadores afirman que el señor Mario Santo Domingo tenía una enorme pasión por la aviación y por volar. Incluso el empresario fue protagonista de la hazaña de la primera entrega de correo aéreo en Colombia, efectuada en 1919 en Puerto Colombia (Atlántico).

Un ave es el símbolo por excelencia de la aviación, permitiendo que la imagen de su Cerveza sea un Águila calva americana.

9.2 Una posible fuente de inspiración en 4 ruedas

Otra posibilidad de la inspiración de la etiqueta pudo ser el logotipo de la extinta empresa estadounidense fabricante de automóviles “American Motor Car Company” (1906 – 1913), que también es un Águila con las alas extendidas sobre un globo terráqueo. Lo peculiar de esta desaparecida empresa es la increíble semejanza de su logo con el de la etiqueta de Cerveza Águila. En noviembre de 1913 la compañía se declaró en bancarrota y

desapareció, el mismo año en que fue lanzada Cerveza Águila (American Motor Car Company, recuperado de <http://en.wikipedia.org>, noviembre 25 de 2012).

9.3 El Águila de Leo y de Mario

En Colombia, a finales del siglo XIX, el alemán Leo Kopp, proveniente de Baviera (Alemania), funda la cervecería Bavaria y el Águila imperial, animal nacional de Alemania, se convierte en el símbolo de la empresa.

El 22 de abril de 1891, por documento No.586 de la Notaria Segunda de Bogotá, don Leo S. Kopp declaró que la marca Bavaria sería el Águila imperial alemana. Esta imagen identificó a la empresa por más de 70 años.

En todo el planeta es reconocida la altísima calidad de las Cervezas alemanas. Se infiere en el mundo cervecero que un Águila es recuerdo de donde se fabrica la mejor Cerveza. Así desde Alemania pudo haber nacido la inspiración para la etiqueta de Cerveza Águila (Rey, 2006)

10. Resultados del Proceso Investigativo

FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTAS

1. Objetivo de la encuesta

Identificar el amor que se tiene por la marca Águila mediante el análisis de 3 tipos de encuestas dirigidas a 3 grupos diferentes de personas.

- a. Encuesta dirigida a detallistas y fuerza de ventas de Bavaria
- b. Encuesta a clientes fidelizados
- c. Encuesta a otros consumidores

2. Diseño muestral

2.1 **Universo:** Compuesto por hombres y mujeres mayores de edad residentes de la ciudad de Bogotá, de edades entre los 18 a 70 años.

2.2 **Tamaño de la Muestra:** Conformada por 170 personas elegidas en forma aleatoria con base a una distribución geográfica en la ciudad de Bogotá, empleados de la compañía Bavaria S.A y socios estratégicos.

2.3 **Error muestral:** 5%.

2.4 **Nivel de confianza:** 95%; +/- 7.0%.

2.5 **Heterogeneidad:** P = 50%; Q = 50%.

2.6 **Cobertura:** Ciudad de Bogotá, estratos del 1 al 6

2.7 Segmentación: Clientes fidelizados, empleados de la compañía y socios estratégicos de Bavaria S.A

2.8 Procedimiento de muestreo: muestreo aleatorio estratificado.

3. Trabajo de campo

3.1. Instrumento de recolección de datos: Se diseñó un cuestionario estandarizado con preguntas abiertas y cerradas diseñado para aplicarlas en una entrevista cara a cara entre el encuestador y el encuestado. (Ver Anexos).

3.2 Equipo de encuestadores: Integrado por tres encuestadores con experiencia en conocimiento del consumidor de la marca Águila.

3.2 Fecha de aplicación del cuestionario: Del 01 de septiembre al 10 de octubre de 2012

4. Procesamiento: Mediante el SPSS (Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales), versión 19.0. Generación base de datos estadísticas.

En la investigación que se desarrolló para conocer la afinidad de la marca Águila con los colombianos, en la ciudad de Bogotá, se realizaron 3 encuestas dirigidas a 3 grupos objetivos diferentes (fuerza de ventas y detallistas, consumidores fidelizados y otros consumidores) a continuación se presentan los resultados y análisis cuantitativos que entran a justificar la siguiente hipótesis:

H0: La Cerveza Águila no se relaciona directamente con conceptos de identidad nacional colombiana tales como patriotismo los colores de la bandera, el fútbol y las festividades regionales en algunas zonas del país.

10.1 Análisis encuesta fuerza de ventas y detallistas

Estos encuestados se dividen en 2 grupos, el primero esta conformado por un número de 20 personas que hacen parte del equipo de ventas de la gerencia de Bogotá Suroriente, esta gerencia es la de mayor participación en ventas de Águila en la compañía para la regional Bogotá, se decidió encuestarlos dado que es importante conocer la percepción que tienen personas que todos los días tienen contacto directo con la marca ya que tienen que venderla entre sus clientes; y el segundo grupo esta conformado por un grupo de 29 detallistas de Bogotá de diferentes gerencias de ventas que por el cumplimiento en ventas de Águila, fueron merecedores de asistir al estadio en Barranquilla al partido de la selección Colombia contra Paraguay ó de asistir al Festival de Coleo en Villavicencio ó de asistir al Festival del Turismo en Girardot, todos estos eventos son patrocinados por Águila, fue interesante encuestarlos debido a que son un grupo de personas que se esfuerzan por vender la marca de Cerveza Águila entre sus clientes para generar ingresos en sus familias y para acceder a los premios que ofrece Bavaria entre sus detallistas.

Se encuestaron 49 personas mayores que son una muestra representativa de la fuerza de ventas y detallistas que venden la marca de Cerveza Águila en Bogotá. El 63,3%

pertenecen al género masculino y un 36,7% al género femenino. Los rangos de edades oscilan entre los 28 a 60 años. El nivel educativo esta distribuido así bachillerato 22,4%, nivel técnico y de posgrado 36,7%.

1. Para el 97,9% de los encuestados la primera marca que mencionan al preguntar por el TOM de Cerveza es Águila, seguida por Águila Light 61,2% y Póker 4,1%.
2. La emoción que les genera el escuchar el nombre del producto “Cerveza Águila” al 55,1% de los encuestados es de Alegría, seguida de Patriotismo con 18,4% y orgullo 18,4%.
3. Las ocasiones de consumo de Cerveza se dan principalmente en la rumba (26,5%), eventos y/o fiestas regionales (26,5%). La ocasión de consumo viendo partidos de fútbol tiene un peso del 16,3 % y como resultados de otras ocasiones diferentes a las incluidas en las encuesta es del 30,6%, en las cuales se menciona el deporte, tiempos libres y cualquier lugar no es importante para poder calmar la sed.
4. La importancia que tiene la Marca Águila dentro del 83,7% de los encuestados es importante dentro de sus vidas y solo para el 16,3% es indiferente y poco importante.
5. Cuando se preguntó a los encuestados por la importancia de la marca Águila el 69,4% respondió que es importante, y para el 30,6% de los encuestados no es importante.
6. La atraktividad que tiene la publicidad de la Cerveza Águila esta en un 26,5% de nivel atractivo y en un 73,5% de muy atractiva.
7. El 100% de los encuestados ha visto por lo menos una vez un comercial de la Cerveza marca Águila.

8. La mayor frecuencia con la que compran los encuestados la marca Cerveza Águila es semanal con un 59,2% seguido por mensual y quincenal con el 16,3% respectivamente. La frecuencia diaria no es tan representativa para los encuestados siendo el 8,2% del total de los encuestados
9. El 61,3% de los encuestados se sienten motivados a comprar la Cerveza Águila, y el 38,7% es indiferente y no le motiva realizar esa compra.
10. Para el 47% de los encuestados la marca Águila es importante dentro de su vida, pero para el 53% de los encuestados es indiferente y nada importante.
11. Para el 53,1% de los encuestados la publicidad de la marca Águila no es atractiva.
12. Los tres elementos más representativos de merchandising que recuerdan los encuestados de la marca Águila son: Las camisetas con el 33%, los vasos y las gorras con el 30,4% y el 18% respectivamente.
13. Los tres elementos de la etiqueta de la Cerveza Águila que más han perdurado a través de los años para los encuestados, son el del Águila con el 87,8%, seguido por los colores y el slogan “sin Igual y siempre igual”.
14. Los tres slogans de la marca Águila que mas recuerdan los encuestados a lo largo del tiempo son “sin igual y siempre igual” con el 83,7%, seguido por “refresca nuestra pasión” con 12,2% y “el sabor de nuestra alegría” con 4,1%.
15. Los patrocinios que recuerdan los encuestados los cuales están asociados a Cerveza Águila, son los partidos de fútbol de la selección Colombia con el 32%, eventos de barrio con 21% y Carnaval de Barranquilla con 18%.

16. Los tres lugares más importantes donde los encuestados identifican que han visto publicidad de Cerveza Águila, son aquellos donde se pauta masivamente como vallas 21%, televisión 18% y radio 11%.
17. Las frases más importantes que los encuestados opinan que aplican para la marca Águila son “la marca que nos une como Colombianos” con el 43,3%, “alarga los momentos con los amigos” con el 18,8% y “esta en los momentos en los que me gozo la vida” con el 17%.
18. Entre los encuestados que manifestaron que la primera marca que se les viene a la mente cuando piensan en las marcas de Cerveza de Bavaria es Águila el 42,4% siente alegría cuando escuchan la palabra Águila, el 24,2% siente orgullo y patriotismo.
19. Entre los encuestados que manifestaron que la primera marca que se les viene a la mente cuando piensan en las marcas de Cerveza de Bavaria es Águila el 57,6% consideran muy importante la marca Águila y el 30,3% la consideran importante.
20. Entre los encuestados que manifestaron que la primera marca que se les viene a la mente cuando piensan en las marcas de Cerveza de Bavaria es Águila el 78,8% consideran muy importante la marca Águila para su vida.
21. Entre los encuestados que manifestaron que la primera marca que se les viene a la mente cuando piensan en las marcas de Cerveza de Bavaria es Águila el 78,8% recuerdan el slogan “sin igual y siempre igual”.
22. Entre los encuestados que manifestaron que la primera marca que se les viene a la mente cuando piensan en las marcas de Cerveza de Bavaria es Águila el 30%

menciona las camisetas como elemento de merchandising, el 23% vasos y el 17% gorras.

23. Entre los encuestados que manifestaron que la primera marca que se les viene a la mente cuando piensan en las marcas de Cerveza de Bavaria es Águila el 30% menciona que la selección Colombia es la festividad que patrocina Águila, el 24% menciona el carnaval de Barranquilla y el 19% menciona eventos de barrio.
24. Entre los encuestados que manifestaron que la primera marca que se les viene a la mente cuando piensan en las marcas de Cerveza de Bavaria es Águila el 20% menciona que recuerda haber visto publicidad de Cerveza Águila en vallas, el 15% en TV.
25. Entre los encuestados que manifestaron que la primera marca que se les viene a la mente cuando piensan en las marcas de Cerveza de Bavaria es Águila el 34% aplican a la Cerveza Águila la frase “la marca que nos une como colombianos”.
26. Entre los encuestados a los que la palabra Águila les genera alegría el 47% consideran la marca Águila importante y muy importante.
27. Entre los encuestados a los que la palabra Águila les genera alegría el 38% se sienten motivados a consumir la Cerveza Águila.
28. Entre los encuestados a los que la palabra Águila les genera alegría, el 51% dicen que el slogan que más recuerdan es “sin igual y siempre igual”.
29. Entre los encuestados a los que la palabra Águila les genera alegría el 50% aplican a la Cerveza Águila la frase “Es la marca que nos une como colombianos”.
30. El 74% de los encuestados para los que la marca Águila es importante, la relacionan con el slogan “sin igual y siempre igual”.

10.2 Conclusión Encuesta Fuerza de Ventas y Detallistas

Se rechaza la hipótesis nula dado que se encontró que si existe una relación y un sentimiento de patriotismo entre los encuestados debido a que la frase que más relacionan con la marca Águila es “la marca que nos une como colombianos”, y la emoción que les genera la palabra Cerveza Águila es “alegría” asociándola directamente con eventos y festividades regionales.

Así mismo al practicar la prueba de Fisher-Freeman-Halton que es una alternativa diferente al Chi² se determino, que si existe asociación entre la identidad de la marca de Cerveza Águila y el sentimiento de patriotismo, esto debido a que la significancia exacta bilateral es igual al 0.09. Este mismo patrón se repite en el momento que se hace la tabla de contingencia de importancia con alegría en donde nuevamente rechazamos la H_0 y confirmamos que si existe asociación entre estas dos variables, la significancia exacta bilateral que arrojo esta prueba es de 0,03. (Ver anexos)

Se realizaron 32 tablas de contingencia en donde la variable mas representativa fue cruzar la marca de Cerveza que mas recuerdan de Bavaria, con la emoción que les generan las palabras Cerveza Águila así como con, que tan identificado se siente con la marca de Cerveza Águila este tipo de cruces nos permitieron identificar que la hipótesis nula se rechaza y que existe una fuerte asociación entre la marca de Cerveza Águila y la emoción de Patriotismo; al mismo tiempo esta variable nos permitio conocer si aquellas personas que tienen en su mente a Cerveza Águila como la primera marca de Cervezas de Bavaria se sienten identificados con la misma.

Por último se seleccionaron una serie de frases alusivas a la marca dentro de las cuales se mencionaba “ la marca que nos une como colombianos” siendo esta la preferida por los encuestados que tuvieron como primera opción en su mente cuando piensan en las marcas de Cerveza de Bavaria a Cerveza Águila.

10.3 Análisis encuesta consumidores fidelizados

Dentro de los consumidores fidelizados fueron seleccionadas 24 personas que participaron de las actividades que hizo la marca donde rifaba viajes para asistir al partido de la selección Colombia contra Paraguay en Barranquilla, estos encuestados salieron favorecidos como invitados especiales.

El 66,7% corresponde al género masculino y el 33,3% al género femenino. Los rangos de edades oscilan entre los 25 a 35 años. El nivel educativo esta distribuido así: universitario 33,7% y 66,7% postgrado. El nivel socioeconómico (NSE) de los encuestados esta así, 41,7% al NSE 3, el 50% al NSE 4 y 8,3% al NSE 5.

1. Luego de explicarles de forma resumida lo que es un evento ó festividad nacional en Colombia el 91,7% de los encuestados manifestó que ha asistido a algún tipo de evento en los últimos 5 años y que han consumido bebidas alcohólicas durante ellos, mientras tanto el 8,3% manifiestan que no han asistido.
2. Entre los encuestados que han asistido a eventos manifiestan que el consumo de bebidas alcohólicas se distribuye así 51,2% consume Cerveza, 18,6% consume aguardiente, 9,3% consume ron, 7% consume ron, 2,3% consume vodka y el 11,6% consume otro tipo de bebidas alcohólicas.

3. Para determinar si se encuentra alguna asociación entre la marca Águila y su consumo durante partidos de fútbol se decidió preguntarles a los encuestados si frecuentan eventos de fútbol y el 62,5% manifestó no haber asistido y el 37,5% que si ha asistido por tanto, aunque se presenta este resultado el 75% de los encuestados manifiesta ver fútbol por TV, mientras el 25% no acostumbra ver partidos de fútbol por TV, es decir que si más adelante vamos a encontrar alguna asociación entre el fútbol y la marca es más vía TV que por presencia en los eventos de fútbol.
4. El consumo de bebidas alcohólicas durante los eventos de fútbol dio como resultado que el 66,7% de los encuestados manifiesta consumir bebidas alcohólicas y el 33,3% que no consume bebidas alcohólicas y posteriormente se pregunto por la bebida alcohólica preferido y el 84,2% manifestó que es Cerveza, el 10,5% consume aguardiente y el 5,3% consume whisky.
5. Adicionalmente, cuando se preguntó a los encuestados sobre la primera marca de Cerveza que se les viene a la mente cuando piensan en fútbol el 90,9% manifestó que es Águila, el 4,5% Águila Light y el 4,5% Cola & Pola.
6. Se preguntó a los encuestados por quién ve ó asiste a los partidos de fútbol en compañía, dando como resultado que el 45,2% lo hace en compañía de amigos, el 38,7% en familia, el 12,9% con compañeros de trabajo y el 3,2% ve ó asiste solo.
7. Entre los elementos y atributos de Cerveza Águila en orden de importancia se encuentran el empaque, el sabor, la etiqueta, chicas Águila y patrocinios
8. El 81% de los encuestados manifiestan que cuando consumen Cerveza Águila la acompañan con Snacks, el 9,5% con maní, el 4,8% con aguardiente y el 4,8% con agua.

9. Las emociones que manifestaron los encuestados que les generan los comerciales y cañas de la marca fueron que el 37,1% siente patriotismo, el 25,7% siente alegría, el 17,1% siente amistad, 11,4% siente orgullo, 5,7% siente gratitud y el 2,9% siente amor.
10. La frecuencia de consumo de bebidas alcohólicas entre los encuestados dio como resultado que el 41,7% lo hace de forma mensual, el 29,1% semanal, el 20,8% quincenal y manifestó que no tiene afinidad con las frecuencias de consumo planteadas.
11. Entre las ocasiones donde consumen Cerveza los encuestados respondieron que el 35,2% lo hace en fútbol, el 35,1% en eventos y festividades y el 29,7% durante la rumba.
12. Dentro de las tres características de Cerveza Águila que se plantearon a los encuestados para elegirla el 55,6% manifestó que es el sabor, el 33,3% la disponibilidad es decir encontrarla en el lugar que desean y el 11,1% decidió que el precio es relevante para elegir Cerveza Águila.
13. Cuando a los encuestados se les solicitó que dijeran que tanto se identificaban con Cerveza Águila el 41,7% manifestó que se sienten muy identificados con la Cerveza Águila, el 29,7% que se sienten algo identificados, el 16,7% que son indiferentes, el 8,3% no respondió y el 4,2% manifestaron que no se sienten identificados con la Cerveza Águila.
14. Para las personas que asisten a eventos entre los elementos ó atributos de la Cerveza Águila el 50% manifestó que el sabor es muy importante y el 67,2% de los encuestados manifestaron que se sienten identificados con la marca Águila durante

estos eventos, de los que consumen bebidas alcohólicas durante eventos el 70,9% manifiesta que siempre mucha atraktividad por la marca.

15. Entre los encuestados que asisten a fútbol el 66,7% sienten fuerte atraktividad por el empaque, por el sabor la Cerveza Águila y por la marca Águila.
16. El 40% de los encuestados que asisten a festividades cuando escuchan cuñas o comerciales sienten patriotismo, seguido por alegría con un 39%.
17. De los que frecuentan eventos de fútbol el 36% sienten patriotismo cuando escuchan cuñas ó comerciales de Águila.
18. De los encuestados que manifestaron que la primera marca de Cerveza que se les viene a la mente cuando piensan en fútbol es Águila el 58,9% manifestaron que es atraktivio el empaque y el 58,8% el sabor, el 40% manifestaron que cuando ven comerciales y cuñas sienten patriotismo y el 80% de los encuestas se sienten muy identificados con la marca Águila.

10.4 Conclusión Encuesta Consumidores Fidelizados

Se rechaza la hipótesis nula dado que se encontró que si existe una relación y un sentimiento de patriotismo entre los encuestados debido a que esta es la emoción que les genera escuchar comerciales o cuñas de la marca Águila, cuando piensan en fútbol la primera marca que se les viene a la mente es Cerveza Águila y tienen gran afinidad con las festividades y eventos regionales donde la bebida que más consumen en Cerveza Águila.

Se realizaron quince tablas de contingencia donde las variables mas relevantes que se analizaron fueron las personas que cuando piensan en fútbol la primera marca que se les

viene a la mente es Cerveza Águila y los que han asistido a eventos o festividades nacionales, de igual forma se cruzo con la variable de los que ven ó han asistido a partidos de fútbol y con la variable de la emoción que les generan los comerciales ó cuñas de la marca Cerveza Águila, el cruce de estas variables permitio identificar la relación que existe entre la marca de Cerveza Águila con el patriotismo, los eventos de fútbol y los eventos y fiestas nacionales.

Es importante resaltar que los encuestados fueron de un censo por tanto el estadístico de Chi2 no aplica.

10.5 Análisis encuesta otros consumidores

Para realizar las encuestas al grupo de otros, se seleccionaron 96 consumidores de cerveza en la ciudad de Bogotá, que frecuentan bares. Este grupo de encuestados fue atractivo para la investigación dado que se desconocía su posición frente a la marca de Cerveza Águila.

El 73% corresponde al género masculino, el 27% al género femenino. Los rangos de edades oscilan entre los 18 a 45 años. El nivel socioeconómico (NSE) de los encuestados esta así 63,5% al NSE 3, el 15,6% al NSE 4 y 10,4% al NSE 2.

1. El 86% de los encuestados consumen Cerveza Águila
2. La frecuencia de consumos más representativa se da manera mensual 39% y semanal con el 37%
3. Las principales bebidas alcohólicas por las cuales se remplaza la Cerveza son Aguardiente con el 48%, Ron con el 14% y Tequila con el 8%.

4. El 67% del consumo se da en botella de 330 cc retornable, apenas un 4% consume botellas de 750 cc. Este fenómeno se da debido a que Bavaria lanzo esta presentación hace un año en Colombia.
5. El consumo promedio de Cervezas entre los entrevistados es de 8,7 Cervezas por per. cápita.
6. La Cerveza Águila por lo general es reemplazada por “Póker” como segunda opción de compra.
7. La escala de las asociaciones fue en primer lugar asados con el 33%, seguido de fiestas nacionales 19,3% y deporte con el 15%.
8. De los encuestados el 44% asocia la marca de Cerveza Águila con Colombia, el 29% con Fútbol y el 12,5% con las chicas Águila.
9. Para el 46% de los encuestados en el momento de pensar en festividades lo primero es el Carnaval de Barranquilla.
10. Los deportes asociados a la Cerveza Águila son Fútbol y tejo con un 77% y 21% respectivamente. Es evidente que el Fútbol es el deporte que predomina.
11. El 81% de los encuestados gastan más de \$10,000 al mes, en cervezas.
12. El mayor consumo de Cerveza se da en fiestas con los amigos 66%.
13. Águila es ideal en fiestas y reuniones 56%, así mismo es ideal para quitar la sed 20%.
14. Cuando los encuestados piensan en cerveza la primera marca que se les viene a la mente es Cerveza es Póker con un 50%, en segundo lugar esta Águila con un 35,3%
15. Las chicas Águila son vistas como la imagen de la marca según el 50% de los encuestados

16. Los encuestados que tuvieron a Águila como la primera marca de Cerveza que tienen en su mente, el 57% de ellos asocia la marca de Cerveza Águila con Colombia. El 33% con Fiestas regionales y el 14,3% con Fútbol.
17. Para los que tienen “Póker” como la primera marca de cerveza que tienen en su mente cuando piensan en cerveza, asocian Águila con Fútbol en un 60%, un 38% con Colombia y un 33% con Fiestas y Ferias Colombianas.
18. Para quienes tienen en su mente como la primera marca de Cerveza a Águila, las chicas Águila son las embajadoras de la marca en Colombia con un 43%, para los restantes un 23%
19. Tanto los encuestados que manifestaron que tienen en su mente como primera marca Águila como los de Póker relacionan a Águila principalmente con el Carnaval de Barranquilla, como con otras fiestas y ferias nacionales
20. Los encuestados entre 18 y 25 años se sienten indiferentes ante la pregunta de qué tanto se siente identificado con la marca Águila. El 75% de ellos no se siente identificado con la marca, mientras que las edades entre 26 y 35 años el 73% se siente identificado o muy identificado con la marca de Cerveza Águila.
21. En el rango entre 36 y 45 años el porcentaje se disminuye pero de todas formas es representativo con un 50% de los encuestados sintiéndose identificados
22. El 59% de los encuestados que pertenecen a estrato 3, se sienten identificados o muy identificados con la marca. En total un 62% de los encuestados se sienten identificados o muy identificados con la marca de Cerveza Águila como Colombiano.

10.6 Conclusión Encuesta Otros Consumidores

Se rechaza la hipótesis nula dado que se encontró que entre los encuestados que mencionan Águila como primera marca de Cerveza la relacionan con Colombia, cuando asocian el deporte con la marca Águila piensan en fútbol como la primera opción y la consideran la Cerveza Águila ideal para compartir en ferias y fiestas con amigos.

Se realizaron 21 tablas de contingencia entre las diferentes variables que se cruzaron están la primera marca de cerveza que se le viene a la mente a los encuestados con el significado de las chicas Águila, con la asociación a festividades, con deporte y con la identidad con la marca, estos mismos cruces se realizaron con la segunda marca que tenían en la mente cuando pensaban en cerveza, el principal hallazgo de esto es que las personas que tuvieron a Águila como primera mención asocian a la marca con Colombia mientras que aquellos que aquellos que mencionan a póker como primera opción asocian a la marca con Fútbol.

Por último se pudo identificar mediante el cruce de la edad con la identidad de marca que los nuevos consumidores que estén entrando a la categoría entre los 18 y 25 años se sienten poco identificados con la marca Águila.

10.7 Conclusión General

En términos generales en los tres grupos objetivos que fueron encuestados se encontró algún tipo de variable que asocia a los encuestados que manifestaron que la

primera marca que se les viene a la mente cuando piensan en las marcas de Cerveza de Bavaria es Águila, el fútbol, las ferias y festividades nacionales.

Al cruzar otro tipo de variables como puede ser la identificación con la marca, la motivación de compra, la publicidad y la asociación con ferias y fiestas regionales se evidencia claramente que la marca Águila marca y Colombia, la marca Águila y fútbol y la marca Águila y fiestas regionales son variables que nos permiten identificar la asociación que existe entre ambas.

Es importante aclarar que dependiendo del grupo objetivo la importancia de las variables cambia como es el caso de fuerza de ventas en donde las chicas Águila no parecen ser importantes pero al analizarlo en otros consumidores ellas se convierten en las embajadoras de marca ante el país.

Los momentos de consumo más fuertes de la marca de Cerveza Águila se presentan en los eventos y fiestas nacionales, en los partidos de fútbol y durante momentos de socialización en fiestas con amigos, teniendo así una oportunidad muy grande la marca para prolongar estos momentos y para conseguir que los jóvenes entren a la categoría de cerveza con un slogan llamativo que los invita a disfrutar del “sabor de nuestra alegría”.

Conociendo lo anterior se debe potencializar este vínculo que manifiestan los encuestados sienten con la marca de Cerveza Águila, dado que el aguardiente que es otra bebida alcohólica nacional ha tratado de ofrecer atributos adicionales a los consumidores de cerveza, tales como que su producto permite animar las fiestas de forma más rápida, se integro al tema de patrocinios de equipos de fútbol y se encuentra patrocinando las fiestas

nacionales mas grandes del país todo esto con el objetivo de quitarle participación de mercado a la Cerveza.

11. Recomendaciones

A pesar de los diferentes cambios que ha tenido la marca Águila al interior de la compañía la Cerveza Águila es percibida por la gran mayoría de los encuestados como fue en sus inicios, es decir es asociado al carnaval de Barranquilla, al slogan “sin igual y siempre igual” y a Colombia. Por lo tanto se recomienda buscar nuevamente ese foco que relaciona con el consumidor y fortalecerlo para atraer a los nuevos consumidores jóvenes de la categoría.

12. Bibliografía

Aaker, D. A. (2011). The brand personality of large sport events. *Kinesiology: Original scientific paper*, 43(1), 91-106. New York.

Aaker, D. A. (1995). Building strong brands. *Brandweek*, 36(37), 28.

Bavaria S.A. Historia. 17/01/2011. Extraído el 6 de mayo de 2012 desde <http://bavaria/Lists/Historia/AllItems.aspx>.

Briones. G. (2003). *Métodos y técnicas de investigación para las ciencias sociales* (4ta ed). Trillas.

Carrasco, A., & Garcia-Mas, A., & Brustad, R. J. (2009). Estado del arte, y perspectiva actual del concepto de bienestar psicológico en psicología del deporte. *Revista Latinoamericana De Psicología*, 41(2), 335-347.

Cely. N. (2012) Águila eternamente sin igual y siempre igual. 100 años. 1913 Bavaria S.A.

Correa, J. (2011) Grupo de Investigación en Innovación y Gestión Empresarial. *Departamento de Comunicaciones y Marketing CESA*. (Vol 2.2)

Davies, F. (2009). An investigation into the effects of sporting involvement and alcohol sponsorship on underage drinking. *International Journal Of Sports Marketing & Sponsorship*, 11(1), 25-45

Deane, J., Smith, G., & Adams, A. (2003). Sports Sponsorship and Brand Personality . The Ryder Cup Team and IBM. *International Journal Of Sports Marketing & Sponsorship*, 5(3), 193-208.

Deobold. V & Meyer. W. (2006). Estrategia de la investigación descriptiva" en Manual de técnica de la investigación educacional. Extraído el 6 de mayo de 2012 desde <http://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigacion-descriptiva.php>.

El Águila y el Poder". Recuperado de <http://clasedirigente.net/website/afcs/?tag=Cerveza-Águila>, Noviembre 25 de 2012.

Harris, M. S. (2009). Institutional brand personality and advertisements during televised games. *New Directions For Higher Education*, (148), 23-33. doi:10.1002/he.365

Hernández. R. et al. (2001). Metodología de la Investigación (2ª. Ed). México, D.F: McGraw-Hill. Pág. 52 - 134.

Historia de Cerveza Águila. Extraído el 25 noviembre 2012 de: http://issuu.com/luichaparro/docs/historia_Cerveza_Águila,

Kanut, L., & Shiffman. L. (1997). Comportamiento del Consumidor (5º ed). México: Prince-Hall Hispanoamericano S.A.

Kitzinger, J. (1994). The methodology of Focus Groups: the importance of interaction between research participants. *Sociology of Health & Illness*, 16: 103–121. doi: 10.1111/1467-9566.ep11347023

Kotler, P. (1998).Fundamentos de mercadotecnia (4º ed) México: Prentice Hall

Lambin, J. J. (1995).*Marketing Estratégico* (3º ed.) México: Mc. Graw Hill.

Looney, M. A. (2012). Judging Anomalies at the 2010 Olympics in Men's Figure Skating. *Measurement In Physical Education & Exercise Science*, 16(1), 55-68. doi:10.1080/1091367X.2012.639602.

Malhotra. K. (2004) Investigación de Mercados, 4° Ed. Mexico: Pearson Educación. Pág 278.

Martínez, J. (2006). Historia de la industria cervecera. Editorial Sic. Bucaramanga.
Mejía, J. (2012). Los productos que quieren los colombianos. *Código interno: 20016*
Duración Estimada: julio de 2010 a marzo de 2012

Motor Car Company, Tomado de <http://en.wikipedia.org>, enero de 2012.

Mullman, J. (2010). \$500M return to NFL signals A-B's bet on big-event sponsorships. *Advertising Age*, 81(19), 1-22

Porter. M. (1992). Estrategia Competitiva (2° ed). Argentina: Rei Argentina S.A.

Revista Dinero. (1996) Sin Igual y siempre Igual.

Sawin, E. I. (2005). The scientific method and other bases for evaluation procedures. *ETC: A Review Of General Semantics*, 62(4), 386-404

SLResearch (2009) El código cultural de Águila en la mente de los consumidores.

SLResearch (2010) Resultados estudios posicionamiento Águila.

13. Anexos

Fuerza de Ventas y Detallistas

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 22:20:05 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |

| | | | |
|----------|----------------------|--|---|
| Sintaxis | | | <pre> FREQUENCIES VARIABLES=edad /NTILES=4 /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN /BARCHART FREQ /ORDER=ANALYSIS. </pre> |
| Recursos | Tiempo de procesador | | 00 00:00:01,497 |
| | Tiempo transcurrido | | 00 00:00:01,444 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Estadísticos

edad

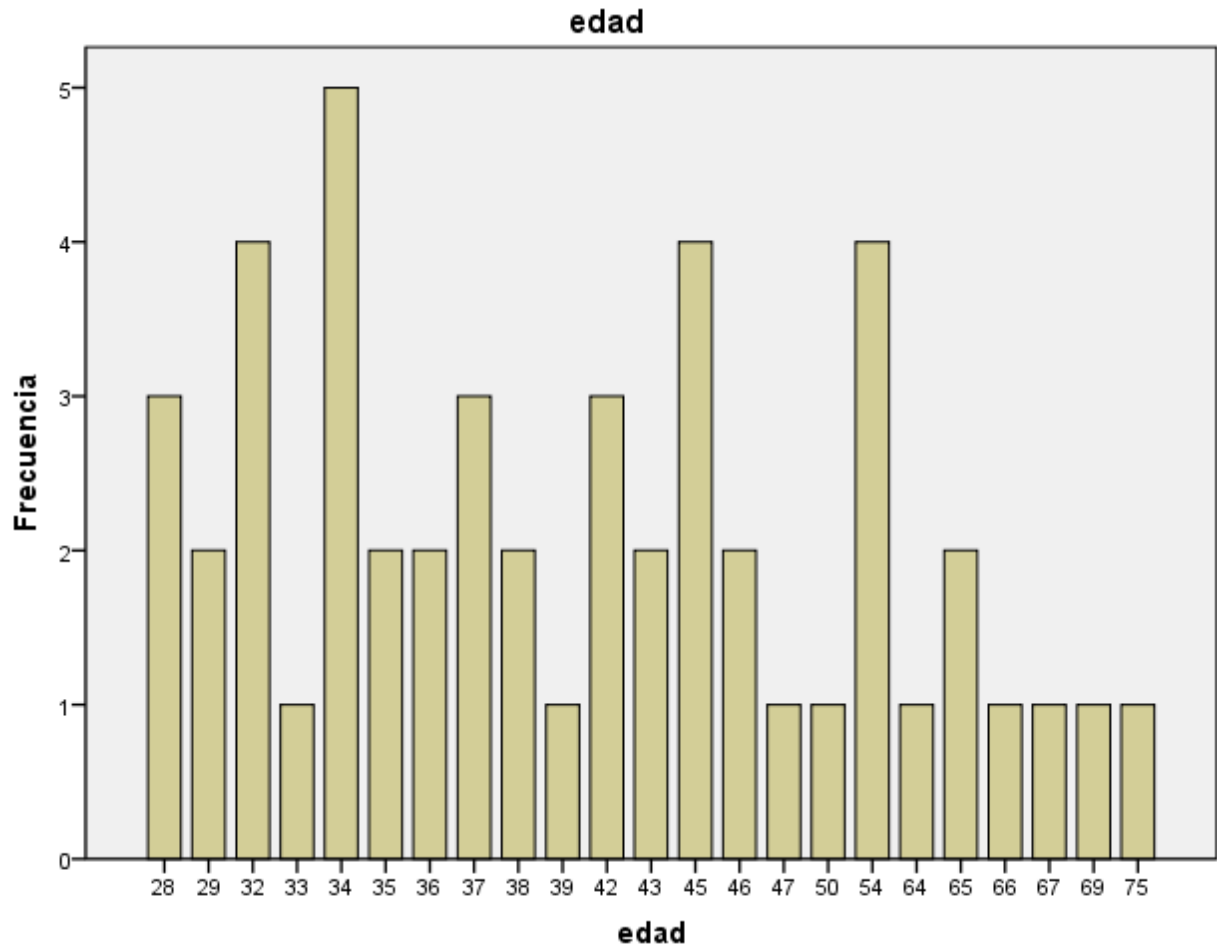
| | | |
|------------|----------|---------|
| N | Válidos | 49 |
| | Perdidos | 0 |
| Media | | 43,04 |
| Mediana | | 39,00 |
| Desv. típ. | | 12,295 |
| Varianza | | 151,165 |

| | | |
|-------------|----|-------|
| Percentiles | 25 | 34,00 |
| | 50 | 39,00 |
| | 75 | 48,50 |

edad

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 28 | 3 | 6,1 | 6,1 | 6,1 |
| 29 | 2 | 4,1 | 4,1 | 10,2 |
| 32 | 4 | 8,2 | 8,2 | 18,4 |
| 33 | 1 | 2,0 | 2,0 | 20,4 |
| 34 | 5 | 10,2 | 10,2 | 30,6 |
| 35 | 2 | 4,1 | 4,1 | 34,7 |
| 36 | 2 | 4,1 | 4,1 | 38,8 |
| 37 | 3 | 6,1 | 6,1 | 44,9 |
| 38 | 2 | 4,1 | 4,1 | 49,0 |
| 39 | 1 | 2,0 | 2,0 | 51,0 |
| 42 | 3 | 6,1 | 6,1 | 57,1 |
| 43 | 2 | 4,1 | 4,1 | 61,2 |
| 45 | 4 | 8,2 | 8,2 | 69,4 |
| 46 | 2 | 4,1 | 4,1 | 73,5 |

| | | | | |
|-------|----|-------|-------|-------|
| 47 | 1 | 2,0 | 2,0 | 75,5 |
| 50 | 1 | 2,0 | 2,0 | 77,6 |
| 54 | 4 | 8,2 | 8,2 | 85,7 |
| 64 | 1 | 2,0 | 2,0 | 87,8 |
| 65 | 2 | 4,1 | 4,1 | 91,8 |
| 66 | 1 | 2,0 | 2,0 | 93,9 |
| 67 | 1 | 2,0 | 2,0 | 95,9 |
| 69 | 1 | 2,0 | 2,0 | 98,0 |
| 75 | 1 | 2,0 | 2,0 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |



FRECUENCIES VARIABLES=género

/NTILES=4

/STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN

/BARChart FREQ

/ORDER=ANALYSIS.

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 22:22:30 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |

| | | |
|----------|---|-----------------|
| Sintaxis | <pre> FREQUENCIES VARIABLES=género /NTILES=4 /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN /BARCHART FREQ /ORDER=ANALYSIS. </pre> | |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,281 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,269 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Estadísticos

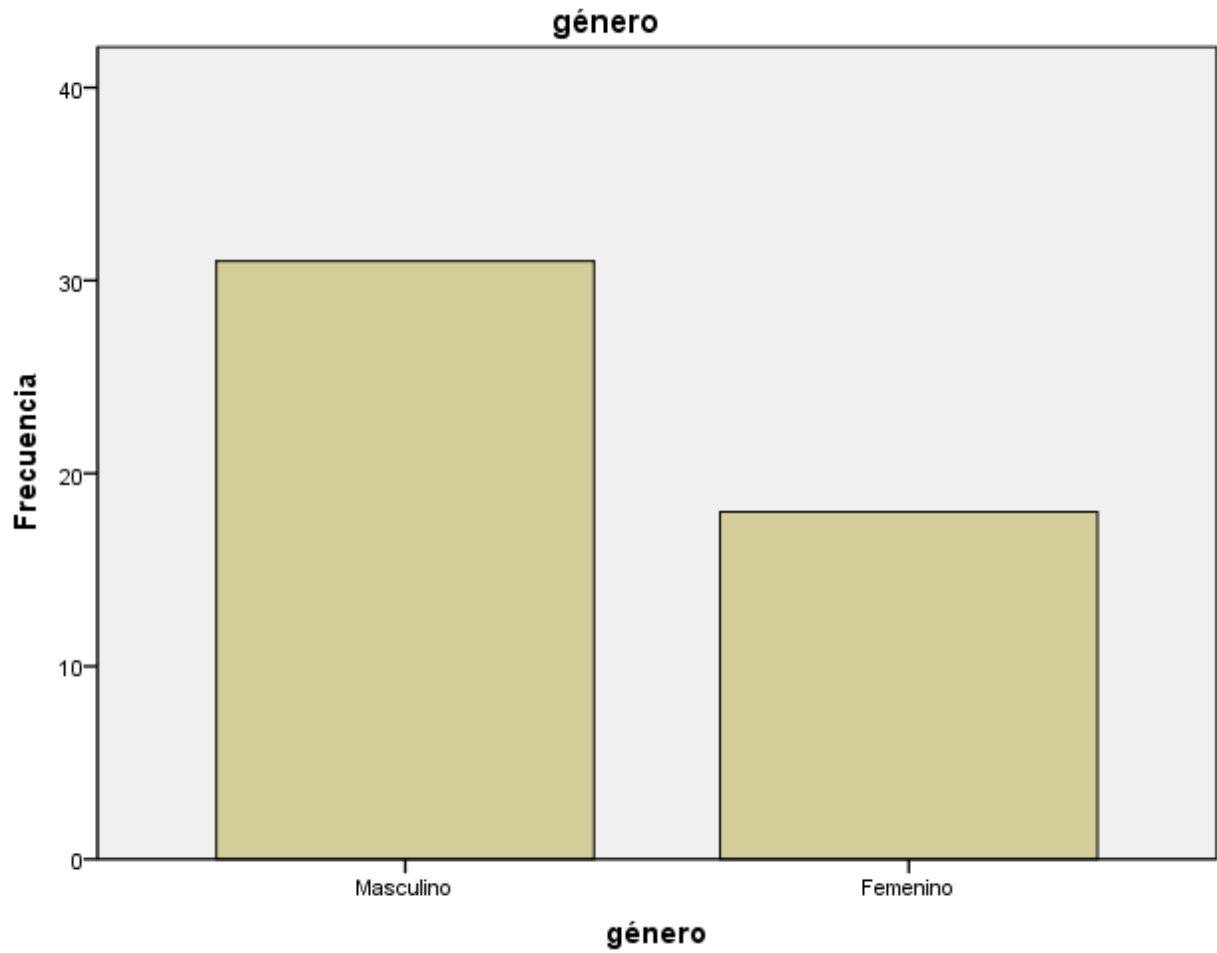
género

| | | |
|------------|----------|------|
| N | Válidos | 49 |
| | Perdidos | 0 |
| Media | | 1,37 |
| Mediana | | 1,00 |
| Desv. típ. | | ,487 |
| Varianza | | ,237 |

| | | |
|-------------|----|------|
| Percentiles | 25 | 1,00 |
| | 50 | 1,00 |
| | 75 | 2,00 |

género

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Masculino | 31 | 63,3 | 63,3 | 63,3 |
| | Femenino | 18 | 36,7 | 36,7 | 100,0 |
| | Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |



```
FREQUENCIES VARIABLES=nivel_educativo
```

```
/NTILES=4
```

```
/STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN
```

```
/BARCHART FREQ
```

```
/ORDER=ANALYSIS.
```

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 22:22:50 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |

| | | |
|----------|--|-----------------|
| Sintaxis | <pre> FREQUENCIES VARIABLES=nivel_educativo /NTILES=4 /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN /BARCHART FREQ /ORDER=ANALYSIS. </pre> | |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,296 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,283 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Estadísticos

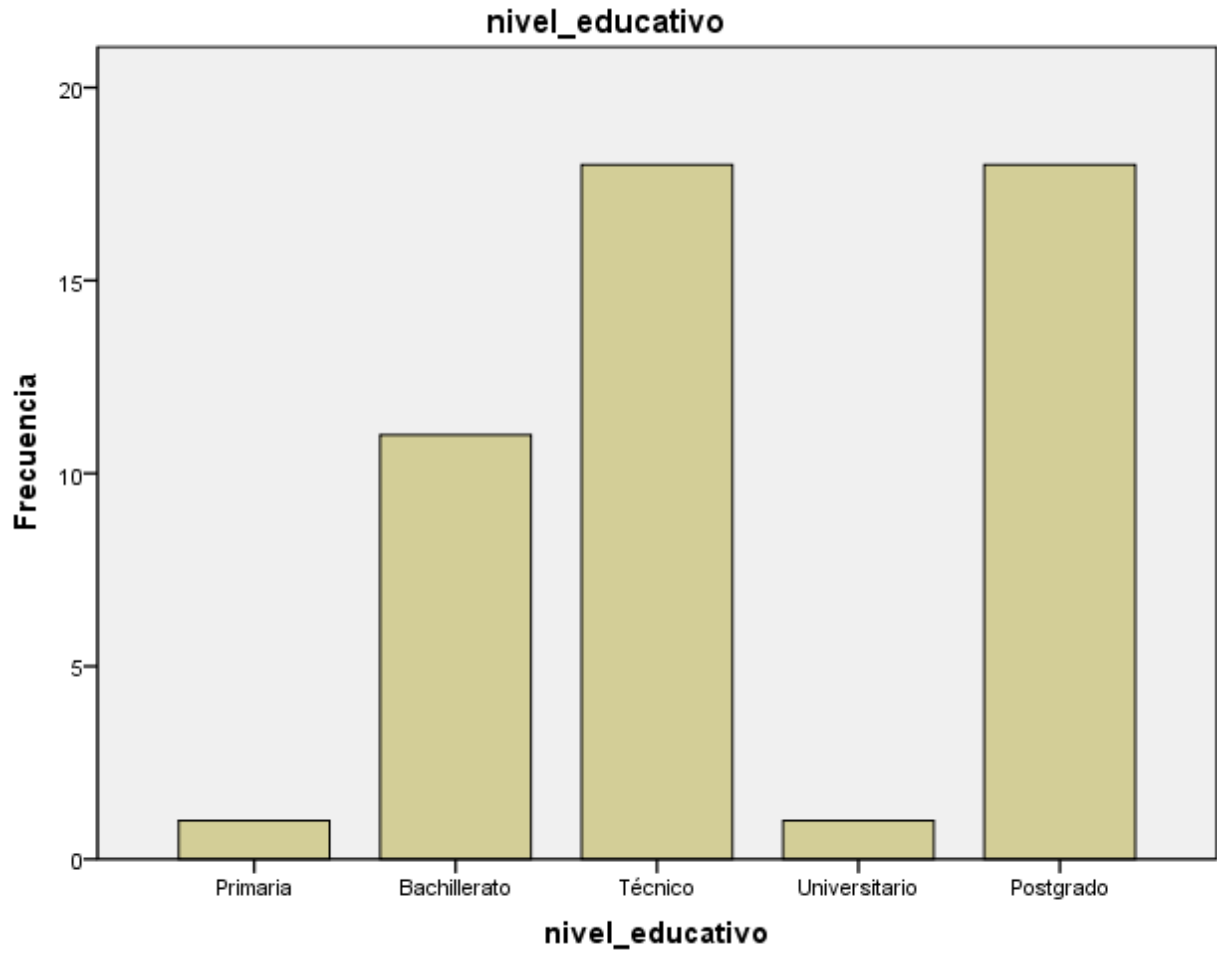
nivel_educativo

| | | |
|------------|----------|-------|
| N | Válidos | 49 |
| | Perdidos | 0 |
| Media | | 3,49 |
| Mediana | | 3,00 |
| Desv. típ. | | 1,260 |
| Varianza | | 1,588 |

| | | |
|-------------|----|------|
| Percentiles | 25 | 2,50 |
| | 50 | 3,00 |
| | 75 | 5,00 |

nivel_educativo

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos Primaria | 1 | 2,0 | 2,0 | 2,0 |
| Bachillerato | 11 | 22,4 | 22,4 | 24,5 |
| Técnico | 18 | 36,7 | 36,7 | 61,2 |
| Universitario | 1 | 2,0 | 2,0 | 63,3 |
| Postgrado | 18 | 36,7 | 36,7 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |



FRECUENCIES VARIABLES=recuerda_aguila

/NTILES=4

/STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN

/BARCHART FREQ

/ORDER=ANALYSIS.

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 22:23:34 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |

| | | | |
|----------|----------------------|--|--|
| Sintaxis | | | <pre> FREQUENCIES VARIABLES=recuerda_aguila /NTILES=4 /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN /BARCHART FREQ /ORDER=ANALYSIS. </pre> |
| Recursos | Tiempo de procesador | | 00 00:00:00,265 |
| | Tiempo transcurrido | | 00 00:00:00,294 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Estadísticos

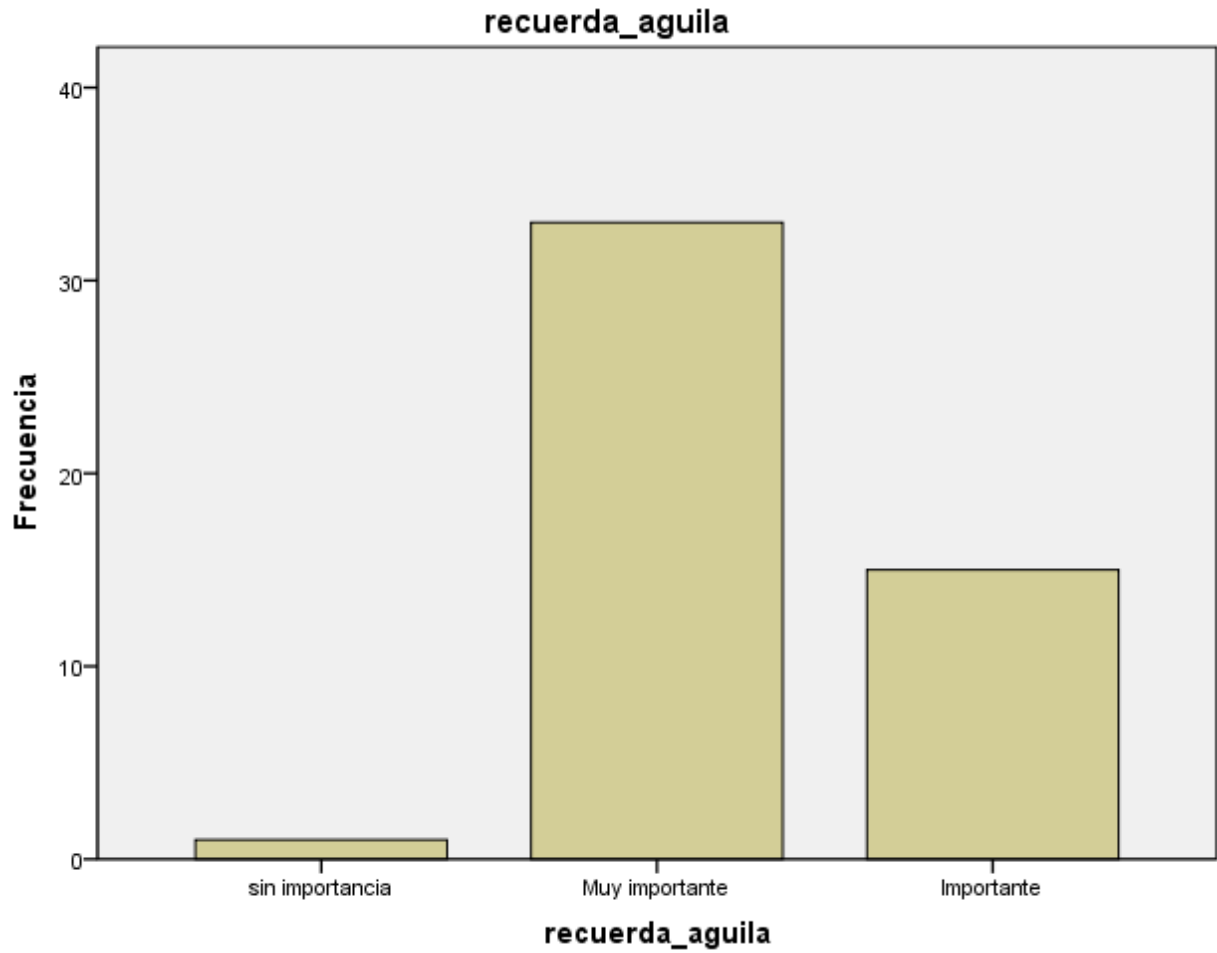
recuerda_aguila

| | | |
|------------|----------|------|
| N | Válidos | 49 |
| | Perdidos | 0 |
| Media | | 1,29 |
| Mediana | | 1,00 |
| Desv. típ. | | ,500 |
| Varianza | | ,250 |

| | | |
|-------------|----|------|
| Percentiles | 25 | 1,00 |
| | 50 | 1,00 |
| | 75 | 2,00 |

recuerda_aguila

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos sin importancia | 1 | 2,0 | 2,0 | 2,0 |
| Muy importante | 33 | 67,3 | 67,3 | 69,4 |
| Importante | 15 | 30,6 | 30,6 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |



FRECUENCIES VARIABLES=recuerda_aguila_ligth

/NTILES=4

/STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN

/BARCHART FREQ

/ORDER=ANALYSIS.

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 22:24:51 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |

| | | |
|----------|--|-----------------|
| Sintaxis | <pre> FREQUENCIES VARIABLES=recuerda_aguila_ligh th /NTILES=4 /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN /BARChart FREQ /ORDER=ANALYSIS. </pre> | |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,250 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,258 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Estadísticos

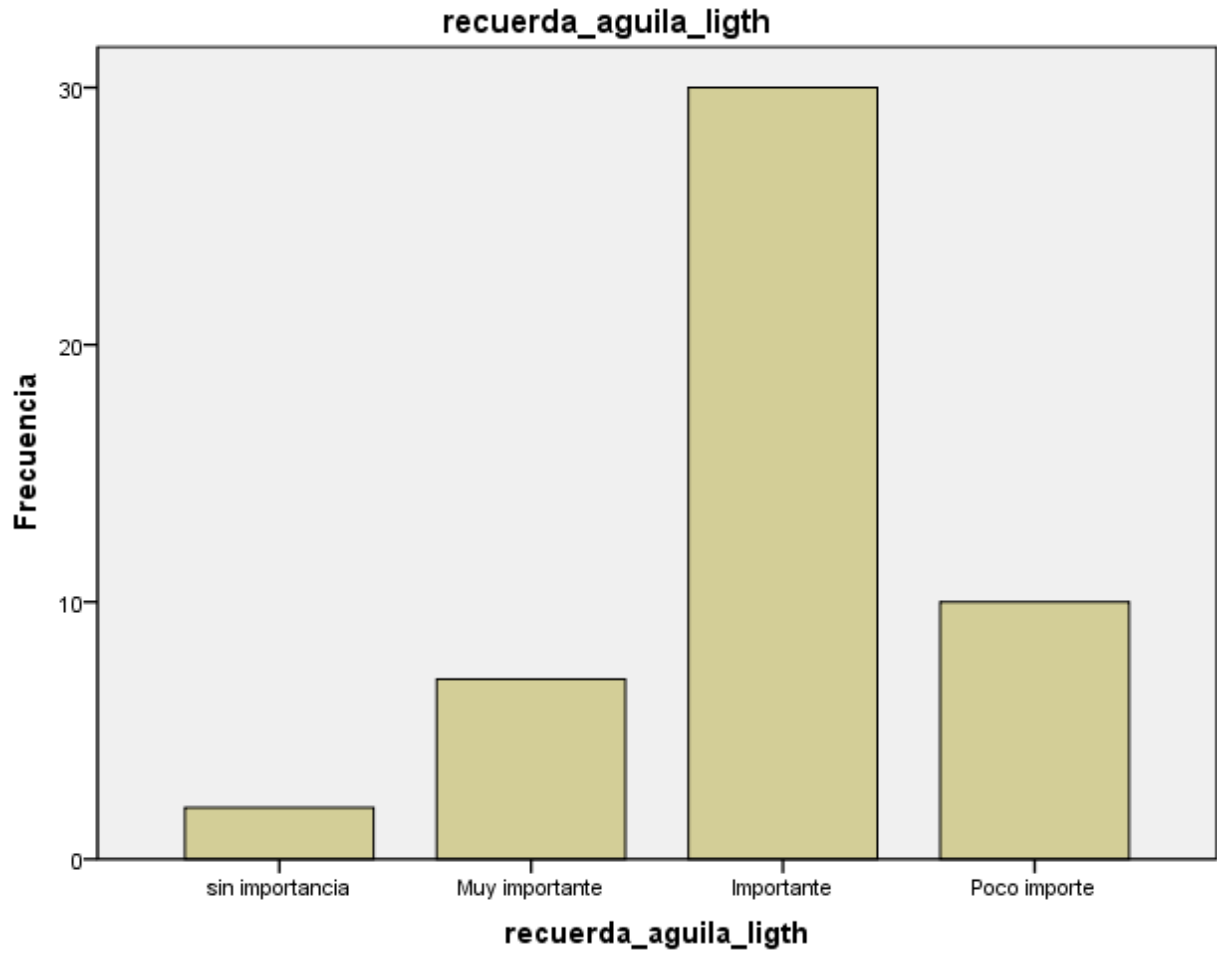
recuerda_aguila_ligh

| | | |
|------------|----------|------|
| N | Válidos | 49 |
| | Perdidos | 0 |
| Media | | 1,98 |
| Mediana | | 2,00 |
| Desv. típ. | | ,721 |

| | | |
|-------------|----|------|
| Varianza | | ,520 |
| Percentiles | 25 | 2,00 |
| | 50 | 2,00 |
| | 75 | 2,00 |

recuerda_aguila_ligth

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos sin importancia | 2 | 4,1 | 4,1 | 4,1 |
| Muy importante | 7 | 14,3 | 14,3 | 18,4 |
| Importante | 30 | 61,2 | 61,2 | 79,6 |
| Poco importe | 10 | 20,4 | 20,4 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |



FRECUENCIES VARIABLES=recuerda_poker

/NTILES=4

/STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN

/BARCHART FREQ

/ORDER=ANALYSIS.

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 22:25:08 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |

| | | | |
|----------|----------------------|--|---|
| Sintaxis | | | <pre> FREQUENCIES VARIABLES=recuerda_poker /NTILES=4 /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN /BARCHART FREQ /ORDER=ANALYSIS. </pre> |
| Recursos | Tiempo de procesador | | 00 00:00:00,250 |
| | Tiempo transcurrido | | 00 00:00:00,266 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Estadísticos

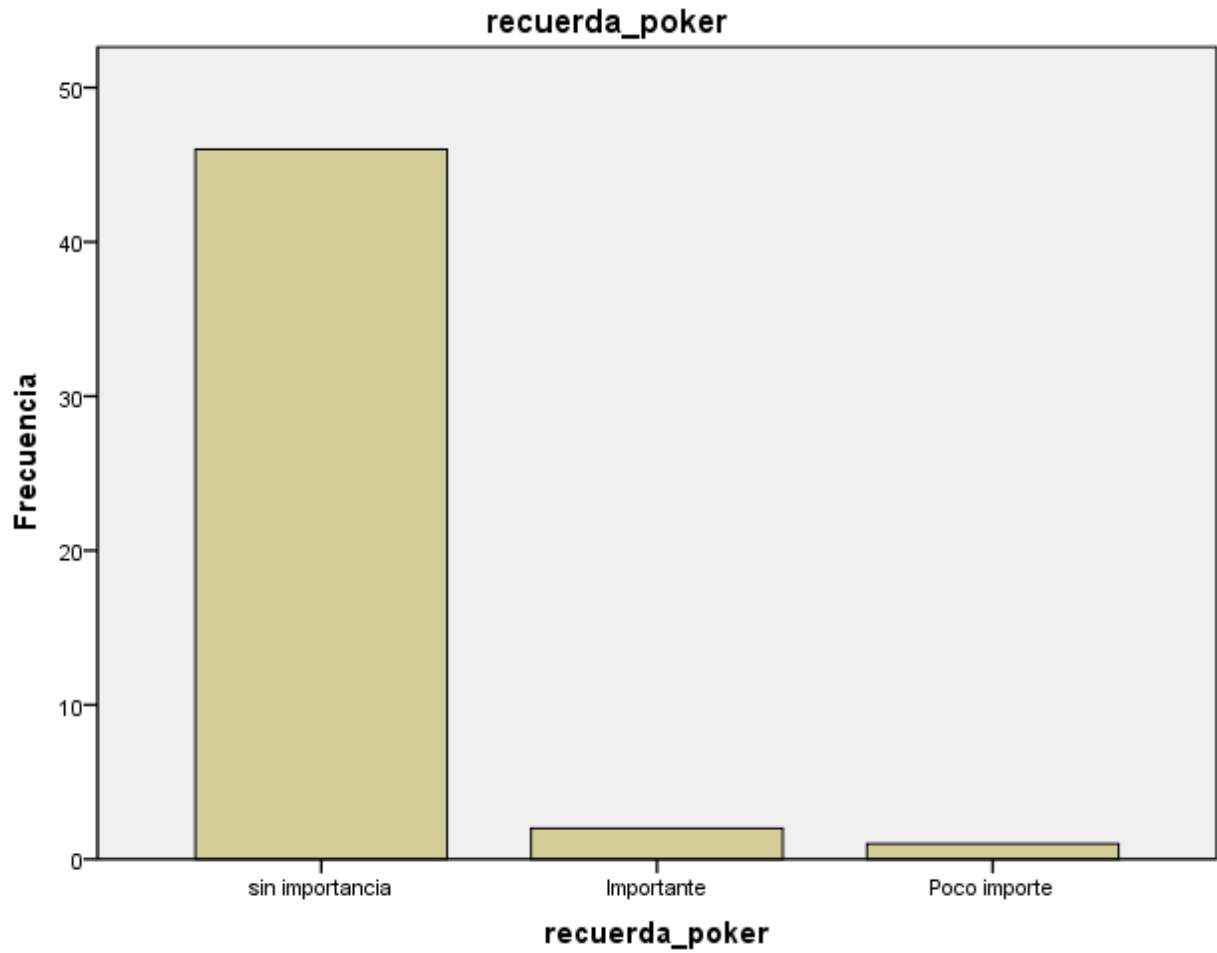
recuerda_poker

| | | |
|------------|----------|------|
| N | Válidos | 49 |
| | Perdidos | 0 |
| Media | | ,14 |
| Mediana | | ,00 |
| Desv. típ. | | ,577 |
| Varianza | | ,333 |

| | | |
|-------------|----|-----|
| Percentiles | 25 | ,00 |
| | 50 | ,00 |
| | 75 | ,00 |

recuerda_poker

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos sin importancia | 46 | 93,9 | 93,9 | 93,9 |
| Importante | 2 | 4,1 | 4,1 | 98,0 |
| Poco importe | 1 | 2,0 | 2,0 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |



FRECUENCIES VARIABLES=sensación_gratitud

/NTILES=4

/STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN

/BARChart FREQ

/ORDER=ANALYSIS.

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 22:25:44 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |

| | | |
|----------|---|-----------------|
| Sintaxis | <pre> FREQUENCIES VARIABLES=sensación_gratitud /NTILES=4 /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN /BARChart FREQ /ORDER=ANALYSIS. </pre> | |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,250 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,277 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Estadísticos

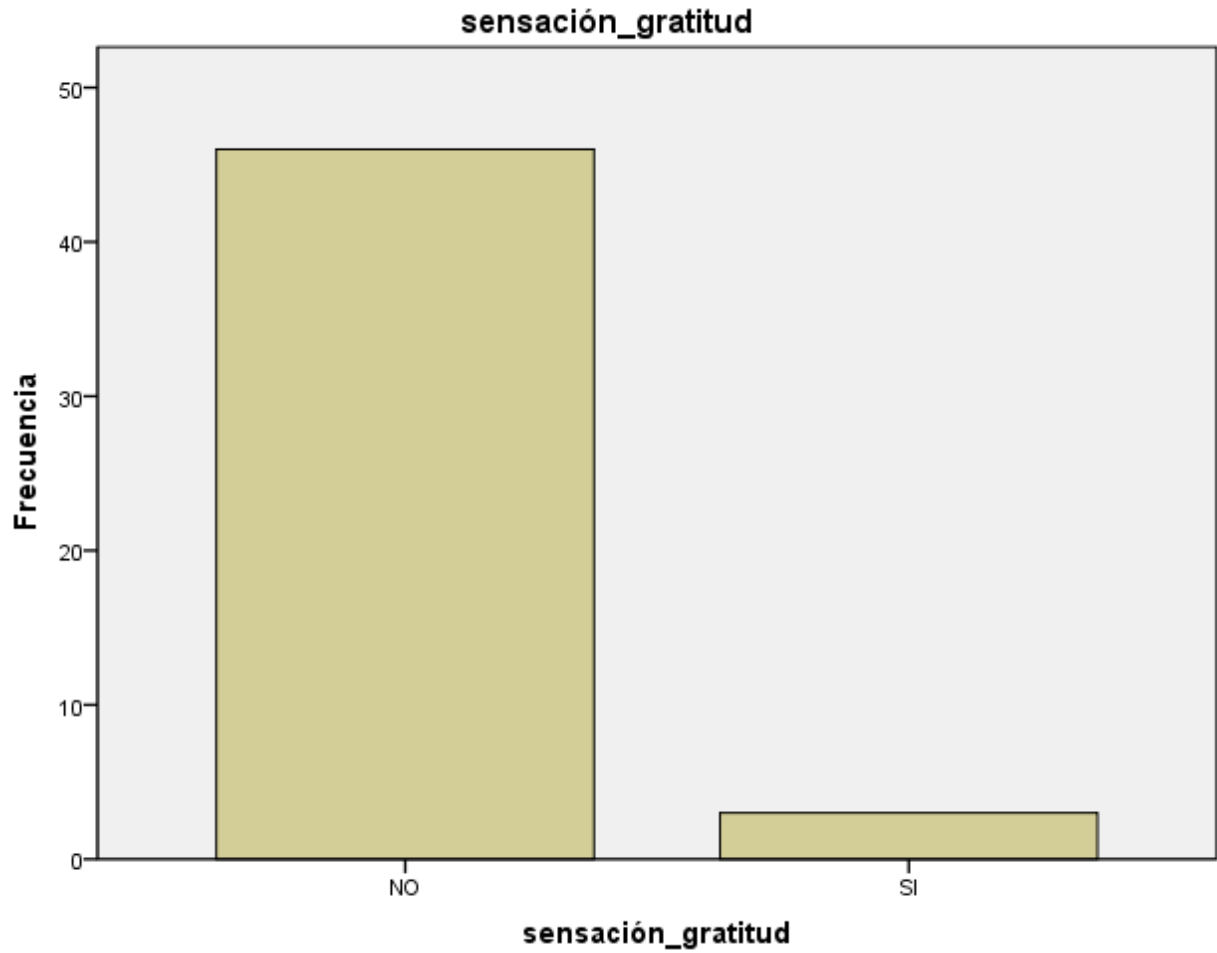
sensación_gratitud

| | | |
|------------|----------|------|
| N | Válidos | 49 |
| | Perdidos | 0 |
| Media | | ,06 |
| Mediana | | ,00 |
| Desv. típ. | | ,242 |
| Varianza | | ,059 |

| | | |
|-------------|----|-----|
| Percentiles | 25 | ,00 |
| | 50 | ,00 |
| | 75 | ,00 |

sensación_gratitud

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos NO | 46 | 93,9 | 93,9 | 93,9 |
| SI | 3 | 6,1 | 6,1 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |



```
FREQUENCIES VARIABLES=sensación_patriotismo  
/NTILES=4  
/STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN  
/BARCHART FREQ  
/ORDER=ANALYSIS.
```

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 22:26:13 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |

| | | |
|----------|--|-----------------|
| Sintaxis | <pre> FREQUENCIES VARIABLES=sensación_patriotismo /NTILES=4 /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN /BARCHART FREQ /ORDER=ANALYSIS. </pre> | |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,234 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,273 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Estadísticos

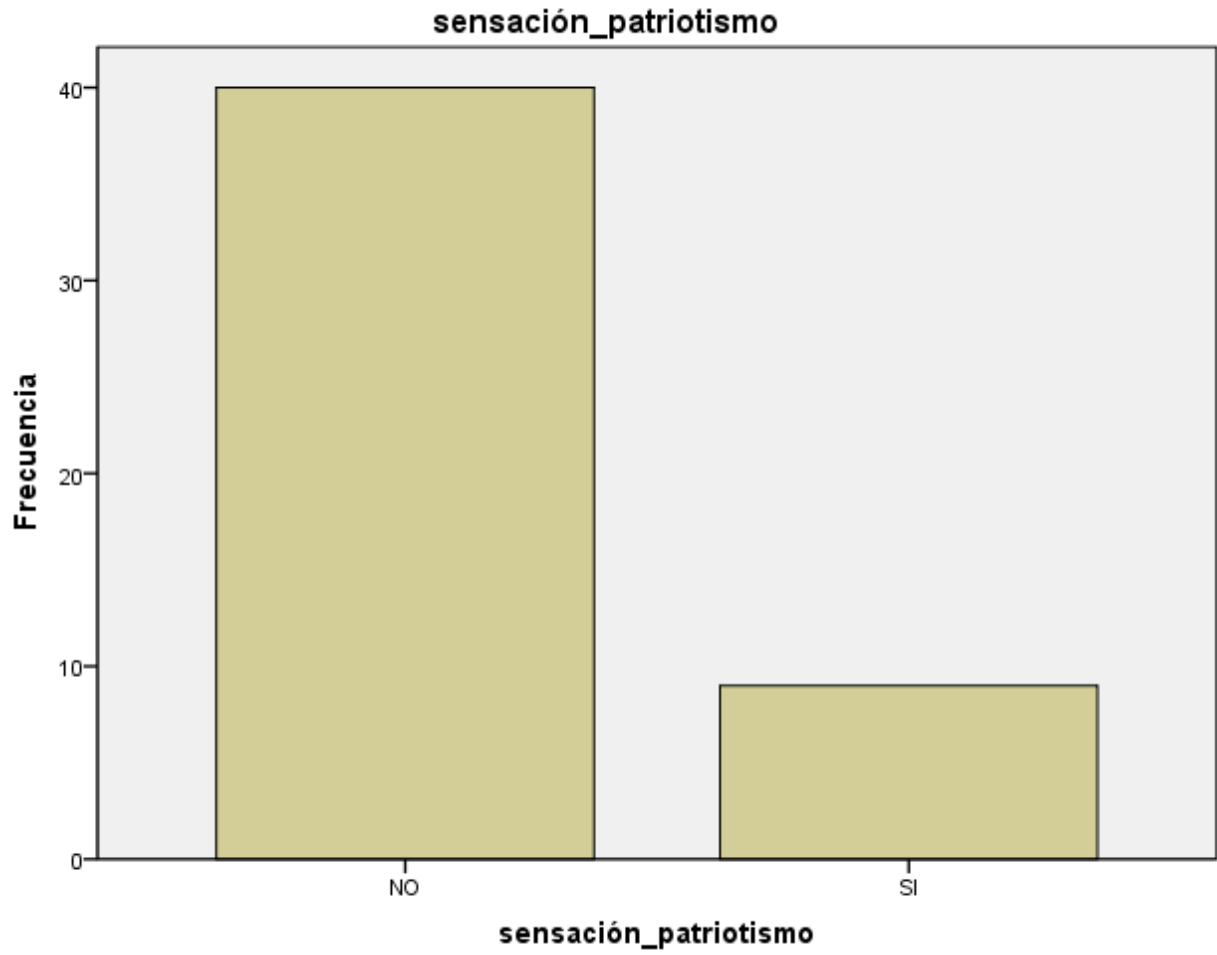
sensación_patriotismo

| | | |
|------------|----------|------|
| N | Válidos | 49 |
| | Perdidos | 0 |
| Media | | ,18 |
| Mediana | | ,00 |
| Desv. típ. | | ,391 |

| | | |
|-------------|----|------|
| Varianza | | ,153 |
| Percentiles | 25 | ,00 |
| | 50 | ,00 |
| | 75 | ,00 |

sensación_patriotismo

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos NO | 40 | 81,6 | 81,6 | 81,6 |
| SI | 9 | 18,4 | 18,4 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |



```
FRECUENCIES VARIABLES=sensación_alegría
```

```
/NTILES=4
```

```
/STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN
```

```
/BARCHART FREQ
```

```
/ORDER=ANALYSIS.
```

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 22:26:43 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |

| | | |
|----------|--|-----------------|
| Sintaxis | <pre> FREQUENCIES VARIABLES=sensación_alegría /NTILES=4 /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN /BARCHART FREQ /ORDER=ANALYSIS. </pre> | |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,234 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,272 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Estadísticos

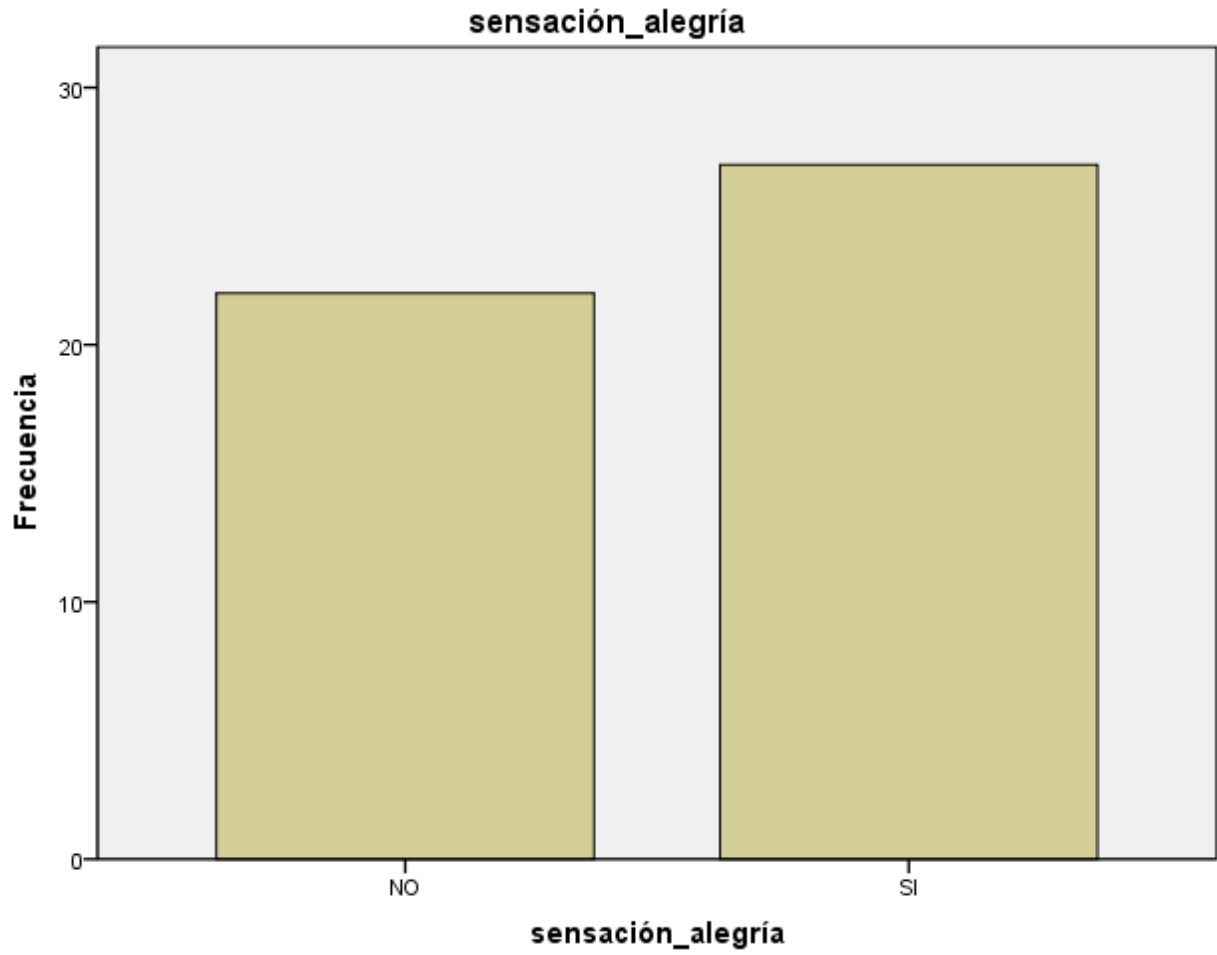
sensación_alegría

| | | |
|------------|----------|------|
| N | Válidos | 49 |
| | Perdidos | 0 |
| Media | | ,55 |
| Mediana | | 1,00 |
| Desv. típ. | | ,503 |
| Varianza | | ,253 |

| | | |
|-------------|----|------|
| Percentiles | 25 | ,00 |
| | 50 | 1,00 |
| | 75 | 1,00 |

sensación_alegría

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos NO | 22 | 44,9 | 44,9 | 44,9 |
| SI | 27 | 55,1 | 55,1 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |



```

FREQUENCIES VARIABLES=sensación_orgullo
/NTILES=4
/STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN
/BARCHART FREQ
/ORDER=ANALYSIS.

```

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 22:27:00 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |

| | | |
|----------|--|-----------------|
| Sintaxis | <pre> FREQUENCIES VARIABLES=sensación_orgullo /NTILES=4 /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN /BARChart FREQ /ORDER=ANALYSIS. </pre> | |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,281 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,348 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Estadísticos

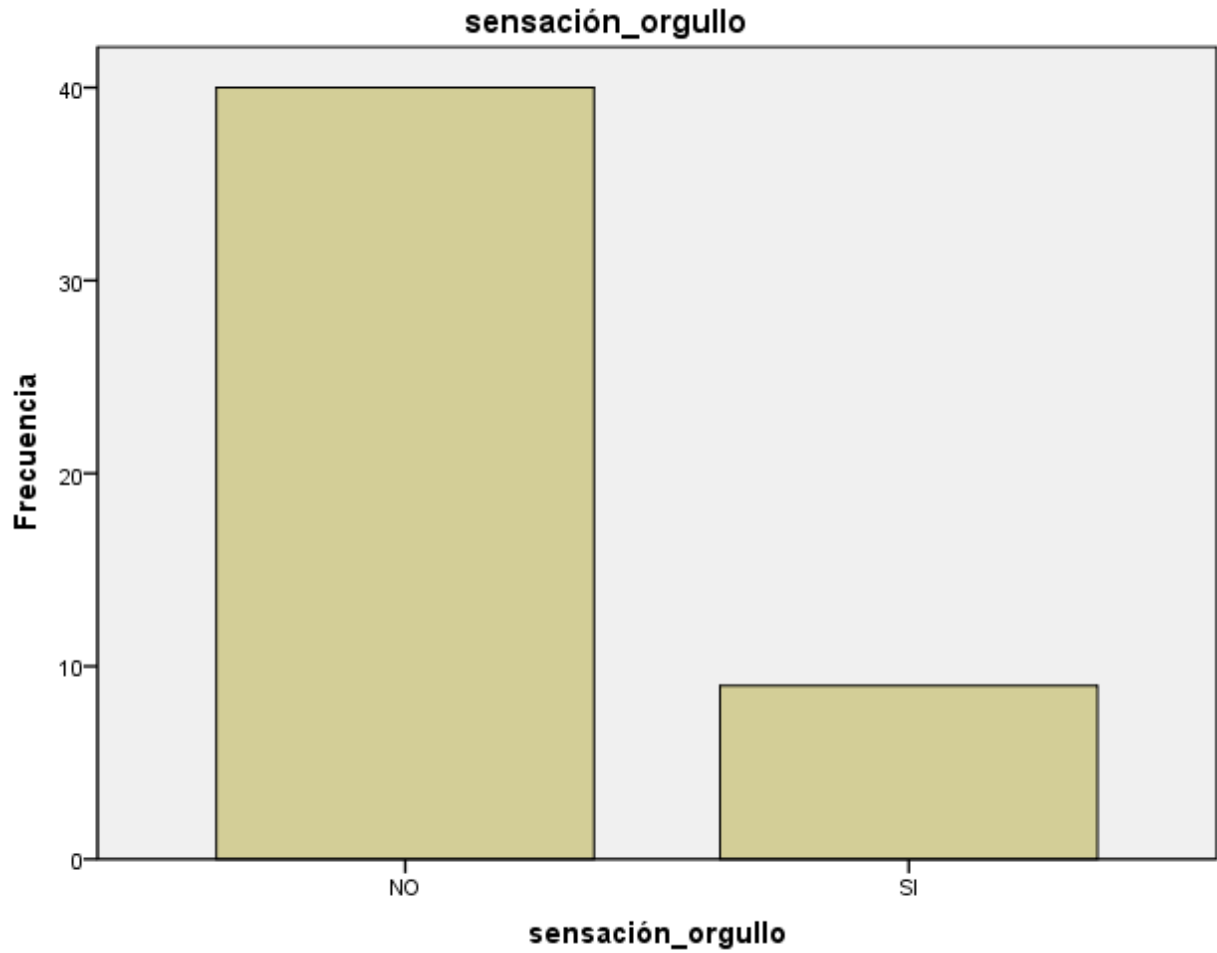
sensación_orgullo

| | | |
|------------|----------|------|
| N | Válidos | 49 |
| | Perdidos | 0 |
| Media | | ,18 |
| Mediana | | ,00 |
| Desv. típ. | | ,391 |
| Varianza | | ,153 |

| | | |
|-------------|----|-----|
| Percentiles | 25 | ,00 |
| | 50 | ,00 |
| | 75 | ,00 |

sensación_orgullo

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válidos NO | 40 | 81,6 | 81,6 | 81,6 |
| SI | 9 | 18,4 | 18,4 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |



```
FREQUENCIES VARIABLES=sensación_amistad
```

```
/NTILES=4
```

```
/STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN
```

```
/BARCHART FREQ
```

```
/ORDER=ANALYSIS.
```

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 22:27:17 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |

| | | |
|----------|--|-----------------|
| Sintaxis | <pre> FREQUENCIES VARIABLES=sensación_amistad /NTILES=4 /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN /BARCHART FREQ /ORDER=ANALYSIS. </pre> | |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,265 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,344 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Estadísticos

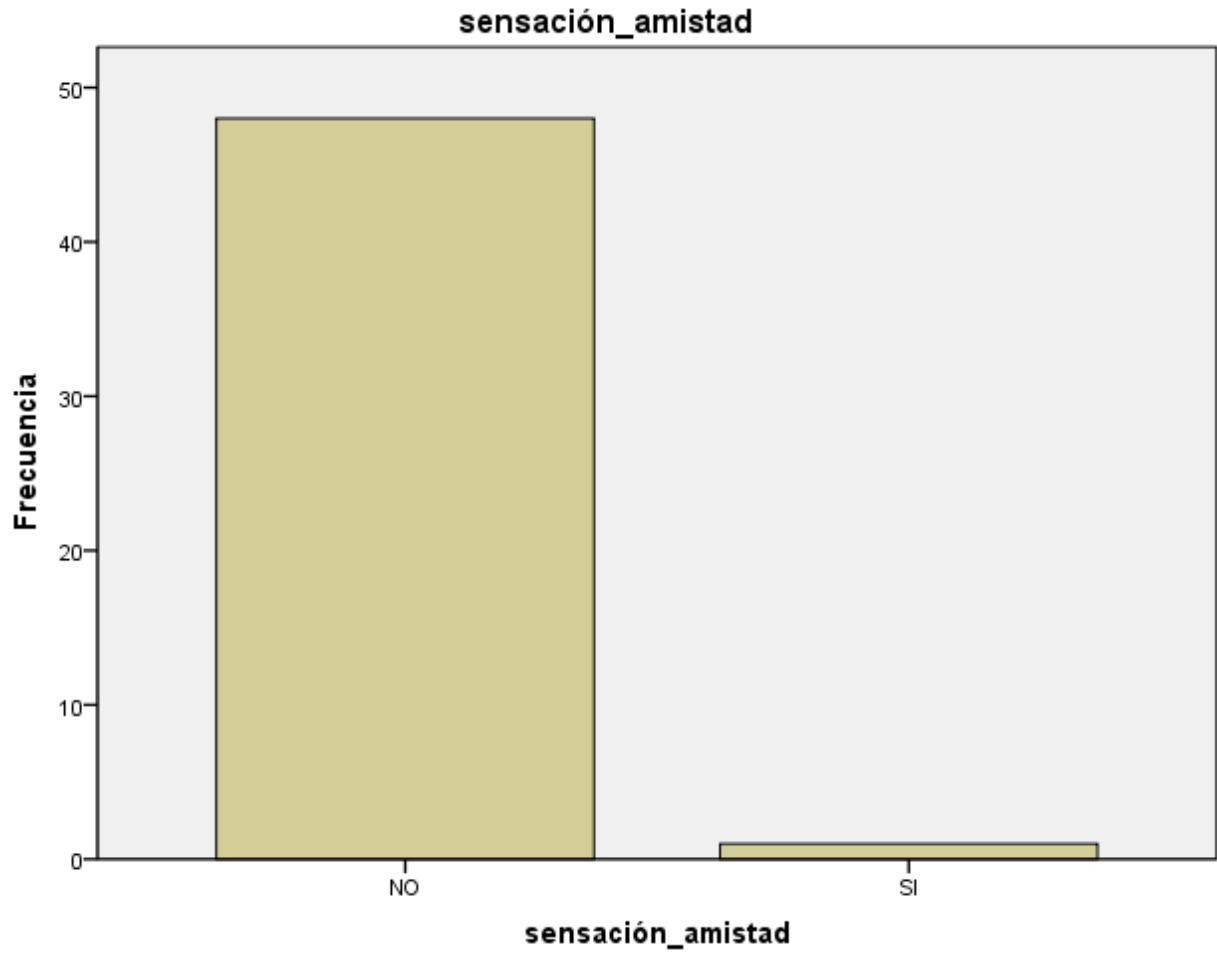
sensación_amistad

| | | |
|------------|----------|------|
| N | Válidos | 49 |
| | Perdidos | 0 |
| Media | | ,02 |
| Mediana | | ,00 |
| Desv. típ. | | ,143 |
| Varianza | | ,020 |

| | | |
|-------------|----|-----|
| Percentiles | 25 | ,00 |
| | 50 | ,00 |
| | 75 | ,00 |

sensación_amistad

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos NO | 48 | 98,0 | 98,0 | 98,0 |
| SI | 1 | 2,0 | 2,0 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |



```
FRECUENCIES VARIABLES=ocasión_rumba ocasión_futbol ocasión_event_fiestas ocasión_otro  
/NTILES=4  
/STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN  
/BARCHART FREQ  
/ORDER=ANALYSIS.
```

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 22:27:46 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |

| | | | |
|----------|--|--|-----------------|
| Sintaxis | <pre> FREQUENCIES VARIABLES=ocasión_rumba ocasión_futbol ocasión_event_fiestas ocasión_otro /NTILES=4 /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN /BARCHART FREQ /ORDER=ANALYSIS. </pre> | | |
| Recursos | Tiempo de procesador | | 00 00:00:00,967 |
| | Tiempo transcurrido | | 00 00:00:00,950 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Estadísticos

| | | ocasión_rumb a | ocasión_futbol | ocasión_event _fiestas | ocasión_otro |
|---------|----------|-------------------|----------------|---------------------------|--------------|
| N | Válidos | 49 | 49 | 49 | 49 |
| | Perdidos | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Media | | ,27 | ,16 | ,27 | ,31 |
| Mediana | | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 |

| | | | | | |
|-------------|----|------|------|------|------|
| Desv. típ. | | ,446 | ,373 | ,446 | ,466 |
| Varianza | | ,199 | ,139 | ,199 | ,217 |
| Percentiles | 25 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 |
| | 50 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 |
| | 75 | 1,00 | ,00 | 1,00 | 1,00 |

Tabla de frecuencia

ocasión_rumba

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos NO | 36 | 73,5 | 73,5 | 73,5 |
| SI | 13 | 26,5 | 26,5 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

ocasión_futbol

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | | | |

| | | | | | |
|---------|-------|----|-------|-------|-------|
| Válidos | NO | 41 | 83,7 | 83,7 | 83,7 |
| | SI | 8 | 16,3 | 16,3 | 100,0 |
| | Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

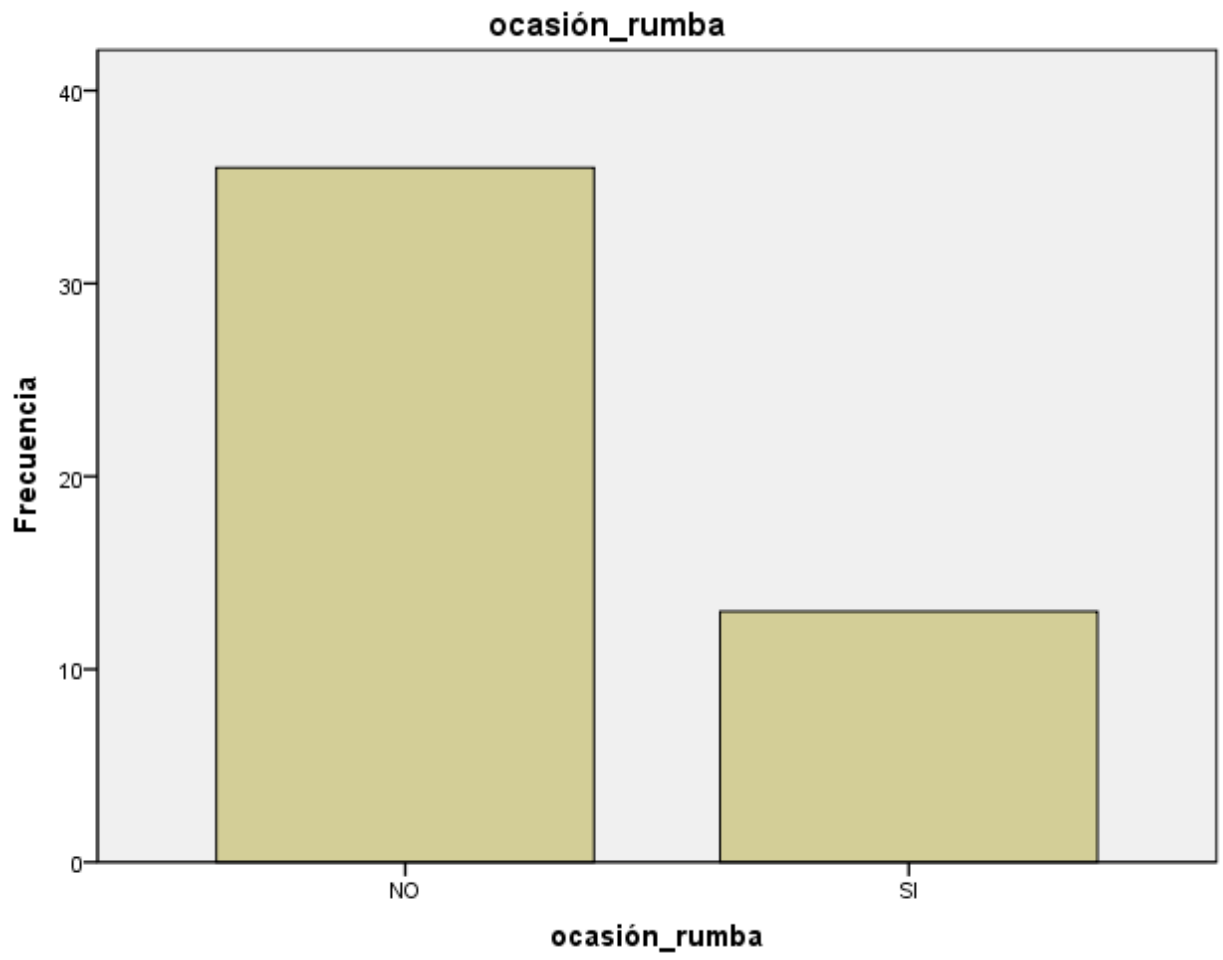
ocasión_event_fiestas

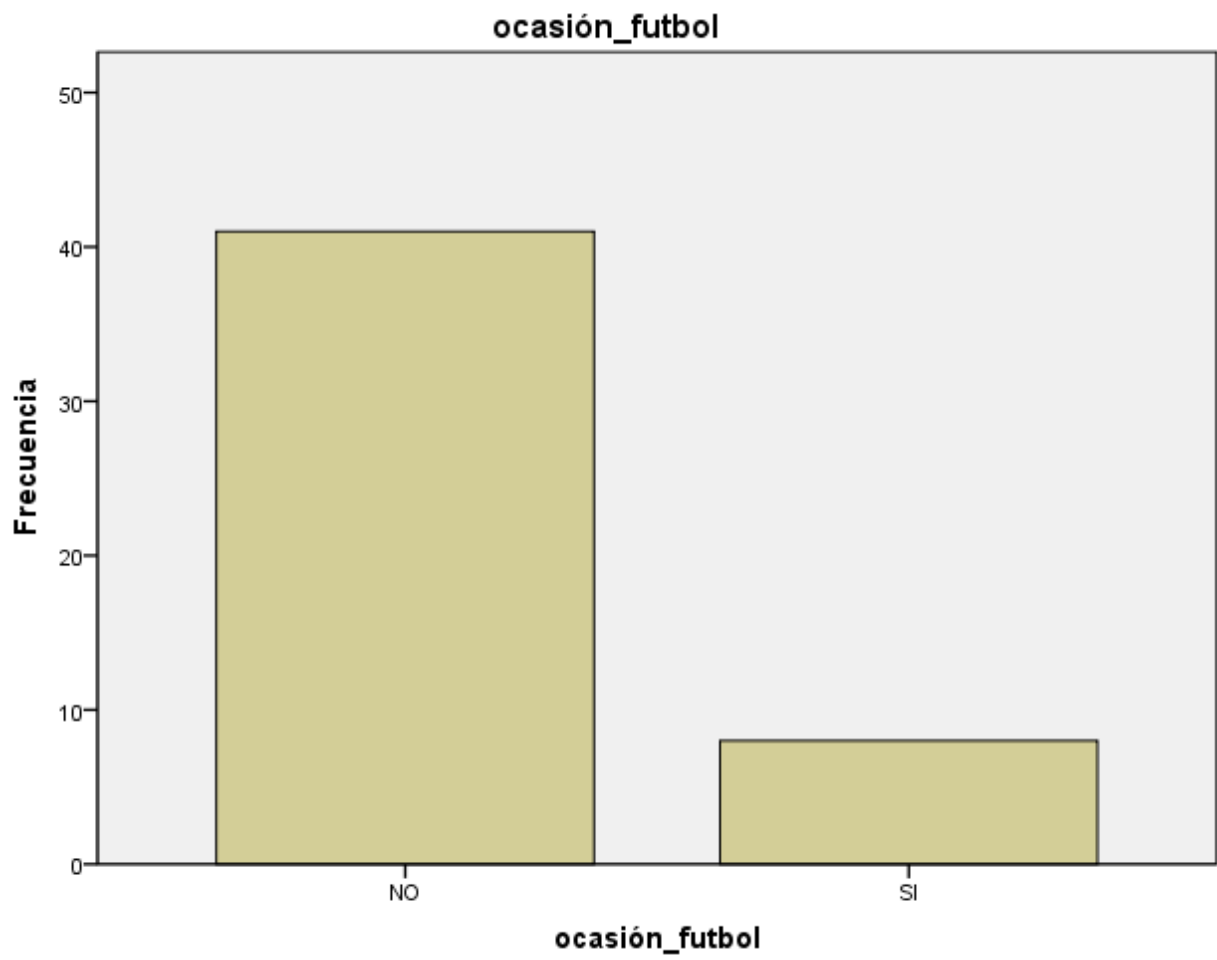
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | NO | 36 | 73,5 | 73,5 | 73,5 |
| | SI | 13 | 26,5 | 26,5 | 100,0 |
| | Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

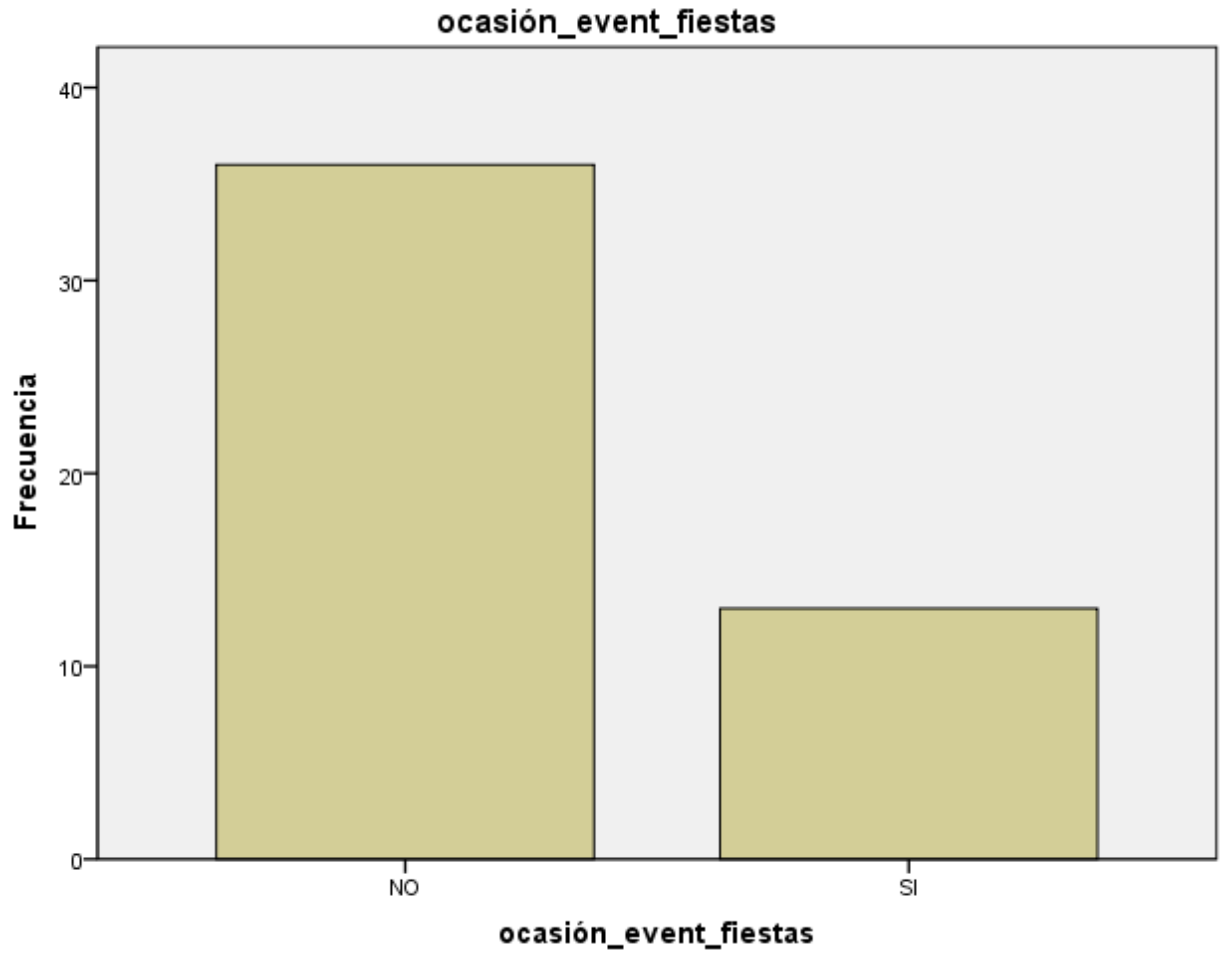
ocasión_otro

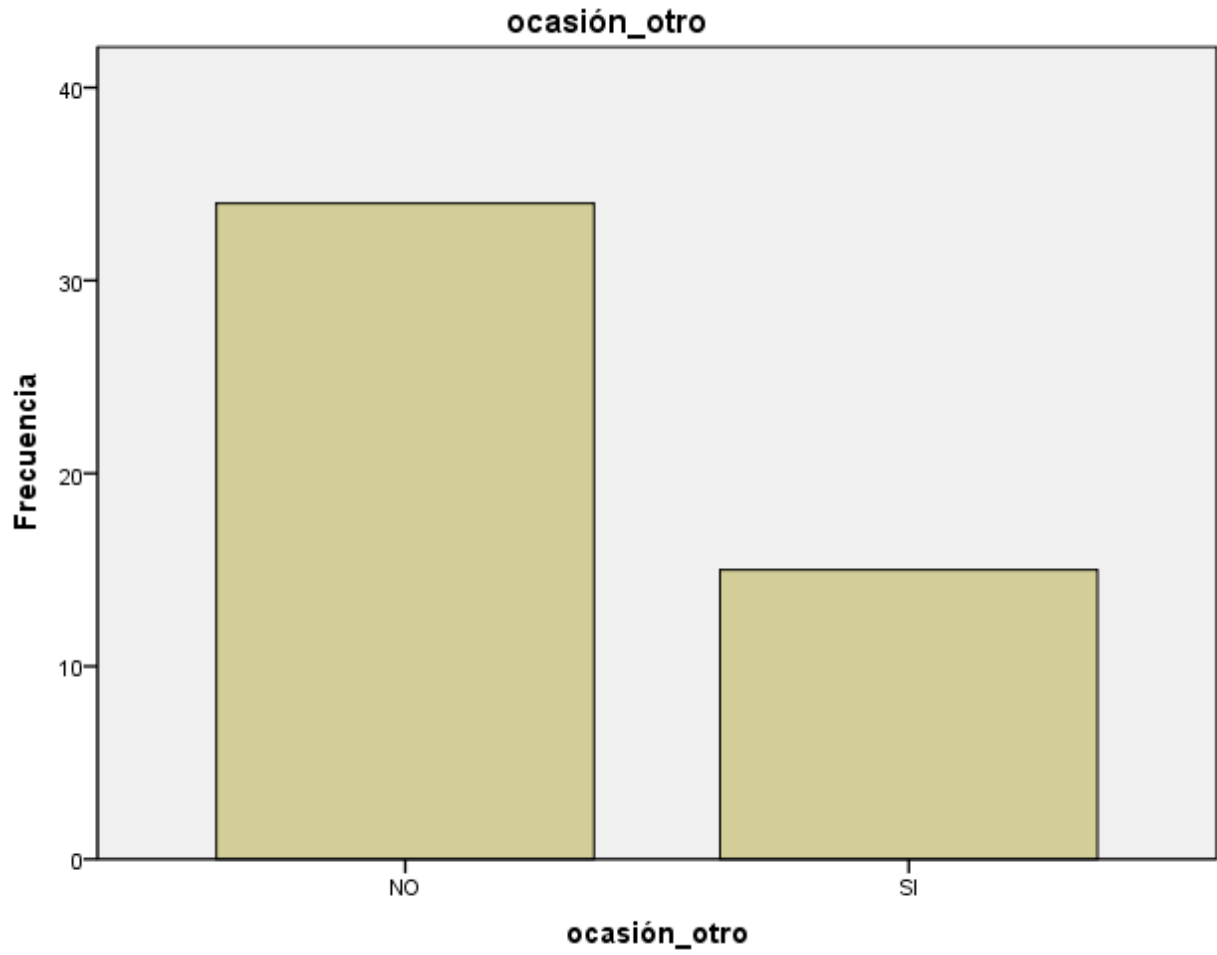
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | NO | 34 | 69,4 | 69,4 | 69,4 |
| | SI | 15 | 30,6 | 30,6 | 100,0 |
| | Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

Gráfico de barras









```
FREQUENCIES VARIABLES=momento_consumo
```

```
/NTILES=4
```

```
/STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN
```

```
/BARCHART FREQ
```

```
/ORDER=ANALYSIS.
```

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 22:29:04 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |

| | | |
|----------|--|-----------------|
| Sintaxis | <pre> FREQUENCIES VARIABLES=momento_consumo /NTILES=4 /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN /BARCHART FREQ /ORDER=ANALYSIS. </pre> | |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,250 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,360 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Estadísticos

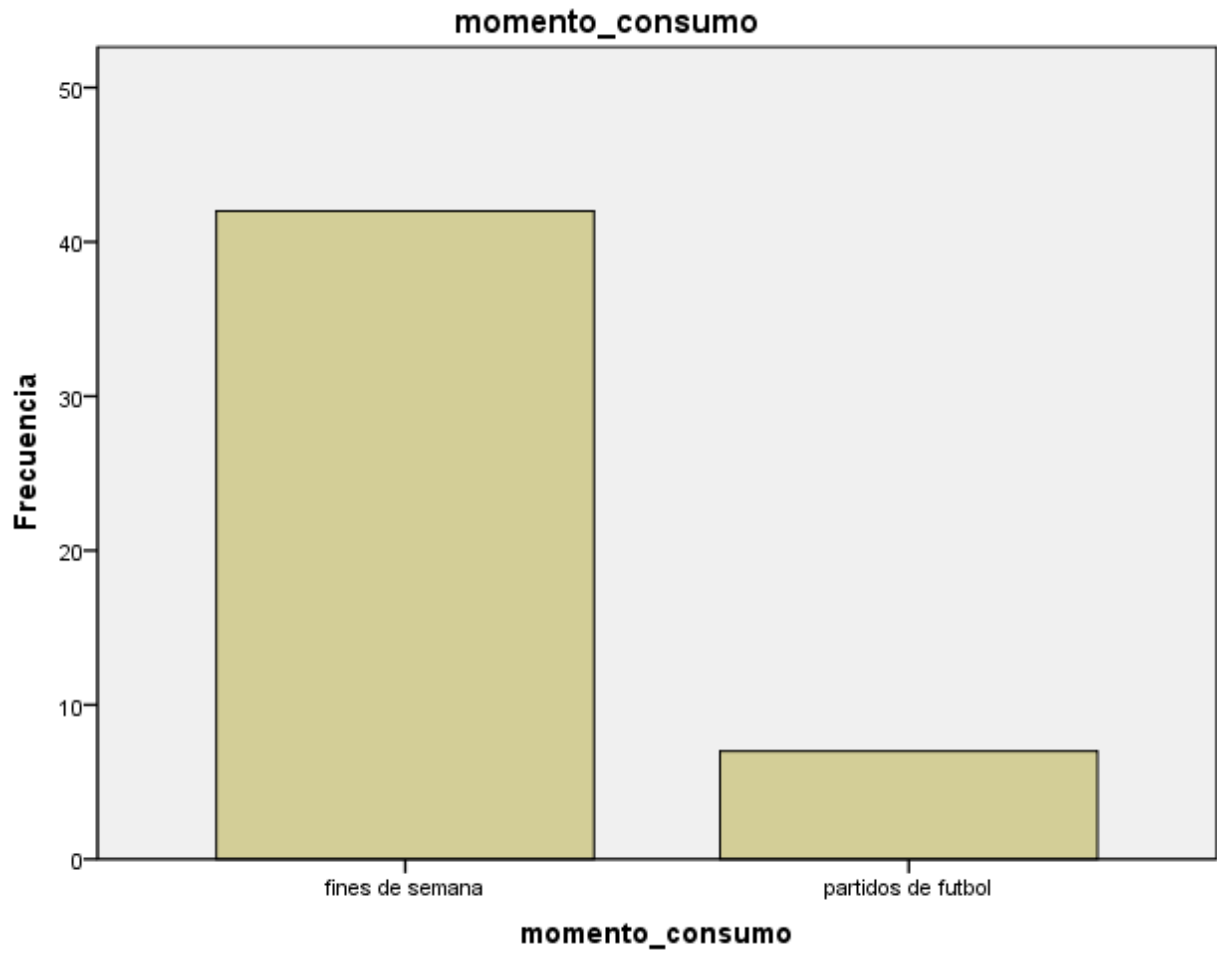
momento_consumo

| | | |
|------------|----------|------|
| N | Válidos | 49 |
| | Perdidos | 0 |
| Media | | 1,14 |
| Mediana | | 1,00 |
| Desv. típ. | | ,354 |
| Varianza | | ,125 |

| | | |
|-------------|----|------|
| Percentiles | 25 | 1,00 |
| | 50 | 1,00 |
| | 75 | 1,00 |

momento_consumo

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válidos fines de semana | 42 | 85,7 | 85,7 | 85,7 |
| partidos de futbol | 7 | 14,3 | 14,3 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |



FREQUENCIES VARIABLES=importancia_marca_aguila

/NTILES=4

/STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN

/BARCHART FREQ

/ORDER=ANALYSIS.

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 22:29:35 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |

| | | |
|----------|--|-----------------|
| Sintaxis | <pre> FREQUENCIES VARIABLES=importancia_marca _aguila /NTILES=4 /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN /BARCHART FREQ /ORDER=ANALYSIS. </pre> | |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,219 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,250 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Estadísticos

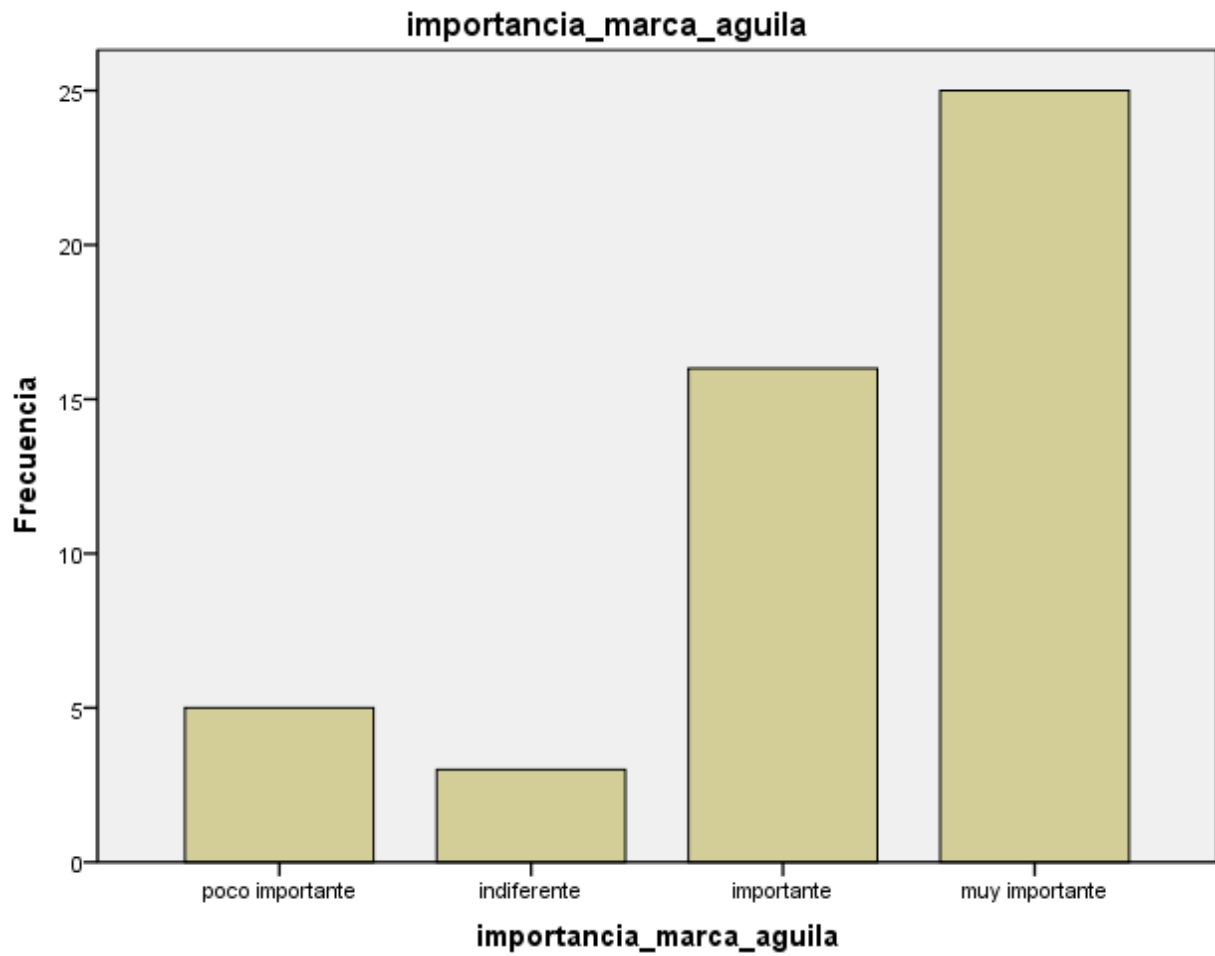
importancia_marca_aguila

| | | |
|------------|----------|------|
| N | Válidos | 49 |
| | Perdidos | 0 |
| Media | | 4,24 |
| Mediana | | 5,00 |
| Desv. típ. | | ,969 |

| | | |
|-------------|----|------|
| Varianza | | ,939 |
| Percentiles | 25 | 4,00 |
| | 50 | 5,00 |
| | 75 | 5,00 |

importancia_marca_aguila

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos poco importante | 5 | 10,2 | 10,2 | 10,2 |
| indiferente | 3 | 6,1 | 6,1 | 16,3 |
| importante | 16 | 32,7 | 32,7 | 49,0 |
| muy importante | 25 | 51,0 | 51,0 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |



```
FREQUENCIES VARIABLES=importancia_aguila_vida
```

```
/NTILES=4
```

```
/STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN
```

```
/BARCHART FREQ
```

```
/ORDER=ANALYSIS.
```

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 22:29:51 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |

| | | |
|----------|---|-----------------|
| Sintaxis | <pre> FREQUENCIES VARIABLES=importancia_aguila _vida /NTILES=4 /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN /BARCHART FREQ /ORDER=ANALYSIS. </pre> | |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,266 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,268 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Estadísticos

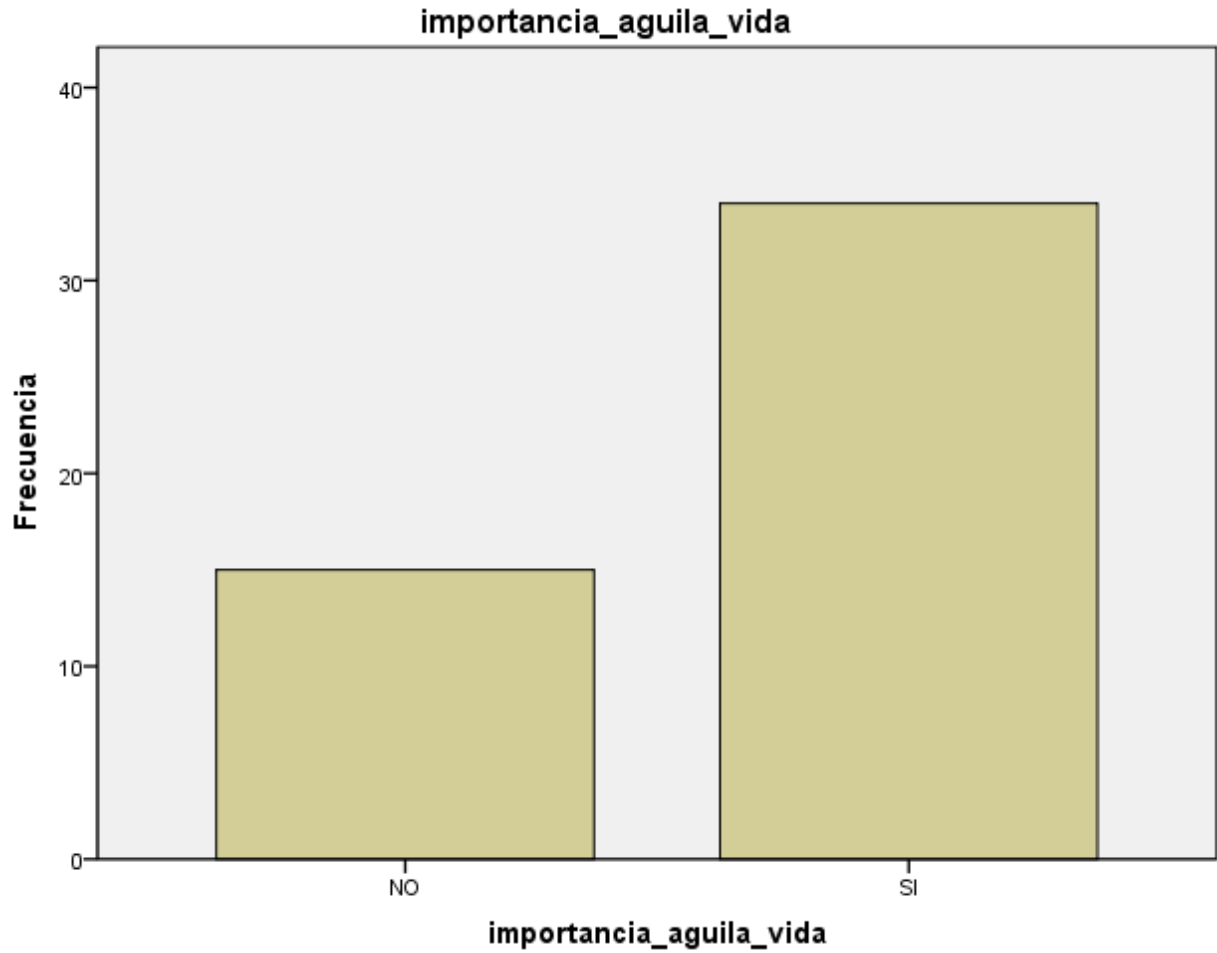
importancia_aguila_vida

| | | |
|------------|----------|------|
| N | Válidos | 49 |
| | Perdidos | 0 |
| Media | | ,69 |
| Mediana | | 1,00 |
| Desv. típ. | | ,466 |

| | | |
|-------------|----|------|
| Varianza | | ,217 |
| Percentiles | 25 | ,00 |
| | 50 | 1,00 |
| | 75 | 1,00 |

importancia_aguila_vida

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válidos NO | 15 | 30,6 | 30,6 | 30,6 |
| SI | 34 | 69,4 | 69,4 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |



FRECUENCIES VARIABLES=atractividad_publi_aguila

/NTILES=4

/STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN

/BARCHART FREQ

/ORDER=ANALYSIS.

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 22:30:13 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |

| | | |
|----------|---|-----------------|
| Sintaxis | <pre> FREQUENCIES VARIABLES=atractividad_publicidad_aguila /NTILES=4 /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN /BARCHART FREQ /ORDER=ANALYSIS. </pre> | |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,219 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,261 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Estadísticos

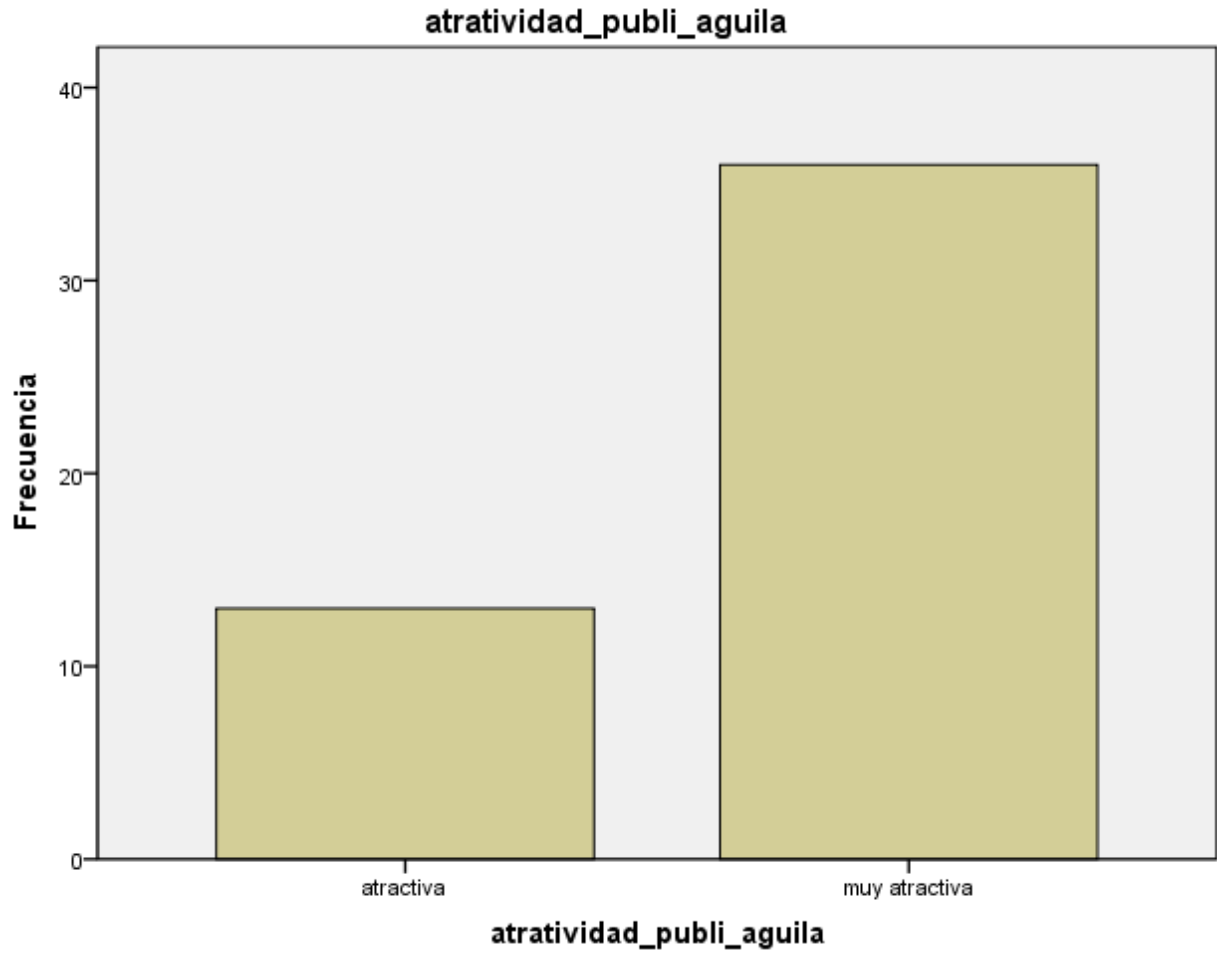
atractividad_publicidad_aguila

| | | |
|------------|----------|------|
| N | Válidos | 49 |
| | Perdidos | 0 |
| Media | | 4,73 |
| Mediana | | 5,00 |
| Desv. típ. | | ,446 |

| | | |
|-------------|----|------|
| Varianza | | ,199 |
| Percentiles | 25 | 4,00 |
| | 50 | 5,00 |
| | 75 | 5,00 |

atractividad_publi_aguila

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos atractiva | 13 | 26,5 | 26,5 | 26,5 |
| muy atractiva | 36 | 73,5 | 73,5 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |



FRECUENCIES VARIABLES=visto_comercial_aguila

/NTILES=4

/STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN

/BARCHART FREQ

/ORDER=ANALYSIS.

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 22:30:32 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |

| | | |
|----------|---|-----------------|
| Sintaxis | <pre> FREQUENCIES VARIABLES=visto_comercial_aguila /NTILES=4 /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN /BARCHART FREQ /ORDER=ANALYSIS. </pre> | |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,266 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,291 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Estadísticos

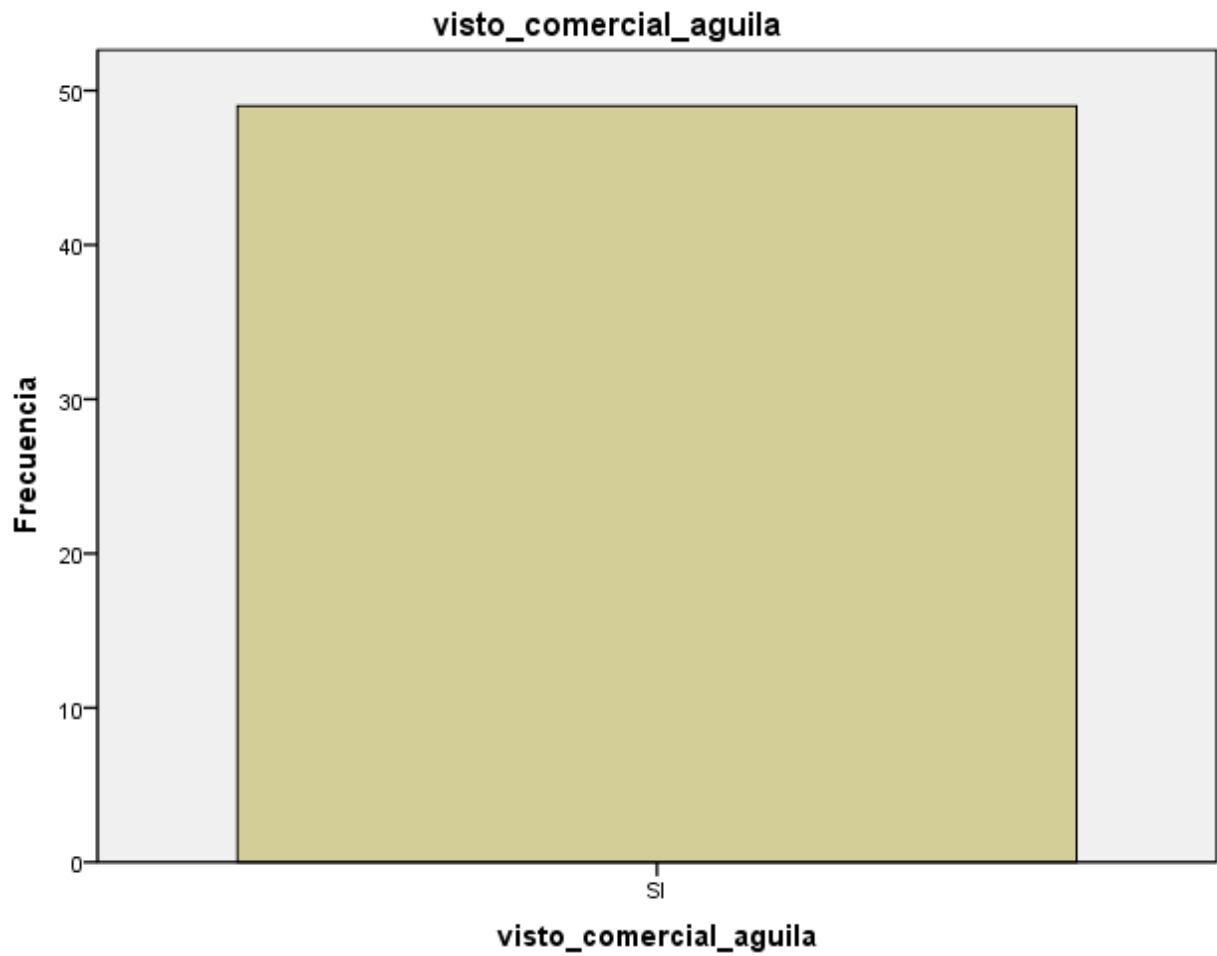
visto_comercial_aguila

| | | |
|------------|----------|------|
| N | Válidos | 49 |
| | Perdidos | 0 |
| Media | | 1,00 |
| Mediana | | 1,00 |
| Desv. típ. | | ,000 |

| | | |
|-------------|----|------|
| Varianza | | ,000 |
| Percentiles | 25 | 1,00 |
| | 50 | 1,00 |
| | 75 | 1,00 |

visto_comercial_aguila

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válidos SI | 49 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |



FREQUENCIES VARIABLES=frecuencia_compra_aguila

/NTILES=4

/STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN

/BARCHART FREQ

/ORDER=ANALYSIS.

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 22:30:47 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |

| | | |
|----------|--|-----------------|
| Sintaxis | <pre> FREQUENCIES VARIABLES=frecuencia_compra _aguila /NTILES=4 /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN /BARChart FREQ /ORDER=ANALYSIS. </pre> | |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,249 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,265 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Estadísticos

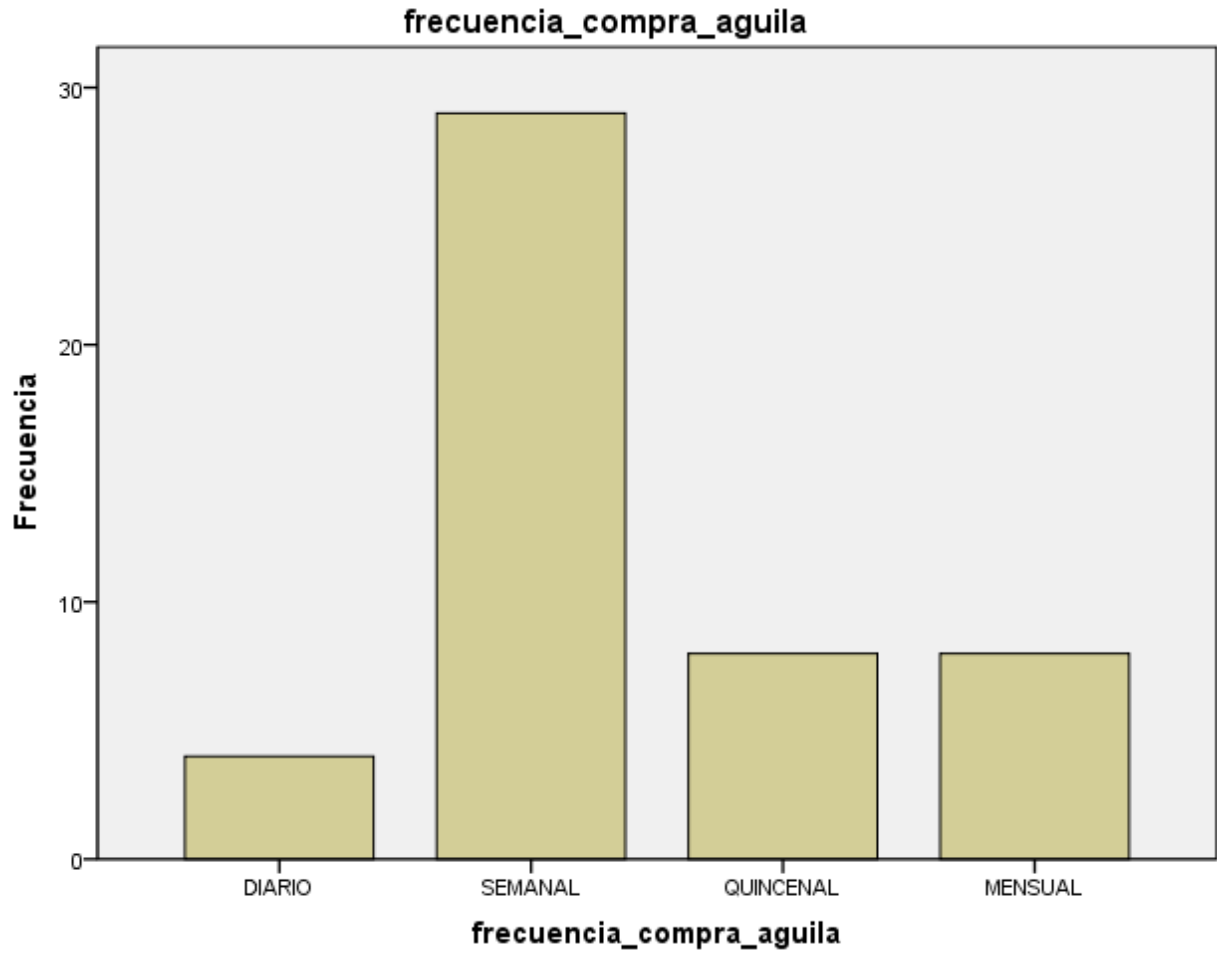
frecuencia_compra_aguila

| | | |
|------------|----------|------|
| N | Válidos | 49 |
| | Perdidos | 0 |
| Media | | 2,41 |
| Mediana | | 2,00 |
| Desv. típ. | | ,864 |

| | | |
|-------------|----|------|
| Varianza | | ,747 |
| Percentiles | 25 | 2,00 |
| | 50 | 2,00 |
| | 75 | 3,00 |

frecuencia_compra_aguila

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos DIARIO | 4 | 8,2 | 8,2 | 8,2 |
| SEMANAL | 29 | 59,2 | 59,2 | 67,3 |
| QUINCENAL | 8 | 16,3 | 16,3 | 83,7 |
| MENSUAL | 8 | 16,3 | 16,3 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |



FREQUENCIES VARIABLES=motivado_consumo_aguila

/NTILES=4

/STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN

/BARCHART FREQ

/ORDER=ANALYSIS.

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 22:31:03 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |

| | | |
|----------|---|-----------------|
| Sintaxis | <pre> FREQUENCIES VARIABLES=motivado_consumo _aguila /NTILES=4 /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN /BARCHART FREQ /ORDER=ANALYSIS. </pre> | |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,249 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,264 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Estadísticos

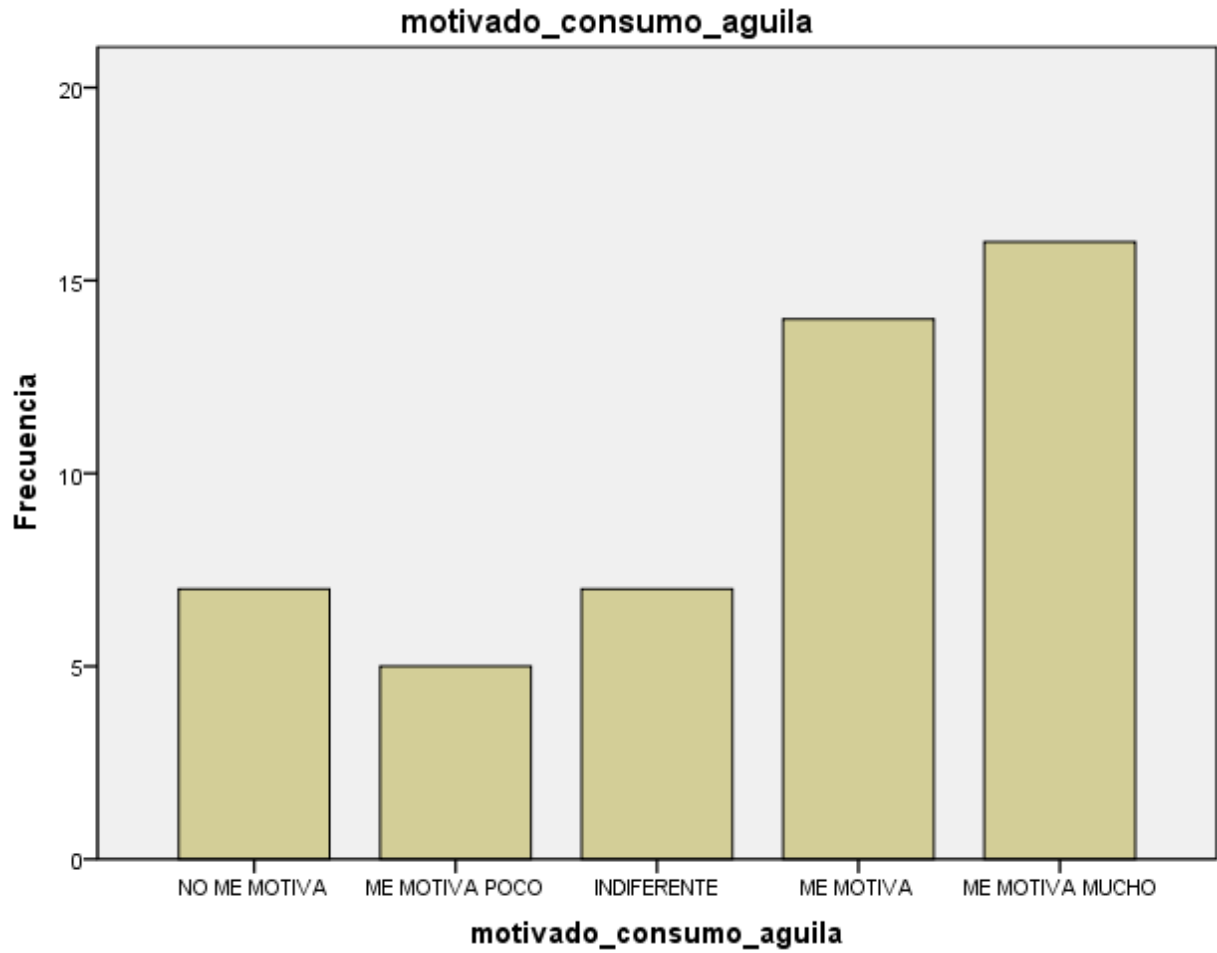
motivado_consumo_aguila

| | | |
|------------|----------|-------|
| N | Válidos | 49 |
| | Perdidos | 0 |
| Media | | 3,55 |
| Mediana | | 4,00 |
| Desv. típ. | | 1,415 |

| | | |
|-------------|----|-------|
| Varianza | | 2,003 |
| Percentiles | 25 | 2,50 |
| | 50 | 4,00 |
| | 75 | 5,00 |

motivado_consumo_aguila

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos NO ME MOTIVA | 7 | 14,3 | 14,3 | 14,3 |
| ME MOTIVA POCO | 5 | 10,2 | 10,2 | 24,5 |
| INDIFERENTE | 7 | 14,3 | 14,3 | 38,8 |
| ME MOTIVA | 14 | 28,6 | 28,6 | 67,3 |
| ME MOTIVA MUCHO | 16 | 32,7 | 32,7 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |



FREQUENCIES VARIABLES=import_aguila_vida

/NTILES=4

/STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN

/BARCHART FREQ

/ORDER=ANALYSIS.

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 22:31:36 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |

| | | |
|----------|---|-----------------|
| Sintaxis | <pre> FREQUENCIES VARIABLES=import_aguila_vida /NTILES=4 /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN /BARCHART FREQ /ORDER=ANALYSIS. </pre> | |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,249 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,292 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Estadísticos

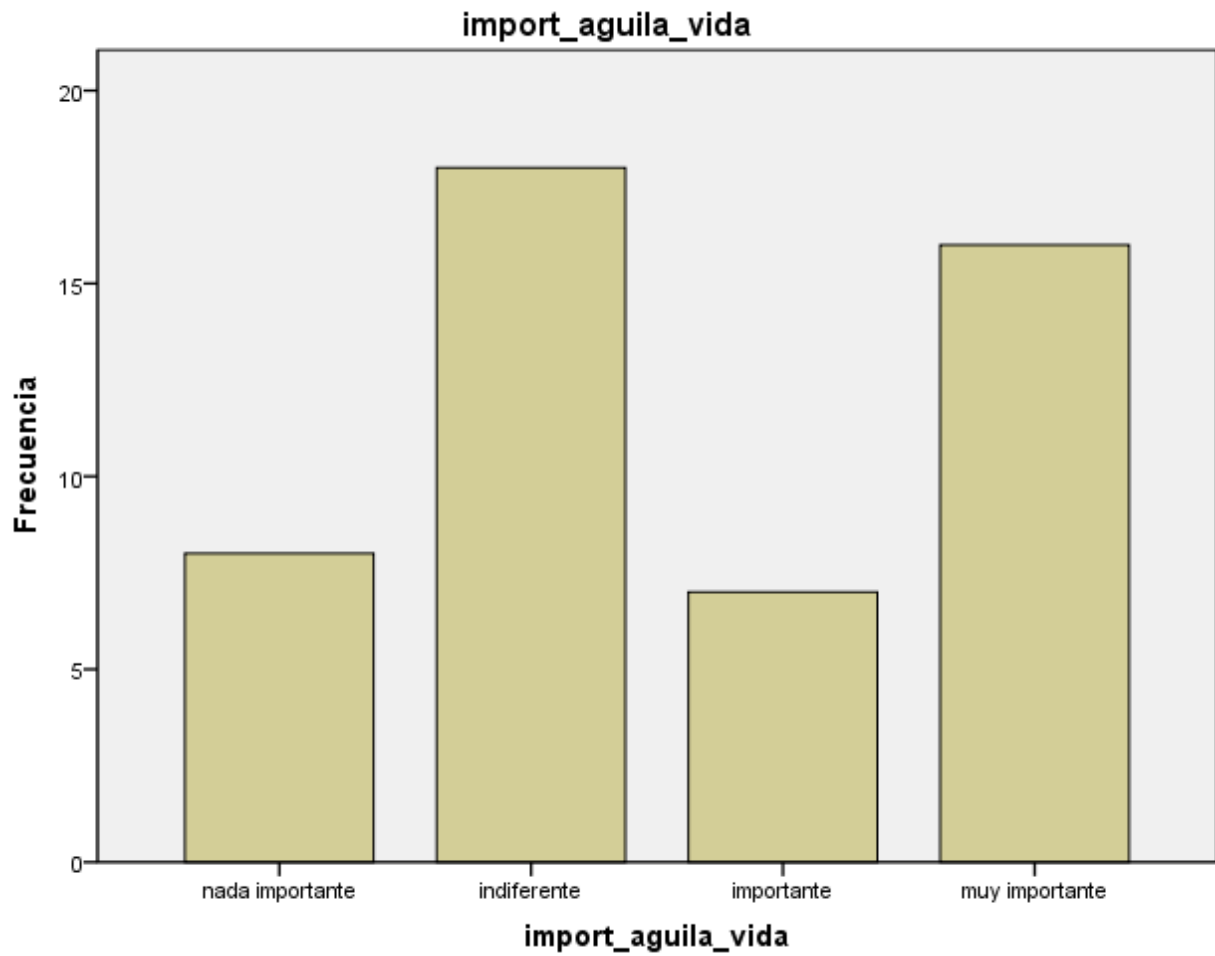
import_aguila_vida

| | | |
|------------|----------|-------|
| N | Válidos | 49 |
| | Perdidos | 0 |
| Media | | 3,47 |
| Mediana | | 3,00 |
| Desv. típ. | | 1,386 |
| Varianza | | 1,921 |

| | | |
|-------------|----|------|
| Percentiles | 25 | 3,00 |
| | 50 | 3,00 |
| | 75 | 5,00 |

import_aguila_vida

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos nada importante | 8 | 16,3 | 16,3 | 16,3 |
| indiferente | 18 | 36,7 | 36,7 | 53,1 |
| importante | 7 | 14,3 | 14,3 | 67,3 |
| muy importante | 16 | 32,7 | 32,7 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |



```
FREQUENCIES VARIABLES=import_mensajes_aguila
```

```
/NTILES=4
```

```
/STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN
```

```
/BARCHART FREQ
```

```
/ORDER=ANALYSIS.
```

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 22:32:05 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |

| | | |
|----------|--|-----------------|
| Sintaxis | <pre> FREQUENCIES VARIABLES=import_mensajes_a guila /NTILES=4 /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN /BARCHART FREQ /ORDER=ANALYSIS. </pre> | |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,250 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,275 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Estadísticos

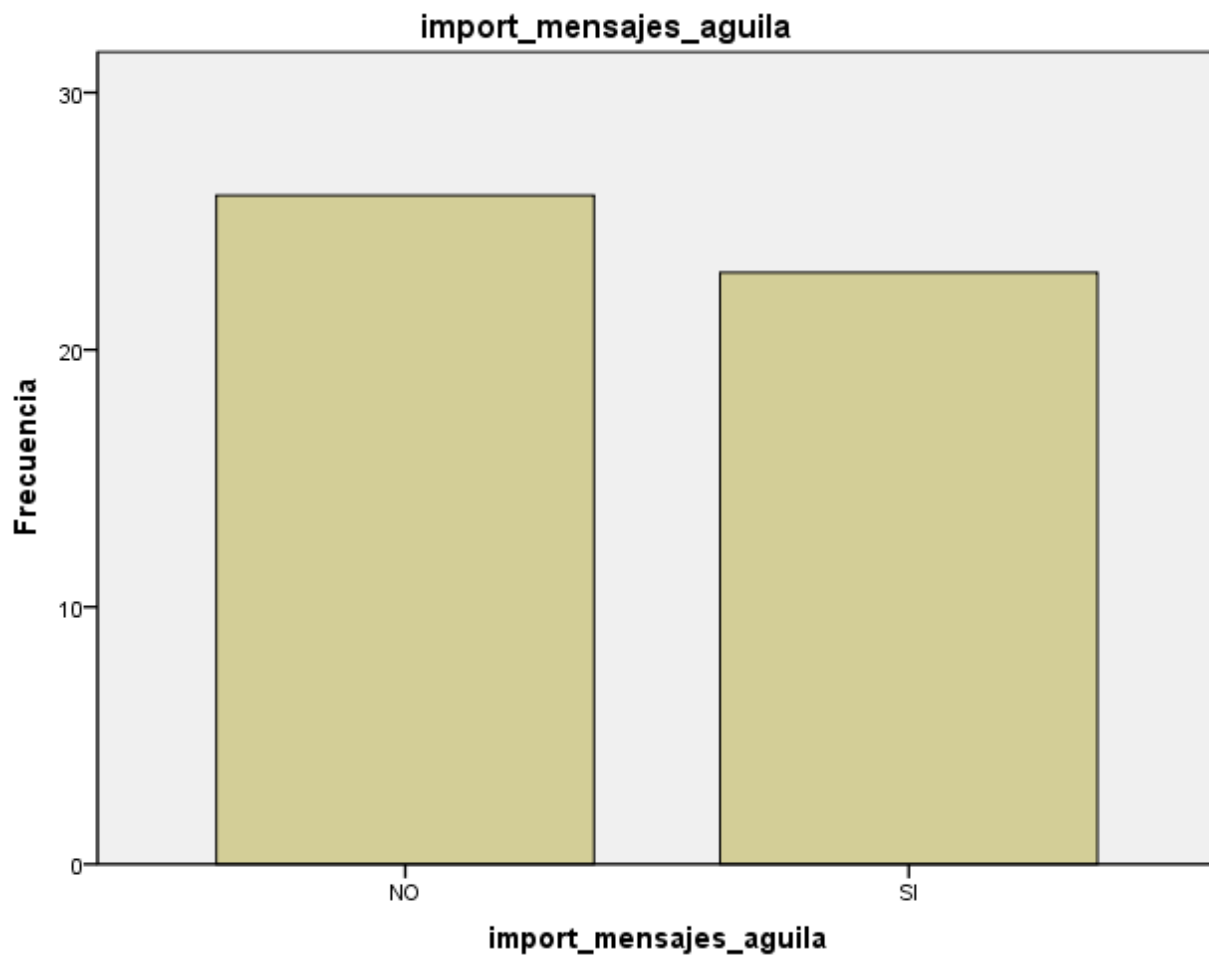
import_mensajes_aguila

| | | |
|------------|----------|------|
| N | Válidos | 49 |
| | Perdidos | 0 |
| Media | | ,47 |
| Mediana | | ,00 |
| Desv. típ. | | ,504 |

| | | |
|-------------|----|------|
| Varianza | | ,254 |
| Percentiles | 25 | ,00 |
| | 50 | ,00 |
| | 75 | 1,00 |

import_mensajes_aguila

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos NO | 26 | 53,1 | 53,1 | 53,1 |
| SI | 23 | 46,9 | 46,9 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |



FREQUENCIES VARIABLES=merchand_camiseta merchand_gorra merchand_kit_viajero
 merchand_Radio merchand_sombrero merchand_Guayabera merchand_Poncho merchand_Llavero
 merchand_Jirafas merchand_Balones merchand_Vasos merchand_Toallas

/NTILES=4

/STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN

/BARChart FREQ

/ORDER=ANALYSIS.

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 22:32:42 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |

| | | |
|----------|---|-----------------|
| Sintaxis | <pre> FREQUENCIES VARIABLES=merchand_camiseta merchand_gorra merchand_kit_viajero merchand_Radio merchand_sombrero merchand_Guayabera merchand_Poncho merchand_Llavero merchand_Jirafas merchand_Balones merchand_Vasos merchand_Toallas /NTILES=4 /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN /BARCHART FREQ /ORDER=ANALYSIS. </pre> | |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:02,792 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:02,817 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Estadísticos

| | | merchand_ca miseta | merchand_gor ra | merchand_kit_ viajero | merchand_Ra dio |
|-------------|----------|-----------------------|--------------------|--------------------------|--------------------|
| N | Válidos | 49 | 49 | 49 | 49 |
| | Perdidos | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Media | | ,76 | ,41 | ,08 | ,08 |
| Mediana | | 1,00 | ,00 | ,00 | ,00 |
| Desv. típ. | | ,434 | ,497 | ,277 | ,277 |
| Varianza | | ,189 | ,247 | ,077 | ,077 |
| Percentiles | 25 | ,50 | ,00 | ,00 | ,00 |
| | 50 | 1,00 | ,00 | ,00 | ,00 |
| | 75 | 1,00 | 1,00 | ,00 | ,00 |

Estadísticos

| | | merchand_so mbrero | merchand_Gu ayabera | merchand_Pon cho | merchand_Lla vero |
|-------------|----------|-----------------------|------------------------|---------------------|----------------------|
| N | Válidos | 49 | 49 | 49 | 49 |
| | Perdidos | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Media | | ,24 | ,08 | ,08 | ,04 |
| Mediana | | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 |
| Desv. típ. | | ,434 | ,277 | ,277 | ,200 |
| Varianza | | ,189 | ,077 | ,077 | ,040 |
| Percentiles | 25 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 |
| | 50 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 |
| | 75 | ,50 | ,00 | ,00 | ,00 |

Estadísticos

| | | merchand_Jira fas | merchand_Bal ones | merchand_Vas os | merchand_To allas |
|-------------|----------|----------------------|----------------------|--------------------|----------------------|
| N | Válidos | 49 | 49 | 49 | 49 |
| | Perdidos | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Media | | ,02 | ,27 | ,69 | ,14 |
| Mediana | | ,00 | ,00 | 1,00 | ,00 |
| Desv. típ. | | ,143 | ,446 | ,466 | ,354 |
| Varianza | | ,020 | ,199 | ,217 | ,125 |
| Percentiles | 25 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 |
| | 50 | ,00 | ,00 | 1,00 | ,00 |
| | 75 | ,00 | 1,00 | 1,00 | ,00 |

Tabla de frecuencia

merchand_camiseta

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|----|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válidos | NO | 12 | 24,5 | 24,5 | 24,5 |

| | | | | |
|-------|----|-------|-------|-------|
| SI | 37 | 75,5 | 75,5 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

merchand_gorra

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos NO | 29 | 59,2 | 59,2 | 59,2 |
| SI | 20 | 40,8 | 40,8 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

merchand_kit_viajero

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos NO | 45 | 91,8 | 91,8 | 91,8 |
| SI | 4 | 8,2 | 8,2 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

merchand_Radio

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--|------------|------------|-------------------|----------------------|
|--|------------|------------|-------------------|----------------------|

| | | | | | |
|---------|-------|----|-------|-------|-------|
| Válidos | NO | 45 | 91,8 | 91,8 | 91,8 |
| | SI | 4 | 8,2 | 8,2 | 100,0 |
| | Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

merchand_sombrero

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | NO | 37 | 75,5 | 75,5 | 75,5 |
| | SI | 12 | 24,5 | 24,5 | 100,0 |
| | Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

merchand_Guayabera

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | NO | 45 | 91,8 | 91,8 | 91,8 |
| | SI | 4 | 8,2 | 8,2 | 100,0 |
| | Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

merchand_Poncho

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | NO | 45 | 91,8 | 91,8 | 91,8 |
| | SI | 4 | 8,2 | 8,2 | 100,0 |
| | Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

merchand_Llavero

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | NO | 47 | 95,9 | 95,9 | 95,9 |
| | SI | 2 | 4,1 | 4,1 | 100,0 |
| | Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

merchand_Jirafas

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | NO | 48 | 98,0 | 98,0 | 98,0 |
| | SI | 1 | 2,0 | 2,0 | 100,0 |
| | Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

merchand_Balones

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | NO | 36 | 73,5 | 73,5 | 73,5 |
| | SI | 13 | 26,5 | 26,5 | 100,0 |
| | Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

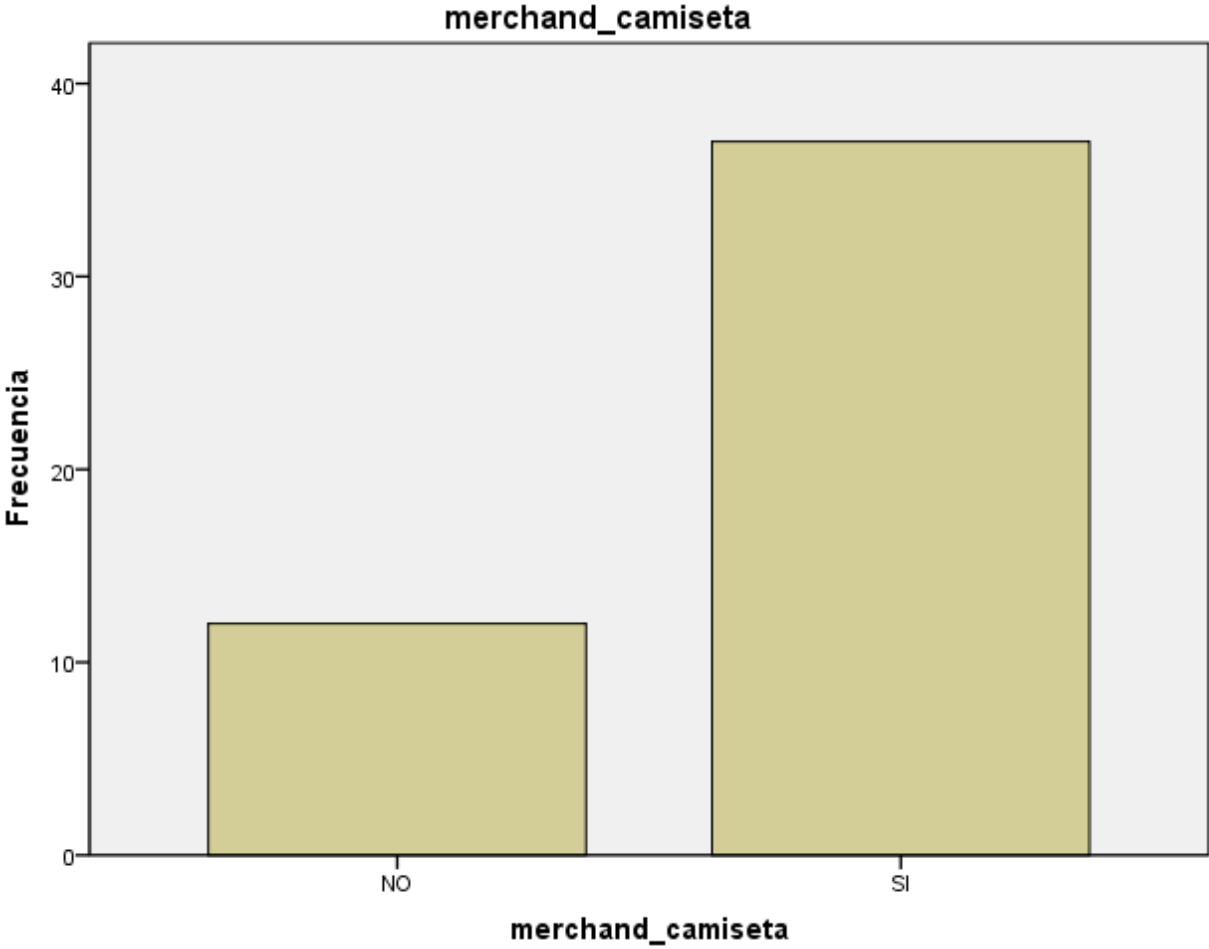
merchand_Vasos

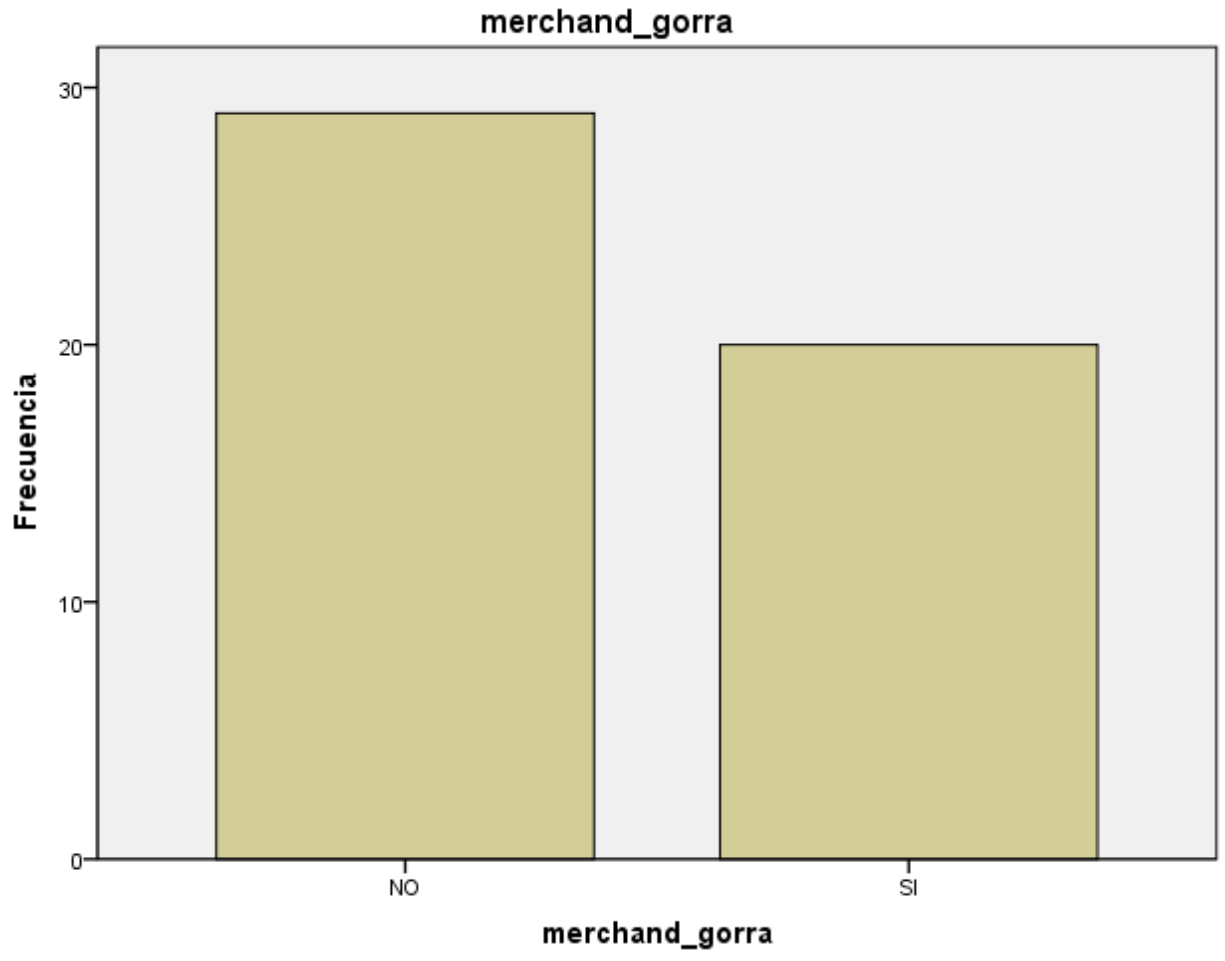
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | NO | 15 | 30,6 | 30,6 | 30,6 |
| | SI | 34 | 69,4 | 69,4 | 100,0 |
| | Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

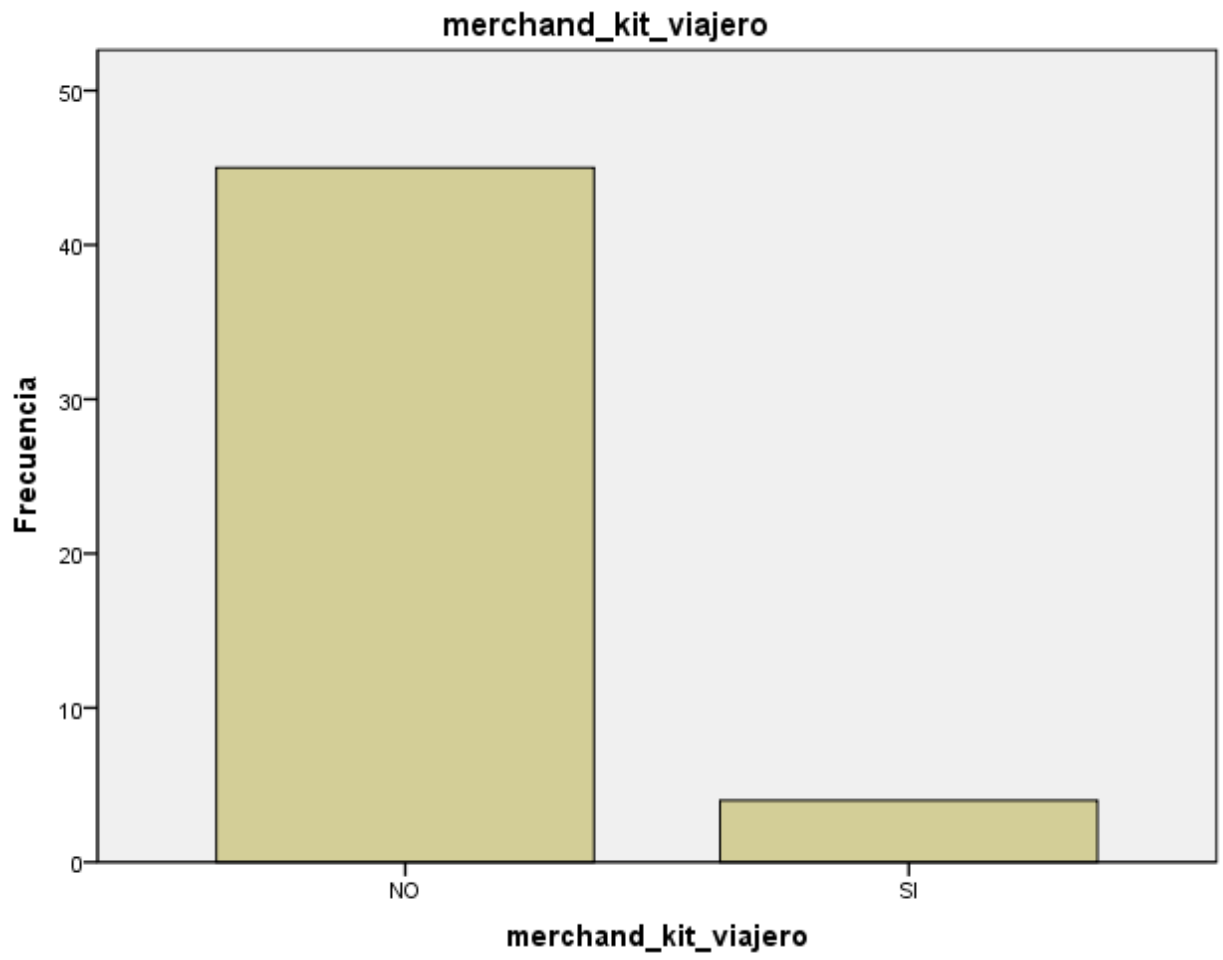
merchand_Toallas

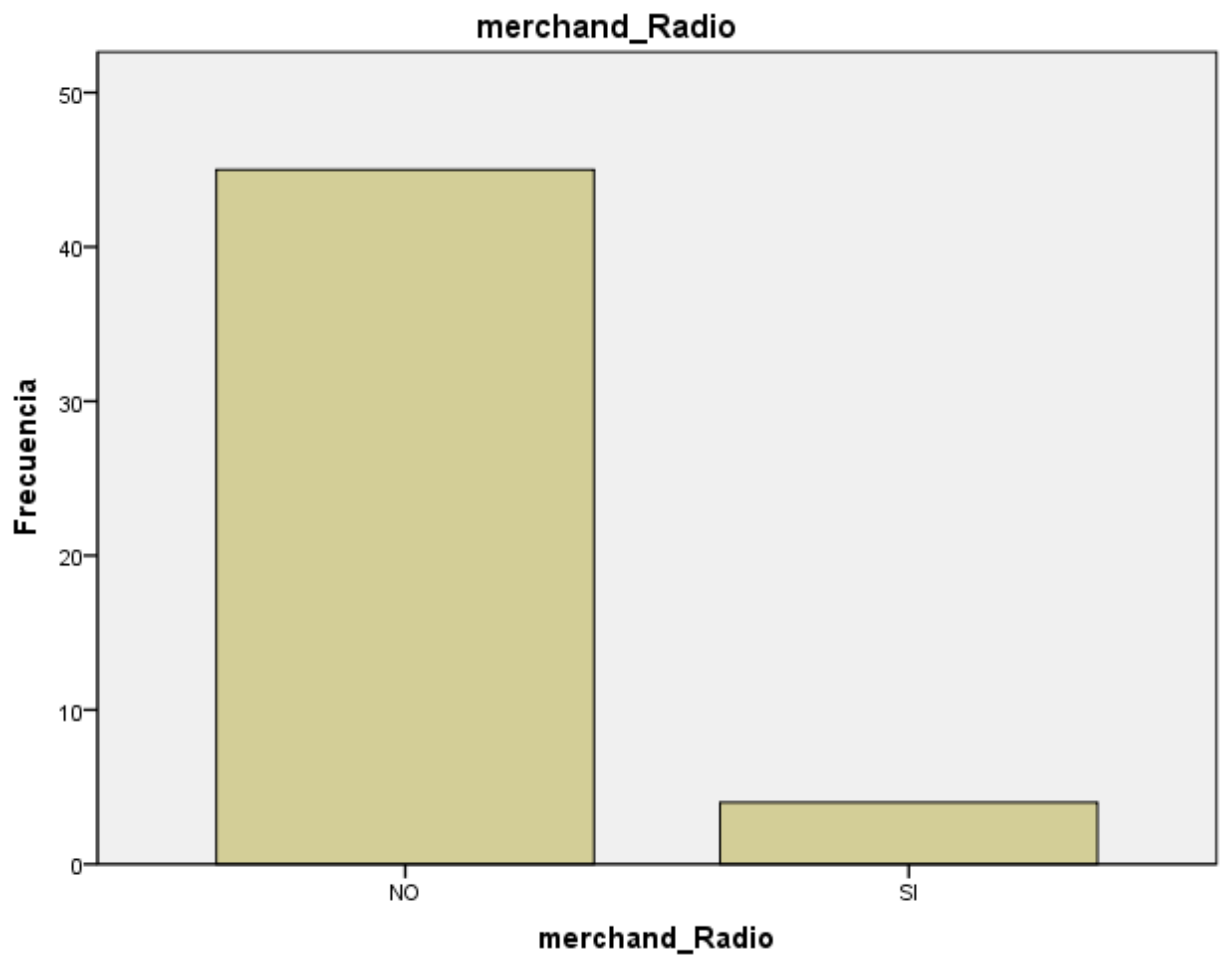
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | NO | 42 | 85,7 | 85,7 | 85,7 |
| | SI | 7 | 14,3 | 14,3 | 100,0 |
| | Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

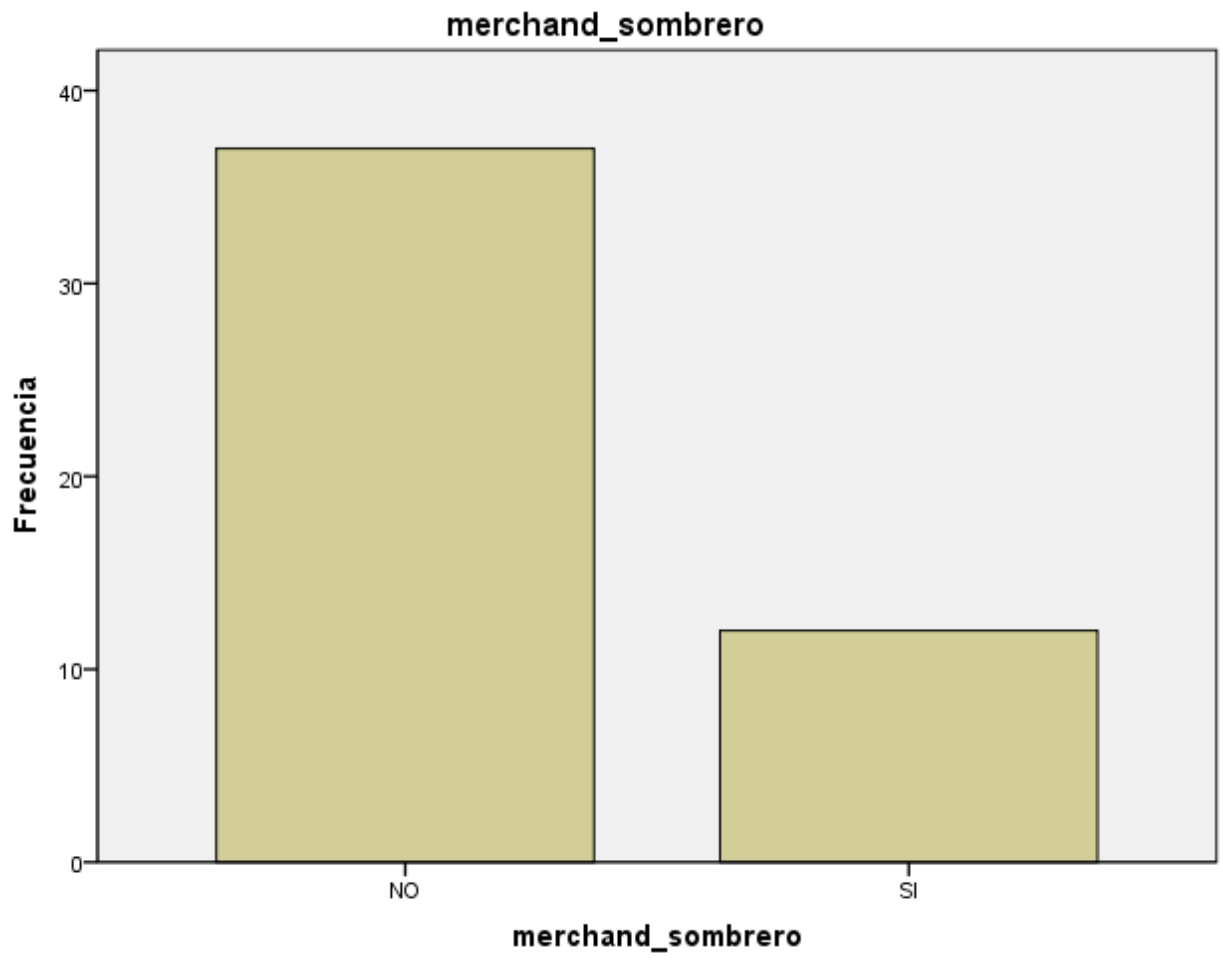
Gráfico de barras

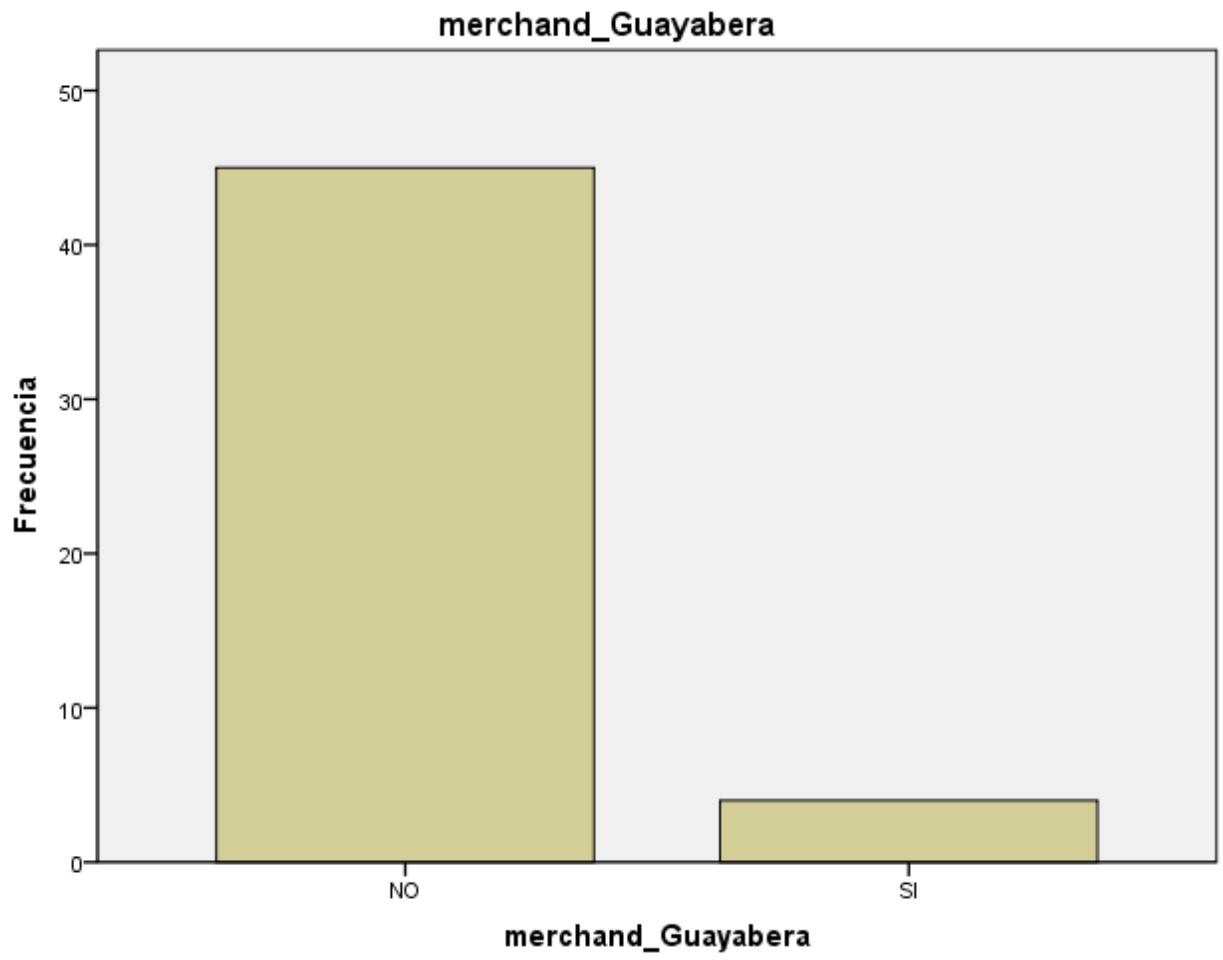


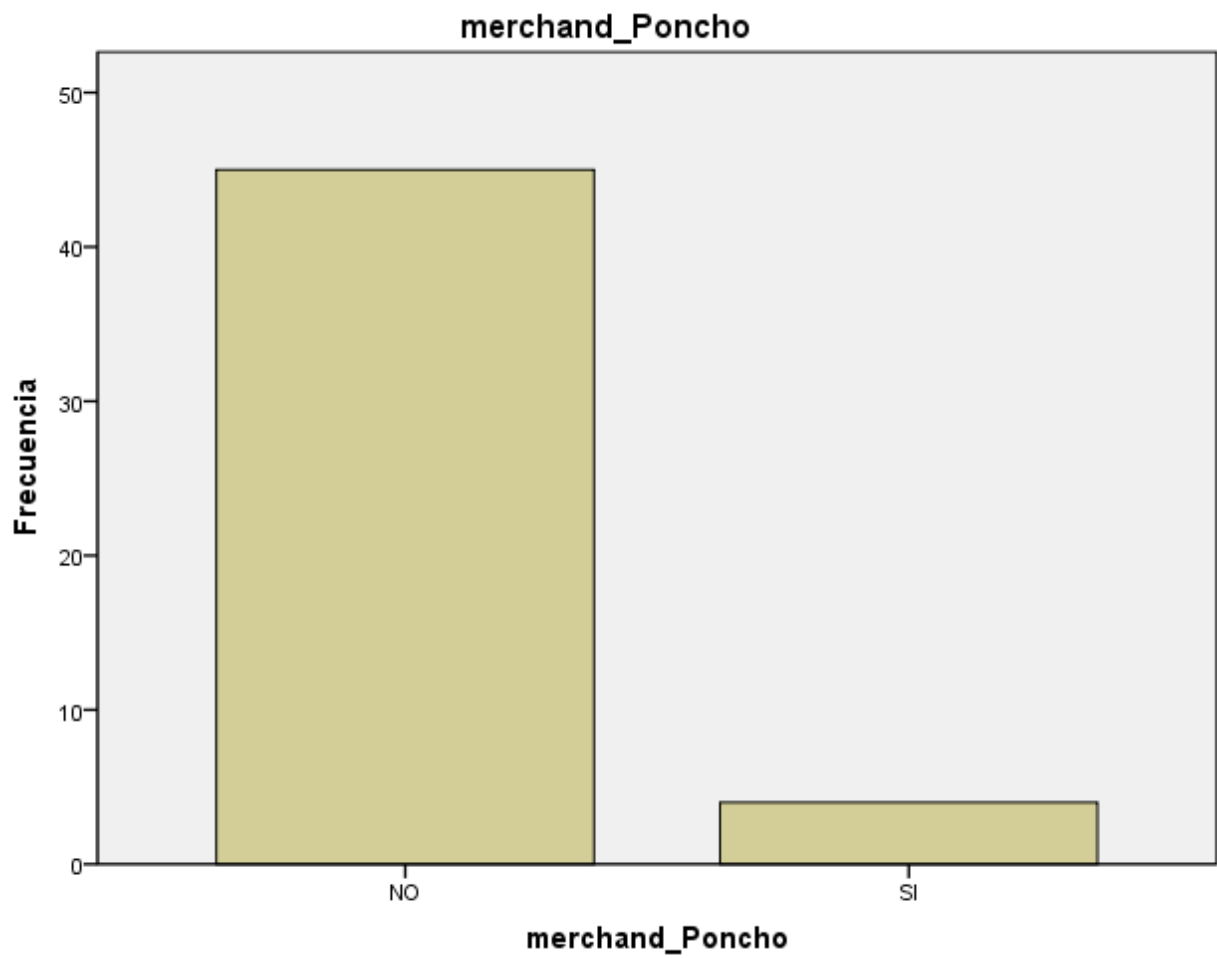


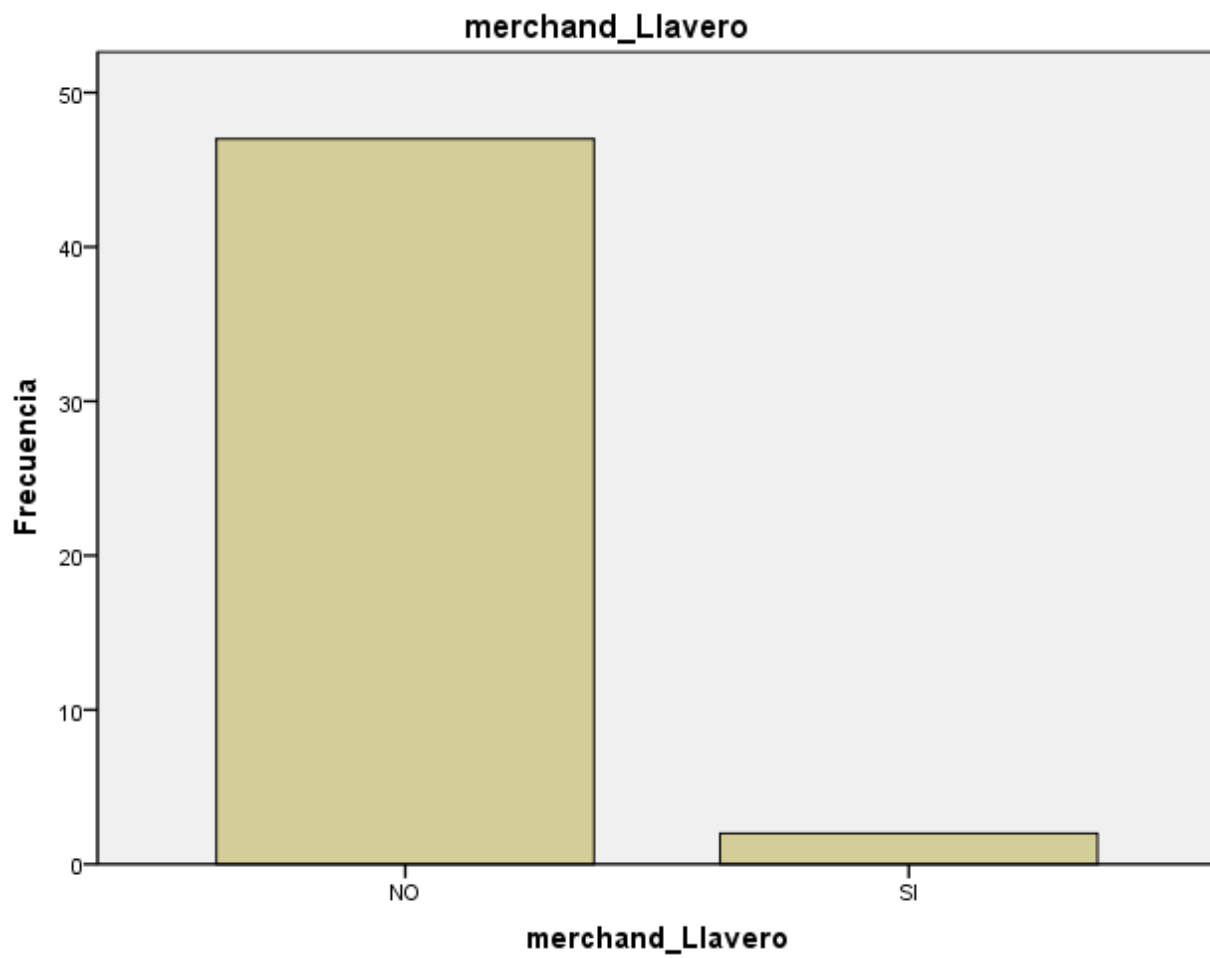


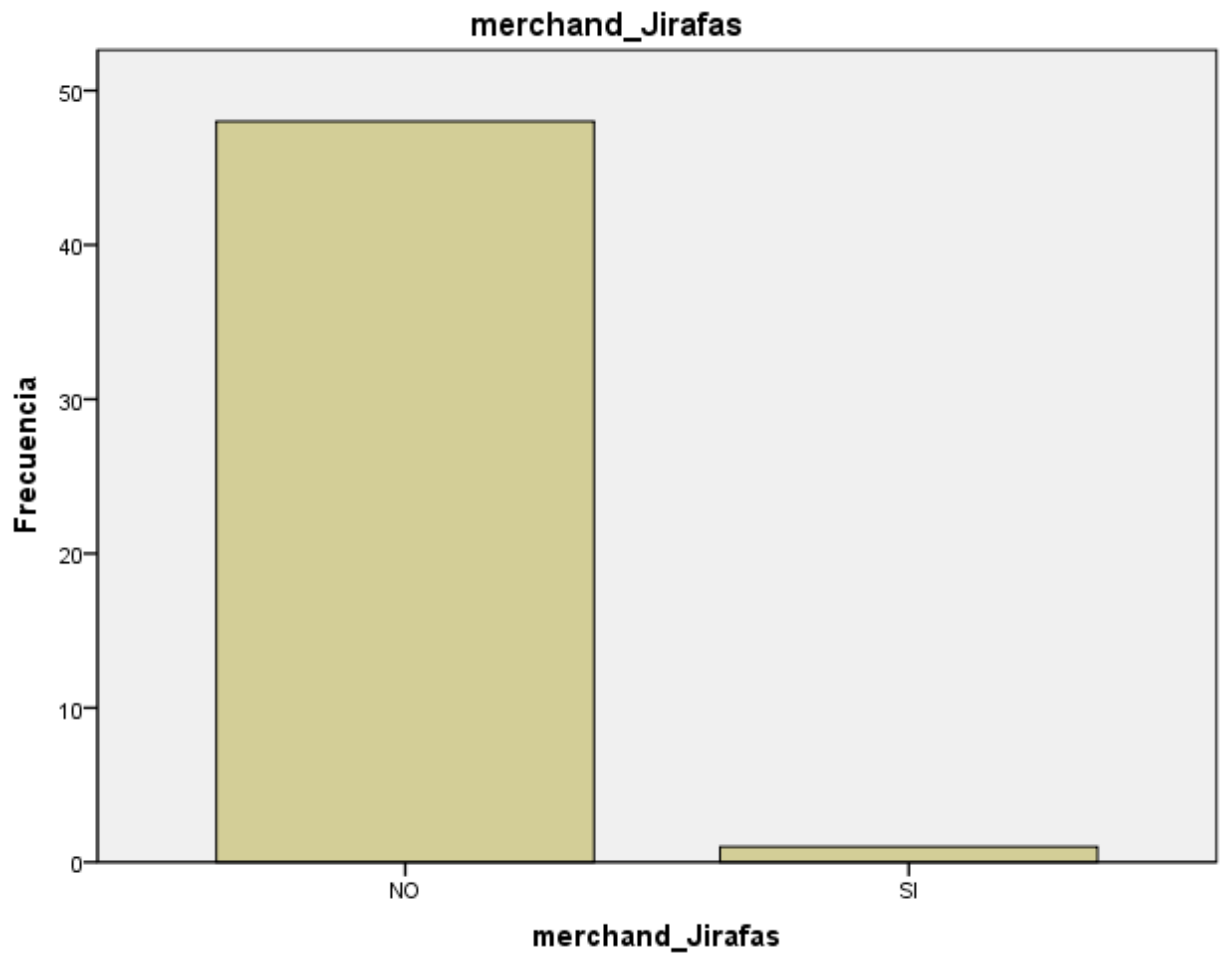


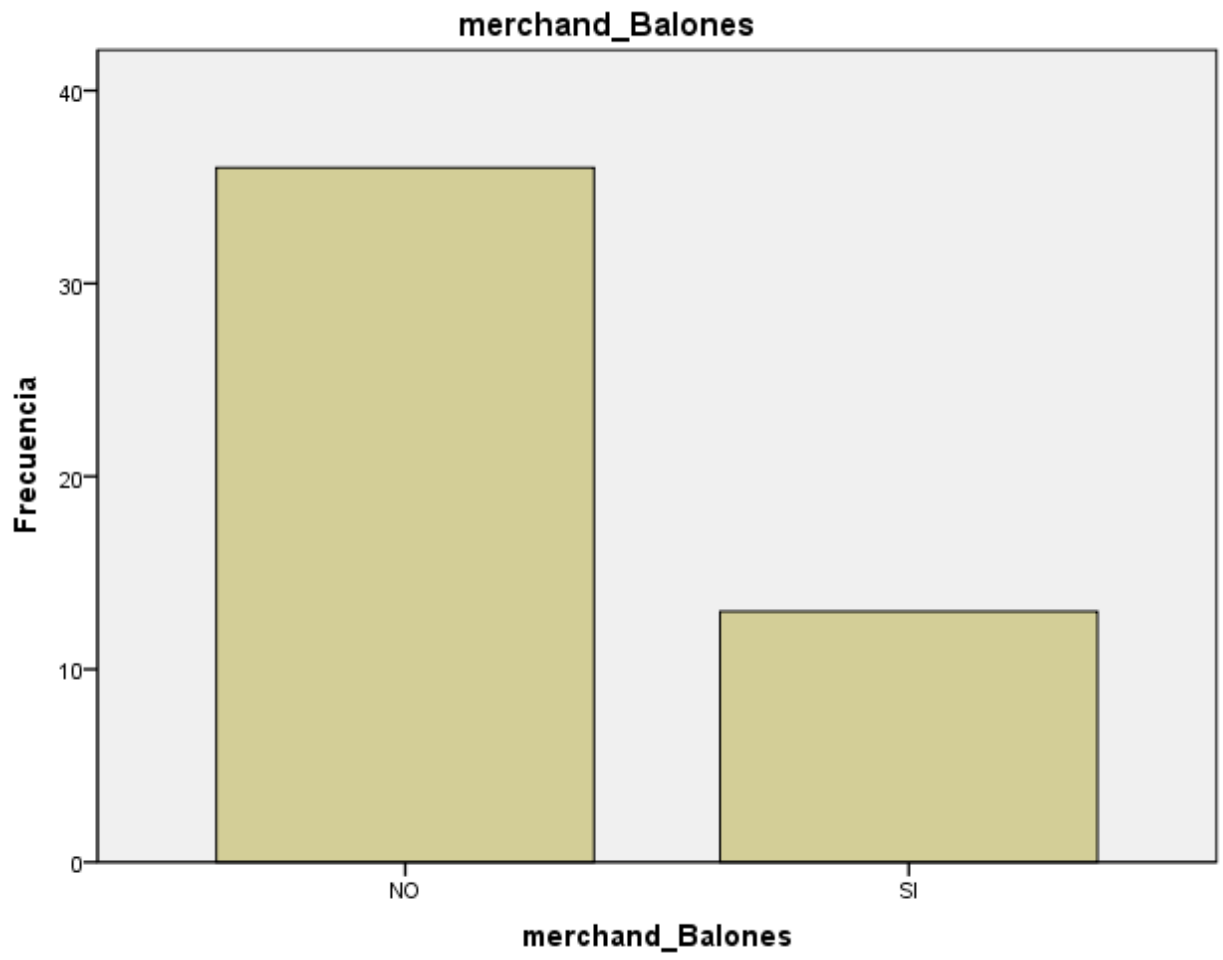


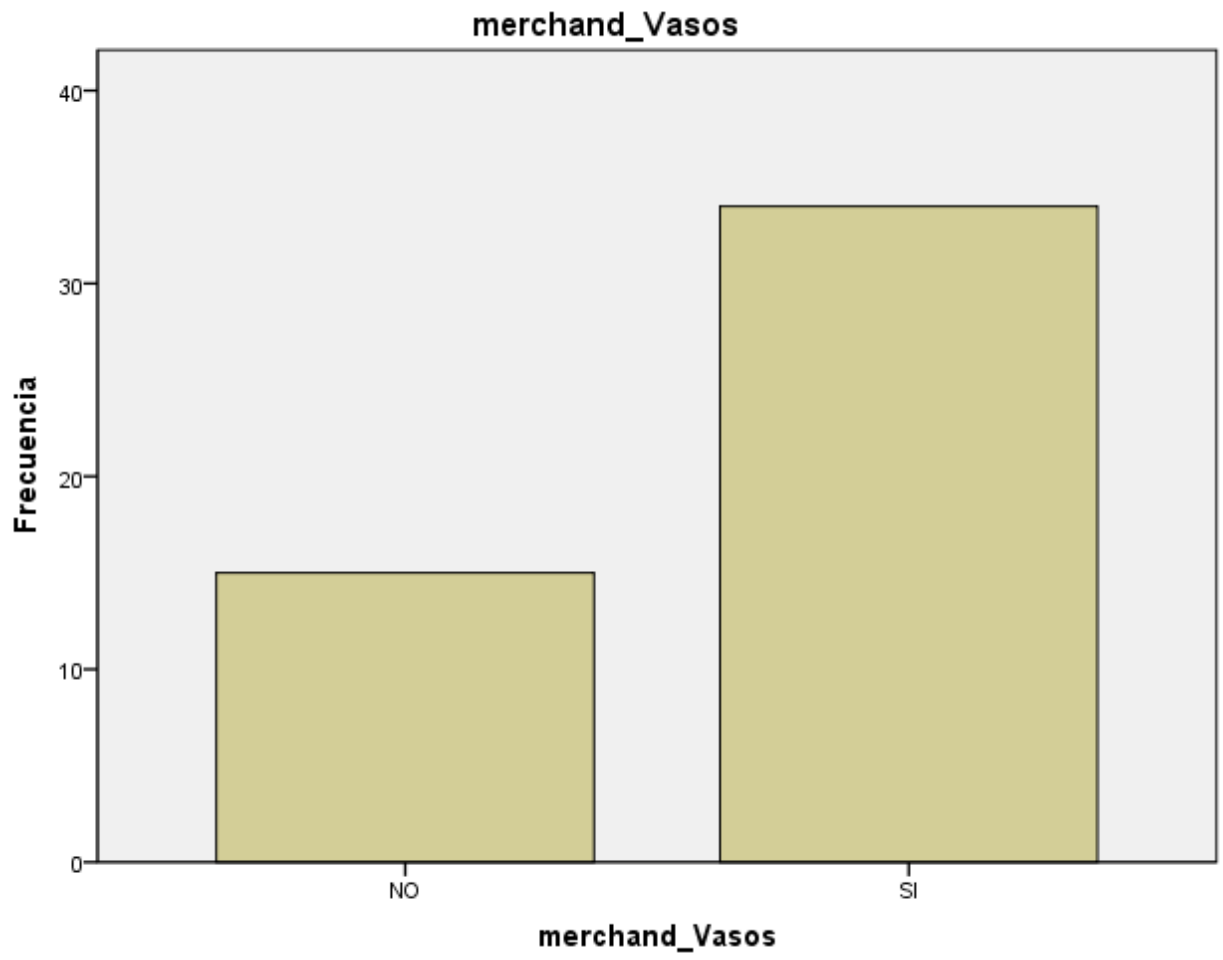


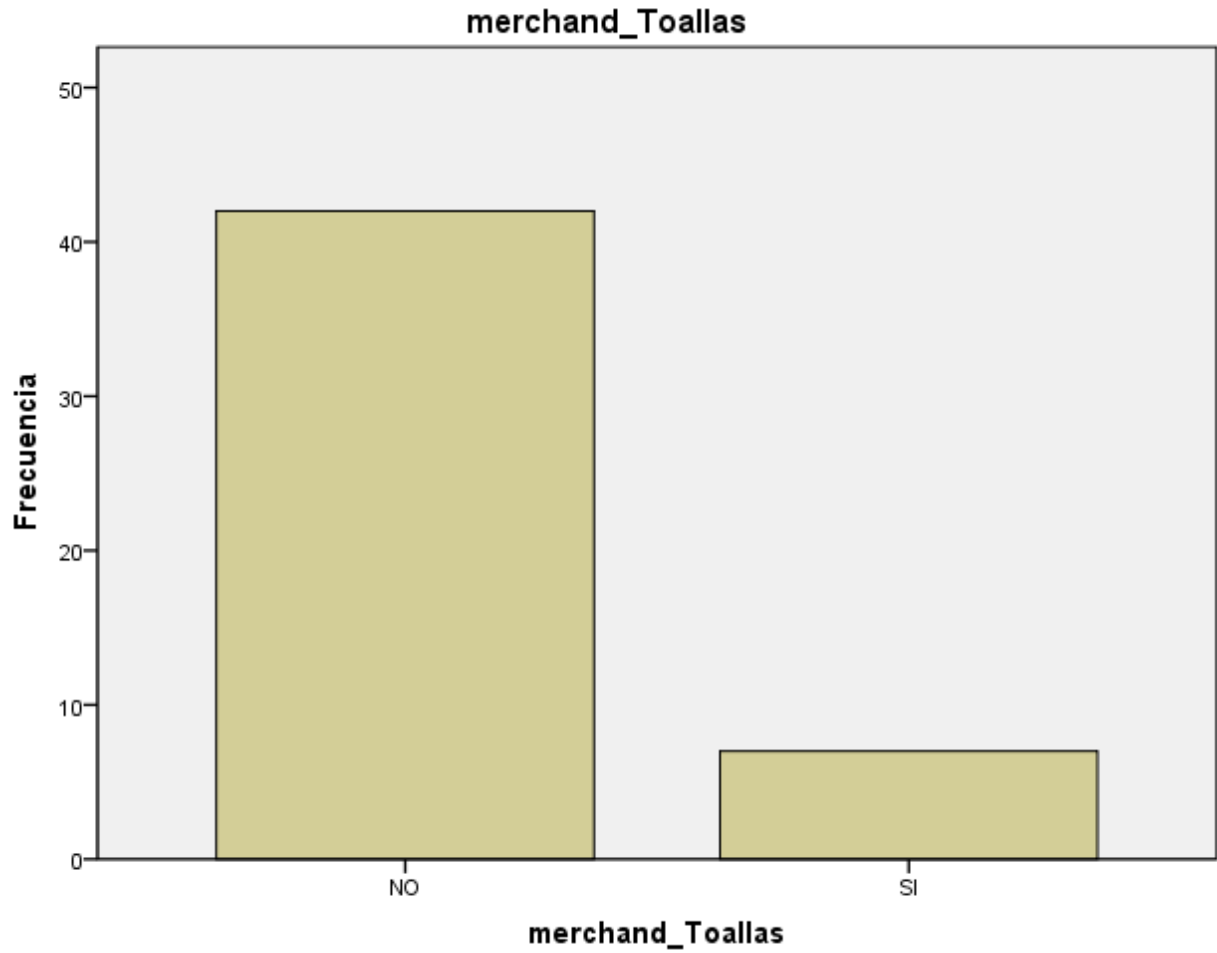












```
FREQUENCIES VARIABLES=etiqueta_aguila etiqueta_Colores etiqueta_Diseños  
etiqueta_Mundo etiqueta_Slogan_sin_igual etiqueta_tipo_de_letra etiqueta_Logo
```

```
/NTILES=4
```

```
/STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN
```

```
/BARCHART FREQ
```

```
/ORDER=ANALYSIS.
```

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 22:33:32 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |

| | | |
|----------|----------------------|--|
| Sintaxis | | <pre> FREQUENCIES VARIABLES=etiqueta_aguila etiqueta_Colores etiqueta_Diseños etiqueta_Mundo etiqueta_Slogan_sin_igual etiqueta_tipo_de_letra etiqueta_Logo /NTILES=4 /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN /BARChart FREQ /ORDER=ANALYSIS. </pre> |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:01,576 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:01,631 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Estadísticos

| | | etiqueta_aguil a | etiqueta_Color es | etiqueta_Diseñ os | etiqueta_Mun do |
|---|----------|---------------------|----------------------|----------------------|--------------------|
| N | Válidos | 49 | 49 | 49 | 49 |
| | Perdidos | 0 | 0 | 0 | 0 |

| | | | | | |
|-------------|----|------|------|------|------|
| Media | | ,88 | ,82 | ,22 | ,08 |
| Mediana | | 1,00 | 1,00 | ,00 | ,00 |
| Desv. típ. | | ,331 | ,391 | ,422 | ,277 |
| Varianza | | ,110 | ,153 | ,178 | ,077 |
| Percentiles | 25 | 1,00 | 1,00 | ,00 | ,00 |
| | 50 | 1,00 | 1,00 | ,00 | ,00 |
| | 75 | 1,00 | 1,00 | ,00 | ,00 |

Estadísticos

| | | etiqueta_Sloga n_sin_igual | etiqueta_tipo_ de_letra | etiqueta_Logo |
|-------------|----------|-------------------------------|----------------------------|---------------|
| N | Válidos | 49 | 49 | 49 |
| | Perdidos | 0 | 0 | 0 |
| Media | | ,37 | ,14 | ,20 |
| Mediana | | ,00 | ,00 | ,00 |
| Desv. típ. | | ,487 | ,354 | ,407 |
| Varianza | | ,237 | ,125 | ,166 |
| Percentiles | 25 | ,00 | ,00 | ,00 |
| | 50 | ,00 | ,00 | ,00 |
| | 75 | 1,00 | ,00 | ,00 |

Tabla de frecuencia

etiqueta_aguila

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válidos | NO | 6 | 12,2 | 12,2 | 12,2 |
| | SI | 43 | 87,8 | 87,8 | 100,0 |
| | Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

etiqueta_Colores

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válidos | NO | 9 | 18,4 | 18,4 | 18,4 |
| | SI | 40 | 81,6 | 81,6 | 100,0 |
| | Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

etiqueta_Diseños

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|----|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válidos | NO | 38 | 77,6 | 77,6 | 77,6 |

| | | | | |
|-------|----|-------|-------|-------|
| SI | 11 | 22,4 | 22,4 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

etiqueta_Mundo

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos NO | 45 | 91,8 | 91,8 | 91,8 |
| SI | 4 | 8,2 | 8,2 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

etiqueta_Slogan_sin_igual

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos NO | 31 | 63,3 | 63,3 | 63,3 |
| SI | 18 | 36,7 | 36,7 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

etiqueta_tipo_de_letra

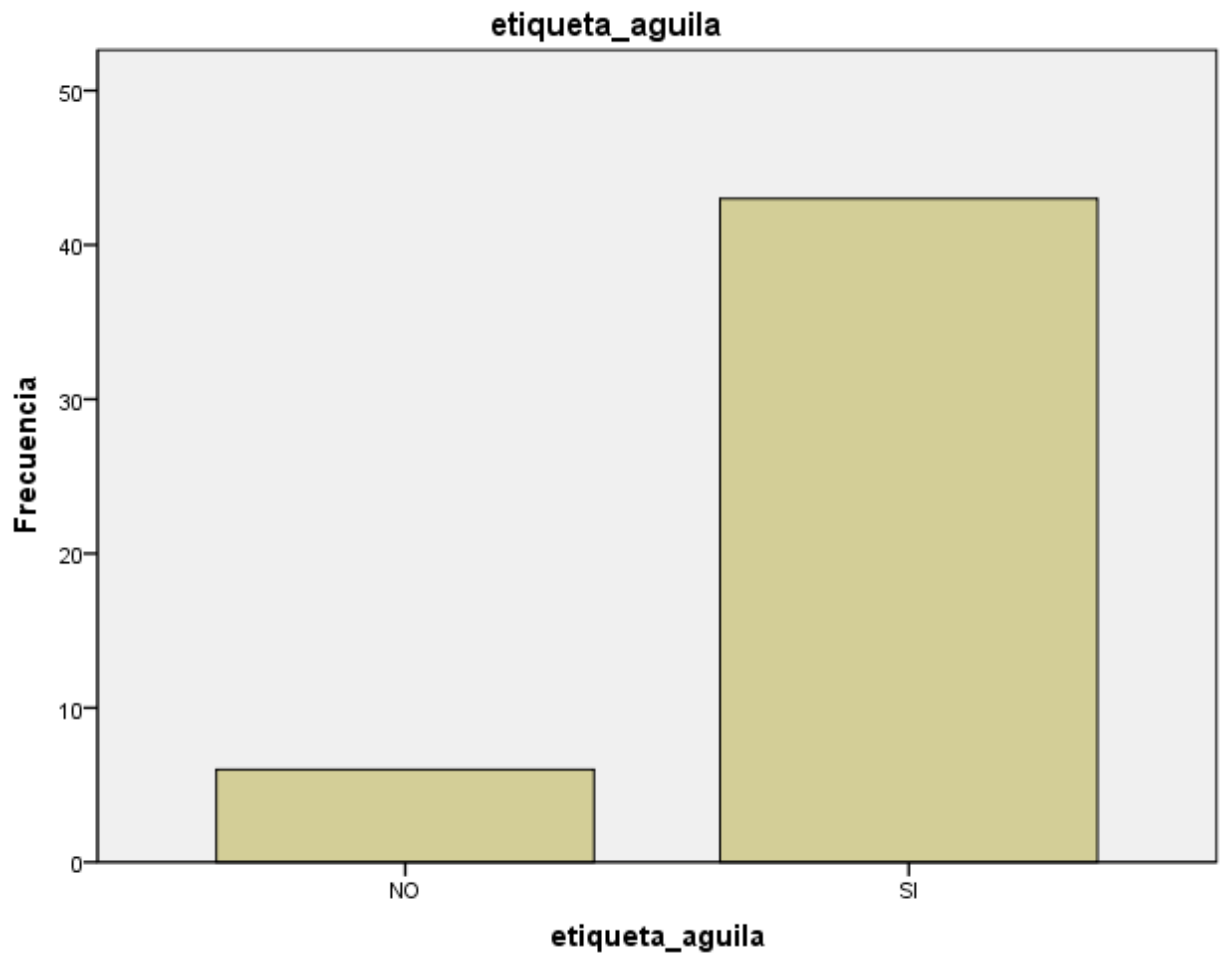
| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--|------------|------------|-------------------|----------------------|
|--|------------|------------|-------------------|----------------------|

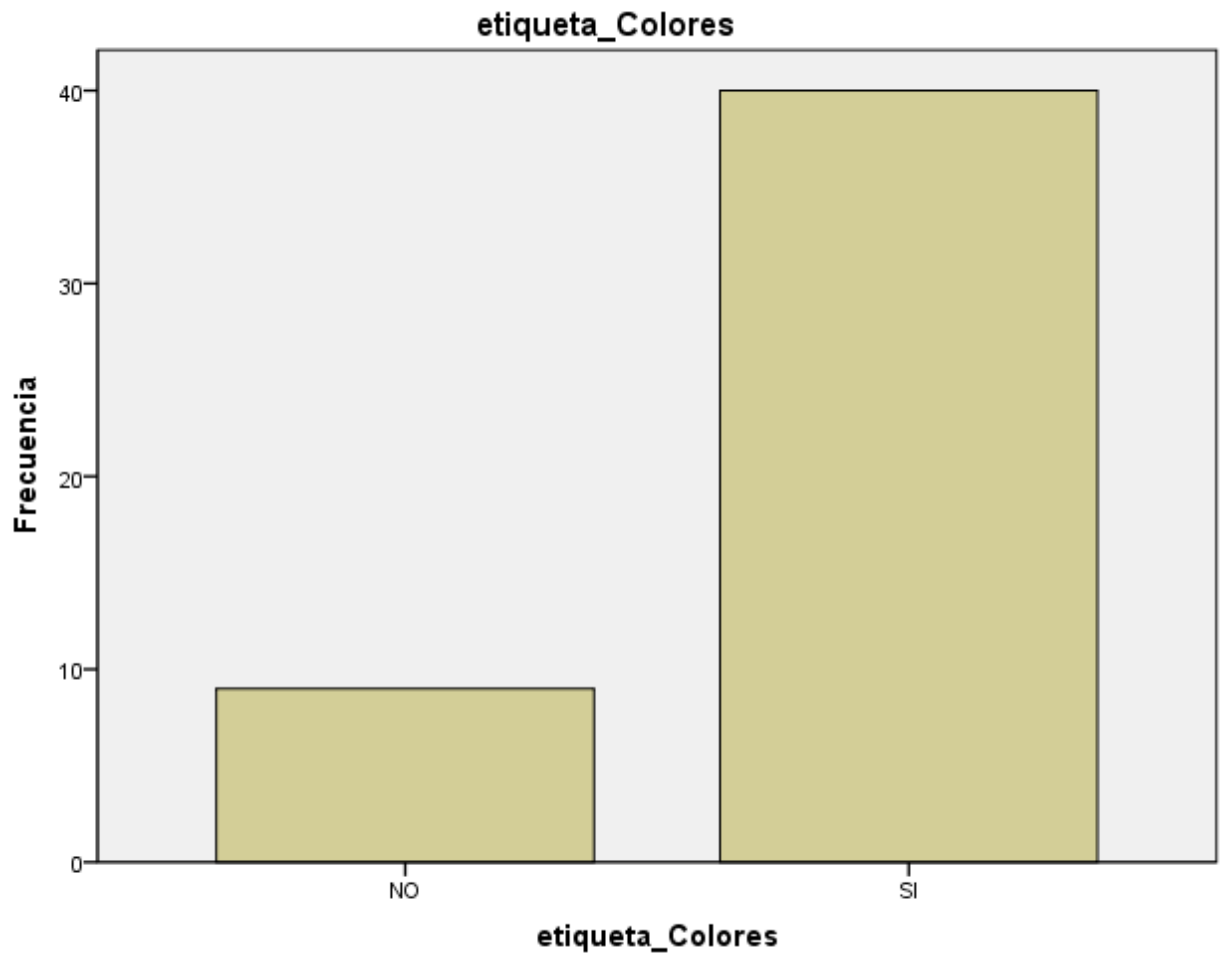
| | | | | | |
|---------|-------|----|-------|-------|-------|
| Válidos | NO | 42 | 85,7 | 85,7 | 85,7 |
| | SI | 7 | 14,3 | 14,3 | 100,0 |
| | Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

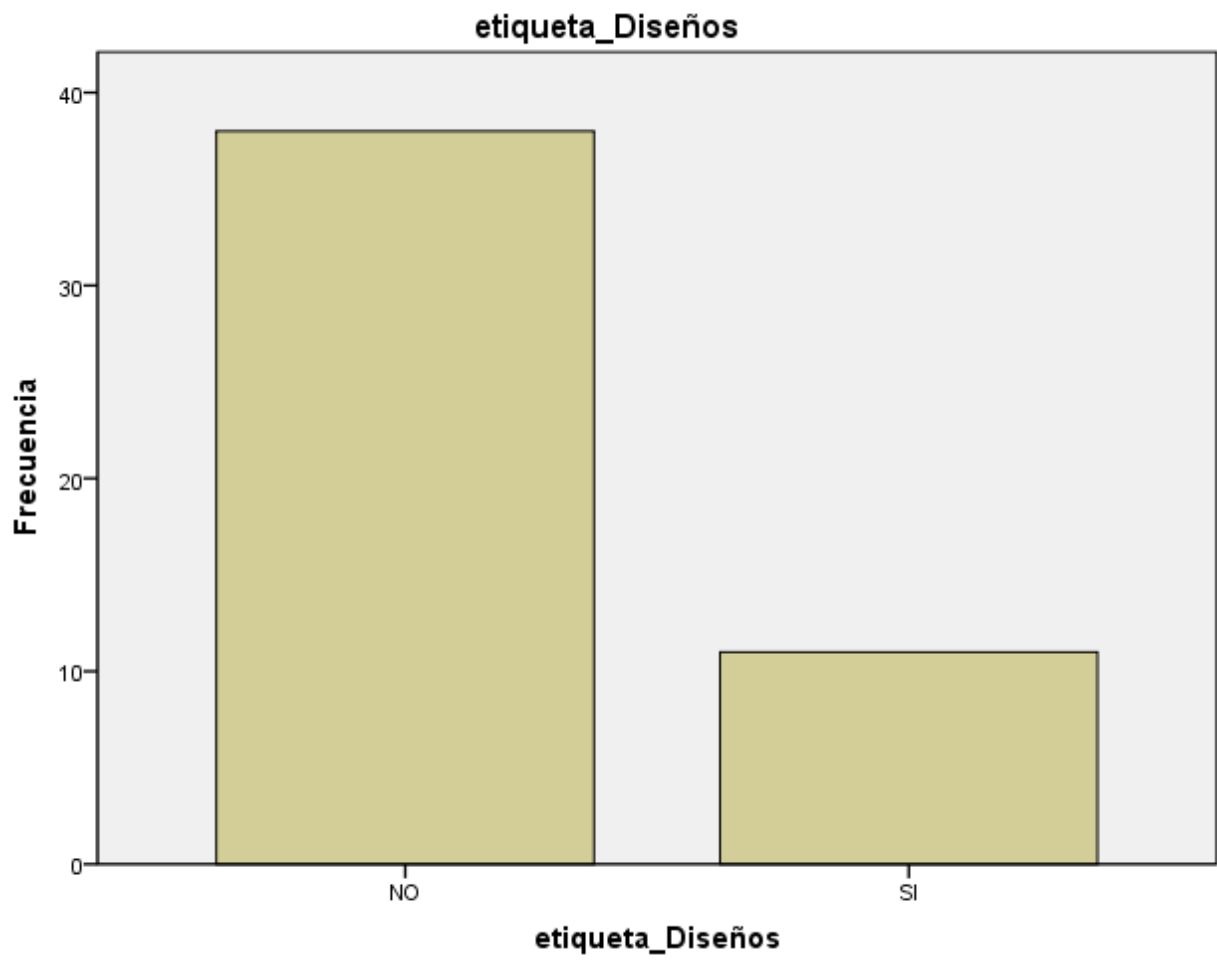
etiqueta_Logo

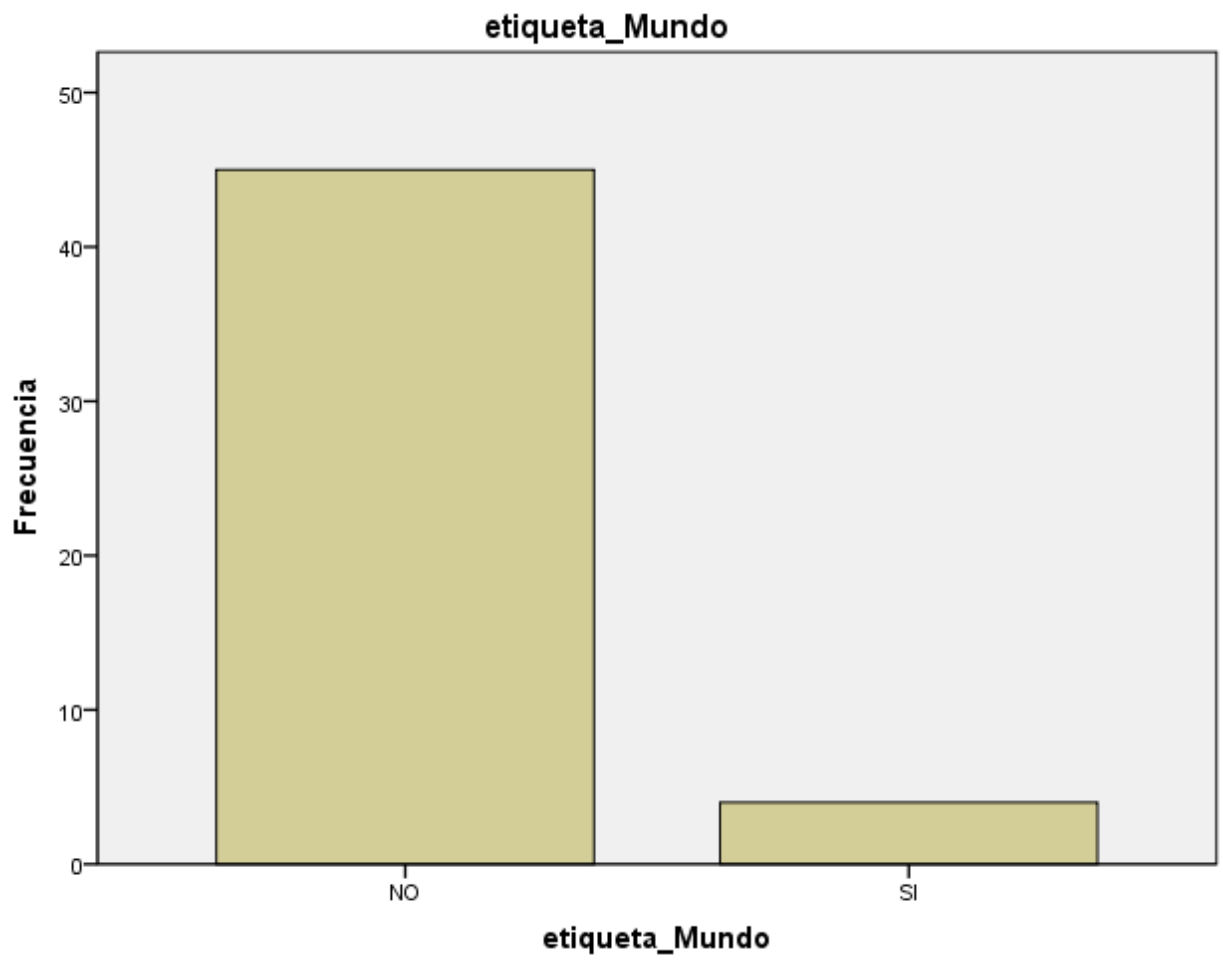
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válidos | NO | 39 | 79,6 | 79,6 | 79,6 |
| | SI | 10 | 20,4 | 20,4 | 100,0 |
| | Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

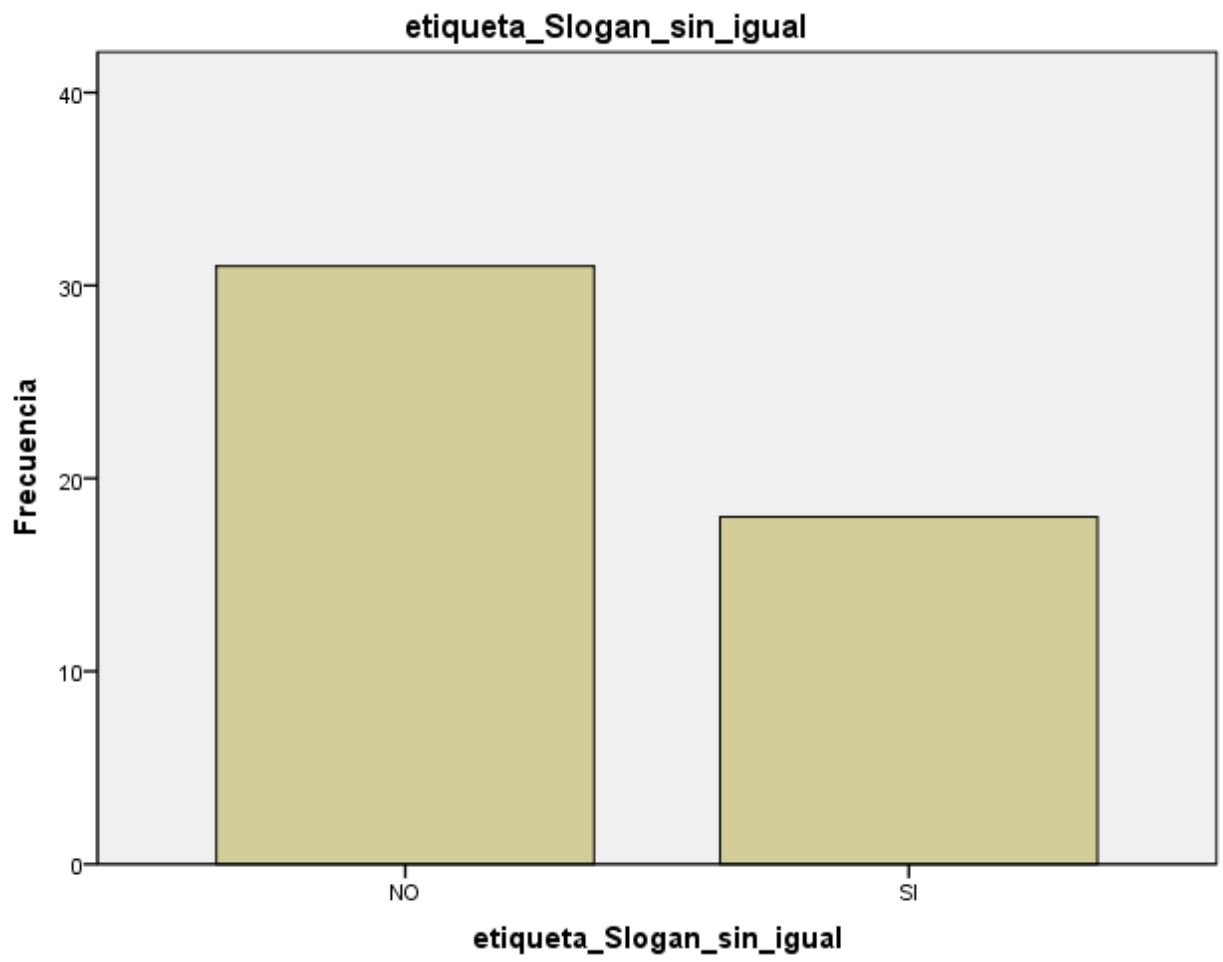
Gráfico de barras

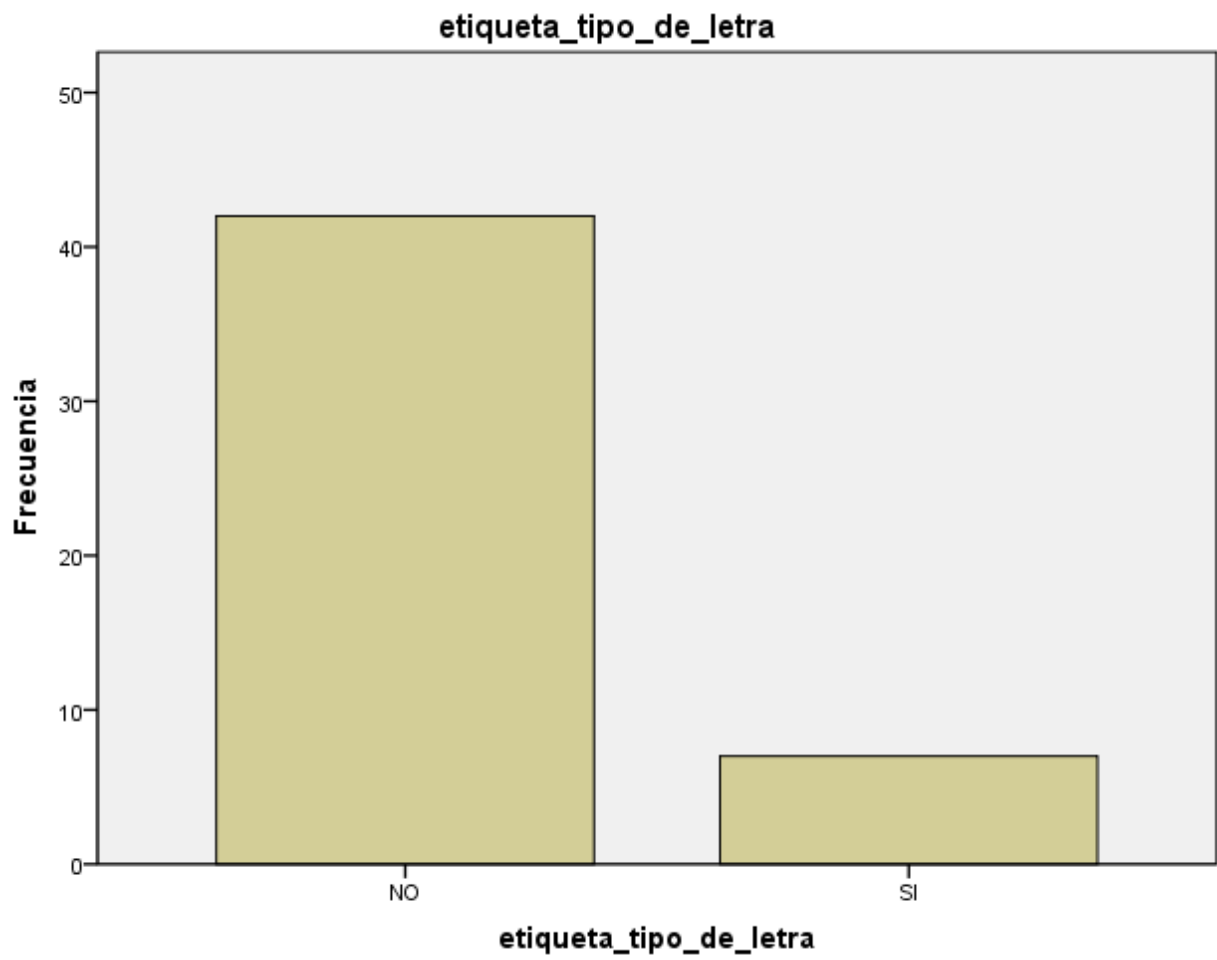


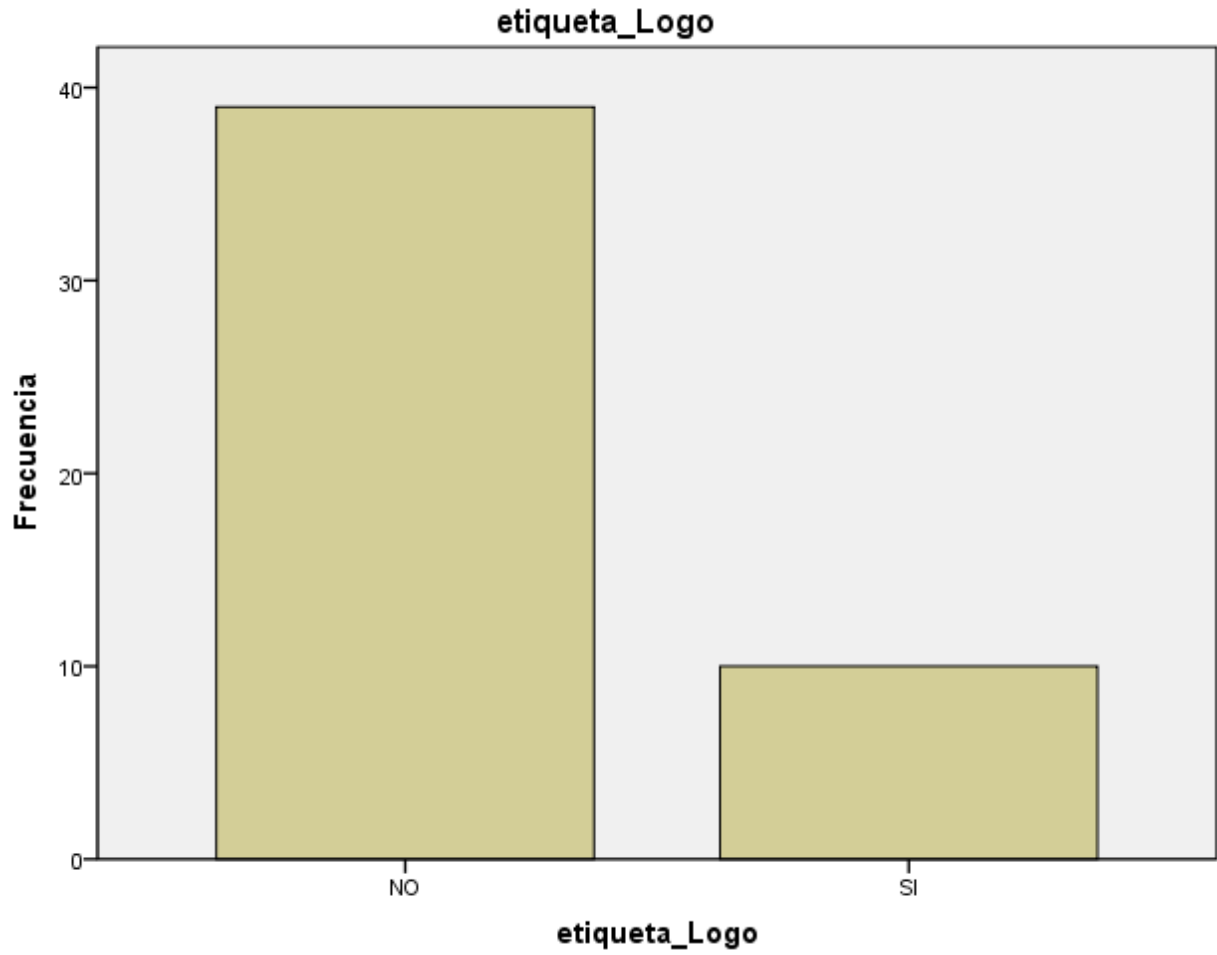












```
FREQUENCIES VARIABLES=slogan
```

```
/NTILES=4
```

```
/STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN
```

```
/BARCHART FREQ
```

```
/ORDER=ANALYSIS.
```

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 22:33:50 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |

| | | |
|----------|---|-----------------|
| Sintaxis | <pre> FREQUENCIES VARIABLES=slogan /NTILES=4 /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN /BARCHART FREQ /ORDER=ANALYSIS. </pre> | |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,250 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,343 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Estadísticos

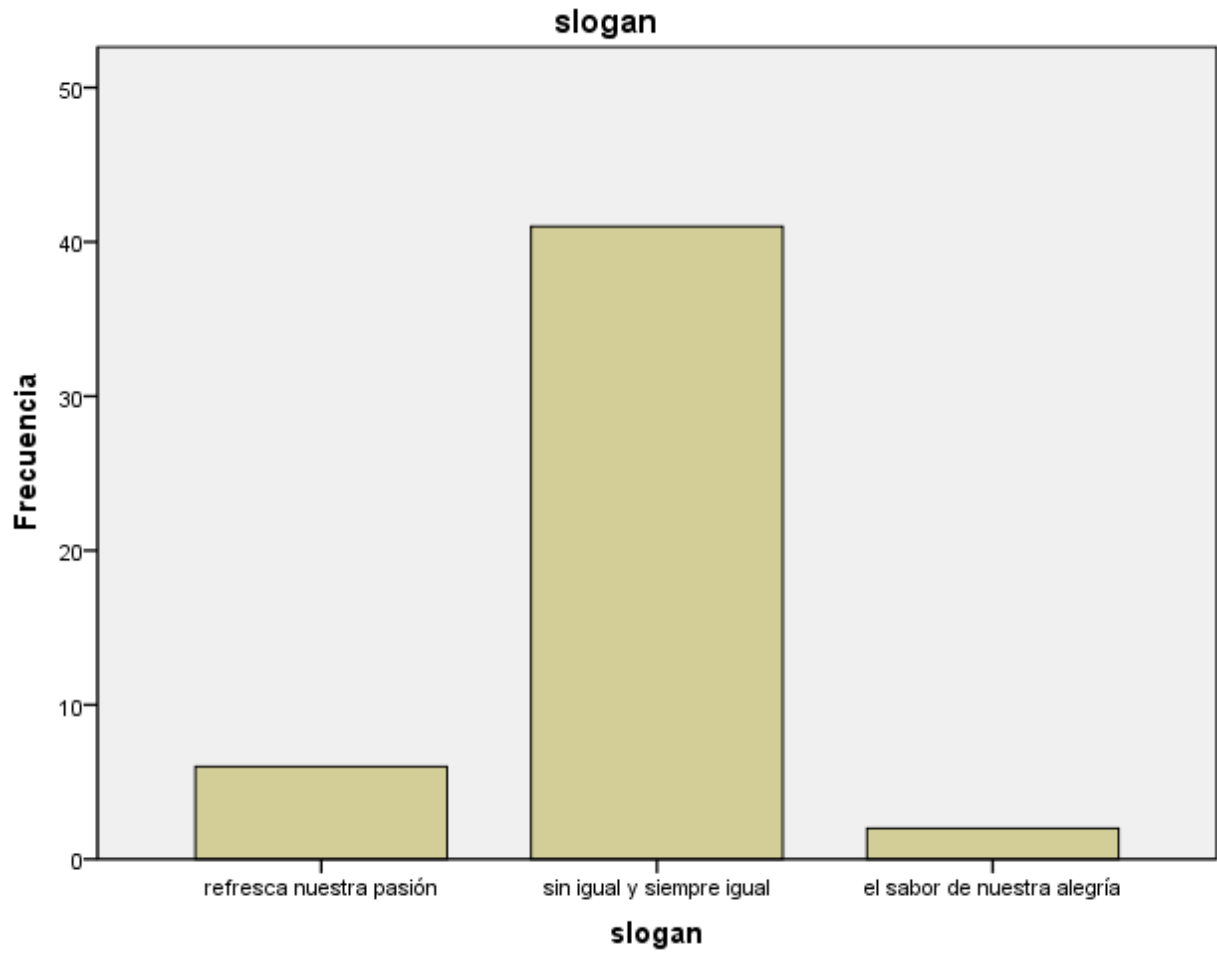
slogan

| | | |
|------------|----------|------|
| N | Válidos | 49 |
| | Perdidos | 0 |
| Media | | 1,92 |
| Mediana | | 2,00 |
| Desv. típ. | | ,400 |
| Varianza | | ,160 |

| | | |
|-------------|----|------|
| Percentiles | 25 | 2,00 |
| | 50 | 2,00 |
| | 75 | 2,00 |

slogan

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos refresca nuestra pasión | 6 | 12,2 | 12,2 | 12,2 |
| sin igual y siempre igual | 41 | 83,7 | 83,7 | 95,9 |
| el sabor de nuestra alegría | 2 | 4,1 | 4,1 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |



FRECUENCIES VARIABLES=Skus_consumo

/NTILES=4

/STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN

/BARCHART FREQ

/ORDER=ANALYSIS.

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 22:34:13 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |

| | | |
|----------|---|-----------------|
| Sintaxis | <pre> FREQUENCIES VARIABLES=Skus_consumo /NTILES=4 /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN /BARCHART FREQ /ORDER=ANALYSIS. </pre> | |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,234 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,272 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Estadísticos

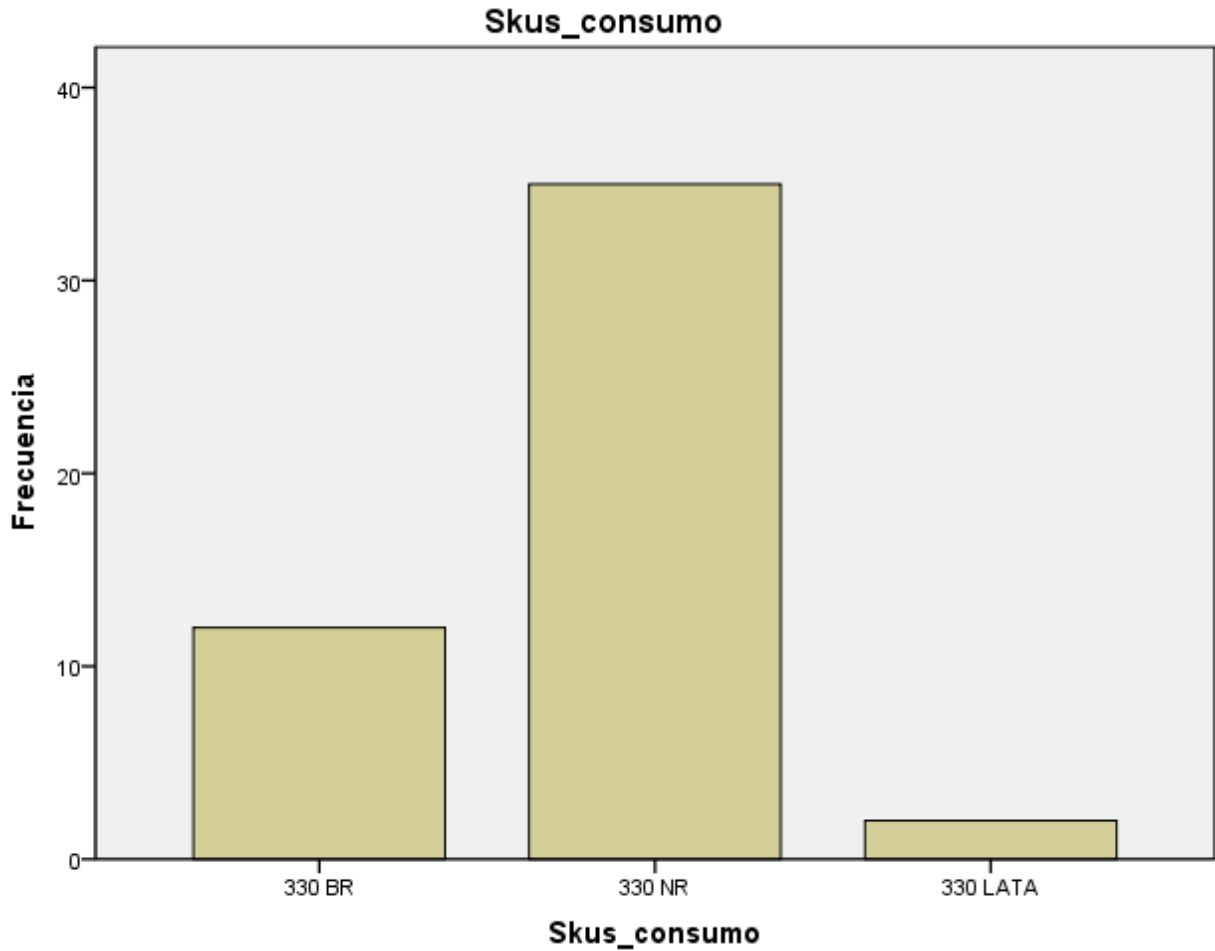
Skus_consumo

| | | |
|------------|----------|------|
| N | Válidos | 49 |
| | Perdidos | 0 |
| Media | | 1,80 |
| Mediana | | 2,00 |
| Desv. típ. | | ,499 |
| Varianza | | ,249 |

| | | |
|-------------|----|------|
| Percentiles | 25 | 1,50 |
| | 50 | 2,00 |
| | 75 | 2,00 |

Skus_consumo

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 330 BR | 12 | 24,5 | 24,5 | 24,5 |
| 330 NR | 35 | 71,4 | 71,4 | 95,9 |
| 330 LATA | 2 | 4,1 | 4,1 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |



FRECUENCIES VARIABLES=patrocinio_san_pedro patrocinio_chicas_aguila
 patrocinio_carnaval_de_Bquilla patrocinio_comuneros patrocinio_feria_de_las_flores
 patrocinio_fest_turist_Girardot patrocinio_partidos_de_la_selección
 patrocinio_festival_de_la_cerveza

patrocinio_Eventos_de_barrio patrocinio_conciertos

/NTILES=4

/STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN

/BARCHART FREQ

/ORDER=ANALYSIS.

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 22:34:35 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |

| | | |
|----------|---|-----------------|
| Sintaxis | <pre> FREQUENCIES VARIABLES=patrocinio_san_ped ro patrocinio_chicas_aguila patrocinio_carnaval_de_Bquilla patrocinio_comuneros patrocinio_feria_de_las_flores patrocinio_fest_turist_Girardot patrocinio_partidos_de_la_selecció n patrocinio_festival_de_la_cerveza patrocinio_Eventos_de_barrio patrocinio_conciertos /NTILES=4 /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN /BARChart FREQ /ORDER=ANALYSIS. </pre> | |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:02,278 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:02,392 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Estadísticos

| | | patrocinio_san _pedro | patrocinio_chi cas_aguila | patrocinio_car naval_de_Bqu illa | patrocinio_co muneros |
|-------------|----------|--------------------------|------------------------------|--|--------------------------|
| N | Válidos | 49 | 49 | 49 | 49 |
| | Perdidos | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Media | | ,16 | ,08 | ,37 | ,02 |
| Mediana | | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 |
| Desv. típ. | | ,373 | ,277 | ,487 | ,143 |
| Varianza | | ,139 | ,077 | ,237 | ,020 |
| Percentiles | 25 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 |
| | 50 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 |
| | 75 | ,00 | ,00 | 1,00 | ,00 |

Estadísticos

| | | patrocinio_feri a_de_las_flore s | patrocinio_fest _turist_Girard ot | patrocinio_par tidos_de_la_se lección | patrocinio_fes tival_de_la_ce rveza |
|-------------|----------|--|---|---|---|
| N | Válidos | 49 | 49 | 49 | 49 |
| | Perdidos | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Media | | ,02 | ,08 | ,65 | ,18 |
| Mediana | | ,00 | ,00 | 1,00 | ,00 |
| Desv. típ. | | ,143 | ,277 | ,481 | ,391 |
| Varianza | | ,020 | ,077 | ,231 | ,153 |
| Percentiles | 25 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 |
| | 50 | ,00 | ,00 | 1,00 | ,00 |

Estadísticos

| | | patrocinio_feria_de_las_flores | patrocinio_festividades_turistas_Girardot | patrocinio_parcos_de_la_seleccion | patrocinio_festividad_de_la_cerveza |
|-------------|----------|--------------------------------|---|-----------------------------------|-------------------------------------|
| N | Válidos | 49 | 49 | 49 | 49 |
| | Perdidos | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Media | | ,02 | ,08 | ,65 | ,18 |
| Mediana | | ,00 | ,00 | 1,00 | ,00 |
| Desv. típ. | | ,143 | ,277 | ,481 | ,391 |
| Varianza | | ,020 | ,077 | ,231 | ,153 |
| Percentiles | 25 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 |
| | 50 | ,00 | ,00 | 1,00 | ,00 |
| | 75 | ,00 | ,00 | 1,00 | ,00 |

Estadísticos

| | | patrocinio_Eventos_de_barrio | patrocinio_conciertos |
|-------------|----------|------------------------------|-----------------------|
| N | Válidos | 49 | 49 |
| | Perdidos | 0 | 0 |
| Media | | ,43 | ,04 |
| Mediana | | ,00 | ,00 |
| Desv. típ. | | ,500 | ,200 |
| Varianza | | ,250 | ,040 |
| Percentiles | 25 | ,00 | ,00 |

| | | |
|----|------|-----|
| 50 | ,00 | ,00 |
| 75 | 1,00 | ,00 |

Tabla de frecuencia

patrocinio_san_pedro

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos NO | 41 | 83,7 | 83,7 | 83,7 |
| SI | 8 | 16,3 | 16,3 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

patrocinio_chicas_aguila

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos NO | 45 | 91,8 | 91,8 | 91,8 |
| SI | 4 | 8,2 | 8,2 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

patrocinio_carnaval_de_Bquilla

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | NO | 31 | 63,3 | 63,3 | 63,3 |
| | SI | 18 | 36,7 | 36,7 | 100,0 |
| | Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

patrocinio_comuneros

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | NO | 48 | 98,0 | 98,0 | 98,0 |
| | SI | 1 | 2,0 | 2,0 | 100,0 |
| | Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

patrocinio_feria_de_las_flores

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|----|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | NO | 48 | 98,0 | 98,0 | 98,0 |
| | SI | 1 | 2,0 | 2,0 | 100,0 |

patrocinio_feria_de_las_flores

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos NO | 48 | 98,0 | 98,0 | 98,0 |
| SI | 1 | 2,0 | 2,0 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

patrocinio_fest_turist_Girardot

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos NO | 45 | 91,8 | 91,8 | 91,8 |
| SI | 4 | 8,2 | 8,2 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

patrocinio_partidos_de_la_selección

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos NO | 17 | 34,7 | 34,7 | 34,7 |
| SI | 32 | 65,3 | 65,3 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

patrocinio_festival_de_la_cerveza

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válidos | NO | 40 | 81,6 | 81,6 | 81,6 |
| | SI | 9 | 18,4 | 18,4 | 100,0 |
| | Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

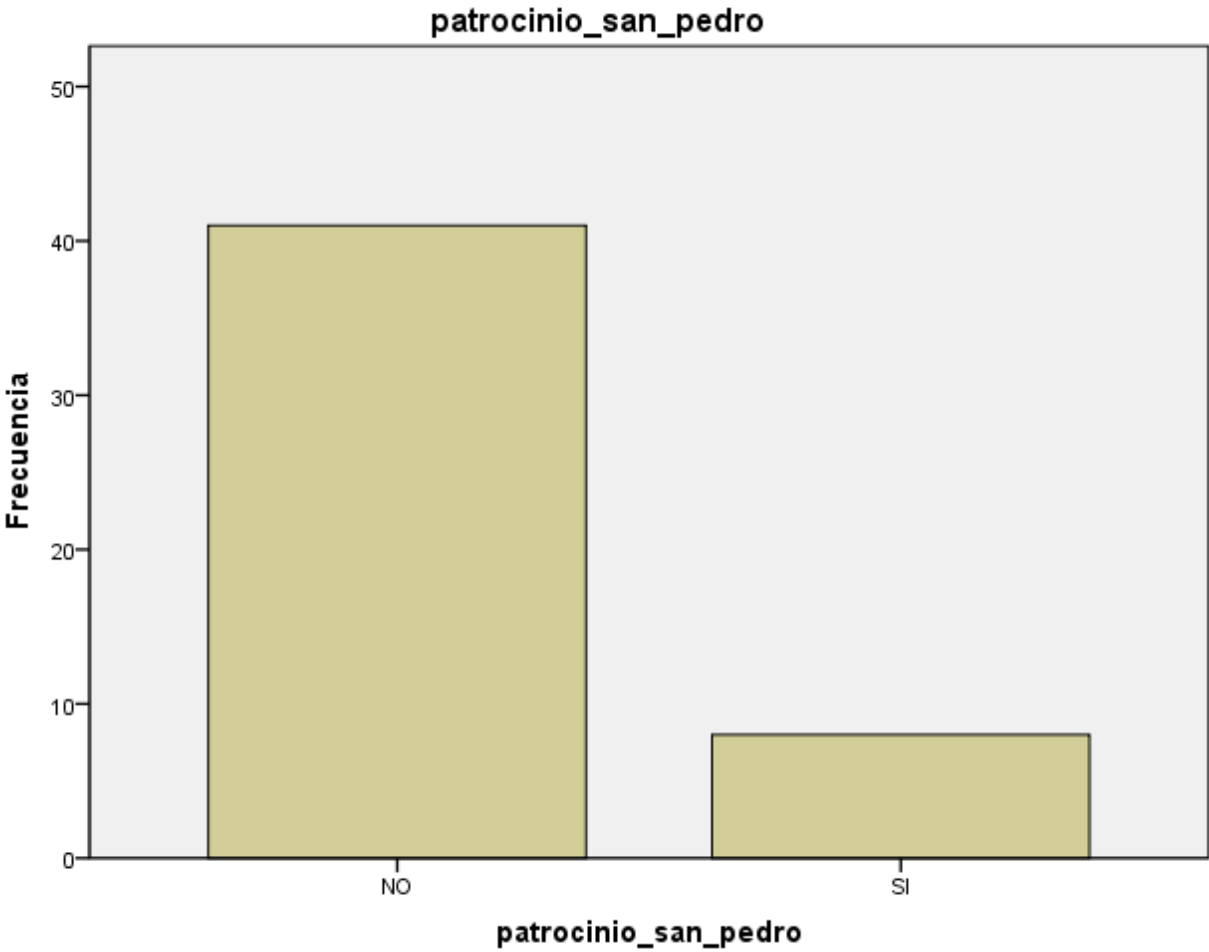
patrocinio_Eventos_de_barrio

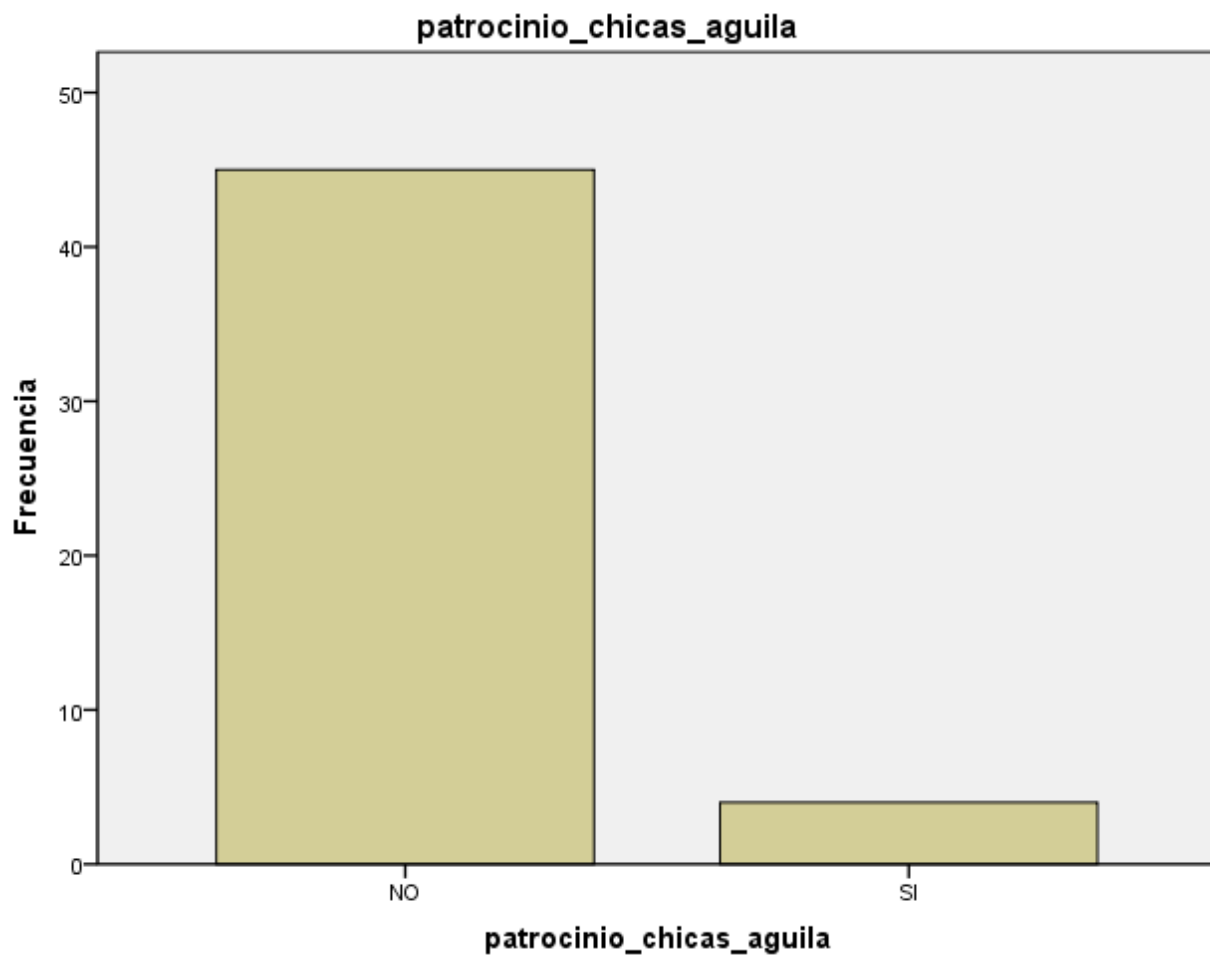
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válidos | NO | 28 | 57,1 | 57,1 | 57,1 |
| | SI | 21 | 42,9 | 42,9 | 100,0 |
| | Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

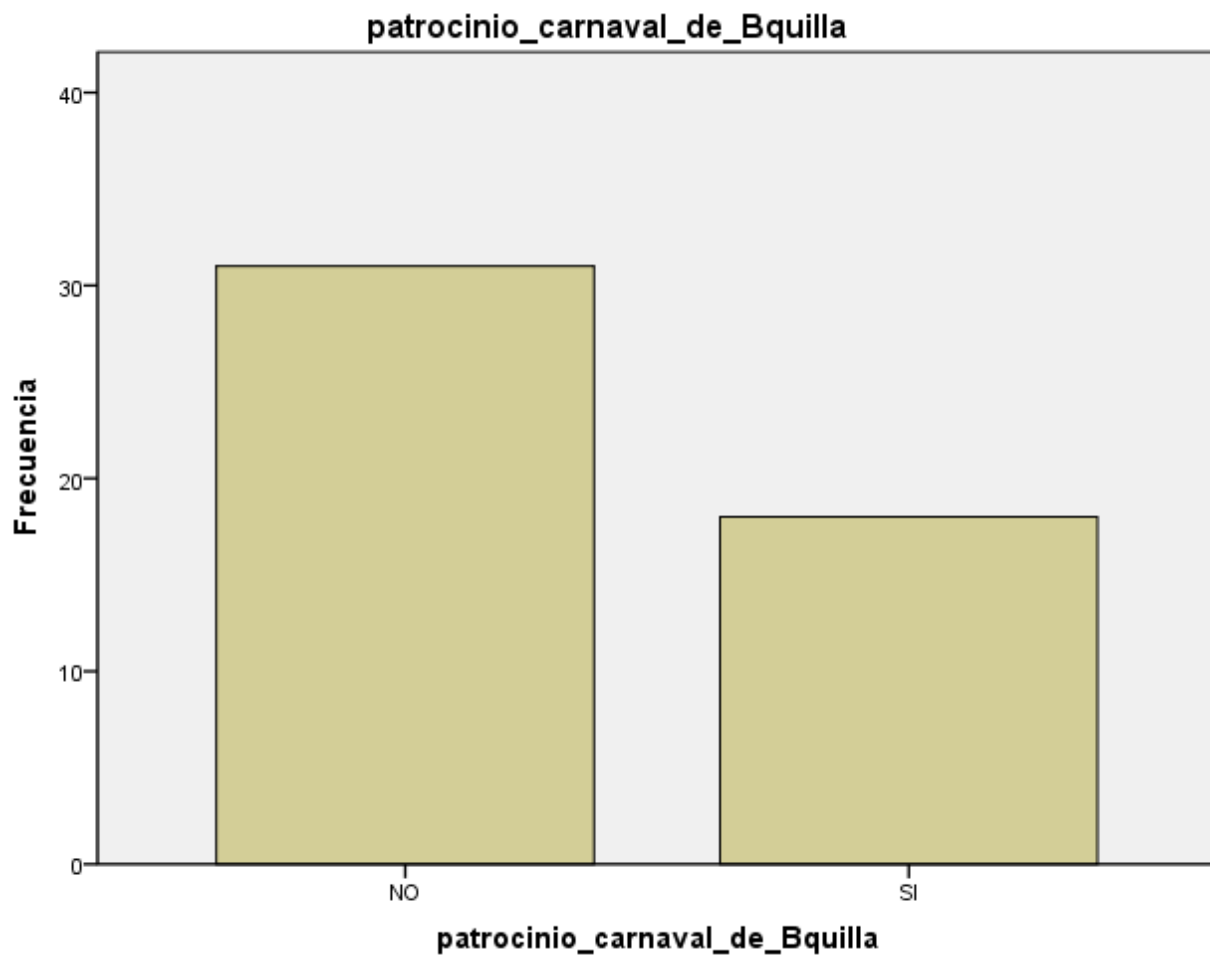
patrocinio_conciertos

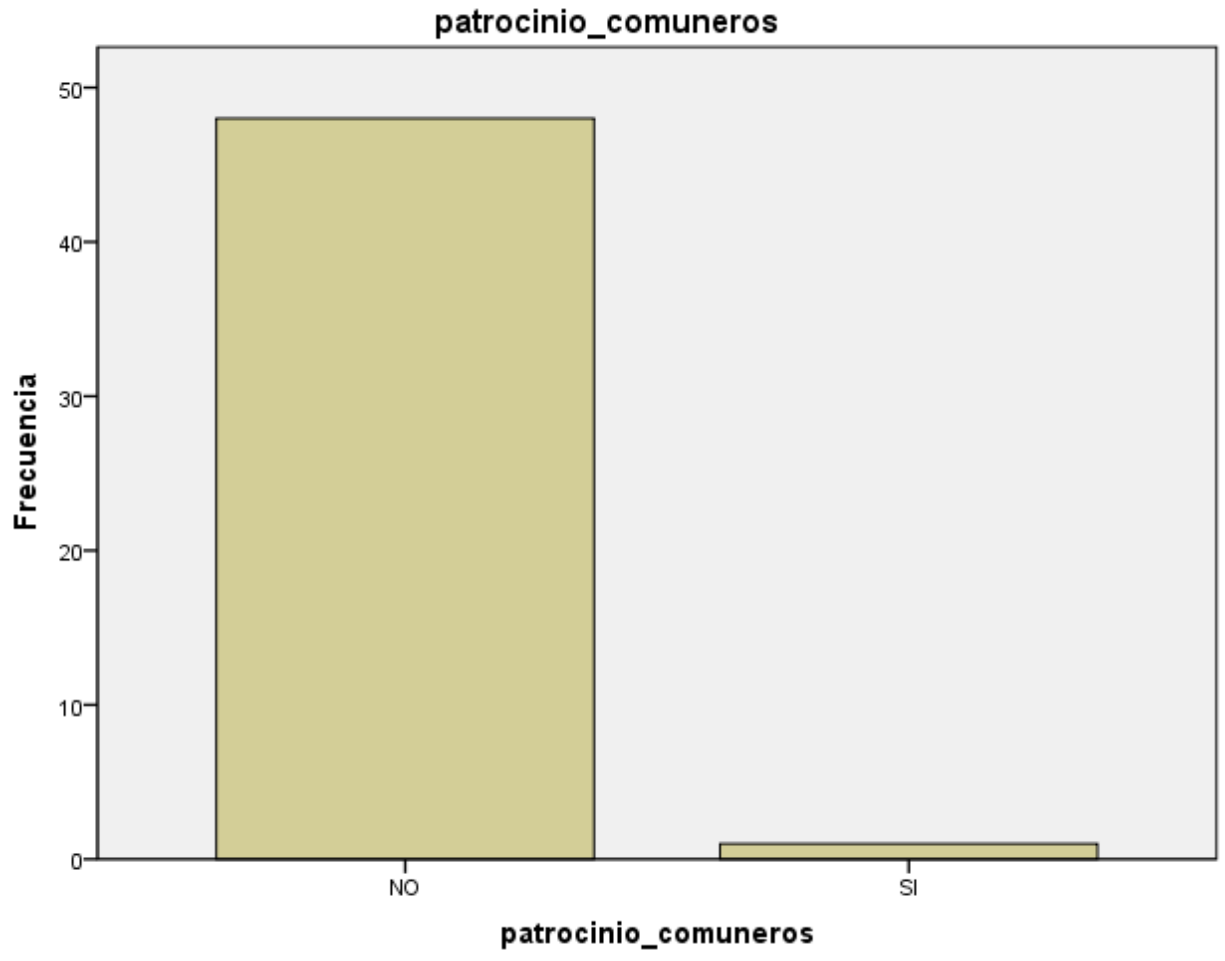
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válidos | NO | 47 | 95,9 | 95,9 | 95,9 |
| | SI | 2 | 4,1 | 4,1 | 100,0 |
| | Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

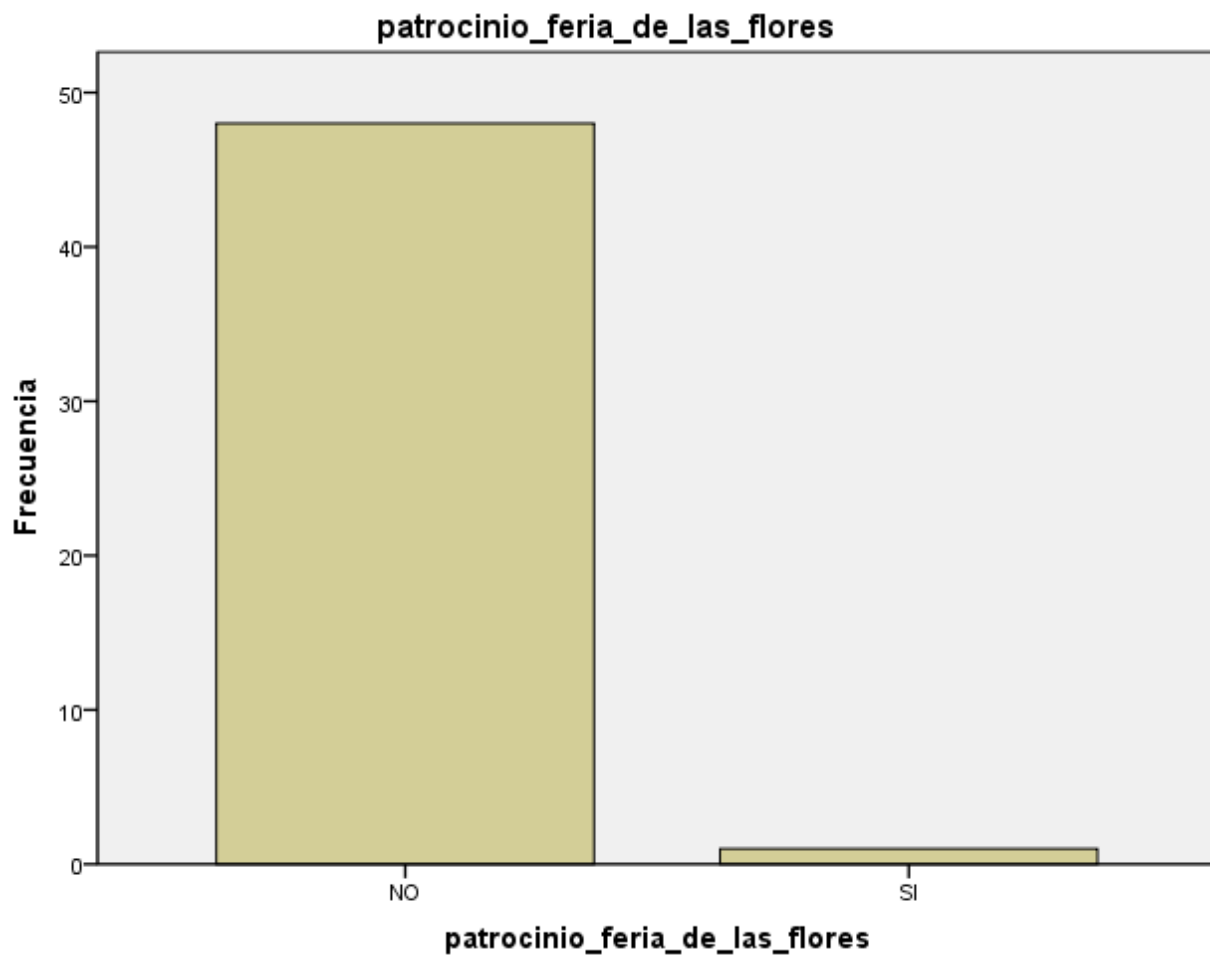
Gráfico de barras

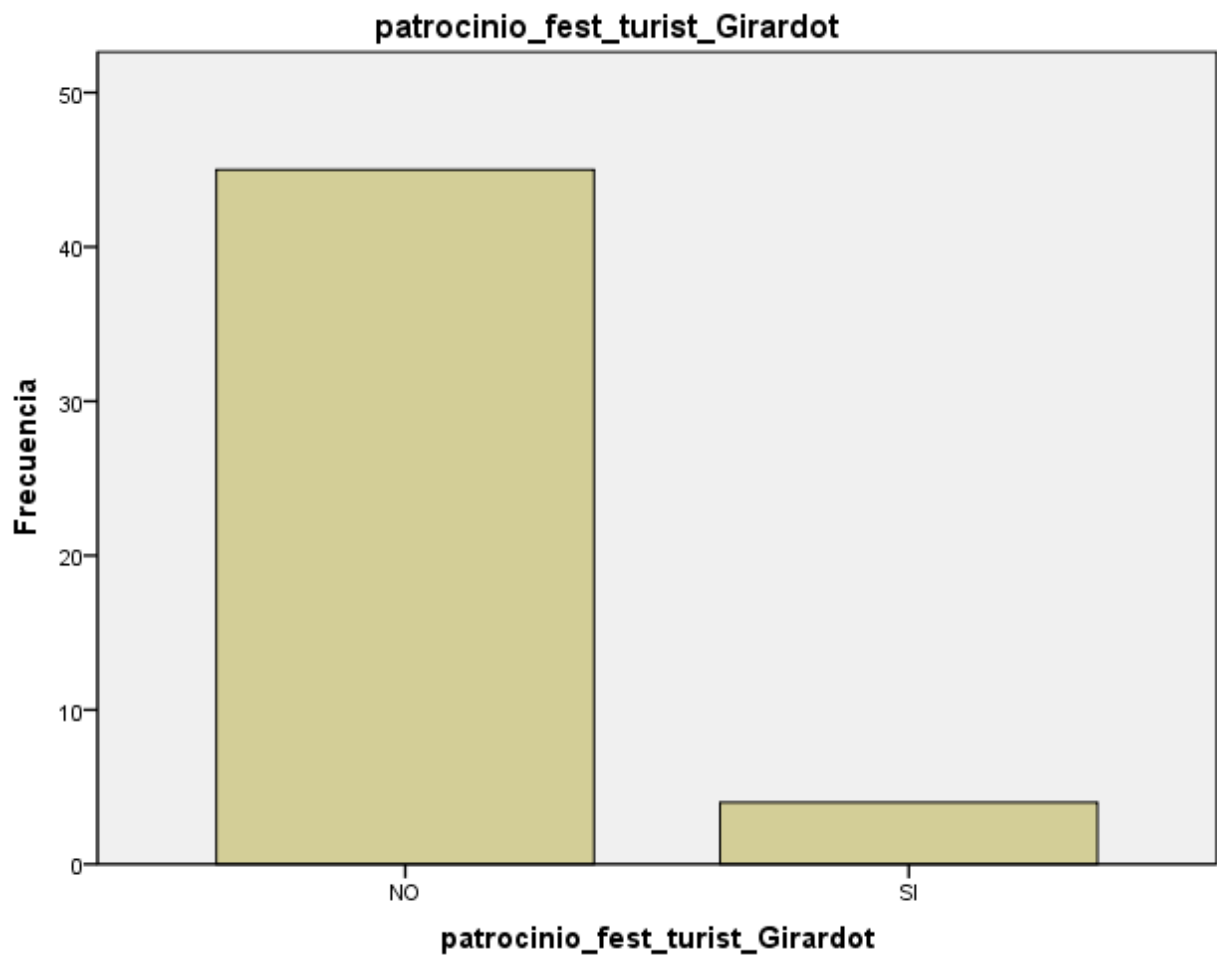


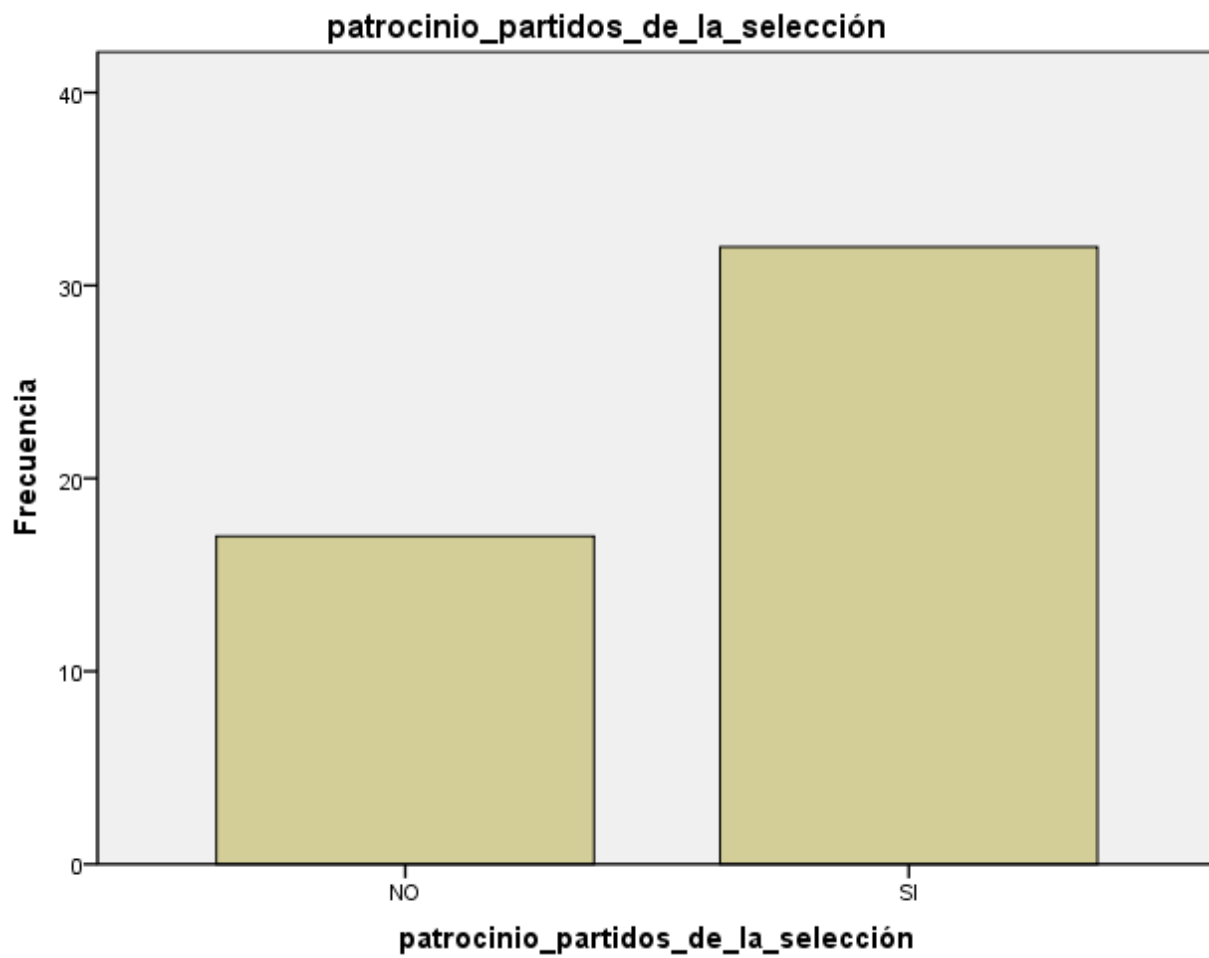


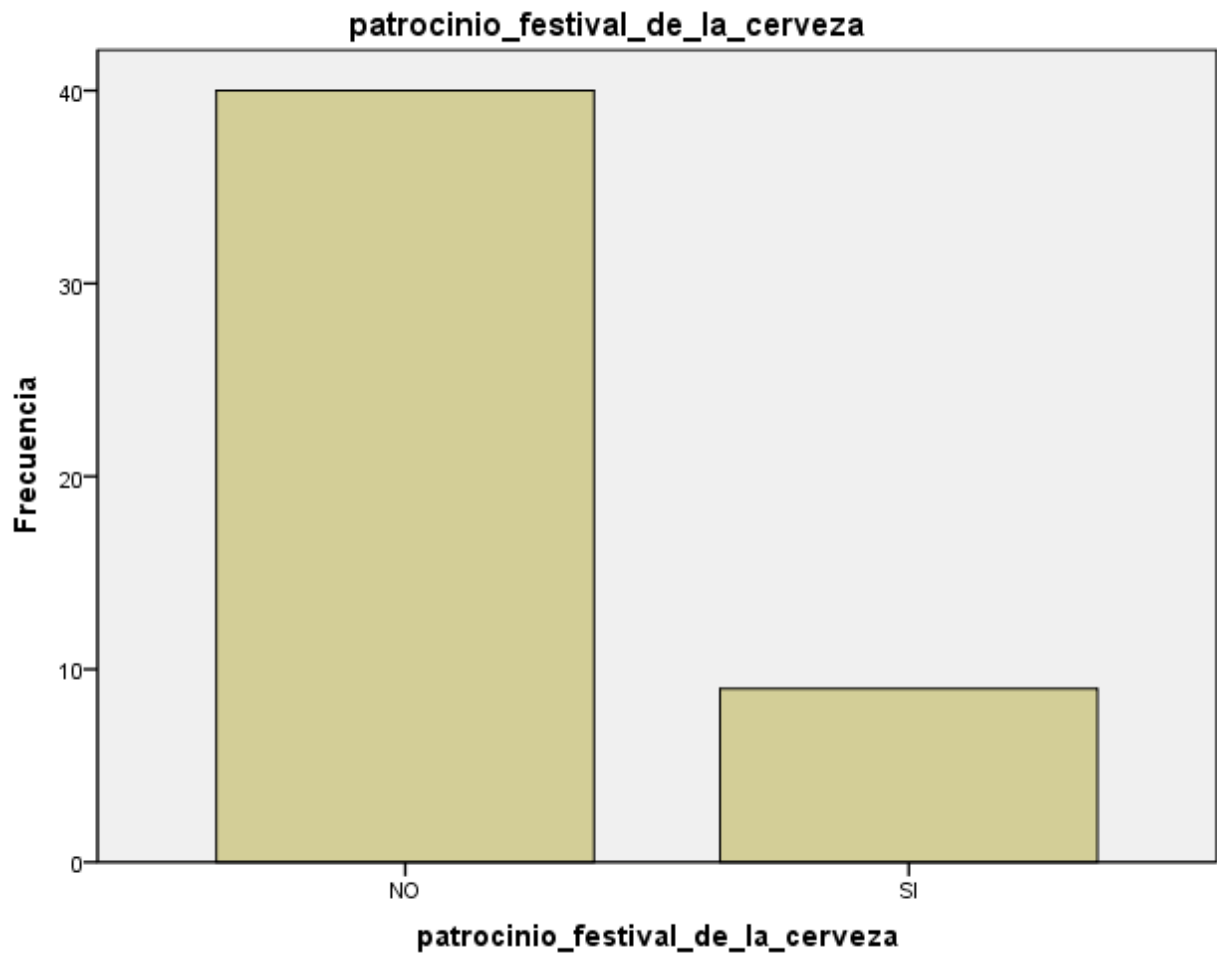


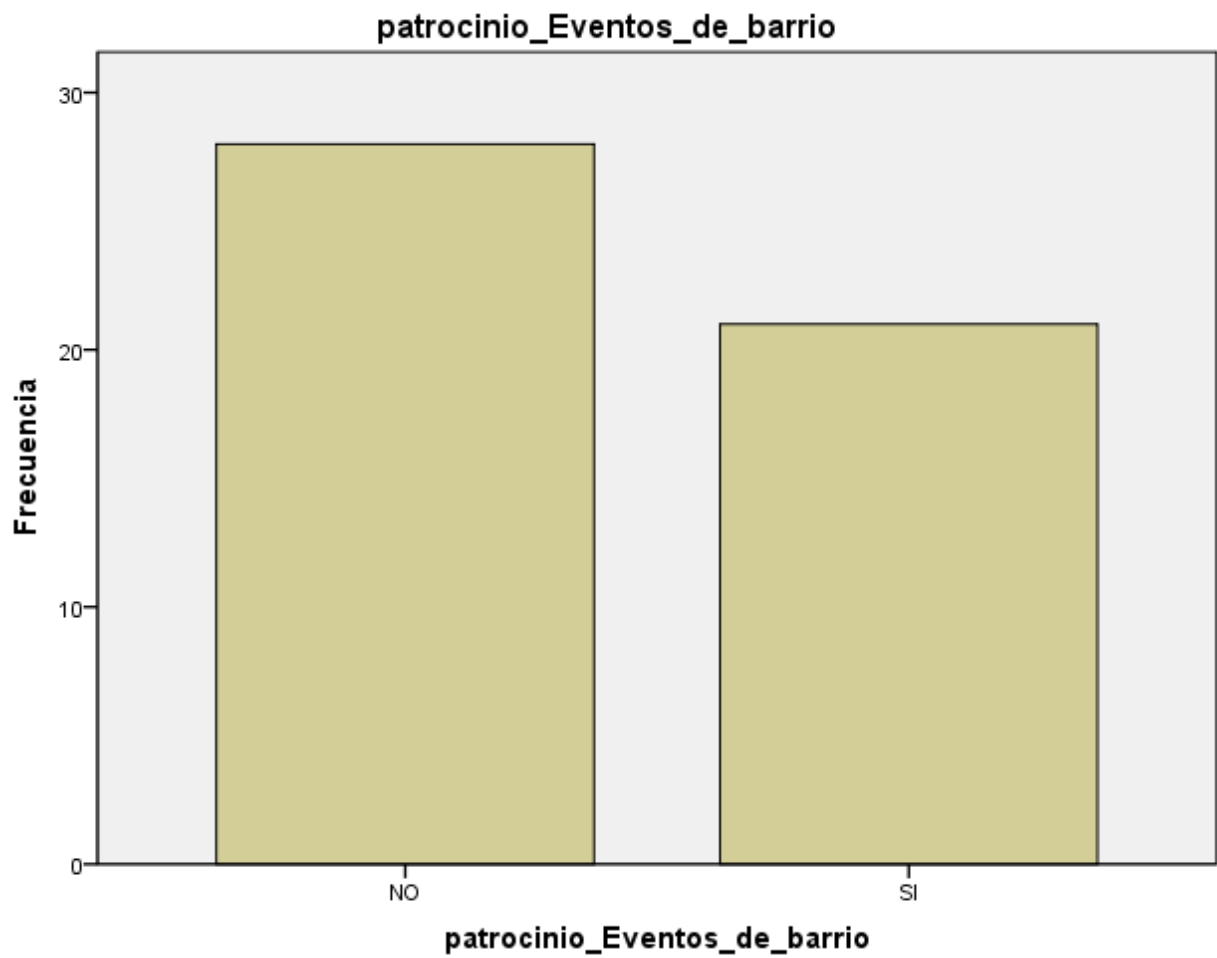


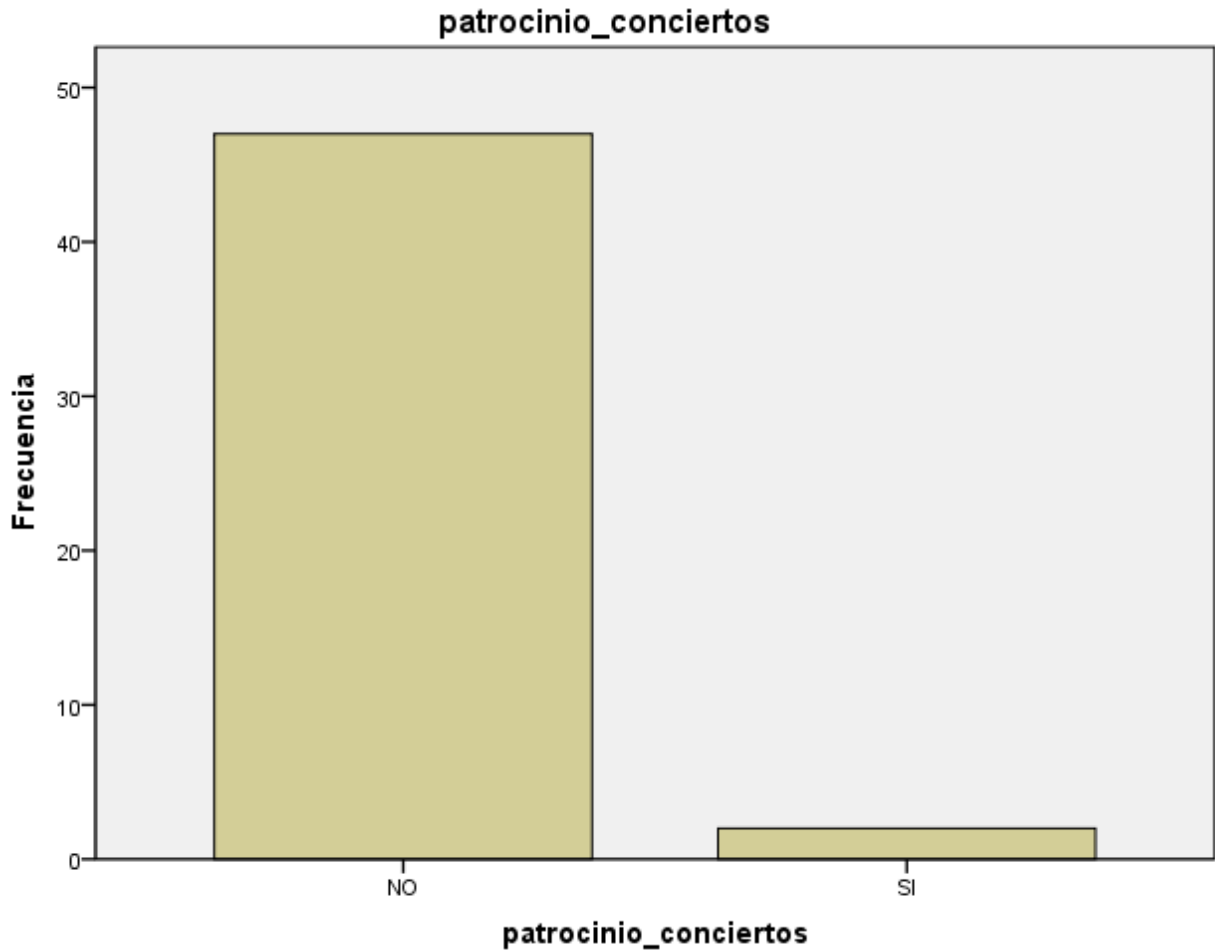












FRECUENCIES VARIABLES=lugares_publico_barranquilla lugares_publico_valledupar
 lugares_publico_santa_martha lugares_publico_girardot lugares_publico_neiva
 lugares_publico_villavicencio lugares_publico_bogota_aeropuerto lugares_publico_cucuta
 lugares_publico_monteria

lugares_publico_cartagena lugares_publico_estadios lugares_publico_vallas lugares_publico_tv
 lugares_publico_spm2 lugares_publico_kioskos lugares_publico_bares lugares_publico_radio
 lugares_publico_futbol lugares_publico_conciertos lugares_publico_camiones_de_bav

/NTILES=4

/STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN

/BARCHART FREQ

/ORDER=ANALYSIS.

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 22:35:05 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |

| | |
|-----------------|--|
| <p>Sintaxis</p> | <pre> FREQUENCIES VARIABLES=lugares_publico_barra nquilla lugares_publico_Valledupar lugares_publico_Santa_Martha lugares_publico_Girardot lugares_publico_Neiva lugares_publico_Villavicencio lugares_publico_Bogotá_Aeropuerto lugares_publico_Cúcuta lugares_publico_Monteria lugares_publico_Cartagena lugares_publico_Estadios lugares_publico_Vallas lugares_publico_TV lugares_publico_Spm2 lugares_publico_Kioskos lugares_publico_Bares lugares_publico_Radio lugares_publico_Fútbol lugares_publico_Conciertos lugares_publico_Camiones_de_Bav /NTILES=4 /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN /BARCHART FREQ /ORDER=ANALYSIS. </pre> |
| <p>Recursos</p> | <p>Tiempo de procesador 00 00:00:04,508</p> <p>Tiempo transcurrido 00 00:00:04,628</p> |

Estadísticos

| | | lugares_publicos_barranquilla | lugares_publicos_valledupar | lugares_publicos_santa_martha | lugares_publicos_girardot |
|-------------|----------|-------------------------------|-----------------------------|-------------------------------|---------------------------|
| N | Válidos | 49 | 49 | 49 | 49 |
| | Perdidos | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Media | | ,14 | ,08 | ,12 | ,12 |
| Mediana | | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 |
| Desv. típ. | | ,354 | ,277 | ,331 | ,331 |
| Varianza | | ,125 | ,077 | ,110 | ,110 |
| Percentiles | 25 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 |
| | 50 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 |
| | 75 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 |

Estadísticos

| | | lugares_publicos_neiva | lugares_publicos_villavicencio | lugares_publicos_bogota_aeropuerto | lugares_publicos_cucuta |
|---------|----------|------------------------|--------------------------------|------------------------------------|-------------------------|
| N | Válidos | 49 | 49 | 49 | 49 |
| | Perdidos | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Media | | ,12 | ,08 | ,04 | ,02 |
| Mediana | | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 |

| | | | | | |
|-------------|----|------|------|------|------|
| Desv. típ. | | ,331 | ,277 | ,200 | ,143 |
| Varianza | | ,110 | ,077 | ,040 | ,020 |
| Percentiles | 25 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 |
| | 50 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 |
| | 75 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 |

Estadísticos

| | | lugares_publicos_Monteria | lugares_publicos_Cartagena | lugares_publicos_Estadios | lugares_publicos_Vallas |
|-------------|----------|---------------------------|----------------------------|---------------------------|-------------------------|
| N | Válidos | 49 | 49 | 49 | 49 |
| | Perdidos | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Media | | ,02 | ,06 | ,22 | ,59 |
| Mediana | | ,00 | ,00 | ,00 | 1,00 |
| Desv. típ. | | ,143 | ,242 | ,422 | ,497 |
| Varianza | | ,020 | ,059 | ,178 | ,247 |
| Percentiles | 25 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 |
| | 50 | ,00 | ,00 | ,00 | 1,00 |
| | 75 | ,00 | ,00 | ,00 | 1,00 |

Estadísticos

| | | lugares_publicos_TV | lugares_publicos_Spm2 | lugares_publicos_Kioskos | lugares_publicos_Bares |
|---|----------|---------------------|-----------------------|--------------------------|------------------------|
| N | Válidos | 49 | 49 | 49 | 49 |
| | Perdidos | 0 | 0 | 0 | 0 |

| | | | | | |
|-------------|----|------|------|------|------|
| Media | | ,53 | ,04 | ,04 | ,10 |
| Mediana | | 1,00 | ,00 | ,00 | ,00 |
| Desv. típ. | | ,504 | ,200 | ,200 | ,306 |
| Varianza | | ,254 | ,040 | ,040 | ,094 |
| Percentiles | 25 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 |
| | 50 | 1,00 | ,00 | ,00 | ,00 |
| | 75 | 1,00 | ,00 | ,00 | ,00 |

Estadísticos

| | | lugares_publicidad_Radio | lugares_publicidad_Fútbol | lugares_publicidad_Conciertos | lugares_publicidad_Camiones_de_Bav |
|-------------|----------|--------------------------|---------------------------|-------------------------------|------------------------------------|
| N | Válidos | 49 | 49 | 49 | 49 |
| | Perdidos | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Media | | ,33 | ,10 | ,04 | ,06 |
| Mediana | | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 |
| Desv. típ. | | ,474 | ,306 | ,200 | ,242 |
| Varianza | | ,224 | ,094 | ,040 | ,059 |
| Percentiles | 25 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 |
| | 50 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 |
| | 75 | 1,00 | ,00 | ,00 | ,00 |

Tabla de frecuencia

lugares_publi_barranquilla

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | NO | 42 | 85,7 | 85,7 | 85,7 |
| | SI | 7 | 14,3 | 14,3 | 100,0 |
| | Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

lugares_publi_Valledupar

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | NO | 45 | 91,8 | 91,8 | 91,8 |
| | SI | 4 | 8,2 | 8,2 | 100,0 |
| | Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

lugares_publi_Santa_Martha

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--|--|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | | | | |

| | | | | | |
|---------|-------|----|-------|-------|-------|
| Válidos | NO | 43 | 87,8 | 87,8 | 87,8 |
| | SI | 6 | 12,2 | 12,2 | 100,0 |
| | Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

lugares_publici_Girardot

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | NO | 43 | 87,8 | 87,8 | 87,8 |
| | SI | 6 | 12,2 | 12,2 | 100,0 |
| | Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

lugares_publici_Neiva

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | NO | 43 | 87,8 | 87,8 | 87,8 |
| | SI | 6 | 12,2 | 12,2 | 100,0 |
| | Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

lugares_publici_Villavicencio

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | NO | 45 | 91,8 | 91,8 | 91,8 |
| | SI | 4 | 8,2 | 8,2 | 100,0 |
| | Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

lugares_publi_Bogotá_Aeropuerto

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | NO | 47 | 95,9 | 95,9 | 95,9 |
| | SI | 2 | 4,1 | 4,1 | 100,0 |
| | Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

lugares_publi_Cúcuta

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | NO | 48 | 98,0 | 98,0 | 98,0 |
| | SI | 1 | 2,0 | 2,0 | 100,0 |
| | Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

lugares_publi_Monteria

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos NO | 48 | 98,0 | 98,0 | 98,0 |
| SI | 1 | 2,0 | 2,0 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

lugares_publi_Cartagena

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos NO | 46 | 93,9 | 93,9 | 93,9 |
| SI | 3 | 6,1 | 6,1 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

lugares_publi_Estadios

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos NO | 38 | 77,6 | 77,6 | 77,6 |
| SI | 11 | 22,4 | 22,4 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

lugares_publici_Vallas

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos NO | 20 | 40,8 | 40,8 | 40,8 |
| SI | 29 | 59,2 | 59,2 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

lugares_publici_TV

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos NO | 23 | 46,9 | 46,9 | 46,9 |
| SI | 26 | 53,1 | 53,1 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

lugares_publici_Spm2

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos NO | 47 | 95,9 | 95,9 | 95,9 |
| SI | 2 | 4,1 | 4,1 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

lugares_publi_Kioskos

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | NO | 47 | 95,9 | 95,9 | 95,9 |
| | SI | 2 | 4,1 | 4,1 | 100,0 |
| | Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

lugares_publi_Bares

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | NO | 44 | 89,8 | 89,8 | 89,8 |
| | SI | 5 | 10,2 | 10,2 | 100,0 |
| | Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

lugares_publi_Radio

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|----|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | NO | 33 | 67,3 | 67,3 | 67,3 |
| | SI | 16 | 32,7 | 32,7 | 100,0 |

lugares_publi_Radio

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válidos | NO | 33 | 67,3 | 67,3 | 67,3 |
| | SI | 16 | 32,7 | 32,7 | 100,0 |
| | Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

lugares_publi_Fútbol

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válidos | NO | 44 | 89,8 | 89,8 | 89,8 |
| | SI | 5 | 10,2 | 10,2 | 100,0 |
| | Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

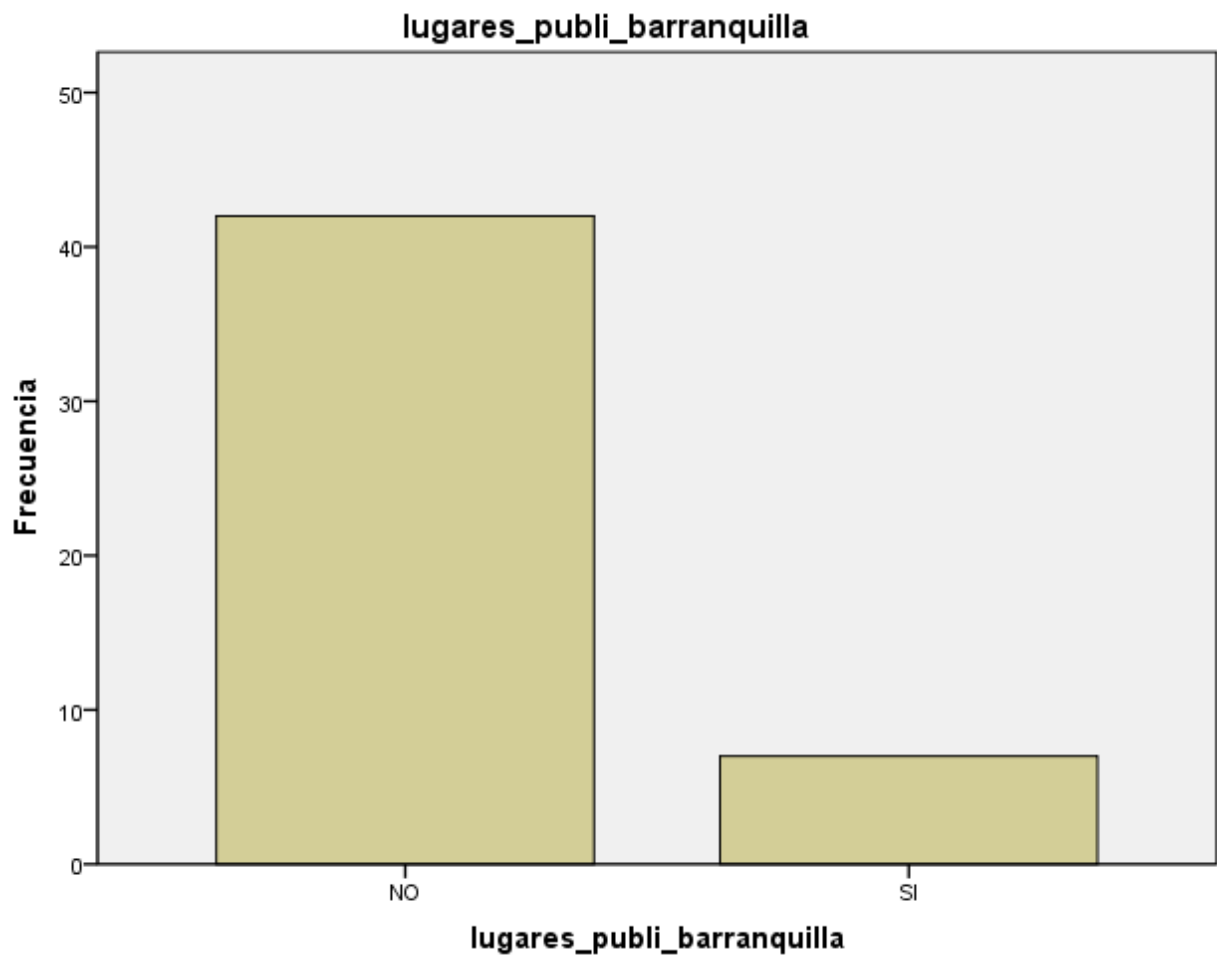
lugares_publi_Conciertos

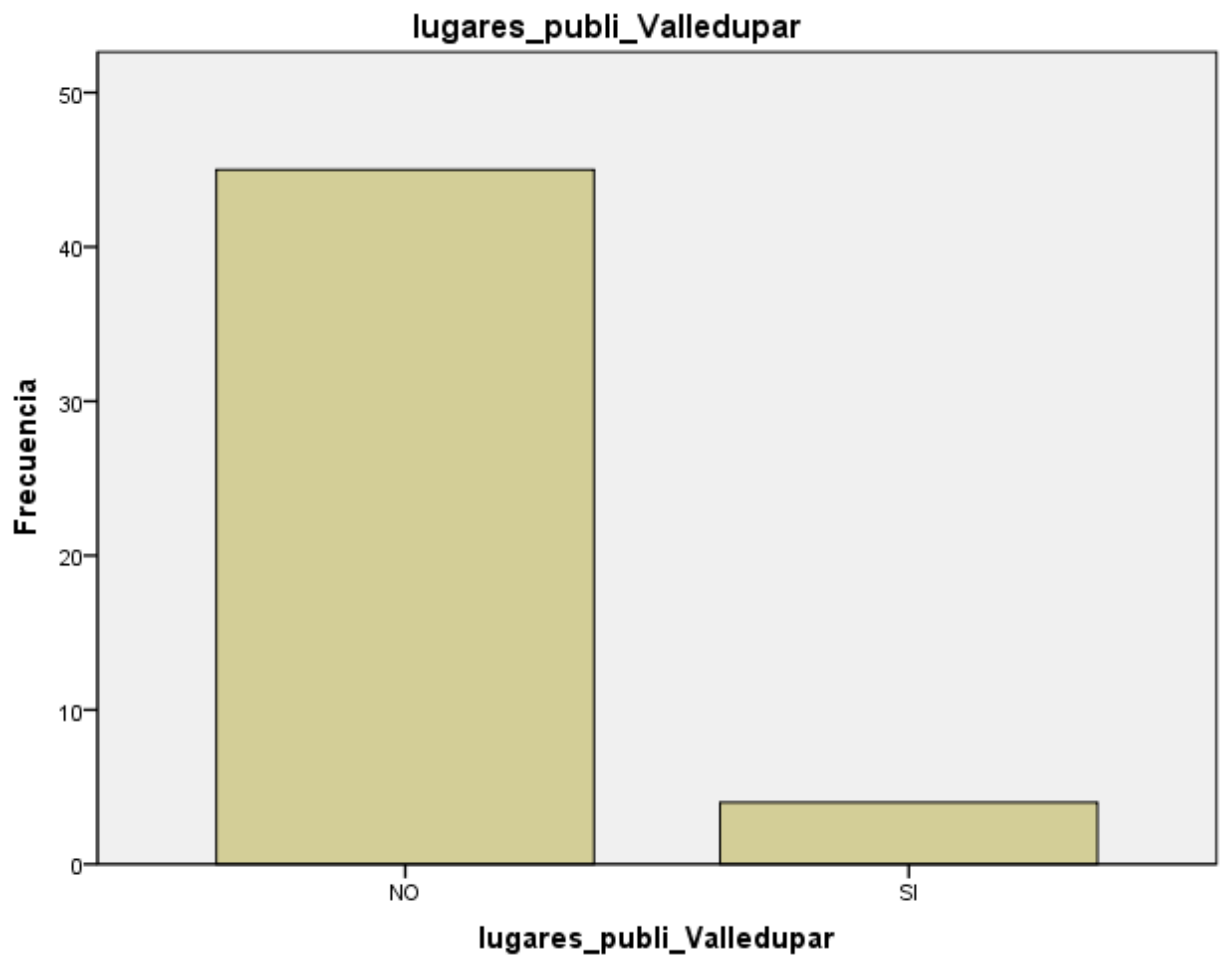
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válidos | NO | 47 | 95,9 | 95,9 | 95,9 |
| | SI | 2 | 4,1 | 4,1 | 100,0 |
| | Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

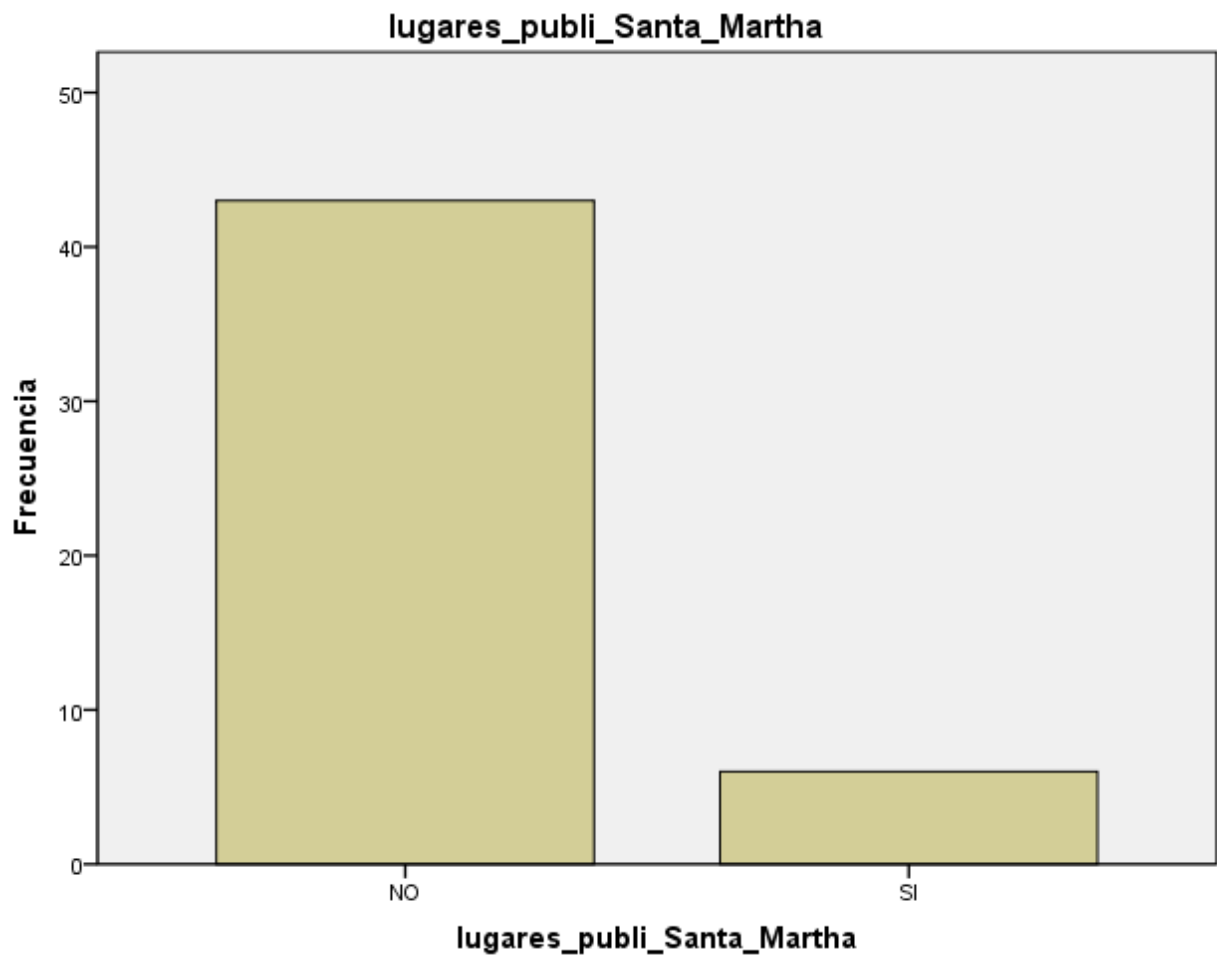
lugares_publi_Camiones_de_Bav

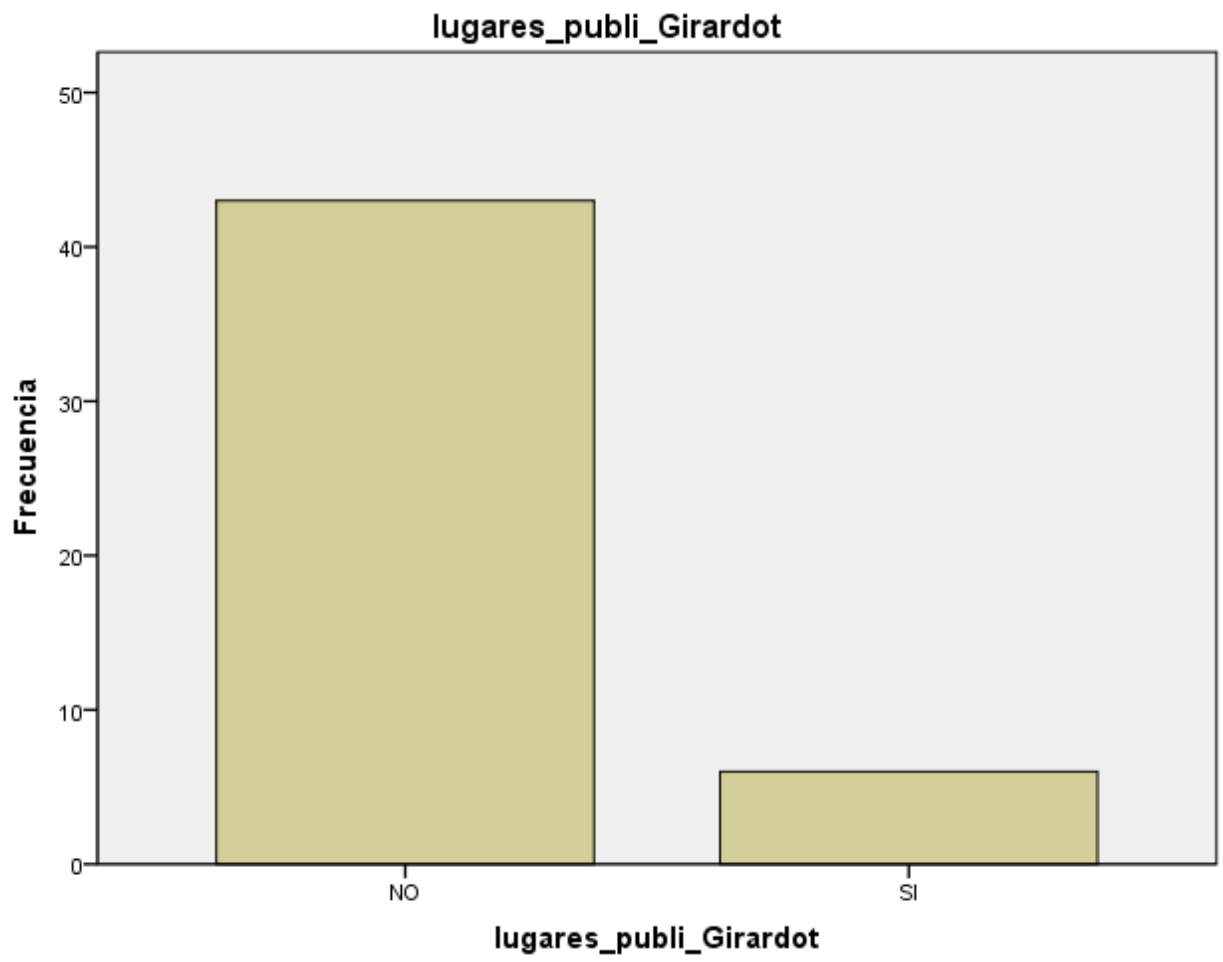
| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos NO | 46 | 93,9 | 93,9 | 93,9 |
| SI | 3 | 6,1 | 6,1 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

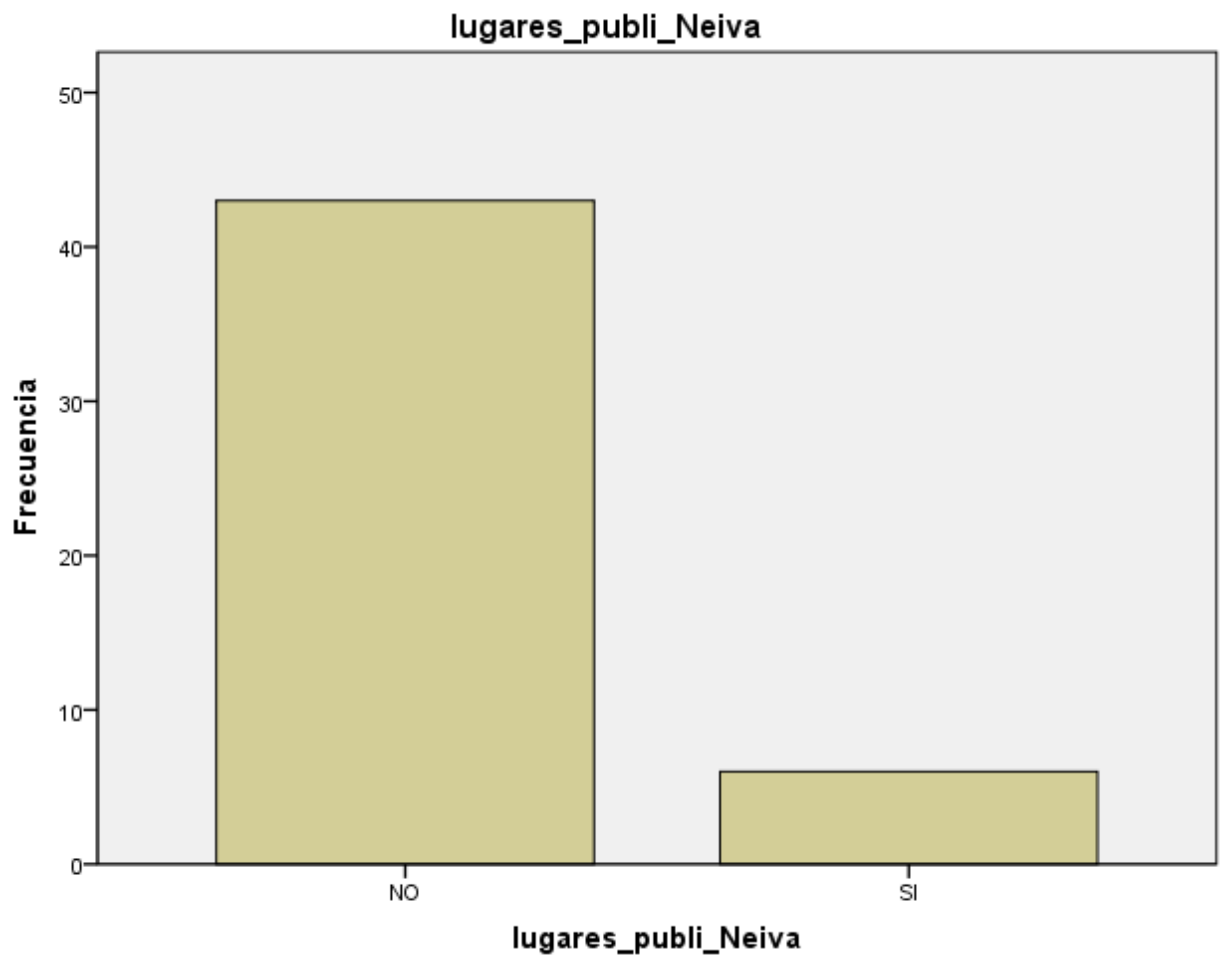
Gráfico de barras

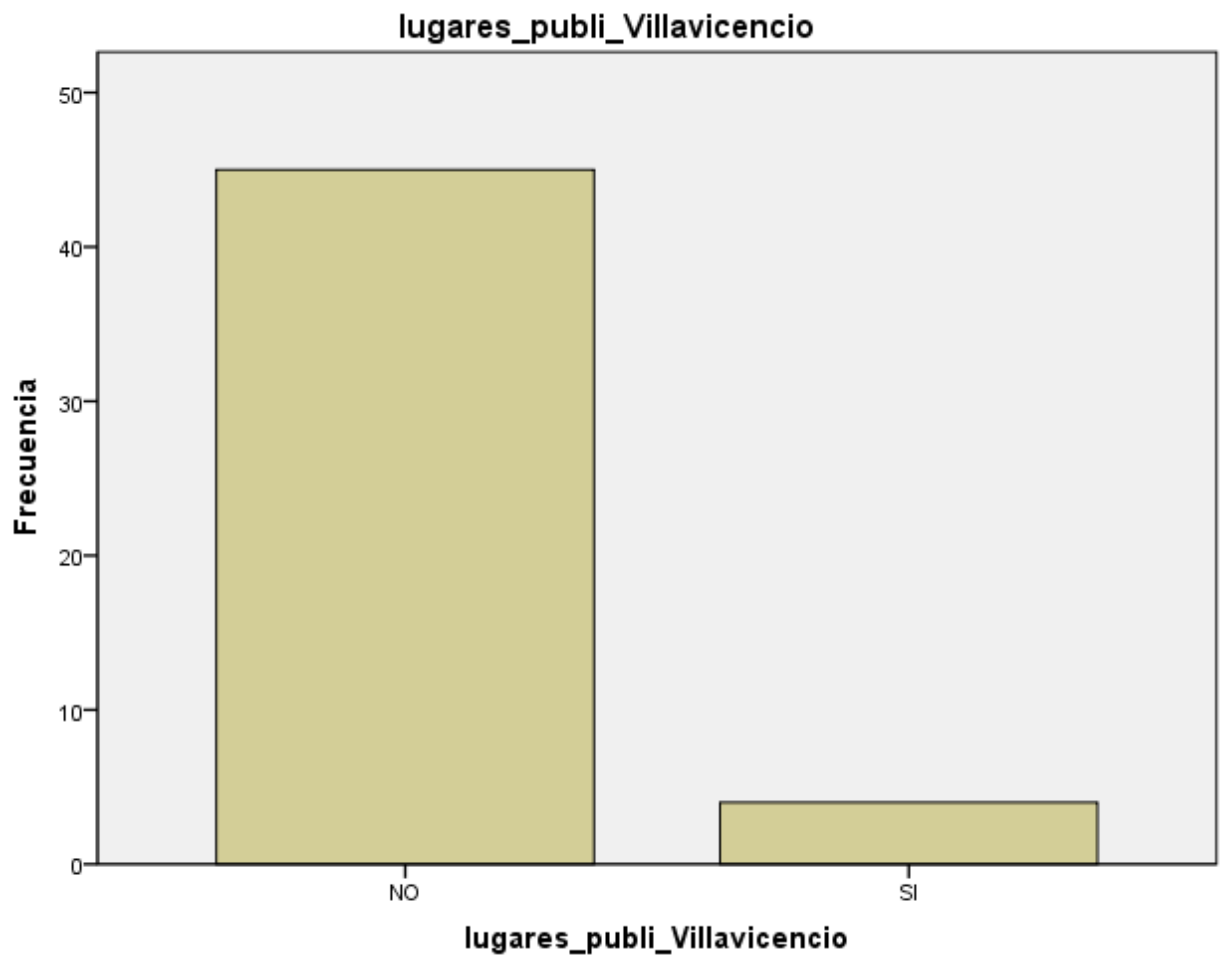


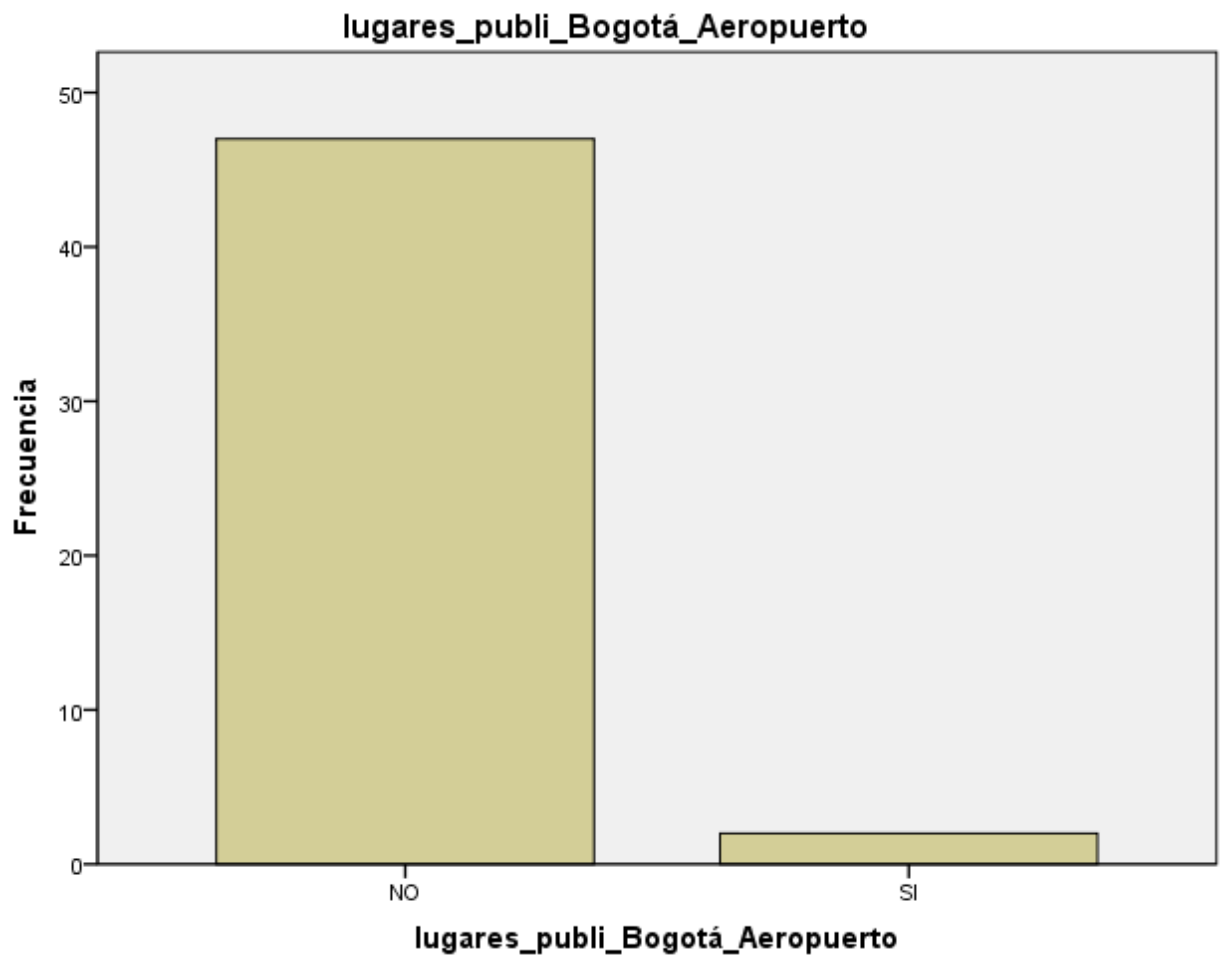


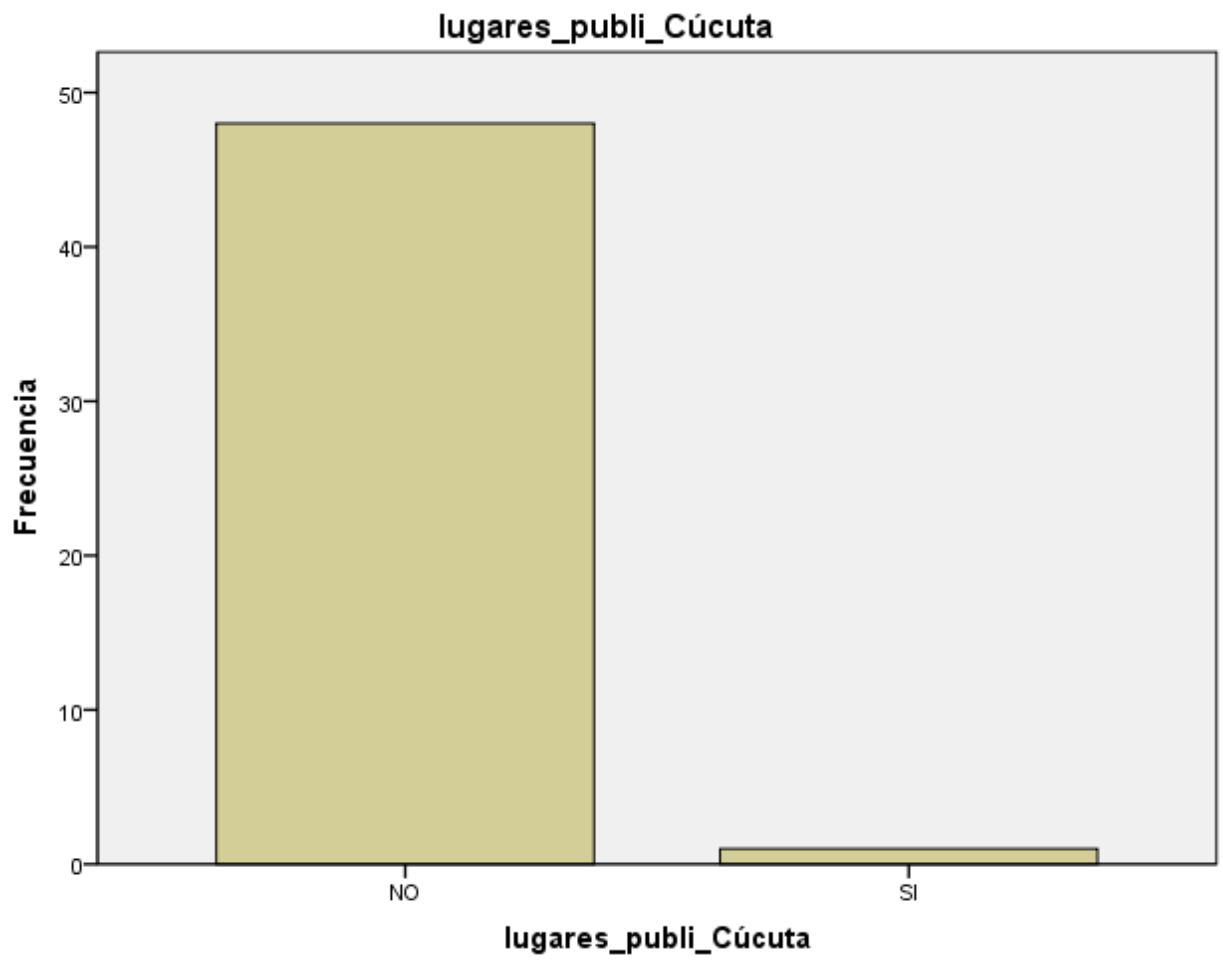


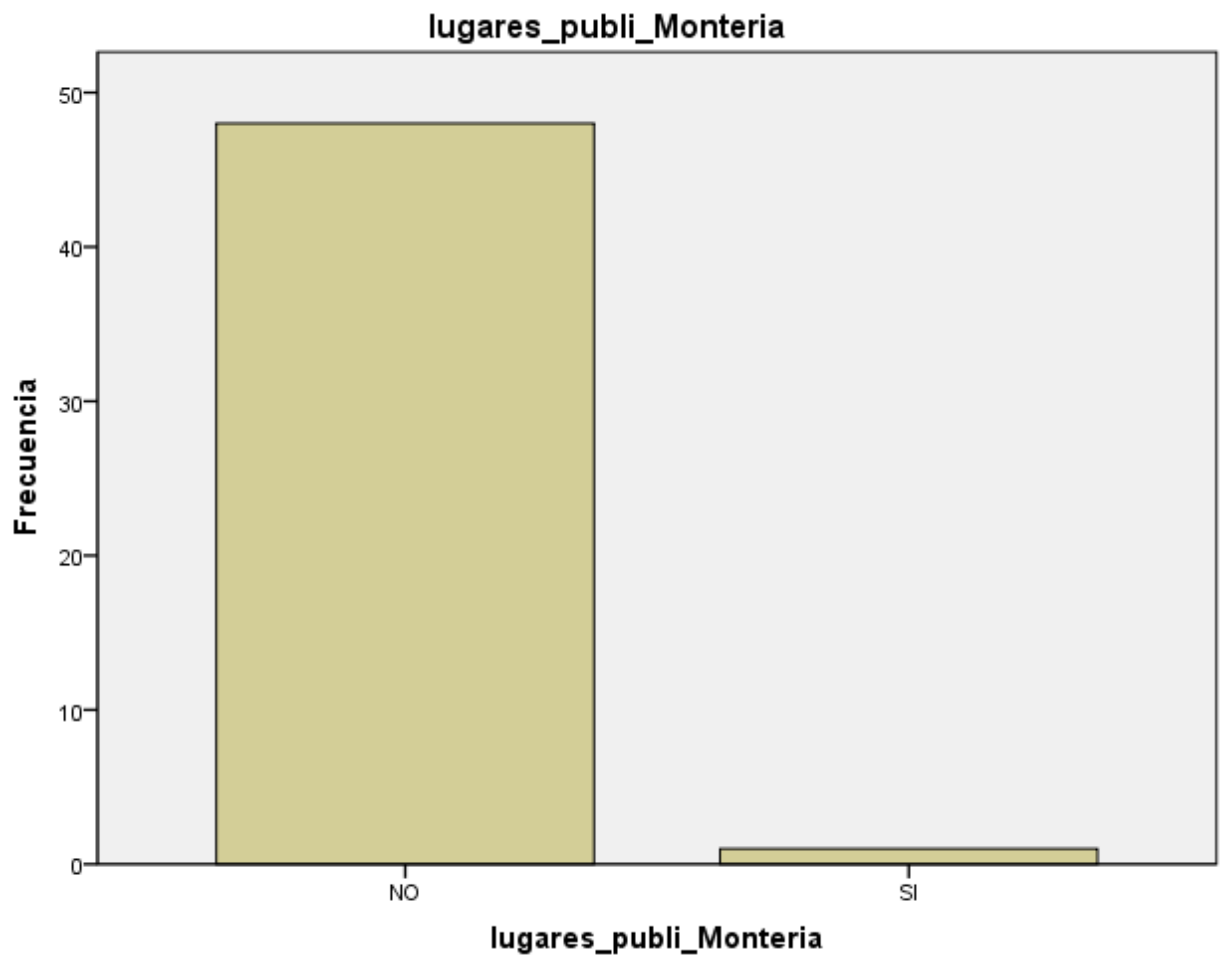


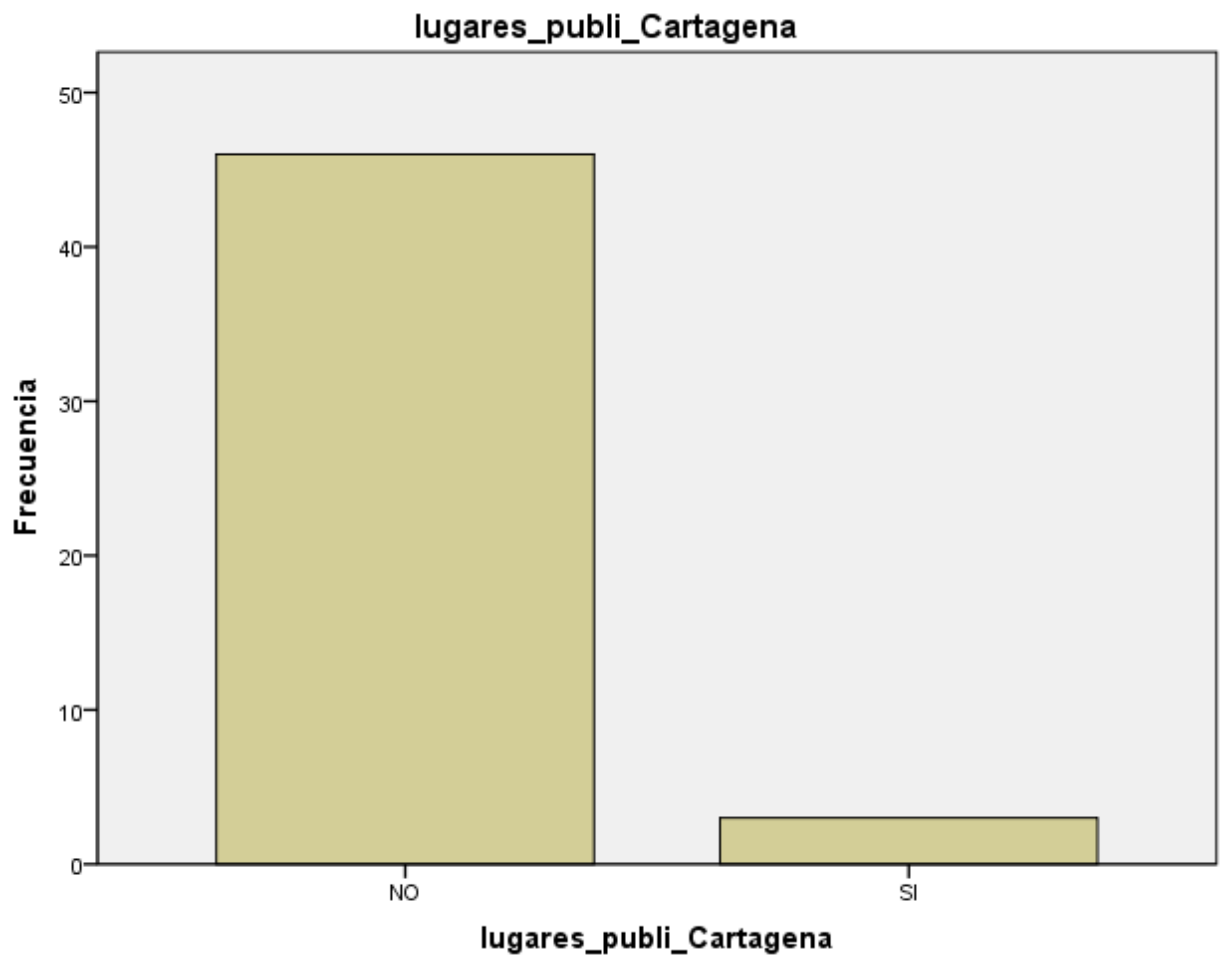


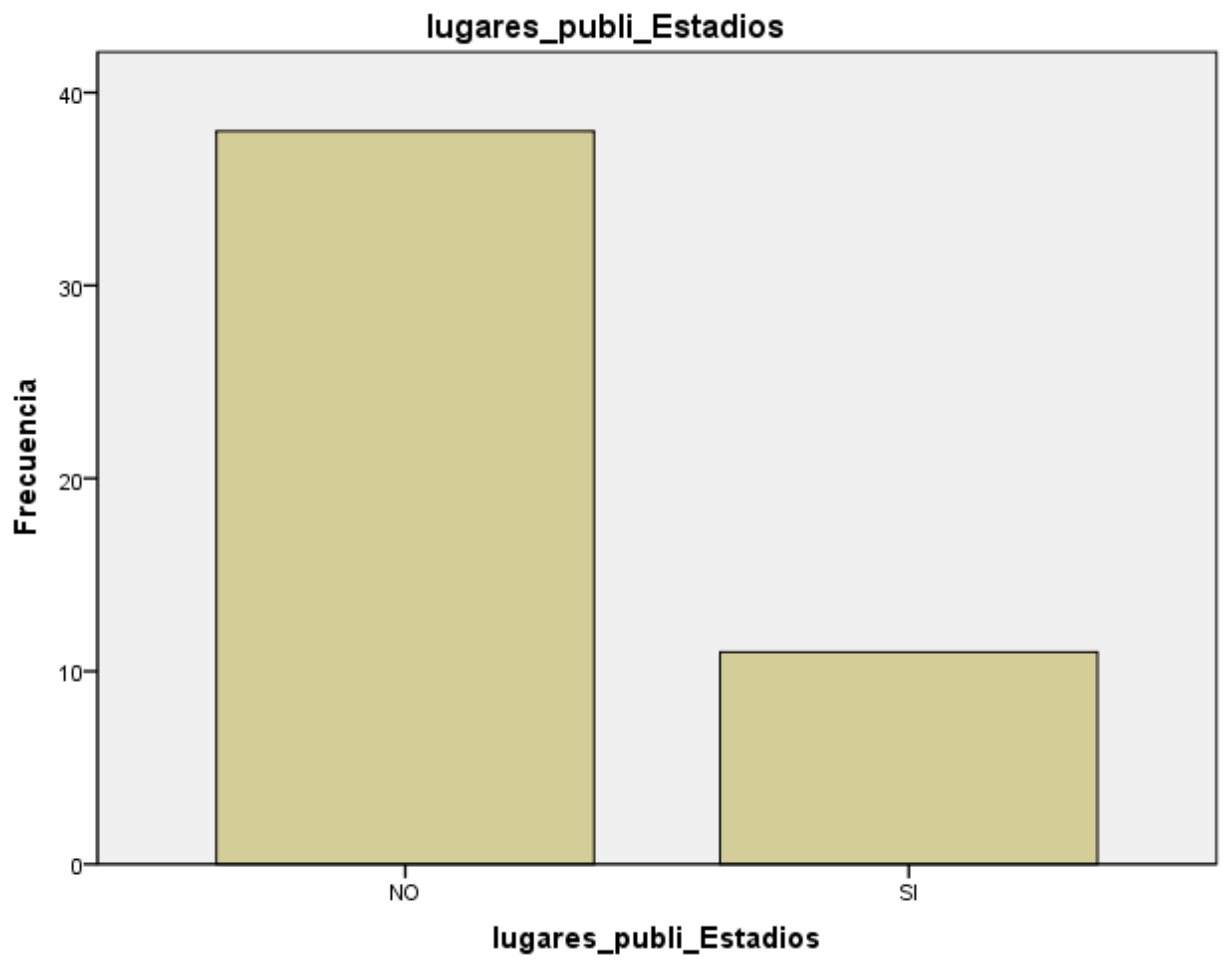


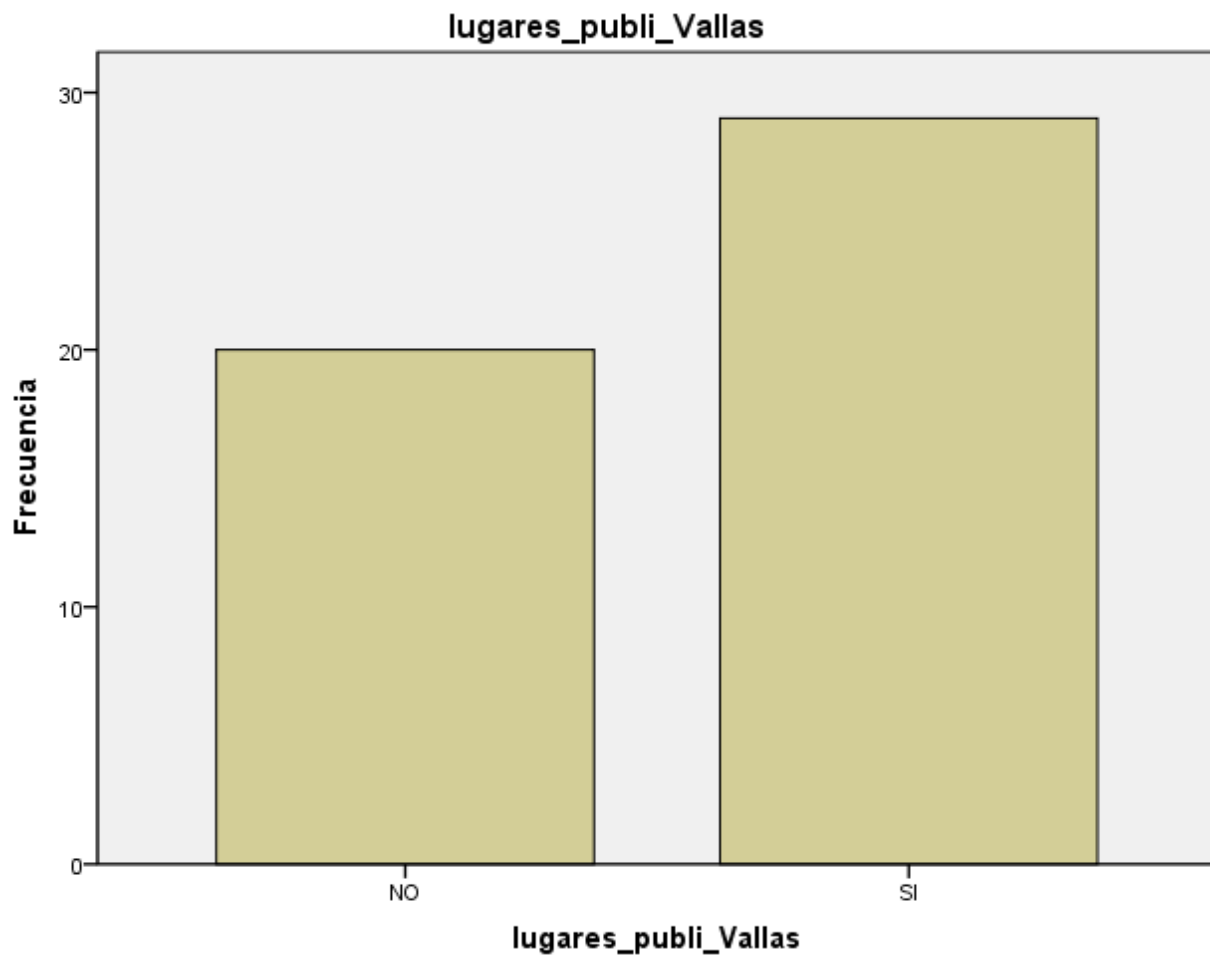


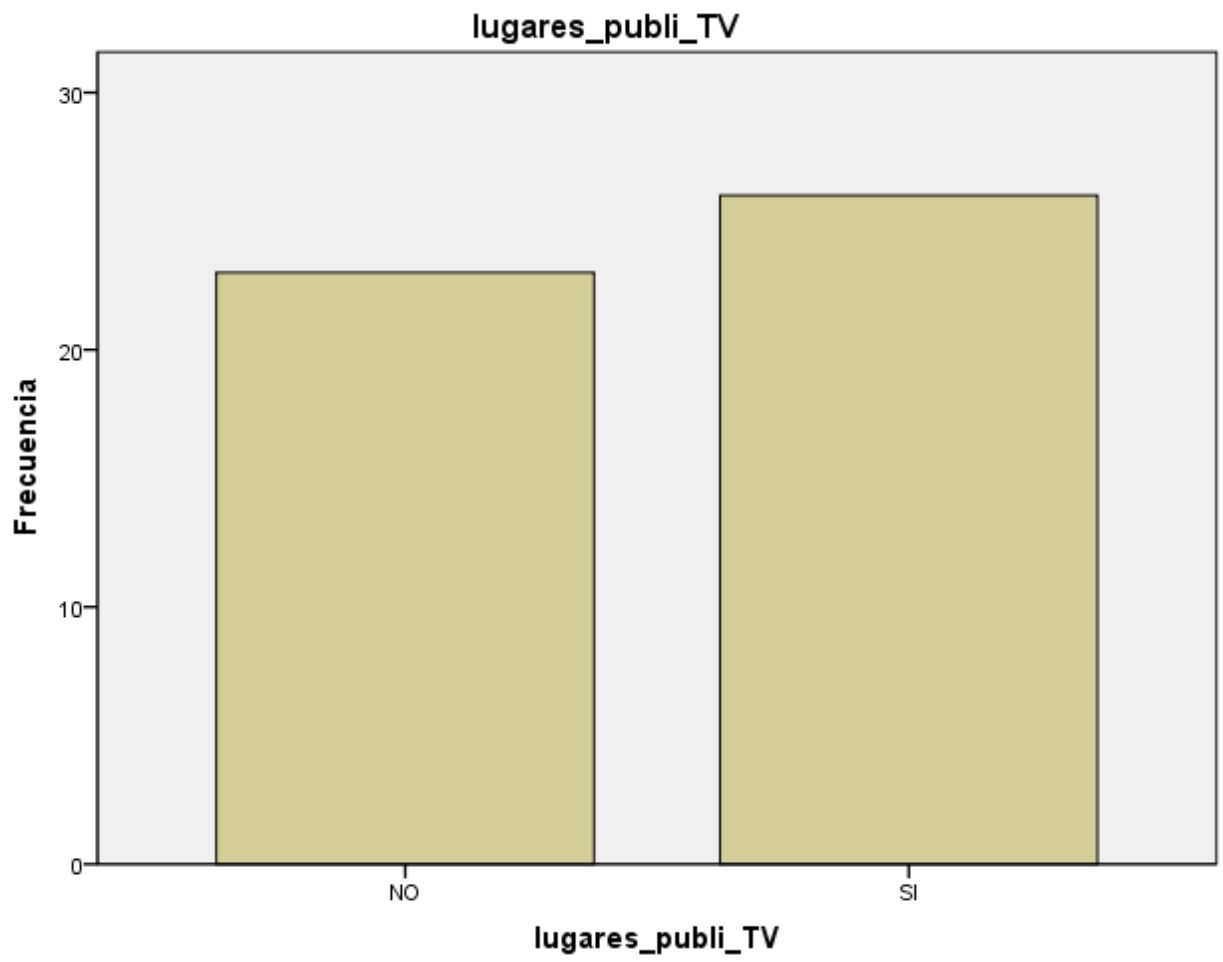


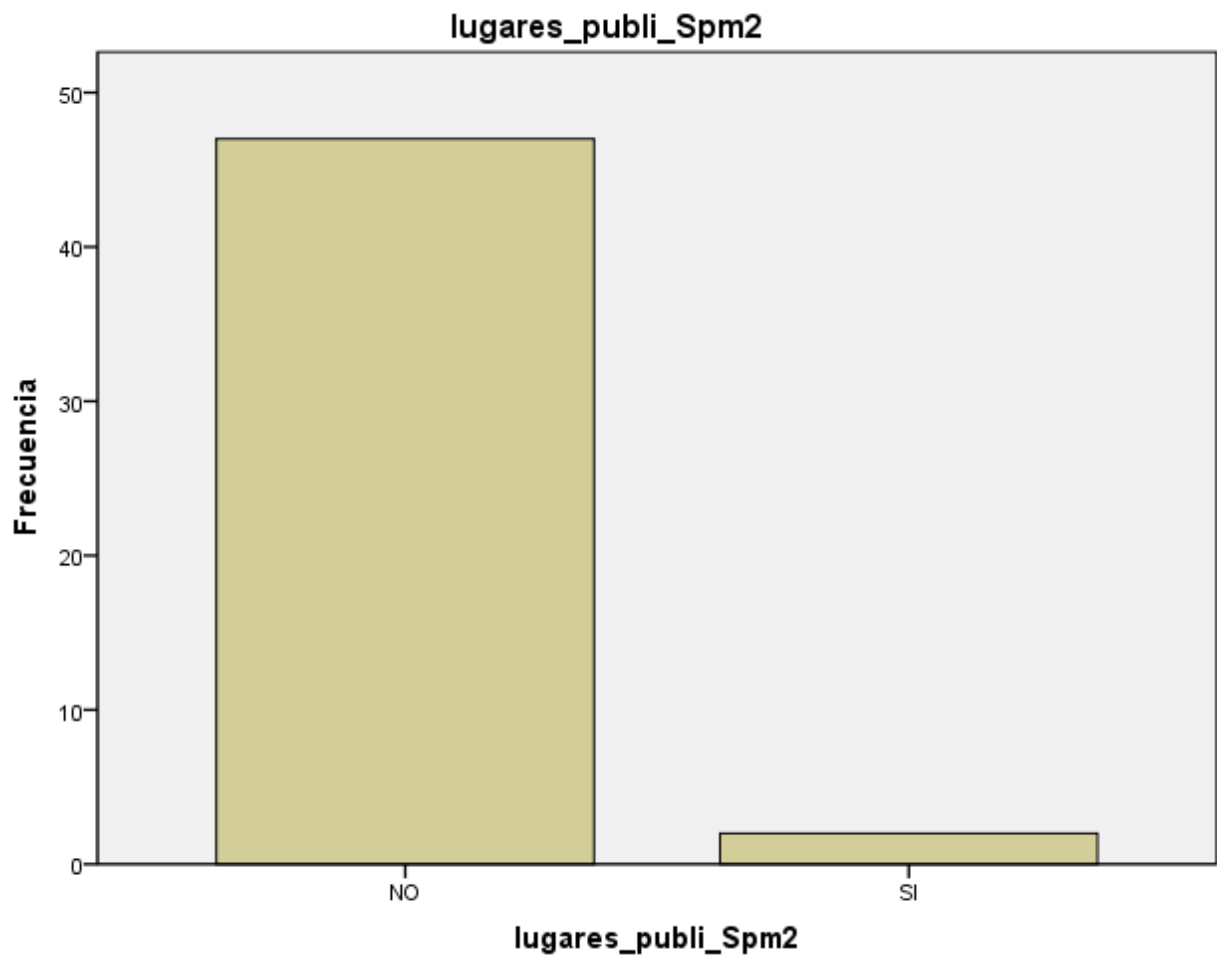


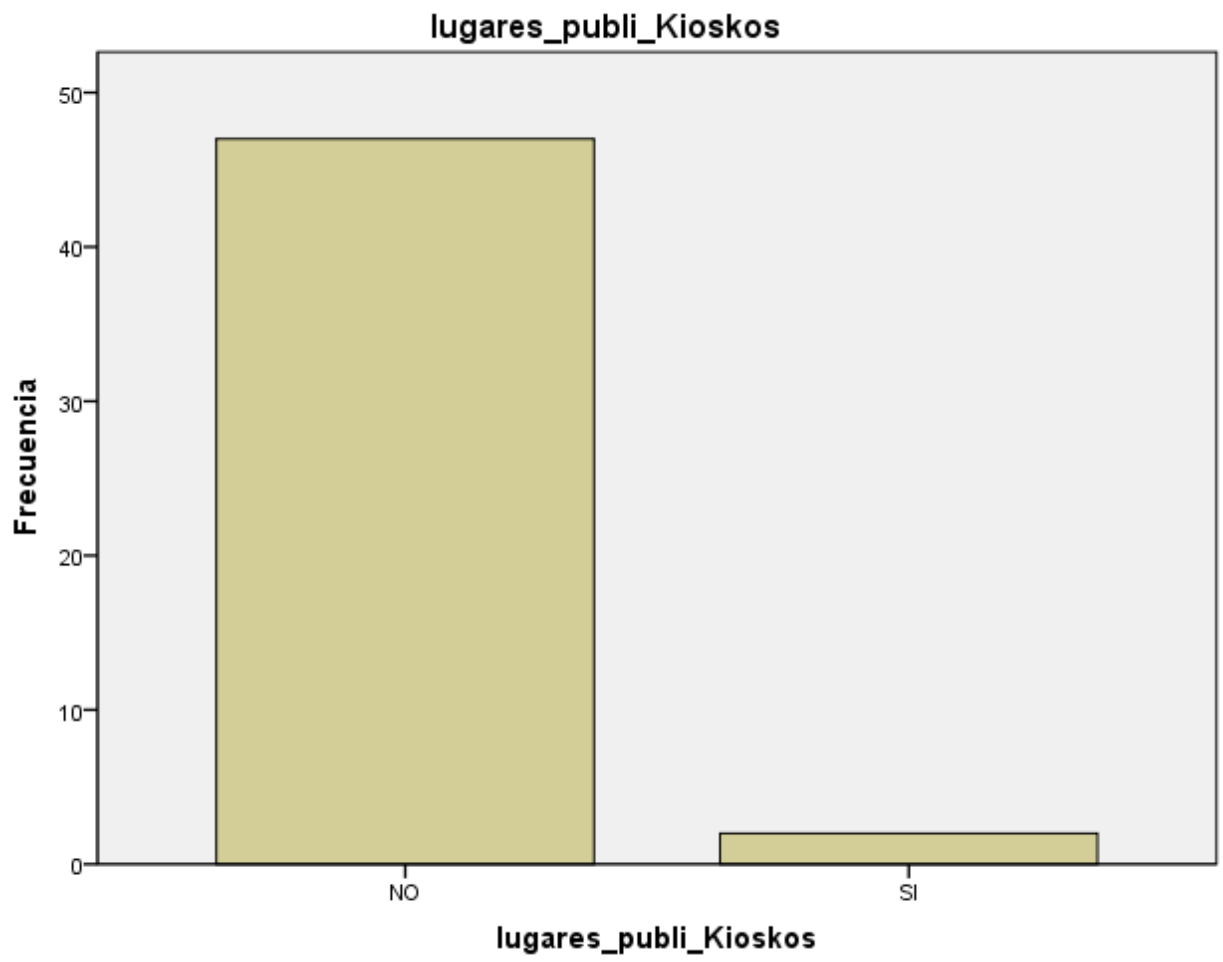


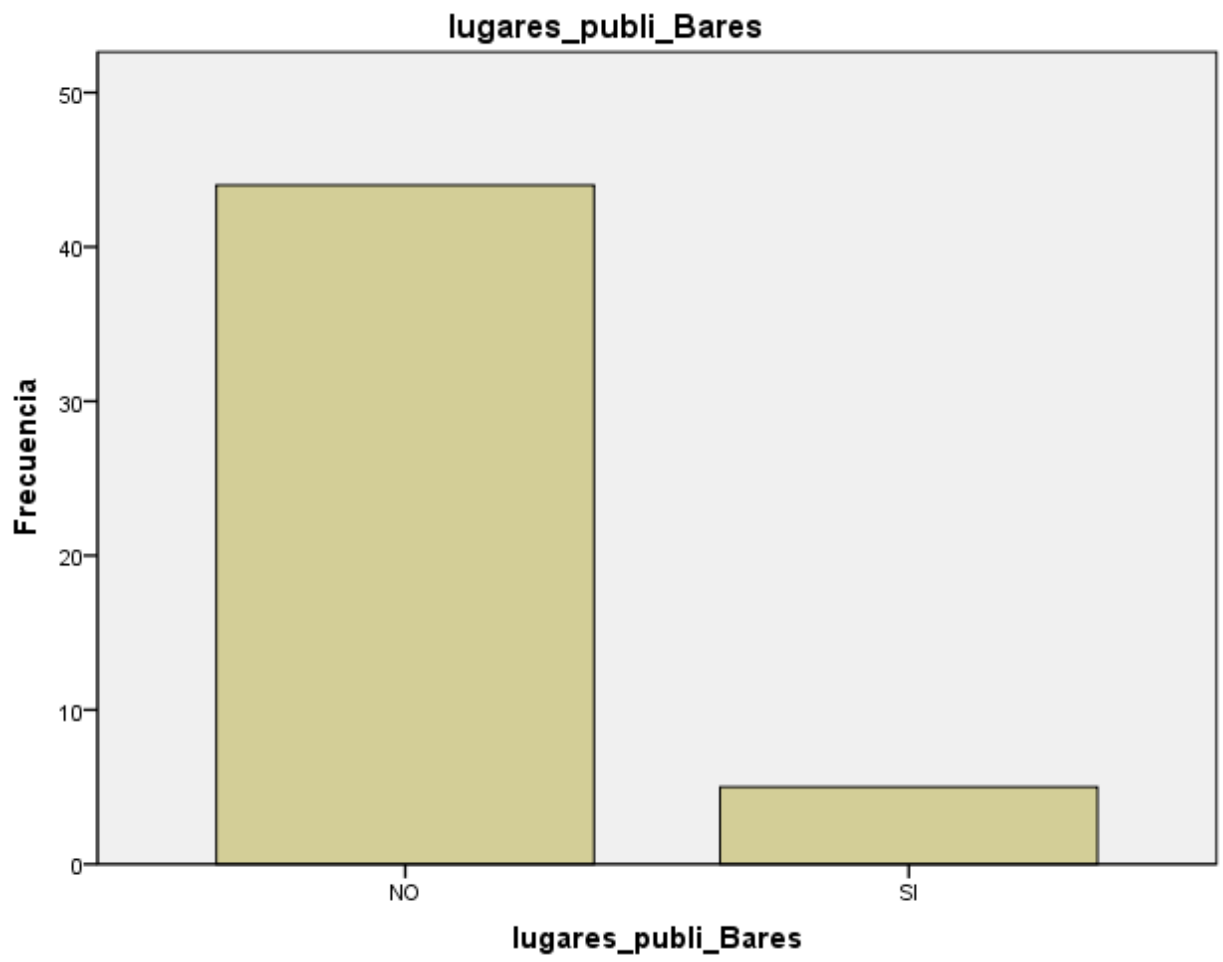


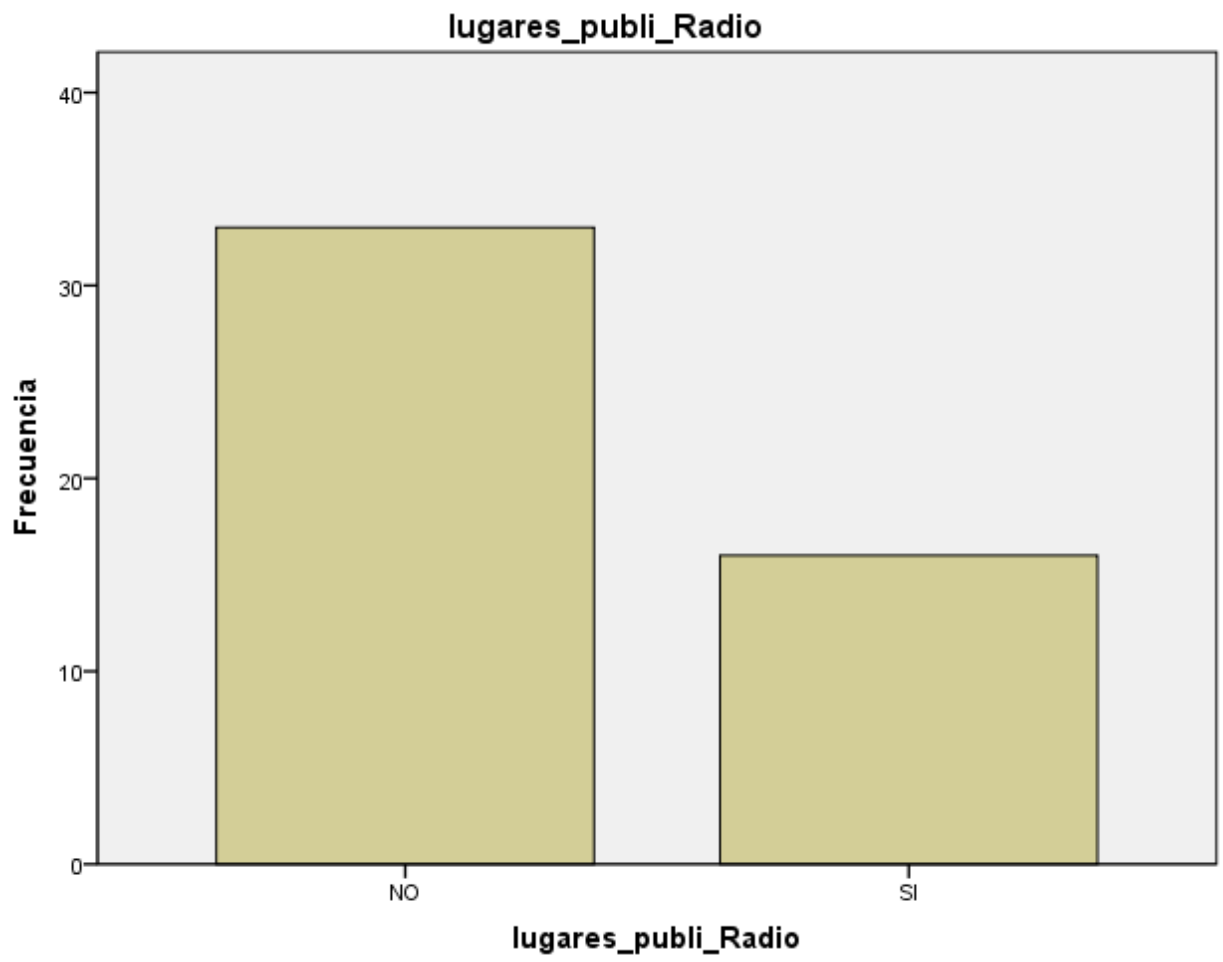


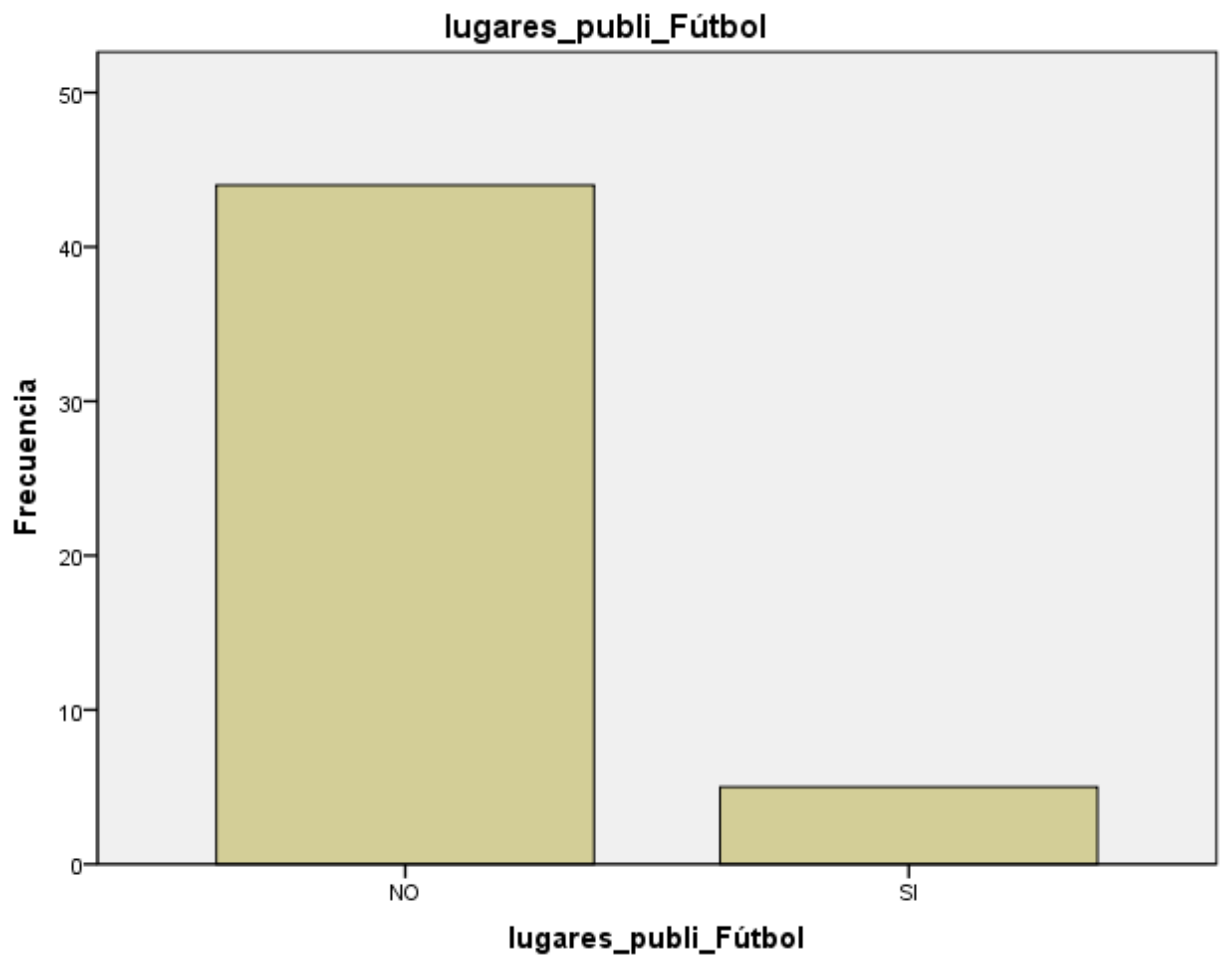


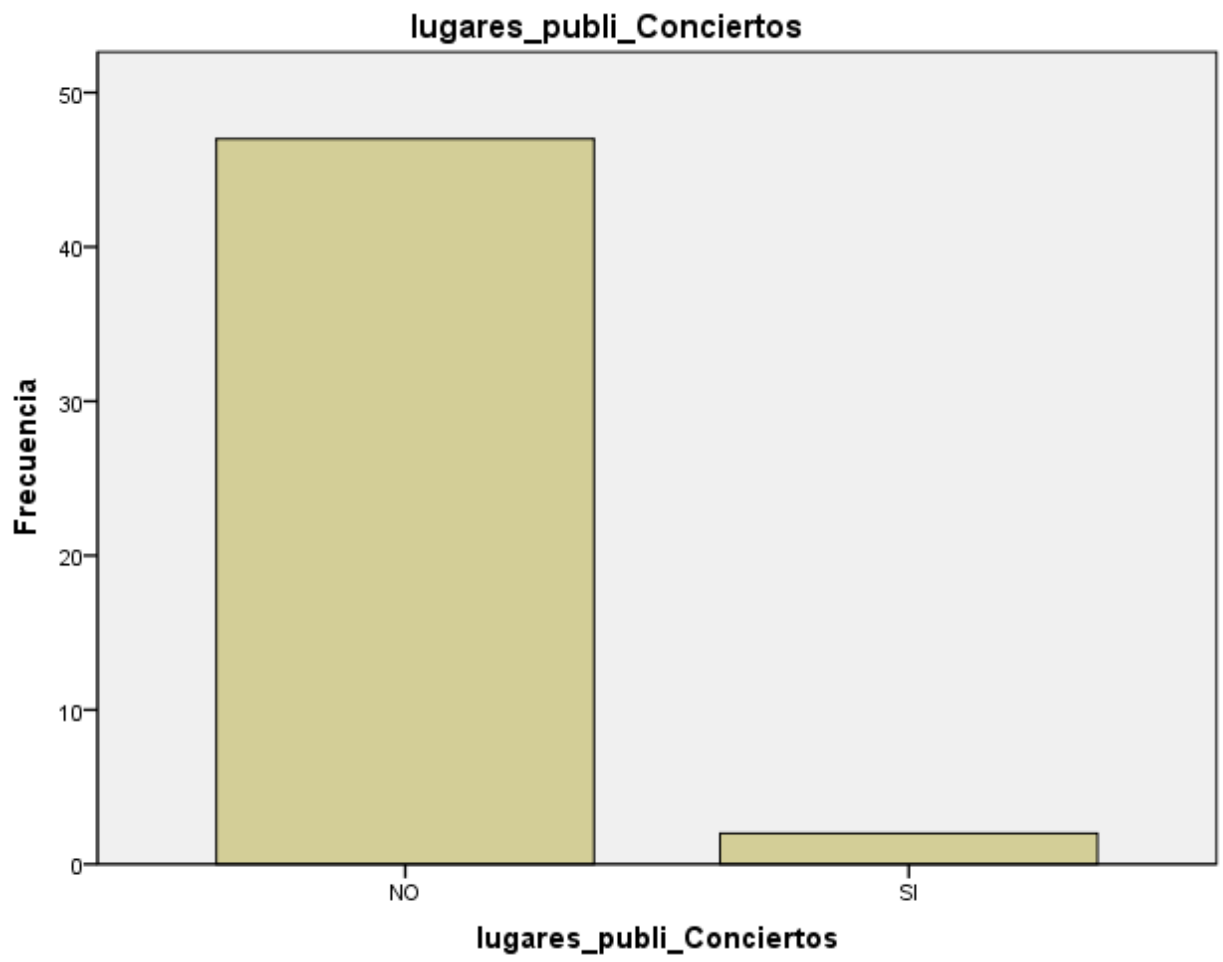


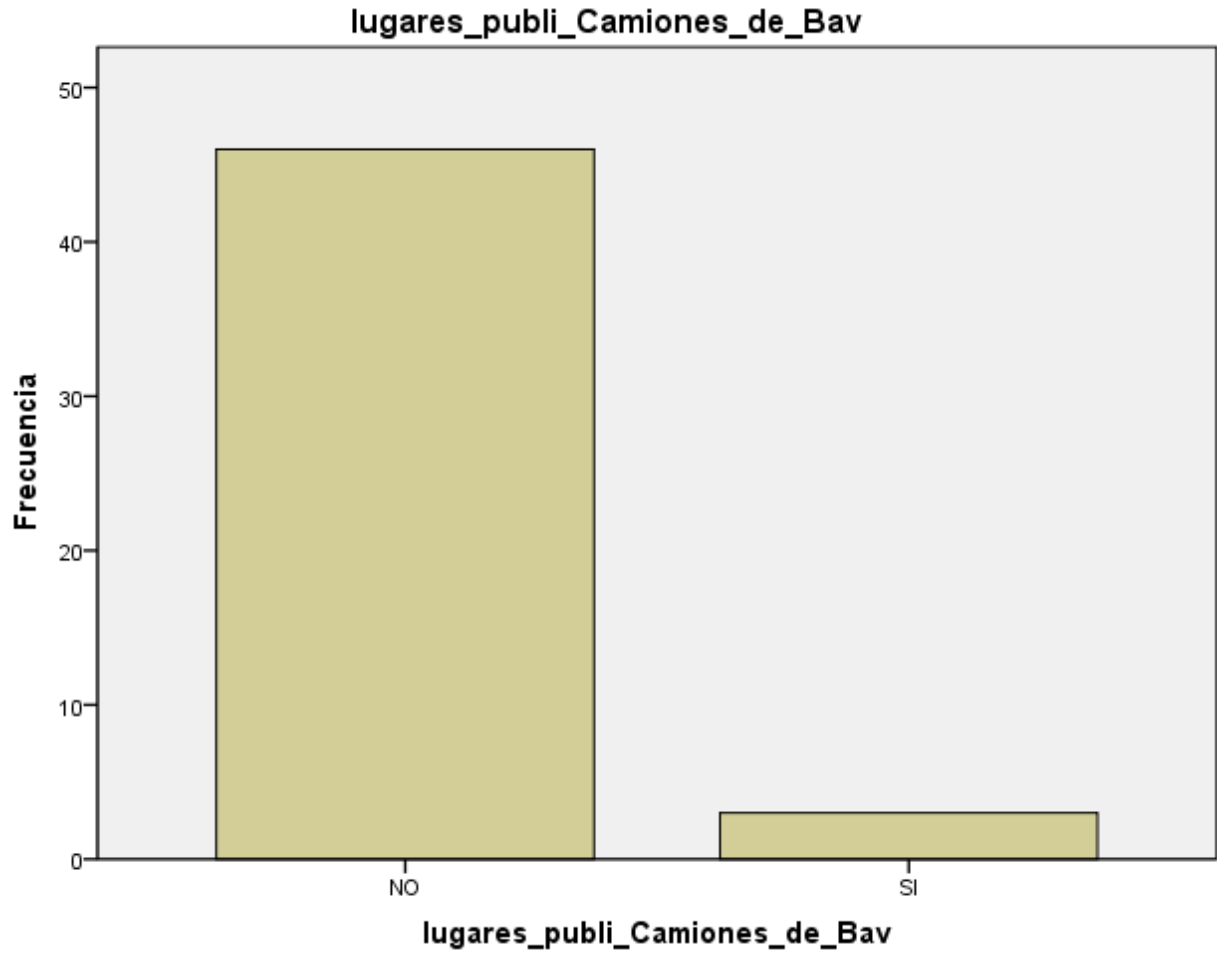












FREQUENCIES VARIABLES=frase_A frase_B frase_C frase_D frase_E frase_F frase_G frase_H

/NTILES=4

/STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN

/BARCHART FREQ

/ORDER=ANALYSIS.

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 22:36:04 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |

| | | |
|----------|--|-----------------|
| Sintaxis | <pre> FREQUENCIES VARIABLES=frase_A frase_B frase_C frase_D frase_E frase_F frase_G frase_H /NTILES=4 /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN /BARChart FREQ /ORDER=ANALYSIS. </pre> | |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:01,825 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:01,798 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Estadísticos

| | | frase_A | frase_B | frase_C | frase_D | frase_E | frase_F |
|------------|----------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| N | Válidos | 49 | 49 | 49 | 49 | 49 | 49 |
| | Perdidos | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Media | | ,18 | ,47 | ,08 | ,20 | ,14 | ,00 |
| Mediana | | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 |
| Desv. típ. | | ,391 | ,504 | ,277 | ,407 | ,354 | ,000 |

| | | | | | | | |
|-------------|----|------|------|------|------|------|------|
| Varianza | | ,153 | ,254 | ,077 | ,166 | ,125 | ,000 |
| Percentiles | 25 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 |
| | 50 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 |
| | 75 | ,00 | 1,00 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 |

Estadísticos

| | | frase_G | frase_H |
|-------------|----------|---------|---------|
| N | Válidos | 49 | 49 |
| | Perdidos | 0 | 0 |
| Media | | ,16 | ,00 |
| Mediana | | ,00 | ,00 |
| Desv. típ. | | ,373 | ,000 |
| Varianza | | ,139 | ,000 |
| Percentiles | 25 | ,00 | ,00 |
| | 50 | ,00 | ,00 |
| | 75 | ,00 | ,00 |

Tabla de frecuencia

frase_A

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válidos | 0 | 40 | 81,6 | 81,6 | 81,6 |
| | 1 | 9 | 18,4 | 18,4 | 100,0 |
| | Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

frase_B

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válidos | 0 | 26 | 53,1 | 53,1 | 53,1 |
| | 1 | 23 | 46,9 | 46,9 | 100,0 |
| | Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

frase_C

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válidos | 0 | 45 | 91,8 | 91,8 | 91,8 |
| | 1 | 4 | 8,2 | 8,2 | 100,0 |
| | Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

frase_D

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 0 | 39 | 79,6 | 79,6 | 79,6 |
| 1 | 10 | 20,4 | 20,4 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

frase_E

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 0 | 42 | 85,7 | 85,7 | 85,7 |
| 1 | 7 | 14,3 | 14,3 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

frase_F

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 0 | 49 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

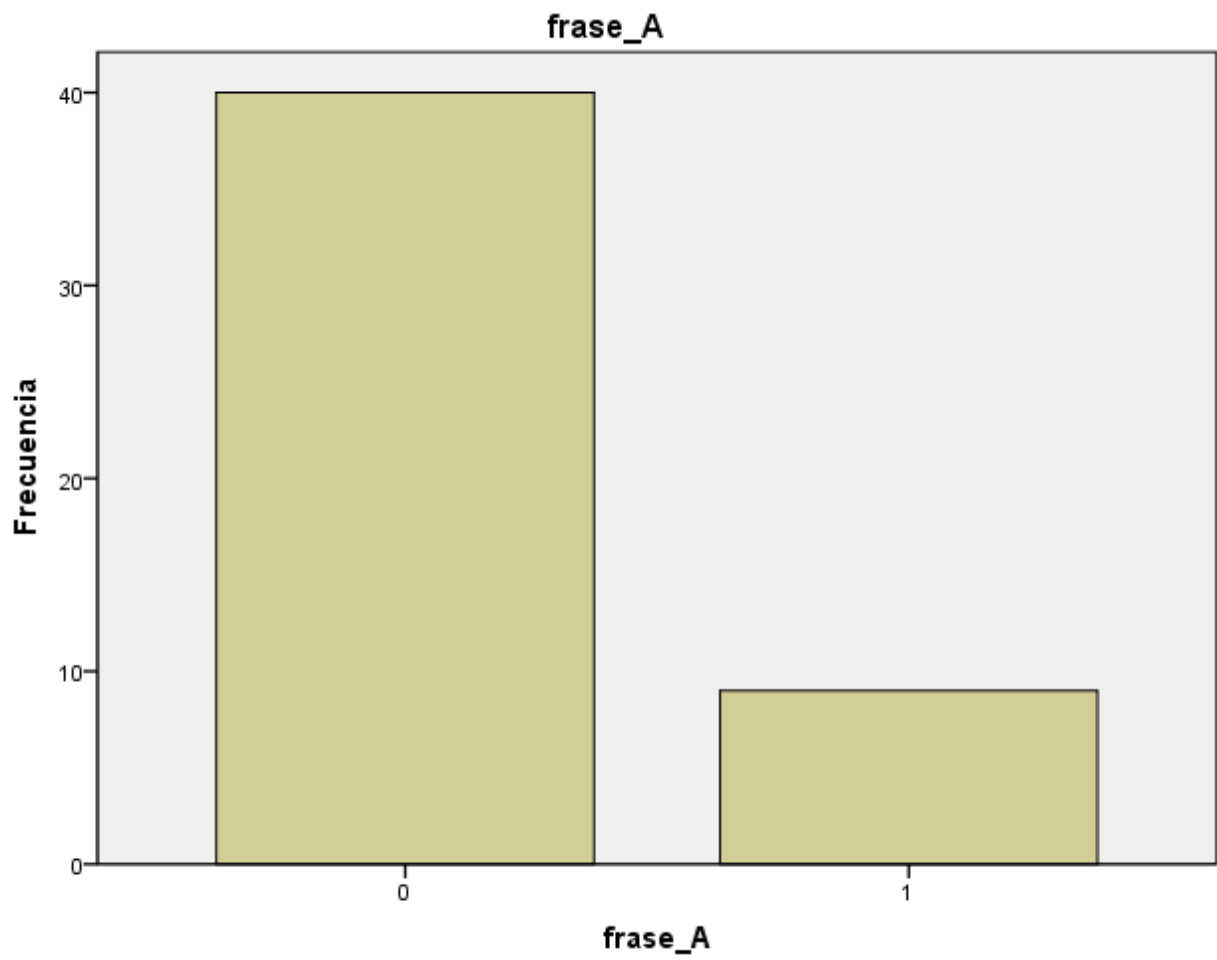
frase_G

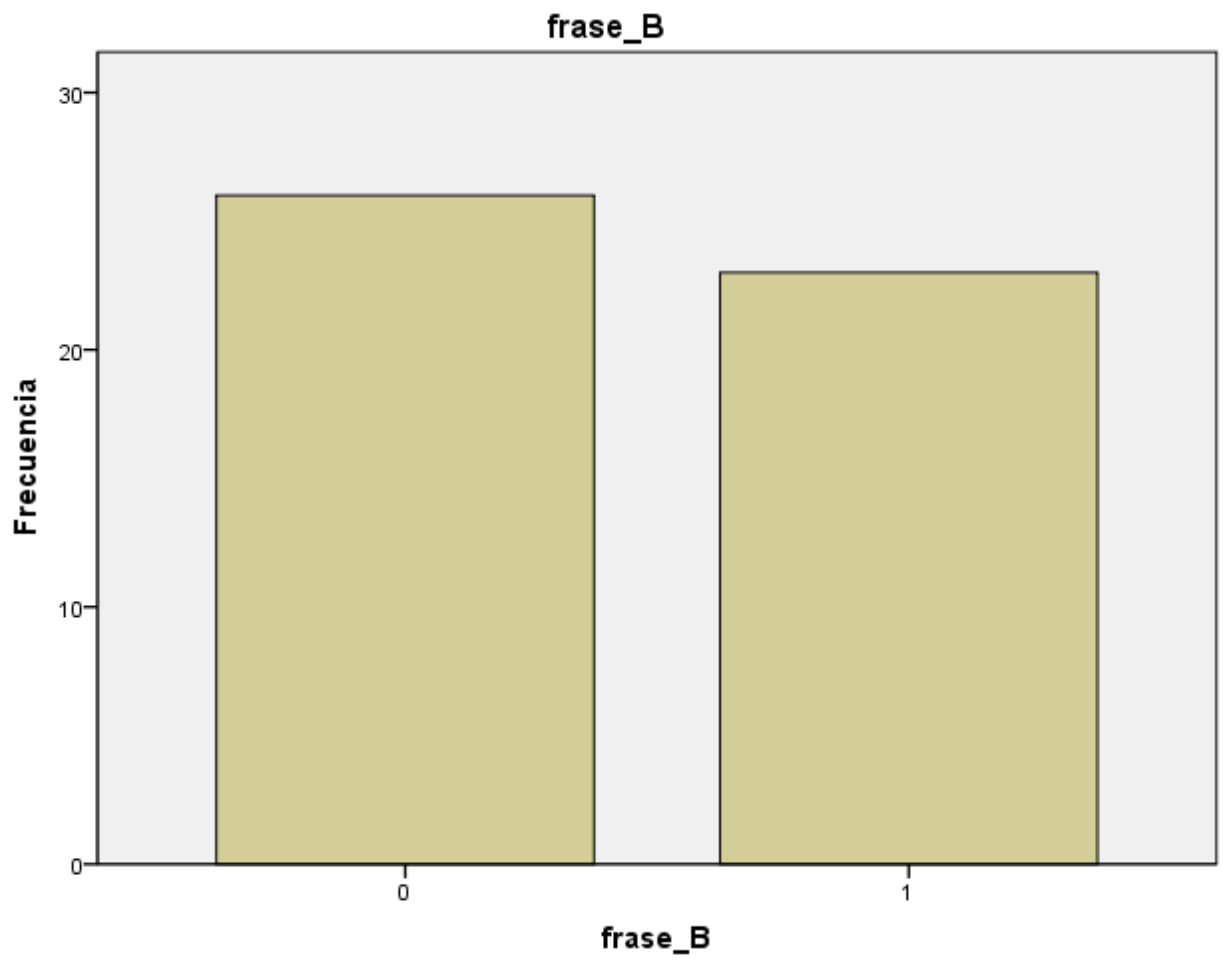
| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 0 | 41 | 83,7 | 83,7 | 83,7 |
| 1 | 8 | 16,3 | 16,3 | 100,0 |
| Total | 49 | 100,0 | 100,0 | |

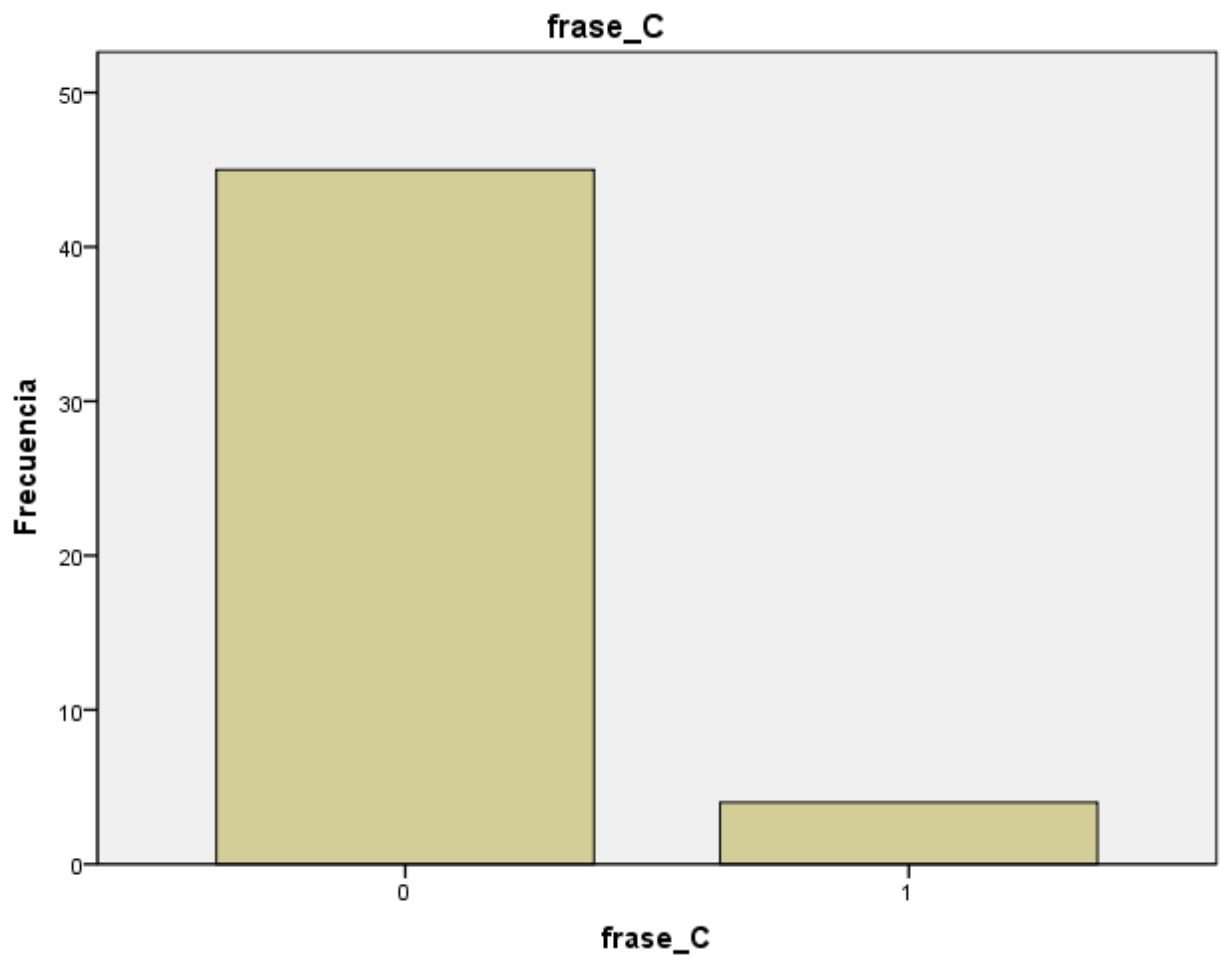
frase_H

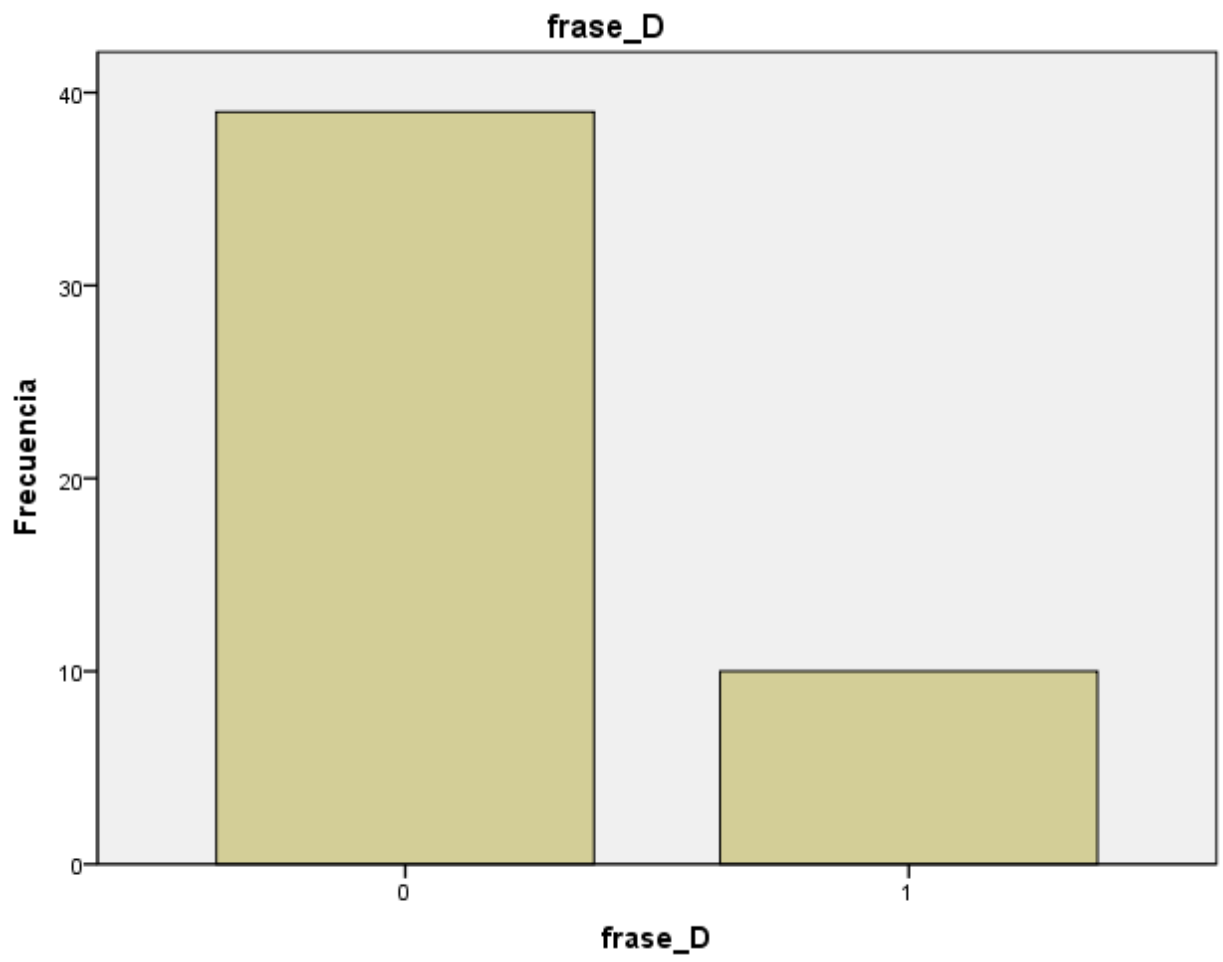
| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 0 | 49 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

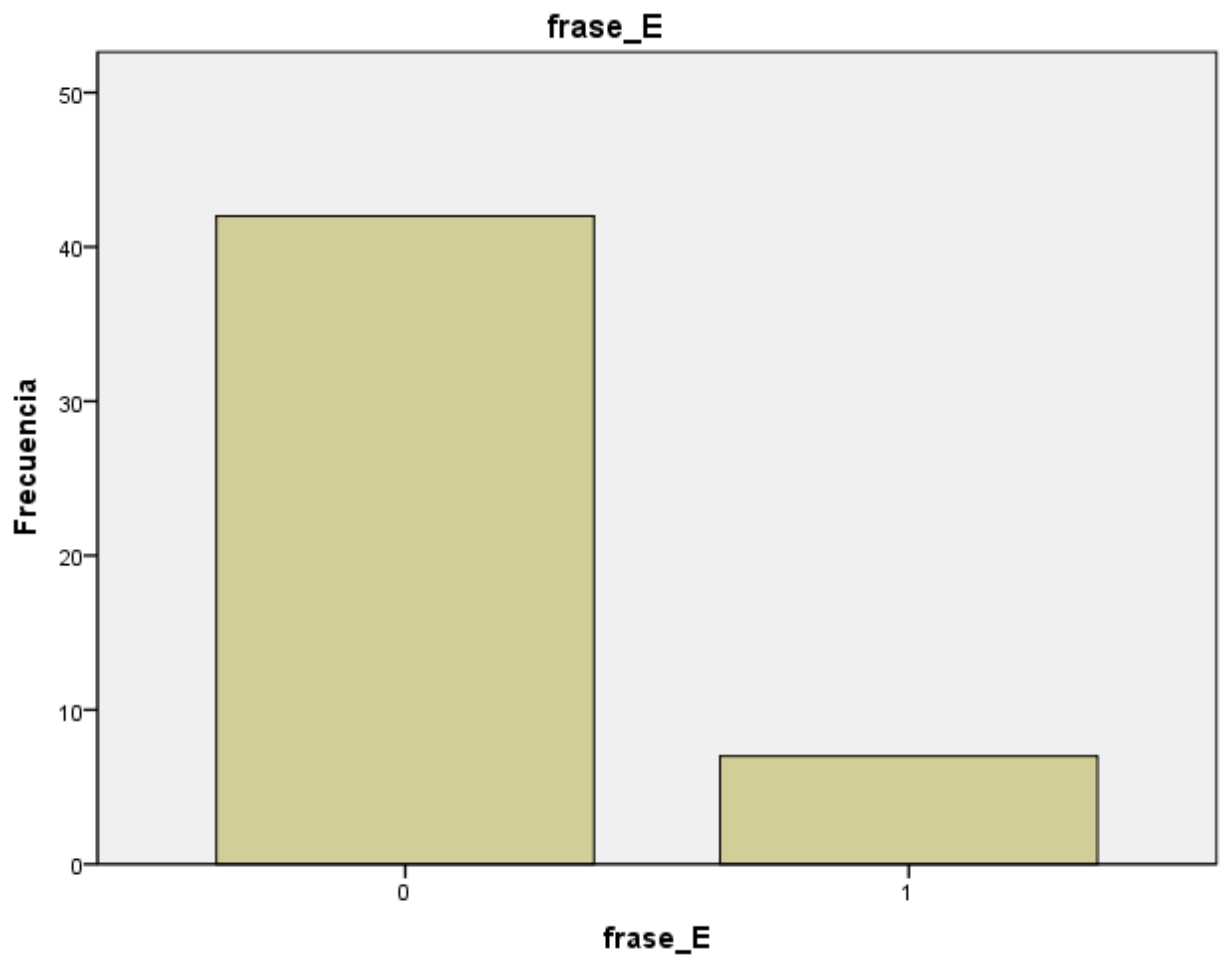
Gráfico de barras

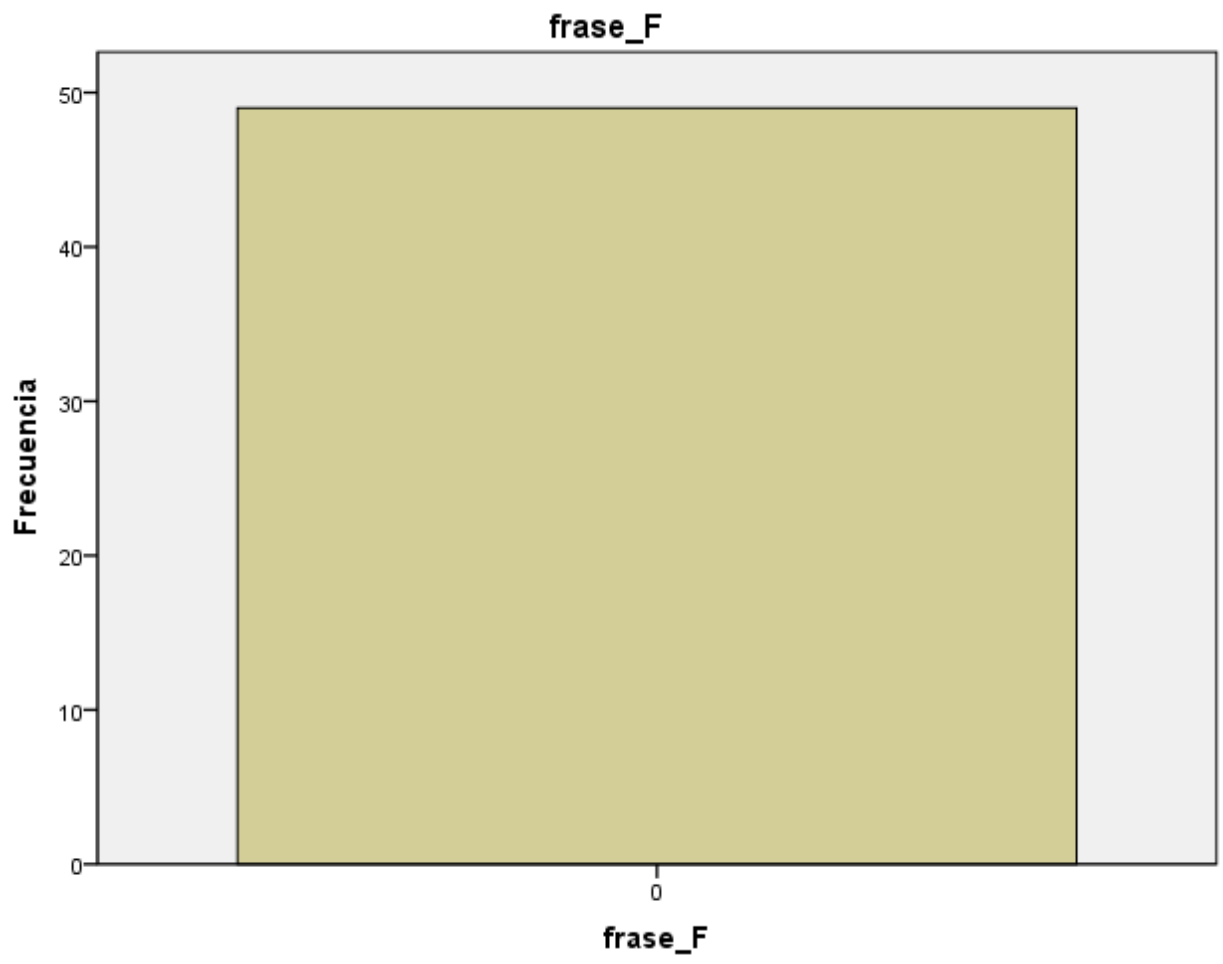


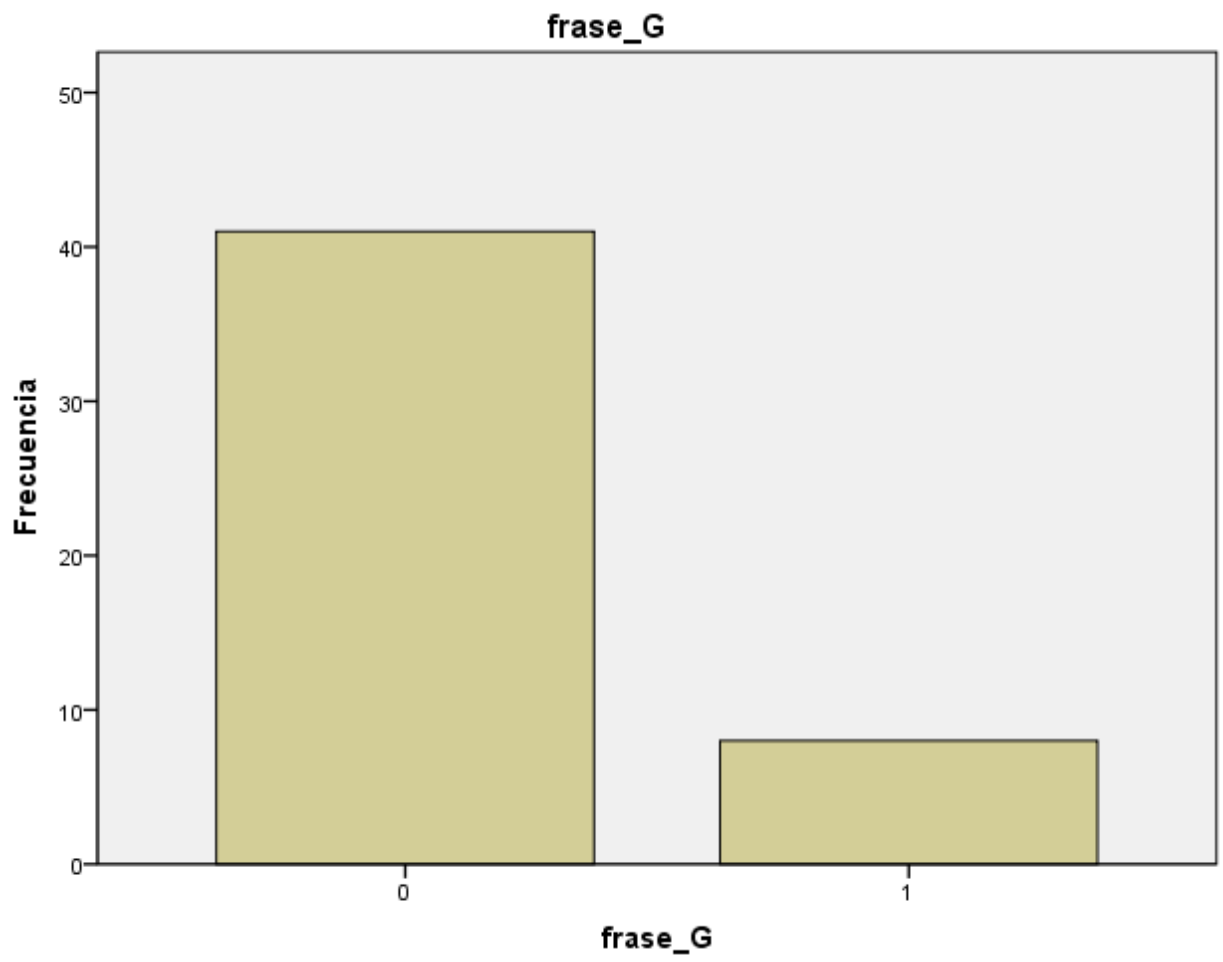


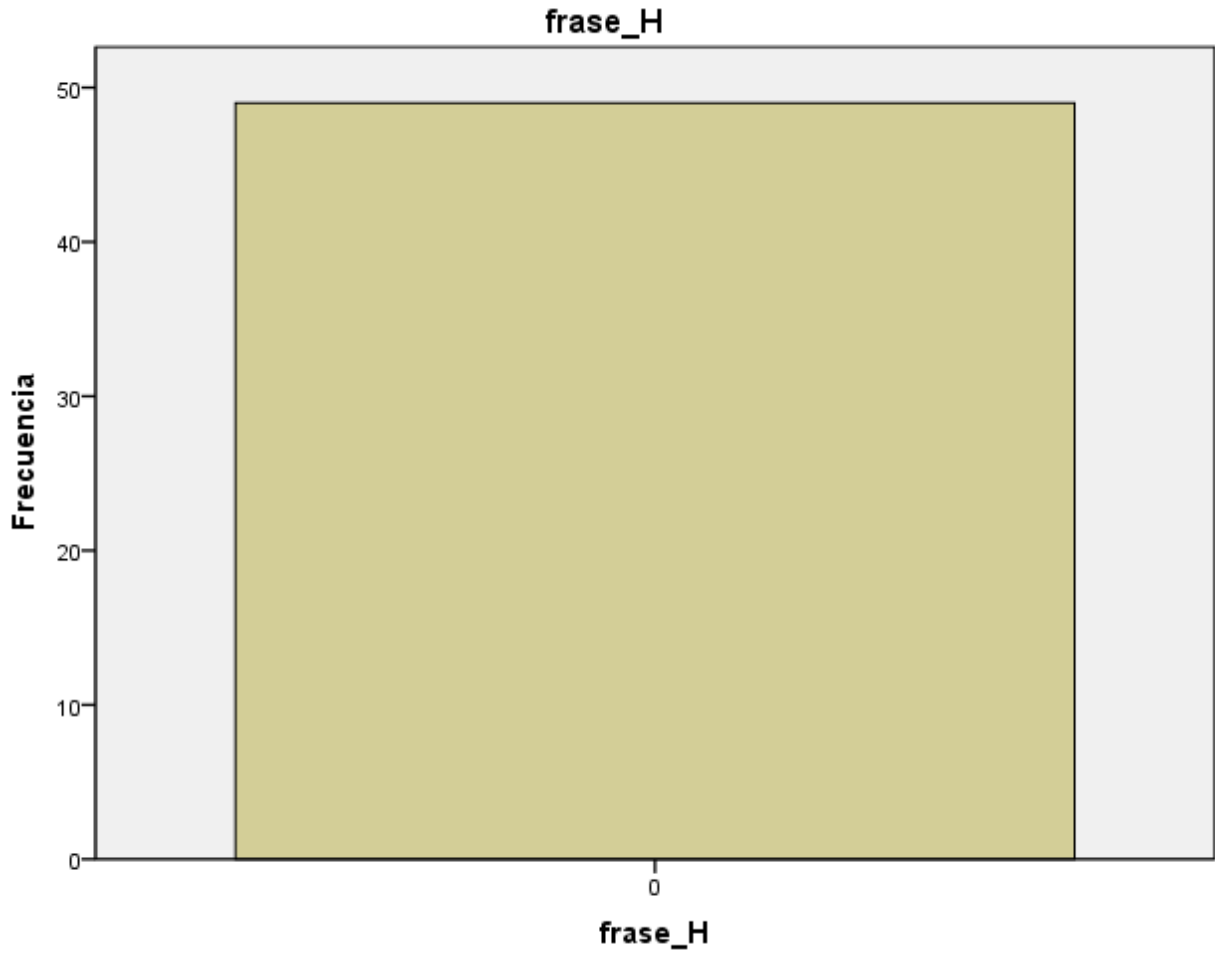












MULT RESPONSE GROUPS=\$TOP_OF_MIND (recuerda_aguila recuerda_aguila_ligth
 recuerda_poker recuerda_costeña recuerda_club recuerda_redds (1)) \$SENSACION
 (sensación_gratitud sensación_patriotismo sensación_alegría sensación_orgullo sensación_amistad
 (1))

/TABLES=\$TOP_OF_MIND BY \$SENSACION

/CELLS=ROW

/BASE=CASES.

Respuesta múltiple

Notas

| | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 22:43:47 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Tratamiento de los datos perdidos | Definición de perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario se tratarán como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de cada tabla se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de cada tabla. |

| | | | |
|----------|---|--|-----------------|
| Sintaxis | <pre> MULT RESPONSE GROUPS=\$TOP_OF_MIND (recuerda_aguila recuerda_aguila_ligth recuerda_poker recuerda_costeña recuerda_club recuerda_redds (1)) \$SENSACION (sensación_gratitud sensación_patriotismo sensación_alegría sensación_orgullo sensación_amistad (1)) /TABLES=\$TOP_OF_MIND BY \$SENSACION /CELLS=ROW /BASE=CASES. </pre> | | |
| Recursos | Tiempo de procesador | | 00 00:00:00,016 |
| | Tiempo transcurrido | | 00 00:00:00,010 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Resumen de los casos

| | | | |
|--|---------|----------|-------|
| | Casos | | |
| | Válidos | Perdidos | Total |

| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
|---------------------------|----|------------|----|------------|----|------------|
| \$TOP_OF_MIND*\$SENSACION | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |

Tabla de contingencia \$TOP_OF_MIND*\$SENSACION

| | | | \$SENSACION ^a | |
|--|---------------------------|--|--------------------------|-----------------------|
| | | | sensación_gratitud | sensación_patriotismo |
| \$TOP_OF_MIND ^a recuerda_aguila | Recuento | | 3 | 8 |
| | % dentro de \$TOP_OF_MIND | | 9,1% | 24,2% |
| recuerda_aguila_ligth | Recuento | | 0 | 0 |
| | % dentro de \$TOP_OF_MIND | | ,0% | ,0% |
| recuerda_club | Recuento | | 0 | 1 |
| | % dentro de \$TOP_OF_MIND | | ,0% | 11,1% |
| Total | Recuento | | 3 | 9 |

Tabla de contingencia \$TOP_OF_MIND*\$SENSACION

| | | | \$SENSACION ^a | |
|--|----------|--|--------------------------|-------------------|
| | | | sensación_alegría | sensación_orgullo |
| \$TOP_OF_MIND ^a recuerda_aguila | Recuento | | 14 | 8 |

| | | | |
|-----------------------|------------------------------|--------|-------|
| | % dentro de \$TOP_OF_MIND | 42,4% | 24,2% |
| recuerda_aguila_ligth | Recuento | 7 | 0 |
| | % dentro de \$TOP_OF_MIND | 100,0% | ,0% |
| recuerda_club | Recuento | 6 | 1 |
| | % dentro de \$TOP_OF_MIND | 66,7% | 11,1% |
| Total | Recuento | 27 | 9 |

Tabla de contingencia \$TOP_OF_MIND*\$SENSACION

| | | \$SENSACIO N ^a | Total | |
|----------------------------|-----------------------|------------------------------|-------|----|
| | | sensación_ami stad | | |
| \$TOP_OF_MIND ^a | recuerda_aguila | Recuento | 0 | 33 |
| | | % dentro de \$TOP_OF_MIND | ,0% | |
| | recuerda_aguila_ligth | Recuento | 0 | 7 |
| | | % dentro de \$TOP_OF_MIND | ,0% | |
| | recuerda_club | Recuento | 1 | 9 |
| | | % dentro de \$TOP_OF_MIND | 11,1% | |
| Total | | Recuento | 1 | 49 |

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

```
MULT RESPONSE GROUPS=$TOP_OF_MIND (recuerda_aguila recuerda_aguila_ligth  
recuerda_poker recuerda_costeña recuerda_club recuerda_redds (1))
```

```
/VARIABLES=importancia_marca_aguila(1 5)
```

```
/TABLES=$TOP_OF_MIND BY importancia_marca_aguila
```

```
/CELLS=ROW
```

```
/BASE=CASES.
```

Respuesta múltiple

Notas

| | |
|--------------------|--|
| Resultados creados | 01-dic-2011 22:45:42 |
| Comentarios | |
| Entrada | Datos |
| | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |

| | | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|---|-----------------|
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 | |
| | Filtro | <ninguno> | |
| | Peso | <ninguno> | |
| | Segmentar archivo | <ninguno> | |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | | 49 |
| Tratamiento de los datos perdidos | Definición de perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario se tratarán como perdidos. | |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de cada tabla se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de cada tabla. | |
| Sintaxis | | <p>MULT RESPONSE GROUPS=\$TOP_OF_MIND (recuerda_aguila recuerda_aguila_ligth recuerda_poker recuerda_costeña recuerda_club recuerda_redds (1))</p> <p>/VARIABLES=importancia_marca _aguila(1 5)</p> <p>/TABLES=\$TOP_OF_MIND BY importancia_marca_aguila</p> <p>/CELLS=ROW</p> <p>/BASE=CASES.</p> | |
| Recursos | Tiempo de procesador | | 00 00:00:00,000 |
| | Tiempo transcurrido | | 00 00:00:00,008 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Resumen de los casos

| | Casos | | | | | |
|--|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
| \$TOP_OF_MIND*importancia_marca_aguila | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |

Tabla de contingencia \$TOP_OF_MIND*importancia_marca_aguila

| | | importancia_marca_aguila | |
|--|---------------------------|--------------------------|-------------|
| | | poco importante | indiferente |
| \$TOP_OF_MIND ^a recuerda_aguila | Recuento | 1 | 3 |
| | % dentro de \$TOP_OF_MIND | 3,0% | 9,1% |
| recuerda_aguila_ligth | Recuento | 4 | 0 |
| | % dentro de \$TOP_OF_MIND | 57,1% | ,0% |

| | | | |
|---------------|---------------------------|-----|-----|
| recuerda_club | Recuento | 0 | 0 |
| | % dentro de \$TOP_OF_MIND | ,0% | ,0% |
| Total | Recuento | 5 | 3 |

Tabla de contingencia \$TOP_OF_MIND*importancia_marca_aguila

| | | importancia_marca_aguila |
|--|---------------------------|--------------------------|
| | | importante |
| \$TOP_OF_MIND ^a recuerda_aguila | Recuento | 10 |
| | % dentro de \$TOP_OF_MIND | 30,3% |
| recuerda_aguila_ligth | Recuento | 1 |
| | % dentro de \$TOP_OF_MIND | 14,3% |
| recuerda_club | Recuento | 5 |
| | % dentro de \$TOP_OF_MIND | 55,6% |
| Total | Recuento | 16 |

Tabla de contingencia \$TOP_OF_MIND*importancia_marca_aguila

| | | importancia_marca_aguila |
|--|--|--------------------------|
| | | muy importante |
| | | Total |
| | | |

| | | | |
|--|---------------------------|-------|----|
| \$TOP_OF_MIND ^a recuerda_aguila | Recuento | 19 | 33 |
| | % dentro de \$TOP_OF_MIND | 57,6% | |
| recuerda_aguila_ligth | Recuento | 2 | 7 |
| | % dentro de \$TOP_OF_MIND | 28,6% | |
| recuerda_club | Recuento | 4 | 9 |
| | % dentro de \$TOP_OF_MIND | 44,4% | |
| Total | Recuento | 25 | 49 |

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

MULT RESPONSE GROUPS=\$TOP_OF_MIND (recuerda_aguila recuerda_aguila_ligth recuerda_poker recuerda_costeña recuerda_club recuerda_redds (1))

/VARIABLES=importancia_aguila_vida(0 1)

/TABLES=\$TOP_OF_MIND BY importancia_aguila_vida

/CELLS=ROW

/BASE=CASES.

Respuesta múltiple

Notas

| | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 22:47:06 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Tratamiento de los datos perdidos | Definición de perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario se tratarán como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de cada tabla se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de cada tabla. |

| | | | |
|----------|----------------------|--|--|
| Sintaxis | | <pre> MULT RESPONSE GROUPS=\$TOP_OF_MIND (recuerda_aguila recuerda_aguila_ligth recuerda_poker recuerda_costeña recuerda_club recuerda_redds (1)) /VARIABLES=importancia_aguila _vida(0 1) /TABLES=\$TOP_OF_MIND BY importancia_aguila_vida /CELLS=ROW /BASE=CASES. </pre> | |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,000 | |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,008 | |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Resumen de los casos

| | Casos | | | | | |
|--|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
| | | | | | | |

Resumen de los casos

| | Casos | | | | | |
|---------------------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
| \$TOP_OF_MIND*importancia_aguila_vida | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |

Tabla de contingencia \$TOP_OF_MIND*importancia_aguila_vida

| | | | importancia_aguila_vida | |
|--|---------------------------|-------|-------------------------|----|
| | | | NO | SI |
| \$TOP_OF_MIND ^a recuerda_aguila | Recuento | 7 | 26 | |
| | % dentro de \$TOP_OF_MIND | 21,2% | 78,8% | |
| recuerda_aguila_ligth | Recuento | 5 | 2 | |
| | % dentro de \$TOP_OF_MIND | 71,4% | 28,6% | |
| recuerda_club | Recuento | 3 | 6 | |
| | % dentro de \$TOP_OF_MIND | 33,3% | 66,7% | |
| Total | Recuento | 15 | 34 | |

Tabla de contingencia \$TOP_OF_MIND*importancia_aguila_vida

| | |
|--|-------|
| | Total |
|--|-------|

| | | |
|--|------------------------------|----|
| \$TOP_OF_MIND ^a recuerda_aguila | Recuento | 33 |
| | % dentro de \$TOP_OF_MIND | |
| recuerda_aguila_ligth | Recuento | 7 |
| | % dentro de \$TOP_OF_MIND | |
| recuerda_club | Recuento | 9 |
| | % dentro de \$TOP_OF_MIND | |
| Total | Recuento | 49 |

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

MULT RESPONSE GROUPS=\$TOP_OF_MIND (recuerda_aguila recuerda_aguila_ligth
recuerda_poker recuerda_costeña recuerda_club recuerda_redds (1))

/VARIABLES=frecuencia_compra_aguila(1 5)

/TABLES=\$TOP_OF_MIND BY frecuencia_compra_aguila

/CELLS=ROW

/BASE=CASES.

Respuesta múltiple

Notas

| | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 22:48:24 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Tratamiento de los datos perdidos | Definición de perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario se tratarán como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de cada tabla se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de cada tabla. |

| | | | |
|----------|--|--|-----------------|
| Sintaxis | <pre> MULT RESPONSE GROUPS=\$TOP_OF_MIND (recuerda_aguila recuerda_aguila_ligth recuerda_poker recuerda_costeña recuerda_club recuerda_redds (1)) /VARIABLES=frecuencia_compra _aguila(1 5) /TABLES=\$TOP_OF_MIND BY frecuencia_compra_aguila /CELLS=ROW /BASE=CASES. </pre> | | |
| Recursos | Tiempo de procesador | | 00 00:00:00,015 |
| | Tiempo transcurrido | | 00 00:00:00,007 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Resumen de los casos

| | Casos | | | | | |
|--|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
| | | | | | | |

Resumen de los casos

| | Casos | | | | | |
|--|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
| \$TOP_OF_MIND*frecuencia_compra_aguila | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |

Tabla de contingencia \$TOP_OF_MIND*frecuencia_compra_aguila

| | | frecuencia_compra_aguila | |
|--|---------------------------|--------------------------|----------|
| | | DIARIO | SEMANTAL |
| \$TOP_OF_MIND ^a recuerda_aguila | Recuento | 4 | 21 |
| | % dentro de \$TOP_OF_MIND | 12,1% | 63,6% |
| recuerda_aguila_ligth | Recuento | 0 | 1 |
| | % dentro de \$TOP_OF_MIND | ,0% | 14,3% |
| recuerda_club | Recuento | 0 | 7 |
| | % dentro de \$TOP_OF_MIND | ,0% | 77,8% |
| Total | Recuento | 4 | 29 |

Tabla de contingencia \$TOP_OF_MIND*frecuencia_compra_aguila

| | | frecuencia_compra_aguila |
|--|---------------------------|--------------------------|
| | | QUINCENAL |
| \$TOP_OF_MIND ^a recuerda_aguila | Recuento | 4 |
| | % dentro de \$TOP_OF_MIND | 12,1% |
| recuerda_aguila_ligth | Recuento | 3 |
| | % dentro de \$TOP_OF_MIND | 42,9% |
| recuerda_club | Recuento | 1 |
| | % dentro de \$TOP_OF_MIND | 11,1% |
| Total | Recuento | 8 |

Tabla de contingencia \$TOP_OF_MIND*frecuencia_compra_aguila

| | | frecuencia_compra_aguila | Total |
|--|---------------------------|--------------------------|-------|
| | | MENSUAL | |
| \$TOP_OF_MIND ^a recuerda_aguila | Recuento | 4 | 33 |
| | % dentro de \$TOP_OF_MIND | 12,1% | |
| recuerda_aguila_ligth | Recuento | 3 | 7 |
| | % dentro de \$TOP_OF_MIND | 42,9% | |
| recuerda_club | Recuento | 1 | 9 |

| | | | |
|-------|------------------------------|-------|----|
| | % dentro de \$TOP_OF_MIND | 11,1% | |
| Total | Recuento | 8 | 49 |

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

MULT RESPONSE GROUPS=\$TOP_OF_MIND (recuerda_aguila recuerda_aguila_ligth
recuerda_poker recuerda_costeña recuerda_club recuerda_redds (1))

/VARIABLES=import_aguila_vida(1 5)

/TABLES=\$TOP_OF_MIND BY import_aguila_vida

/CELLS=ROW

/BASE=CASES.

Respuesta múltiple

Notas

| | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 22:50:42 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Tratamiento de los datos perdidos | Definición de perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario se tratarán como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de cada tabla se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de cada tabla. |

| | | | |
|----------|--|--|-----------------|
| Sintaxis | <pre> MULT RESPONSE GROUPS=\$TOP_OF_MIND (recuerda_aguila recuerda_aguila_ligth recuerda_poker recuerda_costeña recuerda_club recuerda_redds (1)) /VARIABLES=import_aguila_vida (1 5) /TABLES=\$TOP_OF_MIND BY import_aguila_vida /CELLS=ROW /BASE=CASES. </pre> | | |
| Recursos | Tiempo de procesador | | 00 00:00:00,016 |
| | Tiempo transcurrido | | 00 00:00:00,008 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Resumen de los casos

| | Casos | | | | | |
|--|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
| | | | | | | |

Resumen de los casos

| | Casos | | | | | |
|---------------------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
| \$TOP_OF_MIND*import t_aguila_vida | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |

Tabla de contingencia \$TOP_OF_MIND*import_aguila_vida

| | | | import_aguila_vida | |
|--------------------|---------------------------|---------------------------|--------------------|-------------|
| | | | nada importante | indiferente |
| \$TOP_OF_MIND a | recuerda_aguila | Recuento | 3 | 10 |
| | | % dentro de \$TOP_OF_MIND | 9,1% | 30,3% |
| | recuerda_aguila_ligth | Recuento | 3 | 2 |
| | % dentro de \$TOP_OF_MIND | 42,9% | 28,6% | |
| | recuerda_club | Recuento | 2 | 6 |
| | % dentro de \$TOP_OF_MIND | 22,2% | 66,7% | |
| Total | | Recuento | 8 | 18 |

Tabla de contingencia \$TOP_OF_MIND*import_aguila_vida

| | | | import_aguila _vida |
|--------------------|-----------------------|------------------------------|------------------------|
| | | | importante |
| \$TOP_OF_MIND a | recuerda_aguila | Recuento | 5 |
| | | % dentro de \$TOP_OF_MIND | 15,2% |
| | recuerda_aguila_ligth | Recuento | 2 |
| | | % dentro de \$TOP_OF_MIND | 28,6% |
| | recuerda_club | Recuento | 0 |
| | | % dentro de \$TOP_OF_MIND | ,0% |
| Total | | Recuento | 7 |

Tabla de contingencia \$TOP_OF_MIND*import_aguila_vida

| | | | import_aguila _vida | Total |
|--------------------|-----------------------|------------------------------|------------------------|-------|
| | | | muy importante | |
| \$TOP_OF_MIND a | recuerda_aguila | Recuento | 15 | 33 |
| | | % dentro de \$TOP_OF_MIND | 45,5% | |
| | recuerda_aguila_ligth | Recuento | 0 | 7 |
| | | % dentro de \$TOP_OF_MIND | ,0% | |
| | recuerda_club | Recuento | 1 | 9 |

| | | | |
|-------|------------------------------|-------|----|
| | % dentro de \$TOP_OF_MIND | 11,1% | |
| Total | Recuento | 16 | 49 |

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

MULT RESPONSE GROUPS=\$TOP_OF_MIND (recuerda_aguila recuerda_aguila_ligth
recuerda_poker recuerda_costeña recuerda_club recuerda_redds (1))

/VARIABLES=slogan(1 6)

/TABLES=\$TOP_OF_MIND BY slogan

/CELLS=ROW

/BASE=CASES.

Respuesta múltiple

Notas

| | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 22:52:47 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Tratamiento de los datos perdidos | Definición de perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario se tratarán como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de cada tabla se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de cada tabla. |

| | | |
|----------|---|-----------------|
| Sintaxis | <pre> MULT RESPONSE GROUPS=\$TOP_OF_MIND (recuerda_aguila recuerda_aguila_ligth recuerda_poker recuerda_costeña recuerda_club recuerda_redds (1)) /VARIABLES=slogan(1 6) /TABLES=\$TOP_OF_MIND BY slogan /CELLS=ROW /BASE=CASES. </pre> | |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,000 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,010 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Resumen de los casos

| | Casos | | | | | |
|----------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
| \$TOP_OF_MIND*slogan | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |

Tabla de contingencia \$TOP_OF_MIND*slogan

| | | | slogan | |
|--------------------|-----------------------|------------------------------|----------------------------|------------------------------|
| | | | refresca nuestra pasión | sin igual y siempre igual |
| \$TOP_OF_MIND a | recuerda_aguila | Recuento | 5 | 26 |
| | | % dentro de \$TOP_OF_MIND | 15,2% | 78,8% |
| | recuerda_aguila_ligth | Recuento | 0 | 7 |
| | | % dentro de \$TOP_OF_MIND | ,0% | 100,0% |
| | recuerda_club | Recuento | 1 | 8 |
| | | % dentro de \$TOP_OF_MIND | 11,1% | 88,9% |
| Total | | Recuento | 6 | 41 |

Tabla de contingencia \$TOP_OF_MIND*slogan

| | | | slogan | Total |
|--------------------|-----------------------|------------------------------|--------------------------------|-------|
| | | | el sabor de nuestra alegría | |
| \$TOP_OF_MIND a | recuerda_aguila | Recuento | 2 | 33 |
| | | % dentro de \$TOP_OF_MIND | 6,1% | |
| | recuerda_aguila_ligth | Recuento | 0 | 7 |

| | | | |
|---------------|------------------------------|-----|----|
| | % dentro de \$TOP_OF_MIND | ,0% | |
| recuerda_club | Recuento | 0 | 9 |
| | % dentro de \$TOP_OF_MIND | ,0% | |
| Total | Recuento | 2 | 49 |

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

MULT RESPONSE GROUPS=\$MERCHANDISING (merchand_camiseta merchand_gorra
merchand_kit_viajero merchand_Radio merchand_sombrero merchand_Guayabera
merchand_Poncho merchand_Llavero merchand_Jirafas merchand_Balones merchand_Vasos
merchand_Toallas (1))

\$TOP_OF_MIND (recuerda_aguila recuerda_aguila_ligth recuerda_poker recuerda_costeña
recuerda_club recuerda_redds (1))

/TABLES=\$MERCHANDISING BY \$TOP_OF_MIND

/CELLS=ROW

/BASE=CASES.

Respuesta múltiple

Notas

| | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 23:08:12 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Tratamiento de los datos perdidos | Definición de perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario se tratarán como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de cada tabla se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de cada tabla. |

| | | | | | |
|----------------------|--|----------------------|-----------------|---------------------|-----------------|
| Sintaxis | <pre> MULT RESPONSE GROUPS=\$MERCHANDISING (merchand_camiseta merchand_gorra merchand_kit_viajero merchand_Radio merchand_sombrero merchand_Guayabera merchand_Poncho merchand_Llavero merchand_Jirafas merchand_Balones merchand_Vasos merchand_Toallas (1)) \$TOP_OF_MIND (recuerda_aguila recuerda_aguila_ligth recuerda_poker recuerda_costeña recuerda_club recuerda_redds (1)) /TABLES=\$MERCHANDISING BY \$TOP_OF_MIND /CELLS=ROW /BASE=CASES. </pre> | | | | |
| Recursos | <table border="0"> <tr> <td data-bbox="553 1371 868 1407">Tiempo de procesador</td> <td data-bbox="1105 1371 1300 1407">00 00:00:00,000</td> </tr> <tr> <td data-bbox="553 1444 868 1480">Tiempo transcurrido</td> <td data-bbox="1105 1444 1300 1480">00 00:00:00,008</td> </tr> </table> | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,000 | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,008 |
| Tiempo de procesador | 00 00:00:00,000 | | | | |
| Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,008 | | | | |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Resumen de los casos

| | Casos | | | | | |
|-----------------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
| \$MERCHANDISING*\$ TOP_OF_MIND | 48 | 98,0% | 1 | 2,0% | 49 | 100,0% |

Tabla de contingencia \$MERCHANDISING*\$TOP_OF_MIND

| | | | \$TOP_OF_MIND ^a |
|-----------------------------------|----------------------|--------------------------------|----------------------------|
| | | | recuerda_aguil a |
| \$MERCHANDISING G ^a | merchand_camiseta | Recuento | 29 |
| | | % dentro de \$MERCHANDISING | 78,4% |
| | merchand_gorra | Recuento | 16 |
| | | % dentro de \$MERCHANDISING | 80,0% |
| | merchand_kit_viajero | Recuento | 4 |
| | | % dentro de \$MERCHANDISING | 100,0% |
| | merchand_Radio | Recuento | 0 |

| | | |
|--------------------|--------------------------------|--------|
| | % dentro de \$MERCHANDISING | ,0% |
| merchand_sombrero | Recuento | 4 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | 33,3% |
| merchand_Guayabera | Recuento | 0 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | ,0% |
| merchand_Poncho | Recuento | 4 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | 100,0% |
| merchand_Llavero | Recuento | 2 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | 100,0% |
| merchand_Jirafas | Recuento | 1 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | 100,0% |
| merchand_Balones | Recuento | 9 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | 69,2% |
| merchand_Vasos | Recuento | 22 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | 64,7% |
| merchand_Toallas | Recuento | 3 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | 42,9% |

| | | |
|-------|----------|----|
| Total | Recuento | 32 |
|-------|----------|----|

Tabla de contingencia \$MERCHANDISING*\$TOP_OF_MIND

| | | | \$TOP_OF_MIND ^a |
|-----------------------------------|----------------------|--------------------------------|----------------------------|
| | | | recuerda_aguil a_ligth |
| \$MERCHANDISING G ^a | merchand_camiseta | Recuento | 0 |
| | | % dentro de \$MERCHANDISING | ,0% |
| | merchand_gorra | Recuento | 0 |
| | | % dentro de \$MERCHANDISING | ,0% |
| | merchand_kit_viajero | Recuento | 0 |
| | | % dentro de \$MERCHANDISING | ,0% |
| | merchand_Radio | Recuento | 4 |
| | | % dentro de \$MERCHANDISING | 100,0% |
| | merchand_sombrero | Recuento | 7 |
| | | % dentro de \$MERCHANDISING | 58,3% |
| | merchand_Guayabera | Recuento | 4 |
| | | % dentro de \$MERCHANDISING | 100,0% |
| | merchand_Poncho | Recuento | 0 |
| | | | |

| | | |
|------------------|--------------------------------|-------|
| | % dentro de \$MERCHANDISING | ,0% |
| merchand_Llavero | Recuento | 0 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | ,0% |
| merchand_Jirafas | Recuento | 0 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | ,0% |
| merchand_Balones | Recuento | 0 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | ,0% |
| merchand_Vasos | Recuento | 3 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | 8,8% |
| merchand_Toallas | Recuento | 3 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | 42,9% |
| Total | Recuento | 7 |

Tabla de contingencia \$MERCHANDISING*\$TOP_OF_MIND

| | | | \$TOP_OF_MIND ^a | Total |
|------------------------------|-------------------|--------------------------------|----------------------------|-------|
| | | | recuerda_club | |
| \$MERCHANDISING ^a | merchand_camiseta | Recuento | 8 | 37 |
| | | % dentro de \$MERCHANDISING | 21,6% | |

| | | | |
|----------------------|-----------------------------|-------|----|
| merchand_gorra | Recuento | 4 | 20 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | 20,0% | |
| merchand_kit_viajero | Recuento | 0 | 4 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | ,0% | |
| merchand_Radio | Recuento | 0 | 4 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | ,0% | |
| merchand_sombrero | Recuento | 1 | 12 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | 8,3% | |
| merchand_Guayabera | Recuento | 0 | 4 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | ,0% | |
| merchand_Poncho | Recuento | 0 | 4 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | ,0% | |
| merchand_Llavero | Recuento | 0 | 2 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | ,0% | |
| merchand_Jirafas | Recuento | 0 | 1 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | ,0% | |
| merchand_Balones | Recuento | 4 | 13 |

| | | | |
|------------------|--------------------------------|-------|----|
| | % dentro de \$MERCHANDISING | 30,8% | |
| merchand_Vasos | Recuento | 9 | 34 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | 26,5% | |
| merchand_Toallas | Recuento | 1 | 7 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | 14,3% | |
| Total | Recuento | 9 | 48 |

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

MULT RESPONSE GROUPS=\$ETIQUETA (etiqueta_aguila etiqueta_Colores etiqueta_Diseños
etiqueta_Mundo etiqueta_Slogan_sin_igual etiqueta_tipo_de_letra etiqueta_Logo (1))
\$TOP_OF_MIND (recuerda_aguila recuerda_aguila_ligth recuerda_poker recuerda_costeña
recuerda_club recuerda_redds (1))

/TABLES=\$ETIQUETA BY \$TOP_OF_MIND

/CELLS=ROW

/BASE=CASES.

Respuesta múltiple

Notas

| | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 23:10:04 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Tratamiento de los datos perdidos | Definición de perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario se tratarán como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de cada tabla se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de cada tabla. |

| | | | | | |
|-----------------------------|---|-----------------------------|------------------------|----------------------------|------------------------|
| <p>Sintaxis</p> | <pre> MULT RESPONSE GROUPS=\$ETIQUETA (etiqueta_aguila etiqueta_Colores etiqueta_Diseños etiqueta_Mundo etiqueta_Slogan_sin_igual etiqueta_tipo_de_letra etiqueta_Logo (1)) \$TOP_OF_MIND (recuerda_aguila recuerda_aguila_ligth recuerda_poker recuerda_costeña recuerda_club recuerda_redds (1)) /TABLES=\$ETIQUETA BY \$TOP_OF_MIND /CELLS=ROW /BASE=CASES. </pre> | | | | |
| <p>Recursos</p> | <table border="1"> <tr> <td data-bbox="883 1056 1101 1134"> <p>Tiempo de procesador</p> </td> <td data-bbox="1105 1056 1302 1134"> <p>00 00:00:00,000</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="883 1140 1101 1207"> <p>Tiempo transcurrido</p> </td> <td data-bbox="1105 1140 1302 1207"> <p>00 00:00:00,014</p> </td> </tr> </table> | <p>Tiempo de procesador</p> | <p>00 00:00:00,000</p> | <p>Tiempo transcurrido</p> | <p>00 00:00:00,014</p> |
| <p>Tiempo de procesador</p> | <p>00 00:00:00,000</p> | | | | |
| <p>Tiempo transcurrido</p> | <p>00 00:00:00,014</p> | | | | |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Resumen de los casos

| | |
|--|--------------|
| | <p>Casos</p> |
|--|--------------|

| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
|--------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
| \$ETIQUETA*\$TOP_OF_MIND | 48 | 98,0% | 1 | 2,0% | 49 | 100,0% |

Tabla de contingencia \$ETIQUETA*\$TOP_OF_MIND

| | | | \$TOP_OF_MIND ^a | |
|-------------------------------|-----------------|------------------------|----------------------------|---------------------------|
| | | | recuerda_aguil a | recuerda_aguil a_ligth |
| \$ETIQUETA _a | etiqueta_aguila | Recuento | 28 | 7 |
| | | % dentro de \$ETIQUETA | 65,1% | 16,3% |
| etiqueta_Colores | | Recuento | 24 | 7 |
| | | % dentro de \$ETIQUETA | 60,0% | 17,5% |
| etiqueta_Diseños | | Recuento | 7 | 0 |
| | | % dentro de \$ETIQUETA | 63,6% | ,0% |
| etiqueta_Mundo | | Recuento | 0 | 4 |
| | | % dentro de \$ETIQUETA | ,0% | 100,0% |
| etiqueta_Slogan_sin_igua l | | Recuento | 14 | 3 |
| | | % dentro de \$ETIQUETA | 77,8% | 16,7% |

| | | | |
|------------------------|------------------------|-------|-----|
| etiqueta_tipo_de_letra | Recuento | 3 | 0 |
| | % dentro de \$ETIQUETA | 42,9% | ,0% |
| etiqueta_Logo | Recuento | 9 | 0 |
| | % dentro de \$ETIQUETA | 90,0% | ,0% |
| Total | Recuento | 32 | 7 |

Tabla de contingencia \$ETIQUETA*\$TOP_OF_MIND

| | | | \$TOP_OF_MIND ^a | |
|-------------------------|--------------------------|------------------------|----------------------------|-------|
| | | | recuerda_club | Total |
| \$ETIQUETA ^a | etiqueta_aguila | Recuento | 8 | 43 |
| | | % dentro de \$ETIQUETA | 18,6% | |
| | etiqueta_Colores | Recuento | 9 | 40 |
| | | % dentro de \$ETIQUETA | 22,5% | |
| | etiqueta_Diseños | Recuento | 4 | 11 |
| | | % dentro de \$ETIQUETA | 36,4% | |
| | etiqueta_Mundo | Recuento | 0 | 4 |
| | | % dentro de \$ETIQUETA | ,0% | |
| | etiqueta_Slogan_sin_igua | Recuento | 1 | 18 |

| | | | |
|------------------------|---------------------------|-------|----|
| 1 | % dentro de \$ETIQUETA | 5,6% | |
| etiqueta_tipo_de_letra | Recuento | 4 | 7 |
| | % dentro de \$ETIQUETA | 57,1% | |
| etiqueta_Logo | Recuento | 1 | 10 |
| | % dentro de \$ETIQUETA | 10,0% | |
| Total | Recuento | 9 | 48 |

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

MULT RESPONSE GROUPS=\$FESTIVIDADES (patrocinio_san_pedro patrocinio_chicas_aguila
patrocinio_carnaval_de_Bquilla patrocinio_comuneros patrocinio_feria_de_las_flores
patrocinio_fest_turist_Girardot patrocinio_partidos_de_la_selección

patrocinio_festival_de_la_cerveza patrocinio_Eventos_de_barrio patrocinio_conciertos (1))
\$TOP_OF_MIND (recuerda_aguila recuerda_aguila_ligth recuerda_poker recuerda_costeña
recuerda_club recuerda_redds (1))

/TABLES=\$FESTIVIDADES BY \$TOP_OF_MIND

/CELLS=ROW

/BASE=CASES.

Respuesta múltiple

Notas

| | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 23:11:18 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Tratamiento de los datos perdidos | Definición de perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario se tratarán como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de cada tabla se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de cada tabla. |

| | | | | | |
|----------------------|---|----------------------|-----------------|---------------------|-----------------|
| <p>Sintaxis</p> | <pre> MULT RESPONSE GROUPS=\$FESTIVIDADES (patrocinio_san_pedro patrocinio_chicas_aguila patrocinio_carnaval_de_Bquilla patrocinio_comuneros patrocinio_feria_de_las_flores patrocinio_fest_turist_Girardot patrocinio_partidos_de_la_selección n patrocinio_festival_de_la_cerveza patrocinio_Eventos_de_barrio patrocinio_conciertos (1)) \$TOP_OF_MIND (recuerda_aguila recuerda_aguila_ligth recuerda_poker recuerda_costeña recuerda_club recuerda_redds (1)) /TABLES=\$FESTIVIDADES BY \$TOP_OF_MIND /CELLS=ROW /BASE=CASES. </pre> | | | | |
| <p>Recursos</p> | <table border="0"> <tr> <td data-bbox="553 1333 873 1402">Tiempo de procesador</td> <td data-bbox="1105 1333 1312 1402">00 00:00:00,000</td> </tr> <tr> <td data-bbox="553 1402 873 1465">Tiempo transcurrido</td> <td data-bbox="1105 1402 1312 1465">00 00:00:00,008</td> </tr> </table> | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,000 | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,008 |
| Tiempo de procesador | 00 00:00:00,000 | | | | |
| Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,008 | | | | |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Resumen de los casos

| | Casos | | | | | |
|------------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
| \$FESTIVIDADES*\$TOP_OF_MIND | 46 | 93,9% | 3 | 6,1% | 49 | 100,0% |

Tabla de contingencia \$FESTIVIDADES*\$TOP_OF_MIND

| | | | \$TOP_OF_MIND ^a |
|---------------------------------|------------------------------------|-------------------------------|----------------------------|
| | | | recuerda_aguil a |
| \$FESTIVIDADE S ^a | patrocinio_san_pedro | Recuento | 4 |
| | | % dentro de \$FESTIVIDADES | 50,0% |
| | patrocinio_chicas_aguila | Recuento | 0 |
| | | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% |
| | patrocinio_carnaval_de_B quilla | Recuento | 15 |
| | | % dentro de \$FESTIVIDADES | 83,3% |
| | patrocinio_comuneros | Recuento | 1 |

| | | |
|-------------------------------------|-------------------------------|--------|
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | 100,0% |
| patrocinio_feria_de_las_flores | Recuento | 1 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | 100,0% |
| patrocinio_fest_turist_Girardot | Recuento | 3 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | 75,0% |
| patrocinio_partidos_de_la_selección | Recuento | 19 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | 59,4% |
| patrocinio_festival_de_la_cerveza | Recuento | 5 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | 55,6% |
| patrocinio_Eventos_de_barrio | Recuento | 12 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | 57,1% |
| patrocinio_conciertos | Recuento | 2 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | 100,0% |
| Total | Recuento | 30 |

Tabla de contingencia \$FESTIVIDADES*\$TOP_OF_MIND

| | |
|--|----------------------------|
| | \$TOP_OF_MIND ^a |
|--|----------------------------|

| | | | recuerda_aguil a_ligth |
|---|------------------------------------|-------------------------------|---------------------------|
| \$FESTIVIDADE S ^a | patrocinio_san_pedro | Recuento | 4 |
| | | % dentro de \$FESTIVIDADES | 50,0% |
| | patrocinio_chicas_aguila | Recuento | 4 |
| | | % dentro de \$FESTIVIDADES | 100,0% |
| | patrocinio_carnaval_de_B quilla | Recuento | 0 |
| | | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% |
| | patrocinio_comuneros | Recuento | 0 |
| | | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% |
| patrocinio_feria_de_las_fl ores | Recuento | 0 | |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% | |
| patrocinio_fest_turist_Gir ardot | Recuento | 0 | |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% | |
| patrocinio_partidos_de_la _selección | Recuento | 7 | |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | 21,9% | |
| patrocinio_festival_de_la _cerveza | Recuento | 0 | |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% | |

| | | |
|----------------------------------|-------------------------------|-------|
| patrocinio_Eventos_de_b arrio | Recuento | 3 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | 14,3% |
| patrocinio_conciertos | Recuento | 0 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% |
| Total | Recuento | 7 |

Tabla de contingencia \$FESTIVIDADES*\$TOP_OF_MIND

| | | | \$TOP_OF_MI ND ^a | Total |
|---------------------------------|------------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|-------|
| | | | recuerda_club | |
| \$FESTIVIDADE S ^a | patrocinio_san_pedro | Recuento | 0 | 8 |
| | | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% | |
| | patrocinio_chicas_aguila | Recuento | 0 | 4 |
| | | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% | |
| | patrocinio_carnaval_de_B quilla | Recuento | 3 | 18 |
| | | % dentro de \$FESTIVIDADES | 16,7% | |
| | patrocinio_comuneros | Recuento | 0 | 1 |
| | | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% | |
| | patrocinio_feria_de_las_fl | Recuento | 0 | 1 |

| | | | |
|-------------------------------------|---|------------|----|
| ores | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% | |
| patrocinio_fest_turist_Girardot | Recuento % dentro de \$FESTIVIDADES | 1 25,0% | 4 |
| patrocinio_partidos_de_la_selección | Recuento % dentro de \$FESTIVIDADES | 6 18,8% | 32 |
| patrocinio_festival_de_la_cerveza | Recuento % dentro de \$FESTIVIDADES | 4 44,4% | 9 |
| patrocinio_Eventos_de_barrío | Recuento % dentro de \$FESTIVIDADES | 6 28,6% | 21 |
| patrocinio_conciertos | Recuento % dentro de \$FESTIVIDADES | 0 ,0% | 2 |
| Total | Recuento | 9 | 46 |

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

MULT RESPONSE GROUPS=\$LUGARES (lugares_publico_barranquilla lugares_publico_valledupar lugares_publico_santa_martha lugares_publico_girardot lugares_publico_neiva lugares_publico_villavicencio lugares_publico_bogota_aeropuerto lugares_publico_cucuta

lugares_publici_Monteria lugares_publici_Cartagena lugares_publici_Estadios lugares_publici_Vallas
 lugares_publici_TV lugares_publici_Spm2 lugares_publici_Kioskos lugares_publici_Bares
 lugares_publici_Radio lugares_publici_Fútbol lugares_publici_Conciertos

lugares_publici_Camiones_de_Bav (1) \$TOP_OF_MIND (recuerda_aguila recuerda_aguila_ligth
 recuerda_poker recuerda_costeña recuerda_club recuerda_redds (1))

/TABLES=\$LUGARES BY \$TOP_OF_MIND

/CELLS=ROW

/BASE=CASES.

Respuesta múltiple

Notas

| | | |
|--------------------|--------------------------|--|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 23:12:29 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |

| | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|--|
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Tratamiento de los datos perdidos | Definición de perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario se tratarán como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de cada tabla se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de cada tabla. |

Sintaxis

```
MULT RESPONSE
GROUPS=$LUGARES
(lugares_publi_barranquilla
lugares_publi_Valledupar
lugares_publi_Santa_Martha
lugares_publi_Girardot
lugares_publi_Neiva
lugares_publi_Villavicencio
lugares_publi_Bogotá_Aeropuerto
lugares_publi_Cúcuta

lugares_publi_Monteria
lugares_publi_Cartagena
lugares_publi_Estadios
lugares_publi_Vallas
lugares_publi_TV
lugares_publi_Spm2
lugares_publi_Kioskos
lugares_publi_Bares
lugares_publi_Radio
lugares_publi_Fútbol
lugares_publi_Conciertos

lugares_publi_Camiones_de_Bav
(1) $STOP_OF_MIND
(recuerda_aguila
recuerda_aguila_ligth
recuerda_poker recuerda_costeña
recuerda_club recuerda_redds (1))

/TABLES=$LUGARES BY
$STOP_OF_MIND

/CELLS=ROW

/BASE=CASES.
```

Recursos

Tiempo de procesador

00 00:00:00,000

| | |
|---------------------|-----------------|
| Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,013 |
|---------------------|-----------------|

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Resumen de los casos

| | Casos | | | | | |
|-------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
| \$LUGARES*\$TOP_OF_MIND | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |

Tabla de contingencia \$LUGARES*\$TOP_OF_MIND

| | | | \$TOP_OF_MIND ^a | | |
|----------------------------|--------------------------------|--------------------------|----------------------------|----------------------------|-------------------|
| | | | recuerda_ag uilla | recuerda_ag uilla_ligth | recuerda_clu b |
| \$LUGARE S ^a | lugares_publi_barranq uilla | Recuento | 7 | 0 | 0 |
| | | % dentro de \$LUGARES | 100,0% | ,0% | ,0% |
| | lugares_publi_Valledu | Recuento | 4 | 0 | 0 |

| | | | | |
|------------------------------------|-----------------------|--------|--------|-----|
| par | % dentro de \$LUGARES | 100,0% | ,0% | ,0% |
| lugares_publicos_Santa_Martha | Recuento | 6 | 0 | 0 |
| | % dentro de \$LUGARES | 100,0% | ,0% | ,0% |
| lugares_publicos_Girardot | Recuento | 2 | 4 | 0 |
| | % dentro de \$LUGARES | 33,3% | 66,7% | ,0% |
| lugares_publicos_Neiva | Recuento | 2 | 4 | 0 |
| | % dentro de \$LUGARES | 33,3% | 66,7% | ,0% |
| lugares_publicos_Villavieja | Recuento | 0 | 4 | 0 |
| | % dentro de \$LUGARES | ,0% | 100,0% | ,0% |
| lugares_publicos_Bogota_Aeropuerto | Recuento | 2 | 0 | 0 |
| | % dentro de \$LUGARES | 100,0% | ,0% | ,0% |
| lugares_publicos_Cucuta | Recuento | 1 | 0 | 0 |
| | % dentro de \$LUGARES | 100,0% | ,0% | ,0% |
| lugares_publicos_Monteria | Recuento | 1 | 0 | 0 |
| | % dentro de \$LUGARES | 100,0% | ,0% | ,0% |
| lugares_publicos_Cartagena | Recuento | 3 | 0 | 0 |
| | % dentro de \$LUGARES | 100,0% | ,0% | ,0% |

| | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|-----------------------|--------|-------|--------|
| lugares_publicos | lugares_publicos | Recuento | 7 | 0 | 4 |
| | | % dentro de \$LUGARES | 63,6% | ,0% | 36,4% |
| lugares_publicos_Vallas | lugares_publicos_Vallas | Recuento | 19 | 3 | 7 |
| | | % dentro de \$LUGARES | 65,5% | 10,3% | 24,1% |
| lugares_publicos_TV | lugares_publicos_TV | Recuento | 14 | 3 | 9 |
| | | % dentro de \$LUGARES | 53,8% | 11,5% | 34,6% |
| lugares_publicos_Spm2 | lugares_publicos_Spm2 | Recuento | 0 | 0 | 2 |
| | | % dentro de \$LUGARES | ,0% | ,0% | 100,0% |
| lugares_publicos_Kioskos | lugares_publicos_Kioskos | Recuento | 2 | 0 | 0 |
| | | % dentro de \$LUGARES | 100,0% | ,0% | ,0% |
| lugares_publicos_Bares | lugares_publicos_Bares | Recuento | 5 | 0 | 0 |
| | | % dentro de \$LUGARES | 100,0% | ,0% | ,0% |
| lugares_publicos_Radio | lugares_publicos_Radio | Recuento | 8 | 3 | 5 |
| | | % dentro de \$LUGARES | 50,0% | 18,8% | 31,3% |
| lugares_publicos_Fútbol | lugares_publicos_Fútbol | Recuento | 5 | 0 | 0 |
| | | % dentro de \$LUGARES | 100,0% | ,0% | ,0% |
| lugares_publicos_Concier | lugares_publicos_Concier | Recuento | 2 | 0 | 0 |

| | | | | |
|--------------------------------------|--------------------------|--------|-----|-----|
| tos | % dentro de \$LUGARES | 100,0% | ,0% | ,0% |
| lugares_publicos_Camiones_de_Bavaria | Recuento | 3 | 0 | 0 |
| | % dentro de \$LUGARES | 100,0% | ,0% | ,0% |
| Total | Recuento | 33 | 7 | 9 |

Tabla de contingencia \$LUGARES*\$TOP_OF_MIND

| | Total |
|--|--------------------------|
| \$LUGARES ^a lugares_publicos_barranquilla | 7 |
| | % dentro de \$LUGARES |
| lugares_publicos_valledupar | 4 |
| | % dentro de \$LUGARES |
| lugares_publicos_santamartha | 6 |
| | % dentro de \$LUGARES |
| lugares_publicos_girardot | 6 |
| | % dentro de \$LUGARES |
| lugares_publicos_neiva | 6 |
| | % dentro de \$LUGARES |
| lugares_publicos_villavicencio | 4 |

| | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|----|
| io | % dentro de \$LUGARES | |
| lugares_publico_Bogotá_Aeropuerto | Recuento % dentro de \$LUGARES | 2 |
| lugares_publico_Cúcuta | Recuento % dentro de \$LUGARES | 1 |
| lugares_publico_Monteria | Recuento % dentro de \$LUGARES | 1 |
| lugares_publico_Cartagena | Recuento % dentro de \$LUGARES | 3 |
| lugares_publico_Estadios | Recuento % dentro de \$LUGARES | 11 |
| lugares_publico_Vallas | Recuento % dentro de \$LUGARES | 29 |
| lugares_publico_TV | Recuento % dentro de \$LUGARES | 26 |
| lugares_publico_Spm2 | Recuento % dentro de \$LUGARES | 2 |

| | | |
|----------------------------------|-----------------------|----|
| lugares_publicos_Kioskos | Recuento | 2 |
| | % dentro de \$LUGARES | |
| lugares_publicos_Bares | Recuento | 5 |
| | % dentro de \$LUGARES | |
| lugares_publicos_Radio | Recuento | 16 |
| | % dentro de \$LUGARES | |
| lugares_publicos_Futbol | Recuento | 5 |
| | % dentro de \$LUGARES | |
| lugares_publicos_Conciertos | Recuento | 2 |
| | % dentro de \$LUGARES | |
| lugares_publicos_Camiones_de_Bav | Recuento | 3 |
| | % dentro de \$LUGARES | |
| Total | Recuento | 49 |

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

MULT RESPONSE GROUPS=\$FRASE (frase_A frase_B frase_C frase_D frase_E frase_F frase_G frase_H (1)) \$TOP_OF_MIND (recuerda_aguila recuerda_aguila_ligth recuerda_poker recuerda_costeña recuerda_club recuerda_redds (1))

/TABLES=\$FRASE BY \$TOP_OF_MIND

/CELLS=ROW

/BASE=CASES.

Respuesta múltiple

Notas

| | | |
|--------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | 01-dic-2011 23:14:06 | |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |

| | | |
|-----------------------------------|------------------------|--|
| Tratamiento de los datos perdidos | Definición de perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario se tratarán como perdidos. |
| Síntaxis | Casos utilizados | Los estadísticos de cada tabla se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de cada tabla. MULT RESPONSE GROUPS=\$FRASE (frase_A frase_B frase_C frase_D frase_E frase_F frase_G frase_H (1)) \$TOP_OF_MIND (recuerda_aguila recuerda_aguila_ligth recuerda_poker recuerda_costeña recuerda_club recuerda_redds (1)) /TABLES=\$FRASE BY \$TOP_OF_MIND /CELLS=ROW /BASE=CASES. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,000 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,006 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Resumen de los casos

| | Casos | | | | | |
|-----------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
| \$FRASE*\$TOP_OF_MIND | 47 | 95,9% | 2 | 4,1% | 49 | 100,0% |

Tabla de contingencia \$FRASE*\$TOP_OF_MIND

| | | | \$TOP_OF_MIND ^a | | |
|----------------------|---------|---------------------|----------------------------|---------------------------|---------------|
| | | | recuerda_aguil a | recuerda_aguil a_ligth | recuerda_club |
| \$FRASE ^a | frase_A | Recuento | 9 | 0 | 0 |
| | | % dentro de \$FRASE | 100,0% | ,0% | ,0% |
| | frase_B | Recuento | 16 | 3 | 4 |
| | | % dentro de \$FRASE | 69,6% | 13,0% | 17,4% |
| | frase_C | Recuento | 1 | 3 | 0 |
| | | % dentro de \$FRASE | 25,0% | 75,0% | ,0% |
| | frase_D | Recuento | 7 | 1 | 2 |
| | | % dentro de \$FRASE | 70,0% | 10,0% | 20,0% |
| | frase_E | Recuento | 6 | 0 | 1 |

| | | | | |
|---------|---------------------|--------|-----|-------|
| | % dentro de \$FRASE | 85,7% | ,0% | 14,3% |
| frase_G | Recuento | 8 | 0 | 0 |
| | % dentro de \$FRASE | 100,0% | ,0% | ,0% |
| Total | Recuento | 33 | 7 | 7 |

Tabla de contingencia \$FRASE*\$TOP_OF_MIND

| | | | Total |
|----------------------|---------|---------------------|-------|
| \$FRASE ^a | frase_A | Recuento | 9 |
| | | % dentro de \$FRASE | |
| | frase_B | Recuento | 23 |
| | | % dentro de \$FRASE | |
| | frase_C | Recuento | 4 |
| | | % dentro de \$FRASE | |
| | frase_D | Recuento | 10 |
| | | % dentro de \$FRASE | |
| | frase_E | Recuento | 7 |
| | | % dentro de \$FRASE | |
| | frase_G | Recuento | 8 |

| | | |
|-------|---------------------|----|
| | % dentro de \$FRASE | |
| Total | Recuento | 47 |

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

MULT RESPONSE GROUPS=\$TOP_OF_MIND (recuerda_aguila recuerda_aguila_ligth recuerda_poker recuerda_costeña recuerda_club recuerda_redds (1))

/VARIABLES=nivel_educativo(1 6)

/TABLES=nivel_educativo BY \$TOP_OF_MIND

/CELLS=ROW

/BASE=CASES.

Respuesta múltiple

Notas

| | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 23:15:49 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Tratamiento de los datos perdidos | Definición de perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario se tratarán como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de cada tabla se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de cada tabla. |

| | | | |
|----------|---|-----------------|--|
| Sintaxis | <pre> MULT RESPONSE GROUPS=\$TOP_OF_MIND (recuerda_aguila recuerda_aguila_ligth recuerda_poker recuerda_costeña recuerda_club recuerda_redds (1)) /VARIABLES=nivel_educativo(1 6) /TABLES=nivel_educativo BY \$TOP_OF_MIND /CELLS=ROW /BASE=CASES. </pre> | | |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,000 | |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,006 | |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Resumen de los casos

| | Casos | | | | | |
|--|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
| | | | | | | |

Resumen de los casos

| | Casos | | | | | |
|-------------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
| nivel_educativo*\$TOP_OF_MIND | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |

Tabla de contingencia nivel_educativo*\$TOP_OF_MIND

| | | | \$TOP_OF_MIND ^a | |
|-----------------|---------------|-----------------------------|----------------------------|---------------------------|
| | | | recuerda_aguil a | recuerda_aguil a_ligth |
| nivel_educativo | Primaria | Recuento | 1 | 0 |
| | | % dentro de nivel_educativo | 100,0% | ,0% |
| | Bachillerato | Recuento | 8 | 3 |
| | | % dentro de nivel_educativo | 72,7% | 27,3% |
| | Técnico | Recuento | 15 | 0 |
| | | % dentro de nivel_educativo | 83,3% | ,0% |
| | Universitario | Recuento | 1 | 0 |
| | | % dentro de nivel_educativo | 100,0% | ,0% |
| | Postgrado | Recuento | 8 | 4 |

| | | | |
|-------|-----------------------------|-------|-------|
| | % dentro de nivel_educativo | 44,4% | 22,2% |
| Total | Recuento | 33 | 7 |

Tabla de contingencia nivel_educativo*\$STOP_OF_MIND

| | | | \$STOP_OF_MIND ^a | |
|-----------------|---------------|-----------------------------|-----------------------------|-------|
| | | | recuerda_club | Total |
| nivel_educativo | Primaria | Recuento | 0 | 1 |
| | | % dentro de nivel_educativo | ,0% | |
| | Bachillerato | Recuento | 0 | 11 |
| | | % dentro de nivel_educativo | ,0% | |
| | Técnico | Recuento | 3 | 18 |
| | | % dentro de nivel_educativo | 16,7% | |
| | Universitario | Recuento | 0 | 1 |
| | | % dentro de nivel_educativo | ,0% | |
| | Postgrado | Recuento | 6 | 18 |
| | | % dentro de nivel_educativo | 33,3% | |
| Total | | Recuento | 9 | 49 |

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

CROSSTABS

```
/TABLES=sensación_gratitud sensación_patriotismo sensación_alegría sensación_orgullo  
sensación_amistad BY momento_consumo
```

```
/FORMAT=AVALUE TABLES
```

```
/CELLS=COUNT
```

```
/COUNT ROUND CELL.
```

Tablas de contingencia

Notas

| | | |
|--------------------|--------------------------|--|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 23:17:12 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |

| | | | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|--|-----------------|
| | Filtro | <ninguno> | |
| | Peso | <ninguno> | |
| | Segmentar archivo | <ninguno> | |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | | 49 |
| Tratamiento de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. | |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de las tablas se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de las tablas. | |
| Sintaxis | | <p>CROSSTABS</p> <p>/TABLES=sensación_gratitud sensación_patriotismo sensación_alegría sensación_orgullo sensación_amistad BY momento_consumo</p> <p>/FORMAT=AVALUE TABLES</p> <p>/CELLS=COUNT</p> <p>/COUNT ROUND CELL.</p> | |
| Recursos | Tiempo de procesador | | 00 00:00:00,016 |
| | Tiempo transcurrido | | 00 00:00:00,009 |
| | Dimensiones solicitadas | | 2 |
| | Casillas disponibles | | 174762 |

Resumen del procesamiento de los casos

| | Casos | | | | | |
|--|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | N | Porcentaje | N | Porcentaje | N | Porcentaje |
| sensación_gratitud * momento_consumo | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |
| sensación_patriotismo * momento_consumo | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |
| sensación_alegría * momento_consumo | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |
| sensación_orgullo * momento_consumo | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |
| sensación_amistad * momento_consumo | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |

Tabla de contingencia sensación_gratitud * momento_consumo

Recuento

| | | |
|--|-----------------|-------|
| | momento_consumo | Total |
|--|-----------------|-------|

| | | fin de semana | partidos de futbol | |
|--------------------|----|---------------|--------------------|----|
| sensación_gratitud | NO | 39 | 7 | 46 |
| | SI | 3 | 0 | 3 |
| Total | | 42 | 7 | 49 |

Tabla de contingencia sensación_patriotismo * momento_consumo

Recuento

| | | momento_consumo | | Total |
|-----------------------|----|-----------------|--------------------|-------|
| | | fin de semana | partidos de futbol | |
| sensación_patriotismo | NO | 33 | 7 | 40 |
| | SI | 9 | 0 | 9 |
| Total | | 42 | 7 | 49 |

Tabla de contingencia sensación_alegría * momento_consumo

Recuento

| | | momento_consumo | | Total |
|-------------------|----|-----------------|--------------------|-------|
| | | fin de semana | partidos de futbol | |
| sensación_alegría | NO | 19 | 3 | 22 |

| | | | | |
|-------|----|----|---|----|
| | SI | 23 | 4 | 27 |
| Total | | 42 | 7 | 49 |

Tabla de contingencia sensación_orgullo * momento_consumo

Recuento

| | | momento_consumo | | Total |
|-------------------|----|-----------------|--------------------|-------|
| | | fin de semana | partidos de futbol | |
| sensación_orgullo | NO | 35 | 5 | 40 |
| | SI | 7 | 2 | 9 |
| Total | | 42 | 7 | 49 |

Tabla de contingencia sensación_amistad * momento_consumo

Recuento

| | | momento_consumo | | Total |
|-------------------|----|-----------------|--------------------|-------|
| | | fin de semana | partidos de futbol | |
| sensación_amistad | NO | 42 | 6 | 48 |
| | SI | 0 | 1 | 1 |
| Total | | 42 | 7 | 49 |

CROSSTABS

/TABLES=sensación_gratitud sensación_patriotismo sensación_alegría sensación_orgullo
sensación_amistad BY importancia_marca_aguila

/FORMAT=AVALUE TABLES

/CELLS=COUNT

/COUNT ROUND CELL.

Tablas de contingencia

Notas

| | | |
|--------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 23:18:45 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |

| | | |
|-------------------------------------|----------------------------|--|
| Tratamiento de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de las tablas se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de las tablas. |
| Sintaxis | | <p>CROSSTABS</p> <pre> /TABLES=sensación_gratitud sensación_patriotismo sensación_alegría sensación_orgullo sensación_amistad BY importancia_marca_aguila /FORMAT=AVALUE TABLES /CELLS=COUNT /COUNT ROUND CELL.</pre> |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,015 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,016 |
| | Dimensiones solicitadas | 2 |
| | Casillas disponibles | 174762 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Resumen del procesamiento de los casos

| | Casos | | | | | |
|---|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | N | Porcentaje | N | Porcentaje | N | Porcentaje |
| sensación_gratitud * importancia_marca_aguil a | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |
| sensación_patriotismo * importancia_marca_aguil a | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |
| sensación_alegría * importancia_marca_aguil a | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |
| sensación_orgullo * importancia_marca_aguil a | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |
| sensación_amistad * importancia_marca_aguil a | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |

Tabla de contingencia sensación_gratitud * importancia_marca_aguila

Recuento

| | importancia_marca_aguila | | | | Total |
|--|--------------------------|-------------|------------|-------------------|-------|
| | poco importante | indiferente | importante | muy importante | |
| | | | | | |

| | | | | | | |
|--------------------|----|---|---|----|----|----|
| sensación_gratitud | NO | 5 | 3 | 16 | 22 | 46 |
| | SI | 0 | 0 | 0 | 3 | 3 |
| Total | | 5 | 3 | 16 | 25 | 49 |

Tabla de contingencia sensación_patriotismo * importancia_marca_aguila

Recuento

| | | importancia_marca_aguila | | | | Total |
|-----------------------|----|--------------------------|-------------|------------|----------------|-------|
| | | poco importante | indiferente | importante | muy importante | |
| sensación_patriotismo | NO | 5 | 3 | 11 | 21 | 40 |
| | SI | 0 | 0 | 5 | 4 | 9 |
| Total | | 5 | 3 | 16 | 25 | 49 |

Tabla de contingencia sensación_alegría * importancia_marca_aguila

Recuento

| | | importancia_marca_aguila | | | | Total |
|-------------------|----|--------------------------|-------------|------------|----------------|-------|
| | | poco importante | indiferente | importante | muy importante | |
| sensación_alegría | NO | 1 | 3 | 8 | 10 | 22 |
| | SI | 4 | 0 | 8 | 15 | 27 |
| Total | | 5 | 3 | 16 | 25 | 49 |

Tabla de contingencia sensación_orgullo * importancia_marca_aguila

Recuento

| | | importancia_marca_aguila | | | | Total |
|-------------------|----|--------------------------|-------------|------------|----------------|-------|
| | | poco importante | indiferente | importante | muy importante | |
| sensación_orgullo | NO | 4 | 0 | 14 | 22 | 40 |
| | SI | 1 | 3 | 2 | 3 | 9 |
| Total | | 5 | 3 | 16 | 25 | 49 |

Tabla de contingencia sensación_amistad * importancia_marca_aguila

Recuento

| | | importancia_marca_aguila | | | | Total |
|-------------------|----|--------------------------|-------------|------------|----------------|-------|
| | | poco importante | indiferente | importante | muy importante | |
| sensación_amistad | NO | 5 | 3 | 15 | 25 | 48 |
| | SI | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| Total | | 5 | 3 | 16 | 25 | 49 |

CROSSTABS

/TABLES=sensación_gratitud sensación_patriotismo sensación_alegría sensación_orgullo
sensación_amistad BY importancia_aguila_vida

/FORMAT=AVALUE TABLES

/CELLS=COUNT

/COUNT ROUND CELL.

Tablas de contingencia

Notas

| | | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 23:20:34 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Tratamiento de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |

| | | |
|----------|-------------------------|--|
| Sintaxis | Casos utilizados | <p>Los estadísticos de las tablas se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de las tablas.</p> <p>CROSSTABS</p> <p>/TABLES=sensación_gratitud sensación_patriotismo sensación_alegría sensación_orgullo sensación_amistad BY importancia_aguila_vida</p> <p>/FORMAT=AVALUE TABLES</p> <p>/CELLS=COUNT</p> <p>/COUNT ROUND CELL.</p> |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,000 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,010 |
| | Dimensiones solicitadas | 2 |
| | Casillas disponibles | 174762 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Resumen del procesamiento de los casos

| | Casos | | | | | |
|--|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | N | Porcentaje | N | Porcentaje | N | Porcentaje |
| sensación_gratitud * importancia_aguila_vida | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |
| sensación_patriotismo * importancia_aguila_vida | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |
| sensación_alegría * importancia_aguila_vida | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |
| sensación_orgullo * importancia_aguila_vida | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |
| sensación_amistad * importancia_aguila_vida | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |

**Tabla de contingencia sensación_gratitud *
importancia_aguila_vida**

Recuento

| | | importancia_aguila_vida | | Total |
|--------------------|----|-------------------------|----|-------|
| | | NO | SI | |
| sensación_gratitud | NO | 15 | 31 | 46 |
| | SI | 0 | 3 | 3 |
| Total | | 15 | 34 | 49 |

**Tabla de contingencia sensación_patriotismo *
importancia_aguila_vida**

Recuento

| | | importancia_aguila_vida | | Total |
|-----------------------|----|-------------------------|----|-------|
| | | NO | SI | |
| sensación_patriotismo | NO | 12 | 28 | 40 |
| | SI | 3 | 6 | 9 |
| Total | | 15 | 34 | 49 |

**Tabla de contingencia sensación_alegría *
importancia_aguila_vida**

Recuento

| | | importancia_aguila_vida | | Total |
|-------------------|----|-------------------------|----|-------|
| | | NO | SI | |
| sensación_alegría | NO | 5 | 17 | 22 |
| | SI | 10 | 17 | 27 |
| Total | | 15 | 34 | 49 |

**Tabla de contingencia sensación_orgullo *
importancia_aguila_vida**

Recuento

| | importancia_aguila_vida | Total |
|--|-------------------------|-------|
| | | |

| | | NO | SI | |
|-------------------|----|----|----|----|
| sensación_orgullo | NO | 14 | 26 | 40 |
| | SI | 1 | 8 | 9 |
| Total | | 15 | 34 | 49 |

**Tabla de contingencia sensación_amistad *
importancia_aguila_vida**

Recuento

| | | importancia_aguila_vida | | Total |
|-------------------|----|-------------------------|----|-------|
| | | NO | SI | |
| sensación_amistad | NO | 14 | 34 | 48 |
| | SI | 1 | 0 | 1 |
| Total | | 15 | 34 | 49 |

CROSSTABS

/TABLES=sensación_gratitud sensación_patriotismo sensación_alegría sensación_orgullo
sensación_amistad BY motivado_consumo_aguila

/FORMAT=AVALUE TABLES

/CELLS=COUNT

/COUNT ROUND CELL.

Tablas de contingencia

Notas

| | | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 23:21:28 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Tratamiento de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de las tablas se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de las tablas. |

| | | | |
|----------|-------------------------|---|-----------------|
| Sintaxis | | CROSSTABS | |
| | | <pre> /TABLES=sensación_gratitud sensación_patriotismo sensación_alegría sensación_orgullo sensación_amistad BY motivado_consumo_aguila /FORMAT=AVALUE TABLES /CELLS=COUNT /COUNT ROUND CELL. </pre> | |
| Recursos | Tiempo de procesador | | 00 00:00:00,000 |
| | Tiempo transcurrido | | 00 00:00:00,012 |
| | Dimensiones solicitadas | | 2 |
| | Casillas disponibles | | 174762 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Resumen del procesamiento de los casos

| | | Casos | | | | | |
|--|--|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | | N | Porcentaje | N | Porcentaje | N | Porcentaje |
| | | | | | | | |

| | | | | | | |
|--|----|--------|---|-----|----|--------|
| sensación_gratitud * motivado_consumo_aguil a | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |
| sensación_patriotismo * motivado_consumo_aguil a | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |
| sensación_alegría * motivado_consumo_aguil a | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |
| sensación_orgullo * motivado_consumo_aguil a | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |
| sensación_amistad * motivado_consumo_aguil a | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |

Tabla de contingencia sensación_gratitud * motivado_consumo_aguila

Recuento

| | | motivado_consumo_aguila | | | |
|--------------------|----|-------------------------|-------------------|-----------------|--------------|
| | | NO ME MOTIVA | ME MOTIVA POCO | INDIFERENT E | ME MOTIVA |
| sensación_gratitud | NO | 5 | 5 | 7 | 14 |
| | SI | 2 | 0 | 0 | 0 |
| Total | | 7 | 5 | 7 | 14 |

**Tabla de contingencia sensación_gratitud *
motivado_consumo_aguila**

Recuento

| | | motivado_consumo_aguila | Total |
|--------------------|----|-------------------------|-------|
| | | ME MOTIVA MUCHO | |
| sensación_gratitud | NO | 15 | 46 |
| | SI | 1 | 3 |
| Total | | 16 | 49 |

Tabla de contingencia sensación_patriotismo * motivado_consumo_aguila

Recuento

| | | motivado_consumo_aguila | | | |
|-----------------------|----|-------------------------|----------------|-------------|-----------|
| | | NO ME MOTIVA | ME MOTIVA POCO | INDIFERENTE | ME MOTIVA |
| sensación_patriotismo | NO | 5 | 5 | 6 | 13 |
| | SI | 2 | 0 | 1 | 1 |
| Total | | 7 | 5 | 7 | 14 |

**Tabla de contingencia sensación_patriotismo *
motivado_consumo_aguila**

Recuento

| | motivado_consumo_aguila | Total |
|--|-------------------------|-------|
| | | |

| | | ME MOTIVA MUCHO | |
|-----------------------|----|--------------------|----|
| sensación_patriotismo | NO | 11 | 40 |
| | SI | 5 | 9 |
| Total | | 16 | 49 |

Tabla de contingencia sensación_alegría * motivado_consumo_aguila

Recuento

| | | motivado_consumo_aguila | | | |
|-------------------|----|-------------------------|-------------------|-----------------|--------------|
| | | NO ME MOTIVA | ME MOTIVA POCO | INDIFERENT E | ME MOTIVA |
| sensación_alegría | NO | 6 | 2 | 2 | 4 |
| | SI | 1 | 3 | 5 | 10 |
| Total | | 7 | 5 | 7 | 14 |

**Tabla de contingencia sensación_alegría *
motivado_consumo_aguila**

Recuento

| | | motivado_con sumo_aguila | |
|-------------------|----|-----------------------------|-------|
| | | ME MOTIVA MUCHO | Total |
| sensación_alegría | NO | 8 | 22 |
| | SI | 8 | 27 |

**Tabla de contingencia sensación_alegría *
motivado_consumo_aguila**

Recuento

| | | motivado_consumo_aguila | |
|-------------------|----|-------------------------|-------|
| | | ME MOTIVA MUCHO | Total |
| sensación_alegría | NO | 8 | 22 |
| | SI | 8 | 27 |
| Total | | 16 | 49 |

Tabla de contingencia sensación_orgullo * motivado_consumo_aguila

Recuento

| | | motivado_consumo_aguila | | | |
|-------------------|----|-------------------------|----------------|-------------|-----------|
| | | NO ME MOTIVA | ME MOTIVA POCO | INDIFERENTE | ME MOTIVA |
| sensación_orgullo | NO | 5 | 4 | 6 | 11 |
| | SI | 2 | 1 | 1 | 3 |
| Total | | 7 | 5 | 7 | 14 |

**Tabla de contingencia sensación_orgullo *
motivado_consumo_aguila**

Recuento

| | | motivado_consumo_aguila | Total |
|-------------------|----|-------------------------|-------|
| | | ME MOTIVA MUCHO | |
| sensación_orgullo | NO | 14 | 40 |
| | SI | 2 | 9 |
| Total | | 16 | 49 |

Tabla de contingencia sensación_amistad * motivado_consumo_aguila

Recuento

| | | motivado_consumo_aguila | | | |
|-------------------|----|-------------------------|----------------|-------------|-----------|
| | | NO ME MOTIVA | ME MOTIVA POCO | INDIFERENTE | ME MOTIVA |
| sensación_amistad | NO | 7 | 4 | 7 | 14 |
| | SI | 0 | 1 | 0 | 0 |
| Total | | 7 | 5 | 7 | 14 |

**Tabla de contingencia sensación_amistad *
motivado_consumo_aguila**

Recuento

| | | motivado_consumo_aguila | Total |
|--|--|-------------------------|-------|
| | | ME MOTIVA MUCHO | |
| | | | |

| | | | |
|-------------------|----|----|----|
| sensación_amistad | NO | 16 | 48 |
| | SI | 0 | 1 |
| Total | | 16 | 49 |

CROSSTABS

/TABLES=sensación_gratitud sensación_patriotismo sensación_alegría sensación_orgullo
sensación_amistad BY import_aguila_vida

/FORMAT=AVALUE TABLES

/CELLS=COUNT

/COUNT ROUND CELL.

Tablas de contingencia

Notas

| | | |
|--------------------|--------------------------|--|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 23:21:56 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |

| | | | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|---|-----------------|
| | Filtro | <ninguno> | |
| | Peso | <ninguno> | |
| | Segmentar archivo | <ninguno> | |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | | 49 |
| Tratamiento de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. | |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de las tablas se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de las tablas. | |
| Sintaxis | | CROSSTABS /TABLES=sensación_gratitud sensación_patriotismo sensación_alegría sensación_orgullo sensación_amistad BY import_aguila_vida /FORMAT=AVALUE TABLES /CELLS=COUNT /COUNT ROUND CELL. | |
| Recursos | Tiempo de procesador | | 00 00:00:00,016 |
| | Tiempo transcurrido | | 00 00:00:00,015 |
| | Dimensiones solicitadas | | 2 |
| | Casillas disponibles | | 174762 |

Resumen del procesamiento de los casos

| | Casos | | | | | |
|---|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | N | Porcentaje | N | Porcentaje | N | Porcentaje |
| sensación_gratitud * import_aguila_vida | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |
| sensación_patriotismo * import_aguila_vida | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |
| sensación_alegría * import_aguila_vida | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |
| sensación_orgullo * import_aguila_vida | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |
| sensación_amistad * import_aguila_vida | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |

Tabla de contingencia sensación_gratitud * import_aguila_vida

Recuento

| | | |
|--|--------------------|-------|
| | import_aguila_vida | Total |
|--|--------------------|-------|

| | | nada importante | indiferente | importante | muy importante | |
|--------------------|----|-----------------|-------------|------------|----------------|----|
| sensación_gratitud | NO | 7 | 18 | 7 | 14 | 46 |
| | SI | 1 | 0 | 0 | 2 | 3 |
| Total | | 8 | 18 | 7 | 16 | 49 |

Tabla de contingencia sensación_patriotismo * import_aguila_vida

Recuento

| | | import_aguila_vida | | | | Total |
|-----------------------|----|--------------------|-------------|------------|----------------|-------|
| | | nada importante | indiferente | importante | muy importante | |
| sensación_patriotismo | NO | 7 | 14 | 6 | 13 | 40 |
| | SI | 1 | 4 | 1 | 3 | 9 |
| Total | | 8 | 18 | 7 | 16 | 49 |

Tabla de contingencia sensación_alegría * import_aguila_vida

Recuento

| | | import_aguila_vida | | | | Total |
|-------------------|----|--------------------|-------------|------------|----------------|-------|
| | | nada importante | indiferente | importante | muy importante | |
| sensación_alegría | NO | 4 | 8 | 2 | 8 | 22 |

| | | | | | | |
|-------|----|---|----|---|----|----|
| | SI | 4 | 10 | 5 | 8 | 27 |
| Total | | 8 | 18 | 7 | 16 | 49 |

Tabla de contingencia sensación_orgullo * import_aguila_vida

Recuento

| | | import_aguila_vida | | | | Total |
|-------------------|----|--------------------|-------------|------------|----------------|-------|
| | | nada importante | indiferente | importante | muy importante | |
| sensación_orgullo | NO | 7 | 14 | 6 | 13 | 40 |
| | SI | 1 | 4 | 1 | 3 | 9 |
| Total | | 8 | 18 | 7 | 16 | 49 |

Tabla de contingencia sensación_amistad * import_aguila_vida

Recuento

| | | import_aguila_vida | | | | Total |
|-------------------|----|--------------------|-------------|------------|----------------|-------|
| | | nada importante | indiferente | importante | muy importante | |
| sensación_amistad | NO | 7 | 18 | 7 | 16 | 48 |
| | SI | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Total | | 8 | 18 | 7 | 16 | 49 |

/TABLES=sensación_gratitud sensación_patriotismo sensación_alegría sensación_orgullo
sensación_amistad BY slogan

/FORMAT=AVALUE TABLES

/CELLS=COUNT

/COUNT ROUND CELL.

Tablas de contingencia

Notas

| | | |
|--------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 23:24:06 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |

| | | |
|-------------------------------------|----------------------------|---|
| Tratamiento de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de las tablas se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de las tablas. |
| Sintaxis | | <p>CROSSTABS</p> <pre> /TABLES=sensación_gratitud sensación_patriotismo sensación_alegría sensación_orgullo sensación_amistad BY slogan /FORMAT=AVALUE TABLES /CELLS=COUNT /COUNT ROUND CELL. </pre> |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,016 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,016 |
| | Dimensiones solicitadas | 2 |
| | Casillas disponibles | 174762 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Resumen del procesamiento de los casos

| | Casos | | | | | |
|-----------------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | N | Porcentaje | N | Porcentaje | N | Porcentaje |
| sensación_gratitud * slogan | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |
| sensación_patriotismo * slogan | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |
| sensación_alegría * slogan | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |
| sensación_orgullo * slogan | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |
| sensación_amistad * slogan | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |

Tabla de contingencia sensación_gratitud * slogan

Recuento

| | | slogan | | | Total |
|--------------------|----|----------------------------|------------------------------|--------------------------------|-------|
| | | refresca nuestra pasión | sin igual y siempre igual | el sabor de nuestra alegría | |
| sensación_gratitud | NO | 6 | 38 | 2 | 46 |
| | SI | 0 | 3 | 0 | 3 |
| Total | | 6 | 41 | 2 | 49 |

Tabla de contingencia sensación_patriotismo * slogan

Recuento

| | | slogan | | | Total |
|-----------------------|----|----------------------------|------------------------------|--------------------------------|-------|
| | | refresca nuestra pasión | sin igual y siempre igual | el sabor de nuestra alegría | |
| sensación_patriotismo | NO | 1 | 37 | 2 | 40 |
| | SI | 5 | 4 | 0 | 9 |
| Total | | 6 | 41 | 2 | 49 |

Tabla de contingencia sensación_alegría * slogan

Recuento

| | | slogan | | | Total |
|-------------------|----|----------------------------|------------------------------|--------------------------------|-------|
| | | refresca nuestra pasión | sin igual y siempre igual | el sabor de nuestra alegría | |
| sensación_alegría | NO | 5 | 16 | 1 | 22 |
| | SI | 1 | 25 | 1 | 27 |
| Total | | 6 | 41 | 2 | 49 |

Tabla de contingencia sensación_orgullo * slogan

Recuento

| | | slogan | | | Total |
|-------------------|----|----------------------------|------------------------------|--------------------------------|-------|
| | | refresca nuestra pasión | sin igual y siempre igual | el sabor de nuestra alegría | |
| sensación_orgullo | NO | 6 | 33 | 1 | 40 |
| | SI | 0 | 8 | 1 | 9 |
| Total | | 6 | 41 | 2 | 49 |

Tabla de contingencia sensación_amistad * slogan

Recuento

| | | slogan | | | Total |
|-------------------|----|----------------------------|------------------------------|--------------------------------|-------|
| | | refresca nuestra pasión | sin igual y siempre igual | el sabor de nuestra alegría | |
| sensación_amistad | NO | 6 | 40 | 2 | 48 |
| | SI | 0 | 1 | 0 | 1 |
| Total | | 6 | 41 | 2 | 49 |

MULT RESPONSE GROUPS=\$FESTIVIDADES (patrocinio_san_pedro patrocinio_chicas_aguila
patrocinio_carnaval_de_Bquilla patrocinio_comuneros patrocinio_feria_de_las_flores
patrocinio_fest_turist_Girardot patrocinio_partidos_de_la_selección

patrocinio_festival_de_la_cerveza patrocinio_Eventos_de_barrio patrocinio_conciertos (1))
\$SENSACION (sensación_gratitud sensación_patriotismo sensación_alegría sensación_orgullo
sensación_amistad (1))

/TABLES=\$FESTIVIDADES BY \$SENSACION

/CELLS=ROW

/BASE=CASES.

Respuesta múltiple

Notas

| | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 23:25:42 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Tratamiento de los datos perdidos | Definición de perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario se tratarán como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de cada tabla se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de cada tabla. |

| | | | | | |
|----------------------|---|----------------------|-----------------|---------------------|-----------------|
| <p>Sintaxis</p> | <pre> MULT RESPONSE GROUPS=\$FESTIVIDADES (patrocinio_san_pedro patrocinio_chicas_aguila patrocinio_carnaval_de_Bquilla patrocinio_comuneros patrocinio_feria_de_las_flores patrocinio_fest_turist_Girardot patrocinio_partidos_de_la_selección n patrocinio_festival_de_la_cerveza patrocinio_Eventos_de_barrio patrocinio_conciertos (1)) \$SENSACION (sensación_gratitud sensación_patriotismo sensación_alegría sensación_orgullo sensación_amistad (1)) /TABLES=\$FESTIVIDADES BY \$SENSACION /CELLS=ROW /BASE=CASES. </pre> | | | | |
| <p>Recursos</p> | <table border="0"> <tr> <td data-bbox="878 1339 1096 1396">Tiempo de procesador</td> <td data-bbox="1101 1339 1307 1396">00 00:00:00,000</td> </tr> <tr> <td data-bbox="878 1402 1096 1459">Tiempo transcurrido</td> <td data-bbox="1101 1402 1307 1459">00 00:00:00,008</td> </tr> </table> | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,000 | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,008 |
| Tiempo de procesador | 00 00:00:00,000 | | | | |
| Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,008 | | | | |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Resumen de los casos

| | Casos | | | | | |
|----------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
| \$FESTIVIDADES*\$SENSACION | 46 | 93,9% | 3 | 6,1% | 49 | 100,0% |

Tabla de contingencia \$FESTIVIDADES*\$SENSACION

| | | | \$SENSACION N ^a |
|---------------------------------|------------------------------------|----------------------------|-------------------------------|
| | | | sensación_gratitud |
| \$FESTIVIDADE S ^a | patrocinio_san_pedro | Recuento | 0 |
| | | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% |
| | patrocinio_chicas_aguila | Recuento | 0 |
| | | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% |
| | patrocinio_carnaval_de_B quilla | Recuento | 0 |
| | | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% |
| | patrocinio_comuneros | Recuento | 0 |

| | | |
|-------------------------------------|-------------------------------|-------|
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% |
| patrocinio_feria_de_las_flores | Recuento | 0 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% |
| patrocinio_fest_turist_Girardot | Recuento | 1 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | 25,0% |
| patrocinio_partidos_de_la_selección | Recuento | 1 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | 3,1% |
| patrocinio_festival_de_la_cerveza | Recuento | 1 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | 11,1% |
| patrocinio_Eventos_de_barrio | Recuento | 2 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | 9,5% |
| patrocinio_conciertos | Recuento | 0 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% |
| Total | Recuento | 3 |

Tabla de contingencia \$FESTIVIDADES*\$SENSACION

| | |
|--|-------------------------------|
| | \$SENSACION N ^a |
|--|-------------------------------|

| | | | sensación_patriotismo |
|--|------------------------------------|----------------------------|-----------------------|
| \$FESTIVIDADES S ^a | patrocinio_san_pedro | Recuento | 0 |
| | | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% |
| | patrocinio_chicas_aguila | Recuento | 0 |
| | | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% |
| | patrocinio_carnaval_de_B quilla | Recuento | 6 |
| | | % dentro de \$FESTIVIDADES | 33,3% |
| | patrocinio_comuneros | Recuento | 0 |
| | | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% |
| patrocinio_feria_de_las_flores | Recuento | 0 | |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% | |
| patrocinio_fest_turist_Girardot | Recuento | 2 | |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | 50,0% | |
| patrocinio_partidos_de_la selección | Recuento | 7 | |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | 21,9% | |
| patrocinio_festival_de_la cerveza | Recuento | 1 | |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | 11,1% | |

| | | |
|----------------------------------|-------------------------------|------|
| patrocinio_Eventos_de_b arrio | Recuento | 2 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | 9,5% |
| patrocinio_conciertos | Recuento | 0 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% |
| Total | Recuento | 9 |

Tabla de contingencia \$FESTIVIDADES*\$SENSACION

| | | | \$SENSACION N ^a |
|---------------------------------|------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| | | | sensación_ale gría |
| \$FESTIVIDADE S ^a | patrocinio_san_pedro | Recuento | 7 |
| | | % dentro de \$FESTIVIDADES | 87,5% |
| | patrocinio_chicas_aguila | Recuento | 4 |
| | | % dentro de \$FESTIVIDADES | 100,0% |
| | patrocinio_carnaval_de_B quilla | Recuento | 4 |
| % dentro de \$FESTIVIDADES | | 22,2% | |
| patrocinio_comuneros | Recuento | 1 | |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | 100,0% | |
| patrocinio_feria_de_las_fl | Recuento | 1 | |

| | | |
|---|---|-------------|
| ores | % dentro de \$FESTIVIDADES | 100,0% |
| patrocinio_fest_turist_Gir ardot | Recuento % dentro de \$FESTIVIDADES | 1 25,0% |
| patrocinio_partidos_de_la _selección | Recuento % dentro de \$FESTIVIDADES | 15 46,9% |
| patrocinio_festival_de_la _cerveza | Recuento % dentro de \$FESTIVIDADES | 7 77,8% |
| patrocinio_Eventos_de_b arrio | Recuento % dentro de \$FESTIVIDADES | 15 71,4% |
| patrocinio_conciertos | Recuento % dentro de \$FESTIVIDADES | 0 ,0% |
| Total | Recuento | 24 |

Tabla de contingencia \$FESTIVIDADES*\$SENSACION

| | | | \$SENSACION N ^a |
|---------------|----------------------|----------|-------------------------------|
| | | | sensación_orgullo |
| \$FESTIVIDADE | patrocinio_san_pedro | Recuento | 1 |

| | | |
|----------------|---|---------------|
| S ^a | % dentro de \$FESTIVIDADES | 12,5% |
| | patrocinio_chicas_aguila | Recuento 0 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% |
| | patrocinio_carnaval_de_B quilla | Recuento 7 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | 38,9% |
| | patrocinio_comuneros | Recuento 0 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% |
| | patrocinio_feria_de_las_fl ores | Recuento 0 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% |
| | patrocinio_fest_turist_Gir ardot | Recuento 0 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% |
| | patrocinio_partidos_de_la _selección | Recuento 8 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | 25,0% |
| | patrocinio_festival_de_la _cerveza | Recuento 0 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% |
| | patrocinio_Eventos_de_b arrio | Recuento 2 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | 9,5% |

| | | |
|-----------------------|----------------------------|--------|
| patrocinio_conciertos | Recuento | 2 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | 100,0% |
| Total | Recuento | 9 |

Tabla de contingencia \$FESTIVIDADES*\$SENSACION

| | | | \$SENSACION N ^a | Total |
|---------------------------------|------------------------------------|----------------------------|-------------------------------|-------|
| | | | sensación_ami stad | |
| \$FESTIVIDADE S ^a | patrocinio_san_pedro | Recuento | 0 | 8 |
| | | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% | |
| | patrocinio_chicas_aguila | Recuento | 0 | 4 |
| | | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% | |
| | patrocinio_carnaval_de_B quilla | Recuento | 1 | 18 |
| | | % dentro de \$FESTIVIDADES | 5,6% | |
| | patrocinio_comuneros | Recuento | 0 | 1 |
| | | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% | |
| | patrocinio_feria_de_las_fl ores | Recuento | 0 | 1 |
| | | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% | |
| | patrocinio_fest_turist_Gir | Recuento | 0 | 4 |

| | | | |
|---|---|---------------|----|
| ardot | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% | |
| patrocinio_partidos_de_la _selección | Recuento % dentro de \$FESTIVIDADES | 1 3,1% | 32 |
| patrocinio_festival_de_la _cerveza | Recuento % dentro de \$FESTIVIDADES | 0 ,0% | 9 |
| patrocinio_Eventos_de_b arrio | Recuento % dentro de \$FESTIVIDADES | 0 ,0% | 21 |
| patrocinio_conciertos | Recuento % dentro de \$FESTIVIDADES | 0 ,0% | 2 |
| Total | Recuento | 1 | 46 |

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

CROSSTABS

/TABLES=sensación_gratitud sensación_patriotismo sensación_alegría sensación_orgullo
sensación_amistad BY import_mensajes_aguila

/FORMAT=AVALUE TABLES

/CELLS=COUNT

/COUNT ROUND CELL.

Tablas de contingencia

Notas

| | | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 23:27:18 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Tratamiento de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |

| | | |
|----------|-------------------------|---|
| Sintaxis | Casos utilizados | Los estadísticos de las tablas se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de las tablas. |
| | | <p>CROSSTABS</p> <p>/TABLES=sensación_gratitud sensación_patriotismo sensación_alegría sensación_orgullo sensación_amistad BY import_mensajes_aguila</p> <p>/FORMAT=AVALUE TABLES</p> <p>/CELLS=COUNT</p> <p>/COUNT ROUND CELL.</p> |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,016 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,009 |
| | Dimensiones solicitadas | 2 |
| | Casillas disponibles | 174762 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Resumen del procesamiento de los casos

| | Casos | | | | | |
|---|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | N | Porcentaje | N | Porcentaje | N | Porcentaje |
| sensación_gratitud * import_mensajes_aguila | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |
| sensación_patriotismo * import_mensajes_aguila | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |
| sensación_alegría * import_mensajes_aguila | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |
| sensación_orgullo * import_mensajes_aguila | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |
| sensación_amistad * import_mensajes_aguila | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |

**Tabla de contingencia sensación_gratitud *
import_mensajes_aguila**

Recuento

| | | import_mensajes_aguila | | Total |
|--------------------|----|------------------------|----|-------|
| | | NO | SI | |
| sensación_gratitud | NO | 24 | 22 | 46 |
| | SI | 2 | 1 | 3 |
| Total | | 26 | 23 | 49 |

**Tabla de contingencia sensación_patriotismo *
import_mensajes_aguila**

Recuento

| | | import_mensajes_aguila | | Total |
|-----------------------|----|------------------------|----|-------|
| | | NO | SI | |
| sensación_patriotismo | NO | 22 | 18 | 40 |
| | SI | 4 | 5 | 9 |
| Total | | 26 | 23 | 49 |

**Tabla de contingencia sensación_alegría *
import_mensajes_aguila**

Recuento

| | | import_mensajes_aguila | | Total |
|-------------------|----|------------------------|----|-------|
| | | NO | SI | |
| sensación_alegría | NO | 11 | 11 | 22 |
| | SI | 15 | 12 | 27 |
| Total | | 26 | 23 | 49 |

**Tabla de contingencia sensación_orgullo *
import_mensajes_aguila**

Recuento

| | import_mensajes_aguila | Total |
|--|------------------------|-------|
| | | |

| | | NO | SI | |
|-------------------|----|----|----|----|
| sensación_orgullo | NO | 22 | 18 | 40 |
| | SI | 4 | 5 | 9 |
| Total | | 26 | 23 | 49 |

**Tabla de contingencia sensación_amistad *
import_mensajes_aguila**

Recuento

| | | import_mensajes_aguila | | Total |
|-------------------|----|------------------------|----|-------|
| | | NO | SI | |
| sensación_amistad | NO | 25 | 23 | 48 |
| | SI | 1 | 0 | 1 |
| Total | | 26 | 23 | 49 |

MULT RESPONSE GROUPS=\$MERCHANDISING (merchand_camiseta merchand_gorra
merchand_kit_viajero merchand_Radio merchand_sombrero merchand_Guayabera
merchand_Poncho merchand_Llavero merchand_Jirafas merchand_Balones merchand_Vasos
merchand_Toallas (1))

\$SENSACION (sensación_gratitud sensación_patriotismo sensación_alegría sensación_orgullo
sensación_amistad (1))

/TABLES=\$MERCHANDISING BY \$SENSACION

/CELLS=ROW

/BASE=CASES.

Respuesta múltiple

Notas

| | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 23:27:42 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Tratamiento de los datos perdidos | Definición de perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario se tratarán como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de cada tabla se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de cada tabla. |

| | | | | | |
|----------------------|--|----------------------|-----------------|---------------------|-----------------|
| <p>Sintaxis</p> | <pre> MULT RESPONSE GROUPS=\$MERCHANDISING (merchand_camiseta merchand_gorra merchand_kit_viajero merchand_Radio merchand_sombrero merchand_Guayabera merchand_Poncho merchand_Llavero merchand_Jirafas merchand_Balones merchand_Vasos merchand_Toallas (1)) \$SENSACION (sensación_gratitud sensación_patriotismo sensación_alegría sensación_orgullo sensación_amistad (1)) /TABLES=\$MERCHANDISING BY \$SENSACION /CELLS=ROW /BASE=CASES. </pre> | | | | |
| <p>Recursos</p> | <table border="0"> <tr> <td data-bbox="553 1373 821 1409">Tiempo de procesador</td> <td data-bbox="1105 1373 1305 1409">00 00:00:00,015</td> </tr> <tr> <td data-bbox="553 1446 800 1482">Tiempo transcurrido</td> <td data-bbox="1105 1446 1305 1482">00 00:00:00,015</td> </tr> </table> | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,015 | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,015 |
| Tiempo de procesador | 00 00:00:00,015 | | | | |
| Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,015 | | | | |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Resumen de los casos

| | Casos | | | | | |
|---------------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
| \$MERCHANDISING*\$ SENSACION | 48 | 98,0% | 1 | 2,0% | 49 | 100,0% |

Tabla de contingencia \$MERCHANDISING*\$SENSACION

| | | | \$SENSACIO N ^a |
|----------------------------------|----------------------|--------------------------------|------------------------------|
| | | | sensación_gratitud |
| \$MERCHANDISIN G ^a | merchand_camiseta | Recuento | 3 |
| | | % dentro de \$MERCHANDISING | 8,1% |
| | merchand_gorra | Recuento | 1 |
| | | % dentro de \$MERCHANDISING | 5,0% |
| | merchand_kit_viajero | Recuento | 0 |
| | | % dentro de \$MERCHANDISING | ,0% |
| | merchand_Radio | Recuento | 0 |

| | | |
|--------------------|--------------------------------|-------|
| | % dentro de \$MERCHANDISING | ,0% |
| merchand_sombrero | Recuento | 0 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | ,0% |
| merchand_Guayabera | Recuento | 0 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | ,0% |
| merchand_Poncho | Recuento | 0 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | ,0% |
| merchand_Llavero | Recuento | 0 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | ,0% |
| merchand_Jirafas | Recuento | 0 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | ,0% |
| merchand_Balones | Recuento | 1 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | 7,7% |
| merchand_Vasos | Recuento | 2 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | 5,9% |
| merchand_Toallas | Recuento | 1 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | 14,3% |

| | | |
|-------|----------|---|
| Total | Recuento | 3 |
|-------|----------|---|

Tabla de contingencia \$MERCHANDISING*\$SENSACION

| | | | \$SENSACION N ^a |
|-----------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|
| | | | sensación_pat iotismo |
| \$MERCHANDISING G ^a | merchand_camiseta | Recuento | 8 |
| | | % dentro de \$MERCHANDISING | 21,6% |
| | merchand_gorra | Recuento | 6 |
| | | % dentro de \$MERCHANDISING | 30,0% |
| | merchand_kit_viajero | Recuento | 0 |
| | | % dentro de \$MERCHANDISING | ,0% |
| | merchand_Radio | Recuento | 0 |
| | | % dentro de \$MERCHANDISING | ,0% |
| merchand_sombrero | Recuento | 1 | |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | 8,3% | |
| merchand_Guayabera | Recuento | 0 | |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | ,0% | |
| merchand_Poncho | Recuento | 0 | |

| | | |
|------------------|--------------------------------|--------|
| | % dentro de \$MERCHANDISING | ,0% |
| merchand_Llavero | Recuento | 0 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | ,0% |
| merchand_Jirafas | Recuento | 1 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | 100,0% |
| merchand_Balones | Recuento | 1 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | 7,7% |
| merchand_Vasos | Recuento | 7 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | 20,6% |
| merchand_Toallas | Recuento | 2 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | 28,6% |
| Total | Recuento | 9 |

Tabla de contingencia \$MERCHANDISING*\$SENSACION

| | | | |
|-----------------|-------------------|----------|-------------------------------|
| | | | \$SENSACION N ^a |
| | | | sensación_alegría |
| \$MERCHANDISING | merchand_camiseta | Recuento | 16 |

| | | | |
|----------------|----------------------|--------------------------------|--------|
| G ^a | | % dentro de \$MERCHANDISING | 43,2% |
| | merchand_gorra | Recuento | 7 |
| | | % dentro de \$MERCHANDISING | 35,0% |
| | merchand_kit_viajero | Recuento | 4 |
| | | % dentro de \$MERCHANDISING | 100,0% |
| | merchand_Radio | Recuento | 4 |
| | | % dentro de \$MERCHANDISING | 100,0% |
| | merchand_sombrero | Recuento | 10 |
| | | % dentro de \$MERCHANDISING | 83,3% |
| | merchand_Guayabera | Recuento | 4 |
| | | % dentro de \$MERCHANDISING | 100,0% |
| | merchand_Poncho | Recuento | 3 |
| | | % dentro de \$MERCHANDISING | 75,0% |
| | merchand_Llavero | Recuento | 2 |
| | | % dentro de \$MERCHANDISING | 100,0% |
| | merchand_Jirafas | Recuento | 0 |
| | | % dentro de \$MERCHANDISING | ,0% |

| | | |
|------------------|--------------------------------|-------|
| merchand_Balones | Recuento | 9 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | 69,2% |
| merchand_Vasos | Recuento | 15 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | 44,1% |
| merchand_Toallas | Recuento | 4 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | 57,1% |
| Total | Recuento | 26 |

Tabla de contingencia \$MERCHANDISING*\$SENSACION

| | | | \$SENSACION N ^a |
|-----------------------------------|----------------------|--------------------------------|-------------------------------|
| | | | sensación_orgullo |
| \$MERCHANDISING G ^a | merchand_camiseta | Recuento | 9 |
| | | % dentro de \$MERCHANDISING | 24,3% |
| | merchand_gorra | Recuento | 5 |
| | | % dentro de \$MERCHANDISING | 25,0% |
| | merchand_kit_viajero | Recuento | 0 |
| | | % dentro de \$MERCHANDISING | ,0% |
| | merchand_Radio | Recuento | 0 |

| | | |
|--------------------|--------------------------------|-------|
| | % dentro de \$MERCHANDISING | ,0% |
| merchand_sombrero | Recuento | 1 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | 8,3% |
| merchand_Guayabera | Recuento | 0 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | ,0% |
| merchand_Poncho | Recuento | 1 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | 25,0% |
| merchand_Llavero | Recuento | 0 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | ,0% |
| merchand_Jirafas | Recuento | 0 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | ,0% |
| merchand_Balones | Recuento | 2 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | 15,4% |
| merchand_Vasos | Recuento | 9 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | 26,5% |
| merchand_Toallas | Recuento | 0 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | ,0% |

| | | |
|-------|----------|---|
| Total | Recuento | 9 |
|-------|----------|---|

Tabla de contingencia \$MERCANDISING*\$SENSACION

| | | | \$SENSACION N ^a | Total |
|----------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------|
| | | | sensación_ami stad | |
| \$MERCANDISING G ^a | merchand_camiseta | Recuento | 1 | 37 |
| | | % dentro de \$MERCANDISING | 2,7% | |
| | merchand_gorra | Recuento | 1 | 20 |
| | | % dentro de \$MERCANDISING | 5,0% | |
| | merchand_kit_viajero | Recuento | 0 | 4 |
| | | % dentro de \$MERCANDISING | ,0% | |
| | merchand_Radio | Recuento | 0 | 4 |
| | % dentro de \$MERCANDISING | ,0% | | |
| merchand_sombrero | Recuento | 0 | 12 | |
| | % dentro de \$MERCANDISING | ,0% | | |
| merchand_Guayabera | Recuento | 0 | 4 | |
| | % dentro de \$MERCANDISING | ,0% | | |
| merchand_Poncho | Recuento | 0 | 4 | |

| | | | |
|------------------|--------------------------------|------|----|
| | % dentro de \$MERCHANDISING | ,0% | |
| merchand_Llavero | Recuento | 0 | 2 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | ,0% | |
| merchand_Jirafas | Recuento | 0 | 1 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | ,0% | |
| merchand_Balones | Recuento | 0 | 13 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | ,0% | |
| merchand_Vasos | Recuento | 1 | 34 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | 2,9% | |
| merchand_Toallas | Recuento | 0 | 7 |
| | % dentro de \$MERCHANDISING | ,0% | |
| Total | Recuento | 1 | 48 |

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

MULT RESPONSE GROUPS=\$ETIQUETA (etiqueta_aguila etiqueta_Colores etiqueta_Diseños
etiqueta_Mundo etiqueta_Slogan_sin_igual etiqueta_tipo_de_letra etiqueta_Logo (1))
\$SENSACION (sensación_gratitud sensación_patriotismo sensación_alegría sensación_orgullo

sensación_amistad (1))

/TABLES=\$ETIQUETA BY \$SENSACION

/CELLS=ROW

/BASE=CASES.

Respuesta múltiple

Notas

| | | |
|--------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 23:28:05 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |

| | | |
|-----------------------------------|------------------------|---|
| Tratamiento de los datos perdidos | Definición de perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario se tratarán como perdidos. |
| Sintaxis | Casos utilizados | Los estadísticos de cada tabla se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de cada tabla. MULT RESPONSE GROUPS=\$ETIQUETA (etiqueta_aguila etiqueta_Colores etiqueta_Diseños etiqueta_Mundo etiqueta_Slogan_sin_igual etiqueta_tipo_de_letra etiqueta_Logo (1)) \$SENSACION (sensación_gratitud sensación_patriotismo sensación_alegría sensación_orgullo sensación_amistad (1)) /TABLES=\$ETIQUETA BY \$SENSACION /CELLS=ROW /BASE=CASES. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,032 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,024 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Resumen de los casos

| | Casos | | | | | |
|------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
| \$ETIQUETA*\$SENSACION | 48 | 98,0% | 1 | 2,0% | 49 | 100,0% |

Tabla de contingencia \$ETIQUETA*\$SENSACION

| | | | \$SENSACION ^a | |
|-------------------------|------------------|------------------------|--------------------------|-----------------------|
| | | | sensación_gratitud | sensación_patriotismo |
| \$ETIQUETA ^a | etiqueta_aguila | Recuento | 2 | 7 |
| | | % dentro de \$ETIQUETA | 4,7% | 16,3% |
| | etiqueta_Colores | Recuento | 1 | 7 |
| | | % dentro de \$ETIQUETA | 2,5% | 17,5% |
| | etiqueta_Diseños | Recuento | 1 | 1 |
| | | % dentro de \$ETIQUETA | 9,1% | 9,1% |
| | etiqueta_Mundo | Recuento | 0 | 0 |

| | | | |
|-------------------------------|---------------------------|-------|-------|
| | % dentro de \$ETIQUETA | ,0% | ,0% |
| etiqueta_Slogan_sin_igua 1 | Recuento | 2 | 1 |
| | % dentro de \$ETIQUETA | 11,1% | 5,6% |
| etiqueta_tipo_de_letra | Recuento | 1 | 3 |
| | % dentro de \$ETIQUETA | 14,3% | 42,9% |
| etiqueta_Logo | Recuento | 0 | 3 |
| | % dentro de \$ETIQUETA | ,0% | 30,0% |
| Total | Recuento | 3 | 8 |

Tabla de contingencia \$ETIQUETA*\$SENSACION

| | | | \$SENSACION ^a | |
|-----------------|------------------|---------------------------|--------------------------|-------------------|
| | | | sensación_alegría | sensación_orgullo |
| \$ETIQUETA a | etiqueta_aguila | Recuento | 25 | 9 |
| | | % dentro de \$ETIQUETA | 58,1% | 20,9% |
| | etiqueta_Colores | Recuento | 24 | 7 |
| | | % dentro de \$ETIQUETA | 60,0% | 17,5% |
| | etiqueta_Diseños | Recuento | 8 | 0 |
| | | % dentro de \$ETIQUETA | 72,7% | ,0% |

| | | | |
|----------------------------|------------------------|--------|-------|
| etiqueta_Mundo | Recuento | 4 | 0 |
| | % dentro de \$ETIQUETA | 100,0% | ,0% |
| etiqueta_Slogan_sin_iguala | Recuento | 9 | 6 |
| | % dentro de \$ETIQUETA | 50,0% | 33,3% |
| etiqueta_tipo_de_letra | Recuento | 2 | 0 |
| | % dentro de \$ETIQUETA | 28,6% | ,0% |
| etiqueta_Logo | Recuento | 3 | 4 |
| | % dentro de \$ETIQUETA | 30,0% | 40,0% |
| Total | Recuento | 27 | 9 |

Tabla de contingencia \$ETIQUETA*\$SENSACION

| | | | \$SENSACION ^a | |
|---|------------------------|--|--------------------------|-------|
| | | | sensación_amistad | Total |
| \$ETIQUETA ^a etiqueta_aguila | Recuento | | 0 | 43 |
| | % dentro de \$ETIQUETA | | ,0% | |
| etiqueta_Colores | Recuento | | 1 | 40 |
| | % dentro de \$ETIQUETA | | 2,5% | |
| etiqueta_Diseños | Recuento | | 1 | 11 |

| | | | |
|-------------------------------|---------------------------|-------|----|
| | % dentro de \$ETIQUETA | 9,1% | |
| etiqueta_Mundo | Recuento | 0 | 4 |
| | % dentro de \$ETIQUETA | ,0% | |
| etiqueta_Slogan_sin_igua 1 | Recuento | 0 | 18 |
| | % dentro de \$ETIQUETA | ,0% | |
| etiqueta_tipo_de_letra | Recuento | 1 | 7 |
| | % dentro de \$ETIQUETA | 14,3% | |
| etiqueta_Logo | Recuento | 0 | 10 |
| | % dentro de \$ETIQUETA | ,0% | |
| Total | Recuento | 1 | 48 |

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

MULT RESPONSE GROUPS=\$FESTIVIDADES (patrocinio_san_pedro patrocinio_chicas_aguila
patrocinio_carnaval_de_Bquilla patrocinio_comuneros patrocinio_feria_de_las_flores
patrocinio_fest_turist_Girardot patrocinio_partidos_de_la_selección

patrocinio_festival_de_la_cerveza patrocinio_Eventos_de_barrio patrocinio_conciertos (1))

\$SENSACION (sensación_gratitud sensación_patriotismo sensación_alegría sensación_orgullo
sensación_amistad (1))

/TABLES=\$FESTIVIDADES BY \$SENSACION

/CELLS=ROW

/BASE=CASES.

Respuesta múltiple

Notas

| | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 23:28:47 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Tratamiento de los datos perdidos | Definición de perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario se tratarán como perdidos. |

| | | |
|----------|----------------------|--|
| Sintaxis | Casos utilizados | Los estadísticos de cada tabla se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de cada tabla. |
| | | <p>MULT RESPONSE GROUPS=\$FESTIVIDADES (patrocinio_san_pedro patrocinio_chicas_aguila patrocinio_carnaval_de_Bquilla patrocinio_comuneros patrocinio_feria_de_las_flores patrocinio_fest_turist_Girardot patrocinio_partidos_de_la_selección n patrocinio_festival_de_la_cerveza patrocinio_Eventos_de_barrio patrocinio_conciertos (1)) \$SENSACION (sensación_gratitud sensación_patriotismo sensación_alegría sensación_orgullo sensación_amistad (1))</p> <p>/TABLES=\$FESTIVIDADES BY \$SENSACION</p> <p>/CELLS=ROW</p> <p>/BASE=CASES.</p> |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,016 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,013 |

Resumen de los casos

| | Casos | | | | | |
|----------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
| \$FESTIVIDADES*\$SENSACION | 46 | 93,9% | 3 | 6,1% | 49 | 100,0% |

Tabla de contingencia \$FESTIVIDADES*\$SENSACION

| | | | \$SENSACION N ^a |
|---------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| | | | sensación_gratitud |
| \$FESTIVIDADE S ^a | patrocinio_san_pedro | Recuento | 0 |
| | | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% |
| | patrocinio_chicas_aguila | Recuento | 0 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% | |
| | patrocinio_carnaval_de_B | Recuento | 0 |

| | | |
|-------------------------------------|-------------------------------|-------|
| quilla | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% |
| patrocinio_comuneros | Recuento | 0 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% |
| patrocinio_feria_de_las_flores | Recuento | 0 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% |
| patrocinio_fest_turist_Girardot | Recuento | 1 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | 25,0% |
| patrocinio_partidos_de_la_selección | Recuento | 1 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | 3,1% |
| patrocinio_festival_de_la_cerveza | Recuento | 1 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | 11,1% |
| patrocinio_Eventos_de_barrio | Recuento | 2 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | 9,5% |
| patrocinio_conciertos | Recuento | 0 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% |
| Total | Recuento | 3 |

Tabla de contingencia \$FESTIVIDADES*\$SENSACION

| | | | \$SENSACIO N ^a |
|--|------------------------------------|----------------------------|------------------------------|
| | | | sensación_patriotismo |
| \$FESTIVIDADE S ^a | patrocinio_san_pedro | Recuento | 0 |
| | | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% |
| | patrocinio_chicas_aguila | Recuento | 0 |
| | | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% |
| | patrocinio_carnaval_de_B quilla | Recuento | 6 |
| | | % dentro de \$FESTIVIDADES | 33,3% |
| | patrocinio_comuneros | Recuento | 0 |
| | | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% |
| | patrocinio_feria_de_las_flores | Recuento | 0 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% | |
| patrocinio_fest_turist_Girardot | Recuento | 2 | |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | 50,0% | |
| patrocinio_partidos_de_la selección | Recuento | 7 | |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | 21,9% | |
| patrocinio_festival_de_la | Recuento | 1 | |

| | | |
|----------------------------------|-------------------------------|-------|
| _cerveza | % dentro de \$FESTIVIDADES | 11,1% |
| patrocinio_Eventos_de_b arrio | Recuento | 2 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | 9,5% |
| patrocinio_conciertos | Recuento | 0 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% |
| Total | Recuento | 9 |

Tabla de contingencia \$FESTIVIDADES*\$SENSACION

| | | | \$SENSACION N ^a |
|---------------------------------|------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| | | | sensación_ale gría |
| \$FESTIVIDADE S ^a | patrocinio_san_pedro | Recuento | 7 |
| | | % dentro de \$FESTIVIDADES | 87,5% |
| | patrocinio_chicas_aguila | Recuento | 4 |
| | | % dentro de \$FESTIVIDADES | 100,0% |
| | patrocinio_carnaval_de_B quilla | Recuento | 4 |
| | | % dentro de \$FESTIVIDADES | 22,2% |
| | patrocinio_comuneros | Recuento | 1 |

| | | |
|-------------------------------------|-------------------------------|--------|
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | 100,0% |
| patrocinio_feria_de_las_flores | Recuento | 1 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | 100,0% |
| patrocinio_fest_turist_Girardot | Recuento | 1 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | 25,0% |
| patrocinio_partidos_de_la_selección | Recuento | 15 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | 46,9% |
| patrocinio_festival_de_la_cerveza | Recuento | 7 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | 77,8% |
| patrocinio_Eventos_de_barrio | Recuento | 15 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | 71,4% |
| patrocinio_conciertos | Recuento | 0 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% |
| Total | Recuento | 24 |

Tabla de contingencia \$FESTIVIDADES*\$SENSACION

| | |
|--|-------------------------------|
| | \$SENSACION N ^a |
|--|-------------------------------|

| | | | sensación_organullo |
|--|------------------------------------|----------------------------|---------------------|
| \$FESTIVIDADES S ^a | patrocinio_san_pedro | Recuento | 1 |
| | | % dentro de \$FESTIVIDADES | 12,5% |
| | patrocinio_chicas_aguila | Recuento | 0 |
| | | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% |
| | patrocinio_carnaval_de_B quilla | Recuento | 7 |
| | | % dentro de \$FESTIVIDADES | 38,9% |
| | patrocinio_comuneros | Recuento | 0 |
| | | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% |
| | patrocinio_feria_de_las_flores | Recuento | 0 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% | |
| patrocinio_fest_turist_Girardot | Recuento | 0 | |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% | |
| patrocinio_partidos_de_la selección | Recuento | 8 | |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | 25,0% | |
| patrocinio_festival_de_la cerveza | Recuento | 0 | |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% | |

| | | |
|----------------------------------|-------------------------------|--------|
| patrocinio_Eventos_de_b arrio | Recuento | 2 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | 9,5% |
| patrocinio_conciertos | Recuento | 2 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | 100,0% |
| Total | Recuento | 9 |

Tabla de contingencia \$FESTIVIDADES*\$SENSACION

| | | | \$SENSACIO N ^a | Total |
|---------------------------------|------------------------------------|-------------------------------|------------------------------|-------|
| | | | sensación_ami stad | |
| \$FESTIVIDADE S ^a | patrocinio_san_pedro | Recuento | 0 | 8 |
| | | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% | |
| | patrocinio_chicas_aguila | Recuento | 0 | 4 |
| | | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% | |
| | patrocinio_carnaval_de_B quilla | Recuento | 1 | 18 |
| | | % dentro de \$FESTIVIDADES | 5,6% | |
| | patrocinio_comuneros | Recuento | 0 | 1 |
| | | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% | |
| | patrocinio_feria_de_las_fl | Recuento | 0 | 1 |

| | | | |
|-------------------------------------|-------------------------------|------|----|
| ores | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% | |
| patrocinio_fest_turist_Girardot | Recuento | 0 | 4 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% | |
| patrocinio_partidos_de_la_selección | Recuento | 1 | 32 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | 3,1% | |
| patrocinio_festival_de_la_cerveza | Recuento | 0 | 9 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% | |
| patrocinio_Eventos_de_barrío | Recuento | 0 | 21 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% | |
| patrocinio_conciertos | Recuento | 0 | 2 |
| | % dentro de \$FESTIVIDADES | ,0% | |
| Total | Recuento | 1 | 46 |

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

MULT RESPONSE GROUPS=\$LUGARES (lugares_publico_barranquilla lugares_publico_valledupar lugares_publico_santa_martha lugares_publico_girardot lugares_publico_neiva lugares_publico_villavicencio lugares_publico_bogota_aeropuerto lugares_publico_cucuta

lugares_publici_Monteria lugares_publici_Cartagena lugares_publici_Estadios lugares_publici_Vallas
 lugares_publici_TV lugares_publici_Spm2 lugares_publici_Kioskos lugares_publici_Bares
 lugares_publici_Radio lugares_publici_Fútbol lugares_publici_Conciertos

lugares_publici_Camiones_de_Bav (1) \$SENSACION (sensación_gratitud sensación_patriotismo
 sensación_alegría sensación_orgullo sensación_amistad (1))

/TABLES=\$LUGARES BY \$SENSACION

/CELLS=ROW

/BASE=CASES.

Respuesta múltiple

Notas

| | | |
|--------------------|--------------------------|--|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 23:29:06 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |

| | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|--|
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Tratamiento de los datos perdidos | Definición de perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario se tratarán como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de cada tabla se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de cada tabla. |

Sintaxis

```
MULT RESPONSE
GROUPS=$LUGARES
(lugares_publi_barranquilla
lugares_publi_Valledupar
lugares_publi_Santa_Martha
lugares_publi_Girardot
lugares_publi_Neiva
lugares_publi_Villavicencio
lugares_publi_Bogotá_Aeropuerto
lugares_publi_Cúcuta

lugares_publi_Monteria
lugares_publi_Cartagena
lugares_publi_Estadios
lugares_publi_Vallas
lugares_publi_TV
lugares_publi_Spm2
lugares_publi_Kioskos
lugares_publi_Bares
lugares_publi_Radio
lugares_publi_Fútbol
lugares_publi_Conciertos

lugares_publi_Camiones_de_Bav
(1) $SENSACION
(sensación_gratitud
sensación_patriotismo
sensación_alegría
sensación_orgullo
sensación_amistad (1))

/TABLES=$LUGARES BY
$SENSACION

/CELLS=ROW

/BASE=CASES.
```

Recursos

Tiempo de procesador

00 00:00:00,016

| | |
|---------------------|-----------------|
| Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,032 |
|---------------------|-----------------|

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Resumen de los casos

| | Casos | | | | | |
|-----------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
| \$LUGARES*\$SENSACION | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |

Tabla de contingencia \$LUGARES*\$SENSACION

| | | | \$SENSACION ^a | | |
|------------------------|--------------------|-----------------------|--------------------------|-----------------------|-------------------|
| | | | sensación_gratitud | sensación_patriotismo | sensación_alegría |
| \$LUGARES ^a | lugares_publicidad | Recuento | 0 | 0 | 7 |
| | | % dentro de \$LUGARES | ,0% | ,0% | 100,0% |
| | lugares_publicidad | Recuento | 0 | 0 | 4 |

| | | | | |
|------------------------------------|-----------------------|-------|--------|--------|
| par | % dentro de \$LUGARES | ,0% | ,0% | 100,0% |
| lugares_publicos_Santa_Martha | Recuento | 1 | 1 | 4 |
| | % dentro de \$LUGARES | 16,7% | 16,7% | 66,7% |
| lugares_publicos_Girardot | Recuento | 1 | 1 | 4 |
| | % dentro de \$LUGARES | 16,7% | 16,7% | 66,7% |
| lugares_publicos_Neiva | Recuento | 0 | 0 | 6 |
| | % dentro de \$LUGARES | ,0% | ,0% | 100,0% |
| lugares_publicos_Villavicencio | Recuento | 0 | 0 | 4 |
| | % dentro de \$LUGARES | ,0% | ,0% | 100,0% |
| lugares_publicos_Bogota_Aeropuerto | Recuento | 0 | 0 | 2 |
| | % dentro de \$LUGARES | ,0% | ,0% | 100,0% |
| lugares_publicos_Cucuta | Recuento | 0 | 1 | 0 |
| | % dentro de \$LUGARES | ,0% | 100,0% | ,0% |
| lugares_publicos_Monteria | Recuento | 0 | 0 | 1 |
| | % dentro de \$LUGARES | ,0% | ,0% | 100,0% |
| lugares_publicos_Cartagena | Recuento | 1 | 1 | 1 |
| | % dentro de \$LUGARES | 33,3% | 33,3% | 33,3% |

| | | | | |
|--------------------------|-----------------------|-------|-------|-------|
| lugares_publicos | Recuento | 0 | 3 | 3 |
| | % dentro de \$LUGARES | ,0% | 27,3% | 27,3% |
| lugares_publicos_Vallas | Recuento | 1 | 6 | 14 |
| | % dentro de \$LUGARES | 3,4% | 20,7% | 48,3% |
| lugares_publicos_TV | Recuento | 1 | 7 | 14 |
| | % dentro de \$LUGARES | 3,8% | 26,9% | 53,8% |
| lugares_publicos_Spm2 | Recuento | 0 | 1 | 1 |
| | % dentro de \$LUGARES | ,0% | 50,0% | 50,0% |
| lugares_publicos_Kioskos | Recuento | 1 | 0 | 1 |
| | % dentro de \$LUGARES | 50,0% | ,0% | 50,0% |
| lugares_publicos_Bares | Recuento | 1 | 0 | 1 |
| | % dentro de \$LUGARES | 20,0% | ,0% | 20,0% |
| lugares_publicos_Radio | Recuento | 1 | 1 | 12 |
| | % dentro de \$LUGARES | 6,3% | 6,3% | 75,0% |
| lugares_publicos_Fútbol | Recuento | 0 | 3 | 0 |
| | % dentro de \$LUGARES | ,0% | 60,0% | ,0% |
| lugares_publicos_Concier | Recuento | 0 | 0 | 0 |

| | | | | |
|-------------------------|--------------------------|-----|-----|-----|
| tos | % dentro de \$LUGARES | ,0% | ,0% | ,0% |
| lugares_publicos_de_Bav | Recuento | 0 | 0 | 0 |
| | % dentro de \$LUGARES | ,0% | ,0% | ,0% |
| Total | Recuento | 3 | 9 | 27 |

Tabla de contingencia \$LUGARES*\$SENSACION

| | | | \$SENSACION ^a | | Total |
|------------------------|-------------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------------|-------|
| | | | sensación_or gullo | sensación_a mistad | |
| \$LUGARES ^a | lugares_publicos_barranquilla | Recuento | 0 | 0 | 7 |
| | | % dentro de \$LUGARES | ,0% | ,0% | |
| | lugares_publicos_valledupar | Recuento | 0 | 0 | 4 |
| | | % dentro de \$LUGARES | ,0% | ,0% | |
| | lugares_publicos_santamarta | Recuento | 0 | 0 | 6 |
| | | % dentro de \$LUGARES | ,0% | ,0% | |
| | lugares_publicos_girardot | Recuento | 0 | 0 | 6 |
| | | % dentro de \$LUGARES | ,0% | ,0% | |
| | lugares_publicos_neiva | Recuento | 0 | 0 | 6 |
| | | % dentro de \$LUGARES | ,0% | ,0% | |

| | | | | |
|-----------------------------------|-----------------------|-------|------|----|
| lugares_publico_Villavicencio | Recuento | 0 | 0 | 4 |
| | % dentro de \$LUGARES | ,0% | ,0% | |
| lugares_publico_Bogotá_Aeropuerto | Recuento | 0 | 0 | 2 |
| | % dentro de \$LUGARES | ,0% | ,0% | |
| lugares_publico_Cúcuta | Recuento | 0 | 0 | 1 |
| | % dentro de \$LUGARES | ,0% | ,0% | |
| lugares_publico_Monteria | Recuento | 0 | 0 | 1 |
| | % dentro de \$LUGARES | ,0% | ,0% | |
| lugares_publico_Cartagena | Recuento | 0 | 0 | 3 |
| | % dentro de \$LUGARES | ,0% | ,0% | |
| lugares_publico_Estadios | Recuento | 4 | 1 | 11 |
| | % dentro de \$LUGARES | 36,4% | 9,1% | |
| lugares_publico_Vallas | Recuento | 7 | 1 | 29 |
| | % dentro de \$LUGARES | 24,1% | 3,4% | |
| lugares_publico_TV | Recuento | 3 | 1 | 26 |
| | % dentro de \$LUGARES | 11,5% | 3,8% | |
| lugares_publico_Spm2 | Recuento | 0 | 0 | 2 |

| | | | | |
|--------------------------------------|-----------------------|--------|-----|----|
| | % dentro de \$LUGARES | ,0% | ,0% | |
| lugares_publicos_Kioskos | Recuento | 0 | 0 | 2 |
| | % dentro de \$LUGARES | ,0% | ,0% | |
| lugares_publicos_Bares | Recuento | 3 | 0 | 5 |
| | % dentro de \$LUGARES | 60,0% | ,0% | |
| lugares_publicos_Radio | Recuento | 2 | 0 | 16 |
| | % dentro de \$LUGARES | 12,5% | ,0% | |
| lugares_publicos_Futbol | Recuento | 2 | 0 | 5 |
| | % dentro de \$LUGARES | 40,0% | ,0% | |
| lugares_publicos_Conciertos | Recuento | 2 | 0 | 2 |
| | % dentro de \$LUGARES | 100,0% | ,0% | |
| lugares_publicos_Camiones_de_Bavaria | Recuento | 3 | 0 | 3 |
| | % dentro de \$LUGARES | 100,0% | ,0% | |
| Total | Recuento | 9 | 1 | 49 |

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

MULT RESPONSE GROUPS=\$FRASE (frase_A frase_B frase_C frase_D frase_E frase_F frase_G frase_H (1)) \$SENSACION (sensación_gratitud sensación_patriotismo sensación_alegría sensación_orgullo sensación_amistad (1))

/TABLES=\$FRASE BY \$SENSACION

/CELLS=ROW

/BASE=CASES.

Respuesta múltiple

Notas

| | | |
|--------------------|--------------------------|--|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 23:29:54 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |

| | | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|--|-----------------|
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | | 49 |
| Tratamiento de los datos perdidos | Definición de perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario se tratarán como perdidos. | |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de cada tabla se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de cada tabla. | |
| Sintaxis | | <p>MULT RESPONSE GROUPS=\$FRASE (frase_A frase_B frase_C frase_D frase_E frase_F frase_G frase_H (1)) \$SENSACION (sensación_gratitud sensación_patriotismo sensación_alegría sensación_orgullo sensación_amistad (1))</p> <p>/TABLES=\$FRASE BY \$SENSACION</p> <p>/CELLS=ROW</p> <p>/BASE=CASES.</p> | |
| Recursos | Tiempo de procesador | | 00 00:00:00,015 |
| | Tiempo transcurrido | | 00 00:00:00,022 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Resumen de los casos

| | Casos | | | | | |
|---------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
| \$FRASE*\$SENSACION | 47 | 95,9% | 2 | 4,1% | 49 | 100,0% |

Tabla de contingencia \$FRASE*\$SENSACION

| | | | \$SENSACION ^a | | |
|----------------------|---------|---------------------|--------------------------|------------------------|-------------------|
| | | | sensación_gratitud | sensación_patricotismo | sensación_alegría |
| \$FRASE ^a | frase_A | Recuento | 1 | 3 | 4 |
| | | % dentro de \$FRASE | 11,1% | 33,3% | 44,4% |
| | frase_B | Recuento | 1 | 3 | 13 |
| | | % dentro de \$FRASE | 4,3% | 13,0% | 56,5% |
| | frase_C | Recuento | 0 | 1 | 3 |
| | | % dentro de \$FRASE | ,0% | 25,0% | 75,0% |
| | frase_D | Recuento | 1 | 0 | 7 |

| | | | | |
|---------|---------------------|-------|-------|-------|
| | % dentro de \$FRASE | 10,0% | ,0% | 70,0% |
| frase_E | Recuento | 1 | 3 | 1 |
| | % dentro de \$FRASE | 14,3% | 42,9% | 14,3% |
| frase_G | Recuento | 1 | 2 | 3 |
| | % dentro de \$FRASE | 12,5% | 25,0% | 37,5% |
| Total | Recuento | 3 | 8 | 26 |

Tabla de contingencia \$FRASE*\$SENSACION

| | | | \$SENSACION ^a | | Total |
|----------------------|---------|---------------------|--------------------------|-------------------|-------|
| | | | sensación_organullo | sensación_amistad | |
| \$FRASE ^a | frase_A | Recuento | 1 | 0 | 9 |
| | | % dentro de \$FRASE | 11,1% | ,0% | |
| | frase_B | Recuento | 6 | 0 | 23 |
| | | % dentro de \$FRASE | 26,1% | ,0% | |
| | frase_C | Recuento | 0 | 0 | 4 |
| | | % dentro de \$FRASE | ,0% | ,0% | |
| | frase_D | Recuento | 2 | 0 | 10 |
| | | % dentro de \$FRASE | 20,0% | ,0% | |

| | | | | |
|---------|---------------------|-------|-------|----|
| frase_E | Recuento | 1 | 1 | 7 |
| | % dentro de \$FRASE | 14,3% | 14,3% | |
| frase_G | Recuento | 2 | 0 | 8 |
| | % dentro de \$FRASE | 25,0% | ,0% | |
| Total | Recuento | 9 | 1 | 47 |

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

MULT RESPONSE GROUPS=\$MERCHANDISING (merchand_camiseta merchand_gorra merchand_kit_viajero merchand_Radio merchand_sombrero merchand_Guayabera merchand_Poncho merchand_Llavero merchand_Jirafas merchand_Balones merchand_Vasos merchand_Toallas (1))

/VARIABLES=import_mensajes_aguila(0 1)

/TABLES=import_mensajes_aguila BY \$MERCHANDISING

/CELLS=ROW

/BASE=CASES.

Respuesta múltiple

Notas

| | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 23:32:09 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Tratamiento de los datos perdidos | Definición de perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario se tratarán como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de cada tabla se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de cada tabla. |

| | | | | | |
|----------------------|---|----------------------|-----------------|---------------------|-----------------|
| Sintaxis | <pre> MULT RESPONSE GROUPS=\$MERCHANDISING (merchand_camiseta merchand_gorra merchand_kit_viajero merchand_Radio merchand_sombrero merchand_Guayabera merchand_Poncho merchand_Llavero merchand_Jirafas merchand_Balones merchand_Vasos merchand_Toallas (1)) /VARIABLES=import_mensajes_a guila(0 1) /TABLES=import_mensajes_aguil a BY \$MERCHANDISING /CELLS=ROW /BASE=CASES. </pre> | | | | |
| Recursos | <table border="0"> <tr> <td data-bbox="553 1335 873 1402">Tiempo de procesador</td> <td data-bbox="1105 1335 1312 1402">00 00:00:00,000</td> </tr> <tr> <td data-bbox="553 1409 873 1463">Tiempo transcurrido</td> <td data-bbox="1105 1409 1312 1463">00 00:00:00,006</td> </tr> </table> | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,000 | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,006 |
| Tiempo de procesador | 00 00:00:00,000 | | | | |
| Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,006 | | | | |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Resumen de los casos

| | Casos | | | | | |
|--|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
| import_mensajes_aguila* \$MERCHANDISING | 48 | 98,0% | 1 | 2,0% | 49 | 100,0% |

Tabla de contingencia import_mensajes_aguila*\$MERCHANDISING

| | | | \$MERCHANDISING ^a | |
|------------------------|----|---------------------------------------|------------------------------|--------------------|
| | | | merchand_ca miseta | merchand_gor ra |
| import_mensajes_aguila | NO | Recuento | 19 | 8 |
| | | % dentro de import_mensajes_aguila | 76,0% | 32,0% |
| | SI | Recuento | 18 | 12 |
| | | % dentro de import_mensajes_aguila | 78,3% | 52,2% |
| Total | | Recuento | 37 | 20 |

Tabla de contingencia import_mensajes_aguila*\$MERCHANDISING

| | \$MERCHANDISING ^a |
|--|------------------------------|
| | |

| | | | merchand_kit _viajero | merchand_Ra dio |
|------------------------|----|---------------------------------------|--------------------------|--------------------|
| import_mensajes_aguila | NO | Recuento | 1 | 4 |
| | | % dentro de import_mensajes_aguila | 4,0% | 16,0% |
| | SI | Recuento | 3 | 0 |
| | | % dentro de import_mensajes_aguila | 13,0% | ,0% |
| Total | | Recuento | 4 | 4 |

Tabla de contingencia import_mensajes_aguila*\$MERCHANDISING

| | | | \$MERCHANDISING ^a | |
|------------------------|----|---------------------------------------|------------------------------|------------------------|
| | | | merchand_so mbrero | merchand_Gu ayabera |
| import_mensajes_aguila | NO | Recuento | 6 | 4 |
| | | % dentro de import_mensajes_aguila | 24,0% | 16,0% |
| | SI | Recuento | 6 | 0 |
| | | % dentro de import_mensajes_aguila | 26,1% | ,0% |
| Total | | Recuento | 12 | 4 |

Tabla de contingencia import_mensajes_aguila*\$MERCHANDISING

| | | | \$MERCHANDISING ^a |
|--|--|--|------------------------------|
| | | | |

| | | | merchand_Po ncho | merchand_Lla vero |
|------------------------|----|---------------------------------------|---------------------|----------------------|
| import_mensajes_aguila | NO | Recuento | 1 | 0 |
| | | % dentro de import_mensajes_aguila | 4,0% | ,0% |
| | SI | Recuento | 3 | 2 |
| | | % dentro de import_mensajes_aguila | 13,0% | 8,7% |
| Total | | Recuento | 4 | 2 |

Tabla de contingencia import_mensajes_aguila*\$MERCHANDISING

| | | | \$MERCHANDISING ^a | |
|------------------------|----|---------------------------------------|------------------------------|----------------------|
| | | | merchand_Jira fas | merchand_Bal ones |
| import_mensajes_aguila | NO | Recuento | 0 | 8 |
| | | % dentro de import_mensajes_aguila | ,0% | 32,0% |
| | SI | Recuento | 1 | 5 |
| | | % dentro de import_mensajes_aguila | 4,3% | 21,7% |
| Total | | Recuento | 1 | 13 |

Tabla de contingencia import_mensajes_aguila*\$MERCHANDISING

| | \$MERCHAN DISING ^a |
|--|----------------------------------|
| | |

| | | | merchand_Va sos |
|------------------------|----|---------------------------------------|--------------------|
| import_mensajes_aguila | NO | Recuento | 18 |
| | | % dentro de import_mensajes_aguila | 72,0% |
| | SI | Recuento | 16 |
| | | % dentro de import_mensajes_aguila | 69,6% |
| Total | | Recuento | 34 |

Tabla de contingencia import_mensajes_aguila*\$MERCHANTISING

| | | | \$MERCHANTISING ^a | Total |
|------------------------|----|---------------------------------------|------------------------------|-------|
| | | | merchand_To allas | |
| import_mensajes_aguila | NO | Recuento | 4 | 25 |
| | | % dentro de import_mensajes_aguila | 16,0% | |
| | SI | Recuento | 3 | 23 |
| | | % dentro de import_mensajes_aguila | 13,0% | |
| Total | | Recuento | 7 | 48 |

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

```
MULT RESPONSE GROUPS=$ETIQUETA (etiqueta_aguila etiqueta_Colores etiqueta_Diseños  
etiqueta_Mundo etiqueta_Slogan_sin_igual etiqueta_tipo_de_letra etiqueta_Logo (1))
```

```
/VARIABLES=import_mensajes_aguila(0 1)
```

```
/TABLES=import_mensajes_aguila BY $ETIQUETA
```

```
/CELLS=ROW
```

```
/BASE=CASES.
```

Respuesta múltiple

Notas

| | |
|--------------------|---|
| Resultados creados | 01-dic-2011 23:32:42 |
| Comentarios | |
| Entrada | Datos C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |

| | | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|--|----|
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 | |
| | Filtro | <ninguno> | |
| | Peso | <ninguno> | |
| | Segmentar archivo | <ninguno> | |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | | 49 |
| Tratamiento de los datos perdidos | Definición de perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario se tratarán como perdidos. | |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de cada tabla se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de cada tabla. | |
| Sintaxis | | <p>MULT RESPONSE GROUPS=\$ETIQUETA (etiqueta_aguila etiqueta_Colores etiqueta_Diseños etiqueta_Mundo etiqueta_Slogan_sin_igual etiqueta_tipo_de_letra etiqueta_Logo (1))</p> <p>/VARIABLES=import_mensajes_a guila(0 1)</p> <p>/TABLES=import_mensajes_aguil a BY \$ETIQUETA</p> <p>/CELLS=ROW</p> <p>/BASE=CASES.</p> | |

| | | |
|----------|----------------------|-----------------|
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,016 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,009 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Resumen de los casos

| | Casos | | | | | |
|---------------------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
| import_mensajes_aguila* \$ETIQUETA | 48 | 98,0% | 1 | 2,0% | 49 | 100,0% |

Tabla de contingencia import_mensajes_aguila*\$ETIQUETA

| | | | \$ETIQUETA ^a | |
|------------------------|----|---------------------------------------|-------------------------|----------------------|
| | | | etiqueta_aguil a | etiqueta_Color es |
| import_mensajes_aguila | NO | Recuento | 22 | 23 |
| | | % dentro de import_mensajes_aguila | 88,0% | 92,0% |
| | SI | Recuento | 21 | 17 |

| | | | |
|-------|---------------------------------------|-------|-------|
| | % dentro de import_mensajes_aguila | 91,3% | 73,9% |
| Total | Recuento | 43 | 40 |

Tabla de contingencia import_mensajes_aguila*\$ETIQUETA

| | | | \$ETIQUETA ^a | |
|------------------------|----|---------------------------------------|-------------------------|--------------------|
| | | | etiqueta_Dise ños | etiqueta_Mun do |
| import_mensajes_aguila | NO | Recuento | 6 | 4 |
| | | % dentro de import_mensajes_aguila | 24,0% | 16,0% |
| | SI | Recuento | 5 | 0 |
| | | % dentro de import_mensajes_aguila | 21,7% | ,0% |
| Total | | Recuento | 11 | 4 |

Tabla de contingencia import_mensajes_aguila*\$ETIQUETA

| | | | \$ETIQUETA ^a | |
|------------------------|----|---------------------------------------|-------------------------------|----------------------------|
| | | | etiqueta_Sloga n_sin_igual | etiqueta_tipo_ de_letra |
| import_mensajes_aguila | NO | Recuento | 7 | 5 |
| | | % dentro de import_mensajes_aguila | 28,0% | 20,0% |
| | SI | Recuento | 11 | 2 |

| | | | |
|-------|---------------------------------------|-------|------|
| | % dentro de import_mensajes_aguila | 47,8% | 8,7% |
| Total | Recuento | 18 | 7 |

Tabla de contingencia import_mensajes_aguila*\$ETIQUETA

| | | | \$ETIQUETA ^a | Total |
|------------------------|----|---------------------------------------|-------------------------|-------|
| | | | etiqueta_Logo | |
| import_mensajes_aguila | NO | Recuento | 5 | 25 |
| | | % dentro de import_mensajes_aguila | 20,0% | |
| | SI | Recuento | 5 | 23 |
| | | % dentro de import_mensajes_aguila | 21,7% | |
| Total | | Recuento | 10 | 48 |

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

CROSSTABS

/TABLES=slogan BY import_mensajes_aguila

/FORMAT=AVALUE TABLES

/CELLS=COUNT

/COUNT ROUND CELL.

Tablas de contingencia

Notas

| | | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 23:33:40 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Tratamiento de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de las tablas se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de las tablas. |

| | | |
|----------|---|-----------------|
| Sintaxis | CROSSTABS | |
| | /TABLES=slogan BY import_mensajes_aguila | |
| | /FORMAT=AVALUE TABLES | |
| | /CELLS=COUNT | |
| | /COUNT ROUND CELL. | |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,016 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,013 |
| | Dimensiones solicitadas | 2 |
| | Casillas disponibles | 174762 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Resumen del procesamiento de los casos

| | Casos | | | | | |
|------------------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | N | Porcentaje | N | Porcentaje | N | Porcentaje |
| slogan * import_mensajes_aguila | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |

Tabla de contingencia slogan * import_mensajes_aguila

Recuento

| | import_mensajes_aguila | | Total |
|--------------------------------|------------------------|----|-------|
| | NO | SI | |
| slogan refresca nuestra pasión | 1 | 5 | 6 |
| sin igual y siempre igual | 24 | 17 | 41 |
| el sabor de nuestra alegría | 1 | 1 | 2 |
| Total | 26 | 23 | 49 |

MULT RESPONSE GROUPS=\$LUGARES (lugares_publici_barranquilla lugares_publici_Valledupar
lugares_publici_Santa_Martha lugares_publici_Girardot lugares_publici_Neiva
lugares_publici_Villavicencio lugares_publici_Bogotá_Aeropuerto lugares_publici_Cúcuta

lugares_publici_Monteria lugares_publici_Cartagena lugares_publici_Estadios lugares_publici_Vallas
lugares_publici_TV lugares_publici_Spm2 lugares_publici_Kioskos lugares_publici_Bares
lugares_publici_Radio lugares_publici_Fútbol lugares_publici_Conciertos

lugares_publici_Camiones_de_Bav (1)

/VARIABLES=import_mensajes_aguila(0 1)

/TABLES=import_mensajes_aguila BY \$LUGARES

/CELLS=ROW

/BASE=CASES.

Respuesta múltiple

Notas

| | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 23:34:22 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Tratamiento de los datos perdidos | Definición de perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario se tratarán como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de cada tabla se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de cada tabla. |

Sintaxis

```
MULT RESPONSE
GROUPS=$LUGARES
(lugares_publi_barranquilla
lugares_publi_Valledupar
lugares_publi_Santa_Martha
lugares_publi_Girardot
lugares_publi_Neiva
lugares_publi_Villavicencio
lugares_publi_Bogotá_Aeropuerto
lugares_publi_Cúcuta

lugares_publi_Monteria
lugares_publi_Cartagena
lugares_publi_Estadios
lugares_publi_Vallas
lugares_publi_TV
lugares_publi_Spm2
lugares_publi_Kioskos
lugares_publi_Bares
lugares_publi_Radio
lugares_publi_Fútbol
lugares_publi_Conciertos

lugares_publi_Camiones_de_Bav
(1))

/VARIABLES=import_mensajes_a
guila(0 1)

/TABLES=import_mensajes_aguil
a BY $LUGARES

/CELLS=ROW

/BASE=CASES.
```

Recursos

Tiempo de procesador

00 00:00:00,015

| | |
|---------------------|-----------------|
| Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,016 |
|---------------------|-----------------|

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Resumen de los casos

| | Casos | | | | | |
|--------------------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
| import_mensajes_aguila* \$LUGARES | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |

Tabla de contingencia import_mensajes_aguila*\$LUGARES

| | | | \$LUGARES ^a | |
|------------------------|----|------------------------------------|---------------------------------|-------------------------------|
| | | | lugares_publicidad_barranquilla | lugares_publicidad_valledupar |
| import_mensajes_aguila | NO | Recuento | 1 | 1 |
| | | % dentro de import_mensajes_aguila | 3,8% | 3,8% |
| | SI | Recuento | 6 | 3 |

| | | | |
|-------|---------------------------------------|-------|-------|
| | % dentro de import_mensajes_aguila | 26,1% | 13,0% |
| Total | Recuento | 7 | 4 |

Tabla de contingencia import_mensajes_aguila*\$LUGARES

| | | | \$LUGARES ^a | |
|------------------------|----|---------------------------------------|-------------------------------|---------------------------|
| | | | lugares_publicos_Santa_Martha | lugares_publicos_Girardot |
| import_mensajes_aguila | NO | Recuento | 3 | 6 |
| | | % dentro de import_mensajes_aguila | 11,5% | 23,1% |
| | SI | Recuento | 3 | 0 |
| | | % dentro de import_mensajes_aguila | 13,0% | ,0% |
| Total | | Recuento | 6 | 6 |

Tabla de contingencia import_mensajes_aguila*\$LUGARES

| | | | \$LUGARES ^a | |
|------------------------|----|---------------------------------------|------------------------|--------------------------------|
| | | | lugares_publicos_Neiva | lugares_publicos_Villavicencio |
| import_mensajes_aguila | NO | Recuento | 4 | 4 |
| | | % dentro de import_mensajes_aguila | 15,4% | 15,4% |
| | SI | Recuento | 2 | 0 |

| | | | |
|-------|---------------------------------------|------|-----|
| | % dentro de import_mensajes_aguila | 8,7% | ,0% |
| Total | Recuento | 6 | 4 |

Tabla de contingencia import_mensajes_aguila*\$LUGARES

| | | | \$LUGARES ^a | |
|------------------------|----|---------------------------------------|------------------------------------|-------------------------|
| | | | lugares_publicos_Bogotá_Aeropuerto | lugares_publicos_Cúcuta |
| import_mensajes_aguila | NO | Recuento | 0 | 0 |
| | | % dentro de import_mensajes_aguila | ,0% | ,0% |
| | SI | Recuento | 2 | 1 |
| | | % dentro de import_mensajes_aguila | 8,7% | 4,3% |
| Total | | Recuento | 2 | 1 |

Tabla de contingencia import_mensajes_aguila*\$LUGARES

| | | | \$LUGARES ^a | |
|------------------------|----|---------------------------------------|---------------------------|----------------------------|
| | | | lugares_publicos_Monteria | lugares_publicos_Cartagena |
| import_mensajes_aguila | NO | Recuento | 0 | 2 |
| | | % dentro de import_mensajes_aguila | ,0% | 7,7% |
| | SI | Recuento | 1 | 1 |

| | | | |
|-------|---------------------------------------|------|------|
| | % dentro de import_mensajes_aguila | 4,3% | 4,3% |
| Total | Recuento | 1 | 3 |

Tabla de contingencia import_mensajes_aguila*\$LUGARES

| | | | \$LUGARES ^a | |
|------------------------|----|---------------------------------------|----------------------------|--------------------------|
| | | | lugares_publicos_ Estadios | lugares_publicos_ Vallas |
| import_mensajes_aguila | NO | Recuento | 4 | 17 |
| | | % dentro de import_mensajes_aguila | 15,4% | 65,4% |
| | SI | Recuento | 7 | 12 |
| | | % dentro de import_mensajes_aguila | 30,4% | 52,2% |
| Total | | Recuento | 11 | 29 |

Tabla de contingencia import_mensajes_aguila*\$LUGARES

| | | | \$LUGARES ^a | |
|------------------------|----|---------------------------------------|------------------------|------------------------|
| | | | lugares_publicos_ TV | lugares_publicos_ Spm2 |
| import_mensajes_aguila | NO | Recuento | 16 | 1 |
| | | % dentro de import_mensajes_aguila | 61,5% | 3,8% |
| | SI | Recuento | 10 | 1 |

| | | | |
|-------|---------------------------------------|-------|------|
| | % dentro de import_mensajes_aguila | 43,5% | 4,3% |
| Total | Recuento | 26 | 2 |

Tabla de contingencia import_mensajes_aguila*\$LUGARES

| | | | \$LUGARES ^a | |
|------------------------|----|---------------------------------------|-----------------------------|---------------------------|
| | | | lugares_publicos Kioskos | lugares_publicos Bares |
| import_mensajes_aguila | NO | Recuento | 1 | 2 |
| | | % dentro de import_mensajes_aguila | 3,8% | 7,7% |
| | SI | Recuento | 1 | 3 |
| | | % dentro de import_mensajes_aguila | 4,3% | 13,0% |
| Total | | Recuento | 2 | 5 |

Tabla de contingencia import_mensajes_aguila*\$LUGARES

| | | | \$LUGARES ^a | |
|------------------------|----|---------------------------------------|---------------------------|----------------------------|
| | | | lugares_publicos Radio | lugares_publicos Fútbol |
| import_mensajes_aguila | NO | Recuento | 12 | 1 |
| | | % dentro de import_mensajes_aguila | 46,2% | 3,8% |
| | SI | Recuento | 4 | 4 |

| | | | |
|-------|---------------------------------------|-------|-------|
| | % dentro de import_mensajes_aguila | 17,4% | 17,4% |
| Total | Recuento | 16 | 5 |

Tabla de contingencia import_mensajes_aguila*\$LUGARES

| | | | \$LUGARES ^a |
|------------------------|----|---------------------------------------|--------------------------------|
| | | | lugares_publicos Conciertos |
| import_mensajes_aguila | NO | Recuento | 0 |
| | | % dentro de import_mensajes_aguila | ,0% |
| | SI | Recuento | 2 |
| | | % dentro de import_mensajes_aguila | 8,7% |
| Total | | Recuento | 2 |

Tabla de contingencia import_mensajes_aguila*\$LUGARES

| | | | \$LUGARES ^a | |
|------------------------|----|---------------------------------------|-------------------------------------|-------|
| | | | lugares_publicos Camiones_de_Bav | Total |
| import_mensajes_aguila | NO | Recuento | 1 | 26 |
| | | % dentro de import_mensajes_aguila | 3,8% | |
| | SI | Recuento | 2 | 23 |

| | | | |
|-------|---------------------------------------|------|----|
| | % dentro de import_mensajes_aguila | 8,7% | |
| Total | Recuento | 3 | 49 |

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

MULT RESPONSE GROUPS=\$FRASE (frase_A frase_B frase_C frase_D frase_E frase_F frase_G frase_H (1))

/VARIABLES=import_mensajes_aguila(0 1)

/TABLES=import_mensajes_aguila BY \$FRASE

/CELLS=ROW

/BASE=CASES.

Respuesta múltiple

Notas

| | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 23:35:06 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Tratamiento de los datos perdidos | Definición de perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario se tratarán como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de cada tabla se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de cada tabla. |

| | | |
|----------|--|-----------------|
| Sintaxis | <pre> MULT RESPONSE GROUPS=\$FRASE (frase_A frase_B frase_C frase_D frase_E frase_F frase_G frase_H (1)) /VARIABLES=import_mensajes_a guila(0 1) /TABLES=import_mensajes_aguil a BY \$FRASE /CELLS=ROW /BASE=CASES. </pre> | |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,000 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,010 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Resumen de los casos

| | Casos | | | | | |
|--|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
| | | | | | | |

Resumen de los casos

| | Casos | | | | | |
|------------------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
| import_mensajes_aguila* \$FRASE | 47 | 95,9% | 2 | 4,1% | 49 | 100,0% |

Tabla de contingencia import_mensajes_aguila*\$FRASE

| | | | \$FRASE ^a | | |
|------------------------|----|---------------------------------------|----------------------|---------|---------|
| | | | frase_A | frase_B | frase_C |
| import_mensajes_aguila | NO | Recuento | 4 | 11 | 3 |
| | | % dentro de import_mensajes_aguila | 16,0% | 44,0% | 12,0% |
| | SI | Recuento | 5 | 12 | 1 |
| | | % dentro de import_mensajes_aguila | 22,7% | 54,5% | 4,5% |
| Total | | Recuento | 9 | 23 | 4 |

Tabla de contingencia import_mensajes_aguila*\$FRASE

| | | | \$FRASE ^a | |
|------------------------|----|----------|----------------------|---------|
| | | | frase_D | frase_E |
| import_mensajes_aguila | NO | Recuento | 7 | 4 |

| | | | |
|-------|---------------------------------------|-------|-------|
| | % dentro de import_mensajes_aguila | 28,0% | 16,0% |
| SI | Recuento | 3 | 3 |
| | % dentro de import_mensajes_aguila | 13,6% | 13,6% |
| Total | Recuento | 10 | 7 |

Tabla de contingencia import_mensajes_aguila*\$FRASE

| | | | \$FRASE ^a | Total |
|------------------------|----|---------------------------------------|----------------------|-------|
| | | | frase_G | |
| import_mensajes_aguila | NO | Recuento | 3 | 25 |
| | | % dentro de import_mensajes_aguila | 12,0% | |
| | SI | Recuento | 5 | 22 |
| | | % dentro de import_mensajes_aguila | 22,7% | |
| Total | | Recuento | 8 | 47 |

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

CROSSTABS

/TABLES=frecuencia_compra_aguila BY import_mensajes_aguila

/FORMAT=AVALUE TABLES

/CELLS=COUNT

/COUNT ROUND CELL.

Tablas de contingencia

Notas

| | | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 01-dic-2011 23:35:45 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 49 |
| Tratamiento de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |

| | | |
|----------|-------------------------|---|
| Sintaxis | Casos utilizados | Los estadísticos de las tablas se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de las tablas. |
| | | <p>CROSSTABS</p> <p>/TABLES=frecuencia_compra_aguila BY import_mensajes_aguila</p> <p>/FORMAT=AVALUE TABLES</p> <p>/CELLS=COUNT</p> <p>/COUNT ROUND CELL.</p> |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,016 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,010 |
| | Dimensiones solicitadas | 2 |
| | Casillas disponibles | 174762 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JIMENA\Desktop\tesis\base fventas.sav

Resumen del procesamiento de los casos

| | |
|--|-------|
| | Casos |
|--|-------|

| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
|--|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | N | Porcentaje | N | Porcentaje | N | Porcentaje |
| frecuencia_compra_aguil a * import_mensajes_aguila | 49 | 100,0% | 0 | ,0% | 49 | 100,0% |

Tabla de contingencia frecuencia_compra_aguila * import_mensajes_aguila

Recuento

| | import_mensajes_aguila | | Total |
|--------------------------------|------------------------|----|-------|
| | NO | SI | |
| frecuencia_compra_aguil DIARIO | 3 | 1 | 4 |
| a SEMANAL | 9 | 20 | 29 |
| QUINCENA | 8 | 0 | 8 |
| L | | | |
| MENSUAL | 6 | 2 | 8 |
| Total | 26 | 23 | 49 |

Fidelizados

DATASET ACTIVATE Conjunto_de_datos2.

SAVE OUTFILE='C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros_2.sav'

/COMPRESSED.

DATASET ACTIVATE Conjunto_de_datos3.

DATASET CLOSE Conjunto_de_datos2.

FRECUENCIES VARIABLES=edad

/NTILES=4

/STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN MODE SKEWNESS SESKEW KURTOSIS SEKURT

/HISTOGRAM NORMAL

/ORDER=ANALYSIS.

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------|--------------------------|---|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 17:25:48 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 24 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | <pre> FRECUENCIAS VARIABLES=edad /NTILES=4 /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN MEDIAN MODE SKEWNESS SESKEW KURTOSIS SEKURT /HISTOGRAM NORMAL /ORDER=ANALYSIS. </pre> |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,687 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,698 |

[Conjunto_de_datos3] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav

Estadísticos

edad

| | | |
|---|---------|----|
| N | Válidos | 24 |
|---|---------|----|

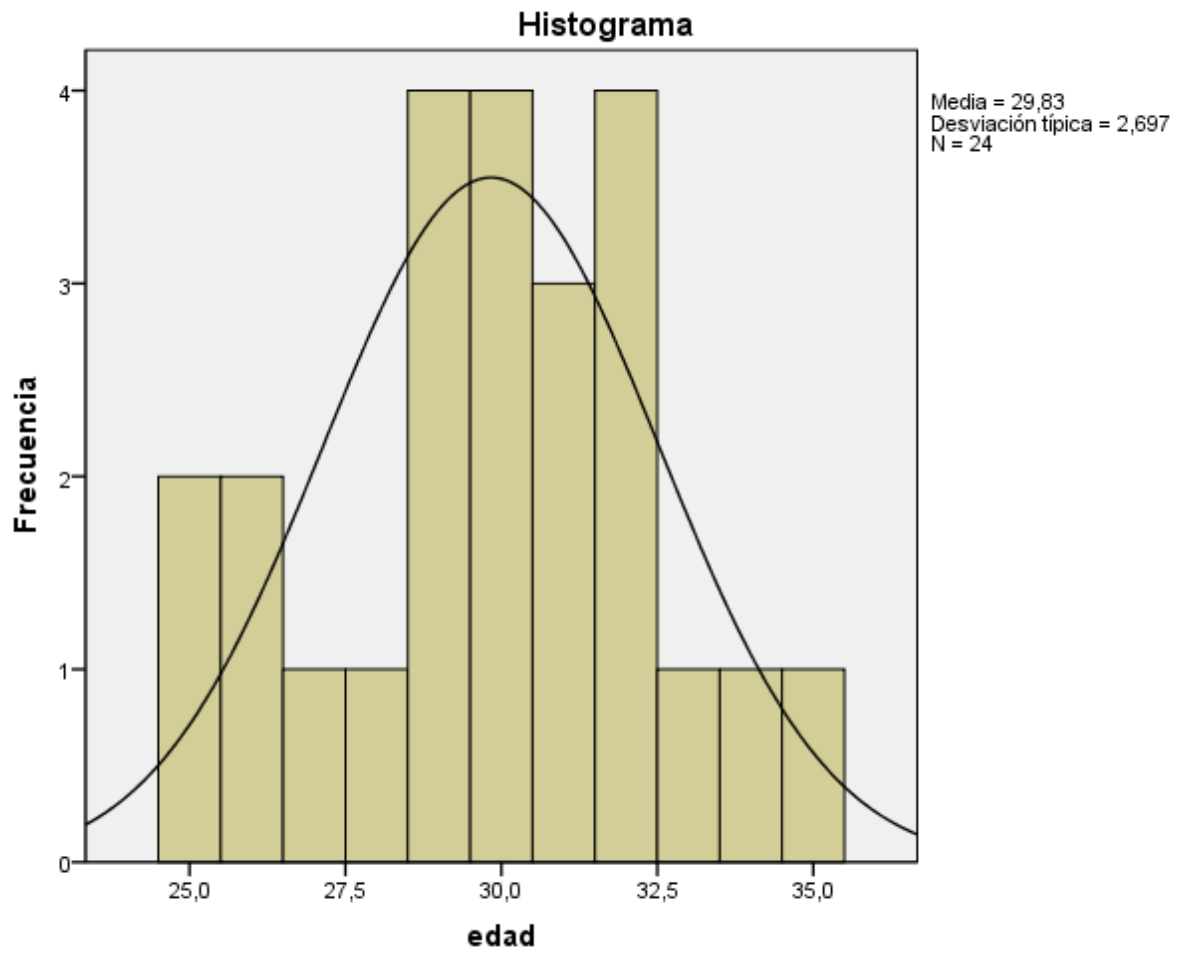
| | | |
|-------------------------|----|-----------------|
| Perdidos | | 0 |
| Media | | 29,83 |
| Mediana | | 30,00 |
| Moda | | 29 ^a |
| Desv. típ. | | 2,697 |
| Varianza | | 7,275 |
| Asimetría | | -,199 |
| Error típ. de asimetría | | ,472 |
| Curtosis | | -,438 |
| Error típ. de curtosis | | ,918 |
| Percentiles | 25 | 28,25 |
| | 50 | 30,00 |
| | 75 | 32,00 |

a. Existen varias modas. Se mostrará el menor de los valores.

edad

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|----|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | 25 | 2 | 8,3 | 8,3 | 8,3 |
| | 26 | 2 | 8,3 | 8,3 | 16,7 |
| | 27 | 1 | 4,2 | 4,2 | 20,8 |

| | | | | |
|-------|----|-------|-------|-------|
| 28 | 1 | 4,2 | 4,2 | 25,0 |
| 29 | 4 | 16,7 | 16,7 | 41,7 |
| 30 | 4 | 16,7 | 16,7 | 58,3 |
| 31 | 3 | 12,5 | 12,5 | 70,8 |
| 32 | 4 | 16,7 | 16,7 | 87,5 |
| 33 | 1 | 4,2 | 4,2 | 91,7 |
| 34 | 1 | 4,2 | 4,2 | 95,8 |
| 35 | 1 | 4,2 | 4,2 | 100,0 |
| Total | 24 | 100,0 | 100,0 | |



FRECUENCIAS VARIABLES=género

/PIECHART PERCENT

/ORDER=ANALYSIS.

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 17:27:15 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 24 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | FRECUENCIES VARIABLES=género /PIECHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,499 |

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 17:27:15 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 24 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | FRECUENCIAS VARIABLES=género /PIECHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,499 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,522 |

[Conjunto_de_datos3] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav

Estadísticos

género

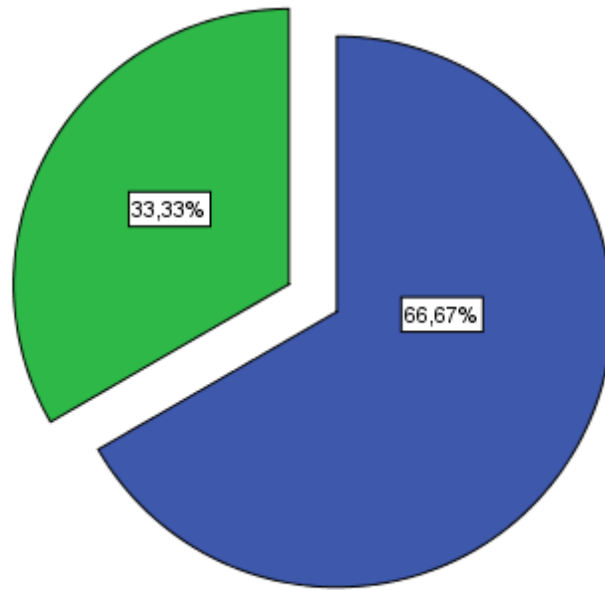
| | | |
|---|----------|----|
| N | Válidos | 24 |
| | Perdidos | 0 |

género

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | masculino | 16 | 66,7 | 66,7 | 66,7 |
| | femenino | 8 | 33,3 | 33,3 | 100,0 |
| Total | | 24 | 100,0 | 100,0 | |

género

■ masculino
■ femenino



```
FREQUENCIES VARIABLES=estrato
```

```
/PIECHART PERCENT
```

```
/ORDER=ANALYSIS.
```


Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 17:29:07 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 24 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | FRECUENCIES VARIABLES=estrato /PIECHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,655 |

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 17:29:07 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 24 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | FRECUENCIAS VARIABLES=estrato /PIECHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,655 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,677 |

[Conjunto_de_datos3] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav

Estadísticos

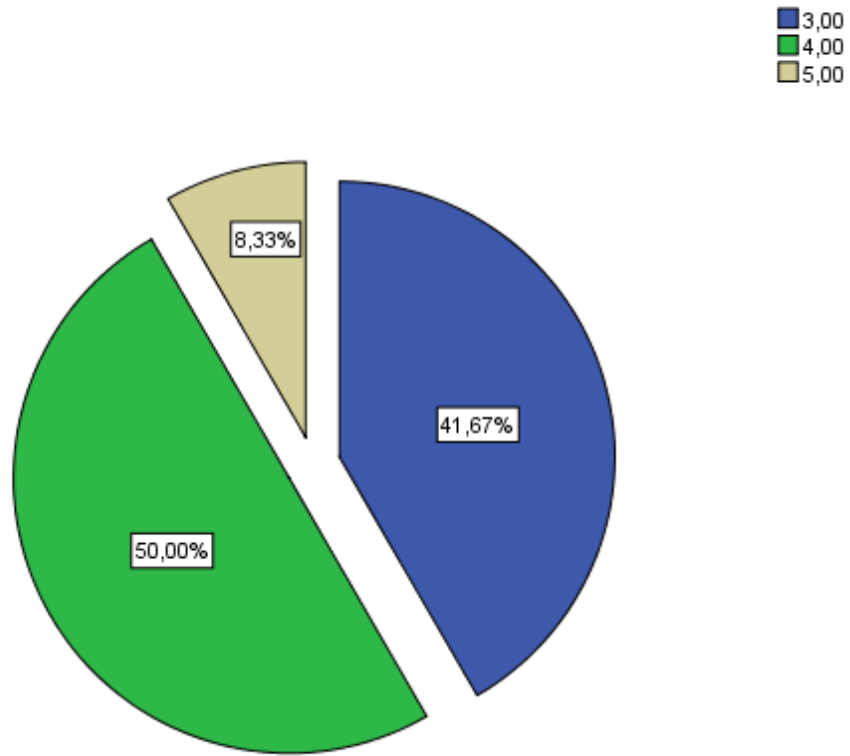
estrato

| | | |
|---|----------|----|
| N | Válidos | 24 |
| | Perdidos | 0 |

estrato

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | 3,00 | 10 | 41,7 | 41,7 | 41,7 |
| | 4,00 | 12 | 50,0 | 50,0 | 91,7 |
| | 5,00 | 2 | 8,3 | 8,3 | 100,0 |
| | Total | 24 | 100,0 | 100,0 | |

estrato



```
FREQUENCIES VARIABLES=nivel_educativo
```

```
/PIECHART PERCENT
```

```
/ORDER=ANALYSIS.
```

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 17:30:35 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 24 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | FRECUENCIES VARIABLES=nivel_educativo /PIECHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,499 |

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 17:30:35 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 24 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | FRECUENCIES VARIABLES=nivel_educativo /PIECHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,499 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,532 |

[Conjunto_de_datos3] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav

Estadísticos

nivel_educativo

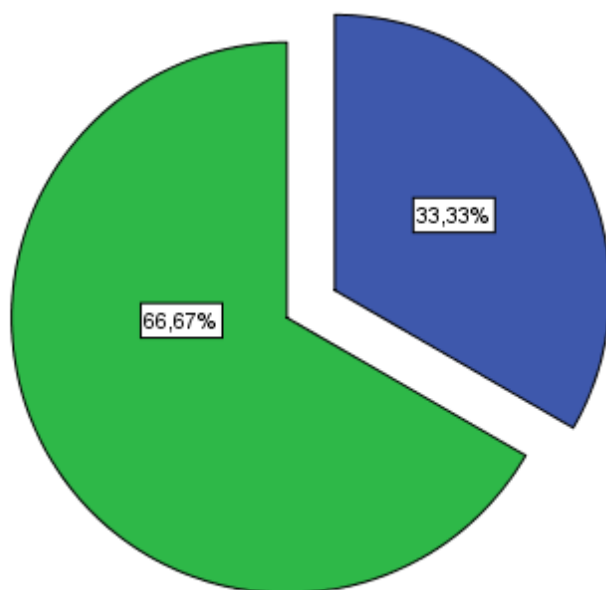
| | | |
|---|----------|----|
| N | Válidos | 24 |
| | Perdidos | 0 |

nivel_educativo

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos universitario | 8 | 33,3 | 33,3 | 33,3 |
| postgrado | 16 | 66,7 | 66,7 | 100,0 |
| Total | 24 | 100,0 | 100,0 | |

nivel_educativo

■ universitario
■ postgrado



FRECUENCIAS VARIABLES=festividades

/PIECHART PERCENT

/ORDER=ANALYSIS.

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 17:33:35 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 24 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | FRECUENCIES VARIABLES=festividades /PIECHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,484 |

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 17:33:35 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 24 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | FRECUENCIES VARIABLES=festividades /PIECHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,484 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,517 |

[Conjunto_de_datos3] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav

Estadísticos

festividades

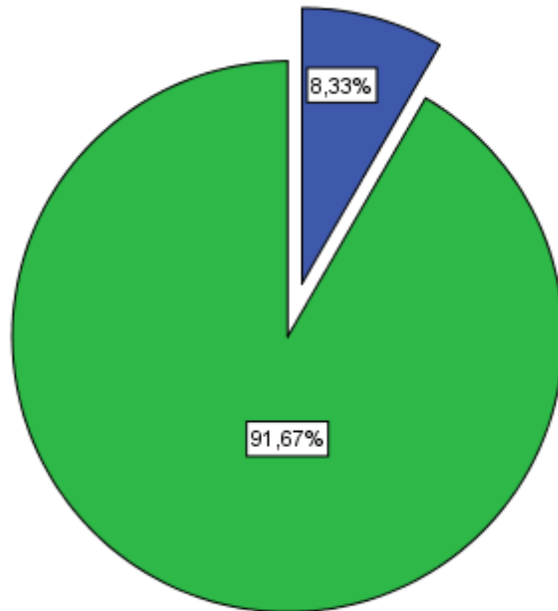
| | | |
|---|----------|----|
| N | Válidos | 24 |
| | Perdidos | 0 |

festividades

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|----|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | NO | 2 | 8,3 | 8,3 | 8,3 |
| | SI | 22 | 91,7 | 91,7 | 100,0 |
| Total | | 24 | 100,0 | 100,0 | |

festividades

■ NO
■ SI



```
FREQUENCIES VARIABLES=consumo_fest
```

```
/PIECHART PERCENT
```

```
/ORDER=ANALYSIS.
```

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 17:34:15 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 24 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | FRECUENCIES VARIABLES=consumo_fest /PIECHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,671 |

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 17:34:15 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 24 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | FRECUENCIES VARIABLES=consumo_fest /PIECHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,671 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,697 |

[Conjunto_de_datos3] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav

Estadísticos

consumo_fest

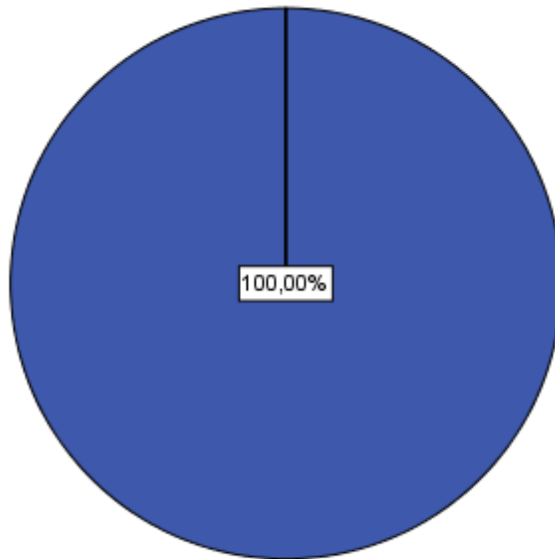
| | | |
|---|----------|----|
| N | Válidos | 24 |
| | Perdidos | 0 |

consumo_fest

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|----|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válidos | SI | 24 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

consumo_fest

■ SI



MULT RESPONSE GROUPS=\$Consumeo_en_festividades (consumo_aguard consumo_ron
consumo_vodka consumo_whisky consumo_cerveza consumo_otro (1))

/FREQUENCIES=\$Consumeo_en_festividades.

Respuesta múltiple

Notas

| | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 17:36:46 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 24 |
| Tratamiento de los datos perdidos | Definición de perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario se tratarán como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de cada tabla se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de cada tabla. |

| | | | |
|----------|---|--|-----------------|
| Sintaxis | MULT RESPONSE GROUPS=\$Consumeo_en_festividades (consumo_aguard consumo_ron consumo_vodka consumo_whisky consumo_cerveza consumo_otro (1)) /FRECUENCIES=\$Consumeo_en_festividades. | | |
| Recursos | Tiempo de procesador | | 00 00:00:00,015 |
| | Tiempo transcurrido | | 00 00:00:00,009 |

[Conjunto_de_datos3] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav

Resumen de los casos

| | Casos | | | | | |
|---|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
| \$Consumeo_en_festividades ^a | 24 | 100,0% | 0 | ,0% | 24 | 100,0% |

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

Frecuencias \$Consumeo_en_festividades

| | Respuestas | | Porcentaje de casos | |
|---|-----------------|------------|---------------------|-------|
| | Nº | Porcentaje | | |
| \$Consumeo_en_festividades ^a | Consumo_aguard | 8 | 18,6% | 33,3% |
| | Consumo_ron | 4 | 9,3% | 16,7% |
| | Consumo_vodka | 1 | 2,3% | 4,2% |
| | Consumo_whisky | 3 | 7,0% | 12,5% |
| | Consumo_cerveza | 22 | 51,2% | 91,7% |
| | Consumo_otro | 5 | 11,6% | 20,8% |
| Total | 43 | 100,0% | 179,2% | |

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

FRECUENCIAS VARIABLES=frecuenta_futbol

/PIECHART PERCENT

/ORDER=ANALYSIS.

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 17:37:57 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 24 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | FRECUENCIES VARIABLES=frecuenta_futbol /PIECHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,577 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,583 |

Estadísticos

frecuenta_futbol

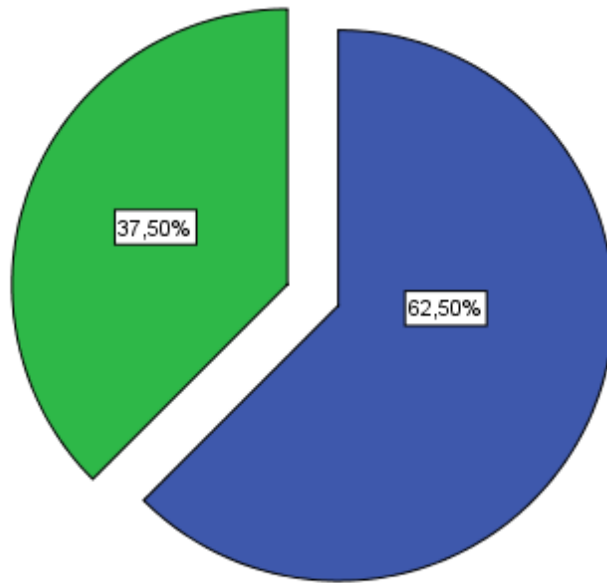
| | | |
|---|----------|----|
| N | Válidos | 24 |
| | Perdidos | 0 |

frecuenta_futbol

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | NO | 15 | 62,5 | 62,5 | 62,5 |
| | SI | 9 | 37,5 | 37,5 | 100,0 |
| | Total | 24 | 100,0 | 100,0 | |

frecuenta_futbol

■ NO
■ SI



```
FREQUENCIES VARIABLES=ve_futbol_tv
```

```
/PIECHART PERCENT
```

```
/ORDER=ANALYSIS.
```

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 17:38:46 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 24 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | FREQUENCIES VARIABLES=ve_futbol_tv /PIECHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,483 |

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 17:38:46 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 24 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | FRECUENCIES VARIABLES=ve_futbol_tv /PIECHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,483 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,524 |

[Conjunto_de_datos3] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav

Estadísticos

ve_futbol_tv

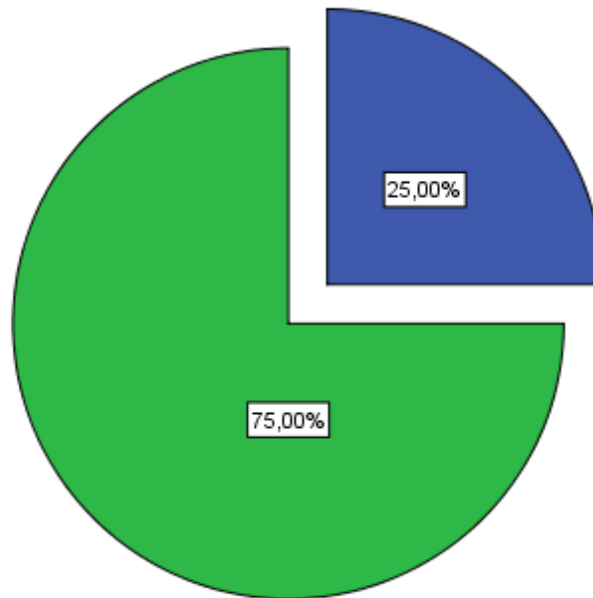
| | | |
|---|----------|----|
| N | Válidos | 24 |
| | Perdidos | 0 |

ve_futbol_tv

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | NO | 6 | 25,0 | 25,0 | 25,0 |
| | SI | 18 | 75,0 | 75,0 | 100,0 |
| | Total | 24 | 100,0 | 100,0 | |

ve_futbol_tv

■ NO
■ SI



```
FREQUENCIES VARIABLES=cons_event_futbol
```

```
/PIECHART PERCENT
```

```
/ORDER=ANALYSIS.
```

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 17:39:25 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 24 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | FREQUENCIES VARIABLES=cons_event_futbol /PIECHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,640 |

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 17:39:25 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 24 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | FRECUENCIES VARIABLES=cons_event_futbol /PIECHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,640 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,690 |

[Conjunto_de_datos3] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav

Estadísticos

cons_event_futbol

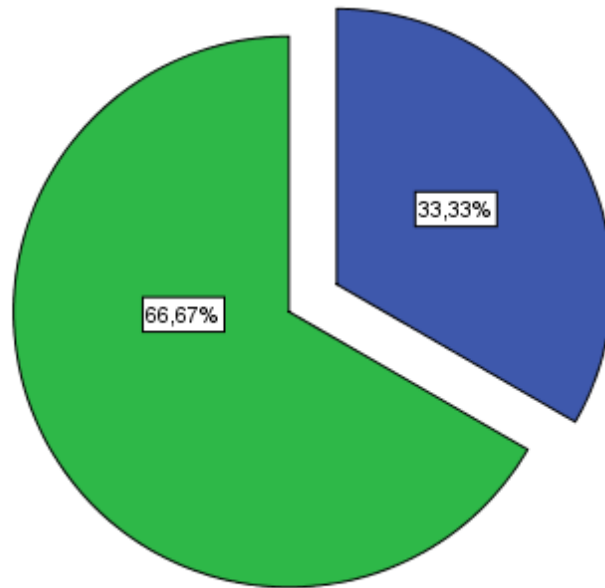
| | | |
|---|----------|----|
| N | Válidos | 24 |
| | Perdidos | 0 |

cons_event_futbol

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | NO | 8 | 33,3 | 33,3 | 33,3 |
| | SI | 16 | 66,7 | 66,7 | 100,0 |
| | Total | 24 | 100,0 | 100,0 | |

cons_event_futbol

■ NO
■ SI



MULT RESPONSE GROUPS=\$Consume_futbol (cons_aguard_futbol cons_ron_futbol
cons_cerveza_futbol cons_vodka_futbol cons_whisky_futbol cons_otro_futbol (1))

/FREQUENCIES=\$Consume_futbol.

Respuesta múltiple

Notas

| | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 17:41:09 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 24 |
| Tratamiento de los datos perdidos | Definición de perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario se tratarán como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de cada tabla se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de cada tabla. |

| | | | |
|----------|---|-----------------|--|
| Sintaxis | MULT RESPONSE GROUPS=\$Consume_futbol (cons_aguard_futbol cons_ron_futbol cons_cerveza_futbol cons_vodka_futbol cons_whisky_futbol cons_otro_futbol (1)) /FREQUENCIES=\$Consume_futbol. | | |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,016 | |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,011 | |

[Conjunto_de_datos3] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav

Resumen de los casos

| | Casos | | | | | |
|-------------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
| \$Consume_futbol ^a | 16 | 66,7% | 8 | 33,3% | 24 | 100,0% |

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

Frecuencias \$Consume_futbol

| | Respuestas | | Porcentaje de casos | |
|-------------------------------|---------------------|------------|---------------------|--------|
| | Nº | Porcentaje | | |
| \$Consume_futbol ^a | Cons_aguard_futbol | 2 | 10,5% | 12,5% |
| | Cons_cerveza_futbol | 16 | 84,2% | 100,0% |
| | Cons_whisky_futbol | 1 | 5,3% | 6,3% |
| Total | | 19 | 100,0% | 118,8% |

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

MULT RESPONSE GROUPS=\$Top_of_mind (primero_aguila primero_colaypola primero_agu_ligth (1))

/FREQUENCIES=\$Top_of_mind.

Respuesta múltiple

Notas

| | |
|--------------------|----------------------|
| Resultados creados | 24-nov-2012 17:47:19 |
|--------------------|----------------------|

| | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|--|
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 24 |
| Tratamiento de los datos perdidos | Definición de perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario se tratarán como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de cada tabla se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de cada tabla. |
| Sintaxis | | MULT RESPONSE GROUPS=\$Top_of_mind (primero_aguila primero_colaypola primero_agu_ligth (1)) /FREQUENCIES=\$Top_of_mind. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,015 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,011 |

[Conjunto_de_datos3] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav

/FRECUENCIAS=\$En_compañia.

Respuesta múltiple

Notas

| | | |
|--------------------------------------|---|---|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 17:49:41 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 24 |
| Tratamiento de los datos perdidos | Definición de perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario se tratarán como perdidos. |

| | | | |
|----------|----------------------|---|-----------------|
| Sintaxis | Casos utilizados | Los estadísticos de cada tabla se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de cada tabla. | |
| | | MULT RESPONSE GROUPS=\$En_compañia (compañia_familia compañia_amigos compañia_c_w compañia_solo compañia_otro (1)) /FRECUENCIES=\$En_compañia. | |
| Recursos | Tiempo de procesador | | 00 00:00:00,015 |
| | Tiempo transcurrido | | 00 00:00:00,014 |

[Conjunto_de_datos3] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav

Resumen de los casos

| | Casos | | | | | |
|----------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
| \$En_compañia ^a | 22 | 91,7% | 2 | 8,3% | 24 | 100,0% |

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

Frecuencias \$En_compañía

| | Respuestas | | Porcentaje de casos |
|---|------------|------------|---------------------|
| | Nº | Porcentaje | |
| \$En_compañía ^a compañía_familia | 12 | 38,7% | 54,5% |
| compañía_amigos | 14 | 45,2% | 63,6% |
| compañía_C_W | 4 | 12,9% | 18,2% |
| compañía_solo | 1 | 3,2% | 4,5% |
| Total | 31 | 100,0% | 140,9% |

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

FREQUENCIES VARIABLES=atractiv_empaquet

/PIECHART PERCENT

/ORDER=ANALYSIS.

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 17:52:17 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 24 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | FREQUENCIES VARIABLES=atractiv_empaque /PIECHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,530 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,587 |

Estadísticos

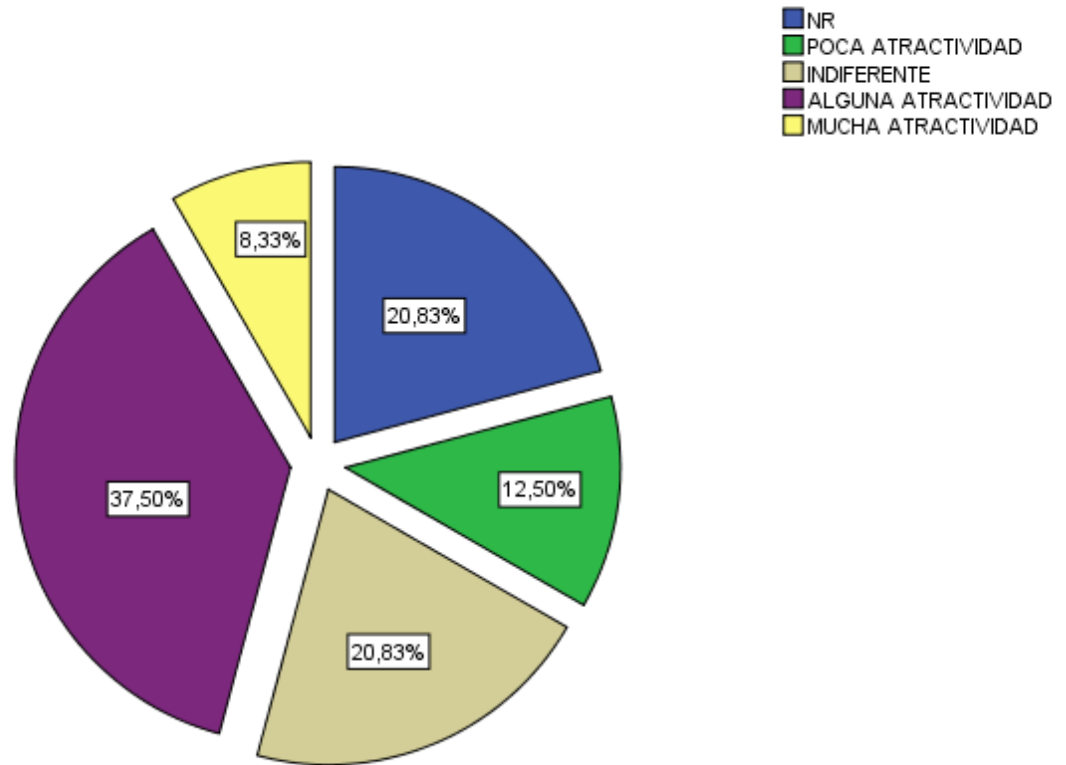
atractiv_empaque

| | | |
|---|----------|----|
| N | Válidos | 24 |
| | Perdidos | 0 |

atractiv_empaque

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | NR | 5 | 20,8 | 20,8 | 20,8 |
| | POCA ATRACTIVIDAD | 3 | 12,5 | 12,5 | 33,3 |
| | INDIFERENTE | 5 | 20,8 | 20,8 | 54,2 |
| | ALGUNA ATRACTIVIDAD | 9 | 37,5 | 37,5 | 91,7 |
| | MUCHA ATRACTIVIDAD | 2 | 8,3 | 8,3 | 100,0 |
| | Total | 24 | 100,0 | 100,0 | |

atractiv_empaque



FREQUENCIES VARIABLES=atractiv_sabor

/PIECHART PERCENT

/ORDER=ANALYSIS.

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 17:52:51 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 24 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | FREQUENCIES VARIABLES=atractv_sabor /PIECHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,499 |

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 17:52:51 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 24 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | FRECUENCIES VARIABLES=atractiv_sabor /PIECHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,499 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,524 |

[Conjunto_de_datos3] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav

Estadísticos

atractiv_sabor

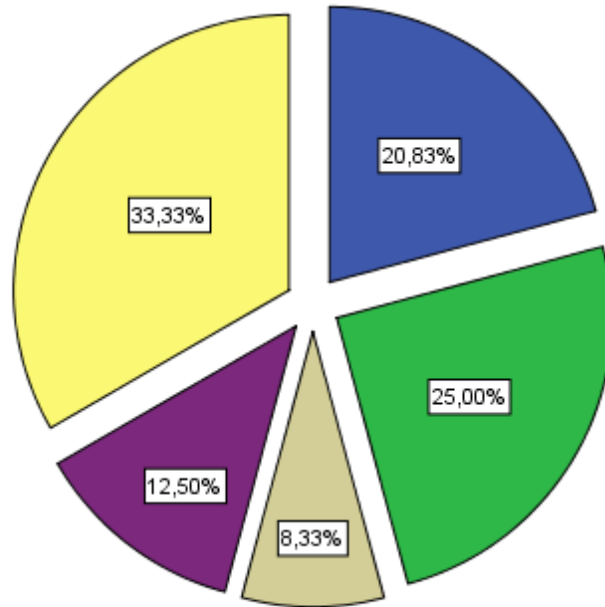
| | | |
|---|----------|----|
| N | Válidos | 24 |
| | Perdidos | 0 |

atractiv_sabor

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|----------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | NR | 5 | 20,8 | 20,8 | 20,8 |
| | NINGUNA ATRACTIVIDAD | 6 | 25,0 | 25,0 | 45,8 |
| | POCA ATRACTIVIDAD | 2 | 8,3 | 8,3 | 54,2 |
| | ALGUNA ATRACTIVIDAD | 3 | 12,5 | 12,5 | 66,7 |
| | MUCHA ATRACTIVIDAD | 8 | 33,3 | 33,3 | 100,0 |
| | Total | 24 | 100,0 | 100,0 | |

atractiv_sabor

- NR
- NINGUNA ATRACTIVIDAD
- POCA ATRACTIVIDAD
- ALGUNA ATRACTIVIDAD
- MUCHA ATRACTIVIDAD



FREQUENCIES VARIABLES=atractiv_etiqueta

/PIECHART PERCENT

/ORDER=ANALYSIS.

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 17:53:31 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 24 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | FREQUENCIES VARIABLES=atractv_etiqueta /PIECHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,546 |

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 17:53:31 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 24 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | FRECUENCIES VARIABLES=atractiv_etiqueta /PIECHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,546 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,556 |

[Conjunto_de_datos3] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav

Estadísticos

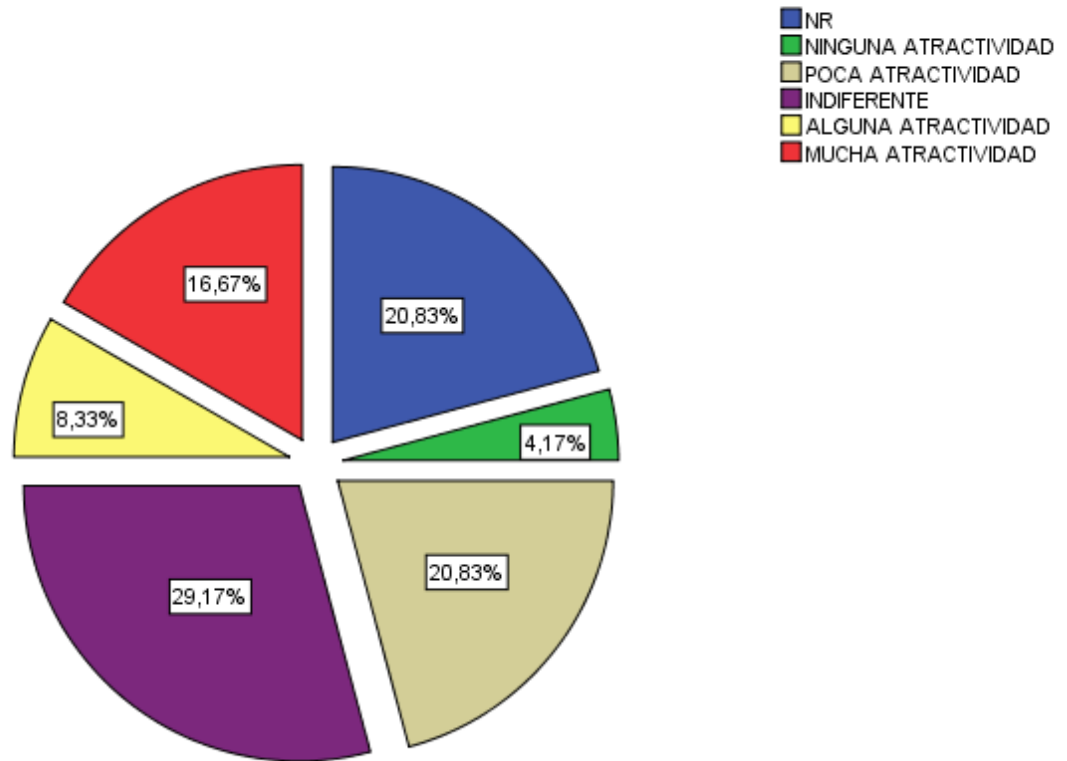
atractiv_etiqueta

| | | |
|---|----------|----|
| N | Válidos | 24 |
| | Perdidos | 0 |

atractiv_etiqueta

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|----------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | NR | 5 | 20,8 | 20,8 | 20,8 |
| | NINGUNA ATRACTIVIDAD | 1 | 4,2 | 4,2 | 25,0 |
| | POCA ATRACTIVIDAD | 5 | 20,8 | 20,8 | 45,8 |
| | INDIFERENTE | 7 | 29,2 | 29,2 | 75,0 |
| | ALGUNA ATRACTIVIDAD | 2 | 8,3 | 8,3 | 83,3 |
| | MUCHA ATRACTIVIDAD | 4 | 16,7 | 16,7 | 100,0 |
| | Total | 24 | 100,0 | 100,0 | |

atractiv_etiqueta



FREQUENCIES VARIABLES=atractiv_chicas_aguila

/PIECHART PERCENT

/ORDER=ANALYSIS.

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 17:53:58 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 24 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | FREQUENCIES VARIABLES=atractv_chicas_aguila /PIECHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,577 |

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 17:53:58 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 24 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | FRECUENCIES VARIABLES=atractiv_chicas_aguila /PIECHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,577 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,584 |

[Conjunto_de_datos3] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav

Estadísticos

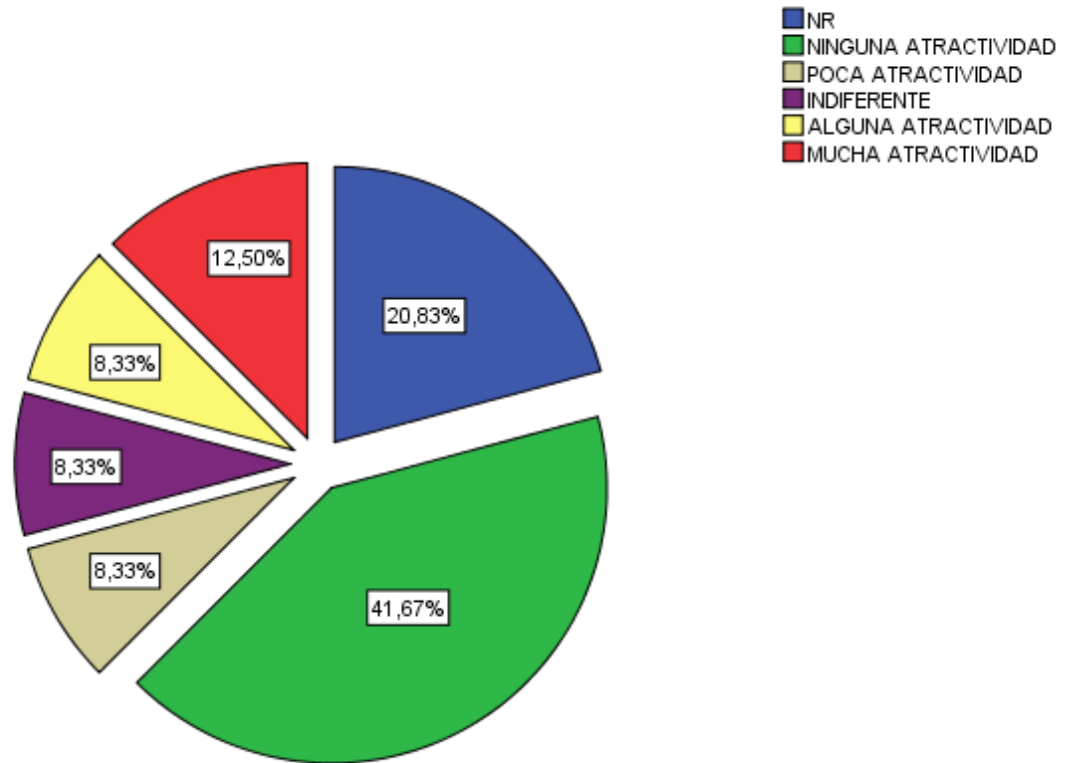
atractiv_chicas_aguila

| | | |
|---|----------|----|
| N | Válidos | 24 |
| | Perdidos | 0 |

atractiv_chicas_aguila

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|----------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | NR | 5 | 20,8 | 20,8 | 20,8 |
| | NINGUNA ATRACTIVIDAD | 10 | 41,7 | 41,7 | 62,5 |
| | POCA ATRACTIVIDAD | 2 | 8,3 | 8,3 | 70,8 |
| | INDIFERENTE | 2 | 8,3 | 8,3 | 79,2 |
| | ALGUNA ATRACTIVIDAD | 2 | 8,3 | 8,3 | 87,5 |
| | MUCHA ATRACTIVIDAD | 3 | 12,5 | 12,5 | 100,0 |
| | Total | 24 | 100,0 | 100,0 | |

atractiv_chicas_aguila



FREQUENCIES VARIABLES=atractiv_patrocinio

/PIECHART PERCENT

/ORDER=ANALYSIS.

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 17:54:20 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 24 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | FREQUENCIES VARIABLES=atractv_patrocinio /PIECHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,530 |

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 17:54:20 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 24 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | FREQUENCIES VARIABLES=atractiv_patrocinio /PIECHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,530 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,548 |

[Conjunto_de_datos3] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav

Estadísticos

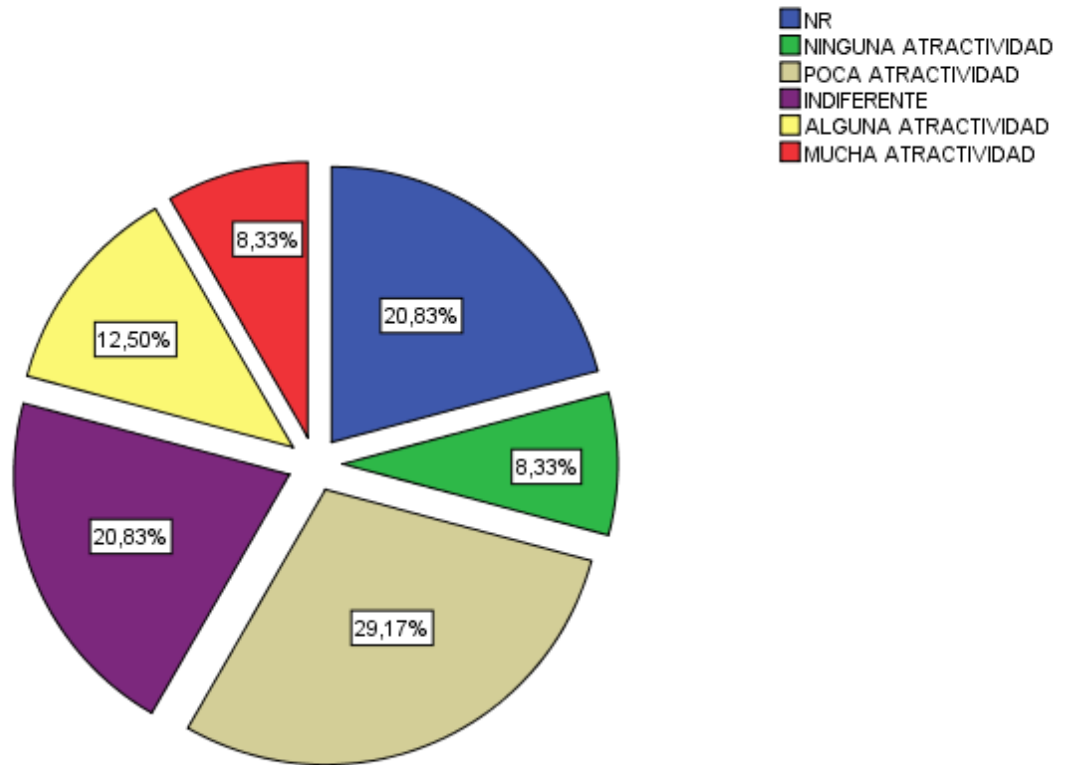
atractiv_patrocinio

| | | |
|---|----------|----|
| N | Válidos | 24 |
| | Perdidos | 0 |

atractiv_patrocinio

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|----------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | NR | 5 | 20,8 | 20,8 | 20,8 |
| | NINGUNA ATRACTIVIDAD | 2 | 8,3 | 8,3 | 29,2 |
| | POCA ATRACTIVIDAD | 7 | 29,2 | 29,2 | 58,3 |
| | INDIFERENTE | 5 | 20,8 | 20,8 | 79,2 |
| | ALGUNA ATRACTIVIDAD | 3 | 12,5 | 12,5 | 91,7 |
| | MUCHA ATRACTIVIDAD | 2 | 8,3 | 8,3 | 100,0 |
| | Total | 24 | 100,0 | 100,0 | |

atractiv_patrocinio



MULT RESPONSE GROUPS=\$Acompañamiento (acompaña_aguardiente acompaña_maní
acompaña_agua acompaña_snack acompaña_otro (1))

/FREQUENCIES=\$Acompañamiento.

Respuesta múltiple

Notas

| | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 17:55:32 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 24 |
| Tratamiento de los datos perdidos | Definición de perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario se tratarán como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de cada tabla se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de cada tabla. |

| | | | |
|----------|---|--|-----------------|
| Sintaxis | MULT RESPONSE GROUPS=\$Acompañamiento (acompaña_aguardiente acompaña_maní acompaña_agua acompaña_snack acompaña_otro (1)) /FREQUENCIES=\$Acompañamiento. | | |
| Recursos | Tiempo de procesador | | 00 00:00:00,000 |
| | Tiempo transcurrido | | 00 00:00:00,016 |

[Conjunto_de_datos3] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav

Resumen de los casos

| | Casos | | | | | |
|-------------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
| \$Acompañamiento ^a | 18 | 75,0% | 6 | 25,0% | 24 | 100,0% |

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

Frecuencias \$Acompañamiento

| | Respuestas | | Porcentaje de casos | |
|-------------------------------|----------------------|------------|---------------------|--------|
| | Nº | Porcentaje | | |
| \$Acompañamiento ^a | acompaña_aguardiente | 1 | 4,8% | 5,6% |
| | acompaña_maní | 2 | 9,5% | 11,1% |
| | acompaña_agua | 1 | 4,8% | 5,6% |
| | acompaña_snack | 17 | 81,0% | 94,4% |
| Total | | 21 | 100,0% | 116,7% |

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

MULT RESPONSE GROUPS=\$Sensación (sensación_gratitud sensación_patriotismo
sensación_alegría sensación_orgullo sensación_amistad sensación_amor sensación_otro (1))

/FRECUENCIAS=\$Sensación.

Respuesta múltiple

Notas

| | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 17:57:03 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 24 |
| Tratamiento de los datos perdidos | Definición de perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario se tratarán como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de cada tabla se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de cada tabla. |
| Sintaxis | | MULT RESPONSE GROUPS=\$Sensación (sensación_gratitud sensación_patriotismo sensación_alegría sensación_orgullo sensación_amistad sensación_amor sensación_otro (1)) /FREQUENCIES=\$Sensación. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,000 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,015 |

Resumen de los casos

| | Casos | | | | | |
|--------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
| \$Sensación ^a | 20 | 83,3% | 4 | 16,7% | 24 | 100,0% |

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

Frecuencias \$Sensación

| | | Respuestas | | Porcentaje de casos |
|--------------------------|-----------------------|------------|------------|---------------------|
| | | Nº | Porcentaje | |
| \$Sensación ^a | sensación_gratitud | 2 | 5,7% | 10,0% |
| | sensación_patriotismo | 13 | 37,1% | 65,0% |
| | sensación_alegría | 9 | 25,7% | 45,0% |
| | sensación_orgullo | 4 | 11,4% | 20,0% |
| | sensación_amistad | 6 | 17,1% | 30,0% |

| | | | |
|----------------|----|--------|--------|
| sensación_amor | 1 | 2,9% | 5,0% |
| Total | 35 | 100,0% | 175,0% |

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

FRECUENCIAS VARIABLES=frecuencia_consumo

/PIECHART PERCENT

/ORDER=ANALYSIS.

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------|--------------------------|---|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 17:58:07 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |

| | | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|-----------------|
| | Peso | <ninguno> | |
| | Segmentar archivo | <ninguno> | |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | | 24 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. | |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. | |
| Sintaxis | | <p>FRECUENCIES</p> <p>VARIABLES=frecuencia_consumo</p> <p>/PIECHART PERCENT</p> <p>/ORDER=ANALYSIS.</p> | |
| Recursos | Tiempo de procesador | | 00 00:00:00,671 |
| | Tiempo transcurrido | | 00 00:00:00,684 |

[Conjunto_de_datos3] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav

Estadísticos

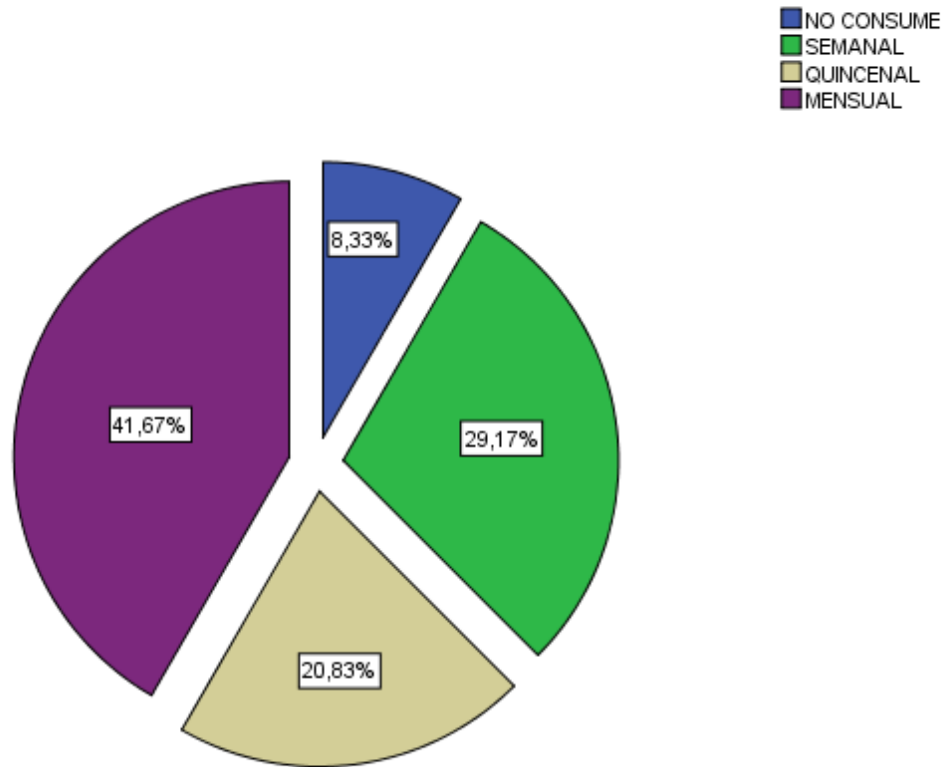
frecuencia_consumo

| | | |
|---|----------|----|
| N | Válidos | 24 |
| | Perdidos | 0 |

frecuencia_consumo

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válidos | NO CONSUME | 2 | 8,3 | 8,3 | 8,3 |
| | SEMANAL | 7 | 29,2 | 29,2 | 37,5 |
| | QUINCENAL | 5 | 20,8 | 20,8 | 58,3 |
| | MENSUAL | 10 | 41,7 | 41,7 | 100,0 |
| | Total | 24 | 100,0 | 100,0 | |

frecuencia_consumo



MULT RESPONSE GROUPS=\$Ocasión_consumo (ocasión_rumba ocasión_futbol
ocasión_event_fiestas ocasión_otro (1))

/FREQUENCIES=\$Ocasión_consumo.

Respuesta múltiple

Notas

| | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 17:59:40 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 24 |
| Tratamiento de los datos perdidos | Definición de perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario se tratarán como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de cada tabla se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de cada tabla. |

| | | |
|----------|---|-----------------|
| Sintaxis | MULT RESPONSE GROUPS=\$Ocasión_consumo (ocasión_rumba ocasión_futbol ocasión_event_fiestas ocasión_otro (1)) /FRECUENCIAS=\$Ocasión_consumo. | |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,015 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,016 |

[Conjunto_de_datos3] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav

Resumen de los casos

| | Casos | | | | | |
|--------------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
| \$Ocasión_consumo ^a | 21 | 87,5% | 3 | 12,5% | 24 | 100,0% |

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

Frecuencias \$Ocasión_consumo

| | Respuestas | | Porcentaje de casos |
|--|------------|------------|---------------------|
| | Nº | Porcentaje | |
| \$Ocasión_consumo ^a ocasión_rumba | 11 | 29,7% | 52,4% |
| ocasión_futbol | 13 | 35,1% | 61,9% |
| ocasión_event_fiestas | 13 | 35,1% | 61,9% |
| Total | 37 | 100,0% | 176,2% |

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

MULT RESPONSE GROUPS=\$Eleccion (elección_sabor elección_precio elección_disponibilidad
elección_otro (1))

/FREQUENCIES=\$Eleccion.

Respuesta múltiple

Notas

| | |
|--------------------|----------------------|
| Resultados creados | 24-nov-2012 18:00:41 |
|--------------------|----------------------|

| | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|--|
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 24 |
| Tratamiento de los datos perdidos | Definición de perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario se tratarán como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de cada tabla se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de cada tabla. |
| Sintaxis | | MULT RESPONSE GROUPS=\$Eleccion (elección_sabor elección_precio elección_disponibilidad elección_otro (1)) /FREQUENCIES=\$Eleccion. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,016 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,014 |

[Conjunto_de_datos3] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav

Resumen de los casos

| | Casos | | | | | |
|-------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
| \$Eleccion ^a | 21 | 87,5% | 3 | 12,5% | 24 | 100,0% |

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

Frecuencias \$Eleccion

| | | Respuestas | | Porcentaje de casos |
|-------------------------|-------------------------|------------|------------|---------------------|
| | | Nº | Porcentaje | |
| \$Eleccion ^a | elección_sabor | 15 | 55,6% | 71,4% |
| | elección_precio | 3 | 11,1% | 14,3% |
| | elección_disponibilidad | 9 | 33,3% | 42,9% |
| Total | | 27 | 100,0% | 128,6% |

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

FRECUENCIAS VARIABLES=identidad_marca

/PIECHART PERCENT

/ORDER=ANALYSIS.

Frecuencias

Notas

| | | |
|---|---|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 18:01:05 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 24 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |

| | | |
|----------|----------------------|---|
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | <pre> FRECUENCIES VARIABLES=identidad_marca /PIECHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS. </pre> |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,640 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,678 |

[Conjunto_de_datos3] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav

Estadísticos

identidad_marca

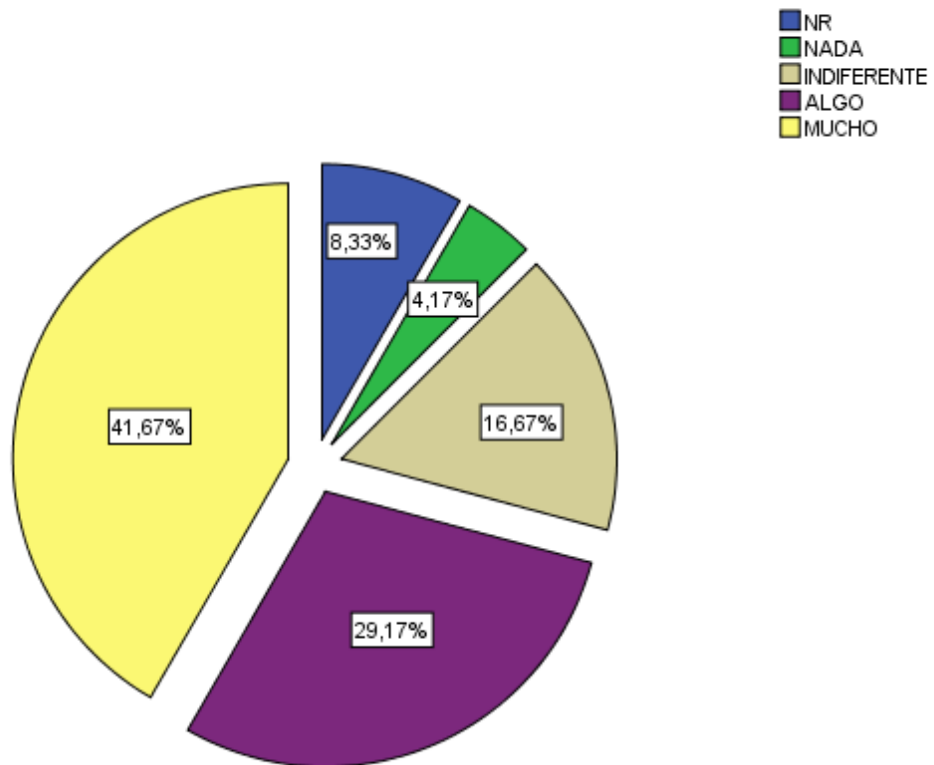
| | | |
|---|----------|----|
| N | Válidos | 24 |
| | Perdidos | 0 |

identidad_marca

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--|------------|------------|-------------------|----------------------|
|--|------------|------------|-------------------|----------------------|

| | | | | | |
|---------|-------------|----|-------|-------|-------|
| Válidos | NR | 2 | 8,3 | 8,3 | 8,3 |
| | NADA | 1 | 4,2 | 4,2 | 12,5 |
| | INDIFERENTE | 4 | 16,7 | 16,7 | 29,2 |
| | ALGO | 7 | 29,2 | 29,2 | 58,3 |
| | MUCHO | 10 | 41,7 | 41,7 | 100,0 |
| | Total | 24 | 100,0 | 100,0 | |

identidad_marca



CROSSTABS

/TABLES=festividades BY atractv_empaque atractv_sabor atractv_etiqueta atractv_chicas_aguila
atractiv_patrocinio

/FORMAT=AVALUE TABLES

/CELLS=COUNT ROW COLUMN

/COUNT ROUND CELL

/BARCHART.

Tablas de contingencia

Notas

| | | |
|--------------------|--------------------------|---|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 18:06:45 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |

| | | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|--|
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 24 |
| Tratamiento de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de las tablas se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de las tablas. |
| Sintaxis | | <p>CROSSTABS</p> <p>/TABLES=festividades BY attractv_empaque attractv_sabor attractv_etiqueta attractv_chicas_aguila attractv_patrocinio</p> <p>/FORMAT=AVALUE TABLES</p> <p>/CELLS=COUNT ROW COLUMN</p> <p>/COUNT ROUND CELL</p> <p>/BARCHART.</p> |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:02,372 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:02,624 |
| | Dimensiones solicitadas | 2 |
| | Casillas disponibles | 174762 |

[Conjunto_de_datos3] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav

Resumen del procesamiento de los casos

| | Casos | | | | | |
|--|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | N | Porcentaje | N | Porcentaje | N | Porcentaje |
| festividades * atractiv_empaque | 24 | 100,0% | 0 | ,0% | 24 | 100,0% |
| festividades * atractiv_sabor | 24 | 100,0% | 0 | ,0% | 24 | 100,0% |
| festividades * atractiv_etiqueta | 24 | 100,0% | 0 | ,0% | 24 | 100,0% |
| festividades * atractiv_chicas_aguila | 24 | 100,0% | 0 | ,0% | 24 | 100,0% |
| festividades * atractiv_patrocinio | 24 | 100,0% | 0 | ,0% | 24 | 100,0% |

Tabla de contingencia festividades * atractiv_empaque

| | | | atractiv_empaque | | |
|--------------|----|---------------------------------|------------------|----------------------|-------------|
| | | | NR | POCA ATRACTIVIDAD | INDIFERENTE |
| festividades | NO | Recuento | 0 | 1 | 1 |
| | | % dentro de festividades | ,0% | 50,0% | 50,0% |
| | | % dentro de atractiv_empaque | ,0% | 33,3% | 20,0% |

| | | | | |
|-------|---------------------------------|--------|--------|--------|
| SI | Recuento | 5 | 2 | 4 |
| | % dentro de festividades | 22,7% | 9,1% | 18,2% |
| | % dentro de atractiv_empaque | 100,0% | 66,7% | 80,0% |
| Total | Recuento | 5 | 3 | 5 |
| | % dentro de festividades | 20,8% | 12,5% | 20,8% |
| | % dentro de atractiv_empaque | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Tabla de contingencia festividades * atractiv_empaque

| | | | atractiv_empaque | | Total |
|--------------|--------------------------|---------------------------------|----------------------------|-----------------------|--------|
| | | | ALGUNA ATRACTIVIDA D | MUCHA ATRACTIVIDAD | |
| festividades | NO | Recuento | 0 | 0 | 2 |
| | | % dentro de festividades | ,0% | ,0% | 100,0% |
| | | % dentro de atractiv_empaque | ,0% | ,0% | 8,3% |
| SI | Recuento | 9 | 2 | 22 | |
| | | % dentro de festividades | 40,9% | 9,1% | 100,0% |
| | | % dentro de atractiv_empaque | 100,0% | 100,0% | 91,7% |
| Total | Recuento | 9 | 2 | 24 | |
| | % dentro de festividades | 37,5% | 8,3% | 100,0% | |

Tabla de contingencia festividades * atractv_empaque

| | | | atractiv_empaque | | Total |
|--------------|---------------------------------|---------------------------------|----------------------------|-----------------------|--------|
| | | | ALGUNA ATRACTIVIDA D | MUCHA ATRACTIVIDAD | |
| festividades | NO | Recuento | 0 | 0 | 2 |
| | | % dentro de festividades | ,0% | ,0% | 100,0% |
| | | % dentro de atractiv_empaque | ,0% | ,0% | 8,3% |
| | SI | Recuento | 9 | 2 | 22 |
| | | % dentro de festividades | 40,9% | 9,1% | 100,0% |
| | | % dentro de atractiv_empaque | 100,0% | 100,0% | 91,7% |
| Total | Recuento | 9 | 2 | 24 | |
| | % dentro de festividades | 37,5% | 8,3% | 100,0% | |
| | % dentro de atractiv_empaque | 100,0% | 100,0% | 100,0% | |

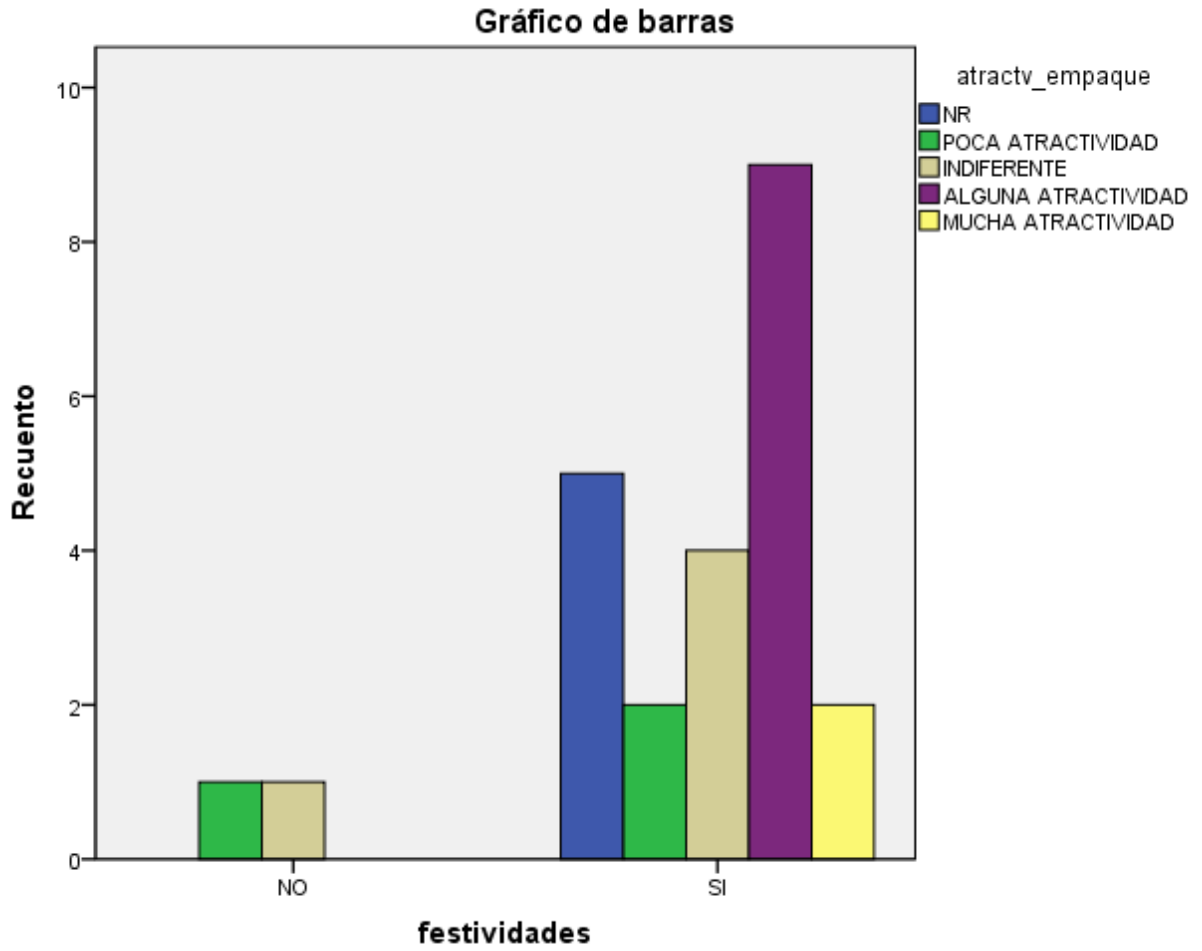


Tabla de contingencia festividades * atractiv_sabor

| | | | atractiv_sabor | | |
|--------------|----|----------|----------------|----------------------|-------------------|
| | | | NR | NINGUNA ATRACTIVIDAD | POCA ATRACTIVIDAD |
| festividades | NO | Recuento | 0 | 1 | 1 |

| | | | | |
|-------|---------------------------|--------|--------|--------|
| | % dentro de festividades | ,0% | 50,0% | 50,0% |
| | % dentro de atractv_sabor | ,0% | 16,7% | 50,0% |
| SI | Recuento | 5 | 5 | 1 |
| | % dentro de festividades | 22,7% | 22,7% | 4,5% |
| | % dentro de atractv_sabor | 100,0% | 83,3% | 50,0% |
| Total | Recuento | 5 | 6 | 2 |
| | % dentro de festividades | 20,8% | 25,0% | 8,3% |
| | % dentro de atractv_sabor | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Tabla de contingencia festividades * atractv_sabor

| | | | atractiv_sabor | | Total |
|--------------|----|---------------------------|----------------------------|-----------------------|--------|
| | | | ALGUNA ATRACTIVIDA D | MUCHA ATRACTIVIDAD | |
| festividades | NO | Recuento | 0 | 0 | 2 |
| | | % dentro de festividades | ,0% | ,0% | 100,0% |
| | | % dentro de atractv_sabor | ,0% | ,0% | 8,3% |
| | SI | Recuento | 3 | 8 | 22 |
| | | % dentro de festividades | 13,6% | 36,4% | 100,0% |
| | | % dentro de atractv_sabor | 100,0% | 100,0% | 91,7% |
| Total | | Recuento | 3 | 8 | 24 |
| | | % dentro de festividades | 12,5% | 33,3% | 100,0% |
| | | % dentro de atractv_sabor | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

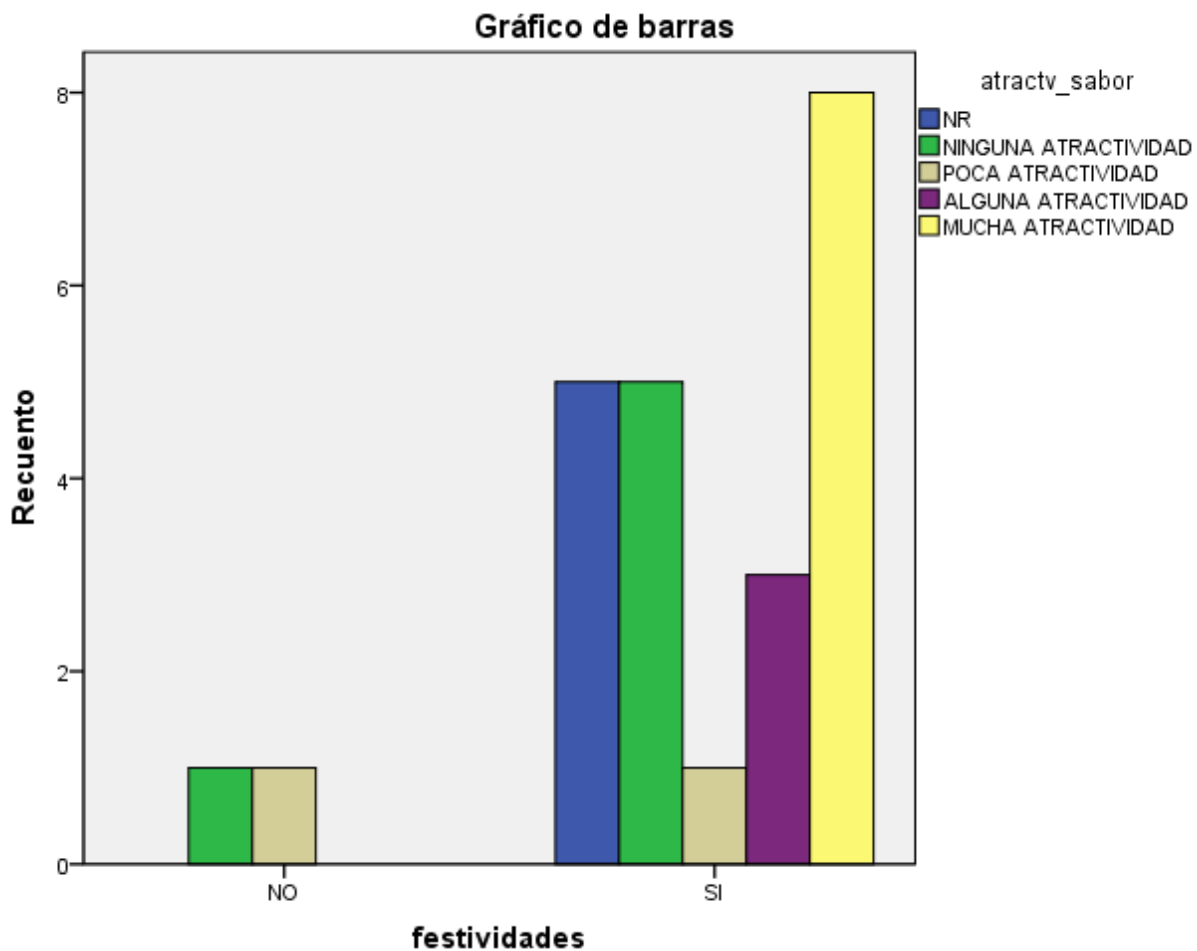


Tabla de contingencia festividades * atractiv_etiqueta

| | | | atractiv_etiqueta | | |
|--------------|----|----------|-------------------|----------------------|-------------------|
| | | | NR | NINGUNA ATRACTIVIDAD | POCA ATRACTIVIDAD |
| festividades | NO | Recuento | 0 | 1 | 0 |

| | | | | |
|-------|------------------------------|--------|--------|--------|
| | % dentro de festividades | ,0% | 50,0% | ,0% |
| | % dentro de atractv_etiqueta | ,0% | 100,0% | ,0% |
| SI | Recuento | 5 | 0 | 5 |
| | % dentro de festividades | 22,7% | ,0% | 22,7% |
| | % dentro de atractv_etiqueta | 100,0% | ,0% | 100,0% |
| Total | Recuento | 5 | 1 | 5 |
| | % dentro de festividades | 20,8% | 4,2% | 20,8% |
| | % dentro de atractv_etiqueta | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Tabla de contingencia festividades * atractv_etiqueta

| | | | atractiv_etiqueta | |
|--------------|----|------------------------------|-------------------|----------------------------|
| | | | INDIFERENTE | ALGUNA ATRACTIVIDA D |
| festividades | NO | Recuento | 1 | 0 |
| | | % dentro de festividades | 50,0% | ,0% |
| | | % dentro de atractv_etiqueta | 14,3% | ,0% |
| | SI | Recuento | 6 | 2 |
| | | % dentro de festividades | 27,3% | 9,1% |
| | | % dentro de atractv_etiqueta | 85,7% | 100,0% |
| Total | | Recuento | 7 | 2 |
| | | % dentro de festividades | 29,2% | 8,3% |
| | | % dentro de atractv_etiqueta | 100,0% | 100,0% |

Tabla de contingencia festividades * atractv_etiqueta

| | | | atractiv_etiqueta | |
|--------------|------------------------------|------------------------------|---------------------------|--------|
| | | | MUCHA ATRACTIVIDA D | Total |
| festividades | NO | Recuento | 0 | 2 |
| | | % dentro de festividades | ,0% | 100,0% |
| | | % dentro de atractv_etiqueta | ,0% | 8,3% |
| | SI | Recuento | 4 | 22 |
| | | % dentro de festividades | 18,2% | 100,0% |
| | | % dentro de atractv_etiqueta | 100,0% | 91,7% |
| Total | Recuento | | 4 | 24 |
| | % dentro de festividades | | 16,7% | 100,0% |
| | % dentro de atractv_etiqueta | | 100,0% | 100,0% |

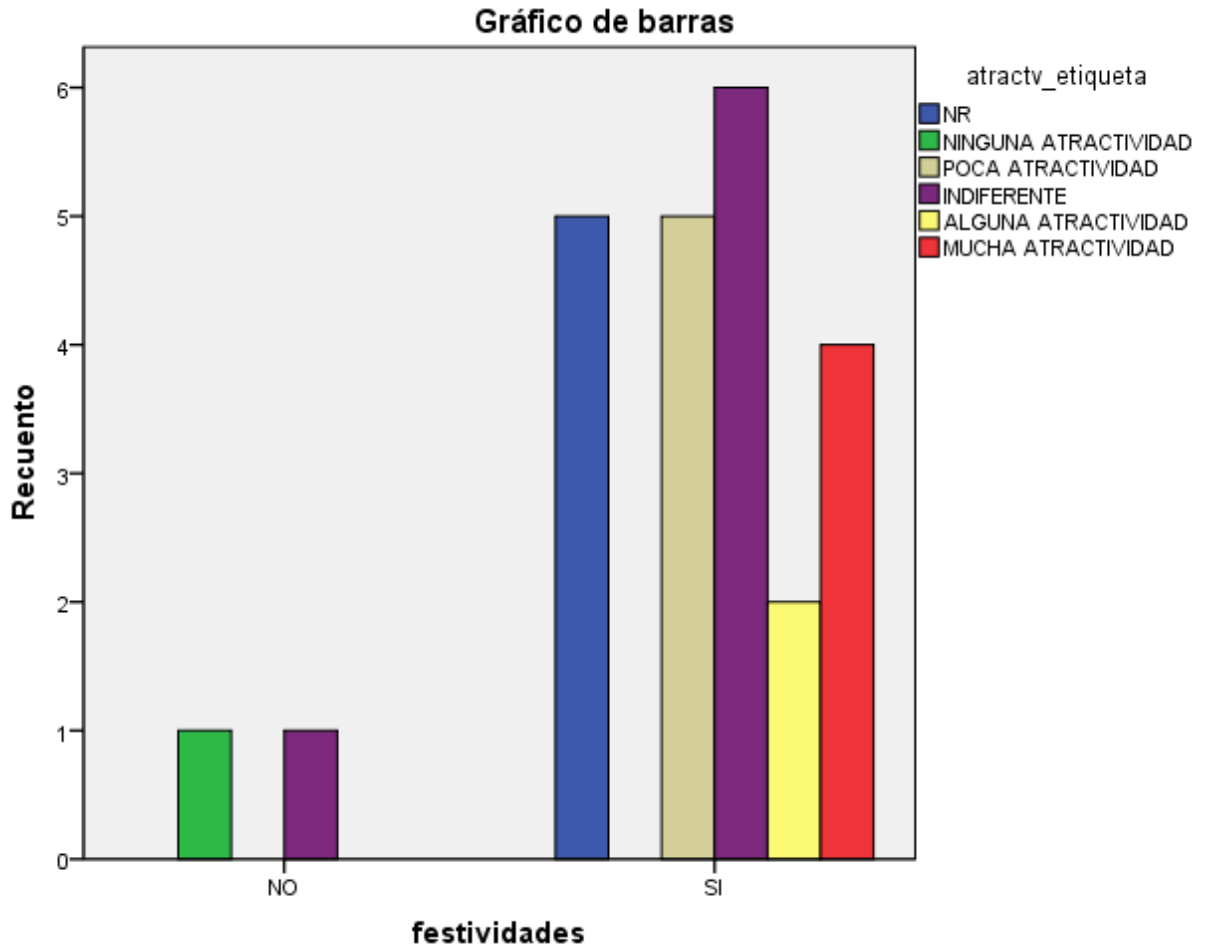


Tabla de contingencia festividades * atractv_chicas_aguila

| | | | atractiv_chicas_aguila | | |
|--------------|----|----------|------------------------|----------------------|-------------------|
| | | | NR | NINGUNA ATRACTIVIDAD | POCA ATRACTIVIDAD |
| festividades | NO | Recuento | 0 | 0 | 0 |

| | | | | | |
|-------|---------------------------------------|--|--------|--------|--------|
| | % dentro de festividades | | ,0% | ,0% | ,0% |
| | % dentro de atractiv_chicas_aguila | | ,0% | ,0% | ,0% |
| SI | Recuento | | 5 | 10 | 2 |
| | % dentro de festividades | | 22,7% | 45,5% | 9,1% |
| | % dentro de atractiv_chicas_aguila | | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Total | Recuento | | 5 | 10 | 2 |
| | % dentro de festividades | | 20,8% | 41,7% | 8,3% |
| | % dentro de atractiv_chicas_aguila | | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Tabla de contingencia festividades * atractiv_chicas_aguila

| | | | atractiv_chicas_aguila | |
|--------------|----|---------------------------------------|------------------------|----------------------------|
| | | | INDIFERENTE | ALGUNA ATRACTIVIDA D |
| festividades | NO | Recuento | 0 | 0 |
| | | % dentro de festividades | ,0% | ,0% |
| | | % dentro de atractiv_chicas_aguila | ,0% | ,0% |
| SI | | Recuento | 2 | 2 |
| | | % dentro de festividades | 9,1% | 9,1% |
| | | % dentro de atractiv_chicas_aguila | 100,0% | 100,0% |

| | | | |
|-------|---------------------------------------|--------|--------|
| Total | Recuento | 2 | 2 |
| | % dentro de festividades | 8,3% | 8,3% |
| | % dentro de atractiv_chicas_aguila | 100,0% | 100,0% |

Tabla de contingencia festividades * atractiv_chicas_aguila

| | | | atractiv_chicas_ aguila | |
|--------------|---------------------------------------|---------------------------------------|----------------------------|--------|
| | | | MUCHA ATRACTIVIDA D | Total |
| festividades | NO | Recuento | 2 | 2 |
| | | % dentro de festividades | 100,0% | 100,0% |
| | | % dentro de atractiv_chicas_aguila | 66,7% | 8,3% |
| | SI | Recuento | 1 | 22 |
| | | % dentro de festividades | 4,5% | 100,0% |
| | | % dentro de atractiv_chicas_aguila | 33,3% | 91,7% |
| Total | Recuento | 3 | 24 | |
| | % dentro de festividades | 12,5% | 100,0% | |
| | % dentro de atractiv_chicas_aguila | 100,0% | 100,0% | |

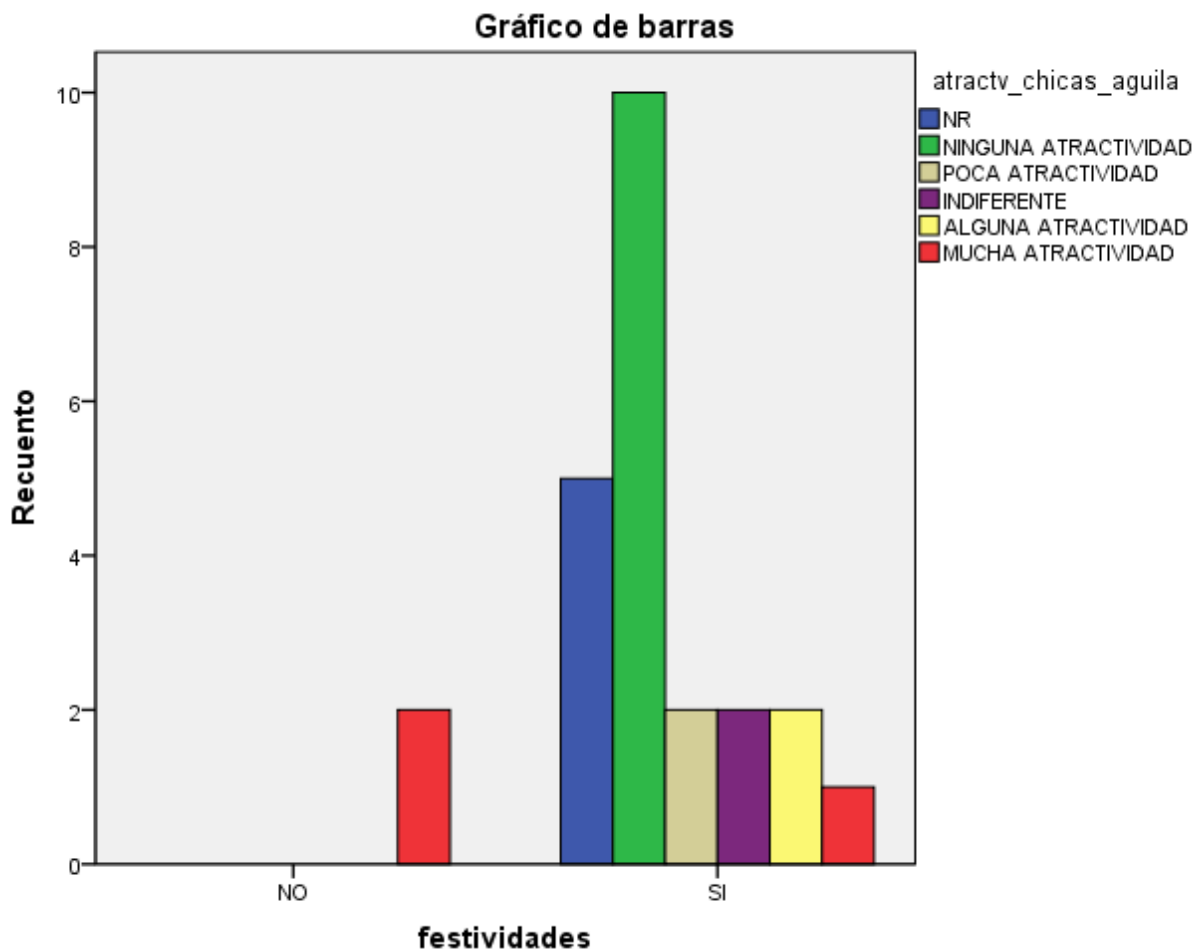


Tabla de contingencia festividades * atractv_patrocinio

| | | | atractiv_patrocinio | | |
|--------------|----|----------|---------------------|----------------------|-------------------|
| | | | NR | NINGUNA ATRACTIVIDAD | POCA ATRACTIVIDAD |
| festividades | NO | Recuento | 0 | 0 | 0 |

| | | | | | |
|-------|------------------------------------|--|--------|--------|--------|
| | % dentro de festividades | | ,0% | ,0% | ,0% |
| | % dentro de atractiv_patrocinio | | ,0% | ,0% | ,0% |
| SI | Recuento | | 5 | 2 | 7 |
| | % dentro de festividades | | 22,7% | 9,1% | 31,8% |
| | % dentro de atractiv_patrocinio | | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Total | Recuento | | 5 | 2 | 7 |
| | % dentro de festividades | | 20,8% | 8,3% | 29,2% |
| | % dentro de atractiv_patrocinio | | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

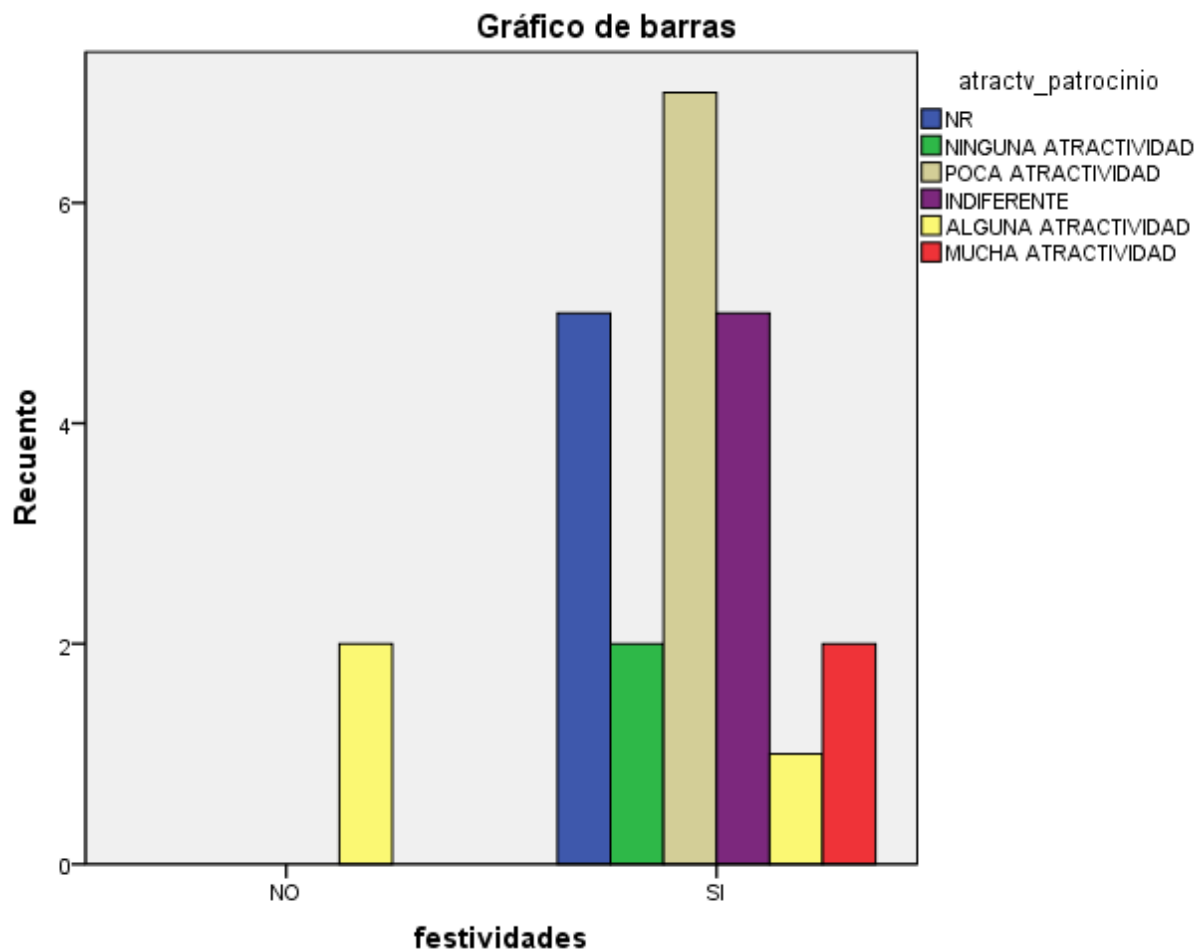
Tabla de contingencia festividades * atractiv_patrocinio

| | | | atractiv_patrocinio | |
|--------------|----|------------------------------------|---------------------|----------------------------|
| | | | INDIFERENTE | ALGUNA ATRACTIVIDA D |
| festividades | NO | Recuento | 0 | 2 |
| | | % dentro de festividades | ,0% | 100,0% |
| | | % dentro de atractiv_patrocinio | ,0% | 66,7% |
| SI | | Recuento | 5 | 1 |
| | | % dentro de festividades | 22,7% | 4,5% |
| | | % dentro de atractiv_patrocinio | 100,0% | 33,3% |

| | | | |
|-------|------------------------------------|--------|--------|
| Total | Recuento | 5 | 3 |
| | % dentro de festividades | 20,8% | 12,5% |
| | % dentro de atractiv_patrocinio | 100,0% | 100,0% |

Tabla de contingencia festividades * atractiv_patrocinio

| | | | atractiv_patrocinio | |
|--------------|----|------------------------------------|---------------------------|--------|
| | | | MUCHA ATRACTIVIDA D | Total |
| festividades | NO | Recuento | 0 | 2 |
| | | % dentro de festividades | ,0% | 100,0% |
| | | % dentro de atractiv_patrocinio | ,0% | 8,3% |
| | SI | Recuento | 2 | 22 |
| | | % dentro de festividades | 9,1% | 100,0% |
| | | % dentro de atractiv_patrocinio | 100,0% | 91,7% |
| Total | | Recuento | 2 | 24 |
| | | % dentro de festividades | 8,3% | 100,0% |
| | | % dentro de atractiv_patrocinio | 100,0% | 100,0% |



CROSSTABS

/TABLES=festividades BY identidad_marca

/FORMAT=AVALUE TABLES

/CELLS=COUNT ROW COLUMN

/COUNT ROUND CELL

/BARCHART.

Tablas de contingencia

Notas

| | | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 18:13:25 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 24 |
| Tratamiento de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de las tablas se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de las tablas. |

| | | | |
|----------|--|--|-----------------|
| Sintaxis | CROSSTABS | | |
| | /TABLES=festividades BY identidad_marca | | |
| | /FORMAT=AVALUE TABLES | | |
| | /CELLS=COUNT ROW COLUMN | | |
| | /COUNT ROUND CELL | | |
| | /BARCHART. | | |
| Recursos | Tiempo de procesador | | 00 00:00:00,671 |
| | Tiempo transcurrido | | 00 00:00:00,740 |
| | Dimensiones solicitadas | | 2 |
| | Casillas disponibles | | 174762 |

[Conjunto_de_datos3] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav

Resumen del procesamiento de los casos

| | Casos | | | | | |
|-----------------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | N | Porcentaje | N | Porcentaje | N | Porcentaje |
| festividades * identidad_marca | 24 | 100,0% | 0 | ,0% | 24 | 100,0% |

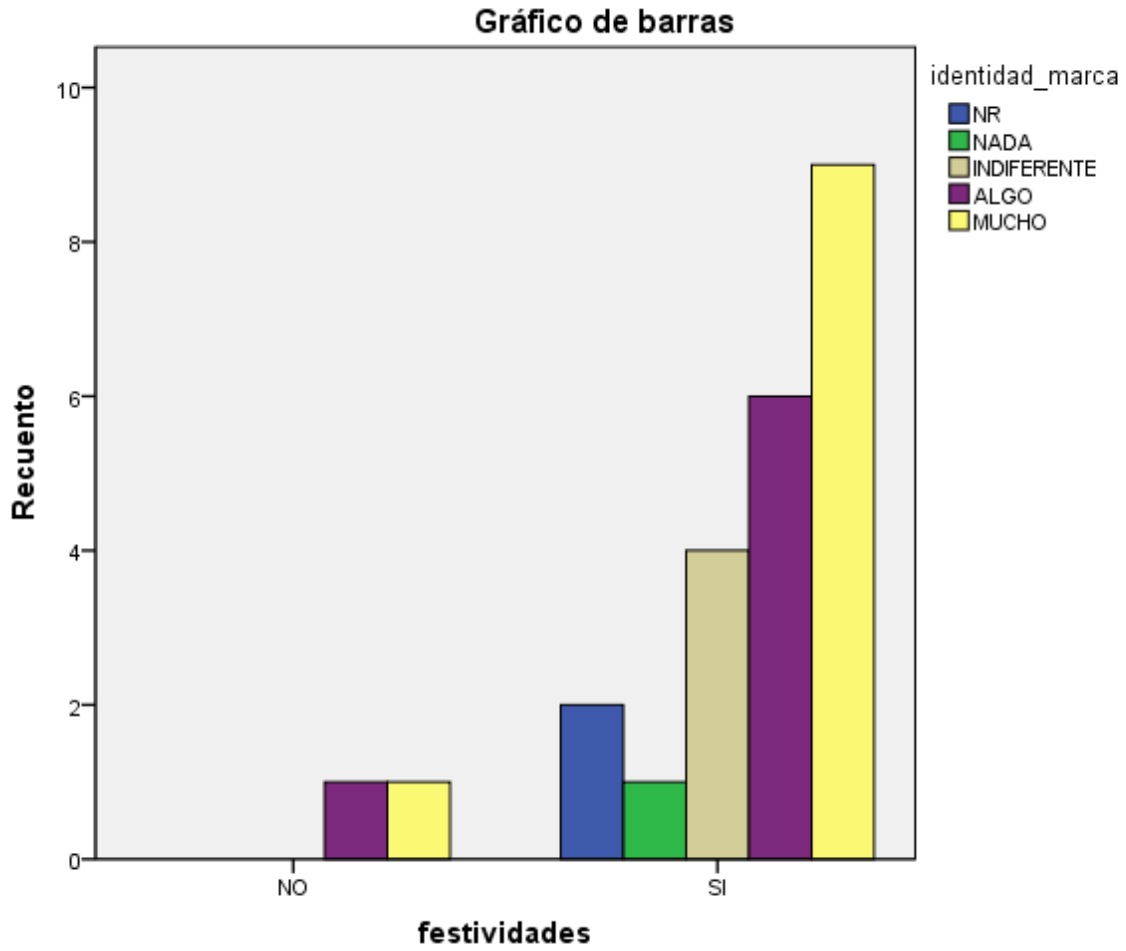
Tabla de contingencia festividades * identidad_marca

| | | | identidad_marca | | | |
|--------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------|--------|-------------|-------|
| | | | NR | NADA | INDIFERENTE | ALGO |
| festividades | NO | Recuento | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | | % dentro de festividades | ,0% | ,0% | ,0% | 50,0% |
| | | % dentro de identidad_marca | ,0% | ,0% | ,0% | 14,3% |
| | SI | Recuento | 2 | 1 | 4 | 6 |
| | | % dentro de festividades | 9,1% | 4,5% | 18,2% | 27,3% |
| | | % dentro de identidad_marca | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 85,7% |
| Total | Recuento | 2 | 1 | 4 | 7 | |
| | % dentro de festividades | 8,3% | 4,2% | 16,7% | 29,2% | |
| | % dentro de identidad_marca | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | |

Tabla de contingencia festividades * identidad_marca

| | | | identidad_marca | Total |
|--------------|----|--------------------------|-----------------|--------|
| | | | MUCHO | |
| festividades | NO | Recuento | 1 | 2 |
| | | % dentro de festividades | 50,0% | 100,0% |

| | | | |
|-------|--------------------------------|--------|--------|
| | % dentro de identidad_marca | 10,0% | 8,3% |
| SI | Recuento | 9 | 22 |
| | % dentro de festividades | 40,9% | 100,0% |
| | % dentro de identidad_marca | 90,0% | 91,7% |
| Total | Recuento | 10 | 24 |
| | % dentro de festividades | 41,7% | 100,0% |
| | % dentro de identidad_marca | 100,0% | 100,0% |



CROSSTABS

/TABLES=consumo_fest BY identidad_marca

/FORMAT=AVALUE TABLES

/CELLS=COUNT ROW COLUMN

/COUNT ROUND CELL

/BARCHART.

Tablas de contingencia

Notas

| | | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 18:14:39 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 24 |
| Tratamiento de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de las tablas se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de las tablas. |

| | | | |
|----------|--|--|-----------------|
| Sintaxis | CROSSTABS | | |
| | /TABLES=consumo_fest BY identidad_marca | | |
| | /FORMAT=AVALUE TABLES | | |
| | /CELLS=COUNT ROW COLUMN | | |
| | /COUNT ROUND CELL | | |
| | /BARCHART. | | |
| Recursos | Tiempo de procesador | | 00 00:00:00,546 |
| | Tiempo transcurrido | | 00 00:00:00,540 |
| | Dimensiones solicitadas | | 2 |
| | Casillas disponibles | | 174762 |

[Conjunto_de_datos3] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav

Resumen del procesamiento de los casos

| | Casos | | | | | |
|-----------------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | N | Porcentaje | N | Porcentaje | N | Porcentaje |
| consumo_fest * identidad_marca | 24 | 100,0% | 0 | ,0% | 24 | 100,0% |

Tabla de contingencia consumo_fest * identidad_marca

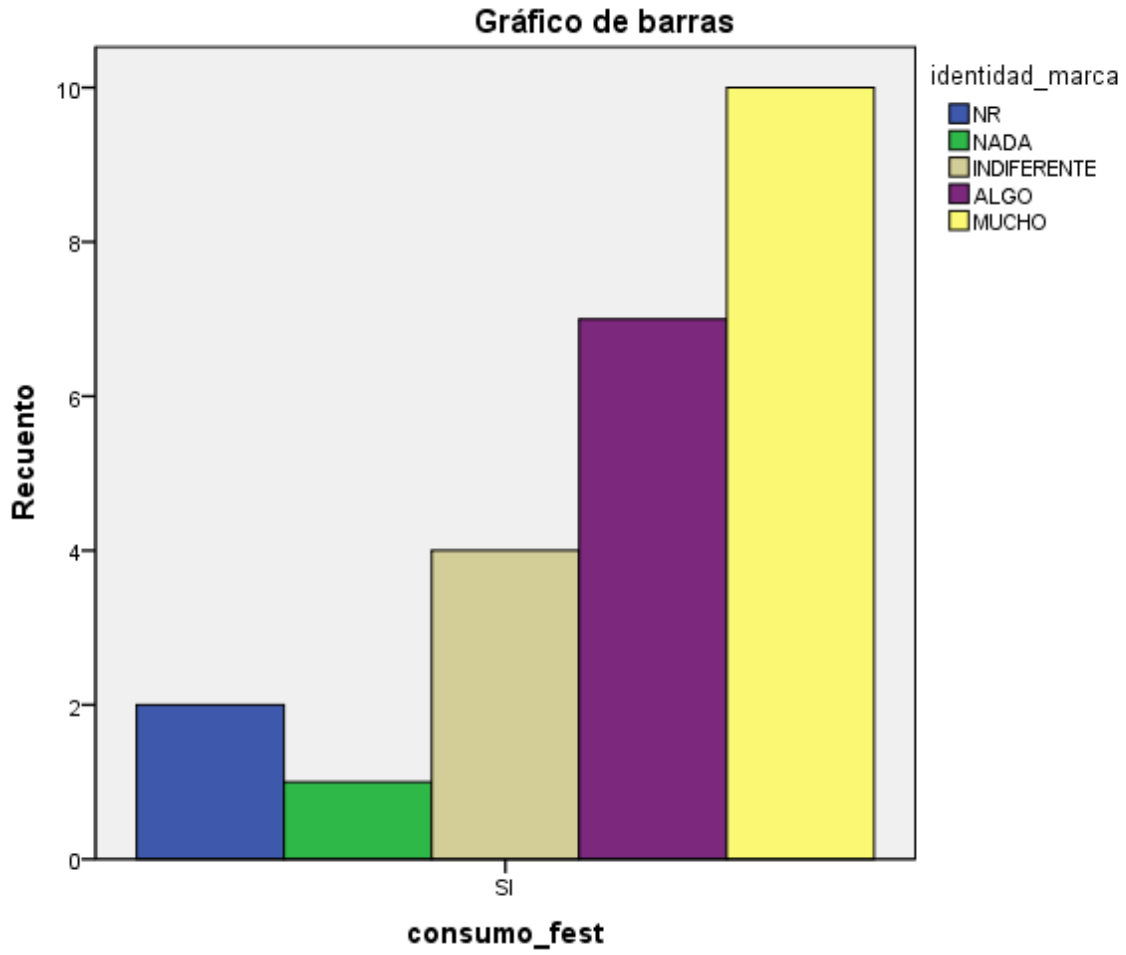
| | | | identidad_marca | | | |
|--------------|----|-----------------------------|-----------------|--------|-------------|--------|
| | | | NR | NADA | INDIFERENTE | ALGO |
| consumo_fest | SI | Recuento | 2 | 1 | 4 | 7 |
| | | % dentro de consumo_fest | 8,3% | 4,2% | 16,7% | 29,2% |
| | | % dentro de identidad_marca | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Total | | Recuento | 2 | 1 | 4 | 7 |
| | | % dentro de consumo_fest | 8,3% | 4,2% | 16,7% | 29,2% |
| | | % dentro de identidad_marca | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Tabla de contingencia consumo_fest * identidad_marca

| | | | identidad_marca | Total |
|--------------|----|-----------------------------|-----------------|--------|
| | | | MUCHO | |
| consumo_fest | SI | Recuento | 10 | 24 |
| | | % dentro de consumo_fest | 41,7% | 100,0% |
| | | % dentro de identidad_marca | 100,0% | 100,0% |
| Total | | Recuento | 10 | 24 |
| | | % dentro de consumo_fest | 41,7% | 100,0% |

Tabla de contingencia consumo_fest * identidad_marca

| | | | identidad_marca | Total |
|--------------|----|-----------------------------|-----------------|--------|
| | | | MUCHO | |
| consumo_fest | SI | Recuento | 10 | 24 |
| | | % dentro de consumo_fest | 41,7% | 100,0% |
| | | % dentro de identidad_marca | 100,0% | 100,0% |
| Total | | Recuento | 10 | 24 |
| | | % dentro de consumo_fest | 41,7% | 100,0% |
| | | % dentro de identidad_marca | 100,0% | 100,0% |



CROSSTABS

/TABLES=frecuenta_futbol BY atractv_empaque atractv_sabor atractv_etiqueta
 atractv_chicas_aguila atractv_patrocinio

/FORMAT=AVALUE TABLES

/CELLS=COUNT ROW COLUMN

/COUNT ROUND CELL

/BARCHART.

Tablas de contingencia

Notas

| | | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 18:17:10 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 24 |
| Tratamiento de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de las tablas se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de las tablas. |

| | | |
|----------|--|-----------------|
| Sintaxis | CROSSTABS | |
| | <pre> /TABLES=frecuenta_futbol BY attractv_empaque attractv_sabor attractv_etiqueta attractv_chicas_aguila attractv_patrocinio /FORMAT=AVALUE TABLES /CELLS=COUNT ROW COLUMN /COUNT ROUND CELL /BARCHART. </pre> | |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:02,355 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:02,399 |
| | Dimensiones solicitadas | 2 |
| | Casillas disponibles | 174762 |

[Conjunto_de_datos3] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav

Resumen del procesamiento de los casos

| | Casos | | | | | |
|--|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | N | Porcentaje | N | Porcentaje | N | Porcentaje |
| | | | | | | |

| | | | | | | |
|--|----|--------|---|-----|----|--------|
| frecuenta_futbol * atractiv_empaque | 24 | 100,0% | 0 | ,0% | 24 | 100,0% |
| frecuenta_futbol * atractiv_sabor | 24 | 100,0% | 0 | ,0% | 24 | 100,0% |
| frecuenta_futbol * atractiv_etiqueta | 24 | 100,0% | 0 | ,0% | 24 | 100,0% |
| frecuenta_futbol * atractiv_chicas_aguila | 24 | 100,0% | 0 | ,0% | 24 | 100,0% |
| frecuenta_futbol * atractiv_patrocinio | 24 | 100,0% | 0 | ,0% | 24 | 100,0% |

Tabla de contingencia frecuente_futbol * atractiv_empaque

| | | | atractiv_empaque | | |
|------------------|----|---------------------------------|------------------|----------------------|-------------|
| | | | NR | POCA ATRACTIVIDAD | INDIFERENTE |
| frecuenta_futbol | NO | Recuento | 4 | 2 | 4 |
| | | % dentro de frecuenta_futbol | 26,7% | 13,3% | 26,7% |
| | | % dentro de atractiv_empaque | 80,0% | 66,7% | 80,0% |
| | SI | Recuento | 1 | 1 | 1 |
| | | % dentro de frecuenta_futbol | 11,1% | 11,1% | 11,1% |
| | | % dentro de atractiv_empaque | 20,0% | 33,3% | 20,0% |
| Total | | Recuento | 5 | 3 | 5 |

| | | | |
|---------------------------------|--------|--------|--------|
| % dentro de frecuenta_futbol | 20,8% | 12,5% | 20,8% |
| % dentro de atractiv_empaque | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Tabla de contingencia frecuente_futbol * atractiv_empaque

| | | | atractiv_empaque | | Total |
|------------------|----|---------------------------------|----------------------------|-----------------------|--------|
| | | | ALGUNA ATRACTIVIDA D | MUCHA ATRACTIVIDAD | |
| frecuenta_futbol | NO | Recuento | 4 | 1 | 15 |
| | | % dentro de frecuenta_futbol | 26,7% | 6,7% | 100,0% |
| | | % dentro de atractiv_empaque | 44,4% | 50,0% | 62,5% |
| SI | | Recuento | 5 | 1 | 9 |
| | | % dentro de frecuenta_futbol | 55,6% | 11,1% | 100,0% |
| | | % dentro de atractiv_empaque | 55,6% | 50,0% | 37,5% |
| Total | | Recuento | 9 | 2 | 24 |
| | | % dentro de frecuenta_futbol | 37,5% | 8,3% | 100,0% |
| | | % dentro de atractiv_empaque | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

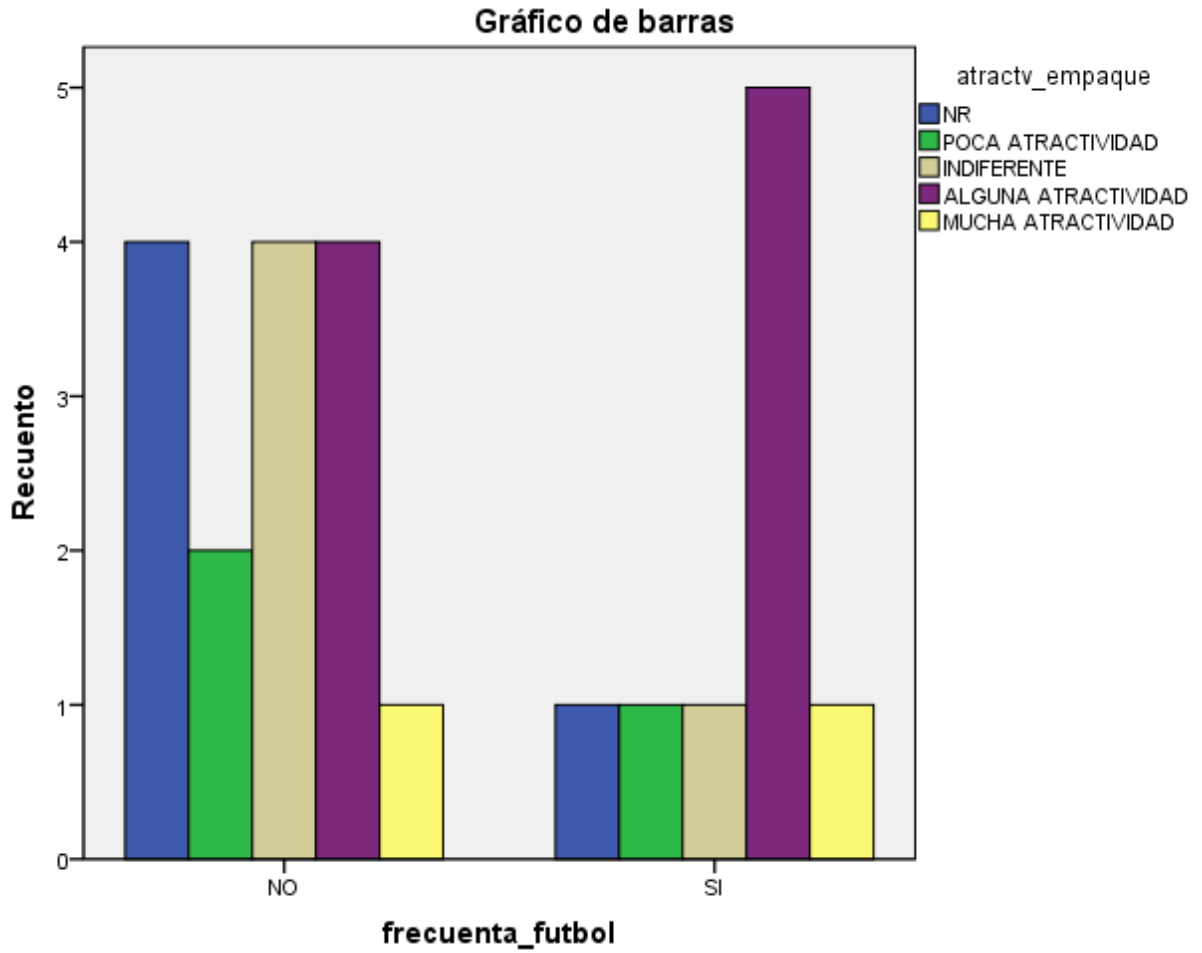


Tabla de contingencia frecuente_futbol * atractiv_sabor

| | | | atractiv_sabor | | |
|------------------|----|----------|----------------|----------------------|-------------------|
| | | | NR | NINGUNA ATRACTIVIDAD | POCA ATRACTIVIDAD |
| frecuenta_futbol | NO | Recuento | 4 | 4 | 2 |

| | | | | |
|-------|------------------------------|--------|--------|--------|
| | % dentro de frecuente_futbol | 26,7% | 26,7% | 13,3% |
| | % dentro de atractv_sabor | 80,0% | 66,7% | 100,0% |
| SI | Recuento | 1 | 2 | 0 |
| | % dentro de frecuente_futbol | 11,1% | 22,2% | ,0% |
| | % dentro de atractv_sabor | 20,0% | 33,3% | ,0% |
| Total | Recuento | 5 | 6 | 2 |
| | % dentro de frecuente_futbol | 20,8% | 25,0% | 8,3% |
| | % dentro de atractv_sabor | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Tabla de contingencia frecuente_futbol * atractv_sabor

| | | | atractiv_sabor | | Total |
|------------------|----|------------------------------|---------------------|--------------------|--------|
| | | | ALGUNA ATRACTIVIDAD | MUCHA ATRACTIVIDAD | |
| frecuente_futbol | NO | Recuento | 2 | 3 | 15 |
| | | % dentro de frecuente_futbol | 13,3% | 20,0% | 100,0% |
| | | % dentro de atractv_sabor | 66,7% | 37,5% | 62,5% |
| | SI | Recuento | 1 | 5 | 9 |
| | | % dentro de frecuente_futbol | 11,1% | 55,6% | 100,0% |
| | | % dentro de atractv_sabor | 33,3% | 62,5% | 37,5% |

| | | | | |
|-------|------------------------------|--------|--------|--------|
| Total | Recuento | 3 | 8 | 24 |
| | % dentro de frecuente_futbol | 12,5% | 33,3% | 100,0% |
| | % dentro de atractv_sabor | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

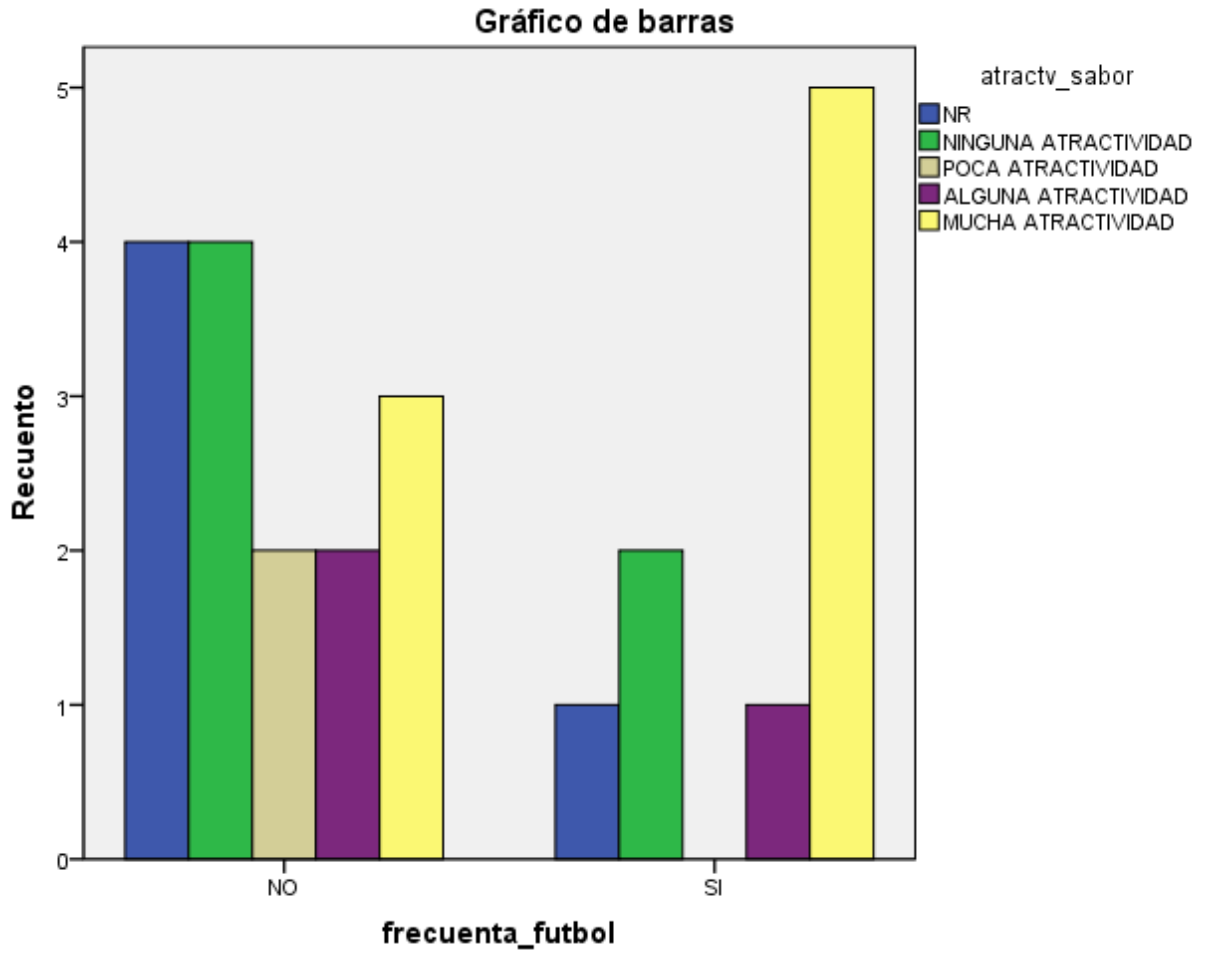


Tabla de contingencia frecuente_futbol * atractv_etiqueta

| | | | atractiv_etiqueta | | |
|------------------|----|---------------------------------|-------------------|-------------------------|--------------------------|
| | | | NR | NINGUNA ATRACTIVIDAD | POCA ATRACTIVIDA D |
| frecuenta_futbol | NO | Recuento | 4 | 1 | 2 |
| | | % dentro de frecuenta_futbol | 26,7% | 6,7% | 13,3% |
| | | % dentro de atractiv_etiqueta | 80,0% | 100,0% | 40,0% |
| SI | | Recuento | 1 | 0 | 3 |
| | | % dentro de frecuenta_futbol | 11,1% | ,0% | 33,3% |
| | | % dentro de atractiv_etiqueta | 20,0% | ,0% | 60,0% |
| Total | | Recuento | 5 | 1 | 5 |
| | | % dentro de frecuenta_futbol | 20,8% | 4,2% | 20,8% |
| | | % dentro de atractiv_etiqueta | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Tabla de contingencia frecuente_futbol * atractiv_etiqueta

| | | | atractiv_etiqueta | |
|------------------|----|---------------------------------|-------------------|----------------------------|
| | | | INDIFERENTE | ALGUNA ATRACTIVIDA D |
| frecuenta_futbol | NO | Recuento | 4 | 2 |
| | | % dentro de frecuenta_futbol | 26,7% | 13,3% |
| | | % dentro de atractiv_etiqueta | 57,1% | 100,0% |

| | | | |
|-------|------------------------------|--------|--------|
| SI | Recuento | 3 | 0 |
| | % dentro de frecuente_futbol | 33,3% | ,0% |
| | % dentro de atractv_etiqueta | 42,9% | ,0% |
| Total | Recuento | 7 | 2 |
| | % dentro de frecuente_futbol | 29,2% | 8,3% |
| | % dentro de atractv_etiqueta | 100,0% | 100,0% |

Tabla de contingencia frecuente_futbol * atractv_etiqueta

| | | | atractiv_etiqueta | |
|------------------|----|------------------------------|--------------------|--------|
| | | | MUCHA ATRACTIVIDAD | Total |
| frecuente_futbol | NO | Recuento | 2 | 15 |
| | | % dentro de frecuente_futbol | 13,3% | 100,0% |
| | | % dentro de atractv_etiqueta | 50,0% | 62,5% |
| | SI | Recuento | 2 | 9 |
| | | % dentro de frecuente_futbol | 22,2% | 100,0% |
| | | % dentro de atractv_etiqueta | 50,0% | 37,5% |
| Total | | Recuento | 4 | 24 |
| | | % dentro de frecuente_futbol | 16,7% | 100,0% |

Tabla de contingencia frecuente_futbol * atractv_etiqueta

| | | | atractiv_etiqueta | |
|------------------|------------------------------|------------------------------|--------------------------|--------|
| | | | MUCHA ATRATIVIDA D | Total |
| frecuente_futbol | NO | Recuento | 2 | 15 |
| | | % dentro de frecuente_futbol | 13,3% | 100,0% |
| | | % dentro de atractv_etiqueta | 50,0% | 62,5% |
| | SI | Recuento | 2 | 9 |
| | | % dentro de frecuente_futbol | 22,2% | 100,0% |
| | | % dentro de atractv_etiqueta | 50,0% | 37,5% |
| Total | Recuento | | 4 | 24 |
| | % dentro de frecuente_futbol | | 16,7% | 100,0% |
| | % dentro de atractv_etiqueta | | 100,0% | 100,0% |

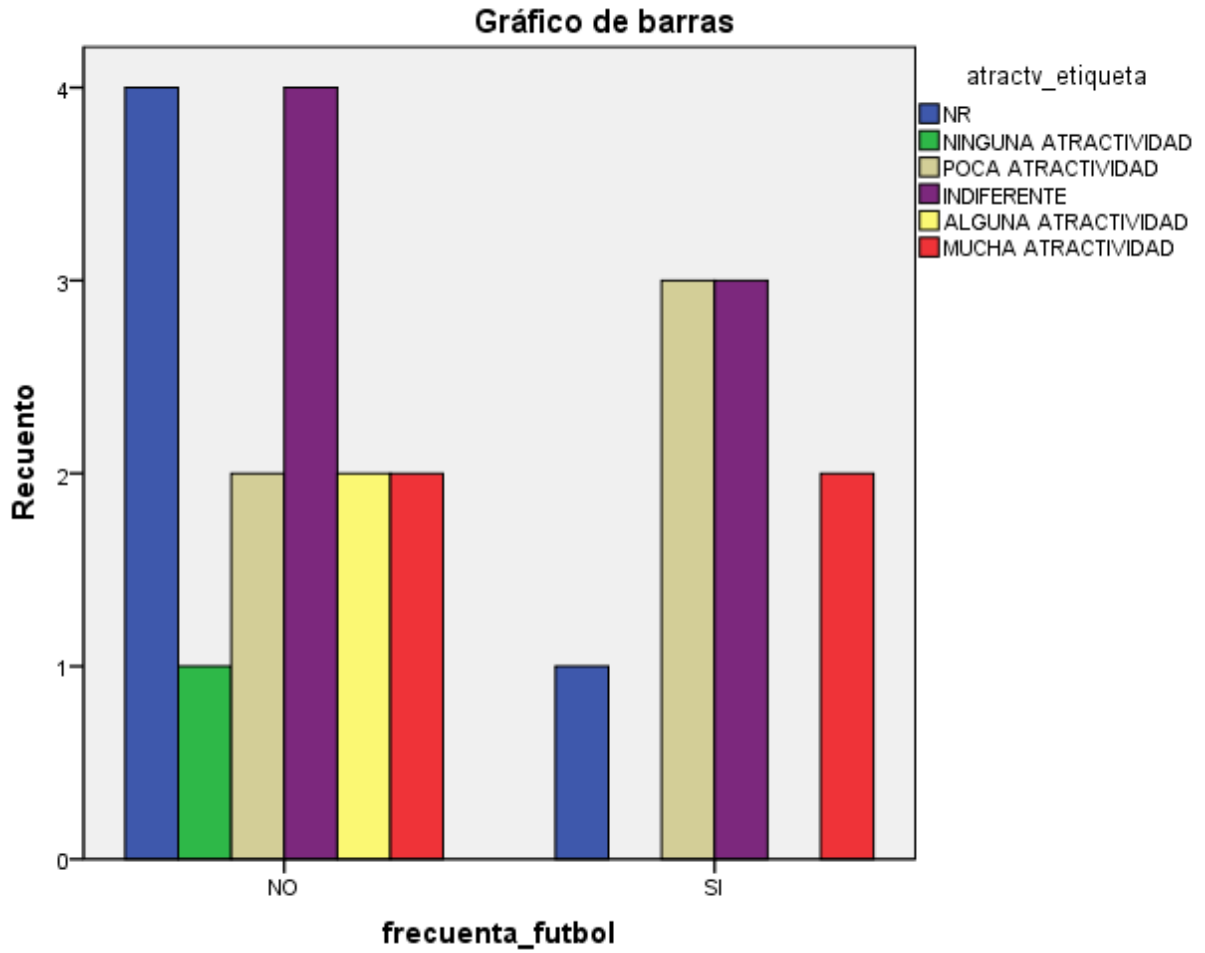


Tabla de contingencia frecuente_futbol * atractv_chicas_aguila

| | | | atractiv_chicas_aguila | | |
|------------------|----|----------|------------------------|----------------------|-------------------|
| | | | NR | NINGUNA ATRACTIVIDAD | POCA ATRACTIVIDAD |
| frecuenta_futbol | NO | Recuento | 4 | 5 | 1 |

| | | | | |
|-------|-----------------------------------|--------|--------|--------|
| | % dentro de frecuente_futbol | 26,7% | 33,3% | 6,7% |
| | % dentro de atractv_chicas_aguila | 80,0% | 50,0% | 50,0% |
| SI | Recuento | 1 | 5 | 1 |
| | % dentro de frecuente_futbol | 11,1% | 55,6% | 11,1% |
| | % dentro de atractv_chicas_aguila | 20,0% | 50,0% | 50,0% |
| Total | Recuento | 5 | 10 | 2 |
| | % dentro de frecuente_futbol | 20,8% | 41,7% | 8,3% |
| | % dentro de atractv_chicas_aguila | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Tabla de contingencia frecuente_futbol * atractv_chicas_aguila

| | | | atractiv_chicas_aguila | |
|------------------|----|-----------------------------------|------------------------|---------------------|
| | | | INDIFERENTE | ALGUNA ATRACTIVIDAD |
| frecuente_futbol | NO | Recuento | 1 | 1 |
| | | % dentro de frecuente_futbol | 6,7% | 6,7% |
| | | % dentro de atractv_chicas_aguila | 50,0% | 50,0% |
| | SI | Recuento | 1 | 1 |

| | | | |
|-------|-----------------------------------|--------|--------|
| | % dentro de frecuente_futbol | 11,1% | 11,1% |
| | % dentro de atractv_chicas_aguila | 50,0% | 50,0% |
| Total | Recuento | 2 | 2 |
| | % dentro de frecuente_futbol | 8,3% | 8,3% |
| | % dentro de atractv_chicas_aguila | 100,0% | 100,0% |

Tabla de contingencia frecuente_futbol * atractv_chicas_aguila

| | | | atractiv_chicas_aguila | |
|------------------|----|-----------------------------------|------------------------|--------|
| | | | MUCHA ATRACTIVIDAD | Total |
| frecuente_futbol | NO | Recuento | 3 | 15 |
| | | % dentro de frecuente_futbol | 20,0% | 100,0% |
| | | % dentro de atractv_chicas_aguila | 100,0% | 62,5% |
| | SI | Recuento | 0 | 9 |
| | | % dentro de frecuente_futbol | ,0% | 100,0% |
| | | % dentro de atractv_chicas_aguila | ,0% | 37,5% |
| Total | | Recuento | 3 | 24 |

| | | |
|---------------------------------------|--------|--------|
| % dentro de frecuenta_futbol | 12,5% | 100,0% |
| % dentro de atractiv_chicas_aguila | 100,0% | 100,0% |

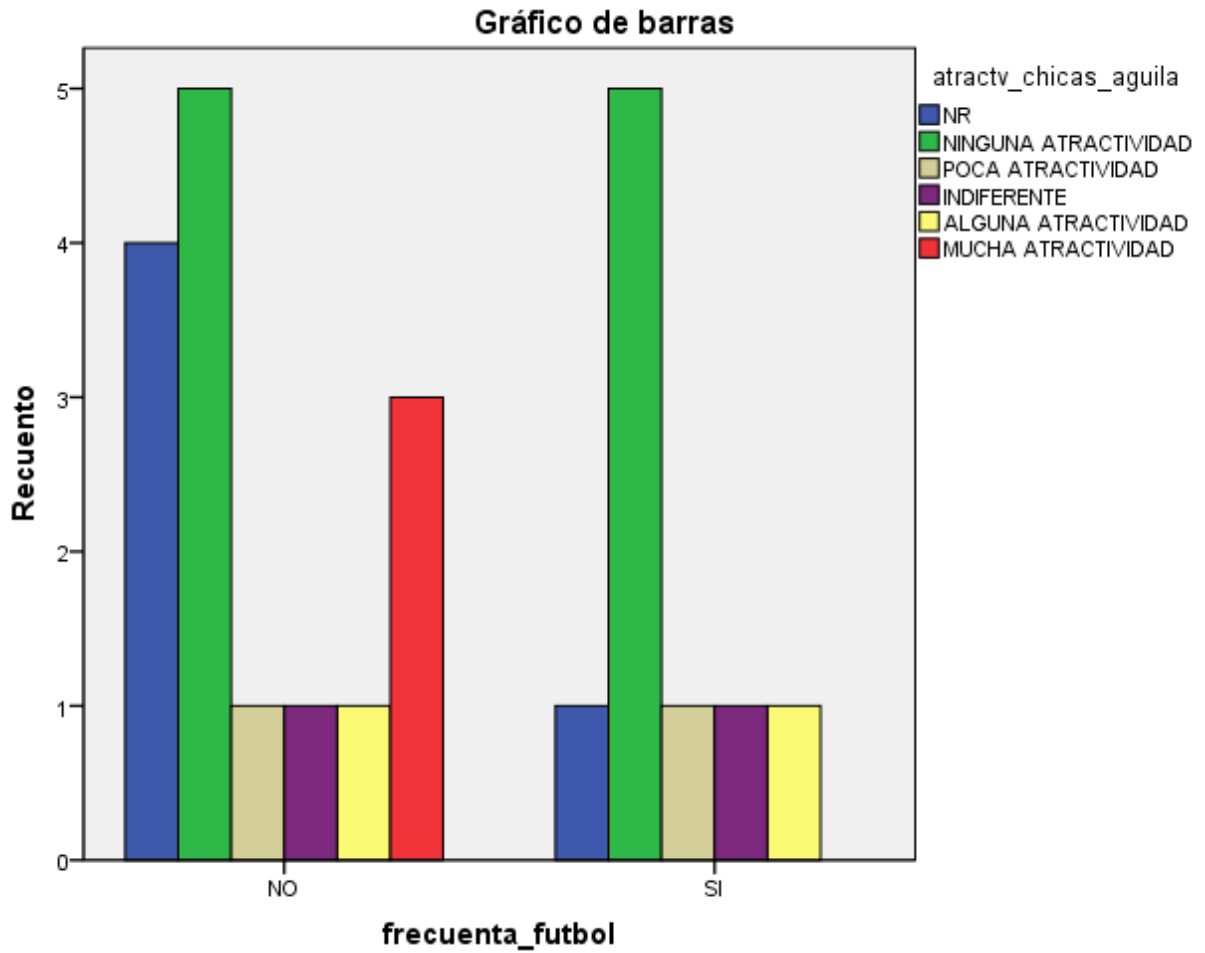


Tabla de contingencia frecuente_futbol * atractiv_patrocinio

| | | | atractiv_patrocinio | | |
|------------------|----|------------------------------------|---------------------|-------------------------|--------------------------|
| | | | NR | NINGUNA ATRACTIVIDAD | POCA ATRACTIVIDA D |
| frecuenta_futbol | NO | Recuento | 4 | 1 | 4 |
| | | % dentro de frecuenta_futbol | 26,7% | 6,7% | 26,7% |
| | | % dentro de atractiv_patrocinio | 80,0% | 50,0% | 57,1% |
| SI | | Recuento | 1 | 1 | 3 |
| | | % dentro de frecuenta_futbol | 11,1% | 11,1% | 33,3% |
| | | % dentro de atractiv_patrocinio | 20,0% | 50,0% | 42,9% |
| Total | | Recuento | 5 | 2 | 7 |
| | | % dentro de frecuenta_futbol | 20,8% | 8,3% | 29,2% |
| | | % dentro de atractiv_patrocinio | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Tabla de contingencia frecuente_futbol * atractiv_patrocinio

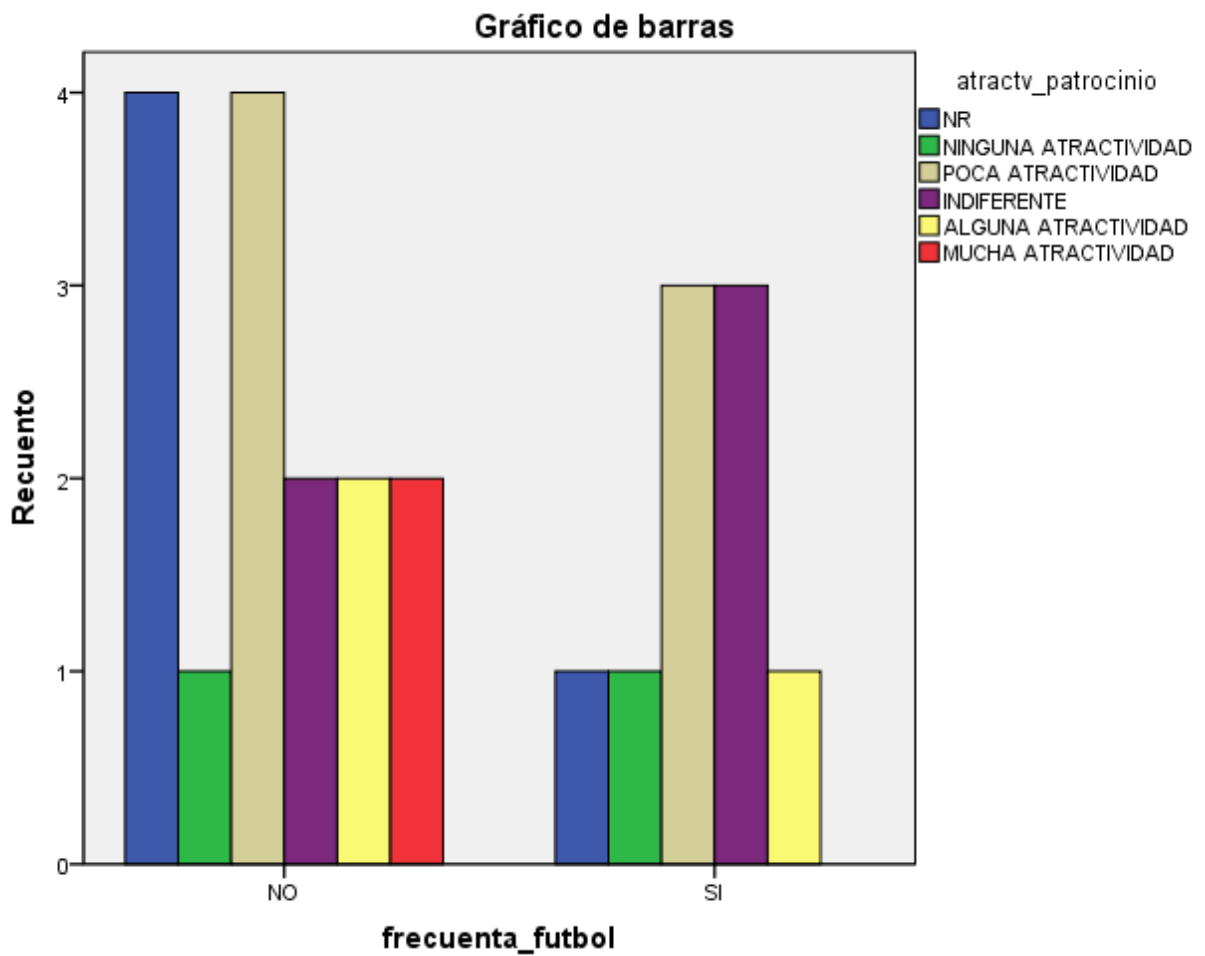
| | | | atractiv_patrocinio | |
|------------------|----|----------|---------------------|----------------------------|
| | | | INDIFERENTE | ALGUNA ATRACTIVIDA D |
| frecuenta_futbol | NO | Recuento | 2 | 2 |

| | | | |
|-------|--------------------------------|--------|--------|
| | % dentro de frecuente_futbol | 13,3% | 13,3% |
| | % dentro de atractv_patrocinio | 40,0% | 66,7% |
| SI | Recuento | 3 | 1 |
| | % dentro de frecuente_futbol | 33,3% | 11,1% |
| | % dentro de atractv_patrocinio | 60,0% | 33,3% |
| Total | Recuento | 5 | 3 |
| | % dentro de frecuente_futbol | 20,8% | 12,5% |
| | % dentro de atractv_patrocinio | 100,0% | 100,0% |

Tabla de contingencia frecuente_futbol * atractv_patrocinio

| | | | atractiv_patrocinio | |
|------------------|----|--------------------------------|---------------------|--------|
| | | | MUCHA ATRACTIVIDAD | Total |
| frecuente_futbol | NO | Recuento | 2 | 15 |
| | | % dentro de frecuente_futbol | 13,3% | 100,0% |
| | | % dentro de atractv_patrocinio | 100,0% | 62,5% |
| | SI | Recuento | 0 | 9 |

| | | | |
|-------|--------------------------------|--------|--------|
| | % dentro de frecuente_futbol | ,0% | 100,0% |
| | % dentro de atractv_patrocinio | ,0% | 37,5% |
| Total | Recuento | 2 | 24 |
| | % dentro de frecuente_futbol | 8,3% | 100,0% |
| | % dentro de atractv_patrocinio | 100,0% | 100,0% |



CROSSTABS

/TABLES=frecuenta_futbol BY identidad_marca

/FORMAT=AVALUE TABLES

/CELLS=COUNT ROW COLUMN

/COUNT ROUND CELL

/BARCHART.

Tablas de contingencia

Notas

| | | |
|--------------------|--------------------------|---|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 18:22:41 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |

| | | | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|---|-----------------|
| | Peso | <ninguno> | |
| | Segmentar archivo | <ninguno> | |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | | 24 |
| Tratamiento de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. | |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de las tablas se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de las tablas. | |
| Sintaxis | | CROSSTABS /TABLES=frecuenta_futbol BY identidad_marca /FORMAT=AVALUE TABLES /CELLS=COUNT ROW COLUMN /COUNT ROUND CELL /BARCHART. | |
| Recursos | Tiempo de procesador | | 00 00:00:00,531 |
| | Tiempo transcurrido | | 00 00:00:00,564 |
| | Dimensiones solicitadas | | 2 |
| | Casillas disponibles | | 174762 |

[Conjunto_de_datos3] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav

Resumen del procesamiento de los casos

| | Casos | | | | | |
|---------------------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | N | Porcentaje | N | Porcentaje | N | Porcentaje |
| frecuenta_futbol * identidad_marca | 24 | 100,0% | 0 | ,0% | 24 | 100,0% |

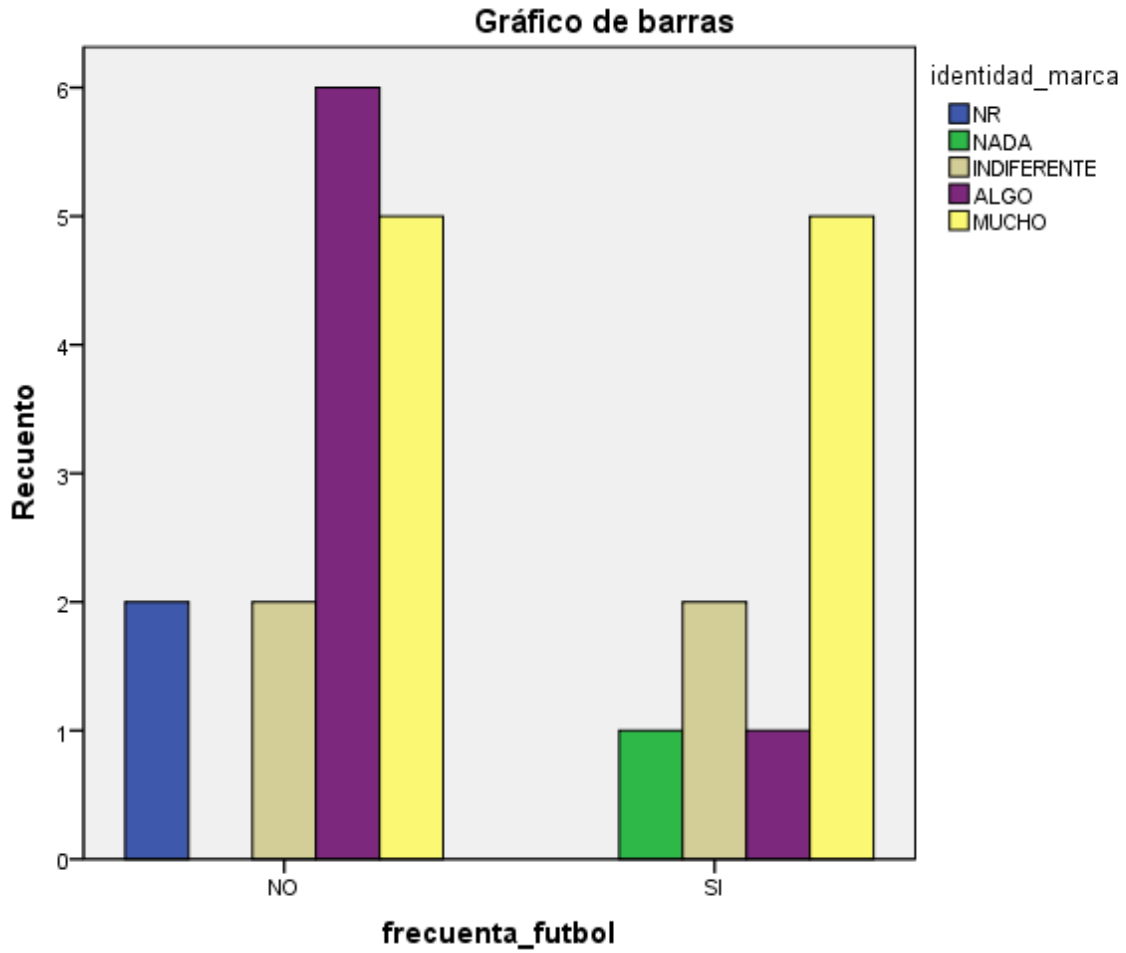
Tabla de contingencia frecuente_futbol * identidad_marca

| | | | identidad_marca | | | |
|------------------|----|------------------------------|-----------------|--------|-------------|-------|
| | | | NR | NADA | INDIFERENTE | ALGO |
| frecuenta_futbol | NO | Recuento | 2 | 0 | 2 | 6 |
| | | % dentro de frecuente_futbol | 13,3% | ,0% | 13,3% | 40,0% |
| | | % dentro de identidad_marca | 100,0% | ,0% | 50,0% | 85,7% |
| SI | | Recuento | 0 | 1 | 2 | 1 |
| | | % dentro de frecuente_futbol | ,0% | 11,1% | 22,2% | 11,1% |
| | | % dentro de identidad_marca | ,0% | 100,0% | 50,0% | 14,3% |
| Total | | Recuento | 2 | 1 | 4 | 7 |

| | | | | |
|------------------------------|--------|--------|--------|--------|
| % dentro de frecuente_futbol | 8,3% | 4,2% | 16,7% | 29,2% |
| % dentro de identidad_marca | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Tabla de contingencia frecuente_futbol * identidad_marca

| | | | identidad_marca | |
|------------------|----|------------------------------|-----------------|--------|
| | | | MUCHO | Total |
| frecuente_futbol | NO | Recuento | 5 | 15 |
| | | % dentro de frecuente_futbol | 33,3% | 100,0% |
| | | % dentro de identidad_marca | 50,0% | 62,5% |
| | SI | Recuento | 5 | 9 |
| | | % dentro de frecuente_futbol | 55,6% | 100,0% |
| | | % dentro de identidad_marca | 50,0% | 37,5% |
| Total | | Recuento | 10 | 24 |
| | | % dentro de frecuente_futbol | 41,7% | 100,0% |
| | | % dentro de identidad_marca | 100,0% | 100,0% |



MULT RESPONSE GROUPS=\$Sensaciòn (sensaciòn_gratitud sensaciòn_patriotismo sensaciòn_alegría sensaciòn_orgullo sensaciòn_amistad sensaciòn_amor sensaciòn_otro (1))

/VARIABLES=festividades(0 1)

/TABLES=festividades BY \$Sensaciòn

/CELLS=COLUMN

/BASE=CASES.

Respuesta múltiple

Notas

| | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 18:33:36 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 24 |
| Tratamiento de los datos perdidos | Definición de perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario se tratarán como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de cada tabla se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de cada tabla. |

| | | | |
|----------|--|--|-----------------|
| Sintaxis | <pre> MULT RESPONSE GROUPS=\$Sensaciòn (sensaciòn_gratitud sensaciòn_patriotismo sensaciòn_alegría sensaciòn_orgullo sensaciòn_amistad sensaciòn_amor sensaciòn_otro (1)) /VARIABLES=festividades(0 1) /TABLES=festividades BY \$Sensaciòn /CELLS=COLUMN /BASE=CASES. </pre> | | |
| Recursos | Tiempo de procesador | | 00 00:00:00,015 |
| | Tiempo transcurrido | | 00 00:00:00,017 |

[Conjunto_de_datos3] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav

Resumen de los casos

| | Casos | | | | | |
|--------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
| festividades*\$Sensaciòn | 20 | 83,3% | 4 | 16,7% | 24 | 100,0% |

Tabla de contingencia festividades*\$Sensaciòn

| | | | \$Sensaciòn ^a | | |
|--------------|----|-------------------------|--------------------------|-----------------------|-------------------|
| | | | sensaciòn_gratitud | sensaciòn_patriotismo | sensaciòn_alegría |
| festividades | NO | Recuento | 0 | 1 | 2 |
| | | % dentro de \$Sensaciòn | ,0% | 7,7% | 22,2% |
| | SI | Recuento | 2 | 12 | 7 |
| | | % dentro de \$Sensaciòn | 100,0% | 92,3% | 77,8% |
| Total | | Recuento | 2 | 13 | 9 |

Tabla de contingencia festividades*\$Sensaciòn

| | | | \$Sensaciòn ^a | |
|--------------|----|-------------------------|--------------------------|-------------------|
| | | | sensaciòn_orgullo | sensaciòn_amistad |
| festividades | NO | Recuento | 1 | 0 |
| | | % dentro de \$Sensaciòn | 25,0% | ,0% |
| | SI | Recuento | 3 | 6 |
| | | % dentro de \$Sensaciòn | 75,0% | 100,0% |
| Total | | Recuento | 4 | 6 |

Tabla de contingencia festividades*\$Sensaciòn

| | | | \$Sensación ^a | |
|--------------|----|-------------------------|--------------------------|-------|
| | | | sensación_amo r | Total |
| festividades | NO | Recuento | 1 | 2 |
| | | % dentro de \$Sensación | 100,0% | |
| | SI | Recuento | 0 | 18 |
| | | % dentro de \$Sensación | ,0% | |
| Total | | Recuento | 1 | 20 |

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

MULT RESPONSE GROUPS=\$Sensación (sensación_gratitud sensación_patriotismo
sensación_alegría sensación_orgullo sensación_amistad sensación_amor sensación_otro (1))

/VARIABLES=frecuenta_futbol(0 1)

/TABLES=frecuenta_futbol BY \$Sensación

/CELLS=COLUMN

/BASE=CASES.

Respuesta múltiple

Notas

| | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 18:36:16 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 24 |
| Tratamiento de los datos perdidos | Definición de perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario se tratarán como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de cada tabla se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de cada tabla. |

| | | | |
|----------|--|--|-----------------|
| Sintaxis | <pre> MULT RESPONSE GROUPS=\$Sensaciòn (sensaciòn_gratitud sensaciòn_patriotismo sensaciòn_alegría sensaciòn_orgullo sensaciòn_amistad sensaciòn_amor sensaciòn_otro (1)) /VARIABLES=frecuenta_futbol(0 1) /TABLES=frecuenta_futbol BY \$Sensaciòn /CELLS=COLUMN /BASE=CASES. </pre> | | |
| Recursos | Tiempo de procesador | | 00 00:00:00,016 |
| | Tiempo transcurrido | | 00 00:00:00,016 |

[Conjunto_de_datos3] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav

Resumen de los casos

| | Casos | | | | | |
|--|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
| | | | | | | |

Resumen de los casos

| | Casos | | | | | |
|------------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
| frecuenta_futbol*\$Sensación | 20 | 83,3% | 4 | 16,7% | 24 | 100,0% |

Tabla de contingencia frecuente_futbol*\$Sensación

| | | | \$Sensación ^a | | |
|------------------|----|-------------------------|--------------------------|-----------------------|-------------------|
| | | | sensación_gratitud | sensación_patriotismo | sensación_alegría |
| frecuenta_futbol | NO | Recuento | 2 | 8 | 6 |
| | | % dentro de \$Sensación | 100,0% | 61,5% | 66,7% |
| | SI | Recuento | 0 | 5 | 3 |
| | | % dentro de \$Sensación | ,0% | 38,5% | 33,3% |
| Total | | Recuento | 2 | 13 | 9 |

Tabla de contingencia frecuente_futbol*\$Sensación

| | | | \$Sensación ^a | |
|------------------|----|-------------------------|--------------------------|-------------------|
| | | | sensación_orgullo | sensación_amistad |
| frecuenta_futbol | NO | Recuento | 2 | 2 |
| | | % dentro de \$Sensación | 50,0% | 33,3% |

| | | | |
|-------|-------------------------|-------|-------|
| SI | Recuento | 2 | 4 |
| | % dentro de \$Sensación | 50,0% | 66,7% |
| Total | Recuento | 4 | 6 |

Tabla de contingencia frecuente_futbol*\$Sensación

| | | | \$Sensación ^a | |
|------------------|----|-------------------------|--------------------------|-------|
| | | | sensación_amo r | Total |
| frecuente_futbol | NO | Recuento | 1 | 12 |
| | | % dentro de \$Sensación | 100,0% | |
| | SI | Recuento | 0 | 8 |
| | | % dentro de \$Sensación | ,0% | |
| Total | | Recuento | 1 | 20 |

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

MULT RESPONSE GROUPS=\$Top_of_mind (primero_aguila primero_colaypola primero_agu_ligth
(1))

/VARIABLES=atractiv_empaque(1 5) atractiv_sabor(1 5) atractiv_etiqueta(1 5)
atractiv_chicas_aguila(1 5) atractiv_patrocinio(1 5)

/TABLES=atractiv_empaque atractiv_sabor atractiv_etiqueta atractiv_chicas_aguila
atractiv_patrocinio BY \$Top_of_mind

/CELLS=COLUMN

/BASE=CASES.

Respuesta múltiple

Notas

| | | |
|--------------------------------------|---|---|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 18:45:33 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 24 |
| Tratamiento de los datos perdidos | Definición de perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario se tratarán como perdidos. |

| | | |
|----------|----------------------|--|
| Sintaxis | Casos utilizados | <p>Los estadísticos de cada tabla se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de cada tabla.</p> |
| | | <pre> MULT RESPONSE GROUPS=\$Top_of_mind (primero_aguila primero_colaypola primero_agu_ligth (1)) /VARIABLES=atractiv_empaque(1 5) atractiv_sabor(1 5) atractiv_etiqueta(1 5) atractiv_chicas_aguila(1 5) atractiv_patrocinio(1 5) /TABLES=atractiv_empaque atractiv_sabor atractiv_etiqueta atractiv_chicas_aguila atractiv_patrocinio BY \$Top_of_mind /CELLS=COLUMN /BASE=CASES. </pre> |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,031 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,032 |

[Conjunto_de_datos3] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav

Resumen de los casos

| | Casos | | | | | |
|--------------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
| atractiv_empaque*\$Top_of_mind | 19 | 79,2% | 5 | 20,8% | 24 | 100,0% |

Tabla de contingencia atractiv_empaque*\$Top_of_mind

| | | | \$Top_of_mind ^a | |
|------------------|---------------------|---------------------------|----------------------------|------------------|
| | | | primero_aguila | primero_colapola |
| atractiv_empaque | POCA ATRACTIVIDAD | Recuento | 3 | 0 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | 17,6% | ,0% |
| | INDIFERENTE | Recuento | 4 | 0 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | 23,5% | ,0% |
| | ALGUNA ATRACTIVIDAD | Recuento | 8 | 1 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | 47,1% | 100,0% |
| | MUCHA ATRACTIVIDAD | Recuento | 2 | 0 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | 11,8% | ,0% |
| Total | | Recuento | 17 | 1 |

Tabla de contingencia atractiv_empaque*\$Top_of_mind

| | \$Top_of_mind ^a | Total |
|--|----------------------------|-------|
| | | |

| | | | primero_agu_ligth | |
|------------------|---------------------|---------------------------|-------------------|----|
| atractiv_empaque | POCA ATRACTIVIDAD | Recuento | 0 | 3 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | ,0% | |
| | INDIFERENTE | Recuento | 1 | 5 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | 100,0% | |
| | ALGUNA ATRACTIVIDAD | Recuento | 0 | 9 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | ,0% | |
| | MUCHA ATRACTIVIDAD | Recuento | 0 | 2 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | ,0% | |
| Total | | Recuento | 1 | 19 |

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

Tabla de contingencia atractiv_sabor*\$Top_of_mind

| | | | \$Top_of_mind ^a | |
|----------------|----------------------|----------|----------------------------|-------------------|
| | | | primero_aguila | primero_colaypola |
| atractiv_sabor | NINGUNA ATRACTIVIDAD | Recuento | 6 | 0 |

| | | | |
|---------------------|---------------------------|-------|--------|
| | % dentro de \$Top_of_mind | 35,3% | ,0% |
| POCA ATRACTIVIDAD | Recuento | 1 | 0 |
| | % dentro de \$Top_of_mind | 5,9% | ,0% |
| ALGUNA ATRACTIVIDAD | Recuento | 3 | 0 |
| | % dentro de \$Top_of_mind | 17,6% | ,0% |
| MUCHA ATRACTIVIDAD | Recuento | 7 | 1 |
| | % dentro de \$Top_of_mind | 41,2% | 100,0% |
| Total | Recuento | 17 | 1 |

Tabla de contingencia atractv_sabor*\$Top_of_mind

| | | | \$Top_of_mind ^a | Total |
|---------------------|----------------------|---------------------------|----------------------------|-------|
| | | | primero_agu_lig th | |
| atractiv_sabor | NINGUNA ATRACTIVIDAD | Recuento | 0 | 6 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | ,0% | |
| POCA ATRACTIVIDAD | | Recuento | 1 | 2 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | 100,0% | |
| ALGUNA ATRACTIVIDAD | | Recuento | 0 | 3 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | ,0% | |
| MUCHA ATRACTIVIDAD | | Recuento | 0 | 8 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | ,0% | |
| Total | | Recuento | 1 | 19 |

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

Tabla de contingencia atractv_etiqueta*\$Top_of_mind

| | | | \$Top_of_mind ^a | |
|-------------------|----------------------|---------------------------|----------------------------|-------------------|
| | | | primero_aguila | primero_colaypola |
| atractiv_etiqueta | NINGUNA ATRACTIVIDAD | Recuento | 0 | 0 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | ,0% | ,0% |
| | POCA ATRACTIVIDAD | Recuento | 5 | 0 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | 29,4% | ,0% |
| | INDIFERENTE | Recuento | 6 | 1 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | 35,3% | 100,0% |
| | ALGUNA ATRACTIVIDAD | Recuento | 2 | 0 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | 11,8% | ,0% |
| | MUCHA ATRACTIVIDAD | Recuento | 4 | 0 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | 23,5% | ,0% |
| Total | | Recuento | 17 | 1 |

Tabla de contingencia atractv_etiqueta*\$Top_of_mind

| | | | \$Top_of_mind ^a | |
|-------------------|----------------------|---------------------------|----------------------------|-------|
| | | | primero_agu_lig th | Total |
| atractiv_etiqueta | NINGUNA ATRACTIVIDAD | Recuento | 1 | 1 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | 100,0% | |
| | POCA ATRACTIVIDAD | Recuento | 0 | 5 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | ,0% | |
| | INDIFERENTE | Recuento | 0 | 7 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | ,0% | |
| | ALGUNA ATRACTIVIDAD | Recuento | 0 | 2 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | ,0% | |
| | MUCHA ATRACTIVIDAD | Recuento | 0 | 4 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | ,0% | |
| Total | | Recuento | 1 | 19 |

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

Tabla de contingencia atractiv_chicas_aguila*\$Top_of_mind

| | |
|--|----------------------------|
| | \$Top_of_mind ^a |
|--|----------------------------|

| | | | primero_aguila |
|------------------------|----------------------|---------------------------|----------------|
| atractiv_chicas_aguila | NINGUNA ATRACTIVIDAD | Recuento | 9 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | 52,9% |
| | POCA ATRACTIVIDAD | Recuento | 2 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | 11,8% |
| | INDIFERENTE | Recuento | 2 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | 11,8% |
| | ALGUNA ATRACTIVIDAD | Recuento | 2 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | 11,8% |
| | MUCHA ATRACTIVIDAD | Recuento | 2 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | 11,8% |
| Total | | Recuento | 17 |

Tabla de contingencia atractiv_chicas_aguila*\$Top_of_mind

| | | | \$Top_of_mind ^a |
|------------------------|----------------------|---------------------------|----------------------------|
| | | | primero_colayp ola |
| atractiv_chicas_aguila | NINGUNA ATRACTIVIDAD | Recuento | 1 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | 100,0% |
| | POCA ATRACTIVIDAD | Recuento | 0 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | ,0% |
| | INDIFERENTE | Recuento | 0 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | ,0% |

| | | | |
|-------|---------------------|---------------------------|-----|
| | ALGUNA ATRACTIVIDAD | Recuento | 0 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | ,0% |
| | MUCHA ATRACTIVIDAD | Recuento | 0 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | ,0% |
| Total | | Recuento | 1 |

Tabla de contingencia atractv_chicas_aguila*\$Top_of_mind

| | | | \$Top_of_mind ^a | Total |
|------------------------|----------------------|---------------------------|----------------------------|-------|
| | | | primero_agu_lig th | |
| atractiv_chicas_aguila | NINGUNA ATRACTIVIDAD | Recuento | 0 | 10 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | ,0% | |
| | POCA ATRACTIVIDAD | Recuento | 0 | 2 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | ,0% | |
| | INDIFERENTE | Recuento | 0 | 2 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | ,0% | |
| | ALGUNA ATRACTIVIDAD | Recuento | 0 | 2 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | ,0% | |
| | MUCHA ATRACTIVIDAD | Recuento | 1 | 3 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | 100,0% | |
| Total | | Recuento | 1 | 19 |

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

Tabla de contingencia atractv_patrocinio*\$Top_of_mind

| | | | \$Top_of_mind ^a |
|---------------------|----------------------|---------------------------|----------------------------|
| | | | primero_aguila |
| atractiv_patrocinio | NINGUNA ATRACTIVIDAD | Recuento | 2 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | 11,8% |
| | POCA ATRACTIVIDAD | Recuento | 6 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | 35,3% |
| | INDIFERENTE | Recuento | 5 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | 29,4% |
| | ALGUNA ATRACTIVIDAD | Recuento | 2 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | 11,8% |
| | MUCHA ATRACTIVIDAD | Recuento | 2 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | 11,8% |
| | Total | Recuento | 17 |

Tabla de contingencia atractv_patrocinio*\$Top_of_mind

| | | | \$Top_of_mind ^a |
|--|--|--|----------------------------|
| | | | |

| | | | primero_colap ola |
|---------------------|---------------------------|---------------------------|----------------------|
| atractiv_patrocinio | NINGUNA ATRACTIVIDAD | Recuento | 0 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | ,0% |
| | POCA ATRACTIVIDAD | Recuento | 1 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | 100,0% |
| | INDIFERENTE | Recuento | 0 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | ,0% |
| ALGUNA ATRACTIVIDAD | Recuento | 0 | |
| | % dentro de \$Top_of_mind | ,0% | |
| MUCHA ATRACTIVIDAD | Recuento | 0 | |
| | % dentro de \$Top_of_mind | ,0% | |
| Total | | Recuento | 1 |

Tabla de contingencia atractiv_patrocinio*\$Top_of_mind

| | | | \$Top_of_mind ^a | Total |
|---------------------|----------------------|---------------------------|----------------------------|-------|
| | | | primero_agu_lig th | |
| atractiv_patrocinio | NINGUNA ATRACTIVIDAD | Recuento | 0 | 2 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | ,0% | |
| | POCA ATRACTIVIDAD | Recuento | 0 | 7 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | ,0% | |
| | INDIFERENTE | Recuento | 0 | 5 |
| | | | | |

| | | | |
|---------------------|---------------------------|--------|----|
| | % dentro de \$Top_of_mind | ,0% | |
| ALGUNA ATRACTIVIDAD | Recuento | 1 | 3 |
| | % dentro de \$Top_of_mind | 100,0% | |
| MUCHA ATRACTIVIDAD | Recuento | 0 | 2 |
| | % dentro de \$Top_of_mind | ,0% | |
| Total | Recuento | 1 | 19 |

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

MULT RESPONSE GROUPS=\$Sensación (sensación_gratitud sensación_patriotismo
sensación_alegría sensación_orgullo sensación_amistad sensación_amor sensación_otro (1))
\$Top_of_mind (primero_aguila primero_colaypola primero_agu_ligth (1))

/TABLES=\$Sensación BY \$Top_of_mind

/CELLS=COLUMN

/BASE=CASES.

Respuesta múltiple

Notas

| | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 18:52:15 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 24 |
| Tratamiento de los datos perdidos | Definición de perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario se tratarán como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de cada tabla se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de cada tabla. |

| | | | |
|----------|--|--|-----------------|
| Sintaxis | <pre> MULT RESPONSE GROUPS=\$Sensaciòn (sensaciòn_gratitud sensaciòn_patriotismo sensaciòn_alegría sensaciòn_orgullo sensaciòn_amistad sensaciòn_amor sensaciòn_otro (1)) \$Top_of_mind (primero_aguila primero_colaypola primero_agu_ligth (1)) /TABLES=\$Sensaciòn BY \$Top_of_mind /CELLS=COLUMN /BASE=CASES. </pre> | | |
| Recursos | Tiempo de procesador | | 00 00:00:00,015 |
| | Tiempo transcurrido | | 00 00:00:00,018 |

[Conjunto_de_datos3] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav

Resumen de los casos

| | Casos | | | | | |
|--|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
| | | | | | | |

Resumen de los casos

| | Casos | | | | | |
|---------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
| \$Sensación*\$Top_of_mind | 20 | 83,3% | 4 | 16,7% | 24 | 100,0% |

Tabla de contingencia \$Sensación*\$Top_of_mind

| | | | \$Top_of_mind ^a | |
|--------------------------|-----------------------|---------------------------|----------------------------|----------------------|
| | | | primero_aguila | primero_colap ola |
| \$Sensación ^a | sensación_gratitud | Recuento | 2 | 0 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | 11,1% | ,0% |
| | sensación_patriotismo | Recuento | 13 | 0 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | 72,2% | ,0% |
| | sensación_alegría | Recuento | 8 | 0 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | 44,4% | ,0% |
| | sensación_orgullo | Recuento | 4 | 0 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | 22,2% | ,0% |
| | sensación_amistad | Recuento | 5 | 1 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | 27,8% | 100,0% |
| | sensación_amor | Recuento | 1 | 0 |

| | | | |
|-------|---------------------------|------|-----|
| | % dentro de \$Top_of_mind | 5,6% | ,0% |
| Total | Recuento | 18 | 1 |

Tabla de contingencia \$Sensación*\$Top_of_mind

| | | \$Top_of_mind ^a | |
|--------------------------|-----------------------|----------------------------|--------|
| | | primero_agu_lig th | Total |
| \$Sensación ^a | sensación_gratitud | Recuento | 0 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | ,0% |
| | sensación_patriotismo | Recuento | 0 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | ,0% |
| | sensación_alegría | Recuento | 1 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | 100,0% |
| | sensación_orgullo | Recuento | 0 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | ,0% |
| | sensación_amistad | Recuento | 0 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | ,0% |
| | sensación_amor | Recuento | 0 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | ,0% |
| Total | Recuento | 1 | 20 |

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

MULT RESPONSE GROUPS=\$Top_of_mind (primero_aguila primero_colaypola primero_agu_ligth
(1))

/VARIABLES=identidad_marca(1 5)

/TABLES=identidad_marca BY \$Top_of_mind

/CELLS=COLUMN

/BASE=CASES.

Respuesta múltiple

Notas

| | |
|--------------------|----------------------|
| Resultados creados | 24-nov-2012 18:53:37 |
| Comentarios | |

| | | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|---|-----------------|
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav | |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 | |
| | Filtro | <ninguno> | |
| | Peso | <ninguno> | |
| | Segmentar archivo | <ninguno> | |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | | 24 |
| Tratamiento de los datos perdidos | Definición de perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario se tratarán como perdidos. | |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de cada tabla se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de cada tabla. | |
| Sintaxis | | MULT RESPONSE GROUPS=\$Top_of_mind (primero_aguila primero_colaypola primero_agu_ligth (1)) /VARIABLES=identidad_marca(1 5) /TABLES=identidad_marca BY \$Top_of_mind /CELLS=COLUMN /BASE=CASES. | |
| Recursos | Tiempo de procesador | | 00 00:00:00,016 |
| | Tiempo transcurrido | | 00 00:00:00,015 |

Resumen de los casos

| | Casos | | | | | |
|-------------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
| identidad_marca*\$Top_of_mind | 22 | 91,7% | 2 | 8,3% | 24 | 100,0% |

Tabla de contingencia identidad_marca*\$Top_of_mind

| | | | \$Top_of_mind ^a | |
|-----------------|-------------|---------------------------|----------------------------|-------------------|
| | | | primero_aguila | primero_colaypola |
| identidad_marca | NADA | Recuento | 0 | 1 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | ,0% | 100,0% |
| | INDIFERENTE | Recuento | 4 | 0 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | 20,0% | ,0% |
| | ALGO | Recuento | 6 | 0 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | 30,0% | ,0% |

| | | | |
|-------|---------------------------|-------|-----|
| MUCHO | Recuento | 10 | 0 |
| | % dentro de \$Top_of_mind | 50,0% | ,0% |
| Total | Recuento | 20 | 1 |

Tabla de contingencia identidad_marca*\$Top_of_mind

| | | | \$Top_of_mind ^a | Total |
|-----------------|-------------|---------------------------|----------------------------|-------|
| | | | primero_agu_lig th | |
| identidad_marca | NADA | Recuento | 0 | 1 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | ,0% | |
| | INDIFERENTE | Recuento | 0 | 4 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | ,0% | |
| | ALGO | Recuento | 1 | 7 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | 100,0% | |
| | MUCHO | Recuento | 0 | 10 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | ,0% | |
| Total | | Recuento | 1 | 22 |

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

MULT RESPONSE GROUPS=\$Eleccion (elección_sabor elección_precio elección_disponibilidad
 elección_otro (1)) \$Ocasión_consumo (ocasión_rumba ocasión_futbol ocasión_event_fiestas
 ocasión_otro (1))

/TABLES=\$Eleccion BY \$Ocasión_consumo

/CELLS=COLUMN

/BASE=CASES.

Respuesta múltiple

Notas

| | | |
|--------------------|--------------------------|---|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 18:56:15 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |

| | | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|--|-----------------|
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | | 24 |
| Tratamiento de los datos perdidos | Definición de perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario se tratarán como perdidos. | |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de cada tabla se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de cada tabla. | |
| Sintaxis | | <p>MULT RESPONSE</p> <p>GROUPS=\$Eleccion (elección_sabor elección_precio elección_disponibilidad elección_otro (1)) \$Ocasión_consumo (ocasión_rumba ocasión_futbol ocasión_event_fiestas ocasión_otro (1))</p> <p>/TABLES=\$Eleccion BY \$Ocasión_consumo</p> <p>/CELLS=COLUMN</p> <p>/BASE=CASES.</p> | |
| Recursos | Tiempo de procesador | | 00 00:00:00,016 |
| | Tiempo transcurrido | | 00 00:00:00,015 |

[Conjunto_de_datos3] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav

Resumen de los casos

| | Casos | | | | | |
|------------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
| \$Eleccion*\$Ocasión_consumo | 20 | 83,3% | 4 | 16,7% | 24 | 100,0% |

Tabla de contingencia \$Eleccion*\$Ocasión_consumo

| | | | \$Ocasión_consumo ^a | |
|-------------------------|-------------------------|-------------------------------|--------------------------------|----------------|
| | | | ocasión_rumba | ocasión_futbol |
| \$Eleccion ^a | elección_sabor | Recuento | 9 | 8 |
| | | % dentro de \$Ocasión_consumo | 90,0% | 66,7% |
| | elección_precio | Recuento | 1 | 1 |
| | | % dentro de \$Ocasión_consumo | 10,0% | 8,3% |
| | elección_disponibilidad | Recuento | 3 | 5 |
| | | % dentro de \$Ocasión_consumo | 30,0% | 41,7% |
| Total | | Recuento | 10 | 12 |

Tabla de contingencia \$Eleccion*\$Ocasión_consumo

| | | | \$Ocasión_consumo ^a | Total |
|-------------------------|-------------------------|-------------------------------|--------------------------------|-------|
| | | | ocasión_eventos | |
| \$Eleccion ^a | elección_sabor | Recuento | 8 | 14 |
| | | % dentro de \$Ocasión_consumo | 66,7% | |
| | elección_precio | Recuento | 2 | 3 |
| | | % dentro de \$Ocasión_consumo | 16,7% | |
| | elección_disponibilidad | Recuento | 6 | 8 |
| | | % dentro de \$Ocasión_consumo | 50,0% | |
| Total | | Recuento | 12 | 20 |

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

MULT RESPONSE GROUPS=\$Eleccion (elección_sabor elección_precio elección_disponibilidad elección_otro (1))

/VARIABLES=consumo_fest(1 2)

/TABLES=\$Eleccion BY consumo_fest

/CELLS=COLUMN

/BASE=CASES.

Respuesta múltiple

Notas

| | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 18:57:23 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 24 |
| Tratamiento de los datos perdidos | Definición de perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario se tratarán como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de cada tabla se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de cada tabla. |

| | | | |
|----------|--|--|-----------------|
| Sintaxis | <pre> MULT RESPONSE GROUPS=\$Eleccion (elección_sabor elección_precio elección_disponibilidad elección_otro (1)) /VARIABLES=consumo_fest(1 2) /TABLES=\$Eleccion BY consumo_fest /CELLS=COLUMN /BASE=CASES. </pre> | | |
| Recursos | Tiempo de procesador | | 00 00:00:00,016 |
| | Tiempo transcurrido | | 00 00:00:00,014 |

[Conjunto_de_datos3] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav

Resumen de los casos

| | Casos | | | | | |
|-------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
| \$Eleccion*consumo_fest | 21 | 87,5% | 3 | 12,5% | 24 | 100,0% |

Tabla de contingencia \$Eleccion*consumo_fest

| | | | consumo_fest | Total |
|-------------------------|-------------------------|--------------------------|--------------|-------|
| | | | SI | |
| \$Eleccion ^a | elección_sabor | Recuento | 15 | 15 |
| | | % dentro de consumo_fest | 71,4% | |
| | elección_precio | Recuento | 3 | 3 |
| | | % dentro de consumo_fest | 14,3% | |
| | elección_disponibilidad | Recuento | 9 | 9 |
| | | % dentro de consumo_fest | 42,9% | |
| Total | | Recuento | 21 | 21 |

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

MULT RESPONSE GROUPS=\$Top_of_mind (primero_aguila primero_colaypola primero_agu_ligth (1))

/VARIABLES=consumo_fest(1 2)

/TABLES=consumo_fest BY \$Top_of_mind

/CELLS=COLUMN

/BASE=CASES.

Respuesta múltiple

Notas

| | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 19:05:36 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos3 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 24 |
| Tratamiento de los datos perdidos | Definición de perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario se tratarán como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de cada tabla se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de cada tabla. |

| | | | |
|----------|---|--|-----------------|
| Sintaxis | MULT RESPONSE GROUPS=\$Top_of_mind (primero_aguila primero_colaypola primero_agu_ligth (1)) /VARIABLES=consumo_fest(1 2) /TABLES=consumo_fest BY \$Top_of_mind /CELLS=COLUMN /BASE=CASES. | | |
| Recursos | Tiempo de procesador | | 00 00:00:00,016 |
| | Tiempo transcurrido | | 00 00:00:00,017 |

[Conjunto_de_datos3] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\fidelizados.sav

Resumen de los casos

| | Casos | | | | | |
|----------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
| consumo_fest*\$Top_of_mind | 22 | 91,7% | 2 | 8,3% | 24 | 100,0% |

Tabla de contingencia consumo_fest*\$Top_of_mind

| | | | \$Top_of_mind ^a | | |
|--------------|----|---------------------------|----------------------------|-------------------|-------------------|
| | | | primero_aguila | primero_colaypola | primero_agu_ligth |
| consumo_fest | SI | Recuento | 20 | 1 | 1 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Total | | Recuento | 20 | 1 | 1 |

Tabla de contingencia consumo_fest*\$Top_of_mind

| | | | Total |
|--------------|----|---------------------------|-------|
| consumo_fest | SI | Recuento | 22 |
| | | % dentro de \$Top_of_mind | |
| Total | | Recuento | 22 |

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

Otros

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 06:52:59 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 96 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | FREQUENCIES VARIABLES=consume_cerveza /PIECHART FREQ /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:03,526 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:07,654 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros.sav

Estadísticos

consume_cerveza

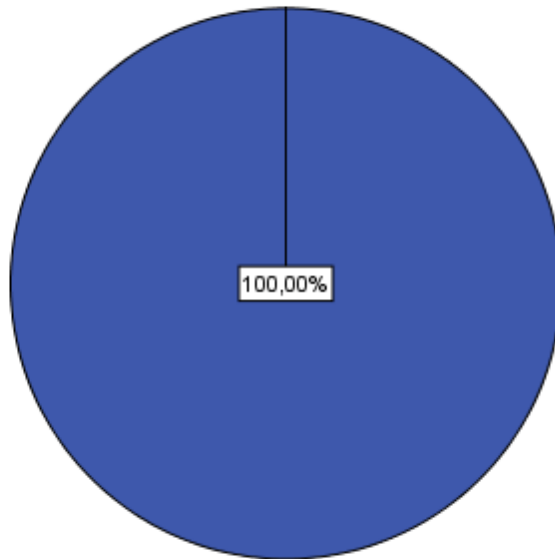
| | | |
|---|----------|----|
| N | Válidos | 96 |
| | Perdidos | 0 |

consume_cerveza

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|----|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | SI | 96 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

consume_cerveza

■ SI



```
FRECUENCIAS VARIABLES=edad_años
```

```
/PIECHART PERCENT
```

```
/ORDER=ANALYSIS.
```

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 06:55:50 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 96 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | FRECUENCIES VARIABLES=edad_años /PIECHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,531 |

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 06:55:50 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 96 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | FRECUENCIES VARIABLES=edad_años /PIECHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,531 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,609 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros.sav

Estadísticos

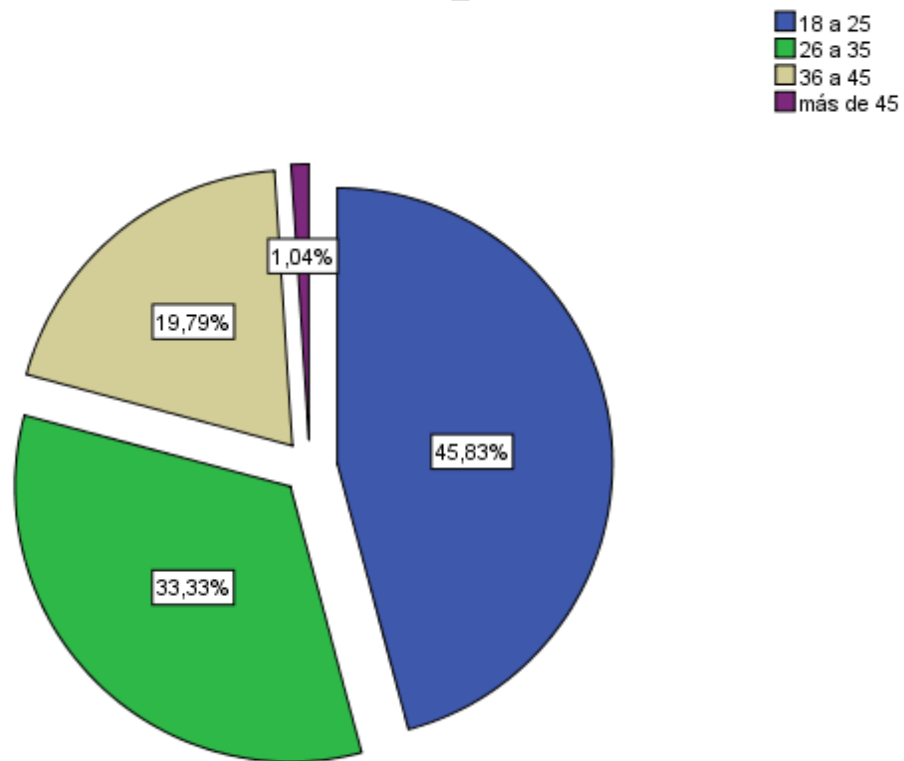
edad_años

| | | |
|---|----------|----|
| N | Válidos | 96 |
| | Perdidos | 0 |

edad_años

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | 18 a 25 | 44 | 45,8 | 45,8 | 45,8 |
| | 26 a 35 | 32 | 33,3 | 33,3 | 79,2 |
| | 36 a 45 | 19 | 19,8 | 19,8 | 99,0 |
| | más de 45 | 1 | 1,0 | 1,0 | 100,0 |
| | Total | 96 | 100,0 | 100,0 | |

edad_años



FREQUENCIES VARIABLES=género

/PIECHART PERCENT

/ORDER=ANALYSIS.

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 06:57:36 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 96 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | FRECUENCIES VARIABLES=género /PIECHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,624 |

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 06:57:36 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 96 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | FRECUENCIAS VARIABLES=género /PIECHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,624 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,589 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros.sav

Estadísticos

género

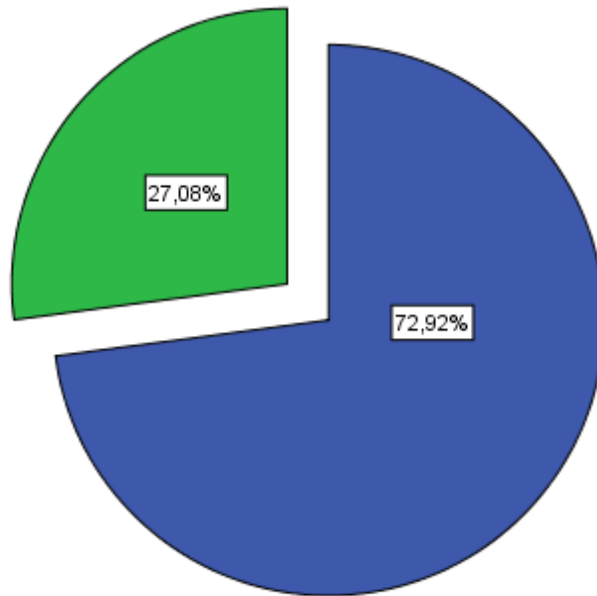
| | | |
|---|----------|----|
| N | Válidos | 96 |
| | Perdidos | 0 |

género

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | masculino | 70 | 72,9 | 72,9 | 72,9 |
| | femenino | 26 | 27,1 | 27,1 | 100,0 |
| Total | | 96 | 100,0 | 100,0 | |

género

■ masculino
■ femenino



```
FREQUENCIES VARIABLES=estrato
```

```
/BARCHART PERCENT
```

```
/ORDER=ANALYSIS.
```

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 07:00:05 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 96 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | FRECUENCIES VARIABLES=estrato /BARCHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,717 |

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 07:00:05 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 96 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | FRECUENCIAS VARIABLES=estrato /BARCHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,717 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,765 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros.sav

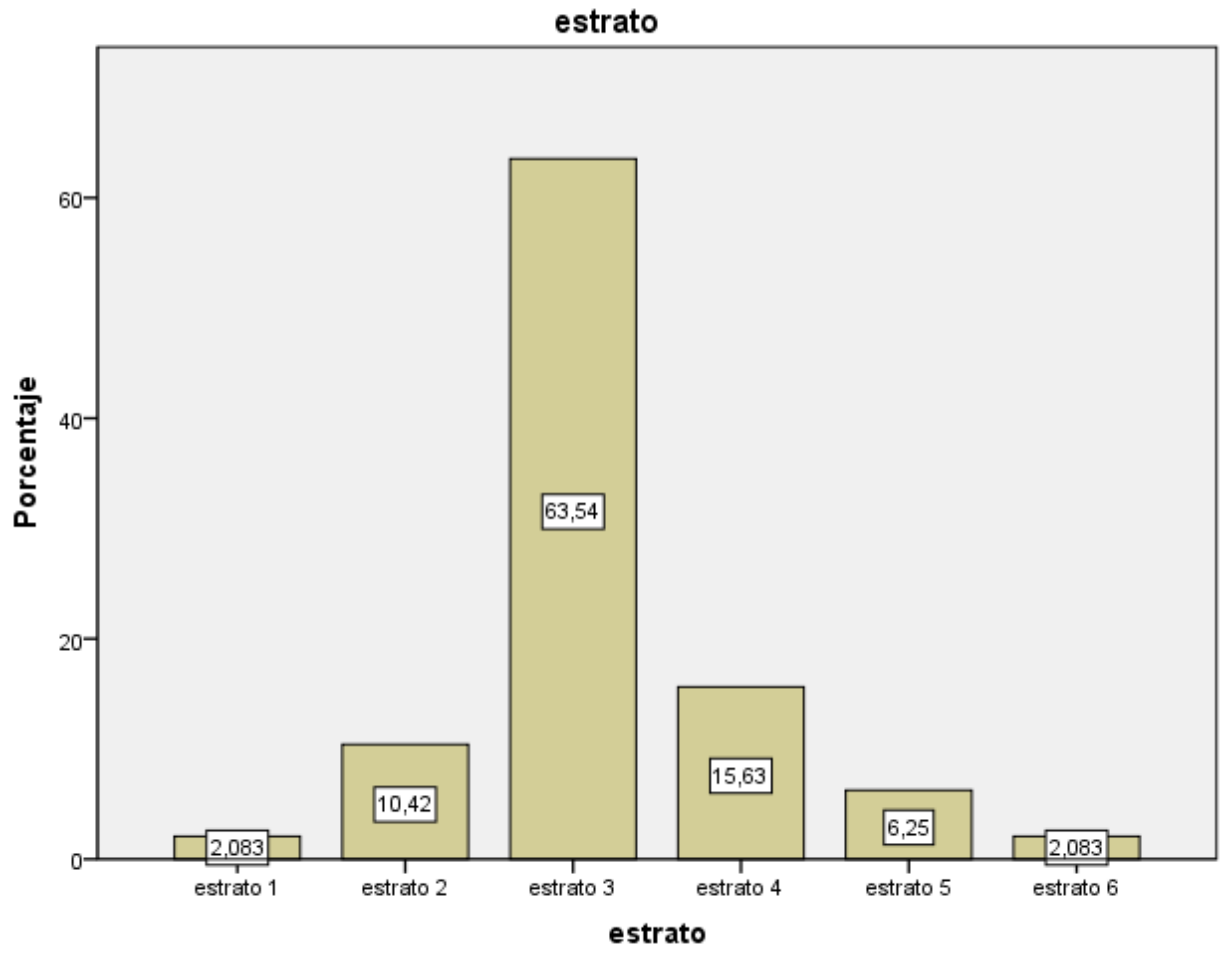
Estadísticos

estrato

| | | |
|---|----------|----|
| N | Válidos | 96 |
| | Perdidos | 0 |

estrato

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos estrato 1 | 2 | 2,1 | 2,1 | 2,1 |
| estrato 2 | 10 | 10,4 | 10,4 | 12,5 |
| estrato 3 | 61 | 63,5 | 63,5 | 76,0 |
| estrato 4 | 15 | 15,6 | 15,6 | 91,7 |
| estrato 5 | 6 | 6,3 | 6,3 | 97,9 |
| estrato 6 | 2 | 2,1 | 2,1 | 100,0 |
| Total | 96 | 100,0 | 100,0 | |



Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 07:02:52 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 96 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | FRECUENCIES VARIABLES=consumo_aguila /PIECHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,514 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,538 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros.sav

Estadísticos

consumo_aguila

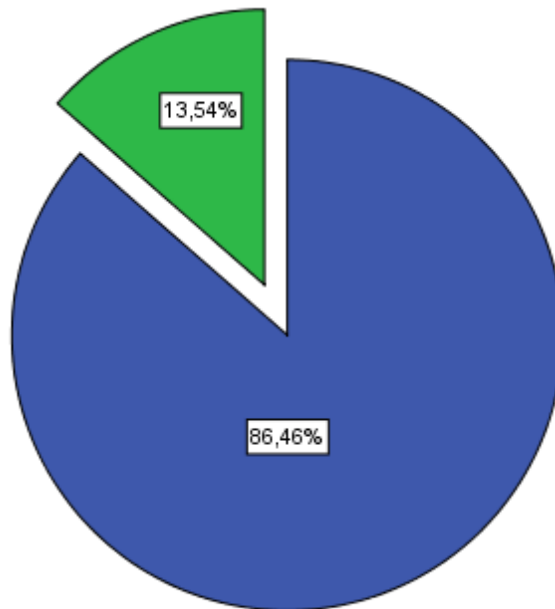
| | | |
|---|----------|----|
| N | Válidos | 96 |
| | Perdidos | 0 |

consumo_aguila

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|----|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | SI | 83 | 86,5 | 86,5 | 86,5 |
| | NO | 13 | 13,5 | 13,5 | 100,0 |
| Total | | 96 | 100,0 | 100,0 | |

consumo_aguila

■ SI
■ NO



FREQUENCIES VARIABLES=frec_cons_aguila

/PIECHART PERCENT

/ORDER=ANALYSIS.

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 07:07:35 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 96 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | FRECUENCIES VARIABLES=frec_cons_aguila /PIECHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,515 |

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 07:07:35 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 96 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | FRECUENCIES VARIABLES=frec_cons_aguila /PIECHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,515 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,561 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros.sav

Estadísticos

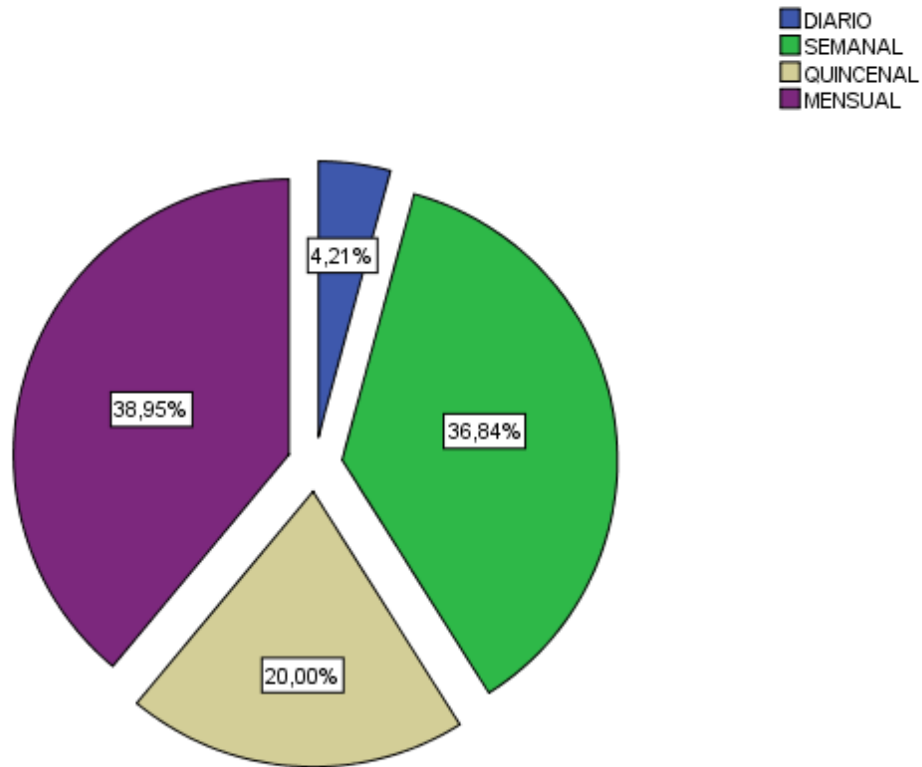
frec_cons_aguila

| | | |
|---|----------|----|
| N | Válidos | 95 |
| | Perdidos | 1 |

frec_cons_aguila

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|-----------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válidos | DIARIO | 4 | 4,2 | 4,2 | 4,2 |
| | SEMANAL | 35 | 36,5 | 36,8 | 41,1 |
| | QUINCENAL | 19 | 19,8 | 20,0 | 61,1 |
| | MENSUAL | 37 | 38,5 | 38,9 | 100,0 |
| | Total | 95 | 99,0 | 100,0 | |
| Perdidos | Sistema | 1 | 1,0 | | |
| Total | | 96 | 100,0 | | |

frec_cons_aguila



```
SAVE OUTFILE='C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros.sav'
```

```
/COMPRESSED.
```

```
MULT RESPONSE GROUPS=$PRODUCTO_REEMPLAZO (otro_aguardiente otro_ron otro_tequila  
otro_vino otro_vodka otro_b.colas otro_b.energizantes otro_whisky otro_otras_bebidas (1))
```

```
/FREQUENCIES=$PRODUCTO_REEMPLAZO.
```

Respuesta múltiple

Notas

| | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 07:12:26 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 96 |
| Tratamiento de los datos perdidos | Definición de perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario se tratarán como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de cada tabla se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de cada tabla. |

| | | | |
|----------|--|--|-----------------|
| Sintaxis | <pre> MULT RESPONSE GROUPS=\$PRODUCTO_REEMPLAZ O (otro_aguardiente otro_ron otro_tequila otro_vino otro_vodka otro_b.colas otro_b.energizantes otro_whisky otro_otras_bebidas (1)) /FRECUENCIES=\$PRODUCTO_REE MPLAZO. </pre> | | |
| Recursos | Tiempo de procesador | | 00 00:00:00,015 |
| | Tiempo transcurrido | | 00 00:00:00,011 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros.sav

Resumen de los casos

| | Casos | | | | | |
|---------------------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
| \$PRODUCTO_REEMPLAZ O ^a | 96 | 100,0% | 0 | ,0% | 96 | 100,0% |

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

Frecuencias \$PRODUCTO_REEMPLAZO

| | Respuestas | | Porcentaje de casos | |
|-----------------------------------|---------------------|------------|---------------------|--------|
| | Nº | Porcentaje | | |
| \$PRODUCTO_REEMPLAZO ^a | otro_aguardiente | 67 | 47,9% | 69,8% |
| | otro_ron | 20 | 14,3% | 20,8% |
| | otro_tequila | 11 | 7,9% | 11,5% |
| | otro_vino | 4 | 2,9% | 4,2% |
| | otro_vodka | 6 | 4,3% | 6,3% |
| | otro_b.colas | 4 | 2,9% | 4,2% |
| | otro_b.energizantes | 5 | 3,6% | 5,2% |
| | otro_whisky | 19 | 13,6% | 19,8% |
| | otro_otras_bebidas | 4 | 2,9% | 4,2% |
| Total | | 140 | 100,0% | 145,8% |

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

FRECUENCIAS VARIABLES=SKUS

/PIECHART PERCENT

/ORDER=ANALYSIS.

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 07:15:17 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 96 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |

| | | | |
|----------|----------------------------|--|-----------------|
| Sintaxis | FRECUENCIES VARIABLES=SKUS | | |
| | /PIECHART PERCENT | | |
| | /ORDER=ANALYSIS. | | |
| Recursos | Tiempo de procesador | | 00 00:00:00,671 |
| | Tiempo transcurrido | | 00 00:00:00,698 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros.sav

Estadísticos

SKUS

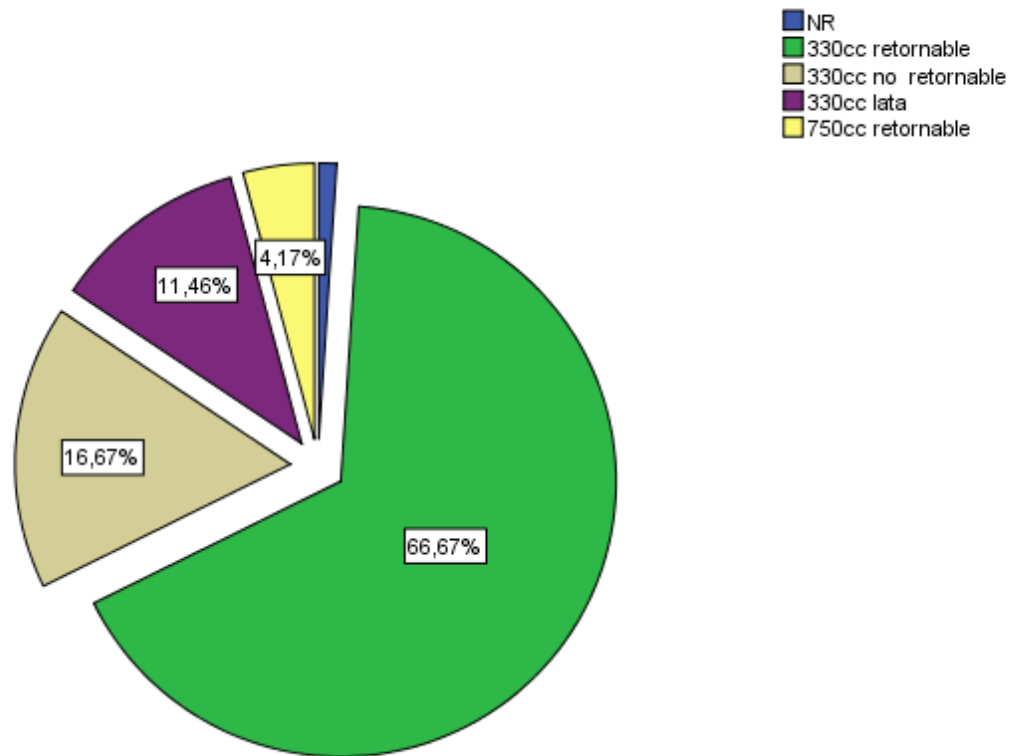
| | | |
|---|----------|----|
| N | Válidos | 96 |
| | Perdidos | 0 |

SKUS

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | NR | 1 | 1,0 | 1,0 | 1,0 |
| | 330cc retornable | 64 | 66,7 | 66,7 | 67,7 |

| | | | | |
|---------------------|----|-------|-------|-------|
| 330cc no retornable | 16 | 16,7 | 16,7 | 84,4 |
| 330cc lata | 11 | 11,5 | 11,5 | 95,8 |
| 750cc retornable | 4 | 4,2 | 4,2 | 100,0 |
| Total | 96 | 100,0 | 100,0 | |

SKUS



FRECUENCIAS VARIABLES=cantidad_águila

/NTILES=4

/STATISTICS=STDDEV VARIANCE MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN SKEWNESS SESKEW
KURTOSIS SEKURT

/HISTOGRAM NORMAL

/ORDER=ANALYSIS.

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------|---|---|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 07:18:58 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 96 |

| | | |
|--------------------------------------|----------------------------|---|
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | <pre> FREQUENCIES VARIABLES=cantidad_águila /NTILES=4 /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN SKEWNESS SESKEW KURTOSIS SEKURT /HISTOGRAM NORMAL /ORDER=ANALYSIS. </pre> |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,530 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,570 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros.sav

Estadísticos

cantidad_águila

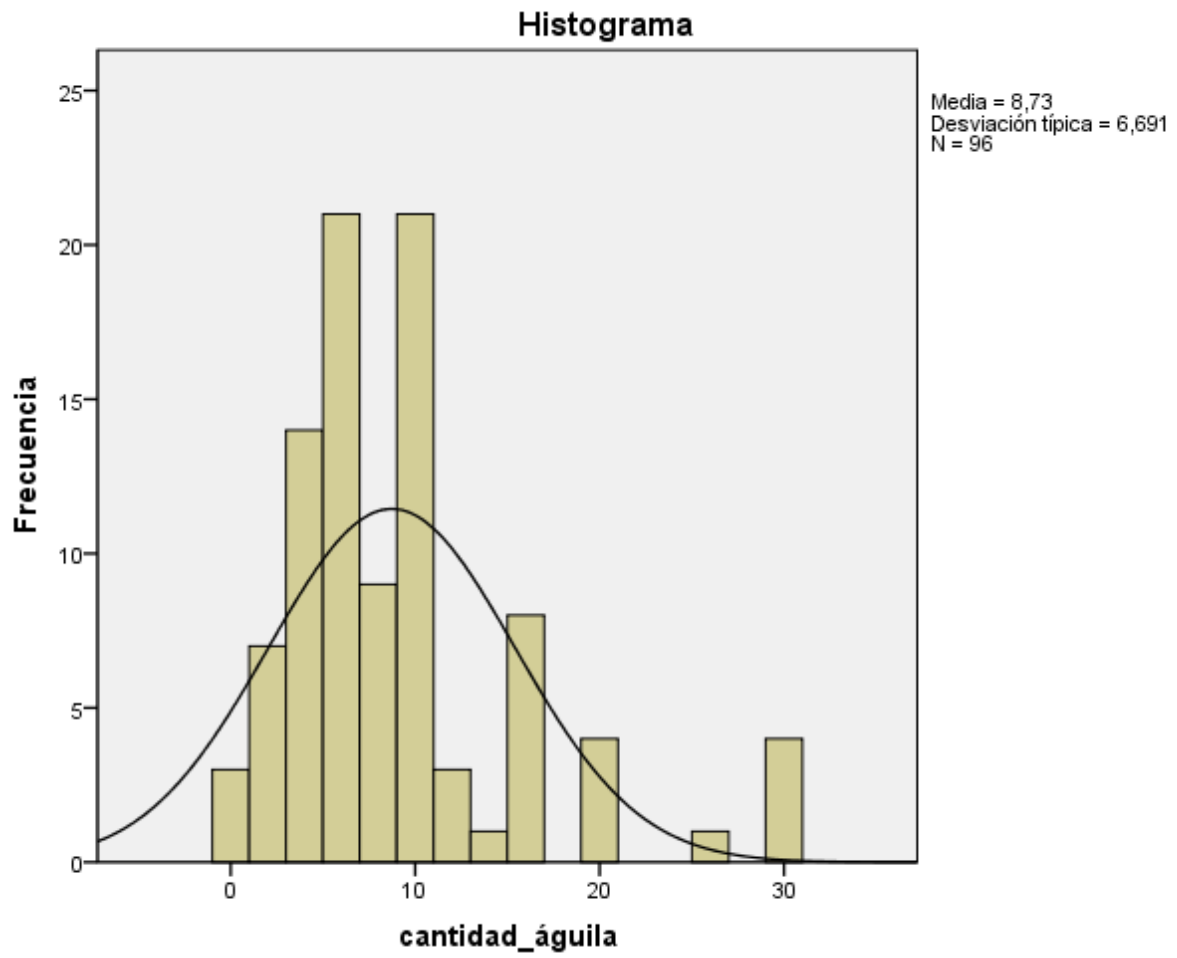
| | | |
|---|----------|----|
| N | Válidos | 96 |
| | Perdidos | 0 |

| | | |
|-------------------------|----|--------|
| Media | | 8,73 |
| Mediana | | 7,00 |
| Desv. típ. | | 6,691 |
| Varianza | | 44,768 |
| Asimetría | | 1,550 |
| Error típ. de asimetría | | ,246 |
| Curtosis | | 2,593 |
| Error típ. de curtosis | | ,488 |
| Mínimo | | 0 |
| Máximo | | 30 |
| Percentiles | 25 | 4,25 |
| | 50 | 7,00 |
| | 75 | 10,00 |

cantidad_águila

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | 0 | 3 | 3,1 | 3,1 | 3,1 |
| | 1 | 2 | 2,1 | 2,1 | 5,2 |
| | 2 | 5 | 5,2 | 5,2 | 10,4 |
| | 3 | 8 | 8,3 | 8,3 | 18,8 |
| | 4 | 6 | 6,3 | 6,3 | 25,0 |

| | | | | |
|-------|----|-------|-------|-------|
| 5 | 18 | 18,8 | 18,8 | 43,8 |
| 6 | 3 | 3,1 | 3,1 | 46,9 |
| 7 | 6 | 6,3 | 6,3 | 53,1 |
| 8 | 3 | 3,1 | 3,1 | 56,3 |
| 9 | 1 | 1,0 | 1,0 | 57,3 |
| 10 | 20 | 20,8 | 20,8 | 78,1 |
| 12 | 3 | 3,1 | 3,1 | 81,3 |
| 14 | 1 | 1,0 | 1,0 | 82,3 |
| 15 | 8 | 8,3 | 8,3 | 90,6 |
| 20 | 4 | 4,2 | 4,2 | 94,8 |
| 25 | 1 | 1,0 | 1,0 | 95,8 |
| 30 | 4 | 4,2 | 4,2 | 100,0 |
| Total | 96 | 100,0 | 100,0 | |



FRECUENCIAS VARIABLES=otra_cerveza_nacional

/BARChart PERCENT

/ORDER=ANALYSIS.

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 07:23:47 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 96 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | FRECUENCIES VARIABLES=otra_cerveza_nacional /BARCHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,718 |

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 07:23:47 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 96 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | FRECUENCIES VARIABLES=otra_cerveza_nacional /BARChart PERCENT /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,718 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,730 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros.sav

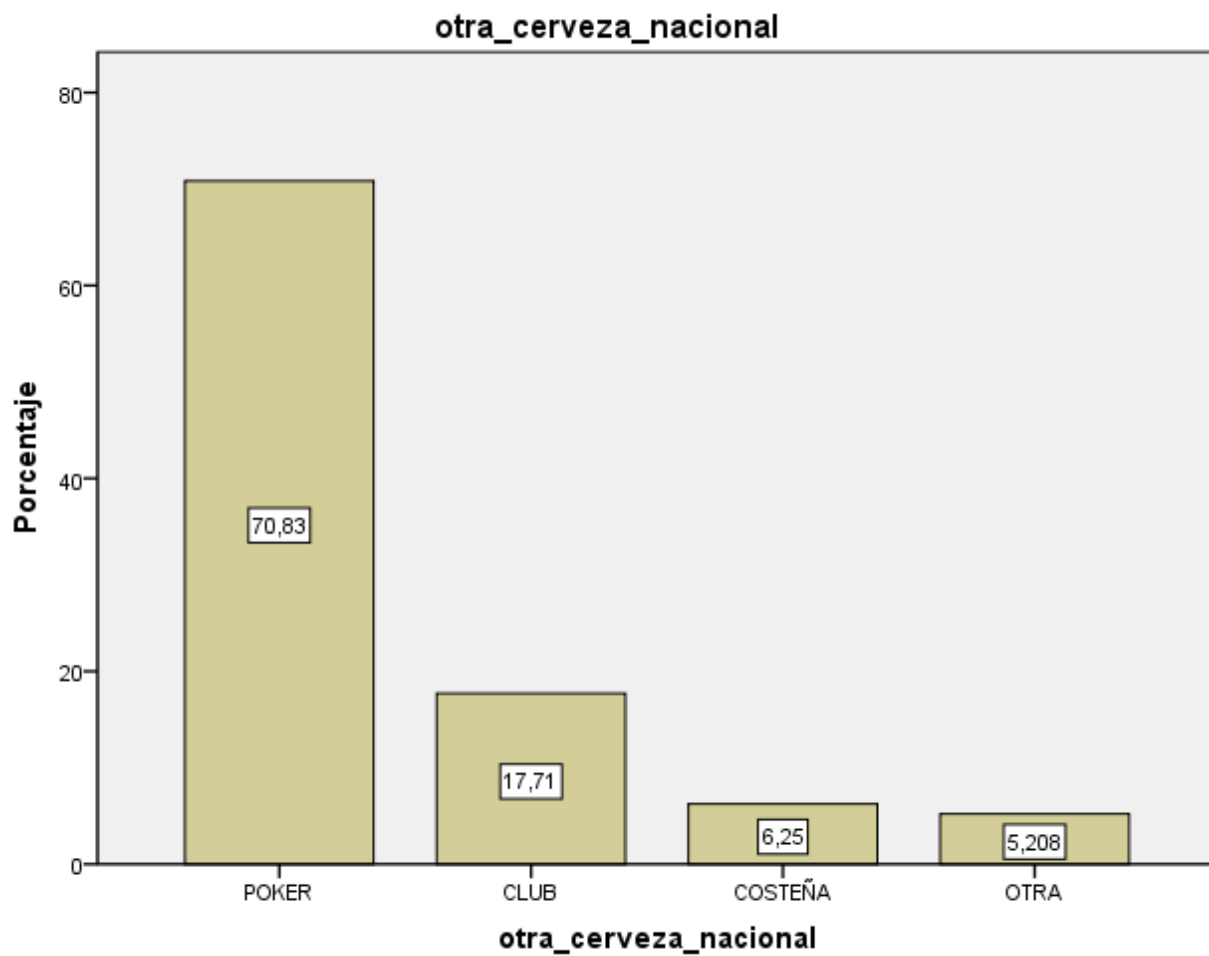
Estadísticos

otra_cerveza_nacional

| | | |
|---|----------|----|
| N | Válidos | 96 |
| | Perdidos | 0 |

otra_cerveza_nacional

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | POKER | 68 | 70,8 | 70,8 | 70,8 |
| | CLUB | 17 | 17,7 | 17,7 | 88,5 |
| | COSTEÑA | 6 | 6,3 | 6,3 | 94,8 |
| | OTRA | 5 | 5,2 | 5,2 | 100,0 |
| | Total | 96 | 100,0 | 100,0 | |



MULT RESPONSE GROUPS=\$RELACION_CERVEZA (relación_reinados relación_deporte relación_turismo relación_f_nacionales relación_asados relación_otros_eventos (1))

/FRECUENCIAS=\$RELACION_CERVEZA.

Respuesta múltiple

Notas

| | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 07:25:27 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 96 |
| Tratamiento de los datos perdidos | Definición de perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario se tratarán como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de cada tabla se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de cada tabla. |

| | | | |
|----------|---|--|-----------------|
| Sintaxis | <pre> MULT RESPONSE GROUPS=\$RELACION_CERVEZA (relación_reinados relación_deporte relación_turismo relación_f_nacionales relación_asados relación_otros_eventos (1)) /FRECUENCIES=\$RELACION_CERVEZA. </pre> | | |
| Recursos | Tiempo de procesador | | 00 00:00:00,000 |
| | Tiempo transcurrido | | 00 00:00:00,011 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\USUARIO DE WINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros.sav

Resumen de los casos

| | Casos | | | | | |
|---------------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje | Nº | Porcentaje |
| \$RELACION_CERVEZA ^a | 96 | 100,0% | 0 | ,0% | 96 | 100,0% |

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

Frecuencias \$RELACION_CERVEZA

| | Respuestas | | Porcentaje de casos |
|---------------------------------|------------|------------|---------------------|
| | Nº | Porcentaje | |
| \$RELACION_CERVEZA ^a | | | |
| relación_reinados | 9 | 4,5% | 9,4% |
| relación_deporte | 38 | 18,8% | 39,6% |
| relación_turismo | 30 | 14,9% | 31,3% |
| relación_f_nacionales | 39 | 19,3% | 40,6% |
| relación_asados | 68 | 33,7% | 70,8% |
| relación_otros_eventos | 18 | 8,9% | 18,8% |
| Total | 202 | 100,0% | 210,4% |

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

FRECUENCIAS VARIABLES=Significado_aguila

/BARCHART PERCENT

/ORDER=ANALYSIS.

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 07:26:04 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 96 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | FRECUENCIES VARIABLES=Significado_aguila /BARChart PERCENT /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,686 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,626 |

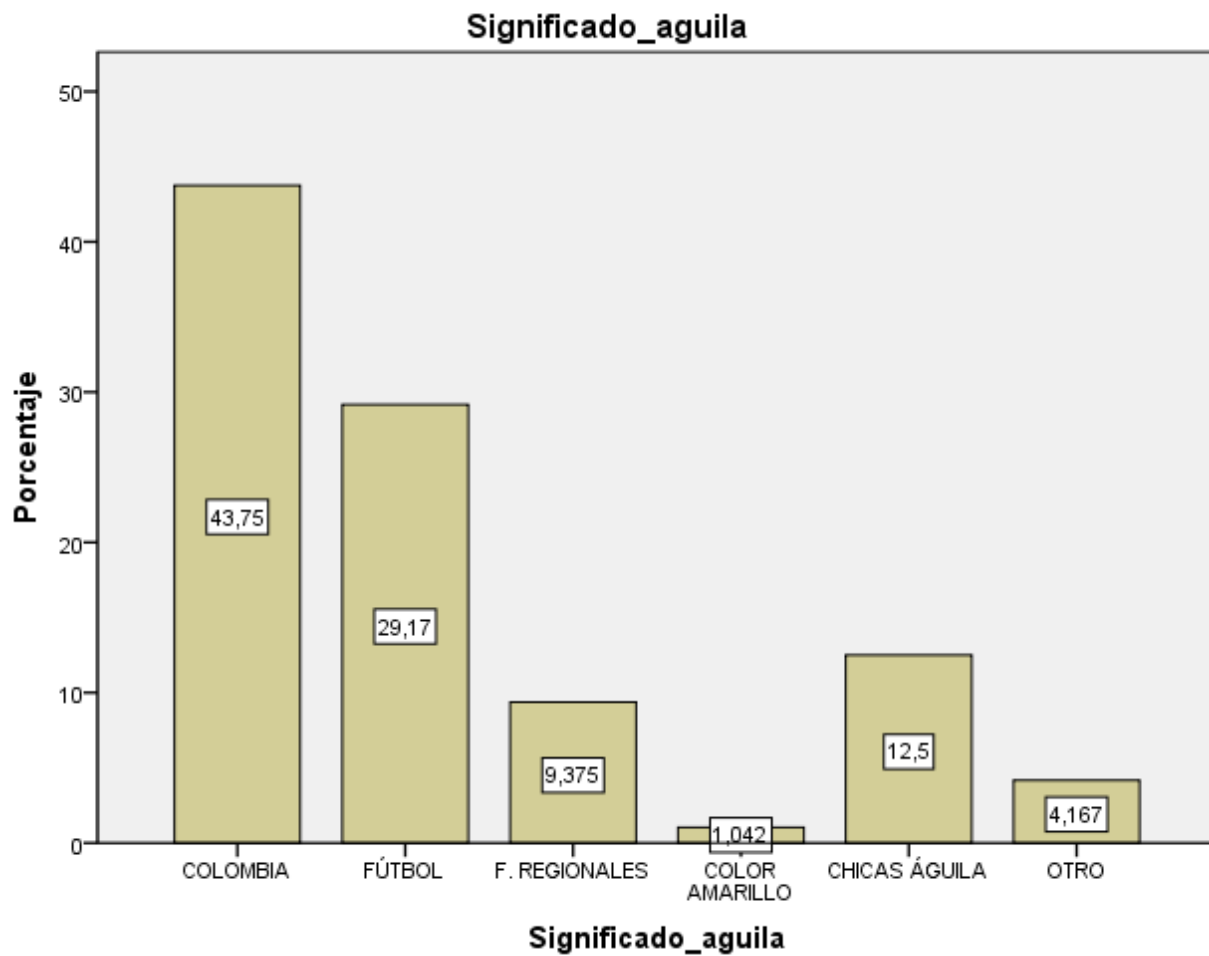
Estadísticos

Significado_aguila

| | | |
|---|----------|----|
| N | Válidos | 96 |
| | Perdidos | 0 |

Significado_aguila

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | COLOMBIA | 42 | 43,8 | 43,8 | 43,8 |
| | FÚTBOL | 28 | 29,2 | 29,2 | 72,9 |
| | F. REGIONALES | 9 | 9,4 | 9,4 | 82,3 |
| | COLOR AMARILLO | 1 | 1,0 | 1,0 | 83,3 |
| | CHICAS ÁGUILA | 12 | 12,5 | 12,5 | 95,8 |
| | OTRO | 4 | 4,2 | 4,2 | 100,0 |
| | Total | 96 | 100,0 | 100,0 | |



SAVE OUTFILE='C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros.sav'

/COMPRESSED.

FREQUENCIES VARIABLES=festiv_asociadas

/BARChart PERCENT

/ORDER=ANALYSIS.

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 07:27:49 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 96 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |

| | | |
|----------|----------------------|--|
| Sintaxis | | FREQUENCIES VARIABLES=festiv_asociadas /BARCHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,515 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,557 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros.sav

Estadísticos

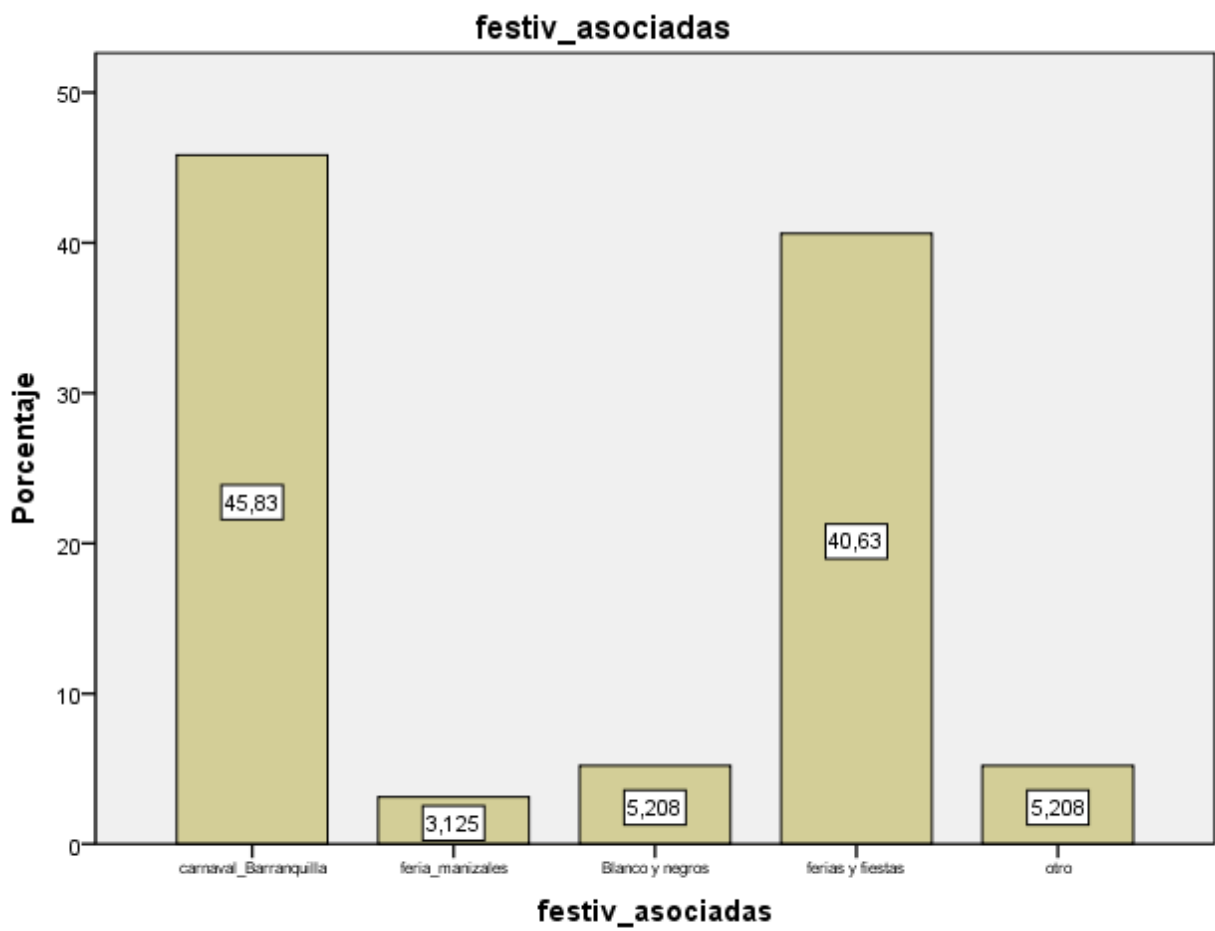
festiv_asociadas

| | | |
|---|----------|----|
| N | Válidos | 96 |
| | Perdidos | 0 |

festiv_asociadas

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-----------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | carnaval_Barranquilla | 44 | 45,8 | 45,8 | 45,8 |

| | | | | |
|------------------|----|-------|-------|-------|
| feria_manizales | 3 | 3,1 | 3,1 | 49,0 |
| Blanco y negros | 5 | 5,2 | 5,2 | 54,2 |
| ferias y fiestas | 39 | 40,6 | 40,6 | 94,8 |
| otro | 5 | 5,2 | 5,2 | 100,0 |
| Total | 96 | 100,0 | 100,0 | |



FRECUENCIAS VARIABLES=deport_asociados

/PIECHART PERCENT

/ORDER=ANALYSIS.

Frecuencias

Notas

| | | |
|---|---|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 07:28:47 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 96 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |

| | | |
|----------|----------------------|--|
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | FREQUENCIES VARIABLES=deport_asociados /PIECHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,515 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,555 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros.sav

Estadísticos

deport_asociados

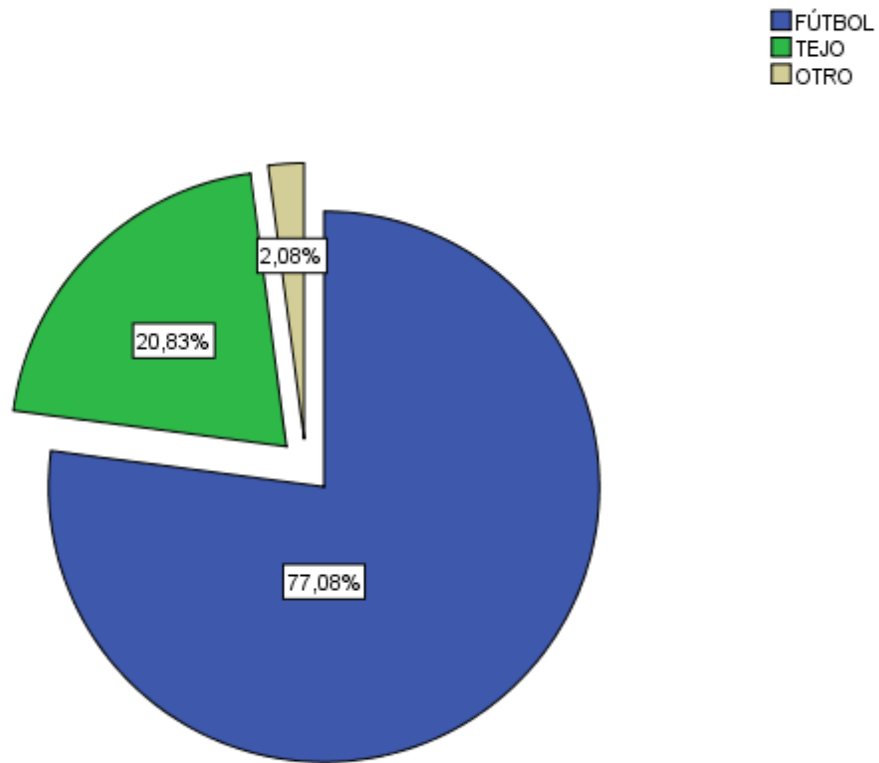
| | | |
|---|----------|----|
| N | Válidos | 96 |
| | Perdidos | 0 |

deport_asociados

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--|------------|------------|-------------------|----------------------|
|--|------------|------------|-------------------|----------------------|

| | | | | | |
|---------|--------|----|-------|-------|-------|
| Válidos | FÚTBOL | 74 | 77,1 | 77,1 | 77,1 |
| | TEJO | 20 | 20,8 | 20,8 | 97,9 |
| | OTRO | 2 | 2,1 | 2,1 | 100,0 |
| | Total | 96 | 100,0 | 100,0 | |

deport_asociados



FREQUENCIES VARIABLES=gasto_cerveza

/PIECHART PERCENT

/ORDER=ANALYSIS.

Frecuencias

Notas

| | | |
|---|---|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 07:31:39 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 96 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |

| | | |
|----------|---|-----------------|
| Sintaxis | FREQUENCIES VARIABLES=gasto_cerveza /PIECHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS. | |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,561 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,607 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros.sav

Estadísticos

gasto_cerveza

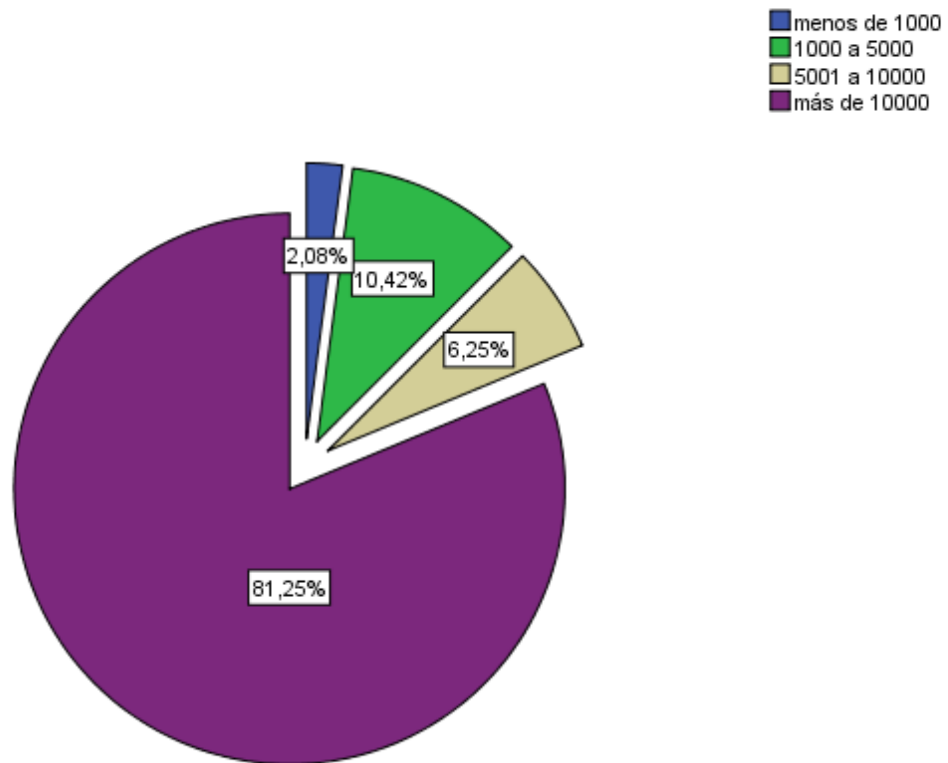
| | | |
|---|----------|----|
| N | Válidos | 96 |
| | Perdidos | 0 |

gasto_cerveza

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | menos de 1000 | 2 | 2,1 | 2,1 | 2,1 |

| | | | | |
|--------------|----|-------|-------|-------|
| 1000 a 5000 | 10 | 10,4 | 10,4 | 12,5 |
| 5001 a 10000 | 6 | 6,3 | 6,3 | 18,8 |
| más de 10000 | 78 | 81,3 | 81,3 | 100,0 |
| Total | 96 | 100,0 | 100,0 | |

gasto_cerveza



FREQUENCIES VARIABLES=momento_consumo

/BARChart PERCENT

/ORDER=ANALYSIS.

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 07:35:07 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 96 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |

| | | |
|----------|----------------------|---|
| Sintaxis | | FREQUENCIES VARIABLES=momento_consumo /BARCHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,561 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,562 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\USUARIO DE WINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros.sav

Estadísticos

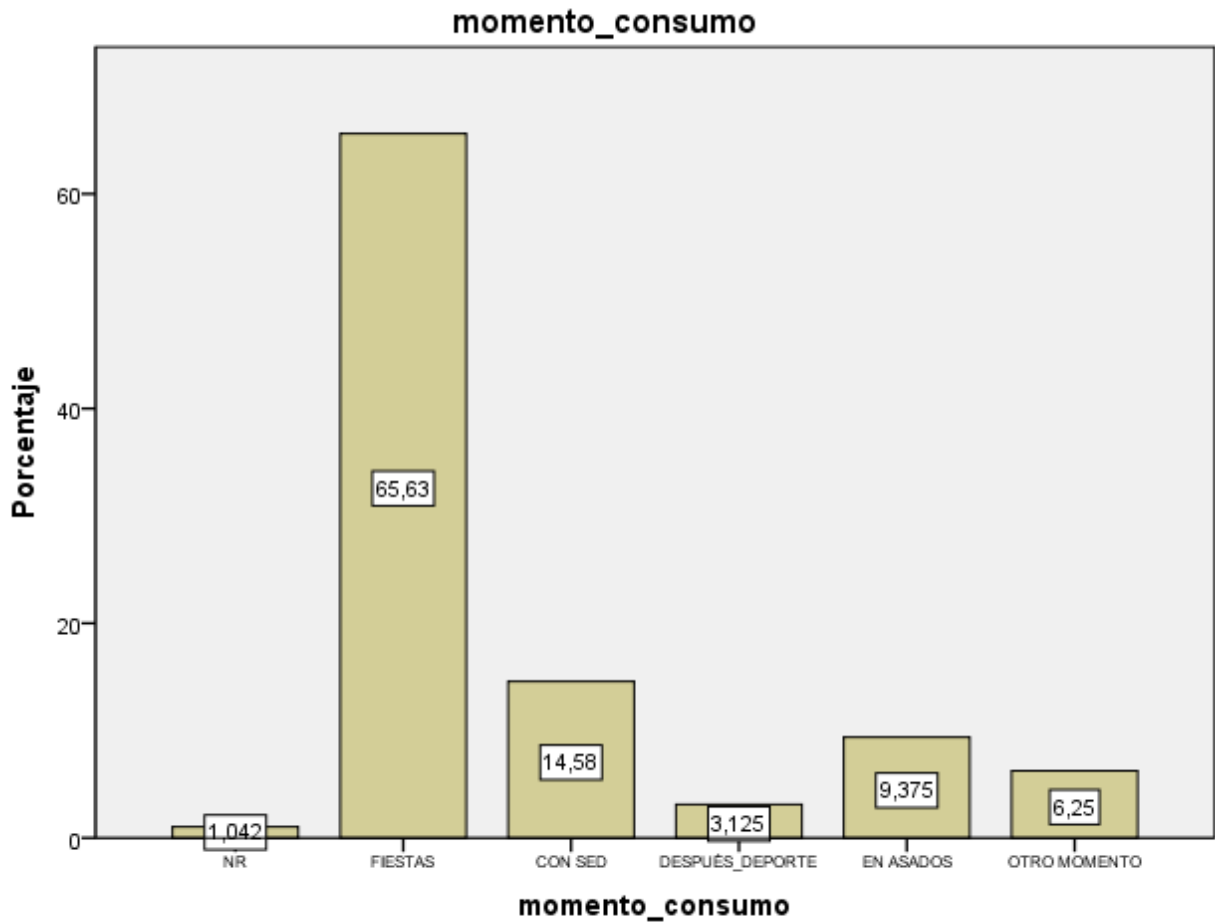
momento_consumo

| | | |
|---|----------|----|
| N | Válidos | 96 |
| | Perdidos | 0 |

momento_consumo

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|----|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | NR | 1 | 1,0 | 1,0 | 1,0 |

| | | | | |
|-----------------|----|-------|-------|-------|
| FIESTAS | 63 | 65,6 | 65,6 | 66,7 |
| CON SED | 14 | 14,6 | 14,6 | 81,3 |
| DESPUÉS_DEPORTE | 3 | 3,1 | 3,1 | 84,4 |
| EN ASADOS | 9 | 9,4 | 9,4 | 93,8 |
| OTRO MOMENTO | 6 | 6,3 | 6,3 | 100,0 |
| Total | 96 | 100,0 | 100,0 | |



FRECUENCIAS VARIABLES=Agulia_es_ideal

/BARChart PERCENT

/ORDER=ANALYSIS.

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 07:36:03 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 96 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |

| | | |
|----------|----------------------|---|
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | FREQUENCIES VARIABLES=Agulia_es_ideal /BARCHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,546 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,559 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros.sav

Estadísticos

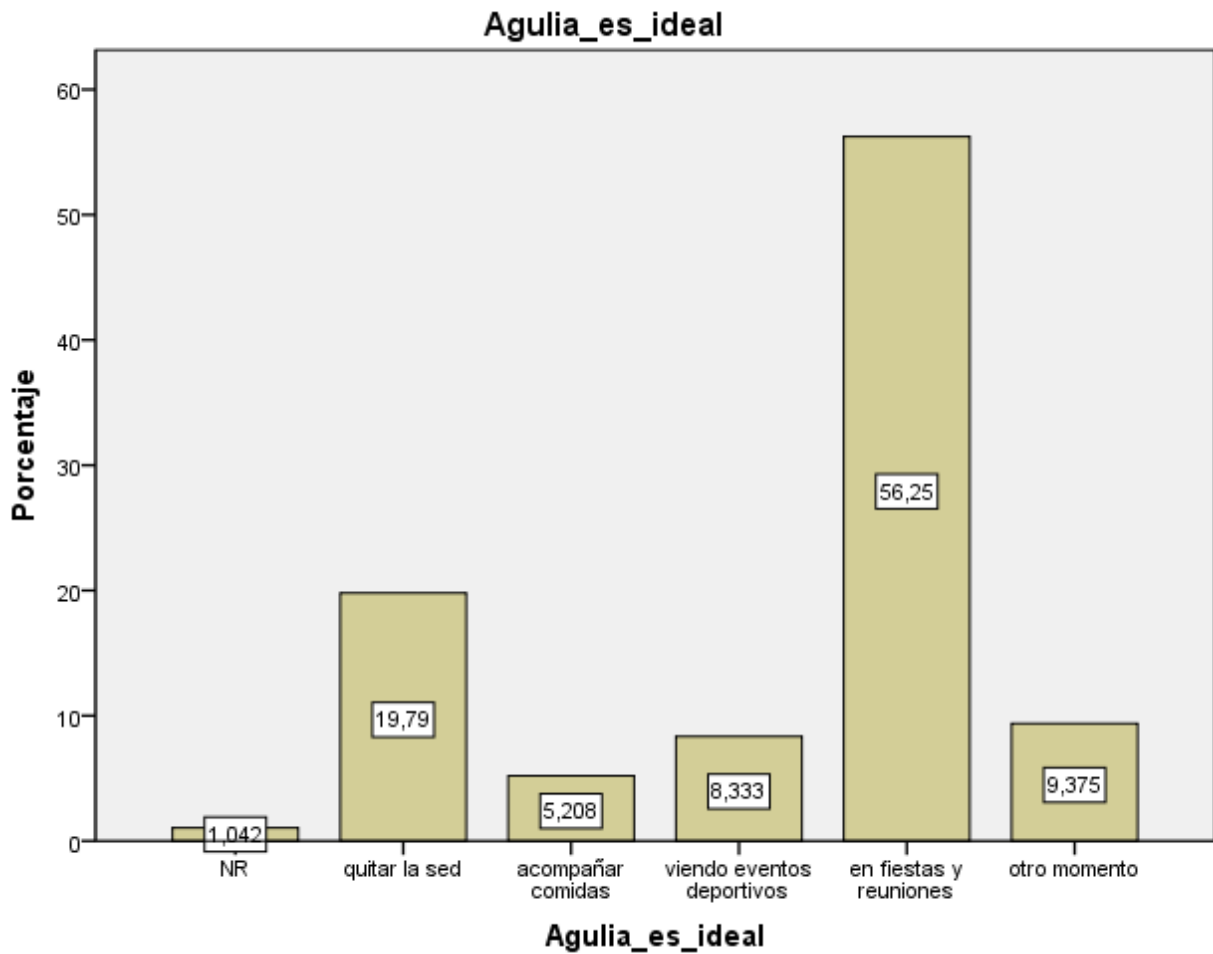
Agulia_es_ideal

| | | |
|---|----------|----|
| N | Válidos | 96 |
| | Perdidos | 0 |

Agulia_es_ideal

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | | | |

| | | | | | |
|---------|---------------------------|----|-------|-------|-------|
| Válidos | NR | 1 | 1,0 | 1,0 | 1,0 |
| | quitar la sed | 19 | 19,8 | 19,8 | 20,8 |
| | acompañar comidas | 5 | 5,2 | 5,2 | 26,0 |
| | viendo eventos deportivos | 8 | 8,3 | 8,3 | 34,4 |
| | en fiestas y reuniones | 54 | 56,3 | 56,3 | 90,6 |
| | otro momento | 9 | 9,4 | 9,4 | 100,0 |
| | Total | 96 | 100,0 | 100,0 | |



FRECUENCIAS VARIABLES=identidad_con_aguila

/PIECHART PERCENT

/ORDER=ANALYSIS.

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 07:38:40 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 96 |

| | | |
|--------------------------------------|----------------------------|--|
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | <pre> FREQUENCIES VARIABLES=identidad_con_aguila /PIECHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS. </pre> |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,718 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,716 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros.sav

Estadísticos

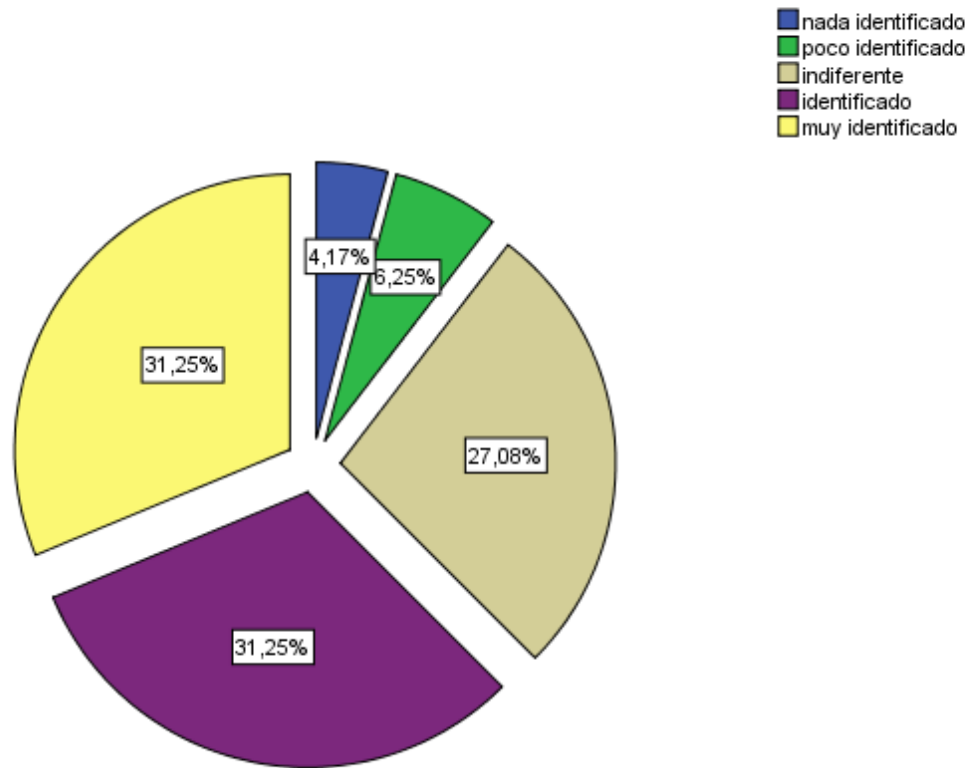
identidad_con_aguila

| | | |
|---|----------|----|
| N | Válidos | 96 |
| | Perdidos | 0 |

identidad_con_aguila

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | nada identificado | 4 | 4,2 | 4,2 | 4,2 |
| | poco identificado | 6 | 6,3 | 6,3 | 10,4 |
| | indiferente | 26 | 27,1 | 27,1 | 37,5 |
| | identificado | 30 | 31,3 | 31,3 | 68,8 |
| | muy identificado | 30 | 31,3 | 31,3 | 100,0 |
| | Total | 96 | 100,0 | 100,0 | |

identidad_con_aguila



FRECUENCIAS VARIABLES=marca

/BARChart PERCENT

/ORDER=ANALYSIS.

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------|--------------------------|---|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 16:23:59 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros_1.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|--|
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 96 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | FRECUENCIAS VARIABLES=marca /BARCHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:03,057 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:03,092 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros_1.sav

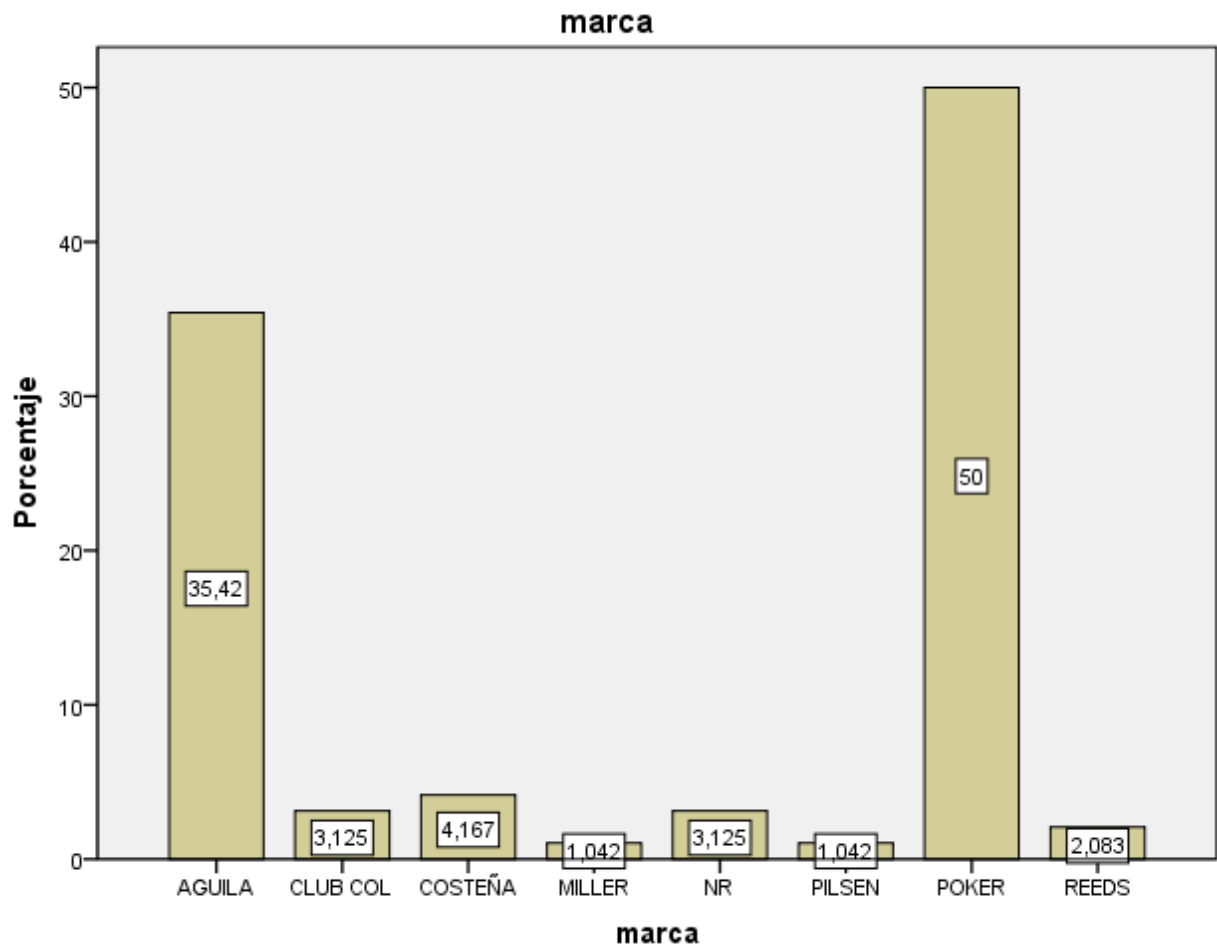
Estadísticos

marca

| | | |
|---|----------|----|
| N | Válidos | 96 |
| | Perdidos | 0 |

marca

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|----------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válidos | AGUILA | 34 | 35,4 | 35,4 | 35,4 |
| | CLUB COL | 3 | 3,1 | 3,1 | 38,5 |
| | COSTEÑA | 4 | 4,2 | 4,2 | 42,7 |
| | MILLER | 1 | 1,0 | 1,0 | 43,8 |
| | NR | 3 | 3,1 | 3,1 | 46,9 |
| | PILSEN | 1 | 1,0 | 1,0 | 47,9 |
| | POKER | 48 | 50,0 | 50,0 | 97,9 |
| | REEDS | 2 | 2,1 | 2,1 | 100,0 |
| | Total | 96 | 100,0 | 100,0 | |



FRECUENCIAS VARIABLES=otras_marcas

/BARChart PERCENT

/ORDER=ANALYSIS.

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 16:25:41 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros_1.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 96 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | FRECUENCIES VARIABLES=otras_marcas /BARCHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,562 |

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 16:25:41 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros_1.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 96 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | FRECUENCIES VARIABLES=otras_marcas /BARChart PERCENT /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,562 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,591 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros_1.sav

Estadísticos

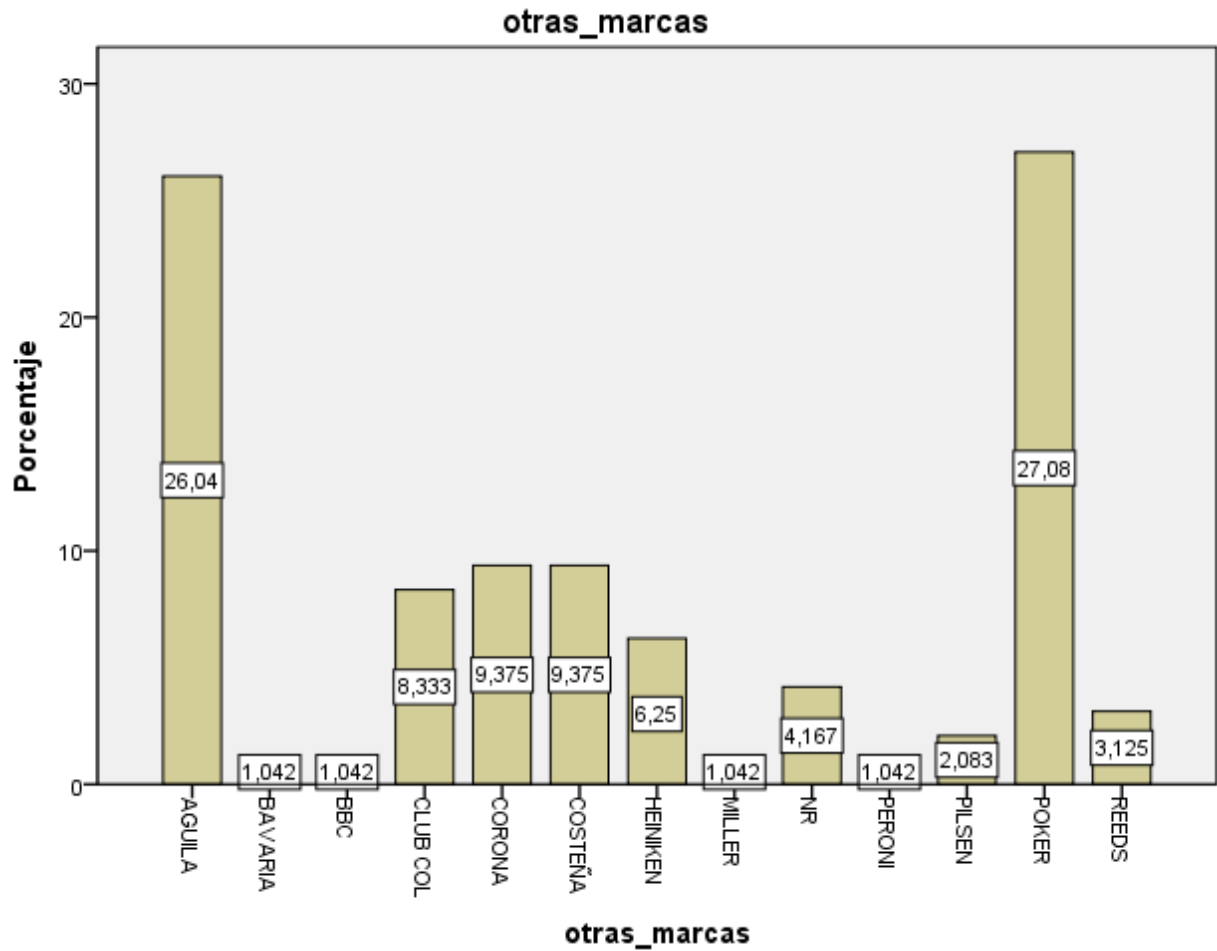
otras_marcas

| | | |
|---|----------|----|
| N | Válidos | 96 |
| | Perdidos | 0 |

otras_marcas

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | AGUILA | 25 | 26,0 | 26,0 | 26,0 |
| | BAVARIA | 1 | 1,0 | 1,0 | 27,1 |
| | BBC | 1 | 1,0 | 1,0 | 28,1 |
| | CLUB COL | 8 | 8,3 | 8,3 | 36,5 |
| | CORONA | 9 | 9,4 | 9,4 | 45,8 |
| | COSTEÑA | 9 | 9,4 | 9,4 | 55,2 |
| | HEINIKEN | 6 | 6,3 | 6,3 | 61,5 |
| | MILLER | 1 | 1,0 | 1,0 | 62,5 |
| | NR | 4 | 4,2 | 4,2 | 66,7 |
| | PERONI | 1 | 1,0 | 1,0 | 67,7 |

| | | | | |
|--------|----|-------|-------|-------|
| PILSEN | 2 | 2,1 | 2,1 | 69,8 |
| POKER | 26 | 27,1 | 27,1 | 96,9 |
| REEDS | 3 | 3,1 | 3,1 | 100,0 |
| Total | 96 | 100,0 | 100,0 | |



CROSSTABS

/TABLES=marca BY Significado_aguila

/FORMAT=AVALUE TABLES

/STATISTICS=CORR

/CELLS=COUNT COLUMN

/COUNT ROUND CELL

/BARCHART.

Tablas de contingencia

Notas

| | | |
|--------------------|--------------------------|---|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 16:30:38 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros_1.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |

| | | | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|--|-----------------|
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | | 96 |
| Tratamiento de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. | |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de las tablas se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de las tablas. | |
| Sintaxis | | CROSSTABS /TABLES=marca BY Significado_aguila /FORMAT=AVALUE TABLES /STATISTICS=CORR /CELLS=COUNT COLUMN /COUNT ROUND CELL /BARCHART. | |
| Recursos | Tiempo de procesador | | 00 00:00:00,639 |
| | Tiempo transcurrido | | 00 00:00:00,599 |
| | Dimensiones solicitadas | | 2 |
| | Casillas disponibles | | 174762 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros_1.sav

Resumen del procesamiento de los casos

| | Casos | | | | | |
|-------------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | N | Porcentaje | N | Porcentaje | N | Porcentaje |
| marca * Significado_aguila | 96 | 100,0% | 0 | ,0% | 96 | 100,0% |

Tabla de contingencia marca * Significado_aguila

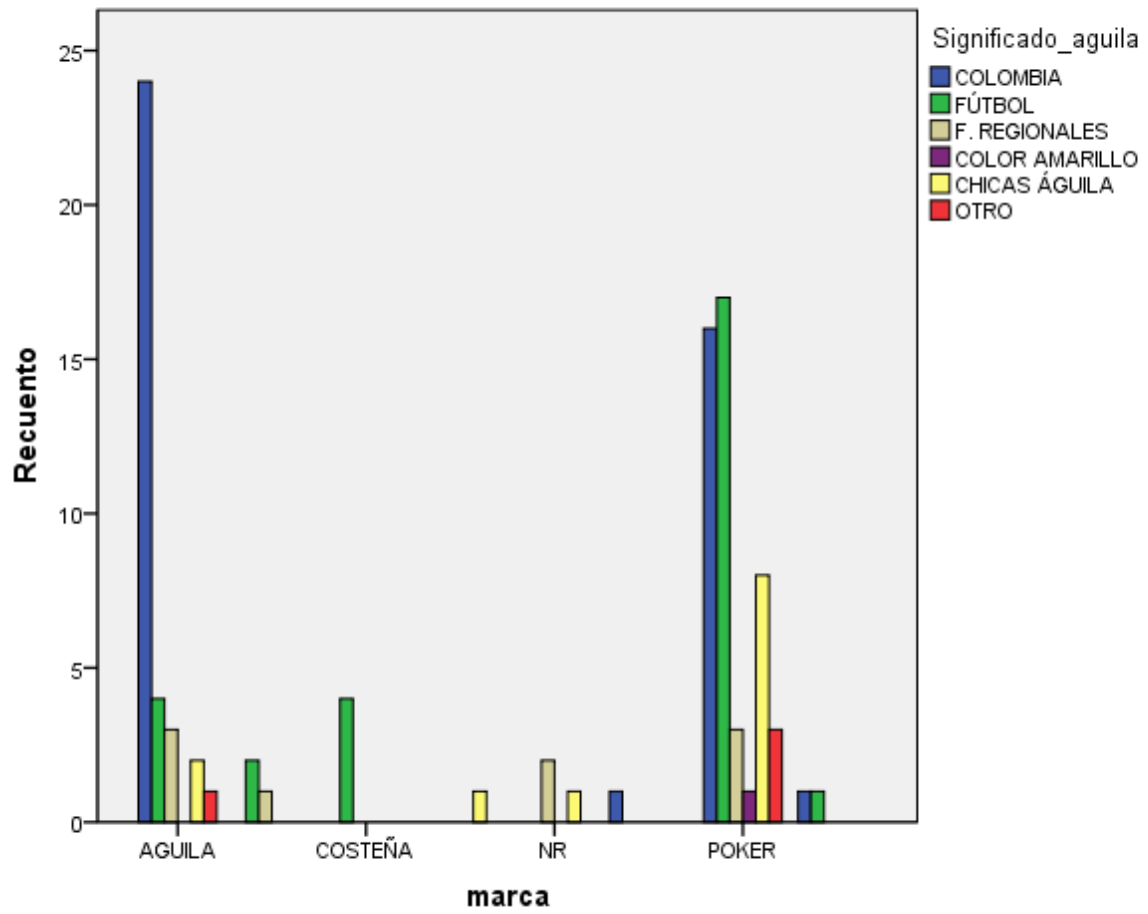
| | | | Significado_aguila | | | | | Total | |
|-------|----------|--------------------------------|--------------------|--------|------------------|-------------------|------------------|--------|--------|
| | | | COLOMBIA | FÚTBOL | F. REGIONALES | COLOR AMARILLO | CHICAS ÁGUILA | | OTRO |
| marca | AGUILA | Recuento | 24 | 4 | 3 | 0 | 2 | 1 | 34 |
| | | % dentro de Significado_aguila | 57,1% | 14,3% | 33,3% | ,0% | 16,7% | 25,0% | 35,4% |
| | CLUB COL | Recuento | 0 | 2 | 1 | 0 | 0 | 0 | 3 |
| | | % dentro de Significado_aguila | ,0% | 7,1% | 11,1% | ,0% | ,0% | ,0% | 3,1% |
| | COSTEÑA | Recuento | 0 | 4 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 |
| | | % dentro de Significado_aguila | ,0% | 14,3% | ,0% | ,0% | ,0% | ,0% | 4,2% |
| | MILLER | Recuento | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| | | % dentro de Significado_aguila | ,0% | ,0% | ,0% | ,0% | 8,3% | ,0% | 1,0% |
| | NR | Recuento | 0 | 0 | 2 | 0 | 1 | 0 | 3 |
| | | % dentro de Significado_aguila | ,0% | ,0% | 22,2% | ,0% | 8,3% | ,0% | 3,1% |
| | PILSEN | Recuento | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | | % dentro de Significado_aguila | 2,4% | ,0% | ,0% | ,0% | ,0% | ,0% | 1,0% |
| | POKER | Recuento | 16 | 17 | 3 | 1 | 8 | 3 | 48 |
| | | % dentro de Significado_aguila | 38,1% | 60,7% | 33,3% | 100,0% | 66,7% | 75,0% | 50,0% |
| | REEDS | Recuento | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 |
| | | % dentro de Significado_aguila | 2,4% | 3,6% | ,0% | ,0% | ,0% | ,0% | 2,1% |
| Total | | Recuento | 42 | 28 | 9 | 1 | 12 | 4 | 96 |
| | | % dentro de Significado_aguila | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Medidas simétricas^a

| | Valor |
|--------------------|-------|
| N de casos válidos | 96 |

a. Los estadísticos de correlación sólo son aplicables a datos numéricos.

Gráfico de barras



FRECUENCIAS VARIABLES=signi_chicas_aguila

/BARCHART PERCENT

/ORDER=ANALYSIS.

Frecuencias

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 16:37:33 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros_1.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 96 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | FRECUENCIES VARIABLES=signi_chicas_aguila /BARCHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,609 |

Notas

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 16:37:33 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros_1.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 96 |
| Manipulación de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos se basan en todos los casos con datos válidos. |
| Sintaxis | | FRECUENCIES VARIABLES=signi_chicas_aguila /BARChart PERCENT /ORDER=ANALYSIS. |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,609 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,568 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros_1.sav

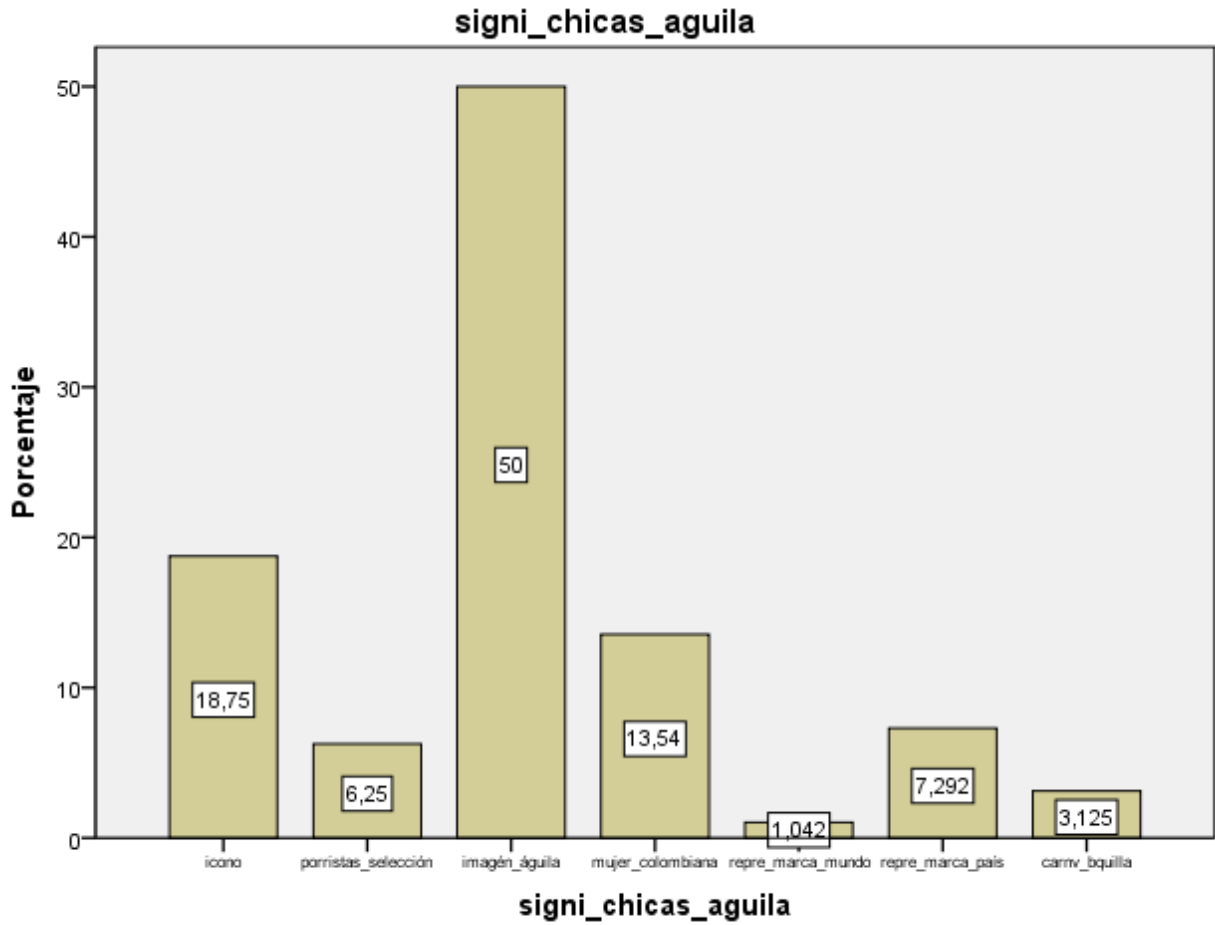
Estadísticos

signi_chicas_aguila

| | | |
|---|----------|----|
| N | Válidos | 96 |
| | Perdidos | 0 |

signi_chicas_aguila

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Icono | 18 | 18,8 | 18,8 | 18,8 |
| | porristas_selección | 6 | 6,3 | 6,3 | 25,0 |
| | imagen_águila | 48 | 50,0 | 50,0 | 75,0 |
| | mujer_colombiana | 13 | 13,5 | 13,5 | 88,5 |
| | repre_marca_mundo | 1 | 1,0 | 1,0 | 89,6 |
| | repre_marca_país | 7 | 7,3 | 7,3 | 96,9 |
| | carnev_bquilla | 3 | 3,1 | 3,1 | 100,0 |
| | Total | 96 | 100,0 | 100,0 | |



CROSSTABS

/TABLES=marca BY signi_chicas_aguila

/FORMAT=AVALUE TABLES

/STATISTICS=CORR

/CELLS=COUNT COLUMN

/COUNT ROUND CELL

/BARCHART.

Tablas de contingencia

Notas

| | | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 16:38:14 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros_1.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 96 |
| Tratamiento de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de las tablas se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de las tablas. |

| | | |
|----------|---|-----------------|
| Sintaxis | CROSSTABS | |
| | /TABLES=marca BY signi_chicas_aguila | |
| | /FORMAT=AVALUE TABLES | |
| | /STATISTICS=CORR | |
| | /CELLS=COUNT COLUMN | |
| | /COUNT ROUND CELL | |
| | /BARCHART. | |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,592 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,593 |
| | Dimensiones solicitadas | 2 |
| | Casillas disponibles | 174762 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros_1.sav

Resumen del procesamiento de los casos

| | Casos | | | | | |
|--|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | N | Porcentaje | N | Porcentaje | N | Porcentaje |
| | | | | | | |

Resumen del procesamiento de los casos

| | Casos | | | | | |
|-----------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | N | Porcentaje | N | Porcentaje | N | Porcentaje |
| marca * signi_chicas_aguila | 96 | 100,0% | 0 | ,0% | 96 | 100,0% |

Tabla de contingencia otras_marcas * signi_chicas_aguila

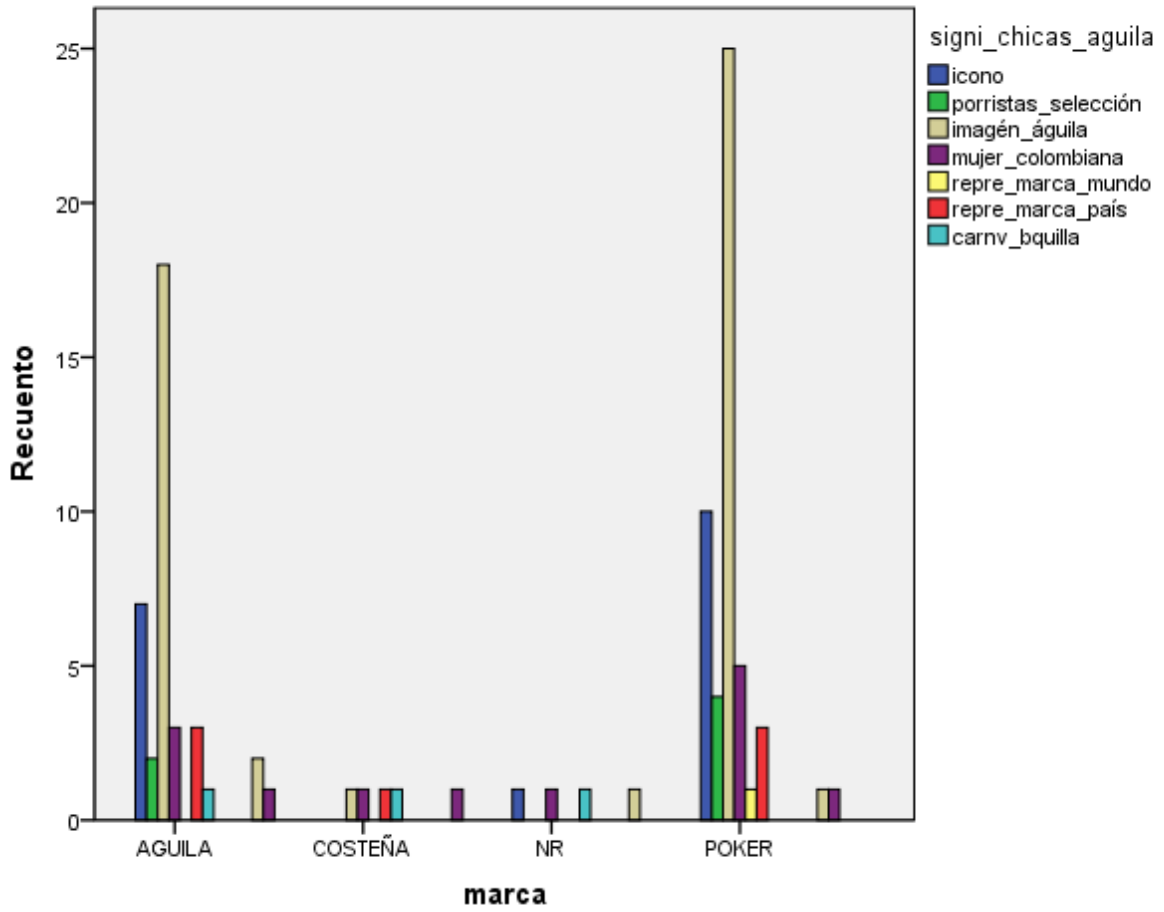
| | | | signi_chicas_aguila | | | | | | | Total |
|--------------|----------|---------------------------------|---------------------|----------------------|----------------|-------------------|---------------------|--------------------|----------------|--------|
| | | | icono | porristas_ selección | imagen_ águila | mujer_ colombiana | repre_ marca_ mundo | repre_ marca_ país | carnv_ bquilla | |
| otras_marcas | AGUILA | Recuento | 5 | 1 | 14 | 3 | 1 | 1 | 0 | 25 |
| | | % dentro de signi_chicas_aguila | 27,8% | 16,7% | 29,2% | 23,1% | 100,0% | 14,3% | ,0% | 26,0% |
| | BAVARIA | Recuento | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | | % dentro de signi_chicas_aguila | 5,6% | ,0% | ,0% | ,0% | ,0% | ,0% | ,0% | 1,0% |
| | BBC | Recuento | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | | % dentro de signi_chicas_aguila | 5,6% | ,0% | ,0% | ,0% | ,0% | ,0% | ,0% | 1,0% |
| | CLUB COL | Recuento | 1 | 1 | 6 | 0 | 0 | 0 | 0 | 8 |
| | | % dentro de signi_chicas_aguila | 5,6% | 16,7% | 12,5% | ,0% | ,0% | ,0% | ,0% | 8,3% |
| | CORONA | Recuento | 1 | 0 | 6 | 2 | 0 | 0 | 0 | 9 |
| | | % dentro de signi_chicas_aguila | 5,6% | ,0% | 12,5% | 15,4% | ,0% | ,0% | ,0% | 9,4% |
| | COSTEÑA | Recuento | 3 | 1 | 2 | 1 | 0 | 2 | 0 | 9 |
| | | % dentro de signi_chicas_aguila | 16,7% | 16,7% | 4,2% | 7,7% | ,0% | 28,6% | ,0% | 9,4% |
| | HEINIKEN | Recuento | 0 | 1 | 3 | 1 | 0 | 0 | 1 | 6 |
| | | % dentro de signi_chicas_aguila | ,0% | 16,7% | 6,3% | 7,7% | ,0% | ,0% | 33,3% | 6,3% |
| | MILLER | Recuento | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | | % dentro de signi_chicas_aguila | ,0% | ,0% | 2,1% | ,0% | ,0% | ,0% | ,0% | 1,0% |
| | NR | Recuento | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 |
| | | % dentro de signi_chicas_aguila | 11,1% | 16,7% | ,0% | 7,7% | ,0% | ,0% | ,0% | 4,2% |
| | PERONI | Recuento | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | | % dentro de signi_chicas_aguila | ,0% | ,0% | ,0% | 7,7% | ,0% | ,0% | ,0% | 1,0% |
| | PILSEN | Recuento | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 |
| | | % dentro de signi_chicas_aguila | ,0% | ,0% | 4,2% | ,0% | ,0% | ,0% | ,0% | 2,1% |
| | POKER | Recuento | 4 | 1 | 12 | 4 | 0 | 3 | 2 | 26 |
| | | % dentro de signi_chicas_aguila | 22,2% | 16,7% | 25,0% | 30,8% | ,0% | 42,9% | 66,7% | 27,1% |
| | REEDS | Recuento | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 3 |
| | | % dentro de signi_chicas_aguila | ,0% | ,0% | 4,2% | ,0% | ,0% | 14,3% | ,0% | 3,1% |
| Total | | Recuento | 18 | 6 | 48 | 13 | 1 | 7 | 3 | 96 |
| | | % dentro de signi_chicas_aguila | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Medidas simétricas^a

| | |
|--------------------|-------|
| | Valor |
| N de casos válidos | 96 |

a. Los estadísticos de correlación sólo son aplicables a datos numéricos.

Gráfico de barras



CROSSTABS

/TABLES=marca BY festiv_asociadas

/FORMAT=AVALUE TABLES

/CELLS=COUNT COLUMN

/COUNT ROUND CELL

/BARChart.

Tablas de contingencia

Notas

| | | |
|--------------------|--------------------------|---|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 16:39:26 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros_1.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |

| | | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|--|
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 96 |
| Tratamiento de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de las tablas se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de las tablas. |
| Sintaxis | | <p>CROSSTABS</p> <p>/TABLES=marca BY festiv_asociadas</p> <p>/FORMAT=AVALUE TABLES</p> <p>/CELLS=COUNT COLUMN</p> <p>/COUNT ROUND CELL</p> <p>/BARChart.</p> |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,578 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,549 |
| | Dimensiones solicitadas | 2 |
| | Casillas disponibles | 174762 |

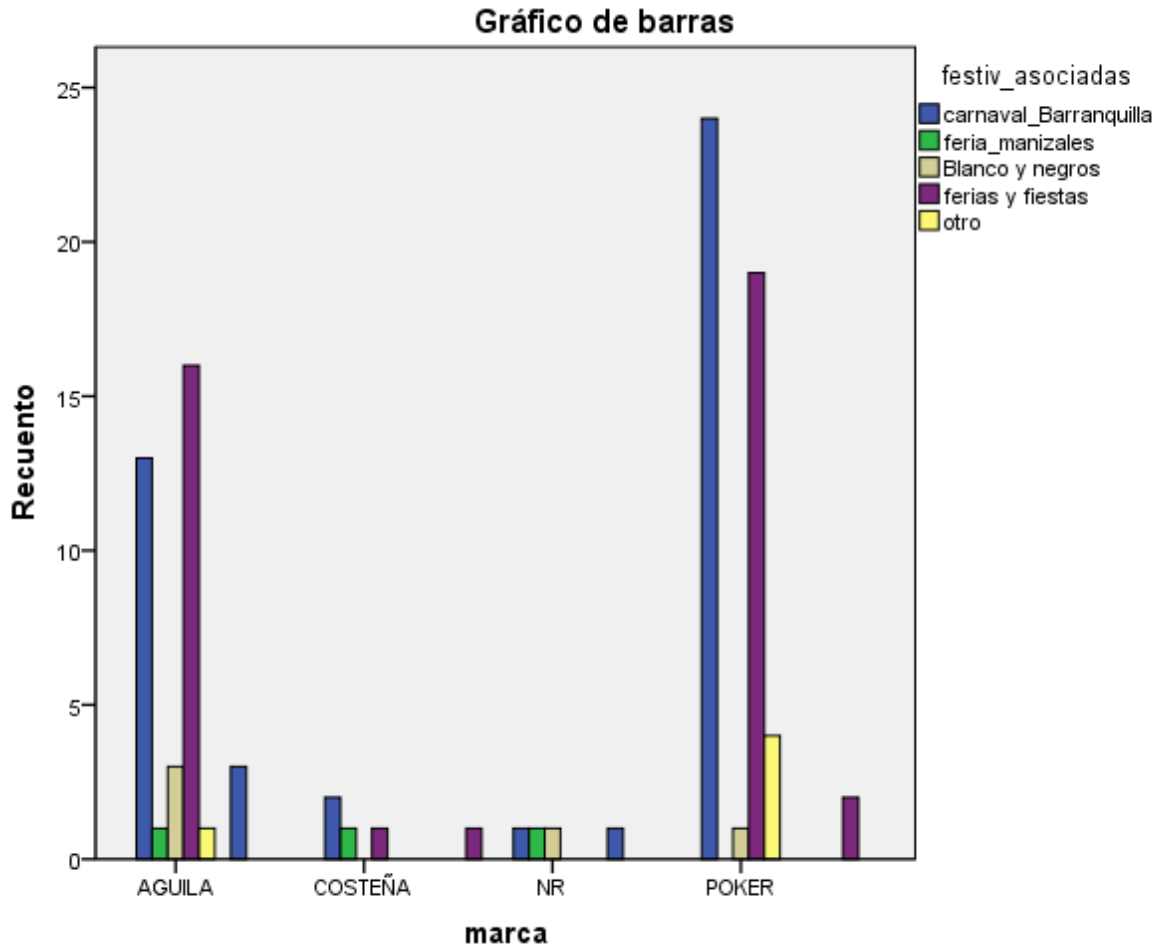
[Conjunto_de_datos1] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros_1.sav

Resumen del procesamiento de los casos

| | Casos | | | | | |
|--------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | N | Porcentaje | N | Porcentaje | N | Porcentaje |
| marca * festiv_asociadas | 96 | 100,0% | 0 | ,0% | 96 | 100,0% |

Tabla de contingencia marca * festiv_asociadas

| | | | festiv_asociadas | | | | | Total |
|-------|----------|---------------------------------|--------------------------|--------------------|--------------------|---------------------|--------|--------|
| | | | carnaval Barranquilla | feria manizales | Blanco y negros | ferias y fiestas | otro | |
| marca | AGUILA | Recuento | 13 | 1 | 3 | 16 | 1 | 34 |
| | | % dentro de festiv_asociadas | 29,5% | 33,3% | 60,0% | 41,0% | 20,0% | 35,4% |
| | CLUB COL | Recuento | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 |
| | | % dentro de festiv_asociadas | 6,8% | ,0% | ,0% | ,0% | ,0% | 3,1% |
| | COSTEÑA | Recuento | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 | 4 |
| | | % dentro de festiv_asociadas | 4,5% | 33,3% | ,0% | 2,6% | ,0% | 4,2% |
| | MILLER | Recuento | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| | | % dentro de festiv_asociadas | ,0% | ,0% | ,0% | 2,6% | ,0% | 1,0% |
| | NR | Recuento | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 3 |
| | | % dentro de festiv_asociadas | 2,3% | 33,3% | 20,0% | ,0% | ,0% | 3,1% |
| | PILSEN | Recuento | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | | % dentro de festiv_asociadas | 2,3% | ,0% | ,0% | ,0% | ,0% | 1,0% |
| | POKER | Recuento | 24 | 0 | 1 | 19 | 4 | 48 |
| | | % dentro de festiv_asociadas | 54,5% | ,0% | 20,0% | 48,7% | 80,0% | 50,0% |
| | REEDS | Recuento | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 2 |
| | | % dentro de festiv_asociadas | ,0% | ,0% | ,0% | 5,1% | ,0% | 2,1% |
| Total | | Recuento | 44 | 3 | 5 | 39 | 5 | 96 |
| | | % dentro de festiv_asociadas | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |



CROSSTABS

/TABLES=marca BY festiv_asociadas

/FORMAT=AVALUE TABLES

/STATISTICS=CHISQ

/CELLS=COUNT COLUMN

/COUNT ROUND CELL

/BARCHART.

Tablas de contingencia

Notas

| | | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 16:40:28 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros_1.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 96 |
| Tratamiento de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de las tablas se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de las tablas. |

| | | | |
|----------|-----------------------------------|--|-----------------|
| Sintaxis | CROSSTABS | | |
| | /TABLES=marca BY festiv_asociadas | | |
| | /FORMAT=AVALUE TABLES | | |
| | /STATISTICS=CHISQ | | |
| | /CELLS=COUNT COLUMN | | |
| | /COUNT ROUND CELL | | |
| | /BARCHART. | | |
| Recursos | Tiempo de procesador | | 00 00:00:00,530 |
| | Tiempo transcurrido | | 00 00:00:00,553 |
| | Dimensiones solicitadas | | 2 |
| | Casillas disponibles | | 174762 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros_1.sav

Resumen del procesamiento de los casos

| | Casos | | | | | |
|--------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | N | Porcentaje | N | Porcentaje | N | Porcentaje |
| marca * festiv_asociadas | 96 | 100,0% | 0 | ,0% | 96 | 100,0% |

Tabla de contingencia marca * festiv_asociadas

| | | | festiv_asociadas | | | | | Total |
|-------|----------|---------------------------------|--------------------------|---------------------|--------------------|---------------------|--------|--------|
| | | | carnaval Barranquilla | feria_ manizales | Blanco y negros | ferias y fiestas | otro | |
| marca | AGUILA | Recuento | 13 | 1 | 3 | 16 | 1 | 34 |
| | | % dentro de festiv_asociadas | 29,5% | 33,3% | 60,0% | 41,0% | 20,0% | 35,4% |
| | CLUB COL | Recuento | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 |
| | | % dentro de festiv_asociadas | 6,8% | ,0% | ,0% | ,0% | ,0% | 3,1% |
| | COSTEÑA | Recuento | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 | 4 |
| | | % dentro de festiv_asociadas | 4,5% | 33,3% | ,0% | 2,6% | ,0% | 4,2% |
| | MILLER | Recuento | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| | | % dentro de festiv_asociadas | ,0% | ,0% | ,0% | 2,6% | ,0% | 1,0% |
| | NR | Recuento | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 3 |
| | | % dentro de festiv_asociadas | 2,3% | 33,3% | 20,0% | ,0% | ,0% | 3,1% |
| | PILSEN | Recuento | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | | % dentro de festiv_asociadas | 2,3% | ,0% | ,0% | ,0% | ,0% | 1,0% |
| | POKER | Recuento | 24 | 0 | 1 | 19 | 4 | 48 |
| | | % dentro de festiv_asociadas | 54,5% | ,0% | 20,0% | 48,7% | 80,0% | 50,0% |
| | REEDS | Recuento | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 2 |
| | | % dentro de festiv_asociadas | ,0% | ,0% | ,0% | 5,1% | ,0% | 2,1% |
| Total | | Recuento | 44 | 3 | 5 | 39 | 5 | 96 |
| | | % dentro de festiv_asociadas | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Pruebas de chi-cuadrado

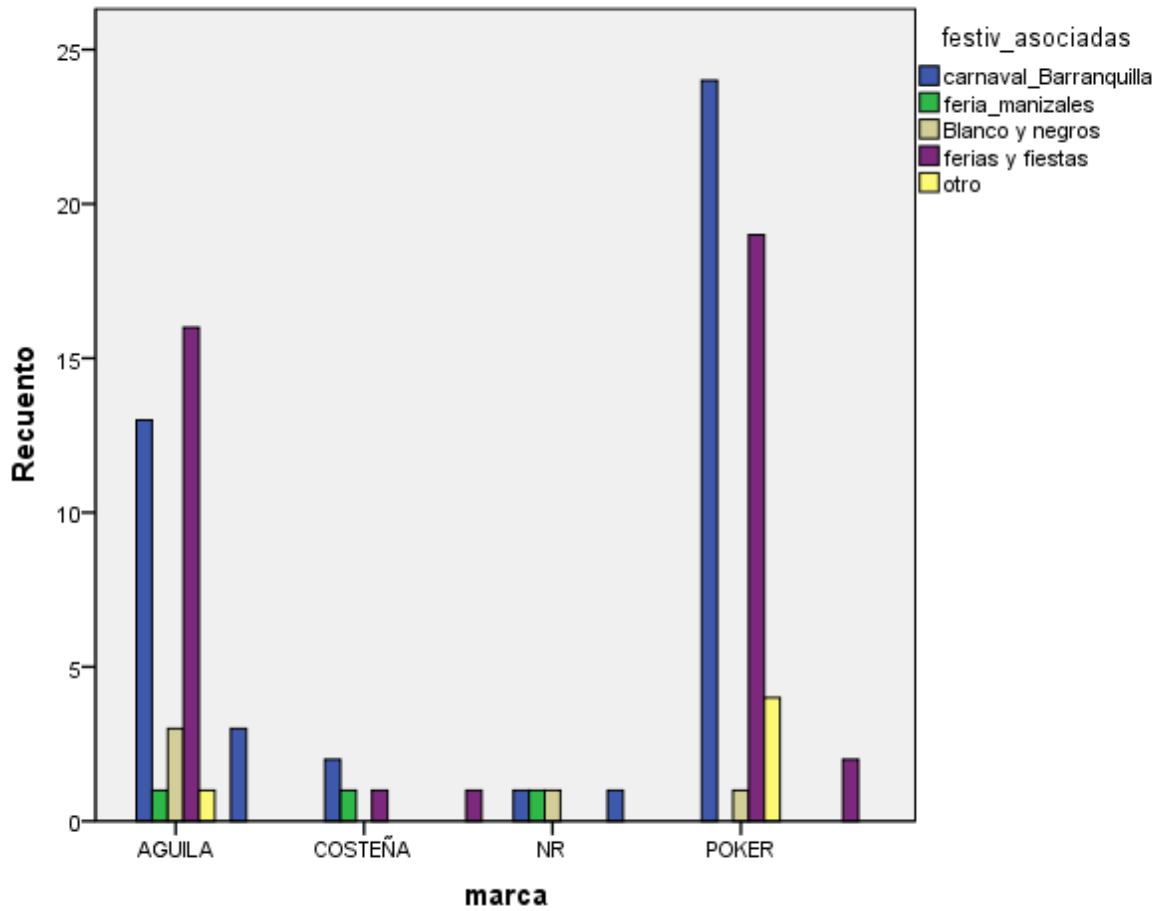
| | Valor | gl | Sig. asintótica (bilateral) |
|--------------------------|---------------------|----|--------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson | 36,165 ^a | 28 | ,138 |
| Razón de verosimilitudes | 29,999 | 28 | ,363 |
| N de casos válidos | 96 | | |

Pruebas de chi-cuadrado

| | Valor | gl | Sig. asintótica (bilateral) |
|--------------------------|---------------------|----|--------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson | 36,165 ^a | 28 | ,138 |
| Razón de verosimilitudes | 29,999 | 28 | ,363 |
| N de casos válidos | 96 | | |

a. 36 casillas (90,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,03.

Gráfico de barras



Tablas de contingencia

Notas

| | | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 16:44:07 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros_1.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 96 |
| Tratamiento de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de las tablas se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de las tablas. |

| | | | |
|----------|--------------------------------------|--|-----------------|
| Sintaxis | CROSSTABS | | |
| | /TABLES=marca BY deport_asociados | | |
| | /FORMAT=AVALUE TABLES | | |
| | /CELLS=COUNT COLUMN | | |
| | /COUNT ROUND CELL | | |
| | /BARChart. | | |
| Recursos | Tiempo de procesador | | 00 00:00:00,780 |
| | Tiempo transcurrido | | 00 00:00:00,801 |
| | Dimensiones solicitadas | | 2 |
| | Casillas disponibles | | 174762 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros_1.sav

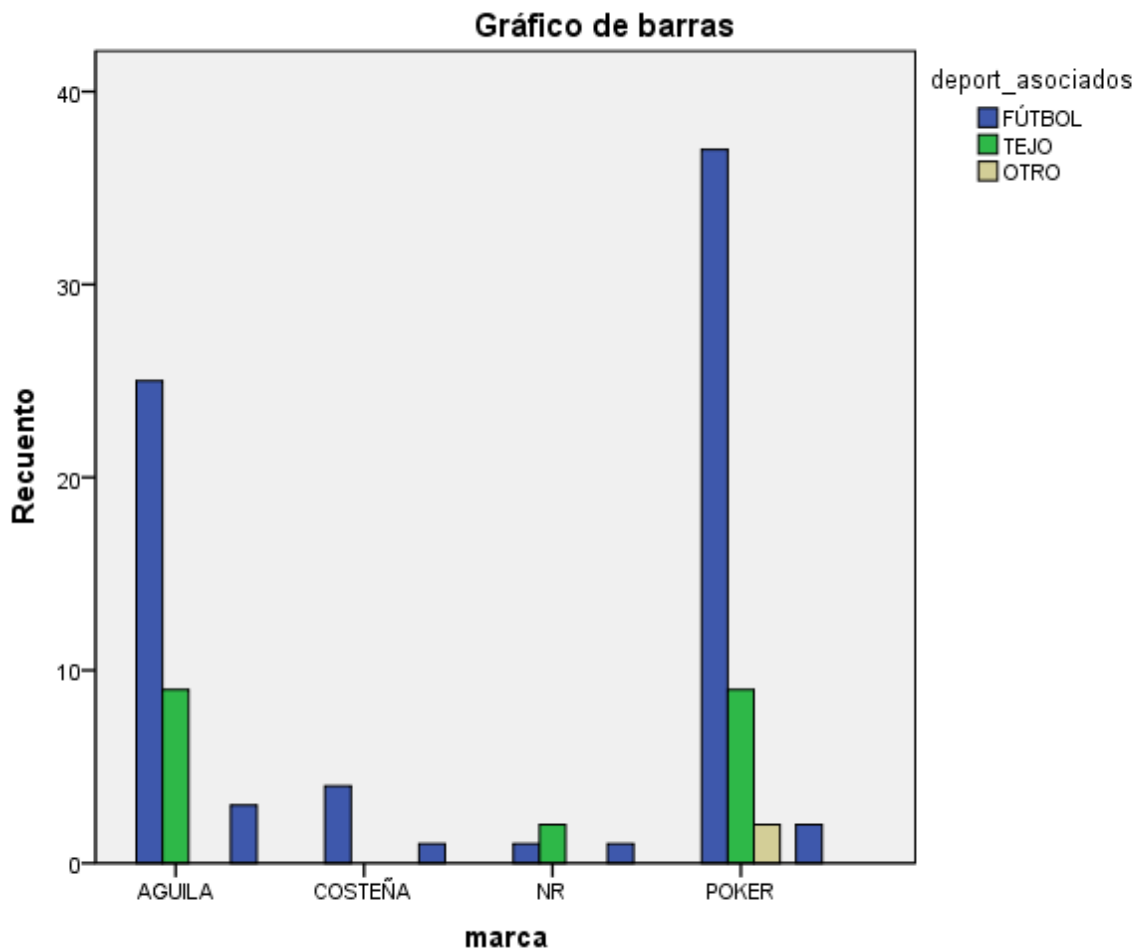
Resumen del procesamiento de los casos

| | Casos | | | | | |
|--------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | N | Porcentaje | N | Porcentaje | N | Porcentaje |
| marca * deport_asociados | 96 | 100,0% | 0 | ,0% | 96 | 100,0% |

Tabla de contingencia marca * deport_asociados

| | | | deport_asociados | | | Total |
|-------|----------|------------------------------|------------------|-------|------|-------|
| | | | FÚTBOL | TEJO | OTRO | |
| marca | AGUILA | Recuento | 25 | 9 | 0 | 34 |
| | | % dentro de deport_asociados | 33,8% | 45,0% | ,0% | 35,4% |
| | CLUB COL | Recuento | 3 | 0 | 0 | 3 |
| | | % dentro de deport_asociados | 4,1% | ,0% | ,0% | 3,1% |
| | COSTEÑA | Recuento | 4 | 0 | 0 | 4 |
| | | % dentro de deport_asociados | 5,4% | ,0% | ,0% | 4,2% |
| | MILLER | Recuento | 1 | 0 | 0 | 1 |
| | | % dentro de deport_asociados | 1,4% | ,0% | ,0% | 1,0% |
| | NR | Recuento | 1 | 2 | 0 | 3 |
| | | % dentro de deport_asociados | 1,4% | 10,0% | ,0% | 3,1% |
| | PILSEN | Recuento | 1 | 0 | 0 | 1 |
| | | % dentro de deport_asociados | 1,4% | ,0% | ,0% | 1,0% |
| | POKER | Recuento | 37 | 9 | 2 | 48 |

| | | | | | |
|-------|------------------------------|--------|--------|--------|--------|
| | % dentro de deport_asociados | 50,0% | 45,0% | 100,0% | 50,0% |
| REEDS | Recuento | 2 | 0 | 0 | 2 |
| | % dentro de deport_asociados | 2,7% | ,0% | ,0% | 2,1% |
| Total | Recuento | 74 | 20 | 2 | 96 |
| | % dentro de deport_asociados | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |



CROSSTABS

/TABLES=marca BY identidad_con_aguila

/FORMAT=AVALUE TABLES

/CELLS=COUNT COLUMN

/COUNT ROUND CELL

/BARChart.

Tablas de contingencia

Notas

| | | |
|--------------------|--------------------------|---|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 16:45:37 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros_1.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |

| | | | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|--|-----------------|
| | Segmentar archivo | <ninguno> | |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | | 96 |
| Tratamiento de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. | |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de las tablas se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de las tablas. | |
| Sintaxis | | CROSSTABS /TABLES=marca BY identidad_con_aguila /FORMAT=AVALUE TABLES /CELLS=COUNT COLUMN /COUNT ROUND CELL /BARCHART. | |
| Recursos | Tiempo de procesador | | 00 00:00:00,780 |
| | Tiempo transcurrido | | 00 00:00:00,753 |
| | Dimensiones solicitadas | | 2 |
| | Casillas disponibles | | 174762 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros_1.sav

Resumen del procesamiento de los casos

| | Casos | | | | | |
|---------------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | N | Porcentaje | N | Porcentaje | N | Porcentaje |
| marca * identidad_con_aguila | 96 | 100,0% | 0 | ,0% | 96 | 100,0% |

Tabla de contingencia marca * identidad_con_aguila

| | | | identidad_con_aguila | | |
|----------|--------|-------------------------------------|----------------------|----------------------|-------------|
| | | | nada identificado | poco identificado | indiferente |
| marca | AGUILA | Recuento | 0 | 2 | 7 |
| | | % dentro de identidad_con_aguila | ,0% | 33,3% | 26,9% |
| CLUB COL | | Recuento | 0 | 0 | 2 |
| | | % dentro de identidad_con_aguila | ,0% | ,0% | 7,7% |
| COSTEÑA | | Recuento | 0 | 0 | 2 |
| | | % dentro de identidad_con_aguila | ,0% | ,0% | 7,7% |
| MILLER | | Recuento | 0 | 0 | 0 |
| | | % dentro de identidad_con_aguila | ,0% | ,0% | ,0% |

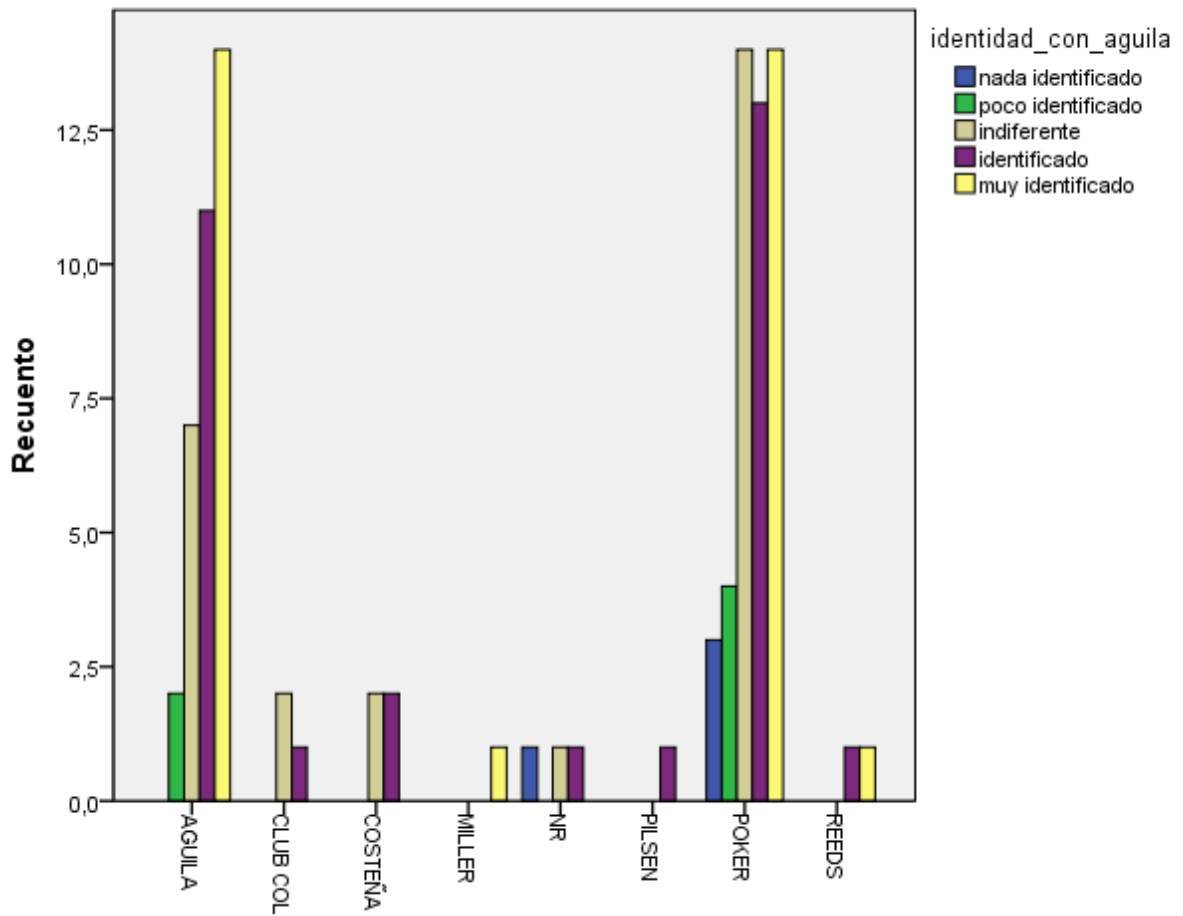
| | | | | |
|--------|-------------------------------------|--------|--------|--------|
| NR | Recuento | 1 | 0 | 1 |
| | % dentro de identidad_con_aguila | 25,0% | ,0% | 3,8% |
| PILSEN | Recuento | 0 | 0 | 0 |
| | % dentro de identidad_con_aguila | ,0% | ,0% | ,0% |
| POKER | Recuento | 3 | 4 | 14 |
| | % dentro de identidad_con_aguila | 75,0% | 66,7% | 53,8% |
| REEDS | Recuento | 0 | 0 | 0 |
| | % dentro de identidad_con_aguila | ,0% | ,0% | ,0% |
| Total | Recuento | 4 | 6 | 26 |
| | % dentro de identidad_con_aguila | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Tabla de contingencia marca * identidad_con_aguila

| | | | identidad_con_aguila | | Total |
|-------|----------|-------------------------------------|----------------------|------------------|-------|
| | | | identificado | muy identificado | |
| marca | AGUILA | Recuento | 11 | 14 | 34 |
| | | % dentro de identidad_con_aguila | 36,7% | 46,7% | 35,4% |
| | CLUB COL | Recuento | 1 | 0 | 3 |
| | | % dentro de identidad_con_aguila | 3,3% | ,0% | 3,1% |

| | | | | |
|---------|-------------------------------------|--------|--------|--------|
| COSTEÑA | Recuento | 2 | 0 | 4 |
| | % dentro de identidad_con_aguila | 6,7% | ,0% | 4,2% |
| MILLER | Recuento | 0 | 1 | 1 |
| | % dentro de identidad_con_aguila | ,0% | 3,3% | 1,0% |
| NR | Recuento | 1 | 0 | 3 |
| | % dentro de identidad_con_aguila | 3,3% | ,0% | 3,1% |
| PILSEN | Recuento | 1 | 0 | 1 |
| | % dentro de identidad_con_aguila | 3,3% | ,0% | 1,0% |
| POKER | Recuento | 13 | 14 | 48 |
| | % dentro de identidad_con_aguila | 43,3% | 46,7% | 50,0% |
| REEDS | Recuento | 1 | 1 | 2 |
| | % dentro de identidad_con_aguila | 3,3% | 3,3% | 2,1% |
| Total | Recuento | 30 | 30 | 96 |
| | % dentro de identidad_con_aguila | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Gráfico de barras



CROSSTABS

/TABLES=otras_marcas BY Significado_aguila

/FORMAT=AVALUE TABLES

/CELLS=COUNT COLUMN

/COUNT ROUND CELL

/BARCHART.

Tablas de contingencia

Notas

| | | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 16:46:54 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros_1.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 96 |
| Tratamiento de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de las tablas se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de las tablas. |

| | | | |
|----------|--|--|-----------------|
| Sintaxis | CROSSTABS | | |
| | /TABLES=otras_marcas BY Significado_aguila | | |
| | /FORMAT=AVALUE TABLES | | |
| | /CELLS=COUNT COLUMN | | |
| | /COUNT ROUND CELL | | |
| | /BARCHART. | | |
| Recursos | Tiempo de procesador | | 00 00:00:00,561 |
| | Tiempo transcurrido | | 00 00:00:00,556 |
| | Dimensiones solicitadas | | 2 |
| | Casillas disponibles | | 174762 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros_1.sav

Resumen del procesamiento de los casos

| | Casos | | | | | |
|--------------------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | N | Porcentaje | N | Porcentaje | N | Porcentaje |
| otras_marcas * Significado_aguila | 96 | 100,0% | 0 | ,0% | 96 | 100,0% |

Tabla de contingencia otras_marcas * Significado_aguila

| | | | Significado_aguila | | |
|--------------|----------|--------------------------------|--------------------|--------|------------------|
| | | | COLOMBIA | FÚTBOL | F. REGIONALES |
| otras_marcas | AGUILA | Recuento | 9 | 9 | 1 |
| | | % dentro de Significado_aguila | 21,4% | 32,1% | 11,1% |
| | BAVARIA | Recuento | 0 | 0 | 1 |
| | | % dentro de Significado_aguila | ,0% | ,0% | 11,1% |
| | BBC | Recuento | 0 | 0 | 0 |
| | | % dentro de Significado_aguila | ,0% | ,0% | ,0% |
| | CLUB COL | Recuento | 5 | 2 | 0 |
| | | % dentro de Significado_aguila | 11,9% | 7,1% | ,0% |
| | CORONA | Recuento | 4 | 2 | 2 |
| | | % dentro de Significado_aguila | 9,5% | 7,1% | 22,2% |
| | COSTEÑA | Recuento | 5 | 2 | 1 |
| | | % dentro de Significado_aguila | 11,9% | 7,1% | 11,1% |
| | HEINIKEN | Recuento | 1 | 4 | 1 |

| | | | | |
|--------|-----------------------------------|--------|--------|--------|
| | % dentro de Significado_aguila | 2,4% | 14,3% | 11,1% |
| MILLER | Recuento | 1 | 0 | 0 |
| | % dentro de Significado_aguila | 2,4% | ,0% | ,0% |
| NR | Recuento | 1 | 1 | 1 |
| | % dentro de Significado_aguila | 2,4% | 3,6% | 11,1% |
| PERONI | Recuento | 0 | 0 | 0 |
| | % dentro de Significado_aguila | ,0% | ,0% | ,0% |
| PILSEN | Recuento | 1 | 0 | 0 |
| | % dentro de Significado_aguila | 2,4% | ,0% | ,0% |
| POKER | Recuento | 14 | 8 | 1 |
| | % dentro de Significado_aguila | 33,3% | 28,6% | 11,1% |
| REEDS | Recuento | 1 | 0 | 1 |
| | % dentro de Significado_aguila | 2,4% | ,0% | 11,1% |
| Total | Recuento | 42 | 28 | 9 |
| | % dentro de Significado_aguila | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Tabla de contingencia otras_marcas * Significado_aguila

| | |
|--|--------------------|
| | Significado_aguila |
|--|--------------------|

| | | | COLOR AMARILLO | CHICAS ÁGUILA |
|--------------|--------|-----------------------------------|-------------------|------------------|
| otras_marcas | AGUILA | Recuento | 1 | 4 |
| | | % dentro de Significado_aguila | 100,0% | 33,3% |
| BAVARIA | | Recuento | 0 | 0 |
| | | % dentro de Significado_aguila | ,0% | ,0% |
| BBC | | Recuento | 0 | 1 |
| | | % dentro de Significado_aguila | ,0% | 8,3% |
| CLUB COL | | Recuento | 0 | 1 |
| | | % dentro de Significado_aguila | ,0% | 8,3% |
| CORONA | | Recuento | 0 | 0 |
| | | % dentro de Significado_aguila | ,0% | ,0% |
| COSTEÑA | | Recuento | 0 | 1 |
| | | % dentro de Significado_aguila | ,0% | 8,3% |
| HEINIKEN | | Recuento | 0 | 0 |
| | | % dentro de Significado_aguila | ,0% | ,0% |
| MILLER | | Recuento | 0 | 0 |
| | | % dentro de Significado_aguila | ,0% | ,0% |

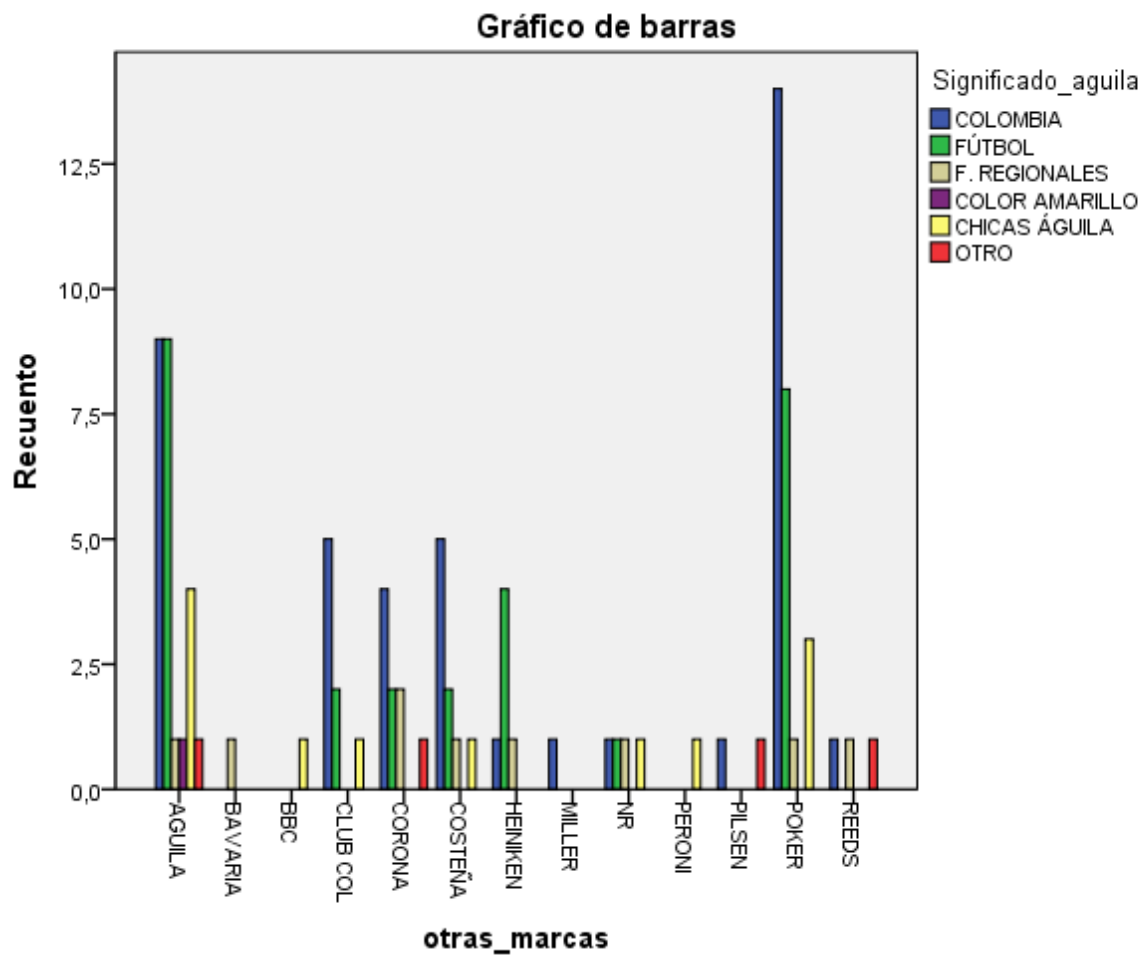
| | | | |
|--------|--------------------------------|--------|--------|
| NR | Recuento | 0 | 1 |
| | % dentro de Significado_aguila | ,0% | 8,3% |
| PERONI | Recuento | 0 | 1 |
| | % dentro de Significado_aguila | ,0% | 8,3% |
| PILSEN | Recuento | 0 | 0 |
| | % dentro de Significado_aguila | ,0% | ,0% |
| POKER | Recuento | 0 | 3 |
| | % dentro de Significado_aguila | ,0% | 25,0% |
| REEDS | Recuento | 0 | 0 |
| | % dentro de Significado_aguila | ,0% | ,0% |
| Total | Recuento | 1 | 12 |
| | % dentro de Significado_aguila | 100,0% | 100,0% |

Tabla de contingencia otras_marcas * Significado_aguila

| | | | Significado_aguila | Total |
|--------------|--------|--------------------------------|--------------------|-------|
| | | | OTRO | |
| otras_marcas | AGUILA | Recuento | 1 | 25 |
| | | % dentro de Significado_aguila | 25,0% | 26,0% |

| | | | |
|----------|--------------------------------|-------|------|
| BAVARIA | Recuento | 0 | 1 |
| | % dentro de Significado_aguila | ,0% | 1,0% |
| BBC | Recuento | 0 | 1 |
| | % dentro de Significado_aguila | ,0% | 1,0% |
| CLUB COL | Recuento | 0 | 8 |
| | % dentro de Significado_aguila | ,0% | 8,3% |
| CORONA | Recuento | 1 | 9 |
| | % dentro de Significado_aguila | 25,0% | 9,4% |
| COSTEÑA | Recuento | 0 | 9 |
| | % dentro de Significado_aguila | ,0% | 9,4% |
| HEINIKEN | Recuento | 0 | 6 |
| | % dentro de Significado_aguila | ,0% | 6,3% |
| MILLER | Recuento | 0 | 1 |
| | % dentro de Significado_aguila | ,0% | 1,0% |
| NR | Recuento | 0 | 4 |
| | % dentro de Significado_aguila | ,0% | 4,2% |
| PERONI | Recuento | 0 | 1 |

| | | | |
|--------|-----------------------------------|--------|--------|
| | % dentro de Significado_aguila | ,0% | 1,0% |
| PILSEN | Recuento | 1 | 2 |
| | % dentro de Significado_aguila | 25,0% | 2,1% |
| POKER | Recuento | 0 | 26 |
| | % dentro de Significado_aguila | ,0% | 27,1% |
| REEDS | Recuento | 1 | 3 |
| | % dentro de Significado_aguila | 25,0% | 3,1% |
| Total | Recuento | 4 | 96 |
| | % dentro de Significado_aguila | 100,0% | 100,0% |



CROSSTABS

/TABLES=otras_marcas BY signi_chicas_aguila

/FORMAT=AVALUE TABLES

/CELLS=COUNT COLUMN

/COUNT ROUND CELL

/BARChart.

Tablas de contingencia

Notas

| | | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 16:47:20 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros_1.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 96 |
| Tratamiento de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de las tablas se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de las tablas. |

| | | | |
|----------|--|--|-----------------|
| Sintaxis | CROSSTABS | | |
| | /TABLES=otras_marcas BY signi_chicas_aguila | | |
| | /FORMAT=AVALUE TABLES | | |
| | /CELLS=COUNT COLUMN | | |
| | /COUNT ROUND CELL | | |
| | /BARCHART. | | |
| Recursos | Tiempo de procesador | | 00 00:00:00,592 |
| | Tiempo transcurrido | | 00 00:00:00,635 |
| | Dimensiones solicitadas | | 2 |
| | Casillas disponibles | | 174762 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros_1.sav

Resumen del procesamiento de los casos

| | Casos | | | | | |
|---------------------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | N | Porcentaje | N | Porcentaje | N | Porcentaje |
| otras_marcas * signi_chicas_aguila | 96 | 100,0% | 0 | ,0% | 96 | 100,0% |

Tabla de contingencia otras_marcas * signi_chicas_aguila

| | | | signi_chicas_aguila | | |
|--------------|----------|---------------------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| | | | icono | porristas_selección | imagen_águila |
| otras_marcas | AGUILA | Recuento | 5 | 1 | 14 |
| | | % dentro de signi_chicas_aguila | 27,8% | 16,7% | 29,2% |
| | BAVARIA | Recuento | 1 | 0 | 0 |
| | | % dentro de signi_chicas_aguila | 5,6% | ,0% | ,0% |
| | BBC | Recuento | 1 | 0 | 0 |
| | | % dentro de signi_chicas_aguila | 5,6% | ,0% | ,0% |
| | CLUB COL | Recuento | 1 | 1 | 6 |
| | | % dentro de signi_chicas_aguila | 5,6% | 16,7% | 12,5% |
| | CORONA | Recuento | 1 | 0 | 6 |
| | | % dentro de signi_chicas_aguila | 5,6% | ,0% | 12,5% |
| | COSTEÑA | Recuento | 3 | 1 | 2 |
| | | % dentro de signi_chicas_aguila | 16,7% | 16,7% | 4,2% |
| | HEINIKEN | Recuento | 0 | 1 | 3 |

| | | | | |
|--------|------------------------------------|--------|--------|--------|
| | % dentro de signi_chicas_aguila | ,0% | 16,7% | 6,3% |
| MILLER | Recuento | 0 | 0 | 1 |
| | % dentro de signi_chicas_aguila | ,0% | ,0% | 2,1% |
| NR | Recuento | 2 | 1 | 0 |
| | % dentro de signi_chicas_aguila | 11,1% | 16,7% | ,0% |
| PERONI | Recuento | 0 | 0 | 0 |
| | % dentro de signi_chicas_aguila | ,0% | ,0% | ,0% |
| PILSEN | Recuento | 0 | 0 | 2 |
| | % dentro de signi_chicas_aguila | ,0% | ,0% | 4,2% |
| POKER | Recuento | 4 | 1 | 12 |
| | % dentro de signi_chicas_aguila | 22,2% | 16,7% | 25,0% |
| REEDS | Recuento | 0 | 0 | 2 |
| | % dentro de signi_chicas_aguila | ,0% | ,0% | 4,2% |
| Total | Recuento | 18 | 6 | 48 |
| | % dentro de signi_chicas_aguila | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Tabla de contingencia otras_marcas * signi_chicas_aguila

| | |
|--|---------------------|
| | signi_chicas_aguila |
|--|---------------------|

| | | | mujer_colombiana | repre_marca_mundo |
|--------------|--------|---------------------------------|------------------|-------------------|
| otras_marcas | AGUILA | Recuento | 3 | 1 |
| | | % dentro de signi_chicas_aguila | 23,1% | 100,0% |
| BAVARIA | | Recuento | 0 | 0 |
| | | % dentro de signi_chicas_aguila | ,0% | ,0% |
| BBC | | Recuento | 0 | 0 |
| | | % dentro de signi_chicas_aguila | ,0% | ,0% |
| CLUB COL | | Recuento | 0 | 0 |
| | | % dentro de signi_chicas_aguila | ,0% | ,0% |
| CORONA | | Recuento | 2 | 0 |
| | | % dentro de signi_chicas_aguila | 15,4% | ,0% |
| COSTEÑA | | Recuento | 1 | 0 |
| | | % dentro de signi_chicas_aguila | 7,7% | ,0% |
| HEINIKEN | | Recuento | 1 | 0 |
| | | % dentro de signi_chicas_aguila | 7,7% | ,0% |
| MILLER | | Recuento | 0 | 0 |
| | | % dentro de signi_chicas_aguila | ,0% | ,0% |

| | | | |
|--------|------------------------------------|--------|--------|
| NR | Recuento | 1 | 0 |
| | % dentro de signi_chicas_aguila | 7,7% | ,0% |
| PERONI | Recuento | 1 | 0 |
| | % dentro de signi_chicas_aguila | 7,7% | ,0% |
| PILSEN | Recuento | 0 | 0 |
| | % dentro de signi_chicas_aguila | ,0% | ,0% |
| POKER | Recuento | 4 | 0 |
| | % dentro de signi_chicas_aguila | 30,8% | ,0% |
| REEDS | Recuento | 0 | 0 |
| | % dentro de signi_chicas_aguila | ,0% | ,0% |
| Total | Recuento | 13 | 1 |
| | % dentro de signi_chicas_aguila | 100,0% | 100,0% |

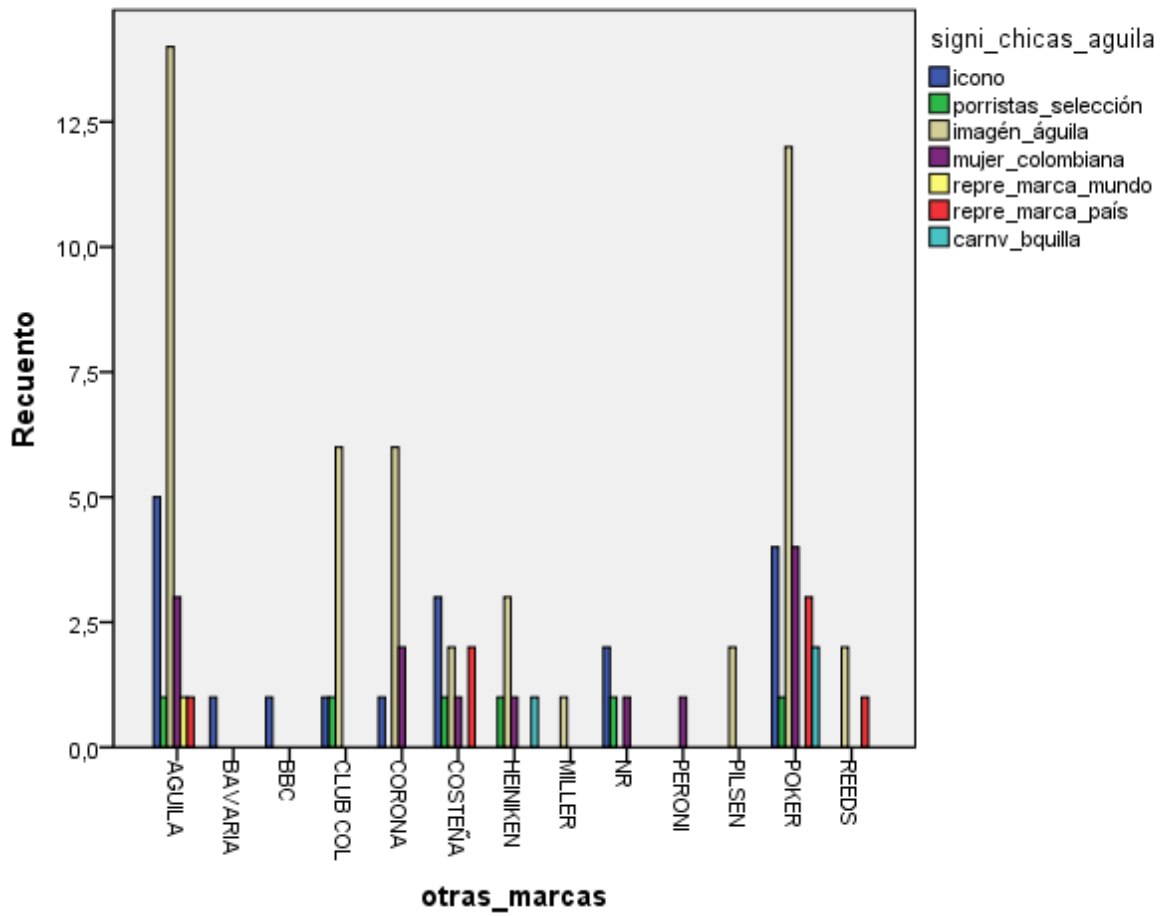
Tabla de contingencia otras_marcas * signi_chicas_aguila

| | | | signi_chicas_aguila | | Total |
|--------------|--------|------------------------------------|----------------------|----------------|-------|
| | | | repre_marca_p aís | carnev_bquilla | |
| otras_marcas | AGUILA | Recuento | 1 | 0 | 25 |
| | | % dentro de signi_chicas_aguila | 14,3% | ,0% | 26,0% |

| | | | | |
|----------|---------------------------------|-------|-------|------|
| BAVARIA | Recuento | 0 | 0 | 1 |
| | % dentro de signi_chicas_aguila | ,0% | ,0% | 1,0% |
| BBC | Recuento | 0 | 0 | 1 |
| | % dentro de signi_chicas_aguila | ,0% | ,0% | 1,0% |
| CLUB COL | Recuento | 0 | 0 | 8 |
| | % dentro de signi_chicas_aguila | ,0% | ,0% | 8,3% |
| CORONA | Recuento | 0 | 0 | 9 |
| | % dentro de signi_chicas_aguila | ,0% | ,0% | 9,4% |
| COSTEÑA | Recuento | 2 | 0 | 9 |
| | % dentro de signi_chicas_aguila | 28,6% | ,0% | 9,4% |
| HEINIKEN | Recuento | 0 | 1 | 6 |
| | % dentro de signi_chicas_aguila | ,0% | 33,3% | 6,3% |
| MILLER | Recuento | 0 | 0 | 1 |
| | % dentro de signi_chicas_aguila | ,0% | ,0% | 1,0% |
| NR | Recuento | 0 | 0 | 4 |
| | % dentro de signi_chicas_aguila | ,0% | ,0% | 4,2% |
| PERONI | Recuento | 0 | 0 | 1 |

| | | | | |
|--------|------------------------------------|--------|--------|--------|
| | % dentro de signi_chicas_aguila | ,0% | ,0% | 1,0% |
| PILSEN | Recuento | 0 | 0 | 2 |
| | % dentro de signi_chicas_aguila | ,0% | ,0% | 2,1% |
| POKER | Recuento | 3 | 2 | 26 |
| | % dentro de signi_chicas_aguila | 42,9% | 66,7% | 27,1% |
| REEDS | Recuento | 1 | 0 | 3 |
| | % dentro de signi_chicas_aguila | 14,3% | ,0% | 3,1% |
| Total | Recuento | 7 | 3 | 96 |
| | % dentro de signi_chicas_aguila | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Gráfico de barras



CROSSTABS

/TABLES=otras_marcas BY festiv_asociadas

/FORMAT=AVALUE TABLES

/CELLS=COUNT COLUMN

/COUNT ROUND CELL

/BARCHART.

Tablas de contingencia

Notas

| | | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 16:47:38 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros_1.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 96 |
| Tratamiento de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de las tablas se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de las tablas. |

| | | | |
|----------|---|--|-----------------|
| Sintaxis | CROSSTABS | | |
| | /TABLES=otras_marcas BY festiv_asociadas | | |
| | /FORMAT=AVALUE TABLES | | |
| | /CELLS=COUNT COLUMN | | |
| | /COUNT ROUND CELL | | |
| | /BARCHART. | | |
| Recursos | Tiempo de procesador | | 00 00:00:00,577 |
| | Tiempo transcurrido | | 00 00:00:00,563 |
| | Dimensiones solicitadas | | 2 |
| | Casillas disponibles | | 174762 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros_1.sav

Resumen del procesamiento de los casos

| | Casos | | | | | |
|------------------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | N | Porcentaje | N | Porcentaje | N | Porcentaje |
| otras_marcas * festiv_asociadas | 96 | 100,0% | 0 | ,0% | 96 | 100,0% |

Tabla de contingencia otras_marcas * festiv_asociadas

| | | | festiv_asociadas | |
|--------------|----------|---------------------------------|---------------------------|-----------------|
| | | | carnaval_Barra nquilla | feria_manizales |
| otras_marcas | AGUILA | Recuento | 12 | 1 |
| | | % dentro de festiv_asociadas | 27,3% | 33,3% |
| | BAVARIA | Recuento | 0 | 0 |
| | | % dentro de festiv_asociadas | ,0% | ,0% |
| | BBC | Recuento | 1 | 0 |
| | | % dentro de festiv_asociadas | 2,3% | ,0% |
| | CLUB COL | Recuento | 5 | 0 |
| | | % dentro de festiv_asociadas | 11,4% | ,0% |
| | CORONA | Recuento | 4 | 0 |
| | | % dentro de festiv_asociadas | 9,1% | ,0% |
| | COSTEÑA | Recuento | 3 | 0 |
| | | % dentro de festiv_asociadas | 6,8% | ,0% |
| | HEINIKEN | Recuento | 3 | 0 |

| | | | |
|--------|---------------------------------|--------|--------|
| | % dentro de festiv_asociadas | 6,8% | ,0% |
| MILLER | Recuento | 1 | 0 |
| | % dentro de festiv_asociadas | 2,3% | ,0% |
| NR | Recuento | 2 | 1 |
| | % dentro de festiv_asociadas | 4,5% | 33,3% |
| PERONI | Recuento | 0 | 0 |
| | % dentro de festiv_asociadas | ,0% | ,0% |
| PILSEN | Recuento | 1 | 0 |
| | % dentro de festiv_asociadas | 2,3% | ,0% |
| POKER | Recuento | 12 | 1 |
| | % dentro de festiv_asociadas | 27,3% | 33,3% |
| REEDS | Recuento | 0 | 0 |
| | % dentro de festiv_asociadas | ,0% | ,0% |
| Total | Recuento | 44 | 3 |
| | % dentro de festiv_asociadas | 100,0% | 100,0% |

Tabla de contingencia otras_marcas * festiv_asociadas

| | |
|--|------------------|
| | festiv_asociadas |
|--|------------------|

| | | | Blanco y negros | ferias y fiestas |
|--------------|----------|---------------------------------|-----------------|------------------|
| otras_marcas | AGUILA | Recuento | 0 | 11 |
| | | % dentro de festiv_asociadas | ,0% | 28,2% |
| | BAVARIA | Recuento | 1 | 0 |
| | | % dentro de festiv_asociadas | 20,0% | ,0% |
| | BBC | Recuento | 0 | 0 |
| | | % dentro de festiv_asociadas | ,0% | ,0% |
| | CLUB COL | Recuento | 0 | 3 |
| | | % dentro de festiv_asociadas | ,0% | 7,7% |
| | CORONA | Recuento | 0 | 4 |
| | | % dentro de festiv_asociadas | ,0% | 10,3% |
| | COSTEÑA | Recuento | 0 | 5 |
| | | % dentro de festiv_asociadas | ,0% | 12,8% |
| | HEINIKEN | Recuento | 0 | 3 |
| | | % dentro de festiv_asociadas | ,0% | 7,7% |
| | MILLER | Recuento | 0 | 0 |
| | | % dentro de festiv_asociadas | ,0% | ,0% |
| | NR | Recuento | 1 | 0 |

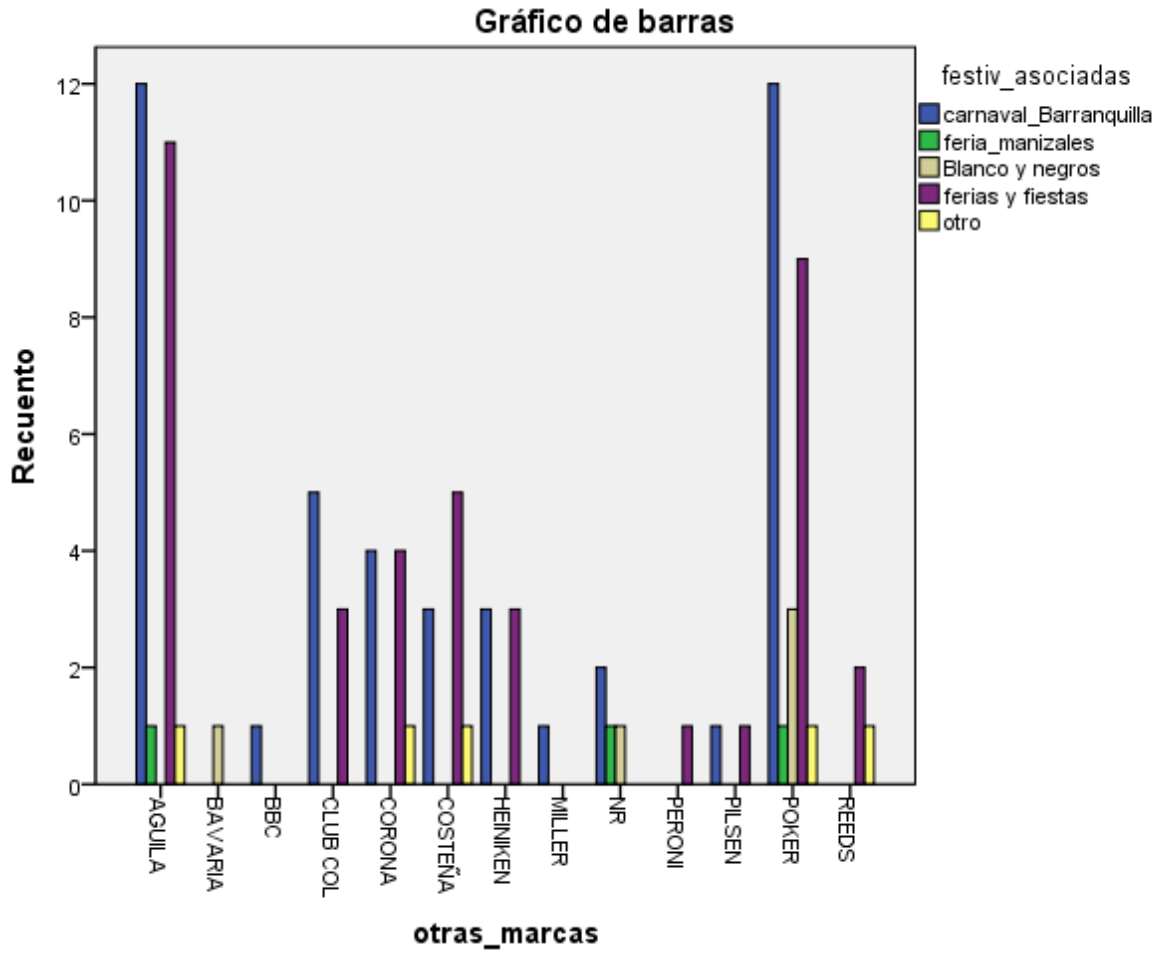
| | | | |
|--------|---------------------------------|--------|--------|
| | % dentro de festiv_asociadas | 20,0% | ,0% |
| PERONI | Recuento | 0 | 1 |
| | % dentro de festiv_asociadas | ,0% | 2,6% |
| PILSEN | Recuento | 0 | 1 |
| | % dentro de festiv_asociadas | ,0% | 2,6% |
| POKER | Recuento | 3 | 9 |
| | % dentro de festiv_asociadas | 60,0% | 23,1% |
| REEDS | Recuento | 0 | 2 |
| | % dentro de festiv_asociadas | ,0% | 5,1% |
| Total | Recuento | 5 | 39 |
| | % dentro de festiv_asociadas | 100,0% | 100,0% |

Tabla de contingencia otras_marcas * festiv_asociadas

| | | | festiv_asociada s | Total |
|--------------|---------|---------------------------------|----------------------|-------|
| | | | otro | |
| otras_marcas | AGUILA | Recuento | 1 | 25 |
| | | % dentro de festiv_asociadas | 20,0% | 26,0% |
| | BAVARIA | Recuento | 0 | 1 |

| | | | |
|----------|---------------------------------|-------|------|
| | % dentro de festiv_asociadas | ,0% | 1,0% |
| BBC | Recuento | 0 | 1 |
| | % dentro de festiv_asociadas | ,0% | 1,0% |
| CLUB COL | Recuento | 0 | 8 |
| | % dentro de festiv_asociadas | ,0% | 8,3% |
| CORONA | Recuento | 1 | 9 |
| | % dentro de festiv_asociadas | 20,0% | 9,4% |
| COSTEÑA | Recuento | 1 | 9 |
| | % dentro de festiv_asociadas | 20,0% | 9,4% |
| HEINIKEN | Recuento | 0 | 6 |
| | % dentro de festiv_asociadas | ,0% | 6,3% |
| MILLER | Recuento | 0 | 1 |
| | % dentro de festiv_asociadas | ,0% | 1,0% |
| NR | Recuento | 0 | 4 |
| | % dentro de festiv_asociadas | ,0% | 4,2% |
| PERONI | Recuento | 0 | 1 |
| | % dentro de festiv_asociadas | ,0% | 1,0% |

| | | | |
|--------|---------------------------------|--------|--------|
| PILSEN | Recuento | 0 | 2 |
| | % dentro de festiv_asociadas | ,0% | 2,1% |
| POKER | Recuento | 1 | 26 |
| | % dentro de festiv_asociadas | 20,0% | 27,1% |
| REEDS | Recuento | 1 | 3 |
| | % dentro de festiv_asociadas | 20,0% | 3,1% |
| Total | Recuento | 5 | 96 |
| | % dentro de festiv_asociadas | 100,0% | 100,0% |



CROSSTABS

/TABLES=otras_marcas BY deport_asociados

/FORMAT=AVALUE TABLES

/CELLS=COUNT COLUMN

/COUNT ROUND CELL

/BARChart.

Tablas de contingencia

Notas

| | | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 16:47:56 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros_1.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 96 |
| Tratamiento de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de las tablas se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de las tablas. |

| | | | |
|----------|--|--|-----------------|
| Sintaxis | CROSSTABS | | |
| | /TABLES=otras_marcas BY deport_asociados | | |
| | /FORMAT=AVALUE TABLES | | |
| | /CELLS=COUNT COLUMN | | |
| | /COUNT ROUND CELL | | |
| | /BARCHART. | | |
| Recursos | Tiempo de procesador | | 00 00:00:00,546 |
| | Tiempo transcurrido | | 00 00:00:00,563 |
| | Dimensiones solicitadas | | 2 |
| | Casillas disponibles | | 174762 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros_1.sav

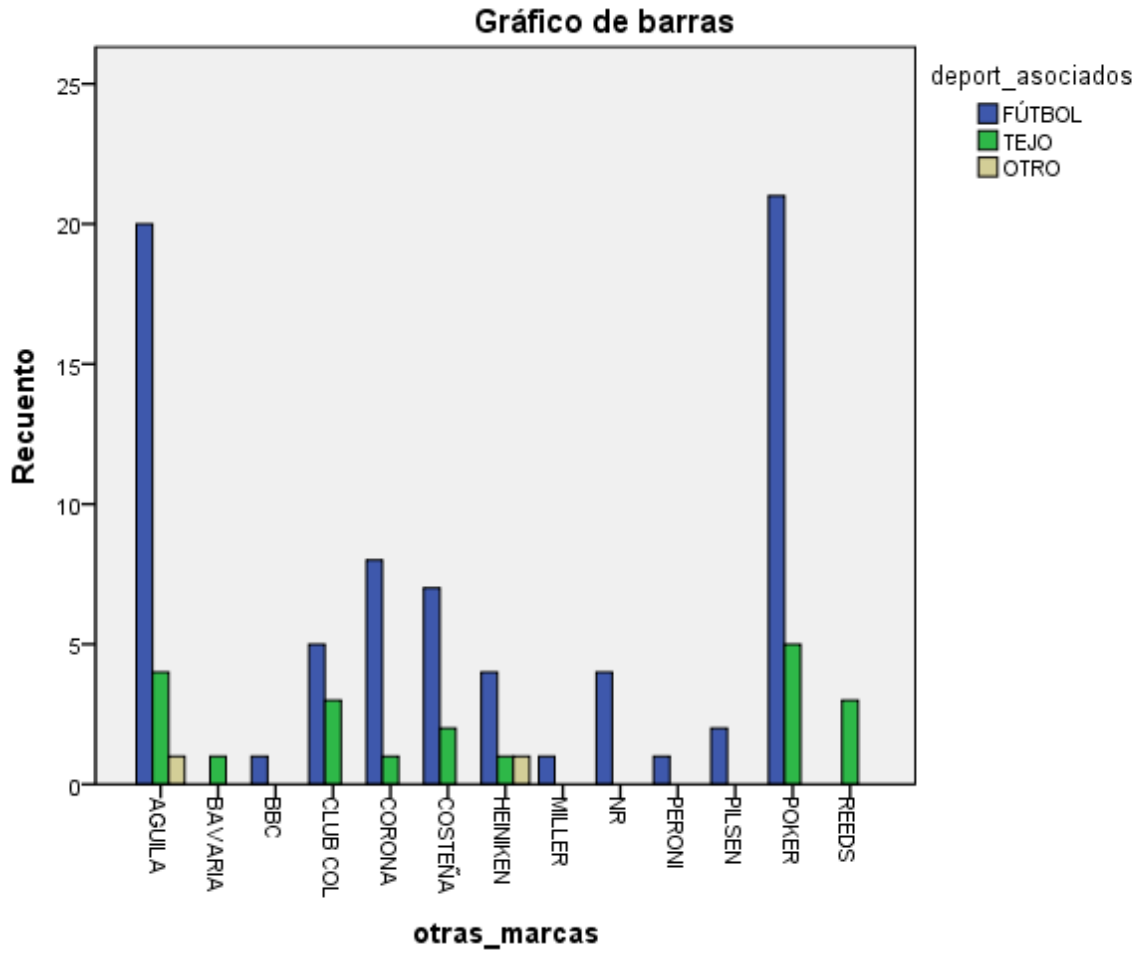
Resumen del procesamiento de los casos

| | Casos | | | | | |
|------------------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | N | Porcentaje | N | Porcentaje | N | Porcentaje |
| otras_marcas * deport_asociados | 96 | 100,0% | 0 | ,0% | 96 | 100,0% |

Tabla de contingencia otras_marcas * deport_asociados

| | | | deport_asociados | | | Total |
|--------------|----------|------------------------------|------------------|-------|-------|-------|
| | | | FÚTBOL | TEJO | OTRO | |
| otras_marcas | AGUILA | Recuento | 20 | 4 | 1 | 25 |
| | | % dentro de deport_asociados | 27,0% | 20,0% | 50,0% | 26,0% |
| | BAVARIA | Recuento | 0 | 1 | 0 | 1 |
| | | % dentro de deport_asociados | ,0% | 5,0% | ,0% | 1,0% |
| | BBC | Recuento | 1 | 0 | 0 | 1 |
| | | % dentro de deport_asociados | 1,4% | ,0% | ,0% | 1,0% |
| | CLUB COL | Recuento | 5 | 3 | 0 | 8 |
| | | % dentro de deport_asociados | 6,8% | 15,0% | ,0% | 8,3% |
| | CORONA | Recuento | 8 | 1 | 0 | 9 |
| | | % dentro de deport_asociados | 10,8% | 5,0% | ,0% | 9,4% |
| | COSTEÑA | Recuento | 7 | 2 | 0 | 9 |
| | | % dentro de deport_asociados | 9,5% | 10,0% | ,0% | 9,4% |
| | HEINIKEN | Recuento | 4 | 1 | 1 | 6 |

| | | | | | |
|--------|------------------------------|--------|--------|--------|--------|
| | % dentro de deport asociados | 5,4% | 5,0% | 50,0% | 6,3% |
| MILLER | Recuento | 1 | 0 | 0 | 1 |
| | % dentro de deport asociados | 1,4% | ,0% | ,0% | 1,0% |
| NR | Recuento | 4 | 0 | 0 | 4 |
| | % dentro de deport asociados | 5,4% | ,0% | ,0% | 4,2% |
| PERONI | Recuento | 1 | 0 | 0 | 1 |
| | % dentro de deport asociados | 1,4% | ,0% | ,0% | 1,0% |
| PILSEN | Recuento | 2 | 0 | 0 | 2 |
| | % dentro de deport asociados | 2,7% | ,0% | ,0% | 2,1% |
| POKER | Recuento | 21 | 5 | 0 | 26 |
| | % dentro de deport asociados | 28,4% | 25,0% | ,0% | 27,1% |
| REEDS | Recuento | 0 | 3 | 0 | 3 |
| | % dentro de deport asociados | ,0% | 15,0% | ,0% | 3,1% |
| Total | Recuento | 74 | 20 | 2 | 96 |
| | % dentro de deport asociados | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |



CROSSTABS

/TABLES=otras_marcas BY identidad_con_aguila

/FORMAT=AVALUE TABLES

/CELLS=COUNT COLUMN

/COUNT ROUND CELL

/BARCHART.

Tablas de contingencia

Notas

| | | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 16:48:21 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros_1.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 96 |
| Tratamiento de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de las tablas se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de las tablas. |

| | | | |
|----------|---|--|-----------------|
| Sintaxis | CROSSTABS | | |
| | /TABLES=otras_marcas BY identidad_con_aguila | | |
| | /FORMAT=AVALUE TABLES | | |
| | /CELLS=COUNT COLUMN | | |
| | /COUNT ROUND CELL | | |
| | /BARCHART. | | |
| Recursos | Tiempo de procesador | | 00 00:00:00,562 |
| | Tiempo transcurrido | | 00 00:00:00,588 |
| | Dimensiones solicitadas | | 2 |
| | Casillas disponibles | | 174762 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros_1.sav

Resumen del procesamiento de los casos

| | Casos | | | | | |
|--|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | N | Porcentaje | N | Porcentaje | N | Porcentaje |
| otras_marcas * identidad_con_aguila | 96 | 100,0% | 0 | ,0% | 96 | 100,0% |

Tabla de contingencia otras_marcas * identidad_con_aguila

| | | | identidad_con_aguila | | |
|--------------|----------|-------------------------------------|----------------------|----------------------|-------------|
| | | | nada identificado | poco identificado | indiferente |
| otras_marcas | AGUILA | Recuento | 0 | 2 | 7 |
| | | % dentro de identidad_con_aguila | ,0% | 33,3% | 26,9% |
| | BAVARIA | Recuento | 0 | 0 | 0 |
| | | % dentro de identidad_con_aguila | ,0% | ,0% | ,0% |
| | BBC | Recuento | 0 | 0 | 1 |
| | | % dentro de identidad_con_aguila | ,0% | ,0% | 3,8% |
| | CLUB COL | Recuento | 0 | 0 | 1 |
| | | % dentro de identidad_con_aguila | ,0% | ,0% | 3,8% |
| | CORONA | Recuento | 0 | 0 | 4 |
| | | % dentro de identidad_con_aguila | ,0% | ,0% | 15,4% |
| | COSTEÑA | Recuento | 1 | 3 | 2 |
| | | % dentro de identidad_con_aguila | 25,0% | 50,0% | 7,7% |
| | HEINIKEN | Recuento | 1 | 0 | 0 |

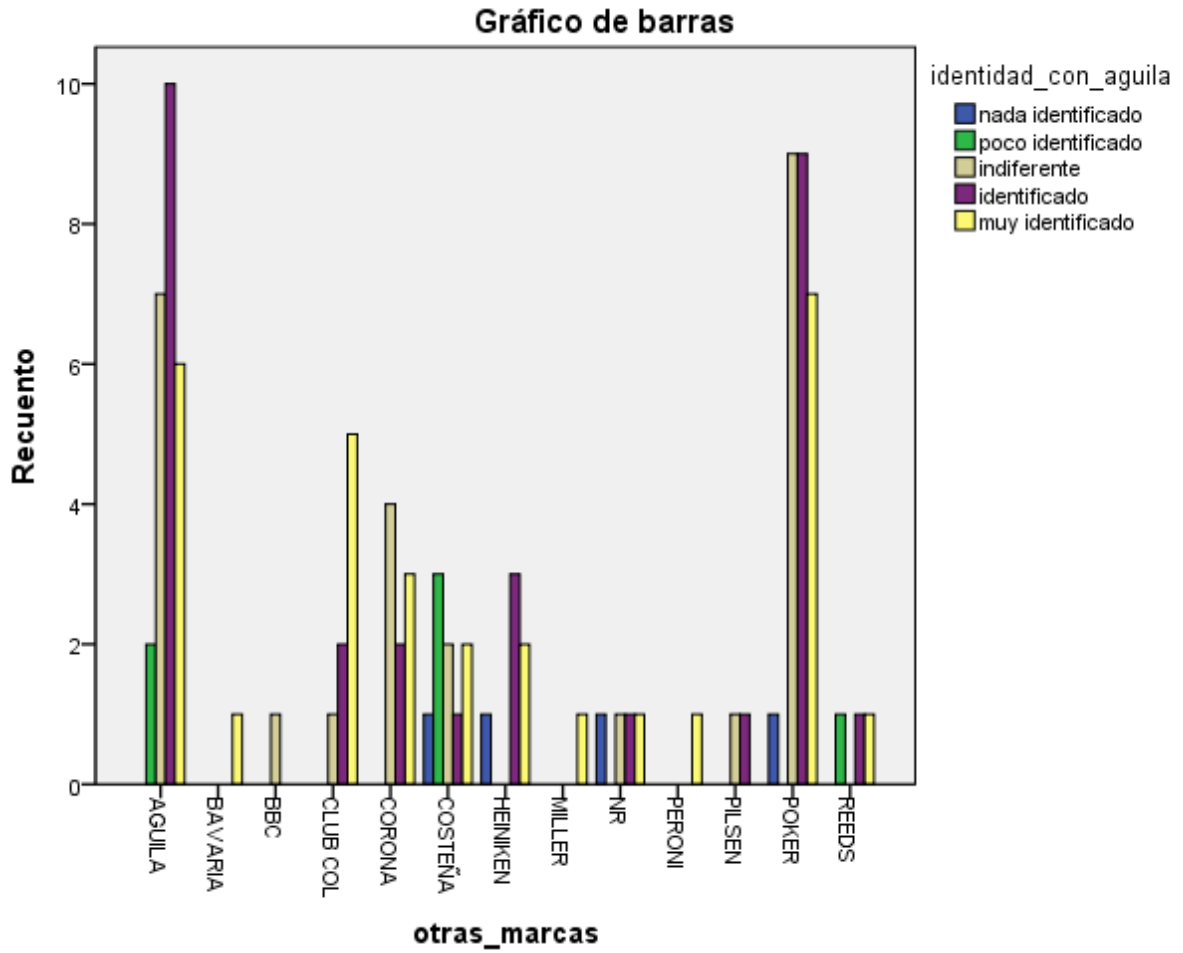
| | | | | |
|--------|-------------------------------------|--------|--------|--------|
| | % dentro de identidad_con_aguila | 25,0% | ,0% | ,0% |
| MILLER | Recuento | 0 | 0 | 0 |
| | % dentro de identidad_con_aguila | ,0% | ,0% | ,0% |
| NR | Recuento | 1 | 0 | 1 |
| | % dentro de identidad_con_aguila | 25,0% | ,0% | 3,8% |
| PERONI | Recuento | 0 | 0 | 0 |
| | % dentro de identidad_con_aguila | ,0% | ,0% | ,0% |
| PILSEN | Recuento | 0 | 0 | 1 |
| | % dentro de identidad_con_aguila | ,0% | ,0% | 3,8% |
| POKER | Recuento | 1 | 0 | 9 |
| | % dentro de identidad_con_aguila | 25,0% | ,0% | 34,6% |
| REEDS | Recuento | 0 | 1 | 0 |
| | % dentro de identidad_con_aguila | ,0% | 16,7% | ,0% |
| Total | Recuento | 4 | 6 | 26 |
| | % dentro de identidad_con_aguila | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Tabla de contingencia otras_marcas * identidad_con_aguila

| | | |
|--|----------------------|-------|
| | identidad_con_aguila | Total |
|--|----------------------|-------|

| | | | identificado | muy identificado | |
|--------------|----------|-------------------------------------|--------------|------------------|-------|
| otras_marcas | AGUILA | Recuento | 10 | 6 | 25 |
| | | % dentro de identidad_con_aguila | 33,3% | 20,0% | 26,0% |
| | BAVARIA | Recuento | 0 | 1 | 1 |
| | | % dentro de identidad_con_aguila | ,0% | 3,3% | 1,0% |
| | BBC | Recuento | 0 | 0 | 1 |
| | | % dentro de identidad_con_aguila | ,0% | ,0% | 1,0% |
| | CLUB COL | Recuento | 2 | 5 | 8 |
| | | % dentro de identidad_con_aguila | 6,7% | 16,7% | 8,3% |
| | CORONA | Recuento | 2 | 3 | 9 |
| | | % dentro de identidad_con_aguila | 6,7% | 10,0% | 9,4% |
| | COSTEÑA | Recuento | 1 | 2 | 9 |
| | | % dentro de identidad_con_aguila | 3,3% | 6,7% | 9,4% |
| | HEINIKEN | Recuento | 3 | 2 | 6 |
| | | % dentro de identidad_con_aguila | 10,0% | 6,7% | 6,3% |
| | MILLER | Recuento | 0 | 1 | 1 |
| | | % dentro de identidad_con_aguila | ,0% | 3,3% | 1,0% |
| | NR | Recuento | 1 | 1 | 4 |

| | | | | |
|--------|-------------------------------------|--------|--------|--------|
| | % dentro de identidad_con_aguila | 3,3% | 3,3% | 4,2% |
| PERONI | Recuento | 0 | 1 | 1 |
| | % dentro de identidad_con_aguila | ,0% | 3,3% | 1,0% |
| PILSEN | Recuento | 1 | 0 | 2 |
| | % dentro de identidad_con_aguila | 3,3% | ,0% | 2,1% |
| POKER | Recuento | 9 | 7 | 26 |
| | % dentro de identidad_con_aguila | 30,0% | 23,3% | 27,1% |
| REEDS | Recuento | 1 | 1 | 3 |
| | % dentro de identidad_con_aguila | 3,3% | 3,3% | 3,1% |
| Total | Recuento | 30 | 30 | 96 |
| | % dentro de identidad_con_aguila | 100,0% | 100,0% | 100,0% |



CROSSTABS

/TABLES=marca BY gasto_cerveza

/FORMAT=AVALUE TABLES

/CELLS=COUNT COLUMN

/COUNT ROUND CELL

/BARChart.

Tablas de contingencia

Notas

| | | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 16:50:28 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros_1.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 96 |
| Tratamiento de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de las tablas se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de las tablas. |

| | | |
|----------|--------------------------------|-----------------|
| Sintaxis | CROSSTABS | |
| | /TABLES=marca BY gasto_cerveza | |
| | /FORMAT=AVALUE TABLES | |
| | /CELLS=COUNT COLUMN | |
| | /COUNT ROUND CELL | |
| | /BARChart. | |
| Recursos | Tiempo de procesador | 00 00:00:00,608 |
| | Tiempo transcurrido | 00 00:00:00,656 |
| | Dimensiones solicitadas | 2 |
| | Casillas disponibles | 174762 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\USUARIO DE WINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros_1.sav

Resumen del procesamiento de los casos

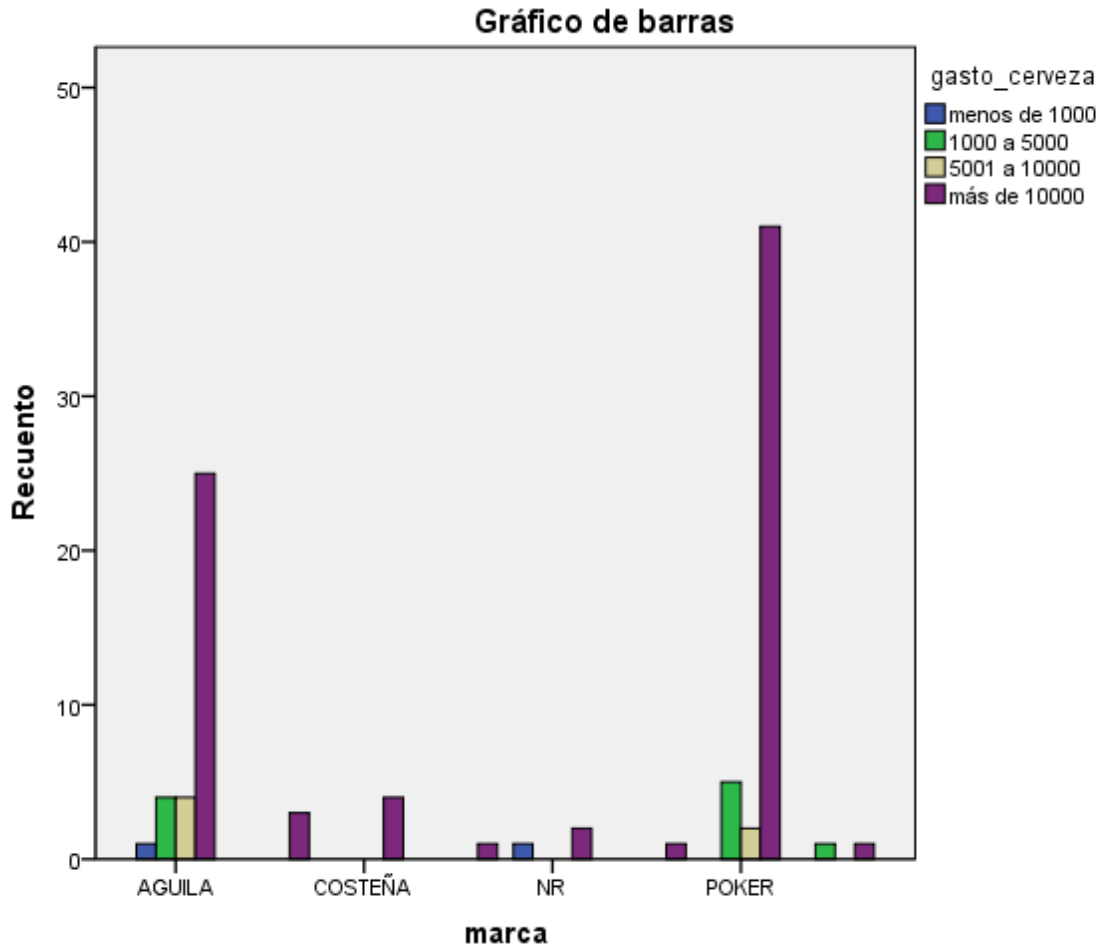
| | Casos | | | | | |
|-----------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | N | Porcentaje | N | Porcentaje | N | Porcentaje |
| marca * gasto_cerveza | 96 | 100,0% | 0 | ,0% | 96 | 100,0% |

Tabla de contingencia marca * gasto_cerveza

| | | | gasto_cerveza | | |
|-------|----------|---------------------------|---------------|-------------|--------------|
| | | | menos de 1000 | 1000 a 5000 | 5001 a 10000 |
| marca | AGUILA | Recuento | 1 | 4 | 4 |
| | | % dentro de gasto_cerveza | 50,0% | 40,0% | 66,7% |
| | CLUB COL | Recuento | 0 | 0 | 0 |
| | | % dentro de gasto_cerveza | ,0% | ,0% | ,0% |
| | COSTEÑA | Recuento | 0 | 0 | 0 |
| | | % dentro de gasto_cerveza | ,0% | ,0% | ,0% |
| | MILLER | Recuento | 0 | 0 | 0 |
| | | % dentro de gasto_cerveza | ,0% | ,0% | ,0% |
| | NR | Recuento | 1 | 0 | 0 |
| | | % dentro de gasto_cerveza | 50,0% | ,0% | ,0% |
| | PILSEN | Recuento | 0 | 0 | 0 |
| | | % dentro de gasto_cerveza | ,0% | ,0% | ,0% |
| | POKER | Recuento | 0 | 5 | 2 |
| | | % dentro de gasto_cerveza | ,0% | 50,0% | 33,3% |
| | REEDS | Recuento | 0 | 1 | 0 |
| | | % dentro de gasto_cerveza | ,0% | 10,0% | ,0% |
| Total | | Recuento | 2 | 10 | 6 |
| | | % dentro de gasto_cerveza | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Tabla de contingencia marca * gasto_cerveza

| | | | gasto_cerveza | |
|-------|----------|---------------------------|---------------|--------|
| | | | más de 10000 | Total |
| marca | AGUILA | Recuento | 25 | 34 |
| | | % dentro de gasto_cerveza | 32,1% | 35,4% |
| | CLUB COL | Recuento | 3 | 3 |
| | | % dentro de gasto_cerveza | 3,8% | 3,1% |
| | COSTEÑA | Recuento | 4 | 4 |
| | | % dentro de gasto_cerveza | 5,1% | 4,2% |
| | MILLER | Recuento | 1 | 1 |
| | | % dentro de gasto_cerveza | 1,3% | 1,0% |
| | NR | Recuento | 2 | 3 |
| | | % dentro de gasto_cerveza | 2,6% | 3,1% |
| | PILSEN | Recuento | 1 | 1 |
| | | % dentro de gasto_cerveza | 1,3% | 1,0% |
| | POKER | Recuento | 41 | 48 |
| | | % dentro de gasto_cerveza | 52,6% | 50,0% |
| | REEDS | Recuento | 1 | 2 |
| | | % dentro de gasto_cerveza | 1,3% | 2,1% |
| Total | | Recuento | 78 | 96 |
| | | % dentro de gasto_cerveza | 100,0% | 100,0% |



CROSSTABS

/TABLES=marca BY momento_consumo

/FORMAT=AVALUE TABLES

/CELLS=COUNT COLUMN

/COUNT ROUND CELL

/BARCHART.

Tablas de contingencia

Notas

| | | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 16:50:48 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros_1.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 96 |
| Tratamiento de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de las tablas se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de las tablas. |

| | | | |
|----------|----------------------------------|--|-----------------|
| Sintaxis | CROSSTABS | | |
| | /TABLES=marca BY momento_consumo | | |
| | /FORMAT=AVALUE TABLES | | |
| | /CELLS=COUNT COLUMN | | |
| | /COUNT ROUND CELL | | |
| | /BARChart. | | |
| Recursos | Tiempo de procesador | | 00 00:00:00,561 |
| | Tiempo transcurrido | | 00 00:00:00,591 |
| | Dimensiones solicitadas | | 2 |
| | Casillas disponibles | | 174762 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros_1.sav

Resumen del procesamiento de los casos

| | Casos | | | | | |
|-------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | N | Porcentaje | N | Porcentaje | N | Porcentaje |
| marca * momento_consumo | 96 | 100,0% | 0 | ,0% | 96 | 100,0% |

Tabla de contingencia marca * momento_consumo

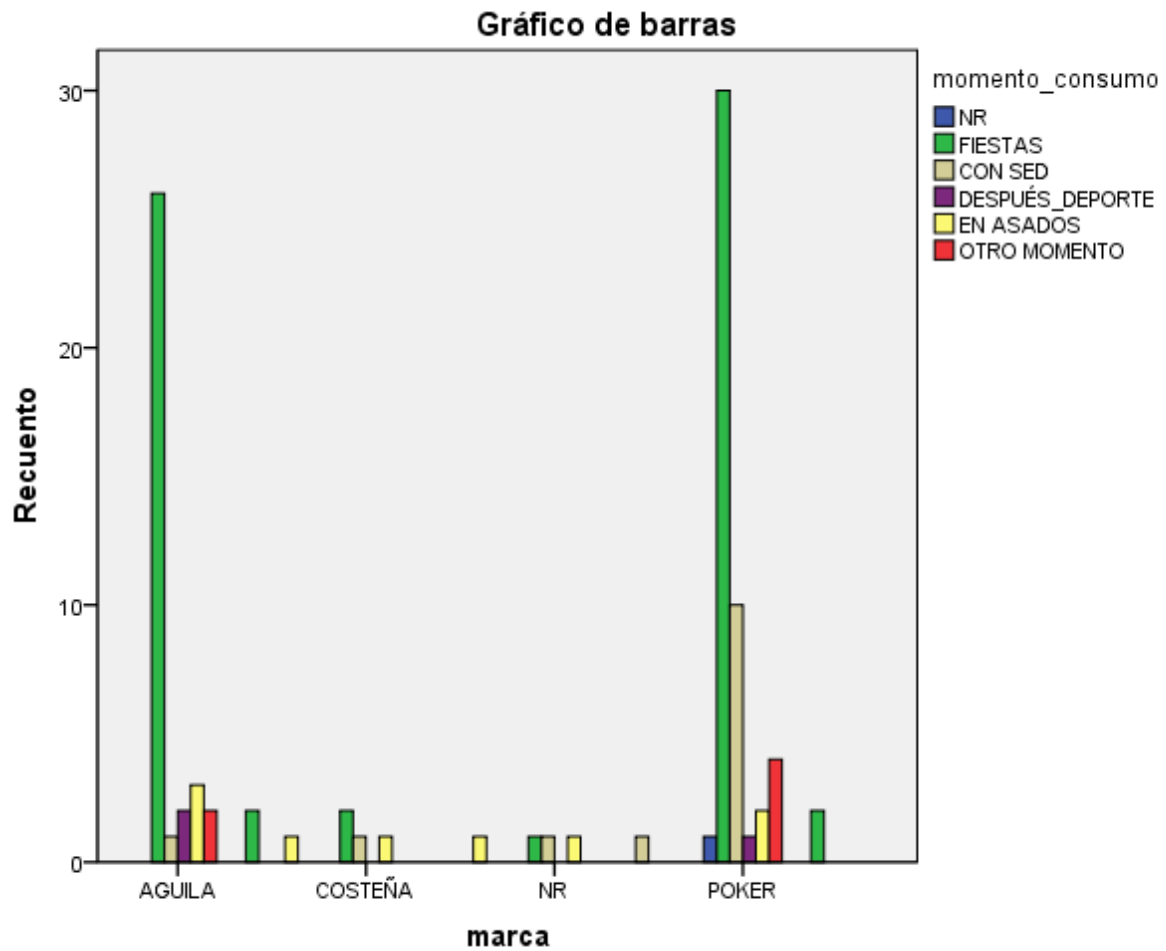
| | | | momento_consumo | | | |
|-------|----------|-----------------------------|-----------------|---------|---------|------------------|
| | | | NR | FIESTAS | CON SED | DESPUÉS_DE PORTE |
| marca | AGUILA | Recuento | 0 | 26 | 1 | 2 |
| | | % dentro de momento_consumo | ,0% | 41,3% | 7,1% | 66,7% |
| | CLUB COL | Recuento | 0 | 2 | 0 | 0 |
| | | % dentro de momento_consumo | ,0% | 3,2% | ,0% | ,0% |
| | COSTEÑA | Recuento | 0 | 2 | 1 | 0 |
| | | % dentro de momento_consumo | ,0% | 3,2% | 7,1% | ,0% |
| | MILLER | Recuento | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | | % dentro de momento_consumo | ,0% | ,0% | ,0% | ,0% |
| | NR | Recuento | 0 | 1 | 1 | 0 |
| | | % dentro de momento_consumo | ,0% | 1,6% | 7,1% | ,0% |
| | PILSEN | Recuento | 0 | 0 | 1 | 0 |
| | | % dentro de momento_consumo | ,0% | ,0% | 7,1% | ,0% |
| | POKER | Recuento | 1 | 30 | 10 | 1 |

| | | | | | |
|-------|-----------------------------|--------|--------|--------|--------|
| | % dentro de momento_consumo | 100,0% | 47,6% | 71,4% | 33,3% |
| REEDS | Recuento | 0 | 2 | 0 | 0 |
| | % dentro de momento_consumo | ,0% | 3,2% | ,0% | ,0% |
| Total | Recuento | 1 | 63 | 14 | 3 |
| | % dentro de momento_consumo | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Tabla de contingencia marca * momento_consumo

| | | | momento_consumo | | Total |
|-------|----------|-----------------------------|-----------------|--------------|-------|
| | | | EN ASADOS | OTRO MOMENTO | |
| marca | AGUILA | Recuento | 3 | 2 | 34 |
| | | % dentro de momento_consumo | 33,3% | 33,3% | 35,4% |
| | CLUB COL | Recuento | 1 | 0 | 3 |
| | | % dentro de momento_consumo | 11,1% | ,0% | 3,1% |
| | COSTEÑA | Recuento | 1 | 0 | 4 |
| | | % dentro de momento_consumo | 11,1% | ,0% | 4,2% |
| | MILLER | Recuento | 1 | 0 | 1 |
| | | % dentro de momento_consumo | 11,1% | ,0% | 1,0% |
| | NR | Recuento | 1 | 0 | 3 |

| | | | | |
|--------|-----------------------------|--------|--------|--------|
| | % dentro de momento_consumo | 11,1% | ,0% | 3,1% |
| PILSEN | Recuento | 0 | 0 | 1 |
| | % dentro de momento_consumo | ,0% | ,0% | 1,0% |
| POKER | Recuento | 2 | 4 | 48 |
| | % dentro de momento_consumo | 22,2% | 66,7% | 50,0% |
| REEDS | Recuento | 0 | 0 | 2 |
| | % dentro de momento_consumo | ,0% | ,0% | 2,1% |
| Total | Recuento | 9 | 6 | 96 |
| | % dentro de momento_consumo | 100,0% | 100,0% | 100,0% |



CROSSTABS

/TABLES=marca BY Agulia_es_ideal

/FORMAT=AVALUE TABLES

/CELLS=COUNT COLUMN

/COUNT ROUND CELL

/BARCHART.

Tablas de contingencia

Notas

| | | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 16:51:09 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros_1.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 96 |
| Tratamiento de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de las tablas se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de las tablas. |

| | | | |
|----------|-------------------------|----------------------------------|-----------------|
| Sintaxis | | CROSSTABS | |
| | | /TABLES=marca BY Agulia_es_ideal | |
| | | /FORMAT=AVALUE TABLES | |
| | | /CELLS=COUNT COLUMN | |
| | | /COUNT ROUND CELL | |
| | | /BARCHART. | |
| Recursos | Tiempo de procesador | | 00 00:00:00,593 |
| | Tiempo transcurrido | | 00 00:00:00,604 |
| | Dimensiones solicitadas | | 2 |
| | Casillas disponibles | | 174762 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros_1.sav

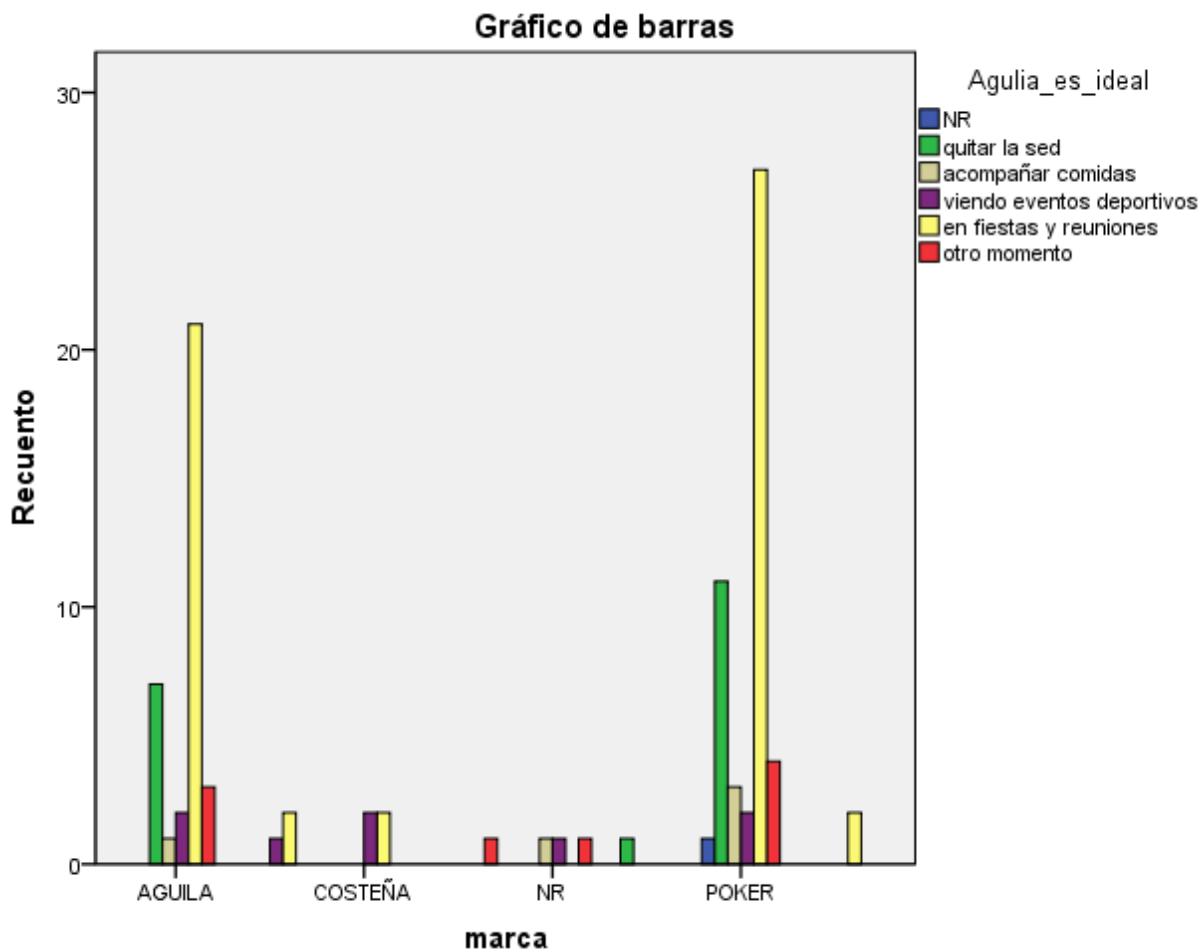
Resumen del procesamiento de los casos

Resumen del procesamiento de los casos

| | Casos | | | | | |
|-------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | N | Porcentaje | N | Porcentaje | N | Porcentaje |
| marca * Agulia_es_ideal | 96 | 100,0% | 0 | ,0% | 96 | 100,0% |

Tabla de contingencia marca * Agulia_es_ideal

| | | | Agulia_es_ideal | | | | | Total | |
|-------|----------|-----------------------------|-----------------|---------------|-------------------|---------------------------|------------------------|--------|--------------|
| | | | NR | quitar la sed | acompañar comidas | viendo eventos deportivos | en fiestas y reuniones | | otro momento |
| marca | AGUILA | Recuento | 0 | 7 | 1 | 2 | 21 | 3 | 34 |
| | | % dentro de Agulia_es_ideal | ,0% | 36,8% | 20,0% | 25,0% | 38,9% | 33,3% | 35,4% |
| | CLUB COL | Recuento | 0 | 0 | 0 | 1 | 2 | 0 | 3 |
| | | % dentro de Agulia_es_ideal | ,0% | ,0% | ,0% | 12,5% | 3,7% | ,0% | 3,1% |
| | COSTENA | Recuento | 0 | 0 | 0 | 2 | 2 | 0 | 4 |
| | | % dentro de Agulia_es_ideal | ,0% | ,0% | ,0% | 25,0% | 3,7% | ,0% | 4,2% |
| | MILLER | Recuento | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| | | % dentro de Agulia_es_ideal | ,0% | ,0% | ,0% | ,0% | ,0% | 11,1% | 1,0% |
| | NR | Recuento | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 3 |
| | | % dentro de Agulia_es_ideal | ,0% | ,0% | 20,0% | 12,5% | ,0% | 11,1% | 3,1% |
| | PILSEN | Recuento | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | | % dentro de Agulia_es_ideal | ,0% | 5,3% | ,0% | ,0% | ,0% | ,0% | 1,0% |
| | POKER | Recuento | 1 | 11 | 3 | 2 | 27 | 4 | 48 |
| | | % dentro de Agulia_es_ideal | 100,0% | 57,9% | 60,0% | 25,0% | 50,0% | 44,4% | 50,0% |
| | REEDS | Recuento | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 2 |
| | | % dentro de Agulia_es_ideal | ,0% | ,0% | ,0% | ,0% | 3,7% | ,0% | 2,1% |
| Total | | Recuento | 1 | 19 | 5 | 8 | 54 | 9 | 96 |
| | | % dentro de Agulia_es_ideal | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |



CROSSTABS

/TABLES=edad_años BY identidad_con_aguila

/FORMAT=AVALUE TABLES

/CELLS=COUNT COLUMN

/COUNT ROUND CELL

/BARCHART.

Tablas de contingencia

Notas

| | | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 16:55:57 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros_1.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 96 |
| Tratamiento de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de las tablas se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de las tablas. |

| | | | |
|----------|-------------------------|--|-----------------|
| Sintaxis | | CROSSTABS | |
| | | /TABLES=edad_años BY identidad_con_aguila | |
| | | /FORMAT=AVALUE TABLES | |
| | | /CELLS=COUNT COLUMN | |
| | | /COUNT ROUND CELL | |
| | | /BARChart. | |
| Recursos | Tiempo de procesador | | 00 00:00:00,562 |
| | Tiempo transcurrido | | 00 00:00:00,556 |
| | Dimensiones solicitadas | | 2 |
| | Casillas disponibles | | 174762 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros_1.sav

Resumen del procesamiento de los casos

| | Casos | | | | | |
|----------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | N | Porcentaje | N | Porcentaje | N | Porcentaje |
| edad_años * | 96 | 100,0% | 0 | ,0% | 96 | 100,0% |
| identidad_con_aguila | | | | | | |

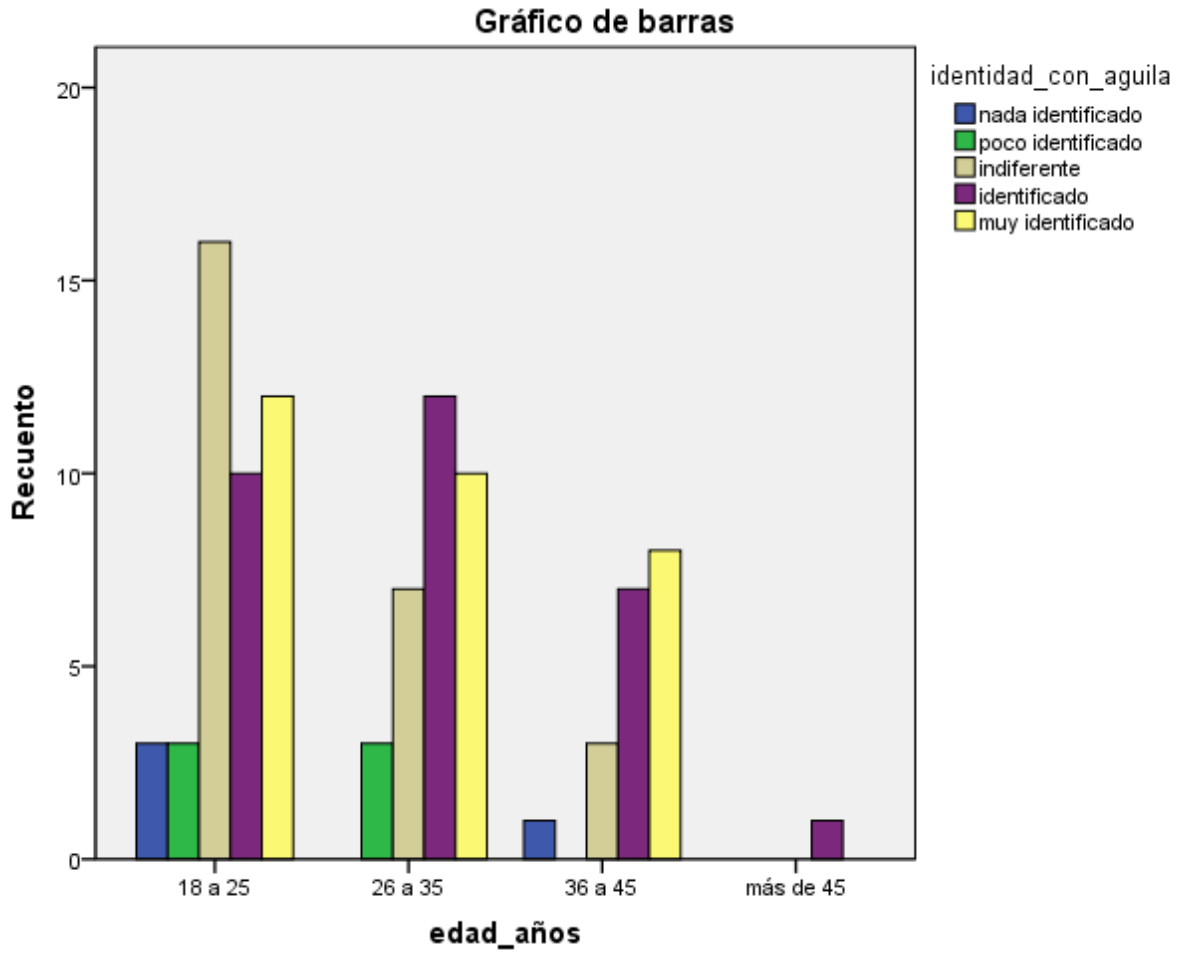
Tabla de contingencia edad_años * identidad_con_aguila

Resumen del procesamiento de los casos

| | Casos | | | | | |
|-------------------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | N | Porcentaje | N | Porcentaje | N | Porcentaje |
| edad_años * identidad_con_aguila | 96 | 100,0% | 0 | ,0% | 96 | 100,0% |

Tabla de contingencia edad_años * identidad_con_aguila

| | | | identidad_con_aguila | | | | | Total |
|-------------------|-------------------------------------|--|----------------------|----------------------|-------------|--------------|---------------------|--------|
| | | | nada identificado | poco identificado | indiferente | identificado | muy identificado | |
| edad_años 18 a 25 | Recuento | | 3 | 3 | 16 | 10 | 12 | 44 |
| | % dentro de edad_años | | 6,8% | 6,8% | 36,4% | 22,7% | 27,3% | 100,0% |
| | % dentro de identidad_con_aguila | | 75,0% | 50,0% | 61,5% | 33,3% | 40,0% | 45,8% |
| | % del total | | 3,1% | 3,1% | 16,7% | 10,4% | 12,5% | 45,8% |
| 26 a 35 | Recuento | | 0 | 3 | 7 | 12 | 10 | 32 |
| | % dentro de edad_años | | ,0% | 9,4% | 21,9% | 37,5% | 31,3% | 100,0% |
| | % dentro de identidad_con_aguila | | ,0% | 50,0% | 26,9% | 40,0% | 33,3% | 33,3% |
| | % del total | | ,0% | 3,1% | 7,3% | 12,5% | 10,4% | 33,3% |
| 36 a 45 | Recuento | | 1 | 0 | 3 | 7 | 8 | 19 |
| | % dentro de edad_años | | 5,3% | ,0% | 15,8% | 36,8% | 42,1% | 100,0% |
| | % dentro de identidad_con_aguila | | 25,0% | ,0% | 11,5% | 23,3% | 26,7% | 19,8% |
| | % del total | | 1,0% | ,0% | 3,1% | 7,3% | 8,3% | 19,8% |
| más de 45 | Recuento | | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| | % dentro de edad_años | | ,0% | ,0% | ,0% | 100,0% | ,0% | 100,0% |
| | % dentro de identidad_con_aguila | | ,0% | ,0% | ,0% | 3,3% | ,0% | 1,0% |
| | % del total | | ,0% | ,0% | ,0% | 1,0% | ,0% | 1,0% |
| Total | Recuento | | 4 | 6 | 26 | 30 | 30 | 96 |
| | % dentro de edad_años | | 4,2% | 6,3% | 27,1% | 31,3% | 31,3% | 100,0% |
| | % dentro de identidad_con_aguila | | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| | % del total | | 4,2% | 6,3% | 27,1% | 31,3% | 31,3% | 100,0% |



CROSSTABS

/TABLES=género BY identidad_con_aguila

/FORMAT=AVALUE TABLES

/STATISTICS=CHISQ

/CELLS=COUNT COLUMN

/COUNT ROUND CELL

/BARCHART.

Tablas de contingencia

Notas

| | | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|--|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 16:58:12 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros_1.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |
| | Segmentar archivo | <ninguno> |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | 96 |
| Tratamiento de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de las tablas se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de las tablas. |

| | | | |
|----------|-------------------------|--|---|
| Sintaxis | | | |
| | | | CROSSTABS |
| | | | /TABLES=género BY identidad_con_aguila |
| | | | /FORMAT=AVALUE TABLES |
| | | | /STATISTICS=CHISQ |
| | | | /CELLS=COUNT COLUMN |
| | | | /COUNT ROUND CELL |
| | | | /BARChart. |
| Recursos | Tiempo de procesador | | 00 00:00:00,577 |
| | Tiempo transcurrido | | 00 00:00:00,590 |
| | Dimensiones solicitadas | | 2 |
| | Casillas disponibles | | 174762 |

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros_1.sav

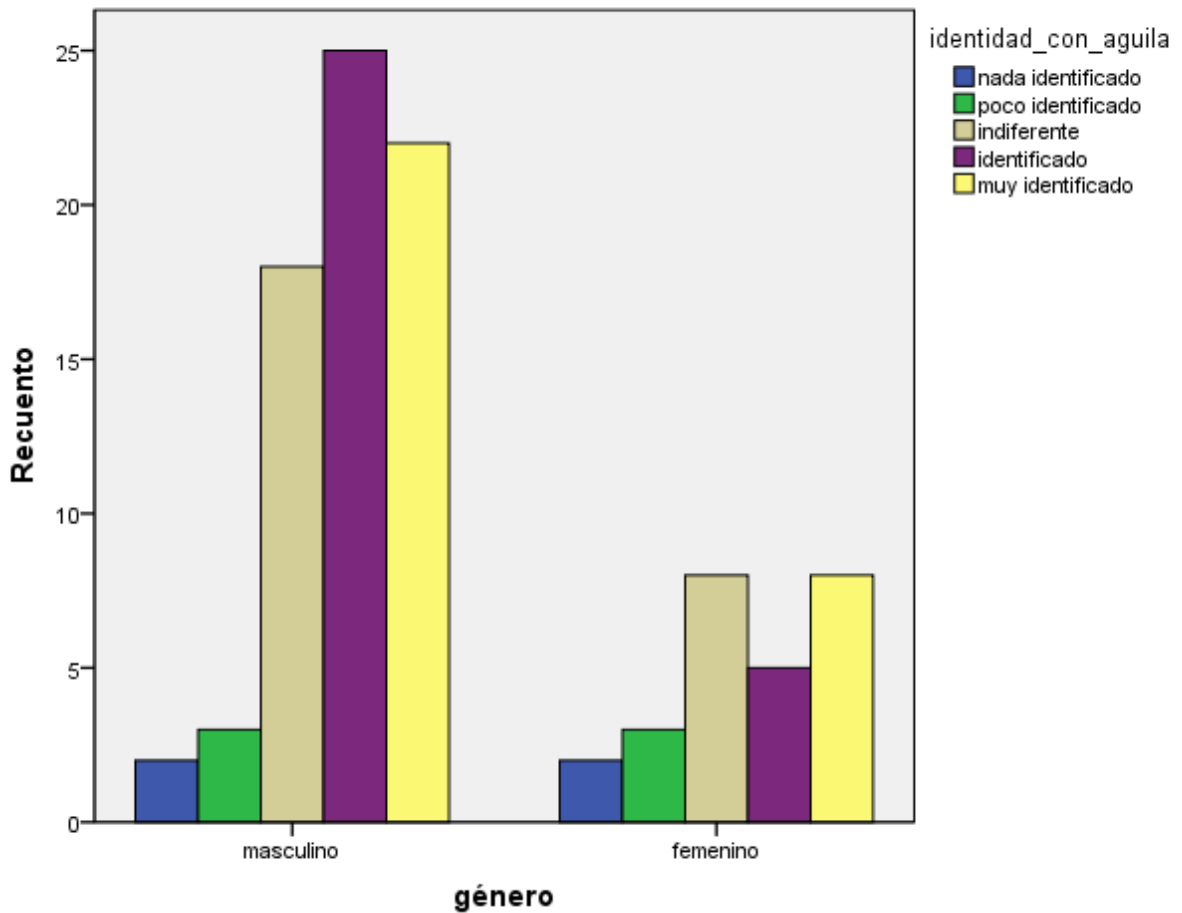
Resumen del procesamiento de los casos

| | Casos | | | | | |
|----------------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | N | Porcentaje | N | Porcentaje | N | Porcentaje |
| género * identidad_con_aguila | 96 | 100,0% | 0 | ,0% | 96 | 100,0% |

Tabla de contingencia género * identidad_con_aguila

| | | | identidad_con_aguila | | | | | Total |
|--------|-----------|-------------------------------------|----------------------|-------------------|-------------|--------------|------------------|--------|
| | | | nada identificado | poco identificado | indiferente | identificado | muy identificado | |
| género | masculino | Recuento | 2 | 3 | 18 | 25 | 22 | 70 |
| | | % dentro de identidad_con_aguila | 50,0% | 50,0% | 69,2% | 83,3% | 73,3% | 72,9% |
| | femenino | Recuento | 2 | 3 | 8 | 5 | 8 | 26 |
| | | % dentro de identidad_con_aguila | 50,0% | 50,0% | 30,8% | 16,7% | 26,7% | 27,1% |
| Total | | Recuento | 4 | 6 | 26 | 30 | 30 | 96 |
| | | % dentro de identidad_con_aguila | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Gráfico de barras



CROSSTABS

/TABLES=estrato BY identidad_con_aguila

/FORMAT=AVALUE TABLES

/CELLS=COUNT COLUMN

/COUNT ROUND CELL

/BARChart.

Tablas de contingencia

Notas

| | | |
|--------------------|--------------------------|---|
| Resultados creados | | 24-nov-2012 17:01:59 |
| Comentarios | | |
| Entrada | Datos | C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros_1.sav |
| | Conjunto de datos activo | Conjunto_de_datos1 |
| | Filtro | <ninguno> |
| | Peso | <ninguno> |

| | | | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|--|-----------------|
| | Segmentar archivo | <ninguno> | |
| | Núm. de filas del archivo de trabajo | | 96 |
| Tratamiento de los valores perdidos | Definición de los perdidos | Los valores perdidos definidos por el usuario serán tratados como perdidos. | |
| | Casos utilizados | Los estadísticos de las tablas se basan en todos los casos con datos válidos en los rangos especificados para todas las variables de las tablas. | |
| Sintaxis | | CROSSTABS /TABLES=estrato BY identidad_con_aguila /FORMAT=AVALUE TABLES /CELLS=COUNT COLUMN /COUNT ROUND CELL /BARCHART. | |
| Recursos | Tiempo de procesador | | 00 00:00:00,546 |
| | Tiempo transcurrido | | 00 00:00:00,573 |
| | Dimensiones solicitadas | | 2 |
| | Casillas disponibles | | 174762 |

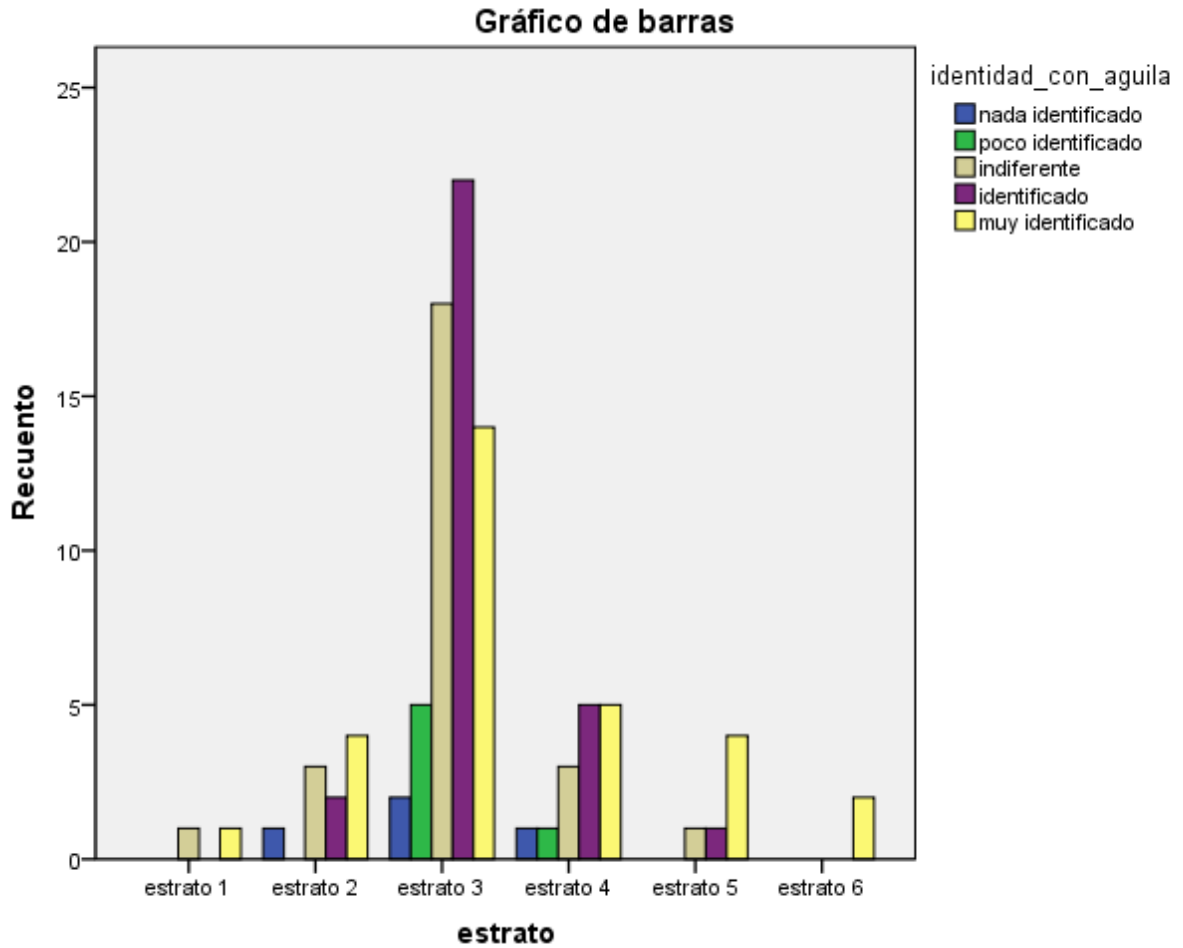
[Conjunto_de_datos1] C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros_1.sav

Resumen del procesamiento de los casos

| | Casos | | | | | |
|-----------------------------------|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | N | Porcentaje | N | Porcentaje | N | Porcentaje |
| estrato * identidad_con_aguila | 96 | 100,0% | 0 | ,0% | 96 | 100,0% |

Tabla de contingencia estrato * identidad_con_aguila

| | | | identidad_con_aguila | | | | | Total |
|-----------|-------------------------------------|-------------------------------------|----------------------|----------------------|-------------|--------------|---------------------|-------|
| | | | nada identificado | poco identificado | indiferente | identificado | muy identificado | |
| estrato | estrato 1 | Recuento | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 2 |
| | | % dentro de identidad_con_aguila | ,0% | ,0% | 3,8% | ,0% | 3,3% | 2,1% |
| estrato 2 | Recuento | 1 | 0 | 3 | 2 | 4 | 10 | |
| | % dentro de identidad_con_aguila | 25,0% | ,0% | 11,5% | 6,7% | 13,3% | 10,4% | |
| estrato 3 | Recuento | 2 | 5 | 18 | 22 | 14 | 61 | |
| | % dentro de identidad_con_aguila | 50,0% | 83,3% | 69,2% | 73,3% | 46,7% | 63,5% | |
| estrato 4 | Recuento | 1 | 1 | 3 | 5 | 5 | 15 | |
| | % dentro de identidad_con_aguila | 25,0% | 16,7% | 11,5% | 16,7% | 16,7% | 15,6% | |
| estrato 5 | Recuento | 0 | 0 | 1 | 1 | 4 | 6 | |
| | % dentro de identidad_con_aguila | ,0% | ,0% | 3,8% | 3,3% | 13,3% | 6,3% | |
| estrato 6 | Recuento | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 2 | |
| | % dentro de identidad_con_aguila | ,0% | ,0% | ,0% | ,0% | 6,7% | 2,1% | |
| Total | Recuento | 4 | 6 | 26 | 30 | 30 | 96 | |
| | % dentro de identidad_con_aguila | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | |



```
SAVE OUTFILE='E:\fidelizados.sav'
```

```
/COMPRESSED.
```

```
GET
```

```
FILE='C:\Users\USUARIO DEWINDOWS\Desktop\Santiago Alvarez\otros_2.sav'.
```

```
DATASET NAME Conjunto_de_datos4 WINDOW=FRONT.
```

```
SAVE OUTFILE='E:\otros_2.sav'
```

/COMPRESSED.

DATASET ACTIVATE Conjunto_de_datos3.

DATASET CLOSE Conjunto_de_datos4.



Base de Datos
Percepcion de los Col



Encuestas.xlsx