



**UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ACATLÁN**

“ACUARIO PRO-HOGAR: ESTUDIO DE OPINIÓN PÚBLICA”

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE BAJO LA OPCIÓN DE
SEMINARIO TALLER EXTRACURRICULAR DE TITULACIÓN
“LA OPINIÓN PÚBLICA”**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LIC. EN PERIODISMO Y COMUNICACIÓN COLECTIVA**

PRESENTA

BLANCA ESTELA HERNÁNDEZ AGUILAR

ASESOR: LIC. LAURA GONZÁLEZ MORALES

ABRIL 2008



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

“Yo no reconozco otra fuente de poder más que la opinión pública. Mi afán será estudiarla, mi invariable empeño sujetarme a sus preceptos. A los hombres que están al frente de ella toca ilustrarme y advertirme; y mi mayor satisfacción será obsequiar las indicaciones que me hagan, fundadas en la justicia y la razón.”

Benito Juárez

**A mi madre
Por haberme dado la vida
Y la conciencia**

**A mis hijos
Por señalarme que mis yerros
Son la base de mis aciertos**

**A mis maestros y amigos
Por enseñarme el tenaz camino
De la perseverancia**

Índice

	Página
Introducción	6
1. Marco conceptual	11
1.1 Teoría general de sistemas	13
1.1.1 Concepto de sistema	13
1.1.2 Análisis de la organización de los sistemas	13
1.1.3 Componentes del sistema	14
1.1.3.1 Selección de los componentes de un sistema.....	14
1.1.3.2 Distinción de los componentes de un sistema.....	15
1.1.3.3 Relación entre los componentes de un sistema	15
1.1.4 El análisis sistémico	16
1.2 Modelo general de sistemas.....	16
1.3 Modelo dialéctico de la comunicación	17
1.3.1 Componentes del sistema de la comunicación	19
1.3.1.1 Actores	20
1.3.1.2 Instrumentos.....	20
1.3.1.3 Expresiones.....	21
1.3.1.4 Representaciones.....	21
1.4. El subsistema de la opinión pública	22
1.4.1 Componentes del sistema de opinión pública	22
1.4.2 Identificación de elementos de la opinión pública en el referente a estudiar	23
1.4.3 Referentes públicos.....	24
1.4.4 Concepto de la opinión pública	25
1.4.5 Características de la opinión pública.....	28
1.5 Teoría de la mediación social	28
1.5.1 Planos mediacionales.....	31
1.5.1.1 Plano de los principios	31

1.5.1.2 Plano de la situación	31
1.5.1.3 Plano de la mediación	32
1.6 La investigación por encuestas	34
1.6.1 Origen y virtudes de la encuesta	34
1.7 Perspectivas actuales de la opinión pública	37
1.7.1 Vertientes actuales	37
1.7.2 Diferencias entre sondeo y encuesta	38
1.7.3 Diferencia entre el modelo de la ilustración y la actualidad	40
2 Marco contextual	41
2.1 Acuario Pro-Hogar.....	42
2.1.1 Historia	42
2.1.2 Desarrollo	45
2.1.3 Situación actual	47
2.2 Filosofía de la institución	49
2.2.1 Misión	49
2.2.2 Valores	50
2.2.3 Visión.....	51
2.3 Estructura organizacional de la empresa	51
2.3.1 Organización general	51
2.3.2 Relación entre los departamentos.....	53
2.3.3 Funciones	53
2.3.4 El aspecto humano.....	55
2.4 Precios	55
2.4.1 Costo de mascotas.....	55
2.4.2 Alimento para peces.....	57
2.4.3 Alimentos para otras mascotas	58
2.4.4 Precios de accesorios para peces.....	58
2.4.5 Precios de accesorios para otras mascotas	59
2.5 Productos	60
2.5.1 Productos alimentos	60
2.5.2 Accesorios para peces	60

2.5.3 Accesorios para otras mascotas.....	60
2.6 Servicios.....	61
2.6.1 Mantenimiento e instalación de peceras	61
2.6.2 Servicio de apartado.....	61
2.7 Atención al público	61
2.7.1 Calidad	62
2.7.2 Rapidez	62
2.7.3 Confiabilidad.....	62
2.8 Justificación del estudio de opinión pública.....	63
2.9 Descripción del grupo social a investigar	64
3 Metodología para la elaboración del cuestionario	66
3.1 Sistema hipotético	66
3.2 Relación del marco conceptual con la tabla de operacionalización.....	68
3.3 Elaboración de la tabla de operacionalización	69
3.4 Criterios de arboreación	98
3.5 Tabla de equivalencias.....	102
3.6 Cuestionario previo	106
3.7 Reporte cuestionario piloto	119
3.8 Resultados de prueba piloto.....	122
3.9 Cuestionario definitivo	122
4 Levantamiento de datos	128
4.1 Características de la población	128
4.2 Tipo de levantamiento	128
4.3 Procedimiento para levantamiento de datos	130
4.4 Lectura de datos.....	132
4.4.1 Base de datos	133
4.4.1.1 Creación de la base de datos.....	133
4.4.1.2 Base de datos del estudio	135
4.4.2 Lectura de las tablas	135
4.4.2.1 Creación de tablas.....	135
4.4.2.2 Procedimiento para el llenado de las tablas	135

4.4.2.3 Lectura de tablas del estudio.....	136
4.4.3 Cruce de variables.....	136
4.4.3.1 Creación de tablas para el cruce de variables.....	137
4.4.3.2 Procedimiento para la lectura del cruce de variables	138
4.4.3.3 Cruce de variables sociodemográficas.....	140
4.4.3.3.1 Género	140
4.4.3.3.2 Edad	142
4.4.3.3.3 Grado de estudios	145
4.4.3.3.4 Ocupación	147
4.4.3.3.5 Ingreso familiar	149
4.4.4 Sugerencias	151
Conclusiones.....	154
Fuentes de consulta	163
Anexos	165

INTRODUCCIÓN

En el año 2002, a raíz de que perdí mi empleo como encargada de proyectos especiales en un banco de Estados Unidos de América, y ante la necesidad apremiante de mejorar económicamente para sacar adelante a mis dos hijos, así como de darles un buen ejemplo, decidí terminar mis estudios de licenciatura en Periodismo y Comunicación Colectiva.

Por ese motivo inicié contacto telefónico con la Coordinación de Periodismo donde me informaron que no sólo debía pasar las dos materias que según yo tenía por no aprobadas, sino que además tenía que revalidar ocho materias para salir con el plan de estudios vigente de la FES Acatlán. En lugar de desistir de mi empeño ante tal noticia, decidí enfrentar el hecho viajando de EUA a México en varias ocasiones sólo para pasar esas materias y completar el cien por ciento de los créditos necesarios para terminar la licenciatura. Como todavía me faltaba la tesis para llevar a cabo mi objetivo y pensando que no podría terminar mi carrera viviendo tan lejos, decidí dejar todo y mudarme a la ciudad de México con el fin de titularme.

En cuanto llegué quise empezar mi tarea académica inmediatamente, pero debido a que tuve que hacerme cargo repentinamente de mi madre –padece Síndrome de Parkinson-, y a que mis hijos estaban muy desorientados por el cambio tan drástico de cultura y educación, tuve que hacer un alto en mis proyectos personales, sin dejar nunca de contemplar mi objetivo primordial.

La profesora Ariadna Uribe, a quien personalmente le debo mucho apoyo y motivación junto con los demás miembros de la coordinación de Periodismo, me comentó de las diferentes formas de obtener mi título. Me habló del reporte que se puede hacer cuando se trabaja en el medio periodístico, el cual pese a que fui una de las dos primeras personas de mi generación en trabajar en un medio impreso

mucho antes de concluir la carrera, y a pesar de que desarrollé la profesión por muchos años, me indicó que sólo podía contar con esa posibilidad siempre y cuando hubiera trabajado en el área en el año inmediato anterior a la realización de tesis, por lo que mi desempeño profesional en los medios de comunicación no me servía.

Me comentó del examen general de conocimientos, que aún no se aplica en la carrera; me habló de la tesis y las tesinas, y también me hizo mención de los seminarios de titulación, los cuales me parecieron más apropiados para mi objetivo dado el tiempo transcurrido desde que dejé la escuela. Por este motivo y desde entonces siempre estuve investigando sobre cuándo se abrirían nuevos seminarios de titulación.

Cuando escuché que el próximo seminario de titulación versaba sobre opinión pública, no dude en integrarme a éste por ser una materia con mucho futuro. Mi interés por la opinión pública nació cuando como estudiante colaboré con el profesor e investigador Héctor Jesús Torres Lima en la campaña de difusión del Centro Cultural Acatlán, y se profundizó cuando me desempeñé como reportera del Partido Revolucionario Institucional en la década de los ochentas.

El mismo maestro Torres Lima y los catedráticos María Venus Armenta Fraga, Olga Gallo Romo, Laura González Morales y Eduardo Juan Escamilla, integrantes del seminario extracurricular de titulación de Opinión Pública, realizado del 3 de agosto de 2005 al 25 de febrero de 2006, en la Facultad de Estudios Superiores Acatlán de la máxima casa de estudios, actualizaron mis conocimientos en la materia e hicieron posible la presente investigación, cuyo objetivo general es conocer la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar sobre precios, productos, servicios y atención al público.

Aquí cabe aclarar que en el proyecto original no estaba contemplada la atención al público como categoría de estudio; sin embargo durante el desarrollo del marco

conceptual me ví en la necesidad de integrarla por así convenir a los intereses de la investigación.

Realizar un estudio sobre el Acuario Pro-Hogar me interesó particularmente primero por la accesibilidad de datos y experiencia personal con relación a esta micro-empresa, segundo por mi inclinación académica hacia la materia de opinión pública, y tercero por el deseo ferviente de titularme como licenciada de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva, cuyo fin primordial supone la formación de profesionales capaces de generar conocimientos sobre procesos comunicativos mediante el uso de herramientas teóricas, metodológicas, técnicas e instrumentales, y tener la posibilidad de ofrecer propuestas que permitan el mejoramiento de nuestro entorno social.

Además esta investigación basada en la materia de Opinión Pública de la Preespecialidad de Comunicación Persuasiva, de la carrera de Periodismo está en concordancia directa con los procesos comunicativos que se dan actualmente en nuestra sociedad.

En el estudio, realizado en el Acuario Pro-Hogar, ubicado en el interior del mercado del mismo nombre del 5 al 19 de diciembre de 2005, se contemplaron cinco delimitaciones del tema: teórica, metodológica, técnica, espacial y temporal.

Durante la planeación de este trabajo sólo se tenían contemplados los capítulos relacionados con marco contextual, metodología de la elaboración del cuestionario, levantamiento de datos e interpretación de resultados; no obstante en el desarrollo de la investigación, al observar que era igualmente necesario un soporte teórico, se añadió un capítulo al inicio con todo lo referente al marco conceptual. De allí que haya quedado en el segundo capítulo el marco contextual donde se desarrolla la filosofía y organización del Acuario Pro-Hogar.

El tercer capítulo aborda elementos que refuerzan la validación del método general de opinión pública, el cual comprende la realización de la tabla de operacionalización, la planificación y elaboración del instrumento, el diagrama de flujo y arboreación, la tabla de equivalencias, el cuestionario previo, la prueba piloto y el cuestionario final.

El capítulo 4 se llevó a cabo en dos partes, en la primera parte se explican los criterios seguidos para identificar las características de la población a encuestar, la elección del tipo de levantamiento de datos, el procedimiento para llevar a cabo esta tarea (incluye una bitácora), la lectura de datos y el cruce de variables. En la segunda parte se realiza el análisis de los resultados con las cinco variables sociodemográficas consideradas para esta investigación (género, edad, grado de estudios, ocupación e ingreso familiar) y para ello se contó con la base de datos que se presenta en las tablas generales y las tablas de cruces de variables; para luego contrastarlas en las conclusiones con las hipótesis alternativas, dado que se parte de una hipótesis nula donde en un principio no se conocen las opiniones de los clientes del Acuario Pro-Hogar sobre precios, productos, servicios y atención al público.

En este estudio igualmente es factible notar que la aplicación de la metodología de la investigación de la opinión pública implicó el desarrollo del conocimiento de un área que asegura constantemente la lógica de integración teórico-práctica de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva, de la Facultad de Estudios Superiores Plantel Acatlán (FES Acatlán), de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), la cual busca integrar al investigador con la realidad social, reforzando su compromiso con la preservación y el mejoramiento del medio ambiente y con la constante evolución del ser humano.

Los resultados de esta investigación basada en la materia de Opinión Pública de la Preespecialidad de Comunicación Persuasiva, de la carrera de Periodismo, en concordancia directa con el contexto social, permitirá con las sugerencias

aportadas al final del capítulo cuatro proyectar mejores políticas de desarrollo para la micro-empresa en cuestión en beneficio de los encuestados, y contribuirá a una mejor comprensión del desarrollo económico nacional en general.

1 MARCO CONCEPTUAL

Esta investigación se basa en el enfoque que sostiene a la opinión pública como un subsistema del sistema comunicativo al compartir sus mismos elementos estructurales, es decir actores, instrumentos, expresiones y representaciones.

Debido a que sólo a partir de modelos formales podemos estudiar la comunicación como un sistema general e inferirle validez científica, se examina la Teoría General de Sistemas, el Modelo General de Sistemas y el Modelo Dialéctico de la Comunicación.

En las siguientes páginas se explicará el concepto de sistema como entidad real, la selección, distinción y relación de los componentes, así como las correlaciones necesarias para llevar a cabo un análisis sistémico.

Identificar cómo se organizan y se relacionan los sistemas con otros sistemas y subsistemas como es el de la opinión pública, nos llevará a describir el Modelo General de Sistemas y dado que la dialéctica está inmersa en todo proceso histórico convendrá estudiar el Modelo Dialéctico de la Comunicación, cuyos componentes son los actores, instrumentos, expresiones e interpretaciones.

“La dialéctica es una lógica que se aplica al análisis de los sistemas finalizados que cambian a lo largo de la historia. El sistema de comunicación social es uno de tales sistemas: está finalizado (es decir su funcionamiento depende de los intereses que persiguen los usuarios, sean personas físicas o instituciones); y se utiliza de modo distinto en distintas épocas históricas (el desarrollo de la tecnología de la comunicación ha creado nuevos usos, nuevos sujetos de la comunicación, nuevos productos comunicativos). Por tanto, el sistema de comunicación social puede ser estudiado con una metodología dialéctica.”¹

¹ Martín Serrano, Manuel, Et. Al. Teoría de la comunicación social. A. Corazón, Madrid, 1982 (Cuadernos de Comunicación Vol. 8), p. 151.

Dado que la comunicación se estudia desde estas perspectivas teóricas y debido a que la opinión pública es un subsistema de este sistema, en este capítulo también se exponen los conceptos, características y referentes públicos de esta materia. De igual forma se retoma la Teoría de la Mediación Social, cuyos planos mediacionales son concluyentes en la elaboración del cuestionario, objetivo del Capítulo 3.

Dentro de la descripción que se hace de la opinión pública y debido a la confusión que crean, también se lleva a cabo un análisis diferencial de sondeo y encuesta. Finalmente se resaltan las diferencias existentes entre la opinión pública de la Ilustración y la vigente, dentro de las perspectivas actuales de la opinión pública.

1.1 TEORIA GENERAL DE SISTEMAS

Esta investigación se abordará desde la perspectiva de la Teoría General de Sistemas donde concepto, organización y función de los sistemas se toman como entidades reales y como método propio para el análisis, y donde su organización se da a partir de la selección, distinción y relación entre sus elementos componentes.²

Existen dos formas de examinar esta teoría y por supuesto al sistema: Desde su concepto como tal y desde el análisis de su organización.

1.1.1 Concepto de sistema

Como concepto se dice que el sistema es una entidad real, es decir, algo que existe y se puede analizar debido a que está organizado. Dada esta última particularidad, el sistema se puede estudiar desde la postura de la Teoría General de Sistemas.

1.1.2 Análisis de la organización de los sistemas

La sociedad entera está formada por sistemas. Iglesias, escuelas, partidos políticos, empresas, son algunos ejemplos. Todos los sistemas están formados por elementos analizables. La escuela, por ejemplo, tiene como elementos a empleados, salones, libros y alumnos. Éstos son elementos seleccionados que difieren y se relacionan entre sí, por lo que cumple con las características que la Teoría General de Sistemas requiere para el análisis de la organización de los sistemas: Selección, distinción y relación entre sus elementos componentes.

² Los conceptos teóricos de este capítulo fueron proporcionados por la catedrática Venus Armenta durante el 1º módulo del SeminarioTaller Extracurricular de Opinión Pública, realizado en la FES Acatlán, UNAM, durante agosto y septiembre de 2005.

Dicha teoría refiere que lo que no está organizado se clasifica como agregado. En el sistema como entidad real es necesario diferenciar un sistema de un agregado. Ambos están compuestos por varios elementos, pero mientras un sistema se encuentra organizado, un agregado no lo está.

1.1.3 Componentes del sistema

Es tarea del investigador delimitar los sistemas, en tiempo y espacio, para analizarlos desde esta perspectiva teórica. Es igualmente el analista, quien de acuerdo a métodos específicos, decide cuáles componentes del sistema son clave en su estructura.

1.1.3.1 Selección de los componentes de un sistema

En la selección de los componentes de un sistema, el investigador debe observar cuáles son las implicaciones que tiene cada elemento para su clasificación apropiada. Estos pueden ser obligatorios u optativos.

Un componente pertenece a un sistema cuando su existencia es necesaria para que funcione o permanezca organizado el sistema. A la relación entre un componente y el sistema se le llama implicación. Existen dos clases de implicaciones: obligatoria, cuando la desaparición del elemento afecta la existencia, el funcionamiento o transforma el sistema; y la optativa se da cuando el sistema puede funcionar sin desaparecer y sin transformarse sustituyendo a ese componente por otro.

En los sistemas hay otro tipo de elementos: Los incorporados. Éstos aparecen frecuentemente en el sistema pero no están implicados en el mismo, requieren del sistema, pero éste puede eliminarlos sin alterarse.

Para reconocer las implicaciones de los componentes en un sistema, el investigador debe distinguir si los componentes son obligatorios, optativos o incorporados. La flexibilidad de un sistema se da en función de las implicaciones de los componentes que la conforman, si todos son obligatorios entonces el sistema es rígido.

1.1.3.2 Distinción de los componentes de un sistema

“Se dan por las diferencias entre ellos o por su comportamiento al interior del sistema. Hay dos clases de diferenciaciones o comportamientos: Estructural, cuando un elemento ocupa un lugar específico para que el sistema esté en un estado, ese lugar no puede ser ocupado por otro elemento u otros elementos; funcional, cuando un elemento ocupa un lugar específico para que el sistema asuma una función dentro del estado, esa función no puede ser asumida por otro elemento.”³

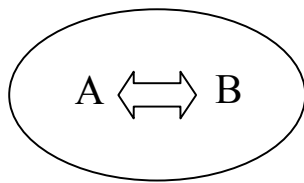
Los elementos pueden ser de naturaleza distinta, pero no es condición para diferenciarlos. Un sistema es grande de acuerdo al número de componentes. Habrá ocasiones en que se mezclen los elementos del sistema estructural con el funcional.

1.1.3.3 Relación entre los componentes de un sistema

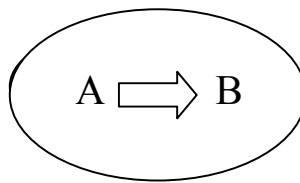
La segunda forma de abordar a la Teoría General de Sistemas es desde su análisis organizacional, donde los elementos se seleccionan, distinguen y relacionan entre sí. Esta parte versa sobre las relaciones entre los componentes de un sistema denominadas dependencias y clasificadas en tres tipos: solidarias, causales y específicas.

³ loc. cit.

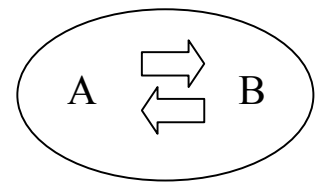
Las solidarias se presentan cuando el cambio de un componente afecta necesariamente a otro y viceversa; las causales cuando el cambio de un componente afecta a otro, pero no a la inversa, y las específicas cuando el cambio de un componente afecta en ocasiones a otro componente y viceversa. Los elementos pueden o no tener relaciones directas o indirectas con otros elementos del sistema, y pueden o no manifestar esas afectaciones.



Solidaria



Causal



Específica

1.1.4 El análisis sistémico

Es el estudio de la organización de los sistemas y consiste en identificar cuáles son los componentes. Cada sistema selecciona, estudia cómo se distinguen unos de otros y ve qué relaciones mantienen en el mismo para dar coherencia a varios sistemas que por ser abiertos son interactuantes y multiafectados.

1.2 MODELO GENERAL DE SISTEMAS

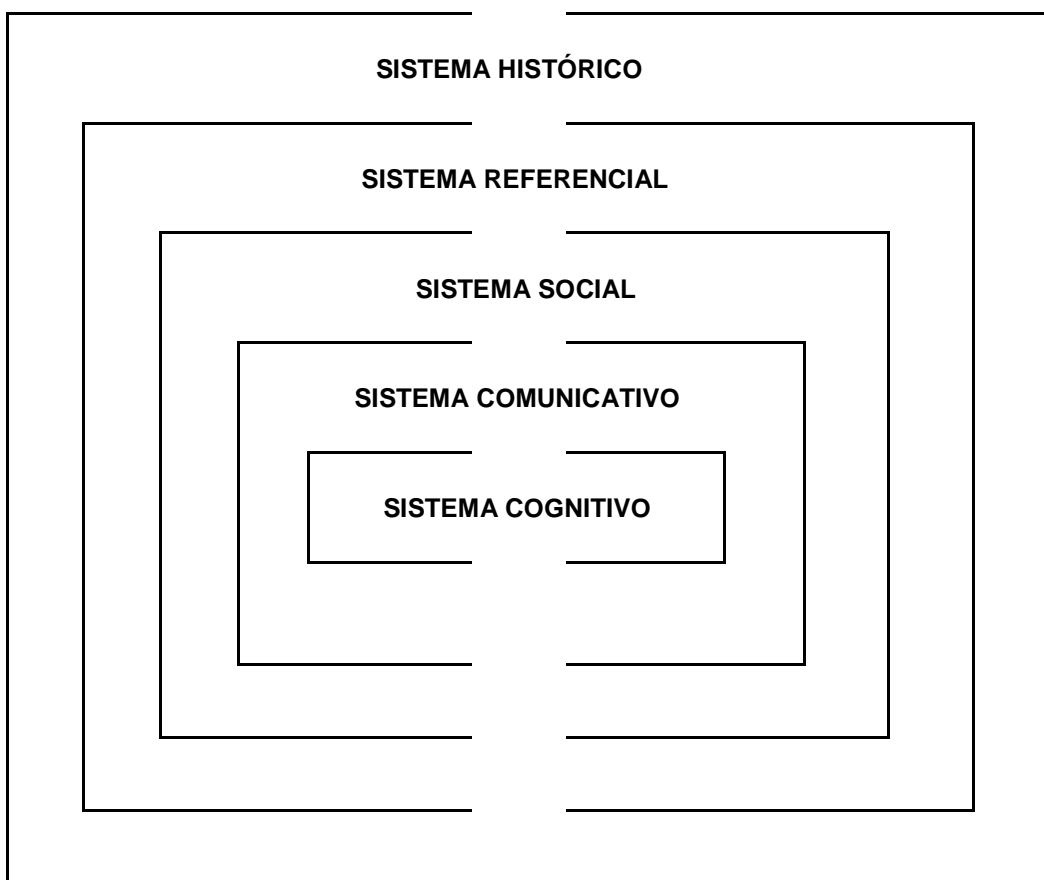
Los sistemas que intervienen en este modelo propuesto por Manuel Martín Serrano son: histórico, referencial, social, comunicativo y cognitivo.⁴

El sistema cognitivo se da cuando se reflexiona sobre el *yo* (parte consciente del ser humano), el *ello* (placer) y el *super yo* (norma social). Al momento en que dice

⁴ Martín Serrano, Manuel, Et. Al. Teoría de la comunicación social. A. Corazón, Madrid, 1982 (Cuadernos de Comunicación, Vol. 8)

algo el yo se convierte en expresión y al exteriorizarse afecta al sistema comunicativo, el cual a su vez afecta a los otros sistemas del modelo.

El sistema social está formado por instituciones sociales como la familia, la iglesia, los partidos políticos y los hospitales, por citar algunos; el sistema referencial está dado por referentes o lo que es lo mismo por temas o tópicos, y el sistema histórico se da a través de tiempos y espacios.



MODELO GENERAL DE SISTEMAS

1.3 MODELO DIALÉCTICO DE LA COMUNICACIÓN

En la comunicación intervienen componentes que están organizados, son heterogéneos y asumen funciones específicas y diferenciadas. Debido a la

naturaleza de estas características se pueden estudiar todos los intercambios informativos como procesos que ocurren en el interior de un sistema: el sistema de la comunicación.

Martín Serrano explica que el sistema de la comunicación no es autónomo, sino que está interrelacionado con otros sistemas no comunicativos (léase histórico, referencial, social y cognitivo) que influyen en él y viceversa.

Su análisis puede analizarse desde una perspectiva dialéctica caracterizada “en el plano teórico y praxeológico intenta dar cuenta de las relaciones que se establecen entre las bases materiales que hacen posible la comunicación (infraestructura), la organización de esas bases materiales reflejo de la organización social que se sirve de ellas (estructura) y el modelo cultural, axiológico e ideológico que se articula con ella (supraestructura).”⁵

El modelo dialéctico trata de distinguir las contradicciones internas del sistema comunicativo y las que se generan en relación al sistema social, aborda el efecto que produce el cambio histórico de las tecnologías comunicativas sobre las estructuras y las supraestructuras, propone un marco teórico adecuado para el análisis posterior de los usos que se hacen de la comunicación en cada formación social (capitalista, socialista), y en el plano didáctico, la exposición de este modelo pretende despertar el espíritu crítico en los futuros profesionales de la comunicación.

“La dialéctica es una lógica que se aplica al análisis de los sistemas finalizados que cambian a lo largo de la historia. El sistema de comunicación social es uno de tales sistemas: está finalizado (es decir su funcionamiento depende de los intereses que persiguen los usuarios, sean personas físicas o instituciones); y se utiliza de modo distinto en distintas épocas históricas (el desarrollo de la tecnología de la comunicación ha creado nuevos usos, nuevos sujetos de la

⁵ Idem. p. 160.

comunicación, nuevos productos comunicativos). Por tanto, el sistema de comunicación social puede ser estudiado con una metodología dialéctica.”⁶

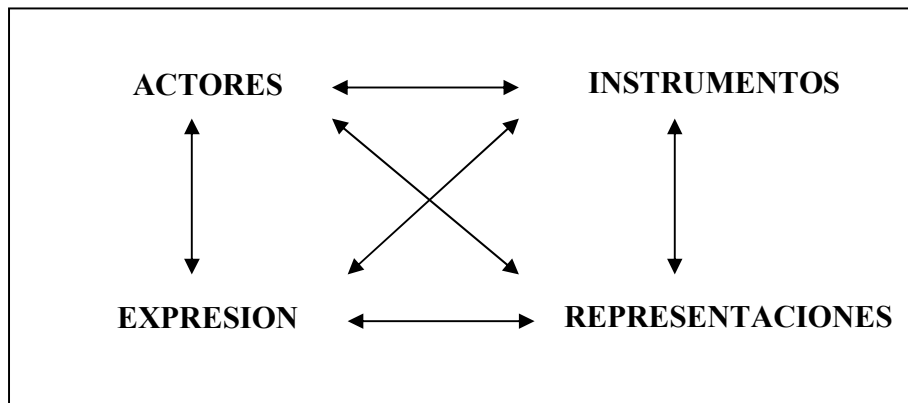
El modelo tiene componentes que por su origen están implicados en el proceso comunicativo aunque puedan formar parte de otros sistemas diferentes. Estos componentes son: autores, expresiones, representaciones e Instrumentos de la comunicación.

1.3.1 Componentes del sistema de la comunicación

En el modelo dialéctico de la comunicación las bases materiales de la vida social son imprescindibles y deben tomarse en cuenta para aprender el origen y porqué de sí mismas, así como el papel que juegan dentro de las sociedades. Asimismo se estudia la organización social y política que determina el uso que se hacen de los recursos y de la tecnología (instrumentos), la infraestructura tecnológica tecnológica es decir los medios de comunicación y/o producción que sirven para señalar de qué modo afecta el producto comunicativo a productores de la comunicación y a los consumidores. Se analizan igual forma los productos comunicativos donde los temas de los que se ocupan la media y la forma en la cual son tratados, y también se analizan las relaciones de poder que se encuentran inherentes en el uso de la comunicación. También el análisis de la división social que se aplica al estudio de los propietarios de la media.

El modelo dialéctico ofrece un cambio válido para estudiar el sistema de comunicación, porque es el único que toma en cuenta las relaciones que son consustanciales al funcionamiento de la comunicación. Actores, instrumentos, expresiones e interpretaciones son componentes a estudiar en este modelo dialéctico comunicativo. A continuación se presenta una representación gráfica del modelo y se precisan sus definiciones.

⁶ Idem. p. 151.



MODELO DIALÉCTICO DE LA COMUNICACIÓN

1.3.1.1 Actores

“Las personas físicas que en nombre propio o como portavoces o representantes de otras personas, grupos, instituciones u organizaciones entran en comunicación con otros Actores.

Las personas físicas por cuya mediación técnica unos Actores pueden comunicar con otros, siempre que su intervención técnica en el proceso comunicativo excluya, incluya o modifique a los datos de referencia proporcionados por los otros Actores.”⁷

1.3.1.2 Instrumentos

“Todos los aparatos biológicos o instrumentos tecnológicos que pueden acoplarse a otros aparatos biológicos o tecnológicos para obtener la producción, el intercambio y la recepción de señales.”⁸

⁷ Idem. p. 161

⁸ Idem. p. 163

Los biológicos son: el aparato fisiológico, el aparato motriz, el cuerpo. Los tecnológicos se dividen en dos: 1° Amplificadores: aquellos que no modifican la naturaleza de la señal, por ejemplo el micrófono. 2° Tradicionales: aquellos que cambian o traducen señales acústicas, luminosas, electromagnéticas en otra materia o energía, por ejemplo la televisión, la radio, el telégrafo, Internet.

1.3.1.3 Expresiones

“Son sustancias o cualquier cosa de la naturaleza, cualquier objeto fabricado o cualquier organismo vivo. Son sustancias expresivas las materias informadas o, si se prefiere, cualquier entidad perceptible por algún sentido de Alter, sobre la cual, Ego ha realizado un trabajo expresivo. Las sustancias expresivas cuando son energizadas poseen la capacidad de generar señales, es decir, de modular las energías que pueden afectar a los sentidos de algún ser vivo.

Una sustancia está informada cuando puede presentar diferencias perceptibles o puede adoptar diferentes estados perceptibles y algunas de esas diferencias o de esos estados *designan* algo para alguien. Cada variedad o estado distinto (respecto a otra variedad o estado) es una expresión (distinguible respecto a otras expresiones).”⁹

1.3.1.4 Representaciones

“Una representación, en el campo de la comunicación, actúa organizando un conjunto de datos de referencia proporcionados por el producto comunicativo, en un modelo que posee algún sentido para el usuario o los usuarios de esa representación.”¹⁰

“Las representaciones pueden diferenciarse según su uso:

⁹ Idem. p. 165

¹⁰ Idem. p. 167-168

- a) Representaciones que son modelos para la acción. Dan a la información un sentido que afecta al comportamiento.
- b) Representaciones que son modelos para la cognición. Dan a la información un sentido que afecta al conocimiento.
- c) Representaciones que son modelos intencionales. Dan a la información un sentido que afecta a los juicios de valor.”¹¹

Se debe destacar que no es posible comunicar “si el trabajo expresivo de Ego y el trabajo perceptor de Alter, no están guiados por las representaciones. Incluso, [...] la comunicación se hace ineficaz cuando la representación que guía el trabajo expresivo de Ego no se corresponde con la que rige el trabajo perceptivo de Alter.”¹²

1.4 EL SUBSISTEMA DE LA OPINIÓN PÚBLICA

Dado que las expresiones son un producto comunicativo y la opinión pública un conjunto de expresiones, se puede decir que la opinión pública es un subsistema del sistema comunicativo, ya que comparte sus mismos elementos estructurales: actores, instrumentos, expresiones y representaciones.¹³

1.4.1 Componentes del sistema de opinión pública

Los componentes del sistema de opinión pública son los mismos que los del sistema de comunicación, de allí que éste sea considerado un subsistema de éste.

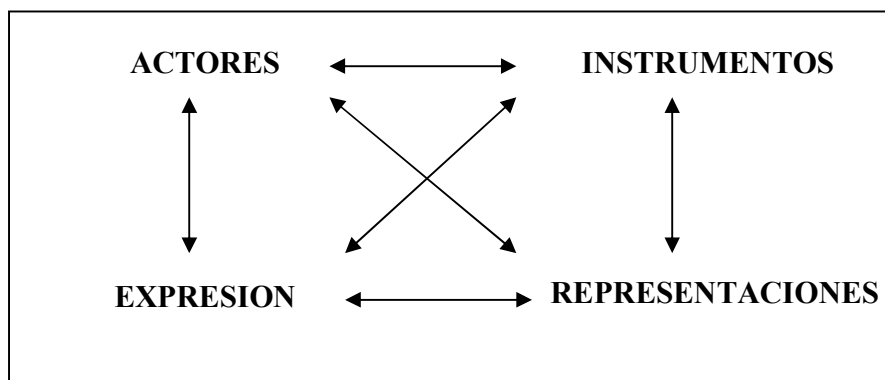
¹¹ Idem. p. 168

¹² Idem. p. 168

¹³ Armenta, Venus. SeminarioTaller Extracurricular de Opinión Pública, 1º módulo, FES Acatlán, UNAM, agosto - septiembre 2005.

1.4.2 Identificación de los elementos de la opinión pública en el referente por estudiar

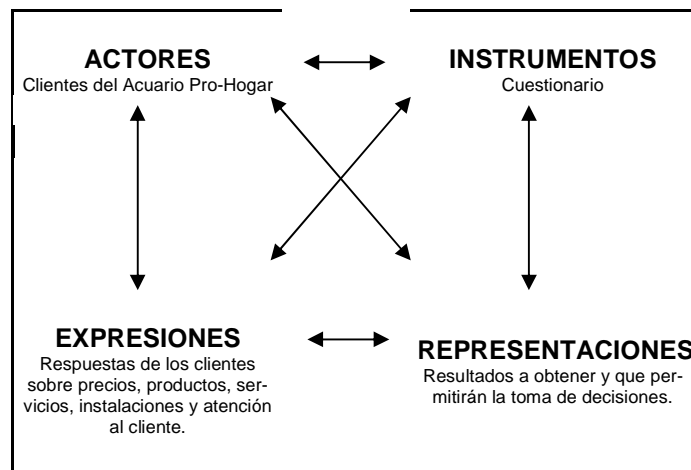
Al ser el Acuario Pro-Hogar una entidad real y organizada se le analiza con apoyo de la Teoría General de Sistemas, la cual sirve para identificar, distinguir y ver la relación que guardan sus elementos estructurales. Asimismo, este estudio está delineado por los sistemas histórico, referencial, social y comunicativo. El Sistema histórico del negocio está dado por la historia, los antecedentes, el desarrollo y la situación actual. El sistema referencial se localiza en la cultura de la organización (misión, visión y valores de la empresa). El sistema social, por su parte, se conforma por las relaciones sociales que tiene el negocio, la estructura de la organización, el organigrama y la relación entre los departamentos. Y el sistema comunicativo está dado a través del estudio de la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar. Observemos el siguiente modelo dialéctico de la comunicación, donde advertiremos que los elementos estructurantes del sistema comunicativo y del subsistema opinión son los mismos.



COMPONENTES DEL SUBSISTEMA OPINIÓN PÚBLICA

Al ser cierta esta teoría comunicativa, podemos desglosar los elementos estructurantes del sistema comunicación y subsistema opinión pública de la siguiente manera:

En este caso los clientes del Acuario Pro-Hogar serán los *actores*; las *expresiones*, las respuestas de los mismos sobre precios, productos y servicios; los *instrumentos* serán los cuestionarios que se aplicarán de forma escrita, presencial y aleatoria; y las *representaciones* serán los resultados que obtengamos y que de alguna manera inducen a la toma de decisiones. Los *referentes* son los precios, productos, servicios, instalaciones y atención al cliente del Acuario Pro-Hogar.



COMPONENTES DEL SISTEMA ACUARIO PRO-HOGAR

1.4.3 Referentes públicos

Los referentes o códigos más comunes que se emplean en encuestas y que usan los medios de comunicación masiva son los siguientes:

- Muertes
- Guerra
- Enfermedad
- Religión
- Forma de vida cultural

- Política
- Educación
- Relaciones sociales
- Medios de comunicación
- Emociones
- Economía

Cada uno de estos referentes, según la investigadora Venus Armenta¹⁴, tiene tres vertientes:

- Grado de afectación a la sobrevivencia
- El número de afectados
- La cercanía a los receptores

1.4.4 Concepto de la opinión pública

Al considerarse a la opinión pública como un subsistema del sistema comunicativo, habría que coincidir con expertos de esta materia de la Facultad de Estudios Superiores Acatlán, UNAM, como son los catedráticos Héctor Jesús Torres Lima y Olga Gallo, y presumir que ésta nació con la manifestación de las primeras expresiones humanas. Con esta afirmación aceptaríamos el hecho de que la opinión pública nació como fenómeno social con las primeras civilizaciones, aunque muchos teóricos consideran formalmente su estudio a partir de la Ilustración.

La comunicación sirve para que el hombre exprese sus pensamientos, emociones y experiencias con el fin de que sean escuchadas, conocidas y tal vez aceptadas. Si el hombre no expresa sus opiniones, éstas no serán conocidas. En otras

¹⁴ Armenta, Venus. SeminarioTaller Extracurricular Opinión Pública, 1° módulo, FES Acatlán, UNAM, agosto - septiembre 2005.

palabras, una necesidad no expresada no puede obtener su correspondiente satisfacción social. De allí que la opinión pública sólo puede ser ejercida, entendida y analizada por los grupos sociales a partir de la expresión.

Olga Gallo refiere que en el periodo histórico que corresponde a la comunidad primitiva eran tres temáticas que afectaban a los grupos sociales y sobre las cuales había que llevar a cabo el consenso: 1° la protección de los individuos frente a la naturaleza, 2° el abasto de alimentos y 3° la posesión de un territorio. Y añade que estos rubros aún prevalecen en nuestros días dado el entendible interés del hombre por la sobrevivencia y conservación de la propiedad privada.

Algunos teóricos señalan a Grecia como cuna de la opinión pública debido a que su empleo se remonta al gobierno democrático de éstos. En la Edad Media, el referente político de esta materia cambió notablemente al perder relevancia y darle paso a la religión. En esta época se da una “institucionalización” de la comunicación pública por la iglesia. El elemento ordenador del hombre y la naturaleza era Dios y los representantes divinos eran los señores feudales.

“En el modelo clásico de la ilustración, la opinión pública resulta de la agregación de opiniones individuales emitidas por ciudadanos informados que ocupan la esfera pública en calidad de iguales. Todos ellos críticos atentos al quehacer gubernamental que generan agentes de discusión, debaten los asuntos de interés general y expresan sus pareceres en diarios, folletines, cafés, grupos de discusión, entre otros sitios públicos con el supuesto de que terminara imponiéndose el mejor argumento.”¹⁵

La opinión pública durante el Siglo de las Luces estaba formada por el ejercicio de derechos humanos como la libertad de expresión y de imprenta, y cuyo formato básico era la lucha por el bienestar social. En ese entonces la sociedad estaba

¹⁵ Contenidos vertidos por Olga Gallo durante el 2° módulo del Seminario Taller Extracurricular de Opinión Pública, FES Acatlán, UNAM, en septiembre de 2005.

restringida y los pensadores al desear la construcción de un estado sólido, usaban a la opinión pública para medir las voluntades sociales.

En ese contexto, la opinión pública fue “sometida al proceso discusión en plena facultad de libertades, el intercambio de luces y la reflexión sobre puntos de vista propios y ajenos, que resaltaban en un acto de decisión manifestado por las mayorías y que determinaba la voluntad general”.¹⁶

En la actualidad la opinión pública se conoce por la mediación y exhibición de encuestas principalmente hechas por personas que no están bien informadas y que a veces obedecen a intereses de índole particular.

A la opinión pública se le define como el conjunto de expresiones [elemento del sistema comunicativo] de un grupo social [actores] que tiene un referente público [representaciones], a diferencia del público que es el grupo social en sí mismo [instrumentos]. Es importante resaltar que esta definición está compuesta por los cuatro elementos de la comunicación.

Actualmente gobiernos, empresas, organizaciones e instituciones recurren cada vez más a los estudios de opinión pública “para diagnosticar, explicar y planificar acciones que tienen incidencias en la conformación de la vida cotidiana de las personas comunes y corrientes, no sólo a nivel regional y nacional, sino internacional.

“La utilidad de los estudios de opinión pública que se realizan en los diferentes grupos sociales representan la aplicación de métodos y técnicas precisas y con ciertos grados de confiabilidad. La mayoría de las veces sirven para coadyuvar en la toma de decisiones de carácter político, económico y cultural.”¹⁷

¹⁶ Idem.

¹⁷ Idem.

1.4.5 Características de la opinión pública

A continuación detallamos las características de la opinión pública a fin de lograr una mejor comprensión de esta disciplina como sistema.

- La opinión pública, como sistema, cumple con la condición de ser una entidad real.
- Los elementos que la constituyen como sistema son actores, instrumentos, expresiones y representaciones.
- Es un tipo de expresión (con las características que estableció Sócrates) por lo que es un subsistema del sistema de la comunicación.
- Está conformada por opiniones de individuos que no necesariamente tienen la misma dirección ni la misma intensidad.
- Se da entre los miembros de un grupo social.
- Tiene como referentes a los temas públicos.¹⁸

1.5. TEORÍA DE LA MEDIACIÓN SOCIAL

Se trata de un “paradigma teórico capaz de interpretar y sistematizar la diversidad de elementos que se constituyen al interior de un proceso social.”¹⁹

La Teoría de la Mediación Social permite dar un orden a los hechos, mismos que se “han estado dando de acuerdo al grado de desarrollo de las sociedades

¹⁸ Idem.

¹⁹ Idem.

occidentales. Este orden se puede formalizar en modelos que Serrano nombra modelos mediacionales²⁰. Aquí la historia es punto fundamental en el estudio y sus correspondientes interpretaciones.

Para comprender mejor estos conceptos es necesario definir la mediación. La investigadora Olga Gallo la describe como aquella que impone límites a todo lo que puede ser dicho y a las maneras de decirlo, por medio de un sistema de orden. “Cada sociedad está interesada en transmitir y conservar el conjunto de sistemas de orden mediante los cuales impone una determinada visión del mundo.”²¹

En la mediación pueden modificarse los objetivos que sirven para transmitir un mensaje no así el orden que permite la estabilidad del status quo del sistema. En todos los sistemas sociales que se conocen -capitalismo, socialismo, sociedades globalizadas-, se está interesado en transmitir y conservar los sistemas de orden, algunas veces imponiéndose. Y es precisamente otra vez Martín Serrano el que nos proporciona la Teoría de la Mediación Social para interpretar los procesos de mediación regidos.

Olga Gallo refiere que las instancias normativas podrán ser entendidas desde el ámbito de la Teoría de la Mediación en cuanto son “mediadoras” de procesos sociales.

“La clase social como instrumento de mediación entre la estructura de producción y las relaciones de producción.

²⁰ Durante el 2º módulo del Seminario Taller Extracurricular de Opinión Pública, la investigadora de la UNAM Olga Gallo retoma conceptos vertidos por Martín Serrano en su libro La Mediación Social, Madrid, Akal, 1976, p. 54.

²¹ Conceptos vertidos por Olga Gallo durante el 2º módulo del Seminario Taller Extracurricular de Opinión Pública, FES Acatlán, UNAM en septiembre de 2005.

La política, como un instrumento de mediación entre los recursos y las aspiraciones.

La educación como un instrumento de mediación entre los recursos y los comportamientos.

La psicoterapia psicoanalítica como un instrumento de mediación entre los instintos y la socialización.”²²

La mediación se propone como el anclaje histórico de las relaciones sociales a partir de la situación histórica específica de la sociedad. De ninguna manera se puede abarcar toda la historia del sistema.

Existen 4 modelos culturales y 4 sociales. Los cuatro modelos culturales, en cuya esencia tratan la interpretación histórica del acontecer, abarcan la era medieval, la ilustración o enciclopedismo, el capitalismo y el capitalismo monopólico. Los cuatro modelos sociales, en los cuales la ideología es esencial para interpretar al mundo, son denominados: Mosaico, donde se dan datos desunidos, unos junto a otros, presentando muchas versiones de la realidad, tantas que a veces confunden a la sociedad; jerárquico, donde nos presentan datos dependientes que no nos dicen el verdadero origen o punto de partida de muchos fenómenos sociales; el articular, donde nos cambian los códigos para transmitir los mismos datos, y el latente o abstracto donde se ocultan la información necesaria para comprender los hechos sociales y a veces los naturales.

Aquí vale hacer hacer hincapié en la necesidad de añadir otros modelos a la Teoría de la Mediación Social, tanto sociales como culturales, debido a que el teórico Martín Serrano la propuso en los años 70, y tiene razón cuando la realidad actual presenta una tendencia hacia la globalización económica mundial y cuando

²² Idem.

los parámetros que regían a las sociedades hace treinta años han modificado, algunas esencialmente, las normas que regían su funcionamiento.

1.5.1 Planos mediacionales

Cuando existe disonancia entre lo que se informa y lo que acontece entonces surgen los planos que permitan la reducción de la disonancia, descrita por Festinger (1957) y citada por Gallo, “como un estado de incomodidad o tensión producido por la concurrencia de dos elementos cognoscitivos igualmente aceptados por el sujeto, que lleva a los sujetos afectados a realizar algún esfuerzo por restablecer la disonancia.”²³

Gallo, agrega, que un elemento cognoscitivo es cualquier opinión o creencia del ambiente de uno mismo, de la conducta de uno mismo. Pone como ejemplo de disonancia que existe entre la invención de los métodos anticonceptivos y las normas católicas de procreación para un creyente.

Los planes mediacionales son: Plano de los principios, plano de la situación, y plano de la mediación.

1.5.1.1 Plano de los principios

Constituido por las circunstancias cuya preservación es fundamental para la preservación del grupo, bienes de producción y normas, entre otros.

1.5.1.2 Plano de la situación

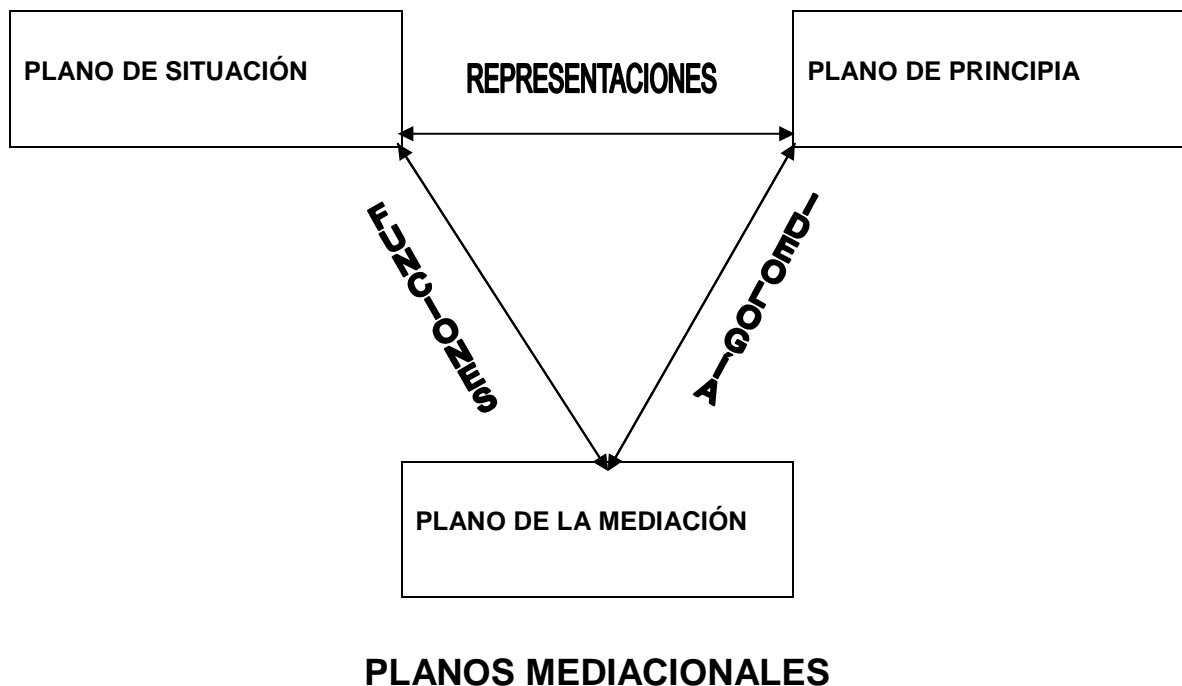
²³ Contenidos vertidos por la investigadora Olga Gallo durante el 2º módulo del Seminario Taller Extracurricular de Opinión Pública, FES Acatlán, en septiembre 2005.

“Constituido por los cambios que el acontecer opera en la realidad social, un suceso que afecta al grupo, una nombra que cambia, un código nuevo, etc.”²⁴

Este plano es fundamental para la preservación del grupo de producción de normas.

1.5.1.3 Plano de la mediación

Es el plano cognitivo en el que se verifica un proceso de interacción entre los otros dos planos.



²⁴ Idem

Estos planos, cuya esencia se puede advertir desde los orígenes de la creación, serán clave para el diseño del cuestionario a desarrollarse en el capítulo 3° de este trabajo.

Martín Serrano señala que entre los planos de situación y principia están las representaciones. Éstas se encuentran entre el deber y el hacer. A partir de las cosas que se dicen se generan representaciones y al mismo tiempo se ordenan conceptos sobre el universo.

Entre el plano de situación y mediación, es decir entre lo que se hace y dice, está lo que se conoce como funciones, es decir los roles que desempeñados dentro de "X" sistema.

Entre el plano de los principia y de mediación, es decir entre el deber y el decir, está la ideología.

Se genera disonancia cuando las representaciones cambian debido a la alteración de las funciones. Por ello Martín Serrano crea este modelo para disminuir la disonancia.

En el presente estudio, esta teoría se aplicará en el desarrollo del cuestionario a través de los tres planos, de la siguiente manera:

- Datos sociodemográficos, plano de la situación.
- Conocimiento, plano de los principia.
- Opinión, plano de la mediación.

1.6 LA INVESTIGACIÓN POR ENCUESTAS

Antes de diseñar el cuestionario y aplicar la encuesta es imprescindible reseñar su origen y cómo algunas empresas han logrado desplegar un poderío económico impresionante con la investigación por encuestas.

1.6.1 Origen y virtudes de la encuesta

La investigación por medio de encuestas nació en los Estados Unidos de Norteamérica. Universidades, instituciones y asociaciones invirtieron tiempo y esfuerzo en su desarrollo particularmente en lo que se refiere al aspecto político.

La Oficina del Censo de los Estados Unidos desempeñó un papel esencial en este campo ante la necesidad de contar y de llevar registros actualizados de la población. Su principal contribución fue la estandarización de definiciones para muestreo y los métodos para aplicar éstas en las investigaciones sociales.

La aportación de los pioneros en la investigación social por encuestas Paul F. Lazarsfeld y Samuel A. Stouffer radicó en la preparación de jóvenes profesionistas que al seguir sus pasos fundaron instituciones como el Centro Nacional de la Opinión, de la Universidad de Chicago, el Centro Nacional de Investigación de Encuestas de la Universidad de Michigan y el Centro de Investigación de Encuestas de la Universidad de California en Berkeley.

Lazarsfeld desarrolló técnicas precisas para aplicar métodos empíricos a temas sociales. Empleó el equipo mecanizado procesador de datos para clarificar y formalizar la lógica del análisis de encuestas y formó el centro permanente de investigaciones de los métodos de encuesta, empezando con la organización de la Oficina para Investigación Social Aplicada, en la Universidad de Columbia.

Samuel A. Stouffer, por su parte, aplicó métodos empíricos a problemas sociales y de esta forma analizó los efectos de la depresión económica de 1929 en los Estados Unidos y “la compilación de datos tocantes a la condición de los negros norteamericanos” durante la década de los 30.

“Al inicio de la segunda guerra mundial dirigió la Rama de Información y Educación del Ejército de los EUA, reuniendo a un grupo de científicos sociales para examinar cuestiones tocantes a la prosecución de la guerra.

Durante el macartismo de comienzos de los 50s dirigió encuestas nacionales para examinar los efectos de la cruzada anticomunista. El legado de Stouffer continúa en los diseños de estudio actualmente utilizados, métodos de muestreo, diseños de cuestionario, lógica de análisis, entre lo más importante.”²⁵

Empresas como Gallup, Roper y recientemente Louis Harris, han proporcionado apoyo económico para apoyar la creación y uso de métodos de encuesta, particularmente en el mercadeo de productos y encuestas políticas.

La Asociación Sociológica Norteamericana, la Asociación Norteamericana de Ciencias Políticas y la Asociación Norteamericana para la investigación pública, así como revistas como la Public Opinión Quaterly (POQ) han contribuido al desarrollo de las encuestas de igual forma.

Actualmente, la opinión pública, mediada actualmente por líderes de opinión cuyas ideas son difundidas principalmente por los diferentes medios masivos de comunicación, se conoce a través de las encuestas.

Pero ¿qué es una encuesta? Raúl Soriano, investigador de la UNAM define a la encuesta como “una técnica que consiste en recopilar información sobre una parte

²⁵ Información proporcionada por la investigadora y profesora Olga Gallo durante el 2º módulo del Seminario Taller Extracurricular de Opinión Pública. FES Acatlán, UNAM, en septiembre de 2005.

de la población denominada muestra, a través de un cuestionario estructurado sobre un determinado tema.”²⁶

Olga Gallo redefine este concepto y refiere que la encuesta “es un método que consiste en recopilar información sobre una parte de la población denominada muestra, a través de un cuestionario estructurado.” ²⁷

Las encuestas de muestreo se realizan con el propósito de comprender a la población de donde se tomó la muestra, de allí que los análisis explicativos en la investigación por encuestas tienden al desarrollo de proposiciones generalizadas sobre la conducta humana.

Estos métodos de investigación son de gran ayuda para los científicos ya que incluyen recolección y cuantificación de datos que se convierten en fuente permanente de información. Esta última característica permite al investigador volver a la revisión de datos y su re-análisis desde otra nueva perspectiva teórica.

El formato de la encuesta igualmente permite, gracias a su desarrollo explicativo lógico, la interacción y cruce de variables que de otra manera sería imposible de obtener.

A este respecto Gallo enfatiza la conveniencia de destacar que la investigación por encuestas no es más que uno de los muchos instrumentos de investigación de que disponen los profesionales enfocados al estudio de lo social, los métodos de encuesta no son apropiados para algunos temas de investigación, ni constituyen mejor enfoque a ciertos temas, aunque puede utilizarse con provecho en el

²⁶ Rojas Soriano, Raúl. Guía para realizar investigaciones sociales. México, Plaza y Janés, 1991, p. 137

²⁷ Información proporcionada por la investigadora y profesora Olga Gallo durante el 2º módulo del Seminario Taller Extracurricular de Opinión Pública. FES Acatlán, UNAM, septiembre 2005.

examen de muchos temas sociales, y que son especialmente eficaces cuando se les combina con otros métodos.²⁸

1.7 PERSPECTIVAS ACTUALES DE LA OPINIÓN PÚBLICA

Las perspectivas actuales de la opinión pública son muchas y muy discutibles, en tanto que hacen de las expresiones tema de competencias y discursos teóricos basados en retóricas antiguas; sin embargo se aglutinan en dos enfoques diferentes tratados a continuación.

1.7.1 Vertientes actuales

La opinión pública trabaja desde dos perspectivas:

- Investigadores que tratan de conocer la opinión pública de algunos grupos sobre un tema específico y utilizan métodos y técnicas que les permiten conocer con cierto grado de incertidumbre lo que dicen que piensan o hacen las personas de un determinado grupo social.
- Analistas que tratan de hacer una teoría de la expresión de la opinión pública y aclarar como el cambio de las sociedades ha interactuado con las expresiones de opinión de los diversos grupos sociales.

Aunque las investigaciones sobre opinión pública se deben tomar con reservas teóricas necesarias, este estudio se ubica en la primera vertiente que permite una toma de decisiones pronta y oportuna.

²⁸ Idem.

Los gobiernos, las empresas, las organizaciones, las instituciones y diversas disciplinas recurren cada vez con mayor frecuencia a estudios que tienen incidencias en la conformación de la vida cotidiana de las personas comunes, no sólo a nivel regional y nacional, sino internacional.

Es importante aclarar que la opinión pública es la expresión que producen los miembros de distintos grupos sociales con respecto a referentes públicos y que la investigación por encuestas no es más que uno de los muchos instrumentos de que se dispone en la investigación social. No es única, ni homogénea, ni totalmente verdadera, ni válida, ni representa la mejor, ni la única vía para dar cuenta de los fenómenos sociales, pero es CONFIABLE al conllevar un método científico.²⁹

1.7.2 Diferencias entre sondeo y encuesta

Debido a la confusión que existe entre encuesta y sondeo, se presenta a continuación sus definiciones y características correspondientes.

Características de la encuesta:

- La información recogida se emplea para un análisis cuantitativo con el fin de identificar, conocer la magnitud del referente investigado y hacer diagnósticos sobre las opiniones de los grupos sociales.
- Diversas disciplinas como la sociología y psicología utilizan la encuesta para realizar investigaciones de validez científica.
- El instrumento para levantar la encuesta es el cuestionario.

²⁹ Armenta, Venus. Seminario Taller Extracurricular de Opinión Pública, 1º módulo, FES Acatlán, UNAM, agosto – septiembre 2005.

- Es elaborada por especialistas.
- En comunicación, la encuesta se emplea para hacer estudios de opinión pública.
- Los estudios de opinión pública se realizan a personas que generalmente conocen el referente.
- Requiere de un método científico.

El sondeo está conformado por preguntas que se hacen a algunas personas, y que presentan las siguientes características:

- Carece de método
- Es azaroso
- Contiene temas de interés público
- No permite generalizaciones
- Es más común
- Se realiza con fines informativos, pero a veces tienen fines ideológicos
- No dan cuenta de la realidad social
- De uso frecuente en el periodismo de nuestros días
- Su formulación es sencilla y breve

1.7.3 Diferencia entre el modelo de la ilustración y la actualidad

La diferencia básica entre el modelo de la ilustración y la actualidad es que en el primero se toma como principal y único referente público a la política, en tanto que la opinión pública contemporánea considera otros aspectos sociales como la muerte, guerra, religión, forma de vida cultural, educación, relaciones sociales, medios de la comunicación, emociones y economía además de la política.

Olga Gallo refiere que “en el modelo clásico de la ilustración, la opinión pública resulta de la agregación de opiniones individuales, emitidas por ciudadanos informados que ocupan la esfera pública en calidad de iguales, todos ellos críticos, atentos al quehacer gubernamental, que general agendas de discusión, debaten los asuntos de interés general y expresan sus pareceres en diarios, folletines, cafés, grupos de discusión, entre otros sitios públicos, con el supuesto que terminará imponiéndose el mejor argumento.

En la actualidad la opinión pública se conoce por la mediación y exhibición de encuestas, en donde los individuos, en su mayoría que no en su totalidad, están desinformados y desinteresados en la cosa pública, que no generan sino que absorben una agenda de discusión y expresan en sus respuestas en monosílabos a no complicadas preguntas sobre circunstancias complejas de la marcha del país y de los asuntos de su administración.”³⁰

³⁰ Información proporcionada por Olga Gallo durante el 2° módulo del Seminario Taller Extracurricular de Opinión Pública. FES Acatlán, UNAM, en septiembre de 2005.

2 MARCO CONTEXTUAL

Con el fin de comprender el acontecer real de nuestro sistema y de analizar correctamente sus componentes, así como las relaciones que guardan entre sí y con otros sistemas, en este capítulo se aborda en primera instancia la historia, desarrollo, situación actual y cultura organizacional del Acuario Pro-Hogar.

A través de la misión, visión y valores que la sustentan, la cultura organizacional nos ofrece formas definidas de la estructuración de nuestro objeto de estudio, decisivamente valiosas para desglosar y analizar los componentes del sistema que se presentarán en las siguientes etapas de la investigación.

En segunda instancia se dará a conocer la estructura de la organización, donde se pondrá énfasis en las funciones y relaciones laborales de los miembros que forman su staff, así como de su aspecto humano. De igual forma se tratará todo lo relacionado a precios, productos, servicios y atención al público que ofrece esta mini empresa familiar.

Precios, productos, servicios y atención al cliente serán los referentes que se estudiarán para en consecuencia diseñar adecuadamente nuestro instrumento de trabajo, el cuestionario, en el capítulo 3° de esta investigación.

A esta tarea coadyuvará la clasificación que se hace de los referentes del objeto de estudio, donde alimentos, accesorios y servicios darán la pauta con respecto a la calidad de productos que comercializa el Acuario Pro-Hogar.

Por último se señalarán los servicios que este establecimiento ofrece al cliente, entre los que se encuentran el mantenimiento e instalación de peceras y el servicio de apartado. De igual manera se hace énfasis en la atención al público, donde se valoran aspectos como la calidad, rapidez y confiabilidad de la información que se proporciona a los clientes.

2.1 ACUARIO PRO-HOGAR

Es una mini empresa familiar que vende acuarios y accesorios para peces y animales de compañía desde hace 35 años y pretende servir a su clientela por muchas generaciones más.

Si las cosas hablaran, el local donde se ubica este acuario relataría muchos episodios humanos que conjugarían toda clase de sentimientos, luchas, aspiraciones y sueños hechos realidad.

2.1.1 Historia

La historia de este acuario se remonta a la década de los 60 cuando un joven de tan sólo 17 años se dio a la tarea de alcanzar un nuevo reto: iniciar su propio negocio con los ahorros de su corta vida. Su nombre, Benito Pérez Pérez.¹

Ayudado por su numerosa familia funda en 1962 el Acuario Merced, ubicado en el interior del Mercado de Flores de La Merced, antiguo centro de abasto de los capitalinos. En la tienda vendía toda clase de peces, accesorios, alimento vivo y mascotas en general. En ese entonces, pese a su edad, Pérez Pérez se perfilaba como un hombre emprendedor, con profunda habilidad para los negocios.

Como era de esperarse, ante la tenacidad y arduo trabajo de su fundador, el éxito del Acuario Merced fue una realidad y tras varios años de lucha, el 23 de octubre de 1970, Pérez Pérez funda el Acuario Pro-Hogar en el local 9 del mercado del mismo nombre situado entre las calles 12 y 19, en la Ciudad de México, y decide ponerlo a nombre de su primo Gonzalo Terrazas Pérez, hombre leal y trabajador a toda prueba. Aunque en esa época de reciente creación (marzo 8, 1963), esta

¹ Esta historia fue reconstruida por la autora con ayuda de entrevistas realizadas a todas las personas que de alguna u otra manera se vieron y se han visto implicadas en la fundación y desarrollo del Acuario Pro-Hogar y con registros asentados en la oficina de Mercados de la Delegación Azcapotzalco. Al momento de hacer esta investigación no se contaba con una memoria escrita.

pequeña plaza de abasto popular comenzaba a contar con una vasta clientela proveniente de las colonias aledañas, su fama de precios bajos los atraía.

Benito Pérez refiere en una entrevista vía correo electrónico que Terrazas Pérez contribuyó considerablemente a su éxito como empresario, ya que le delegó por completo las tareas del Acuario Pro-Hogar para dedicarse a la consolidación de Acuarios y Accesorios de México, S. A. de C. V., compañía encargada de elaborar peceras y lámparas sobre medida al mayoreo y cuyo origen se dio casi a la par del Acuario Merced.

Pese a la gran ayuda que le brindaban sus colaboradores y a su esfuerzo de coordinar ambos acuarios y su fábrica de accesorios, el 7 de septiembre de 1982 decide traspasar los derechos del Acuario Pro-Hogar a Silvia Aguilar Hernández, quien hasta ese entonces apoyaba a Terrazas Pérez en el funcionamiento de ese establecimiento.

Silvia Aguilar Hernández, en una entrevista realizada en su domicilio de la colonia Atlampa el 15 de septiembre de 2005, refiere que para ella esa adquisición fue el mayor logro económico de su vida.

Aguilar Hernández, madre soltera de escasa instrucción educativa, cuenta que de no haber sido objeto de robo en su casa habitación ubicada en el Estado de Puebla, y de no haber recibido constantes amenazas de muerte, nunca se hubiera trasladado a la ciudad de México en busca de mejores oportunidades de vida en compañía de sus dos pequeñas hijas.

La actual propietaria del Acuario Pro-Hogar expresó que cuando llegó al Distrito Federal, pidió ayuda económica a unas primas que vivían su familia en un cuarto de azotea en las inmediaciones del Mercado de la Merced. Debido a que el apoyo fue escaso y a que no contaba con los recursos necesarios para sobrevivir, comienza a ejercer el comercio en la vía pública con la venta de atole y tamales.

Más tarde y luego de las vicisitudes que implicaba no tener lugar específico para vender, decide cambiar de giro y comienza a hacer “gorditas”, sopes, quesadillas y tacos de guisado, y los empieza a ofrecer en las afueras del Mercado de Flores de La Merced, donde conoce a Gonzalo Terrazas Pérez, quien dos años más tarde se convertiría en su pareja y por quien conocería a Benito Pérez Pérez.

Por ese tiempo Benito Pérez funda el Acuario Pro-Hogar y al no poder atenderlo propone su administración a Terrazas Pérez y, por consecuencia a Silvia Aguilar, quien ya había formado una familia con él.

Representar al acuario y hacer que éste comenzara a tener éxito fue tarea fácil para Terrazas Pérez, ya que contaba con amplia experiencia en el ramo acuarístico; no obstante la ventaja que esto significaba para Benito Pérez y ante la necesidad de capital para impulsar sus otros negocios, decide ofrecérselos en venta, y es así como con sus ahorros Aguilar Hernández adquiere la concesión de derechos del Acuario Pro-Hogar.

Cuando Aguilar Hernández retoma el negocio continúa gozando de manera gratuita la publicidad que se encontraba en la contraportada de folleto “Cómo instalar un acuario”, editada por Pérez y Pérez y distribuida a nivel nacional, aún años después de su traspaso.

Debido a esta publicidad y a que en esa época las tiendas de mascotas eran pocas en el área, el Acuario Pro-Hogar comenzó a tener resultados satisfactorios, aún cuando por causas de remodelación el mercado fue cerrado y los comerciantes reubicados en las calles aledañas por poco más de seis meses, de finales de 1985 a principios de 1986.

Cuando las tareas de remodelación del Mercado Pro-Hogar estaban terminadas, los comerciantes volvieron a sus locales originales. Entonces, este centro de abasto lucía distinto, pisos y techos habían sido cambiados en su totalidad, y de

cerrar sus operaciones a las 5 PM pasa a tener un horario de 8 AM a 7 PM. Este cambio motivó a Blanca Estela Hernández Aguilar, autora de esta investigación e hija de la propietaria, a rediseñar el acuario. Se compraron muebles y estantes nuevos y se buscó ofrecer al público mayor diversidad de artículos para acuarios y una variedad más amplia de peces de mar y agua dulce, en un espacio mucho más amplio. En este periodo, Silvia Aguilar Hernández y sus dos hijas se dedicaron al acuario, mientras que la pareja Terrazas-Aguilar se disolvía. Este cambio, aunque con sus altas y bajas, provocó mayores ventas y la economía familiar se vio significativamente favorecida.

2.1.2 Desarrollo

En 1990, después de dos años en la administración del Acuario Pro-Hogar, Blanca Estela Hernández Aguilar decide dejar su gestión y la conducción cae en manos de su hermana Petra Hernández Aguilar. Por esa misma época, ante los logros obtenidos que se observaban en el Acuario Pro-Hogar, decenas de acuarios comenzaron a aparecer en la zona, pero con la misma celeridad desaparecían.

El negocio continuaba en constante ascenso y aproximadamente en 1998, Petra Hernández emprende la venta de accesorios para mascotas al mayoreo a título personal, pero usando el nombre del Acuario Pro-Hogar para este propósito. Este hecho fue trascendental ya que el acuario retomó la presencia que tenía en la industria acuarística al inicio de sus operaciones, no sólo a nivel local sino a nivel nacional, al distribuir accesorios en toda la república mexicana. Este hecho trajo más publicidad al acuario y por consecuencia más clientes de menudeo, pues pensaban que el vender artículos de mayoreo, originaba precios más bajos que la competencia.

Para comercializar sus productos, la empresa se valía únicamente del prestigio personal de su propietario y de su administradora. Su estrategia para vender era ofrecer una gama de productos extensa, orientada a satisfacer los requerimientos

de un público consumidor exigente, razón por la cual decide utilizar una casa ubicada en el centro de la Ciudad de México y un departamento cercano al Acuario Pro-Hogar, como almacenes.

Aproximadamente a inicios del año 2000, Beatriz Morales, concesionaria del local 35 del Mercado de la Pro-Hogar que en ese entonces vendía aves, jaulas y artículos para perros, decide incursionar en la venta de peces y accesorios para acuario, sin contar con la aprobación de Silvia Aguilar Hernández, a quien de acuerdo con el reglamento de mercados debían pedirle su autorización para permitir la venta de peces y accesorios. Con esta incursión se inicia una verdadera competencia para el Acuario Pro-Hogar, luego de ser el único en ese centro de abasto.

A su vez, Petra Hernández agrega a su giro la venta de artículos y alimentos caninos y comienza una etapa de lucha constante entre ambas locatarias. No obstante, las ventas se mantienen y el negocio prospera.

Luego de doce años constantes de esfuerzo y trabajo, por motivos personales, Petra Hernández deja intempestivamente la administración del Acuario Pro-Hogar y la tarea vuelve a recaer en Blanca Estela Hernández Aguilar, quien literalmente de un día para otro tiene que familiarizarse con los últimos artículos que han salido al mercado, aprenderse precios y a la vez ajustarse al cambio de moneda, tras residir por ese mismo tiempo en el extranjero.

Con la salida inesperada de su hija menor, ocurrida en octubre de 2002, Silvia Aguilar Hernández, a quien en 2001 le diagnostican Síndrome de Parkinson, deja de vender productos caninos debido a la poca ganancia que generan y al gran volumen que ocupan dentro del establecimiento. Al mismo tiempo, Petra Hernández establece su propio negocio cerca del Acuario Pro-Hogar y comienza una campaña para llevarse a sus “clientes” en una competencia desleal. Mientras tanto el panorama económico mundial amenaza con recesión. Los principales

países exportadores de productos acuarísticos a territorio nacional, Estados Unidos, Francia, Italia y Alemania, presentan crisis nacionales que desembocan en la guerra contra Irak y la unión de la comunidad europea, lo que hace tambalear al peso mexicano. Las ventas del Acuario Pro-Hogar comienzan a presentar un declive económico paulatino.

Las ventas al cierre de septiembre de 2003 eran de casi 40 mil pesos mensuales. En agosto de 2005 fueron de aproximadamente 28 mil pesos, de los cuales casi dos terceras partes se destinaron a la reinversión del acuario, a fin de continuar contando con la amplia diversidad de productos. A la fecha apenas se alcanzan los 20 mil pesos mensuales.

2.1.3 Situación Actual

Situada en el local 9 del interior del Mercado Pro-Hogar, ubicado en la Delegación Azcapotzalco, en el Distrito Federal, la tienda ofrece actualmente al público una extensa variedad de productos para mascotas, importados en un 90 por ciento de países como Alemania, Italia y Estados Unidos, así como peces de ornato de agua dulce y mascotas sobre pedido. Entre sus servicios están la instalación y mantenimiento de acuarios, la manufactura de peceras y lámparas a la medida, y el servicio de apartado. Como asistencia adicional y aunque casi nadie la solicita se proporciona asesoría telefónica 17 horas al día.

Por ser considerado uno de los mercados más grandes de la Ciudad de México, y por lo tanto uno de los más visitados, el Acuario Pro-Hogar cuenta con una clientela muy estratificada, proveniente no sólo de zonas aledañas sino de colonias citadinas alejadas y áreas conurbadas, principalmente de clase media.

De acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), la delegación de Azcapotzalco, al año 2000, contaba con una población de 441 008 personas. La mayor parte de sus habitantes percibían entre

dos y cinco salarios mínimos (67,904), seguían los de uno y dos (54,405), y en tercer lugar estaban los que percibían más de cinco salarios mínimos (33,886). Para ese año, el total de hogares era de 113,057, de los cuales 82,818 tenían jefatura masculina y 30,239 jefatura femenina. La población era en su mayoría católica.²

Por demarcación, en el Distrito Federal, la Delegación Azcapotzalco ocupaba en ese mismo año el noveno lugar en el Índice de Desarrollo Humano (IDH) a nivel nacional y, de acuerdo a estimaciones del Consejo Nacional de la Población, está precedida por 7 delegaciones políticas y por el municipio de San Pedro Garza García en el estado de Nuevo León, el cual ocupa el segundo lugar.³

Asimismo y de acuerdo a los índices de bienestar social para 1990, el INEGI ubicaba a Azcapotzalco en el nivel 6, junto con delegaciones como Coyoacán y Miguel Hidalgo, y superadas sólo por Benito Juárez. El asentamiento de numerosas industrias en el área parecen explicar este fenómeno.⁴

Así es como durante más de tres décadas, hasta el día de hoy, el Acuario Pro-Hogar se ha esforzado por ofrecer al cliente un servicio personalizado y de vanguardia al proporcionar a sus clientes lo mejor y más nuevo en productos como son accesorios para hamsters, alimentos, mascotas y artículos nacionales e importados a precios bajos y alta calidad.

² INEGI. Censo 2000.

³ El IDH es un indicador que permite hacer comparaciones entre los niveles de desarrollo humano de las entidades federativas. Se compone de tres índices: el índice de esperanza de vida; el índice de educación, los conocimientos; y, el índice de Producto Interno Bruto (PIB) per cápita, el acceso a los recursos. Se considera que una entidad cuenta con nivel de desarrollo alto si su IDH es mayor o igual a 0.8; con nivel medio si oscila entre 0.5 y 0.799; y, con nivel bajo si menor o igual a 0.499. Véase Índice de Desarrollo Humano por Delegación 2000, Cuadro 2. Estimaciones del Consejo Nacional de la Población. Véase anexo 1.

⁴ Niveles de Bienestar por Delegación, 1990.

http://www.azcapotzalco.gob.mx/pagina_azcapo/informacion/

publico/pagina_principal/delegacion/estadisticas/ Véase anexos 2 y 3 al final de la tesis.

No obstante este deterioro económico, el Acuario Pro-Hogar continúa teniendo presencia en el área y a lo largo de su historia se ha conservado como un negocio estable y confiable, a pesar de la instalación, y las más de las veces también desaparición, de muchos negocios del mismo ramo. Actualmente los únicos establecimientos con los que compite verdaderamente, por cercanía, son: el acuario de Beatriz Morales, situado a sólo 13 metros aproximadamente, y el Acuario Caribbean Paradise, localizado a dos calles del mercado y cuyo horario de trabajo es de 4:00 a 11:00 PM.

2.2 FILOSOFÍA DE LA INSTITUCIÓN

La dinámica de toda empresa se da a partir de su filosofía, de allí la importancia de la definición de su misión, visión y valores. El Acuario Pro-Hogar asume su compromiso y participa en la economía nacional como establecimiento público, bajo los siguientes parámetros.⁵

2.2.1 Misión

Crear un ambiente de compras atractivo para los clientes, a través de un servicio personalizado donde los valores humanos y las buenas costumbres se mezclen con el entusiasmo y empatía de los empleados, a la vez que nos anticipamos a sus requerimientos y expectativas comerciales bajo un programa de precios bajos.

Con este objetivo se busca que el negocio sea rentable y redunde al mismo tiempo en la economía de clientes y empleados, para continuar como un establecimiento seguro y confiable en la zona.

⁵ Versión obtenida durante la entrevista a la propietaria del Acuario Pro-Hogar el 5 de septiembre de 2005, al igual que los valores y la visión contenida en el presente capítulo.

2.2.2 Valores

Alcanzar este objetivo sólo se logra mediante el siguiente esquema de valores:

- Respeto a clientes y proveedores.
- Empatía con las necesidades de los clientes.
- Veracidad en la información ofrecida a clientes respecto al cuidado de mascotas.
- Confiabilidad en la veracidad de información de los productos o servicios que requiere el cliente.
- Igualdad de trato a todas las personas sin importar raza, sexo, edad, religión creencias ni orientación sexual.
- Garantía al cliente de que si no se tiene el artículo que busca, se le consigue.
- Cumplimiento de compromisos establecidos con el cliente.
- Rapidez en el servicio
- Apoyo telefónico al cliente de 6:00 AM a 11:00 PM.
- Capacitación continua en referencia a los productos y servicios que ofrece la tienda.
- Trabajo en equipo.

2.2.3 Visión

La visión del Acuario Pro-Hogar es lograr la preferencia y fidelidad del mercado a través del manejo de los más altos estándares de servicio y al mismo tiempo mejorar la calidad de vida de las mascotas de los clientes llevando productos de calidad a precios bajos.

Con esta idea se busca que el público consumidor tenga el lugar idóneo para comprar. Hoy día, el Acuario Pro-Hogar tiene entre sus objetivos primordiales cambiar constantemente para enfrentar los retos del nuevo milenio, y responder mejor y oportunamente a las necesidades y expectativas actuales y futuras de nuestra clientela.

2.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA

El análisis de la estructura organizacional de la tienda pondrá de relieve las funciones y relaciones laborales de los miembros que forman su staff, así como de su aspecto humano.

2.3.1 Organización general

La estructura de esta pequeña empresa se da a partir de la integración de los tres individuos que la componen y su relación con el exterior. En la actualidad, la propietaria del negocio requiere del apoyo, conocimientos y energía de estas personas para que la acompañen con ideales e intereses comunes en su tarea de dirigir al Acuario Pro-Hogar y adecuarse al mismo tiempo a las necesidades de sus clientes y entorno actual.

A cumplir con este objetivo coadyuvan la misión, visión y los valores al tener un efecto transmisor de sentimientos de identidad en los integrantes de la organización.

Esta empresa tiene un organigrama simple: Silvia Aguilar Hernández, propietaria; Blanca Estela Hernández Aguilar, administradora, y Juan Pablo Vargas, empleado a tiempo parcial. Este personal es suficiente dada su situación económica actual y lo pequeño de sus instalaciones.

Por lo general, la importancia de los organigramas se da cuando se detectan fallas y/o aciertos en las funciones de una empresa “ya que representan gráficamente las unidades y relaciones, y éstas se pueden observar en cualquier unidad o relación que corresponde con el tipo de actividad, función o autoridad [...] A través de análisis periódicos de los organigramas actualizados se puede detectar cuando el espacio de control de una unidad excede a su capacidad o nivel y en cualquier de estos casos recomendar la modificación de la estructura en sentido vertical u horizontal [...] A veces se crean unidades sin estudiar primero su ubicación y en el momento de actualizar los organigramas se descubren dobles líneas de mando.”⁶

De acuerdo a los conceptos que se manejan en el párrafo anterior resulta que los organigramas pueden ser esenciales, especialmente en lo que se refiere a grandes firmas, ya que con sólo un vistazo se aprecia toda una cultura estructural; sin embargo, en nuestro caso no aplica ya que sólo son tres los miembros de la mini empresa.

A continuación detallamos el organigrama del Acuario Pro-Hogar de manera vertical, es decir de manera jerárquica.

⁶ <http://www.monografias.com/trabajos/organig/organig.shtml>



ORGANIGRAMA DEL ACUARIO PRO-HOGAR

2.3.2 Relación entre los departamentos

Como se puede observar en el párrafo anterior, el organigrama del Acuario Pro-Hogar presenta una estructura simple donde cada quien conoce sus funciones, razón por la cual las relaciones al interior de esta empresa son de manera verbal, directa y se desplazan según su jerarquía de arriba hacia abajo.

2.3.3 Funciones

- **Propietaria**

- a) Ejerce la toma de decisiones estructurales.

- **Administrador**

- a) Se encarga de realizar todas las compras que considere pertinentes para tener un inventario de productos acorde a las necesidades del público consumidor.

- b) Reabastece diariamente a la tienda de alimento vivo para mascotas.
- c) Realiza la compra semanal de peces vivos de agua dulce y marinos.
- d) Diseña estrategias de mercado enfocadas a la rentabilidad del negocio.
- e) Establece precios de los artículos expuestos a la venta.
- f) Ejerce la toma de decisiones en problemas que requieren la pronta y oportuna atención, dejando las de mayor envergadura a la propietaria del negocio.
- g) Representa legalmente a la propietaria ante autoridades gubernamentales, entre las que destacan la Administración del centro de abasto donde se ubica, la Delegación Azcapotzalco y la Tesorería General de la Federación.
- h) Realiza el pago de impuestos correspondientes.
- i) Sirve como intermediaria entre proveedores y clientes del establecimiento con necesidades comerciales específicas.
- j) Se encarga a tiempo completo de atender directamente al público y satisfacer sus necesidades de compra o asesoría en el manejo de mascotas.
- j) Es responsable de entrevistar y contratar al personal cuando sea necesario.

- **Empleado**

- a) Se encarga a tiempo parcial, fines de semana específicamente, de atender directamente al público y satisfacer sus necesidades de compra o asesoría en el manejo de mascotas.
- b) Hace inventario de lo que existe y señala las inexistencias de mercancía para su posterior compra.

2.3.4 El aspecto humano

Las relaciones que sostiene esta empresa con empleados, clientes y proveedores está basada en la comunicación verbal directa. El cliente es considerado como el activo más importante, todos los recursos y el personal dirigen sus actividades hacia la satisfacción de sus necesidades. Se trabaja con la idea de que todas las personas sienten y desean ser escuchadas y reconocidas. La honestidad, respeto, compromiso y empatía, son guía en las relaciones públicas. A veces el cliente no sólo quiere un producto, desea también expresar los sentimientos que trae, que le aquejan o lo alegran. El servicio que brinda el Acuario Pro-Hogar es personalizado, especializado en los requerimientos del público consumidor.

2.4 PRECIOS

El costo al público de peces, accesorios para mascotas, alimentos envasados y vivos, se detallan en los puntos siguientes correspondientes.

2.4.1 Costo de mascotas

A la venta hay dos clases de peces: de agua dulce y marinos. Los precios de los peces de agua dulce oscilan entre \$ 15.00 el par y \$ 200.00 uno. Los peces marinos van desde \$ 50.00 hasta más de mil pesos cada uno. Aunque los precios

varían de semana a semana, que es cuando se realiza la importación de estas mascotas, a continuación se detalla una lista con costos aproximados de los peces de agua dulce más populares, en pesos mexicanos, a octubre de 2005:

NOMBRE DEL PEZ	COSTO POR PARES
Neones	15.00
Cebras	15.00
Guppies	25.00
Espadas	20.00
Japoneses	25.00
Plecostomus	30.00
Gato albino	25.00
Gato puntatus	25.00
Gato pimelodela	70.00
Gato arquatus	45.00
Gato de río	25.00
Tiburón cola roja	40.00
Tiburón albino	40.00
Tiburón bala	40.00
Tiburón pangasio	45.00
Comealgas	25.00
Sumatranos	25.00

NOMBRE DEL PEZ	COSTO POR PARES
Betta macho	20.00
Betta hembra	20.00
Cíclidos surtidos	35.00
Monjas	30.00
Tetra ojo rojo	25.00
Albonubes	15.00
Angel chico	35.00
Viuda negra (una)	110.00
Oscar Surtido	40.00
Mollinesia negra	20.00
Mollinesia Bca.	20.00
Mollinesia amarilla	20.00
Molly naranja	35.00
Pericos (uno)	120.00
Tetra pintada	35.00
Pirañas	40.00
Carpa chica	20.00

Aunque hay una gran variedad de tortugas las más vendidas son las llamadas japonesas, cuyo costo actual es de \$22.00 cada una. Los hamsters cuestan \$20.00 cada uno, los cuyos \$55.00, los conejos \$50.00 y las iguanas –de importación- a \$125.00. Los camaleones y las tarántulas sólo pueden ser comprados sobre pedido y el precio depende del momento en que sean adquiridas.

Cabe destacar que en el Acuario Pro-Hogar sólo se ofrecen animales que provienen de criadero, no están en peligro de extinción y que cumplen con las reglas establecidas por la Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales (Semarnat). De esta forma se ayuda a combatir el tráfico ilegal de animales.

2.4.2 Alimentos para peces

Los alimentos para peces se clasifican en dos: envasados y vivos. Los envasados pueden ser de importación o nacionales. Debido a la enorme variedad de alimentos procesados, a continuación sólo se presentan los costos de las marcas más vendidas:

MARCA	COSTO
Warley envasado en el país de 10gr	\$ 8.00
Warley envasado en el país de 20gr	11.00
Warley envasado en el país de 30gr	14.00
Warley envasado en el país de 100 gr	35.00
Warley envasado en el extranjero chico	28.00
Tetramín básico de 30gr.	25.00
Tetramín básico de 28gr.	48.00
Tetramín básico de 62gr.	105.00
Kijaro de 100 gr.	35.00
Bettabits chico	10.00

Betta Food Azoo de 10 ml.	20.00
Plekosticks chico	16.00

Los alimentos vivos son tres: pulga, tubifex y artemia. La pulga se vende en bolsas cerradas de \$5.00, el tubifex se ofrece después de \$5.00 pesos para arriba, y la artemia está a \$1.00 la bolsa.

2.4.3 Alimentos para otras mascotas

Los alimentos para que más se venden para hamsters, cuyos, conejos, tortugas e iguanas, son los siguientes:

MARCA	COSTO	MARCA	COSTO
Warley Reptile Sticks	\$35.00	Semilla p/hamster sin marca	\$14.00
Warley Turtle Flakes	26.00	Conejina en bolsa sin marca	5.00
WarleyTurtle Bites	16.00	Mosco seco en bolsa	5.00
Raffi P 100 ml.	32.00	Tortuguetas de15gr	10.00
Raffi I 100 ml.	35.00	Tortuguetas de 40gr	16.00
Reptomín chico	40.00	Iguanabits	20.00

El costo de los “charales”, alimento vivo para tortugas, es de \$10.00 la bolsa. Contiene aproximadamente 100 pecesillos. Los grillos, alimento vivo para iguanas, camaleones y tarántulas se venden a \$12.00 la docena. Los tenebrios, alimento vivo para las mascotas antes mencionadas son de \$12.00 el envase.

2.4.4 Precios de accesorios para peces

Después de 35 años de establecido, el Acuario Pro-Hogar cuenta con un inventario amplio de accesorios para peces, tanto nacionales como importados;

sin embargo sólo se mencionarán a continuación los artículos de mayor popularidad y venta.

MARCA	COSTO
Tanques 1 galón	\$40.00
Tanques 2 galones	50.00
Tanques 5 galones	60.00
Tanques 10 galones	75.00
Filtros de plataforma	48.00
Bombas de aire	45.00
Transportadoras	35.00
Piedras aireadoras	8.00
Calentadores	25.00
Termómetros	18.00
Grava (bolsa)	10.00

MARCA	COSTO
Pecera redonda No. 0	\$20.00
Pecera redonda No. 5	28.00
Pecera redonda No. 6	30.00
Pecera redonda No. 8	50.00
Anticloro	8.00
Azul de metileno	8.00
Super Ich pastillas	11.00
Redes	8.00
Maternidades	15.00
Cartuchos de Carbón	8.00
Fibra para filtro	3.00

2.4.5 Precios de accesorios para otras mascotas

Los precios de las peceras o tanques donde pueden ser introducidas mascotas que no sean peces son los mismos que se expusieron en el punto anterior. Los costos de los accesorios más vendidos se enumeran en las siguientes líneas:

ARTÍCULO	COSTO
Tortugeros en forma de riñón del país	\$ 35.00
Tortugeros en forma de riñón importados	42.00
Jaula para hamster nacional	40.00
Reptileras	75.00
Bebedores de hamster económicos	11.00
Bebedores de hamster con balín	15.00

Transportadoras	35.00
Bebedores para colibrí	27.00
Shampoo para hamsters	14.00

2.5 PRODUCTOS

Al igual que en los casos anteriores, enumerar todos los artículos que se ofrecen a los clientes conllevaría el llenado de muchas páginas por lo que sólo se señalarán los de mayor demanda.

2.5.1 Productos alimenticios

Las marcas de productos alimenticios para peces que más se venden son: Warley®, Tetramín®, Plekostiks®, Azoo®, y Sanyu®.

Las marcas de alimentos para otras mascotas (léase tortugas, iguanas, hamsters, cuyos y conejos, entre otros), son: Reptomín®, Tortuguetas®, Raffi I® y Raffi P®, y Warley®.

2.5.2 Accesorios para peces

La mayor demanda de accesorios para peces son de: Lee's®, Resun®, Hagen®, Acuabel®, Acuakrill® y Grupo Acuario Lomas®. Estas tres últimas son marcas nacionales.

2.5.3 Accesorios para otras mascotas

Lee's®, Fancy Pet's®, Petmate Pro®, Four Paws®, Living World® y Super Pet® son las marcas más populares de accesorios para mascotas entre los que

se encuentran: tortugeros, transportadoras, bebederos, tubos y jaulas para hamsters.

2.6 SERVICIOS

El Acuario Pro-Hogar ofrece por un costo simbólico adicional los servicios de mantenimiento e instalación de peceras, fabricación de tanques y lámparas a la medida. Asimismo cuenta con sistema de apartado en todos sus artículos.

2.6.1 Mantenimiento e instalación de peceras

Con el fin de satisfacer al cliente y mantenerlo fiel a la empresa, el Acuario Pro-Hogar instala y da mantenimiento a las peceras en forma gratuita siempre que se adquiera la pecera equipada y/o los productos de limpieza en su establecimiento. En caso contrario se hace un cargo pequeño en correspondencia al tamaño, tipo del tanque y el área donde se instalará.

2.6.2 Servicio de apartado

Con un periodo de dos meses para liquidar los artículos, el Acuario Pro-Hogar ofrece el servicio de apartado. No existen cuotas mínimas y se respeta el precio pactado. Existe flexibilidad en el tiempo de hasta seis meses o más, si el precio de los productos apartados es el mismo y si no se presenta una devaluación monetaria, en el caso de productos importados.

2.7 ATENCIÓN AL PÚBLICO

Calidad, rapidez y confiabilidad son puntos clave que se desarrollan en las siguientes líneas en referencia a la atención al público.

2.7.1 Calidad

Al considerar como principal activo al cliente, el Acuario Pro-Hogar vende sólo artículos de excelencia a precios bajos. No obstante, si el público consumidor así lo desea por convenir a sus intereses económicos, la administración puede conseguir objetos a un costo menor, aunque de calidad inferior.

2.7.2 Rapidez

El staff del Acuario Pro-Hogar procura atender con celeridad las necesidades del cliente, quien tiene la opción de llamar por teléfono para tener su pedido listo al momento de su llegada.

La rapidez es decisiva en la prestación de servicio. Es una actitud de adaptación a las circunstancias del público consumidor. El mantenimiento e instalación de peceras se realiza en el horario más conveniente para el cliente, sin importar si éste ocurre en la noche, después de horas laborables. La asesoría telefónica constante por 17 horas también muestra la disponibilidad del proveedor en la prestación de servicios. Igual sucede con el servicio de apartado.

2.7.3 Confiabilidad

La confianza es un valor de fidelidad que se da al cliente a través de la imagen de integridad y respetabilidad del personal del acuario, así como de la experiencia y conocimientos adquiridos en más de 30 años de trabajo.

2.8 JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO DE OPINIÓN PÚBLICA

A principios del 2003, el negocio de mascotas comienza a manifestar un declive económico paulatino. Las ventas al cierre de septiembre de 2003 eran de casi 40 mil pesos mensuales. A agosto de 2005 eran de aproximadamente 28 mil y actualmente apenas alcanzan los 20 mil pesos al mes, de los cuales casi dos terceras partes son destinadas a la reinversión del acuario, a fin de continuar contando con una amplia variedad de productos.

La inesperada salida de Beatriz Hernández de la administración del acuario en octubre de 2003 y junto con ella una buena parte de la cartera de clientes del negocio, el cese de venta de alimentos caninos por decisión de la propietaria, la recesión económica de los países importadores de productos acuarísticos debido a la guerra contra el terrorismo y los desastres naturales ocurridos recientemente en Louisiana y Misisipí, son factores que presumiblemente han influido en mayor o menor grado a este fenómeno.

No obstante lo anterior, la autora de esta investigación desea saber si la actual dinámica de esta mini empresa familiar constituye un elemento adicional a la baja de ventas, de allí que el objetivo del estudio sea saber cuál es la opinión de los clientes respecto a precios, productos, servicios y atención al cliente.

A ese interés de la autora se suma su inclinación académica hacia la materia de opinión pública y su aspiración de titularse como licenciada de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva, cuyo fin primordial supone la formación de profesionales capaces de generar conocimientos sobre procesos comunicativos mediante el uso de herramientas teóricas, metodológicas, técnicas e instrumentales, y tener la posibilidad de ofrecer propuestas que permitan el mejoramiento de nuestro entorno social.

Los resultados de esta investigación basada en la materia de Opinión Pública de la Pre-especialidad de Comunicación Persuasiva, de la carrera de Periodismo, en concordancia directa con el contexto social, permitirán proyectar mejores políticas de desarrollo para la micro-empresa y contribuir a una mejor comprensión del desarrollo económico nacional en general.

2.9 DESCRIPCIÓN DEL GRUPO SOCIAL A INVESTIGAR

Por ser uno de los centros de abasto más reconocidos de la Ciudad de México, el Mercado Pro-Hogar, y por ende el acuario del mismo nombre, cuenta con una clientela muy estratificada, proveniente no sólo de zonas aledañas sino de colonias citadinas alejadas y áreas conurbadas, principalmente de clase media.

Durante el primer fin de semana de octubre de 2005, el público consumidor del Acuario Pro-Hogar fue observado minuciosamente y se notó diversificación tanto en sexo como en edades, aunque hubo una muy ligera tendencia hacia las mujeres en edad productiva. La mayoría de los visitantes fueron personas entre los 20 y 30 años de edad (34.482%), le siguieron los de 40 y 50 (31.034%), luego los de 30 y 40 (27.586%), y finalmente estuvieron las personas que tienen más de 50 años de edad (6.896%). El 56.25% del público asistente fueron mujeres y el 43.75 fueron hombres. La mayoría de los clientes al parecer pertenecen a la clase media baja. Se estima que su instrucción académica no es elevada y que muchas de las mujeres que penetraron al establecimiento son amas de casa dedicadas al cuidado del hogar.

Las parejas (hombre-mujer) que entraron fueron principalmente de la misma edad, entre los 30 y 40 años, y con niños de hasta 10 años, en un 99 por ciento. Del total de las personas que visitaron el acuario se observó que casi un tercio lo hizo acompañado de un amigo y los dos tercios restantes asistieron con familiares. De éstos casi siempre lo hicieron en parejas de sexo indistinto. En ambos casos se buscó la aprobación del artículo a comprar del acompañante.

También se observó que muchos de los concurrentes que no adquirieron productos en esa ocasión, fueron señoras jóvenes con infantes a los que les prometieron regresar en “la quincena” o cuando vinieran con el papá. La clientela se inclinó hacia la compra de peces y alimentos, éstos últimos de los más baratos del mercado. Los compradores de otros artículos fueron escasos, pero generaron mayores ganancias.

Aunque no todo el público consumidor del acuario proviene de la Delegación Azcapotzalco, pero si la mayoría debido a su ubicación, vale la pena acotar los datos del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) que indican que la mayor parte de la población de esta delegación para el año 2000 percibía entre dos y cinco salarios mínimos, le seguían los de uno y dos, y en tercer lugar estaban los que percibían más de cinco salarios mínimos. El total de hogares era de 113,057, de los cuales 82,818 tenían jefatura masculina y 30,239 jefatura femenina.

Aunque se encontró que es una de las delegaciones con mayor índice de desarrollo humano a nivel nacional, al igual que Coyoacán y Miguel Hidalgo y sólo precedida por Benito Juárez,⁷ esta demarcación tenía para el año 2000 el 10.463% de población sin primaria completa de 15 años o más y el 33.598% de viviendas con algún nivel de hacinamiento.⁸

⁷ cfr. p. 48.

⁸ Véase anexo 3.

3 METODOLOGÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL CUESTIONARIO

En el presente capítulo se describe la metodología que se empleará para la elaboración del cuestionario, misma que comprende la enunciación del sistema hipotético (hipótesis nula, hipótesis alternativas), la relación de la tabla operacionalización con el aparato teórico (Capítulo 1), la elaboración de la tabla de operacionalización, los criterios para la elaboración de los reactivos, el esquema de arboreación, la tabla de equivalencias, el cuestionario previo, la prueba piloto y el cuestionario final.¹

3.1 SISTEMA HIPOTÉTICO

A continuación se enuncia la hipótesis nula:

No se sabe la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a precios, productos, servicios y atención al cliente.

Las hipótesis alternativas de esta investigación son las siguientes:

1. El género sexual determina en 90% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a precios, productos, servicios y atención al cliente.
2. La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a precios, productos, servicios y atención al cliente es de 3 en un rango de 1 a 5,

¹ Los conceptos teóricos de este capítulo fueron proporcionados por el investigador Héctor Jesús Torres Lima durante el 3º módulo del Seminario Taller Extracurricular de Opinión Pública, realizado en la FES Acatlán, UNAM, durante noviembre y diciembre de 2005.

donde 1 es la opinión más desfavorable y cinco la más favorable, lo cual está determinando por el género sexual.

3. La edad determina en 90% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a precios, productos, servicios y atención al cliente.
4. La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar con respecto a precios, productos, servicios y atención al cliente es de 3 en un rango de 1 a 5, donde 1 es la opinión más desfavorable y cinco la más favorable, lo cual está determinado por la edad.
5. El grado de escolaridad determina en 50% la cantidad del conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a precios, productos, servicios y atención al cliente.
6. La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar con respecto a precios, productos, servicios y atención al cliente es de 3 en un rango de 1 a 5, donde 1 es la opinión más desfavorable y cinco la más favorable, lo cual está determinado por el grado de escolaridad.
7. La ocupación determina en 95 por ciento la cantidad del conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a precios, productos, servicios y atención al cliente.
8. La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar con respecto a precios, productos, servicios y atención al cliente es de 3 en un rango de 1 a 5, donde 1 es la opinión más desfavorable y cinco la más favorable, lo cual está determinado por la ocupación.

9. Los ingresos económicos familiares determinan en un 95% la cantidad del conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a precios, productos, servicios y atención al cliente.
10. La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a precios, productos, servicios y atención al cliente es de 3 en un rango de 1 a 5, donde 1 es la opinión más desfavorable y cinco la más favorable, lo cual está determinado por los ingresos económicos familiares.

3.2 RELACIÓN DEL MARCO CONCEPTUAL CON LA TABLA DE OPERACIONALIZACIÓN

En el apartado 1.4 de este trabajo se mencionó que la opinión pública es un subsistema del de la comunicación a partir de la Teoría general de sistemas en donde se aseveró que el grupo social es análogo a los actores, que el cuestionario es análogo al elemento instrumento, que las respuestas contenidas en la sustancia expresiva es análogo a las expresiones y que la dirección (opciones de los reactivos) y que la intensidad (porcentaje promedio de las respuestas de los encuestados) es análogo a las representaciones; por lo que, este estudio asume que forma parte del sistema comunicativo.

En el apartado 1.5 de este estudio se mencionó que la opinión pública es un acto expresivo mediado, por lo cual debe ser visto desde la Teoría de la Mediación Social. De donde se toman los tres planos del modelo enunciado por Martín Serrano con respecto a los planos de la realidad. De tal forma que se hace análogo el plano de la situación al concepto de características sociodemográficas, el plano de los principios al concepto cognitivo nombrado aquí como conocimientos; y el plano de la mediación al concepto de la opinión.

La analogía antes descrita se argumenta desde lo siguiente:

1. Los datos sociodemográficos son características que corresponden al grupo social específico que se estudia y que son variables independientes en las cuales la investigadora no manipula.
2. Los conocimientos se ubican en el plano de los principios debido a que deben ser producto del aprendizaje, en todo caso social, por parte de la persona a encuestar y están contenidos en la estructura psíquica denominada Yo, es decir, en la parte racional de la cognición.
3. La opinión ubicada en el plano de la mediación porque es la expresión de lo que el encuestado dice que sabe (conocimiento) y dice que tiene como características demográficas.

Por lo anterior, esta investigación operacionaliza como conceptos a investigar a:

1. Los conocimientos
2. La opinión
3. Los datos sociodemográficos

ELABORACIÓN DE LA TABLA DE OPERACIONALIZACIÓN

La tabla de operacionalización sirve para hacer accesibles los conceptos que determinarán la construcción del cuestionario y su utilidad es hacer

accesibles los conceptos que determinarán la construcción del cuestionario.

El proceso de operacionalización comprende:

1. La definición de un concepto que es una representación literaria.
2. La definición de categorías que representan el análisis de los componentes del concepto también llamadas aspectos o dimensiones del concepto.
3. La definición del indicador que es una medida única y unívoca de las categorías.

A continuación se presenta la tabla de operacionalización:

Tabla de operacionalización

CONCEPTOS	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍNDICES	REACTIVOS
1.Conocimiento	1.1 Productos	1.1.1 Mascotas	1.1.1.1 Peces	1. ¿Qué clase de peces se venden en este lugar? A) Tiburones, cirujanos B) Guppies, espadas C) No sé
			1.1.1.2 Hamsters	2.¿Qué tipo de hamsters se venden en este sitio? A) Hamster sirio B) Hamster chino C) No sé
			1.1.1.3 Cuyos	3. ¿Qué tipo de cuyos se venden aquí? A) Crestado B) Agoiti C) No sé

CONCEPTOS	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍNDICES	REACTIVOS
1.Conocimiento	1.1 Productos	1.1.1 Mascotas	1.1.1.4 Conejos	4. ¿Qué clase de conejos se venden en este lugar? A) Enano B) Belier C) No sé
			1.1.1.5 Tortugas	5. ¿Qué tipo de tortugas se venden usualmente aquí? A) Concha blanda B) Japonesas C) No sé
			1.1.1.6 Iguanas	6. ¿Qué tipo de iguanas se venden aquí? A) Iguana de tierra B) Iguana verde C) No sé

CONCEPTOS	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍNDICES	REACTIVOS
1. Conocimiento	1.1 Productos	1.1.2 Alimentos	1.1.2.1 Peces	7. ¿Qué alimento para peces se vende aquí? A) Lombriz B) Warley C) No sé
			1.1.2.2 Hamsters	8. ¿Qué alimento para hamster se vende aquí? A) Nutricubo B) Maíz C) No sé
			1.1.2.3 Cuyos	9. ¿Qué alimento para cuyo se vende aquí? A) Nutricubo B) Maíz C) No sé

CONCEPTOS	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍNDICES	REACTIVOS
1. Conocimiento	1.1 Productos	1.1.2 Alimentos	1.1.2.4 Conejos	10. ¿Qué alimento para conejos se vende aquí? A) Comején B) Conejina C) No sé
			1.1.2.5 Tortugas	11. ¿Qué alimento para tortuga se vende aquí? A) Avifauna B) Warley C) No sé
			1.1.2.6 Iguanas	12. ¿Qué alimento para iguana se vende aquí? A) Tenebrios B) Zofobas C) No sé

CONCEPTOS	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍNDICES	REACTIVOS
1. Conocimiento	1.1 Productos	1.1.3 Accesorios	1.1.3.1 Peces	13. ¿Cuál accesorio para peces se vende aquí? A) Cañas de pescar B) filtros C) No sé
			1.1.3.2 Hamsters	14. ¿Cuál accesorio para hamster se vende aquí? A) C u e v a s B) Escaleras C) No sé
			1.1.3.3 Cuyos	15. ¿Cuál accesorio para cuyo se vende aquí? A) Jaulas de acero B) Tubos C) No sé

CONCEPTOS	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍNDICES	REACTIVOS
1. Conocimiento	1.1 Productos	1.1.3 Accesorios	1.1.3.4 Conejos	16. ¿Cuál accesorio para conejos se vende aquí? A) Laberintos B) Tubos C) No sé
			1.1.3.5 Tortugas	17. ¿Cuál accesorio para tortugas se vende aquí? A) Tinas plásticas B) Flotadores C) No sé
			1.1.3.6 Iguanas	18. ¿Cuál accesorio para iguanas se vende aquí? A) Bebedero de balín B) Pecheras C) No sé

CONCEPTOS	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍNDICES	REACTIVOS
1. Conocimiento	1.2 Precios	1.2.1 Mascotas	1.2.1.1 Peces	19. ¿Cuál pez es más barato? A) Angel B) Cebra C) No sé
			1.2.1.2 Hamsters	20. ¿Cuánto cuestan los hamsters? A) \$ 25.00 B) \$ 30.00 C) No sé
			1.2.1.3 Cuyos	21. ¿ Cuánto cuestan los cuyos? A) \$ 40.00 B) \$ 65.00 C) No sé

CONCEPTOS	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍNDICES	REACTIVOS
1. Conocimiento	1.2 Precios	1.2.1 Mascotas	1.2.1.4 Conejos	22. ¿Cuánto cuesta un conejo? A) \$ 30.00 B) \$ 50.00 C) No sé
			1.2.1.5 Tortugas	23. ¿Cuánto cuestan las tortugas? A) \$ 30.00 B) \$ 35.00 C) No sé
			1.2.1.6 Iguanas	24. ¿ Cuánto cuestan las iguanas? A) \$ 125.00 B) \$ 150.00 C) No sé

CONCEPTOS	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍNDICES	REACTIVOS
1. Conocimiento	1.2 Precios	1.2.2 Alimentos	1.2.2.1 Peces	25. ¿Cuánto cuesta el alimento de pez más barato? A) \$ 8.00 B) \$ 10.00 C) No sé
			1.2.2.2 Hamsters	26. ¿Cuánto cuestan las semillas para hamster? A) \$ 12.00 B) \$ 14.00 C) No sé
			1.2.2.3 Cuyos	27. ¿Cuánto cuesta el kilo de nutricubo para cuyo? A) \$ 15.00 B) \$ 18.00 C) No sé

CONCEPTOS	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍNDICES	REACTIVOS
1. Conocimiento	1.2 Precios	1.2.2 Alimentos	1.2.2.4 Conejos	28. ¿Cuánto cuesta la conejina? A) \$ 5.00 B) \$ 8.00 C) No sé
			1.2.2.5 Tortugas	29. ¿Cuánto cuestan las tortuguetas más baratas? A) \$ 10.00 B) \$ 11.00 C) No sé
			1.2.2.6 Iguanas	30. ¿Cuál es el alimento de iguanas más barato? A) Iguanabits B) Grillos C) No sé

CONCEPTOS	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍNDICES	REACTIVOS
1. Conocimiento	1.2 Precios	1.2.3 Accesorios	1.2.3.1 Peces	31. ¿Cuánto cuesta la pecera más chica? A) \$ 30.00 B) \$ 40.00 C) No sé
			1.2.3.2 Hamsters	32. ¿Cuánto cuesta la jaula de túnel más barata? A) \$ 60.00 B) \$ 75.00 C) No sé
			1.2.3.3 Cuyos	33. ¿Cuánto cuesta el bebedero de balín? A) \$ 11.00 B) \$ 15.00 C) No sé

CONCEPTOS	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍNDICES	REACTIVOS
1. Conocimiento	1.2 Precios	1.2.3 Accesorios	1.2.3.4 Conejos	34. ¿Cuánto cuestan las jaulas para conejo? A) \$ 180.00 B) \$ 200.00 C) No sé
			1.2.3.5 Tortugas	35. ¿Cuánto cuesta el tortuguero de riñón? A) \$ 30.00 B) \$ 40.00 C) No sé
			1.2.3.6 Iguanas	36. ¿ Cuánto cuesta la pechera de iguana? A) \$ 20.00 B) \$ 30.00 C) No sé

CONCEPTOS	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍNDICES	REACTIVOS
1. Conocimiento	1.3 Servicios	1.3.1 Mantenimiento e Inst. de peceras	No aplica	37. ¿Cuándo fue la última vez que se le instaló o dio mantenimiento a una pecera? A) Hace seis meses B) Hace más de 5 años C) Nunca
		1.3.2 Servicio de apartado	No aplica	38. ¿Cuántas veces ha utilizado el sistema de apartado? A) Dos a la semana B) Una vez al año C) Nunca
	1.4 Atención al cliente	1.41 Calidad	No aplica	39. Cuando Ud. pregunta algo al personal, éste suele tener un gesto A) Agradable B) Vigilante C) No sé

CONCEPTOS	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍNDICES	REACTIVOS
1. Conocimiento	1.4 Atención al cliente	1.4.2 Rapidez	No aplica	40. Cuando Ud. entra a este establecimiento y el personal le pregunta qué necesita, lo hace A) Lo deja observar la tienda B) Inmediatamente C) No le pregunta
		1.4.3 Confiabilidad	No aplica	41. Cuando Ud. pregunta algo al personal, Ud. percibe en sus respuestas A) Sinceridad B) espontaneidad C) No sé

CONCEPTOS	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍNDICES	REACTIVOS
2. Opinión	2.1 Productos	2.1.1 Mascotas	2.1.1.1 Peces	42. En comparación con otros acuarios cercanos, la variedad de peces que hay aquí te parece que es
			2.1.1.2 Hamsters	43. En comparación con otros acuarios cercanos, la variedad de hamsters que hay aquí te parece que es
			2.1.1.3 Cuyos	44. En comparación con otros acuarios cercanos, la variedad de cuyos que hay aquí te parece que es
			2.1.1.4 Conejos	45. En comparación con otros acuarios cercanos, la variedad de conejos que hay aquí te parece que es

CONCEPTOS	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍNDICES	REACTIVOS
2. Opinión	2.1 Productos	2.1.1 Mascotas	2.1.1.5 Tortugas	46. En comparación con otros acuarios cercanos, la variedad de tortugas que hay aquí te parece que es
			2.1.1.6 Iguanas	47. En comparación con otros acuarios cercanos, la salud de las iguanas que hay aquí te parece que es
		2.1.2 Alimentos	2.1.2.1 Peces	48. En comparación con otros acuarios, la calidad del alimento para pez que se vende aquí te parece
			2.1.2.2 Hamsters	49. En comparación con otros acuarios, la calidad del alimento para hamster que se vende aquí te parece

CONCEPTOS	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍNDICES	REACTIVOS
2. Opinión	2.1 Productos	2.1.2 Alimentos	2.1.2.3 Cuyos	50. En comparación con otros acuarios, la calidad del alimento para cuyo que se vende aquí te parece
			2.1.2.4 Conejos	51. En comparación con otros acuarios cercanos, la calidad del alimento para conejos que se vende aquí te parece
			2.1.2.5 Tortugas	52. En comparación con otros acuarios cercanos, la calidad del alimento para tortugas que se vende aquí te parece
			2.1.2.6 Iguanas	53. En comparación con otros acuarios cercanos, la calidad del alimento para iguanas que se vende aquí te parece

CONCEPTOS	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍNDICES	REACTIVOS
2. Opinión	2.1 Productos	2.1.3 Accesorios	2.1.3.1 Peces	54. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que la diversidad de accesorios para peces es
			2.1.3.2 Hamsters	55. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que la diversidad de accesorios para hamsters es
			2.1.3.3 Cuyos	56. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que la diversidad de accesorios para cuyos es
			2.1.3.4 Conejos	57. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que la diversidad de accesorios para conejos es

CONCEPTOS	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍNDICES	REACTIVOS
2. Opinión	2.1 Productos	2.1.3 Accesorios	2.1.3.5 Tortugas	58. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que la diversidad de accesorios para tortugas es
			2.1.3.6 Iguanas	59. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que la diversidad de accesorios para iguanas es
	2.2 Precios	2.2.1 Mascotas	2.2.1.1 Peces	60. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que el precio de los peces es
			2.2.1.2 Hamsters	61. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que el precio de los hamsters es

CONCEPTOS	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍNDICES	REACTIVOS
2. Opinión	2.2 Precios	2.2.1 Mascotas	2.2.1.3 Cuyos	62. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que el precio de los cuyos es
			2.2.1.4 Conejos	63. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que el precio de los conejos es
			2.2.1.5 Tortugas	64. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que el precio de las tortugas es
			2.2.1.6 Iguanas	65. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que el precio de las iguanas es

CONCEPTOS	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍNDICES	REACTIVOS
2. Opinión	2.2 Precios	2.2.2 Alimentos	2.2.2.1 Peces	66. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que el precio de los alimentos para peces es
			2.2.2.2 Hamsters	67. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que el precio de los alimentos para hamsters es
			2.2.2.3 Cuyos	68. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que el precio de los alimentos para cuyos es
			2.2.2.4 Conejos	69. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que el precio de los alimentos para conejos es

CONCEPTOS	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍNDICES	REACTIVOS
2. Opinión	2.2 Precios	2.2.2 Alimentos	2.2.2.5 Tortugas	70. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que el precio de los alimentos para tortugas es
			2.2.2.6 Iguanas	71. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que el precio de los alimentos para iguanas es
		2.2.3 Accesorios	2.2.3.1 Peces	72. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que el precio de los accesorios para peces es
			2.2.3.2 Hamsters	73. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que el precio de los accesorios para hasmters es

CONCEPTOS	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍNDICES	REACTIVOS
2. Opinión	2.2 Precios	2.2.3 Accesorios	2.2.3.3 Cuyos	74. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que el precio de los accesorios para cujos es
			2.2.3.4 Conejos	75. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que el precio de los accesorios para conejos es
			2.2.3.5 Tortugas	76. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que el precio de los accesorios para tortugas es
			2.2.3.6 Iguanas	77. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que el precio de los accesorios para iguanas es

CONCEPTOS	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍNDICES	REACTIVOS
2. Opinión	2.3 servicios	2.3.1 Mantenimiento e Inst. de peceras	No aplica	78. El grado de satisfacción que tuvo en la Inst. y/o mantenimiento de su pecera fue
		2.3.2 Servicio de apartado	No aplica	79. El grado de satisfacción que tuvo en el servicio de apartado fue
	2.4 Atención al Cliente	2.4.1 Calidad	No aplica	80. De sus últimas tres visitas, podría decir que la calidad con que le atendió el personal fue
		2.4.2 Rapidez	No aplica	81. De sus últimas tres visitas, podría decir que la rapidez con que le atendió el personal fue

CONCEPTOS	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍNDICES	REACTIVOS
2. Opinión	2.5 Atención al cliente	2.43 Confiabilidad	No aplica	82. De sus últimas tres visitas, podría decir que la confiabilidad con que le atendió el personal fue
3. Datos socio-demográficos	3.1 Género sexual	Masculino Femenino	No aplica	83. Marque con una X la respuesta correcta A) Masculino () B) Femenino ()
	3.2 Edad	0-10 11-20 21-30 31-40 41-50 más de 51	No aplica	84. Mi edad está entre A) 0-10 () B) 11-20 () C) 21-30 () D) 31-40 () E) 41-50 () F) más de 51 ()

CONCEPTOS	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍNDICES	REACTIVOS
3. Datos socio-demográficos	3.3 Grado de escolaridad	Sin instrucción Primaria Secundaria Preparatoria Universidad Postgrado	No aplica	85. Mi grado de estudios es de A) Sin instrucción () B) Primaria () C) Secundaria () D) Preparatoria () E) Universidad () F) Postgrado ()
	3.4 Ocupación	Ama de casa Estudiante Oficio Profesión	No aplica	86. Mi ocupación es A) Ama de casa () B) Estudiante () C) Profesión () D) Oficio ()

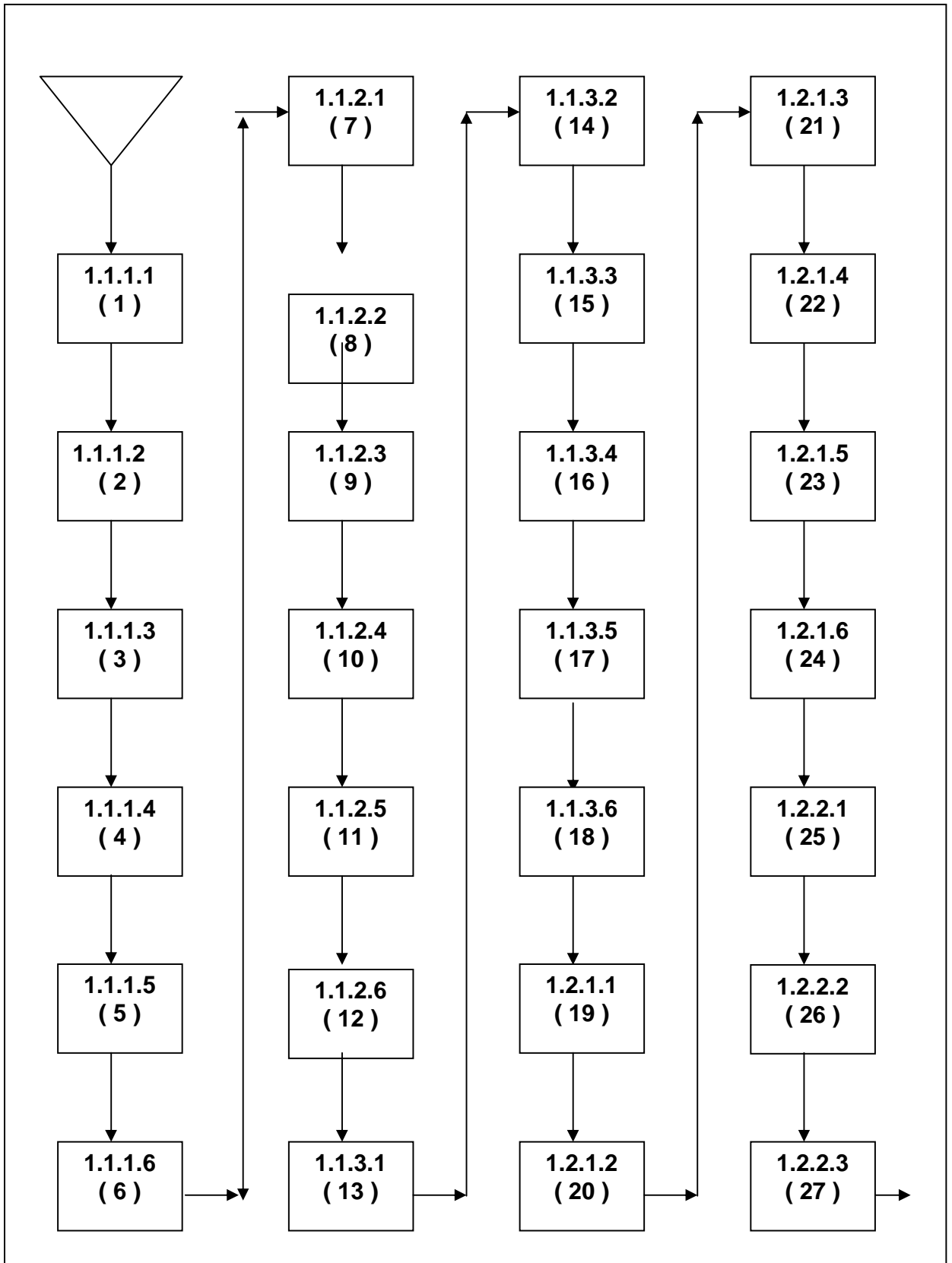
CONCEPTOS	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍNDICES	REACTIVOS
3. Datos socio-demográficos	3.5 Ingreso económico familiar	1 salario mínimo 2 salarios mínimos 3 salarios mínimos 4 salarios mínimos 5 salarios mínimos Más de 5 salarios Min.	No aplica	87. El ingreso económico de mi familia es de A) 1 salario mínimo () B) 2 salarios mínimos () C) 3 salarios mínimos () D) 4 salarios mínimos () E) 5 salarios mínimos () F) más de 5 salarios mín. ()

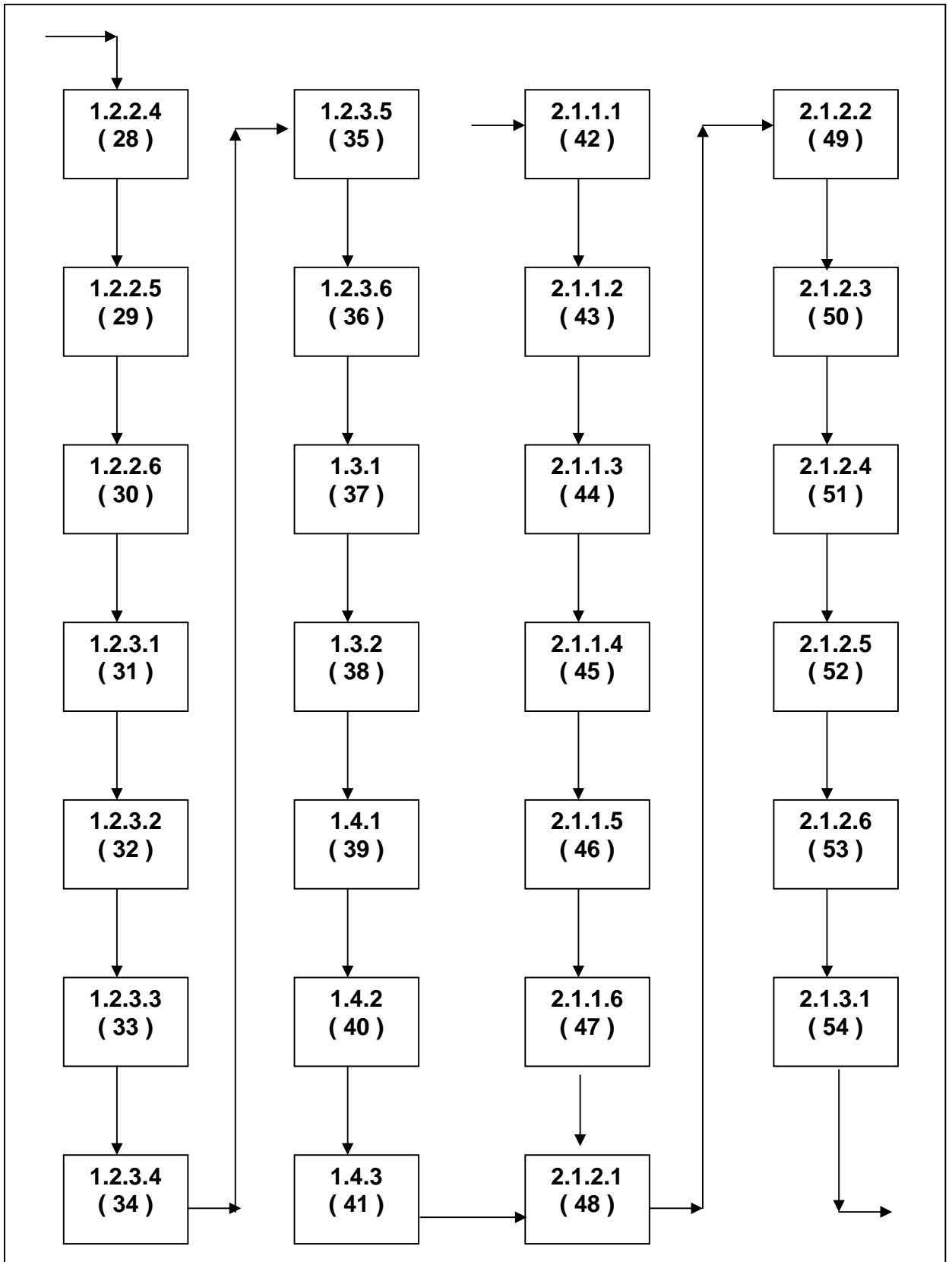
3.4 CRITERIOS DE ARBOREACIÓN

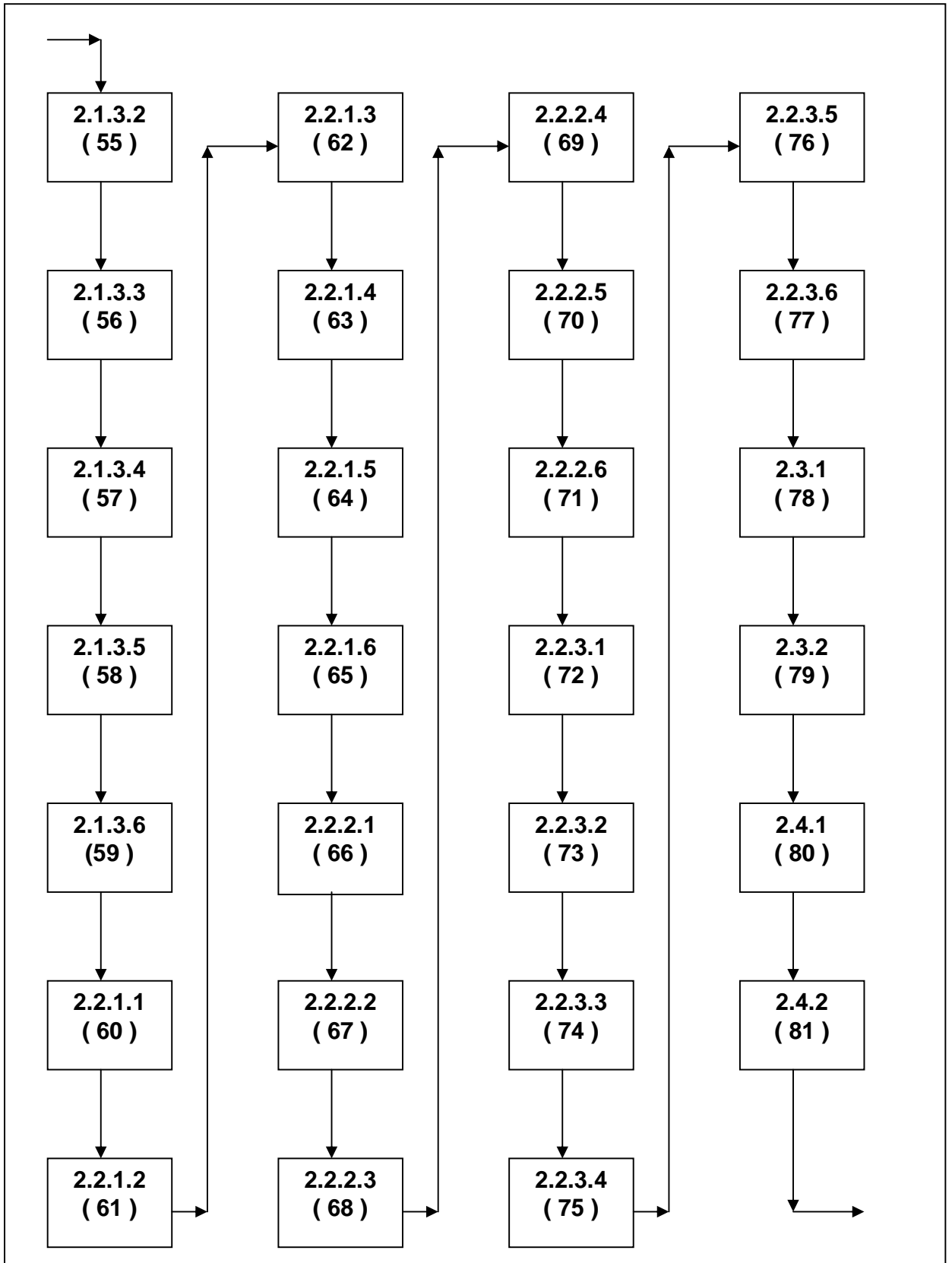
Los criterios de arboreación del cuestionario, es decir, la forma en que se ordenarán los reactivos del cuestionario, son los siguientes:

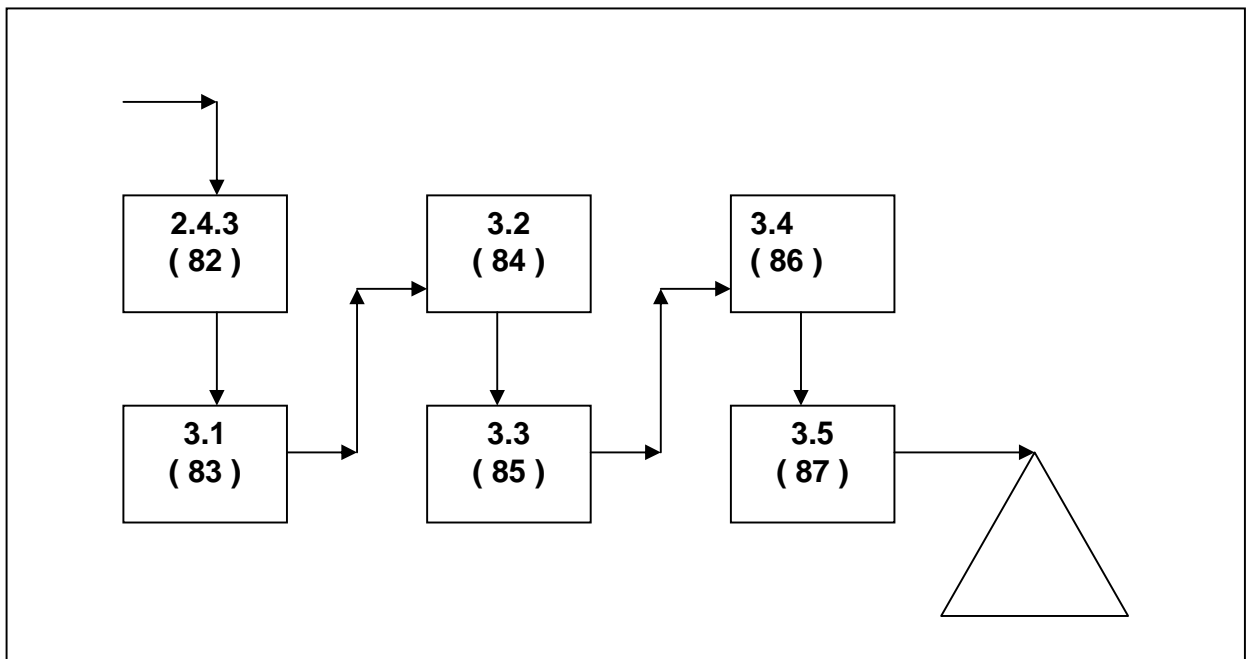
- Bloques de forma en que están elaborados los reactivos, es decir, primero los de opción múltiple y luego los de respuesta abierta.
- Se ordenarán de lo general a lo particular con la finalidad de que los clientes del Acuario Pro-Hogar se vayan introduciendo a la temática conforme a la analogía de cómo ellos entran al establecimiento.
- Los datos sociodemográficos se presentarán al final debido a que pueden implicar un compromiso personal con las respuestas y se prefiere que primero se contesten los reactivos que éstos.
- Se colocarán los reactivos de conocimiento y opinión por separado, por bloque, debido a que el cuestionario tiene 87 reactivos y es más conveniente dado que los primeros pueden dar la pauta para responder los segundos en algunos casos.

En la siguiente figura se presenta el diagrama de arboreación:









3.5. TABLA DE EQUIVALENCIAS

La tabla de equivalencias es una lista doble que consigna en la columna de la izquierda el número de reactivos en el cuestionario seguida de otra columna que indica el número del reactivo en la tabla de operacionalización.

No. de reactivo del cuestionario	No. de reactivo en la tabla de operacionalización
1	1.1.1.1
2	1.1.1.2
3	1.1.1.3
4	1.1.1.4
5	1.1.1.5
6	1.1.1.6
7	1.1.2.1
8	1.1.2.2

No. de reactivo del cuestionario	No. de reactivo en la tabla de operacionalización
9	1.1.2.3
10	1.1.2.4
11	1.1.2.5
12	1.1.2.6
13	1.1.3.1
14	1.1.3.2
15	1.1.3.3
16	1.1.3.4
17	1.1.3.5
18	1.1.3.6
19	1.2.1.1
20	1.2.1.2
21	1.2.1.3
22	1.2.1.4
23	1.2.1.5
24	1.2.1.6
25	1.2.2.1
26	1.2.2.2
27	1.2.2.3
28	1.2.2.4
29	1.2.2.5
30	1.2.2.6
31	1.2.3.1
32	1.2.3.2
33	1.2.3.3
34	1.2.3.4
35	1.2.3.5

No. de reactivo del cuestionario	No. de reactivo en la tabla de operacionalización
36	1.2.3.6
37	1.3.1
38	1.3.2
39	1.4.1
40	1.4.2
41	1.4.3
42	2.1.1.1
43	2.1.1.2
44	2.1.1.3
45	2.1.1.4
46	2.1.1.5
47	2.1.1.6
48	2.1.2.1
49	2.1.2.2
50	2.1.2.3
51	2.1.2.4
52	2.1.2.5
53	2.1.2.6
54	2.1.3.1
55	2.1.3.2
56	2.1.3.3
57	2.1.3.4
58	2.1.3.5
59	2.1.3.6
60	2.2.1.1
61	2.2.1.2
62	2.2.1.3

No. de reactivo del cuestionario	No. de reactivo en la tabla de operacionalización
63	2.2.1.4
64	2.2.1.5
65	2.2.1.6
66	2.2.2.1
67	2.2.2.2
68	2.2.2.3
69	2.2.2.4
70	2.2.2.5
71	2.2.2.6
72	2.2.3.1
73	2.2.3.2
74	2.2.3.3
75	2.2.3.4
76	2.2.3.5
77	2.2.3.6
78	2.3.1
79	2.3.2
80	2.4.1
81	2.4.2
82	2.4.3
83	3.1
84	3.2
85	3.3
86	3.4
87	3.5

3.6 CUESTIONARIO PREVIO

A continuación se presenta el cuestionario de acuerdo a los reactivos obtenidos de la tabla de operacionalización, a los criterios de arboreación y a la tabla de equivalencias.

REACTIVOS
1. ¿Qué clase de peces se venden en este lugar? A) Tiburones, cirujanos () B) Guppies, espadas () C) No sé ()
2. ¿Qué tipo de hamsters se venden en este sitio? A) Hamster sirio () B) Hamster chino () C) No sé ()
3. ¿Qué tipo de cuyos se venden aquí? A) Crestado () B) Agoiti () C) No sé ()
4. ¿Qué clase de conejos se venden en este lugar? A) Enano () B) Belier () C) No sé ()
5. ¿Qué tipo de tortugas se venden usualmente aquí? A) Concha blanda () B) Japonesas () C) No sé ()
6. ¿Qué tipo de iguanas se venden aquí? A) Iguana de tierra () B) Iguana verde () C) No sé ()
7. ¿Qué alimento para peces se vende aquí? A) Lombriz () B) Warley () C) No sé ()
8. ¿Qué alimento para hamster se vende aquí? A) Nutricubo () B) Maíz () C) No sé ()

REACTIVOS

9. ¿Qué alimento para cuyo se vende aquí?

A) Nutricubo () **B)** Maíz () **C)** No sé ()

10. ¿Qué alimento para conejos se vende aquí?

A) Comején () **B)** Conejina () **C)** No sé ()

11. ¿Qué alimento para tortuga se vende aquí?

A) Avifauna () **B)** Warley () **C)** No sé ()

12. ¿Qué alimento para iguana se vende aquí?

A) Tenebrios () **B)** Zofobas () **C)** No sé ()

13. ¿Cuál accesorio para peces se vende aquí?

A) Cañas de pescar () **B)** filtros () **C)** No sé ()

14. ¿Cuál accesorio para hamster se vende aquí?

A) Cuevas () **B)** Escaleras () **C)** No sé ()

15. ¿Cuál accesorio para cuyo se vende aquí?

A) Jaulas de acero () **B)** Tubos () **C)** No sé ()

16. ¿Cuál accesorio para conejos se vende aquí?

A) Laberintos () **B)** Tubos () **C)** No sé ()

17. ¿Cuál accesorio para tortugas se vende aquí?

A) Tinas plásticas () **B)** Flotadores () **C)** No sé ()

18. ¿Cuál accesorio para iguanas se vende aquí?

A) Bebedero de balín () **B)** Pecheras () **C)** No sé ()

19. ¿Cuál pez es más barato?

A) Angel () **B)** Cebra () **C)** No sé ()

20. ¿Cuánto cuestan los hamsters?

A) \$ 25.00 () **B)** \$ 30.00 () **C)** No sé ()

21. ¿Cuánto cuestan los cuyos?

A) \$ 40.00 () **B)** \$ 65.00 () **C)** No sé ()

REACTIVOS

22. ¿Cuánto cuesta un conejo?

A) \$ 30.00 () **B)** \$ 50.00 () **C)** No sé ()

23. ¿Cuánto cuestan las tortugas?

A) \$ 30.00 () **B)** \$ 35.00 () **C)** No sé ()

24. ¿Cuánto cuestan las iguanas?

A) \$ 125.00 () **B)** 150.00 () **C)** No sé ()

25. ¿Cuánto cuesta el alimento de pez más barato?

A) \$ 8.00 () **B)** \$ 10.00 () **C)** No sé ()

26. ¿Cuánto cuestan las semillas para hamster?

A) \$ 12.00 () **B)** \$ 14.00 () **C)** No sé ()

27. ¿Cuánto cuesta el kilo de nutricubo para cuyo?

A) \$ 15.00 () **B)** \$ 18.00 () **C)** No sé ()

28. ¿Cuánto cuesta la conejina?

A) \$ 5.00 () **B)** \$ 8.00 () **C)** No sé ()

29. ¿Cuánto cuestan las tortuguetas más baratas?

A) \$ 10.00 () **B)** \$ 11.00 () **C)** No sé ()

30. ¿Cuál es el alimento de iguanas más barato?

A) Iguanabits () **B)** Grillos () **C)** No sé ()

31. ¿Cuánto cuesta la pecera más chica?

A) \$ 30.00 () **B)** \$ 40.00 () **C)** No sé ()

32. ¿Cuánto cuesta la jaula de túnel más barata?

A) \$ 60.00 () **B)** \$ 75.00 () **C)** No sé ()

33. ¿Cuánto cuesta el bebedero de balín?

A) \$ 11.00 () **B)** \$ 15.00 () **C)** No sé ()

34. ¿Cuánto cuestan las jaulas para conejo?

A) \$ 180.00 () **B)** \$ 200.00 () **C)** No sé ()

REACTIVOS

35. ¿Cuánto cuesta el tortuguero de riñón?

- A)** \$ 30.00 () **B)** \$ 40.00 () **C)** No sé ()

36. ¿Cuánto cuesta la pechera de iguana?

- A)** \$ 20.00 () **B)** \$ 30.00 () **C)** No sé ()

37. ¿Cuándo fue la última vez que se le instaló o dio mantenimiento a una pecera?

- A)** Hace seis meses () **B)** Hace más de 5 años () **C)** Nunca ()

38. ¿Cuántas veces ha utilizado el sistema de apartado?

- A)** Dos a la semana () **B)** Una vez al año () **C)** Nunca ()

39. Cuando Ud. pregunta algo al personal, éste suele tener un gesto

- A)** Agradable () **B)** Vigilante () **C)** No sé ()

40. Cuando Ud. entra a este establecimiento y el personal le pregunta qué necesita, lo hace

- A)** Inmediatamente () **B)** Lo deja observar la tienda () **C)** No le pregunta ()

41. Cuando Ud. pregunta algo al personal, Ud. percibe en sus respuestas

- A)** Sinceridad () **B)** Espontaneidad () **C)** No sé ()

42. En comparación con otros acuarios cercanos, la variedad de peces que hay aquí te parece que es

- 1)** Muy buena () **2)** Algunas veces buena () **3)** Buena ()
4) algunas veces mala () **5)** mala ()

43. En comparación con otros acuarios cercanos, la variedad de hamsters que hay aquí te parece que es

- 1)** Muy buena () **2)** Algunas veces buena () **3)** Buena ()
4) algunas veces mala () **5)** mala ()

REACTIVOS

44. En comparación con otros acuarios cercanos, la variedad de cuyos que hay aquí te parece que es

- 1) Muy buena () 2) Algunas veces buena () 3) Buena ()
4) algunas veces mala () 5) mala ()

45. En comparación con otros acuarios cercanos, la variedad de conejos que hay aquí te parece que es

- 1) Muy buena () 2) Algunas veces buena () 3) Buena ()
4) algunas veces mala () 5) mala ()

46. En comparación con otros acuarios cercanos, la variedad de tortugas que hay aquí te parece que es

- 1) Muy buena () 2) Algunas veces buena () 3) Buena ()
4) algunas veces mala () 5) mala ()

47. En comparación con otros acuarios cercanos, la salud de las iguanas que hay aquí te parece que es

- 1) Muy buena () 2) Algunas veces buena () 3) Buena ()
4) algunas veces mala () 5) mala ()

48. En comparación con otros acuarios, la calidad del alimento para pez que se vende aquí te parece

- 1) Muy buena () 2) Algunas veces buena () 3) Buena ()
4) algunas veces mala () 5) mala ()

REACTIVOS

49. En comparación con otros acuarios, la calidad del alimento para hamster que se vende aquí te parece

- 1) Muy buena () 2) Algunas veces buena () 3) Buena ()
4) algunas veces mala () 5) mala ()

50. En comparación con otros acuarios, la calidad del alimento para cuyo que se vende aquí te parece

- 1) Muy buena () 2) Algunas veces buena () 3) Buena ()
4) algunas veces mala () 5) mala ()

51. En comparación con otros acuarios cercanos, la calidad del alimento para conejos que se vende aquí te parece

- 1) Muy buena () 2) Algunas veces buena () 3) Buena ()
4) algunas veces mala () 5) mala ()

52. En comparación con otros acuarios cercanos, la calidad del alimento para tortugas que se vende aquí te parece

- 1) Muy buena () 2) Algunas veces buena () 3) Buena ()
4) algunas veces mala () 5) mala ()

53. En comparación con otros acuarios cercanos, la calidad del alimento para iguanas que se vende aquí te parece

- 1) Muy buena () 2) Algunas veces buena () 3) Buena ()
4) algunas veces mala () 5) mala ()

REACTIVOS

54. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que la diversidad de accesorios para peces es

- 1) Muy buena () 2) Algunas veces buena () 3) Buena ()
4) algunas veces mala () 5) mala ()

55. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que la diversidad de accesorios para hamsters es

- 1) Muy buena () 2) Algunas veces buena () 3) Buena ()
4) algunas veces mala () 5) mala ()

56. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que la diversidad de accesorios para cuyos es

- 1) Muy buena () 2) Algunas veces buena () 3) Buena ()
4) algunas veces mala () 5) mala ()

57. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que la diversidad de accesorios para conejos es

- 1) Muy buena () 2) Algunas veces buena () 3) Buena ()
4) algunas veces mala () 5) mala ()

58. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que la diversidad de accesorios para tortugas es

- 1) Muy buena () 2) Algunas veces buena () 3) Buena ()
4) algunas veces mala () 5) mala ()

REACTIVOS

59. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que la diversidad de accesorios para iguanas es

- 1) Muy buena () 2) Algunas veces buena () 3) Buena ()
4) algunas veces mala () 5) mala ()

60. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que el precio de los peces es

- 1) Muy bueno () 2) Algunas veces bueno () 3) Bueno ()
4) algunas veces malo () 5) malo ()

61. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que el precio de los hamsters es

- 1) Muy bueno () 2) Algunas veces bueno () 3) Bueno ()
4) algunas veces malo () 5) malo ()

62. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que el precio de los cuyos es

- 1) Muy bueno () 2) Algunas veces bueno () 3) Bueno ()
4) algunas veces malo () 5) malo ()

63. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que el precio de los conejos es

- 1) Muy bueno () 2) Algunas veces bueno () 3) Bueno ()
4) algunas veces malo () 5) malo ()

REACTIVOS

64. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que el precio de las tortugas es

- 1) Muy bueno () 2) Algunas veces bueno () 3) Bueno ()
4) algunas veces malo () 5) malo ()

65. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que el precio de las iguanas es

- 1) Muy bueno () 2) Algunas veces bueno () 3) Bueno ()
4) algunas veces malo () 5) malo ()

66. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que el precio de los alimentos para peces es

- 1) Muy bueno () 2) Algunas veces bueno () 3) Bueno ()
4) algunas veces malo () 5) malo ()

67. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que el precio de los alimentos para hamsters es

- 1) Muy bueno () 2) Algunas veces bueno () 3) Bueno ()
4) algunas veces malo () 5) malo ()

68. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que el precio de los alimentos para cuyos es

- 1) Muy bueno () 2) Algunas veces bueno () 3) Bueno ()
4) algunas veces malo () 5) malo ()

REACTIVOS

69. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que el precio de los alimentos para conejos es

- 1) Muy bueno () 2) Algunas veces bueno () 3) Bueno ()
4) algunas veces malo () 5) malo ()

70. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que el precio de los alimentos para tortugas es

- 1) Muy bueno () 2) Algunas veces bueno () 3) Bueno ()
4) algunas veces malo () 5) malo ()

71. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que el precio de los alimentos para iguanas es

- 1) Muy bueno () 2) Algunas veces bueno () 3) Bueno ()
4) algunas veces malo () 5) malo ()

72. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que el precio de los accesorios para peces es

- 1) Muy bueno () 2) Algunas veces bueno () 3) Bueno ()
4) algunas veces malo () 5) malo ()

73. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que el precio de los accesorios para hamsters es

- 1) Muy bueno () 2) Algunas veces bueno () 3) Bueno ()
4) algunas veces malo () 5) malo ()

REACTIVOS

74. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que el precio de los accesorios para cueros es

- 1) Muy bueno () 2) Algunas veces bueno () 3) Bueno ()
4) algunas veces malo () 5) malo ()

75. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que el precio de los accesorios para conejos es

- 1) Muy bueno () 2) Algunas veces bueno () 3) Bueno ()
4) algunas veces malo () 5) malo ()

76. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que el precio de los accesorios para tortugas es

- 1) Muy bueno () 2) Algunas veces bueno () 3) Bueno ()
4) algunas veces malo () 5) malo ()

77. En comparación con otros acuarios cercanos, te parece que el precio de los accesorios para iguanas es

- 1) Muy bueno () 2) Algunas veces bueno () 3) Bueno ()
4) algunas veces malo () 5) malo ()

78. El grado de satisfacción que tuvo en la Inst. y/o mantenimiento de su pecera fue

- 1) Muy buena () 2) Algunas veces buena () 3) Buena ()
4) algunas veces mala () 5) mala ()

REACTIVOS

79. El grado de satisfacción que tuvo en el servicio de apartado fue

- 1) Muy buena () 2) Algunas veces buena () 3) Buena ()
4) algunas veces mala () 5) mala ()

80. De sus últimas tres visitas, podría decir que la calidad con que le atendió el personal fue

- 1) Muy buena () 2) Algunas veces buena () 3) Buena ()
4) algunas veces mala () 5) mala ()

81. De sus últimas tres visitas, podría decir que la rapidez con que le atendió el personal fue

- 1) Muy buena () 2) Algunas veces buena () 3) Buena ()
4) algunas veces mala () 5) mala ()

82. De sus últimas tres visitas, podría decir que la confiabilidad con que le atendió el personal fue

- 1) Muy buena () 2) Algunas veces buena () 3) Buena ()
4) algunas veces mala () 5) mala ()

83. Para ubicar mejor sus respuestas, marque con una X la respuesta correcta

- () Masculino
() Femenino

REACTIVOS

130. Mi edad está entre

- 0-10
- 11-20
- 21-30
- 31-40
- 41-50
- más de 51

131. Mi grado de estudios es de

- Sin instrucción
- Primaria
- Secundaria
- Preparatoria
- Universidad
- Postgrado

132. Mi ocupación es

- Ama de casa
- Estudiante
- Oficio
- Profesión

133. El ingreso económico de mi familia es de

- 1 salario mínimo
- 2 salarios mínimos
- 3 salarios mínimos
- 4 salarios mínimos
- 5 salarios mínimos
- más de 5 salarios mínimos

3.7 REPORTE CUESTIONARIO PILOTO

El cuestionario piloto se levantó con los primeros diez clientes que entraron al Acuario Pro-Hogar, ubicado en el interior del Mercado Pro-Hogar, el jueves 10 y viernes 11 de noviembre de 2005, después de las 2:00 PM.

Para esta prueba se tomaron cinco hombres y cinco mujeres, y la elección de éstos se basó en el carácter que mostraban al momento de la encuesta. Estos clientes mostraban alegría y disponibilidad aparente de tiempo. A aquellos que se veían con prisa o con gesto adusto no se les preguntó.

El llenado del cuestionario llevó como promedio 35 minutos. Aunque se les invitó a sentarse, sólo el 40% aceptó sentarse. El 60% restante permaneció de pie. 40% de los encuestados solicitó que se le leyeran las preguntas y éstos iban contestando. Ello ocurrió con amas de casa.

Uno de los encuestados o sea el 10% se tomó sólo 16 minutos en contestar el cuestionario. Al final manifestó que sólo había llenado conscientemente las preguntas relativas a peces y las preguntas generales del acuario porque no tenía otro tipo de mascotas y no sabía nada relativo a éstas. Las demás fueron llenadas prácticamente a lo que él pensó que podía ser. Además indicó que era fiel al acuario y que no solía visitar otros establecimientos del mismo rubro. Aunque esta persona se tardó muy poco tiempo, no se notó que el tiempo fuese determinante ya que estuvo platicando con la investigadora aproximadamente unos 15 minutos antes y 21 minutos después de llenar el cuestionario piloto. En este último periodo de tiempo, al encuestado, quien se dedica a la actuación y está en un rango de edad entre los 41 y 50 años, no se le indicó que se le haría un descuento si contestaba unas preguntas, aunque al final, cuando ya se despedía, se le proporcionó.

Otro de los encuestados al que se le manifestó que habría un incentivo si ayudaba en esta encuesta expresó que aunque no hubiera, que sólo bastaba ver el logo de la Universidad Nacional Autónoma de México para colaborar. Este pasante de ingeniería civil se llevó 25 minutos. Iba acompañado de su novia, una trabajadora social egresada de la máxima casa de estudios. En este caso tampoco pareció importar el tiempo dedicado al llenado del cuestionario, aunque si se veían con prisa. Después de la aplicación de la encuesta, ambos clientes sugirieron a la investigadora modificar el cuestionario, diseñarlo por secciones y con columnas para luego darle oportunidad a los clientes de llenar sólo la parte de la que tuvieran conocimiento. Estas personas se mostraron muy colaboradores y dedicaron 23 minutos a expresar sus sugerencias. Ambos tenían entre 31 y 40 años de edad. Tanto este cliente como el anterior no parecían estar trabajando al momento de levantar la encuesta.

Un tercer cliente llenó el cuestionario en dos partes, la primera se tardó 17 minutos y la segunda 21 minutos. Pareció bastante interesado en contestar las preguntas y al parecer las contestó con gran dedicación, fue como si estuviera contestando un examen. Este cliente se encontraba trabajando por lo que preguntó si podía regresar a contestar el cuestionario. La investigadora le contestó que sí porque sabía que tenía que regresar a sus labores. El encuestado regresó dos horas y media más tarde en otro receso de su empleo. Nunca mostró fastidio mientras llenaba el cuestionario. Al final, igual que los otros encuestados, dedicó unos 8 minutos en hablar con la que esto escribe en referencia a la importancia de la educación en la vida de todo ser humano. A este cliente de 45 años no se le dijo que había incentivo.

Otro encuestado, un joven entre los 11 y 20 años de edad, estudiante del primer grado de secundaria, aceptó con gusto llenar el cuestionario luego de que se le señaló que habría un descuento en el total de la compra si accedía a contestar unas preguntas. Este muchacho iba acompañado de otras estudiantes de secundaria y al parecer estaban reunidos para hacer una maqueta. Ellos llevaban

cotizaciones de otros acuarios y comentaron que lo que necesitaban estaba más barato en el Acuario Pro-Hogar. El cliente aunque mostró colaboración pareció estar presionado por el tiempo, y hubo un momento en que dijo que se iba a hacer viejo llenando el cuestionario. Este cliente tomó 33 minutos en el llenado.

Un quinto encuestado, empleado de Office Max, entre los 21 y 30 años, también se mostró afable durante el llenado del cuestionario, aunque al final reconoció que era muy largo y que no sabía muchas cosas. A este cliente se le ofreció un incentivo desde el principio. Se tomó 36 minutos.

Las cinco encuestadas, quienes resultaron ser amas de casa, se mostraron colaboradoras. A todas se les ofreció un descuento si llenaban el cuestionario, y aunque dijeron que no hacía falta eso sí se advirtió que el incentivo fue determinante para que aceptaran contestar las preguntas. Dos de estas encuestadas solicitaron que se les leyeran las preguntas. En todos los casos se notó cansancio al final del llenado y además fueron las que se tardaron más. El tiempo promedio de llenado de las mujeres fue de 39.2 (35, 38, 42, 45, 36). . Sólo en tres personas (30%) el tiempo pareció determinante. En el 100% de los casos las encuestadas iban acompañadas de sus hijos, cuyas edades fluctuaban entre 5 y 15 años. De las amas de casa encuestadas, tres tenían entre 31 y 40, y dos entre 41 y 50 años de edad. A ninguna de ellas se le notó interés de proporcionar sugerencias. Fue como si cumplieran con un requisito ineludible.

Un factor importante entre los que contestaron las preguntas fue la distracción constante que tienen los clientes en el momento del llenado de las encuestas, debido al tránsito de personas dentro del establecimiento.

En general los encuestados mostraron disponibilidad a ayudar pero comentaron o expresaron con su actitud que el cuestionario era demasiado largo. Los que opinaron al final de la encuesta coincidieron que sería conveniente hacerlo por bloques y sólo llenar la parte correspondiente a sus mascotas, ya que no todos tienen peces, hamsters, cuyos, conejos, iguanas y/o tortugas en sus casas.

Luego de haber realizado la prueba piloto, la investigadora revisó el cuestionario e hizo los cambios correspondientes.

- Para hacer más corto el instrumento de trabajo y con ello más fácil su llenado, se colocaron columnas al lado derecho de los reactivos con las letras y los números correspondientes a las respuestas. En este proceso el cuestionario pasó de tener 13 hojas a 4 hojas y media.
- En el reactivo 17 se cambió la respuesta del inciso A) que tenía tinas plásticas y se modificó por tinas acrílicas.
- En las preguntas 37 y 38 se modificaron las respuestas para que fueran únicas ya que se prestaba a confusión al haber más de una respuesta correcta posible.
- No se realizó el cuestionario en bloques de mascotas, como sugirieron dos de los clientes encuestados, ya que el hacerlo impediría saber cuánto sabe el cliente del Acuario Pro-Hogar.

3.8 RESULTADOS DE PRUEBA PILOTO

(Vea CD Anexo)

CUESTIONARIO DEFINITIVO



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ACUARIO PRO-HOGAR

El objetivo de este cuestionario es conocer su opinión acerca de precios, productos, servicios y atención al cliente de este establecimiento, con el fin de diseñar estrategias comerciales que permitan servirle mejor, y al mismo tiempo coadyuvar a la investigadora de este estudio a obtener su título en la licenciatura de Periodismo y Comunicación Colectiva.

Los resultados de esta encuesta serán tratados estadísticamente y son estrictamente confidenciales, por lo que no es necesario que ponga su nombre.

INSTRUCCIONES:

Marque con una "X" la columna que corresponda a la respuesta correcta.

	A	B	C
1. ¿Qué clase de peces se venden en este lugar? A) Tiburones, cirujanos B) Guppies, espadas C) No sé			
2. ¿Qué tipo de hamsters se venden en este sitio? A) Hamster sirio B) Hamster chino C) No sé			
3. ¿Qué tipo de cuyos se venden aquí? A) Crestado B) Agoiti C) No sé			
4. ¿Qué clase de conejos se venden en este lugar? A) Enano B) Belier C) No sé			
5. ¿Qué tipo de tortugas se venden usualmente aquí? A) Concha blanda B) Japonesas C) No sé			
6. ¿Qué tipo de iguanas se venden aquí? A) Iguana de tierra B) Iguana verde C) No sé			
7. ¿Qué alimento para peces se vende aquí? A) Lombriz B) Warley C) No sé			
8. ¿Qué alimento para hamster se vende aquí? A) Nutricubo B) Maíz C) No sé			
9. ¿Qué alimento para cuyo se vende aquí? A) Nutricubo B) Maíz C) No sé			
10. ¿Qué alimento para conejos se vende aquí? A) Comején B) Conejina C) No sé			
11. ¿Qué alimento para tortuga se vende aquí? A) Avifauna B) Warley C) No sé			
12. ¿Qué alimento para iguana se vende aquí? A) Tenebrios B) Zofobas C) No sé			

MARQUE CON UNA "X" LA COLUMNA CON LA RESPUESTA CORRECTA

MARQUE CON UNA "X" LA COLUMNA CON LA RESPUESTA CORRECTA

	A	B	C
13. ¿Cuál accesorio para peces se vende aquí? A) Cañas de pescar B) filtros C) No sé			
14. ¿Cuál accesorio para hamster se vende aquí? A) Escaleras B) Cuevas C) No sé			
15. ¿Cuál accesorio para cuyo se vende aquí? A) Jaulas de acero B) Tubos C) No sé			
16. ¿Cuál accesorio para conejos se vende aquí? A) Laberintos B) Tubos C) No sé			
17. ¿Cuál accesorio para tortugas se vende aquí? A) Tinas acrílicas B) Flotadores C) No sé			
18. ¿Cuál accesorio para iguanas se vende aquí? A) Bebedero de balín B) Pecheras C) No sé			
19. ¿Cuál pez es más barato? A) Angel B) Cebra C) No sé			
20. ¿Cuánto cuestan los hamsters? A) \$ 25.00 B) \$ 30.00 C) No sé			
21. ¿Cuánto cuestan los cuyos? A) \$ 40.00 B) \$ 65.00 C) No sé			
22. ¿Cuánto cuesta un conejo? A) \$ 30.00 B) \$ 50.00 C) No sé			
23. ¿Cuánto cuestan las tortugas? A) \$ 28.00 B) \$ 35.00 C) No sé			
24. ¿Cuánto cuestan las iguanas? A) \$ 125.00 B) 150.00 C) No sé			
25. ¿Cuánto cuesta el alimento de pez más barato? A) \$ 8.00 B) \$ 10.00 C) No sé			
26. ¿Cuánto cuestan las semillas para hamster? A) \$ 12.00 B) \$ 14.00 C) No sé			
27. ¿Cuánto cuesta el kilo de nutricubo para cuyo? A) \$ 15.00 B) \$ 18.00 C) No sé			
28. ¿Cuánto cuesta la conejina? A) \$ 5.00 B) \$ 8.00 C) No sé			
29. ¿Cuánto cuestan las tortuguetas más baratas? A) \$ 10.00 B) \$ 11.00 C) No sé			
30. ¿Cuál es el alimento de iguanas más barato? A) Iguanabits B) Grillos C) No sé			

MARQUE CON UNA "X" LA COLUMNA CON LA RESPUESTA CORRECTA

	A	B	C
31. ¿Cuánto cuesta la pecera rectangular más chica? A) \$ 30.00 B) \$ 40.00 C) No sé			
32. ¿Cuánto cuesta la jaula de túnel más barata? A) \$ 60.00 B) \$ 75.00 C) No sé			
33. ¿Cuánto cuesta el bebedero de balín? A) \$ 11.00 B) \$ 15.00 C) No sé			
34. ¿Cuánto cuestan las jaulas para conejo? A) \$ 180.00 B) \$ 200.00 C) No sé			
35. ¿Cuánto cuesta el tortugero de riñón? A) \$ 30.00 B) \$ 40.00 C) No sé			
36. ¿Cuánto cuesta la pechera de iguana? A) \$ 20.00 B) \$ 30.00 C) No sé			
37. En este establecimiento, ¿Cuándo fue la última vez que se le instaló o dio mantenimiento a una pecera? A) Hace más de 5 años B) Hace más de 1 año C) Hace seis meses			
38. ¿Cuándo utilizó el sistema de apartado? A) Hace más de 5 años B) Hace más de 1 año C) Hace seis meses			
39. Cuando Ud. pregunta algo al personal, éste suele tener un gesto A) Agradable B) Vigilante C) No sé			
40. Cuando Ud. entra a este establecimiento y el personal le pregunta qué necesita, lo hace A) Inmediatamente B) Lo deja observar la tienda C) No le pregunta			
41. Cuando Ud. pregunta algo al personal, Ud. percibe en sus respuestas A) Conocimiento B) Espontaneidad C) No sé			

Las siguientes preguntas son de valoración, deberá elegir del 1 al 5 donde **5 es la mejor calificación** y **1 la peor calificación**. Por favor coloque una X en la columna del número que considere más cercano a su opinión.

EN COMPARACIÓN CON OTROS ACUARIOS CERCANOS,

	1	2	3	4	5
42. la variedad de peces que hay aquí te parece que es					
43. la variedad de hamsters que hay aquí te parece que es					
44. la variedad de cuyos que hay aquí te parece que es					
45. la variedad de conejos que hay aquí te parece que es					
46. la variedad de tortugas que hay aquí te parece que es					
47. la estado físico de las iguanas que hay aquí te parece que es					
48. la calidad del alimento para pez que se vende aquí te parece					
49. la calidad del alimento para hamster que se vende aquí te parece					

EN COMPARACIÓN CON OTROS ACUARIOS CERCANOS,	1	2	3	4	5
<i>Recuerde que 5 es la mejor calificación y 1 la peor calificación.</i>					
50. la calidad del alimento para cuyo que se vende aquí te parece					
51. la calidad del alimento para conejos que se vende aquí te parece					
52. la calidad del alimento para tortugas que se vende aquí te parece					
53. la calidad del alimento para iguanas que se vende aquí te parece					
54. te parece que la diversidad de accesorios para peces es					
55. te parece que la diversidad de accesorios para hamsters es					
56. te parece que la diversidad de accesorios para cuyos es					
57. te parece que la diversidad de accesorios para conejos es					
58. te parece que la diversidad de accesorios para tortugas es					
59. te parece que la diversidad de accesorios para iguanas es					
60. te parece que el precio de los peces es					
61. te parece que el precio de los hamsters es					
62. te parece que el precio de los cuyos es					
63. te parece que el precio de los conejos es					
64. te parece que el precio de las tortugas es					
65. te parece que el precio de las iguanas es					
66. te parece que el precio de los alimentos para peces es					
67. te parece que el precio de los alimentos para hamsters es					
68. te parece que el precio de los alimentos para cuyos es					
69. te parece que el precio de los alimentos para conejos es					
70. te parece que el precio de los alimentos para tortugas es					
71. te parece que el precio de los alimentos para iguanas es					
72. te parece que el precio de los accesorios para peces es					
73. te parece que el precio de los accesorios para hamsters es					
74. te parece que el precio de los accesorios para cuyos es					
75. te parece que el precio de los accesorios para conejos es					
76. te parece que el precio de los accesorios para tortugas es					
77. te parece que el precio de los accesorios para iguanas es					
78. El grado de satisfacción que tuvo en la Inst. y/o mantenimiento de su pecera fue					
79. El grado de satisfacción que tuvo en el servicio de apartado fue					
80. De sus últimas tres visitas, la calidad con que le atendió el personal fue					
81. De sus últimas tres visitas, la rapidez con que le atendió el personal fue					
82. De sus últimas 3 visitas, la confiabilidad con que le atendió el personal fue					

MARQUE CON UNA "X" EL INCISO CON LA RESPUESTA CORRECTA

83. Género			
A) Masculino ()		B) Femenino ()	
84. Mi edad está entre:			
A) 0-10 ()	B) 11-20 ()	C) 21-30 ()	
D) 31-40 ()	E) 41-50 ()	F) Más de 51 ()	
85. Mi grado de estudios es de:			
A) Sin instrucción ()	B) Primaria ()	C) Secundaria ()	
D) Preparatoria ()	E) Universidad ()	F) Postgrado ()	
86. Mi ocupación es:			
A) Ama de casa ()	B) Estudiante ()	C) Oficio ()	D) Profesión ()
87. El ingreso económico de mi familia es de:			
A) 1 salario mínimo ()	B) 2 salarios mínimos ()	C) 3 salarios mínimos ()	
D) 4 salarios mínimos ()	E) 5 salarios mínimos ()	F) más de 5 salarios mínimos ()	

4 LEVANTAMIENTO DE DATOS

Con la finalidad de conocer la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar sobre precios, productos, servicios y atención al cliente, el presente capítulo aborda detalladamente los criterios seguidos para identificar las características de la población a encuestar, la elección del tipo de levantamiento de datos, el procedimiento para llevar a cabo esta tarea, la lectura de datos y el cruce de variables.

4.1 Características de la población

Población es el “conjunto de todos los elementos que comparten un grupo común de características y forman el universo para el propósito del problema de investigación.”⁴⁰

Con base en la definición anterior, en este estudio la población está conformada por sujetos que compraron en el Acuario Pro-Hogar por lo menos una vez durante el periodo de tiempo comprendido entre el 5 y 19 de diciembre de 2005. Este establecimiento se encuentra abierto de 10:30 AM a 7:00 PM.

4.2 Tipo de levantamiento

Censo y muestra. El censo es un conteo completo de los elementos de una población, mientras que muestra es un subgrupo de los elementos que se seleccionan para participar en un estudio. Existen dos tipos de muestras: probabilísticas y no probabilísticas. Para su aplicación, las primeras requieren de documentos -léase listados-, que contengan formalmente las características del

⁴⁰ Definiciones tomadas del material proporcionado por la Lic. Laura González Morales durante el 4° módulo del Seminario Taller Extracurricular de Opinión Pública impartido en la FES Acatlán, durante diciembre y enero de 2005.

grupo social con el que se va a trabajar también llamados marcos muestrales, en tanto que las segundas no.

Debido a que no existe un marco muestral y a que la naturaleza del presente estudio no permite el levantamiento de un censo al no poder contemplarse la totalidad de la población por el desconocimiento específico de sus características socio-demográficas, y dado que los sujetos que la conforman no tienen la misma oportunidad de ser elegidos como en el caso de las muestras probabilísticas, se consideró a la muestra no probabilística como la adecuada para esta investigación.

Los diseños no probabilísticos no necesariamente guardan características de la población de donde fueron obtenidas, es imposible calcular cuál es el grado de error que tienen y se utilizan con fines exploratorios cuando no se pretende inferir los resultados al universo.⁴¹

Este tipo de muestras son de “utilidad en algunos diseños de investigación donde se requiere no tanto una ‘representatividad’ de elementos de una población, sino una cuidadosa y controlada elección de sujetos con ciertas características especificadas previamente”.⁴²

Aunque no son representativas, estas muestras tienen valor como estudios exploratorios ya que pueden dar lugar a nuevas investigaciones.

Las ventajas de este tipo de muestra es que a diferencia de los otros tipos de levantamiento (léase censos y muestras probabilísticas) son económicas, sencillas, fáciles de aplicar en situaciones de difícil registro y no requieren de marcos muestrales.

⁴¹ loc. cit.

⁴² loc. cit.

En estas muestras no probabilísticas, también conocidas como intencionales o de criterio, la selección de las unidades muestrales responden a criterios subjetivos del investigador por lo que denominan como muestreos estratégicos o de conveniencia. En estos casos basta escoger a individuos que tengan características comunes.

En este estudio de opinión pública se utiliza una muestra no probabilística de sujetos voluntarios donde se procura que los sujetos sólo cumplan con las características de la población.

4.3 Procedimiento para levantamiento de datos

La aplicación de cuestionarios a los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a precios, productos, servicios y atención al cliente se realizó de forma presencial del 5 al 19 de diciembre, en las premisas del establecimiento ubicado en el interior del Mercado Pro-Hogar.

La encuesta se llevó a cabo después de las 3:00 PM debido a que durante la prueba piloto se observó que los clientes tuvieron mayor participación en el turno vespertino.

Para su aplicación se uso el cuestionario modificado de acuerdo a los resultados que arrojó la encuesta piloto realizada en noviembre de 2005, indicados en el capítulo 3, apartado 3.6.

A continuación se presenta la bitácora de acontecimientos.

FECHA	NO. DE SUJETOS MUESTRALES	OBSERVACIONES
05/12/2005	3	La encuesta inicia después de las 3:00 PM. Dos de las encuestadas pide que la autora del estudio lea y llene el cuestionario. Son amas de casa.
06/12/2005	3	El llenado del cuestionario se lleva a cabo en un promedio de 16 minutos. Los clientes se muestran accesibles, manifiestan su deseo de ayudar a la que esto escribe.
07/12/2005	3	Sólo clientes que muestran alegría y disponibilidad aparente de tiempo son seleccionados para participar en la encuesta. A aquellos que se veían con demasiada prisa o con gesto adusto no se les pidió su colaboración.
08/12/2005	3	Aunque se invita a los clientes a sentarse, éstos prefieren llenar el cuestionario de pie. Hasta ayer se ofrecieron descuentos a quienes llenaran el cuestionario.
09/12/2005	4	Dos de los clientes me manifiestan verbalmente que les da gusto ayudar a la autora de la investigación.
10/12/2005	3	No parece sábado. Un cliente que llenó el cuestionario ha comentado que la baja de visitantes al mercado se debe a que actualmente en Walmart los precios son más bajos
11/12/2005	3	Hoy un cliente ha aceptado sentarse. Los demás han contestado de pie. Para los entrevistados hay constante distracción por las personas que sólo entran a ver los peces o en algunos casos a preguntar.
12/12/2005	3	Hasta ahora la mayoría de los sujetos encuestados han venido acompañados. Hoy vino uno sin compañía.
13/12/2005	2	Los clientes entrevistados parecen no tener espíritu navideño. Se notan cansados, aunque afables. Hoy se pone un letrero que dice que se otorgará un descuento del 5% a quien conteste un cuestionario.
14/12/2005	2	Poca afluencia de visitantes al mercado. Hace frío. Una de las clientes entrevistadas indicó que probablemente no hay mucha gente debido a que hay un tianguis hoy en la zona.

15/12/2005	3	Es jueves, hay poco movimiento. Afuera es todo algarabía debido a la instalación de la Romería que se lleva a cabo todos los años en las afueras del mercado, con motivo de las festividades decembrinas. Nadie ha preguntado por el descuento que se ofrece en el cartel.
16/12/2005	4	Hoy hay más gente en el mercado, aunque pocas ventas. Los clientes que han venido ha sido más por necesidad que por gusto. Sus mascotas tienen frío, necesitan calentadores, a otros se les ha acabado el alimento.
17/12/2005	3	Hoy es la segunda posada, en comparación a años pasados no hay visitantes en el mercado. El clima es templado, no hace ni frío ni calor. Los clientes no parecen estar entusiasmados con las festividades navideñas. Es importante hacer hincapié en que las fechas en que se registran las ventas más bajas en el medio acuarístico son las de diciembre, los acuaristas utilizan esta época para hacer reparaciones y dar mantenimiento a sus locales. Hoy se ha quitado el letrero que anuncia el descuento debido a que nadie ha preguntado por éste.
18/12/2005	4	A diferencia de ayer, hoy hay más compradores, ya se observa en ellos la euforia navideña. Todo mundo anda de prisa. Hoy domingo se ha vendido como en antaño se vendía en un día entre semana.
19/12/2005	3	Otra vez se percibe baja afluencia de visitantes. Hay sol, pero el día es frío. Afuera del mercado, en los puestos de la Romería, sí hay muchas personas observando las mercancías expuestas.
TOTAL	46	El número anterior es el total de sujetos muestrales encuestados.

4.4 Lectura de datos

La tarea que sigue a la aplicación de la encuesta es el vaciado de la información en una base de datos diseñada para su fácil lectura posterior.

A continuación se presentará la base de datos y la forma en que fue concebida, así como los criterios seguidos para su lectura general y con el cruce de las variables socio-demográficas. De igual forma se indican las lecturas correspondientes.

4.4.1 Base de datos

La base de datos contiene en forma organizada toda la información vertida por cada sujeto encuestado.

4.4.1.1 Creación de la base de datos

La creación de la base de datos se elaboró con ayuda de hojas de cálculo elaboradas en Excel. Aunque este software permite en gran medida la agilización del trabajo mediante la utilización de fórmulas, se pueden realizar otros programas a partir de éste que generan pantallas de captura y permiten consultas automáticas con las cuales se obtienen resultados en forma más sencilla y con un considerable ahorro de tiempo.

Para este estudio se diseñó un programa en Microsoft Visual Fox Pro Versión 9 que genera las pantallas mencionadas y al mismo tiempo presenta opciones automáticas para crear las tablas de lectura general y cruces de variables, una vez capturada la información. Además cuenta con un proceso que permite realizar la lectura de tablas directamente en el sistema para posteriormente imprimir un reporte. Es importante hacer hincapié en que el programa está estrictamente basado en los lineamientos que se dieron en el tercer módulo del seminario taller extracurricular de opinión pública.

Este sistema contiene 4 categorías: Herramientas, Catálogos, Reportes y Ayuda.

Herramientas.- El menú cuenta con calculadora que facilita las operaciones necesarias a realizar durante la lectura de tablas, las opciones de impresión y el botón de salida del programa.

Catálogos.- Este tiene un menú compuesto por los siguientes comandos: Cuestionarios, Preguntas, General y Cruces-Indicadores. En *Cuestionarios* se realizó la captura de datos de cada uno de los documentos aplicados. Tiene una ventana que consta de 3 subcarpetas divididas por módulo, la primera corresponde al módulo de conocimiento, la segunda al módulo de opinión y la tercera al módulo de características sociodemográficas. Para iniciar se captura el inciso que corresponde de acuerdo a la opción que haya sido respondida sin teclear enter, el programa guía automáticamente todo el proceso de captura hasta terminar cada uno de los cuestionarios, asignándoles al mismo tiempo un número de folio, razón por la que es muy importante realizar la captura en orden consecutivo, sin saltarse ningún cuestionario para control de los cuestionarios. En *Preguntas*, el programa despliega una ventana la cual permite la edición de los títulos que representan las preguntas de conocimiento, la pregunta de opinión con la que se relaciona y el indicador con el que se relaciona en la tabla de operacionalización, ya que estos títulos saldrán impresos en el reporte de lecturas. El tercer paso a seguir es entrar a la fase de tablas generales *General* en la cual existe un botón que permite exportar los datos una vez que se concluyó la captura, después se procede en esa misma ventana a elaborar la lectura de cada una de las tablas que ha generado el sistema eligiendo cada indicador y se guarda. Existe una siguiente sección en la cual se realizará la lectura de tablas de cruces de variables sociodemográficas *Cruces-Indicadores*. El procedimiento consiste en seleccionar una variable de la lista y una variable opinión, la cual muestra la tabla con los resultados de ese cruce en particular, así como un área en la cual se puede describir la lectura de dicha tabla.

Reportes.- Cuando el programa tiene la información necesaria, la última sección del sistema permite la impresión de reportes de las tablas generales y las de cruce de variables sociodemográficas.

Ayuda.- Contiene información del sistema.

4.4.1.2 Base de datos del estudio

Ver CD anexo.

4.4.2 Lectura de las tablas

La lectura de las tablas se realizó en dos etapas: Primero se llevó a cabo una lectura general que consistió en analizar la información recabada en la muestra como un todo, para enseguida analizar los datos en forma desglosada, por variables sociodemográficas.

4.4.2.1 Creación de tablas

La creación de tablas permite presentar la información en forma organizada.

4.4.2.2 Procedimiento para el llenado de las tablas

Para la lectura de la base de datos se presentan los resultados de cada uno de los indicadores (establecidos en la tabla de operacionalización) donde se relacionan los reactivos de conocimiento y opinión, lo cual se indica en el título del cuadro.

Para localizar los reactivos de conocimiento y los de opinión se recurre a la tabla de equivalencias, una vez localizados se empatan para iniciar la lectura.

A continuación se realiza una tabla que contiene tres columnas: en la primera se indican los sujetos que conocen o no, en la segunda la frecuencia y el porcentaje de los sujetos que conocen o no, en la tercera la opinión de los sujetos en frecuencia y promedio de los sujetos que conocen o no. En la última celda (inferior derecha) aparece el promedio de opinión por indicador.

De tal modo que la tabla y su lectura correspondiente queda de la siguiente forma:

INDICADORES: Productos - Mascotas - peces

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	Frec.	%	Frec.	Promedio
SÍ	5	50	5	1.8
NO	5	50	5	2.2
TOTAL	10	100%	10	2%

El 50% de los sujetos sí conocen la clase de peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50 % restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la clase de peces que se venden en el acuario es de 1.8, mientras los que no conocen opinan 2.2. Es decir hay una diferencia de opinión de .04 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Lo anterior se realizará de igual forma para todos los indicadores.

4.4.2.3 Lectura de tablas del estudio

A continuación se presentan las tablas generales de esta investigación, así como su lectura correspondiente.

4.4.3 Cruce de variables

En este punto se presenta la lectura de las tablas de acuerdo a cada variable sociodemográfica. De igual forma indicamos en seguida la forma en que se realizaron las tablas para el cruce de variables, así como su lectura correspondiente.

4.4.3.1 Creación de tablas para el cruce de variables

Para la lectura de cruces de variables, se toman como referencia las variables socio-demográficas de la presente investigación.

A continuación se reacomodan la base de datos inicial dependiendo de la variable a leer.

Por ejemplo, si se inicia con la variable sociodemográfica “Género” (femenino, masculino) la base de datos se reacomoda, esta vez primero todos los sujetos del sexo femenino y enseguida los del masculino, y se empatarán nuevamente las preguntas de conocimiento y de opinión que correspondan a la categoría 1.1.1. mascotas, indicador 1.1.1.1 Peces.

Enseguida se procede a colocar los resultados en la tabla correspondiente.

Cada tabla donde se anotan los resultados contiene cuatro columnas: en la primera se indica la variable sociodemográfica, en este caso “Género” (Femenino, masculino), en la segunda los sujetos que conocen o no, en la tercera la referencia y porcentaje de los sujetos que conocen o no; en la cuarta la opinión de los sujetos en frecuencia y promedio, de los sujetos que conocen o no. En la última celda (inferior derecha) aparece el promedio de opinión por indicador. Vea el siguiente ejemplo:

INDICADORES: Productos - Mascotas - peces

GÉNERO		CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
		Frec.	%	Frec.	Promedio
FEMENINO	SÍ	2	40	2	1
	NO	3	60	3	2.33
	TOTAL	5	100%	5	1.66%
MASCULINO	SI	3	60	3	2.33
	NO	2	40	2	2
	TOTAL	5	100%	5	2.16%

4.4.3.2 Procedimiento para la lectura del cruce de variables

El procedimiento que se sigue para la lectura del cruce de variables se toma en cuenta cada dato que se encuentra en la tabla. De tal modo que la lectura queda de la siguiente forma:

***De las mujeres,** el 40% sí sabe que clase de peces se vende en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 60% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la clase de peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar es de 1, mientras las que no lo conocen opinan 2.33. Es decir hay una diferencia de 1.33 entre las que sí conocen con respecto a las que no.*

***De los hombres,** el 60% sí sabe que clase de peces se vende en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 40% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la clase de peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar es de 2.33, mientras los que no lo conocen opinan 2. Es decir hay una diferencia de 0.33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.*

Enseguida se obtendrá el porcentaje del género, para ello se tomará en cuenta, de la columna de conocimiento, el sexo que presente mayor frecuencia, independientemente que corresponda a sí o no conocen.

En el caso anterior no hay diferencia ya que ambos tienen 50%, pero si se tuviera que la mayor frecuencia se obtiene en el sexo femenino, por ejemplo con 6 que sí conocen, entonces se establece una regla de tres con el siguiente planteamiento:

Si por ejemplo 10 sujetos (total de encuestados) representan el 100%, ¿cuál es el porcentaje que representan 6 sujetos?

10 - 100 6 - ?

Con esos datos la lectura sería: *El género determina en un 60% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de peces que se venden en ese lugar.*

Para realizar la siguiente lectura se retoman de los resultados de la tabla general, realizada al principio.

INDICADORES: *Productos - Mascotas - peces*

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	Frec.	%	Frec.	Promedio
SÍ	5	50	5	1.8
NO	5	50	5	2.2
TOTAL	10	100%	10	2%

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de peces que se venden en ese lugar es de 2 en un rango de 1 a 5, donde 1 es la opinión más favorable y cinco la más desfavorable, lo cual está determinado por el género.

El mismo procedimiento se efectuará con todas las variables sociodemográficas.

4.4.3.3 Cruce de variables sociodemográficas

Esta investigación de opinión pública tuvo como objetivo conocer la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a precios, productos, servicios y atención al público, a través de 87 reactivos de los cuales 41 fueron de conocimiento, 41 de opinión y los 5 restantes de variables socio-demográficas.

Mascotas, Alimentos, Accesorios, Servicios y Atención al Público fueron los indicadores a medir, en tanto que los indicadores fueron peces, hamsters, cuyos, conejos, tortugas e iguanas.

A continuación se presenta el análisis de resultados que se llevó a cabo con las cinco variables socio-demográficas que se tomaron en cuenta: género, edad, grado de estudios y ocupación e ingreso familiar.⁴³

4.4.3.3.1 Género

Respecto a la variable sociodemográfica Género, categoría productos, indicador **mascotas**, se encontró que los clientes del Acuario Pro-Hogar conocen más de peces (83%), tortugas (72%) e iguanas (66%), que de conejos (50%), cuyos (59%) y hamsters (65%). De la misma manera los datos indican que la opinión más baja registrada corresponde a éstos últimos, con 4.02, 3.72 y 3.82, respectivamente; en tanto que los sujetos que tienen conocimiento sobre la variedad de las mascotas en comparación con otros acuarios cercanos opinaron en su mayoría arriba de 4.⁴⁴

⁴³ Para la realización del análisis de resultados de esta investigación se usó material e información proporcionada por el catedrático Eduardo Juan Escamilla durante el 5º módulo del Seminario Taller Extracurricular de Opinión Pública impartido en la FES Acatlán, durante enero y febrero de 2005.

⁴⁴ En los cuestionarios aplicados se aclara que las opiniones que se vierten sobre los diferentes reactivos se dan en función de la sentencia que dice que 1 es el comentario más desfavorable y 5 el más favorable.

Dentro de los porcentajes anteriores se encontró que las mujeres conocen más que los hombres sobre todos los indicadores con excepción de cuyos (43% vs 40) e iguanas (67% vs 64%).

En referencia a la categoría productos, indicador **alimentos** para mascotas se encontró que los sujetos conocen más sobre comida para peces, tortugas y hamsters, y menos en alimento para iguanas (59%), conejos (59%) y cuyos (60%). De éstos y de los que conocen más la opinión fue de arriba de 4. Al igual que en el indicador anterior, las mujeres conocen más que los hombres, con excepción de la comida para iguanas donde las mujeres tienen un 40% en tanto que los hombres registraron un 43% de conocimiento.

Dentro de la misma categoría, indicador **accesorios** para mascotas, se encontró que los sujetos conocen más sobre peces, tortugas y hamsters, que de cuyos (50%), conejos (55%) e iguanas (50%). Todos los índices registran un promedio de opinión arriba de 4, con excepción de las iguanas que tienen 3.95. Aquí los hombres conocen más sobre todos los índices, con excepción de cuyos e iguanas donde las mujeres conocen más.

Respecto a la categoría **precios**, indicador **mascotas**, se encontró que los sujetos conocen más sobre peces tortugas e iguanas. De los que menos conocimiento tienen son de hamsters (50%), cuyos (54%) y conejos (52%) . Todos los sujetos entrevistados opinaron sobre 4. Aquí otra vez se reflejó que la mayoría de conocimiento recae en las mujeres, y sólo en el índice conejos sucede lo contrario. Aquí la diferencia es mínima es de .17.

Sobre la **misma categoría**, indicador **alimentos** para mascotas se encontró que los sujetos conocen más sobre conejos tortugas e iguanas y al igual que en el indicador anterior se registró un promedio de opinión mayor a 4. Las mujeres conocen más de peces hamsters, cuyos, conejos y tortugas que los hombres.

Sobre iguanas no conocen mucho, aunque la diferencia con respecto al género masculino es mínima, ya que fue de 56% con 57% (hombres).

En referencia al indicador **precios de accesorios** para mascotas se encontró que los sujetos conocen más sobre peces, hamsters y cuyos, y que se desconoce más sobre conejos, tortugas e iguanas (56% éstos tres últimos). El promedio de opinión fue arriba de 4 en todos. En este indicador, los hombres conocen más sobre peces, hamsters y cuyos, y las mujeres de conejos, tortugas e iguanas.

De la categoría servicios, indicador **mantenimiento e instalación de peceras** sólo el 48% de las mujeres y el 38% conocen ese servicio. Ambos con opiniones promedio de 4.35 y 4.01. Respecto al indicador **servicio de apartado**, las mujeres conocen el 72% en tanto que los hombres sólo el 43%. Igual que en el servicio anterior, ambos tienen opiniones promedio arriba de 4.

Respecto a la categoría **atención al público**, indicador **calidad**, las mujeres en 84% y los hombres en 95% conocen los gestos del personal cuando entran al establecimiento. Del indicador **rapidez**, se encontró que las mujeres conocen un 72% en tanto que los hombres 67%, y los que confían en las respuestas del personal sobre conocimiento de las mascotas (indicador de **confiabilidad**) son en un 100% las mujeres y en 91% los hombres. Las opiniones promedio sobre la atención al público son de 4.69, 4.31 y 4.38, respectivamente.

4.4.3.3.2 Edad

Respecto a la variable sociodemográfica Edad, categoría productos, indicador **mascotas**, se encontró que los clientes que más conocen y que opinaron sobre la variedad de éstas en comparación con otros acuarios cercanos son los que tienen entre 11 y 20 años, siguiéndoles los de más de 51 (con cuyos y conejos). En segundo lugar los de 21 a 30 con una opinión de más de 4. La mayor frecuencia, es decir el mayor número de sujetos encuestados que sí conocen, se dio por uniformidad entre los sujetos de 21 a 30 años.

Los clientes que más conocen del indicador **alimentos** para mascotas son los de 11 a 20, siguiéndoles los de 21 a 30 con (tortugas e iguanas). En segundo lugar los de 31 a 40 en cuyos y conejos, y los que menos conocen son los de 41 años de edad en adelante.⁴⁵ Las opiniones promedio fueron de más de 4, aunque por género femenino se dieron en cuyos (3.60), conejos (3.85) y hamsters las opiniones más bajas (3.61).

Los que más conocen del indicador **accesorios** para mascotas en comparación con otros acuarios cercanos son los de 21 a 30 años. Después los de 11 a 20 y los de 41 a 50. Los que menos conocen son los de más de 51. Otra vez, por uniformidad, la frecuencia cayó en el rango de 21 a 30. El promedio de opinión fue de más 4, con excepción de los clientes que opinaron sobre iguanas, la cual fue de 3.95.

En la categoría **precios**, indicador **mascotas**, el conocimiento está equilibrado entre los de 11 a 20 (peces, cuyos), 41 a 50 (hamsters, iguanas) y 21 a 30 (conejos, tortugas), aunque en segundo lugar aparece el rango de 21 a 30 en peces, hamsters e iguanas, lo que da una inclinación hacia este grupo de mayor conocimiento sobre los precios de las mascotas en general, en comparación con otros acuarios cercanos. La opinión promedio de todos es arriba de 4, en tanto que la frecuencia recae nuevamente en el rango de 21 a 30 años como en los anteriores. La única diferencia es que en el índice iguanas la frecuencia es compartida por igual con el rango de más de 51 y de 11 a 20. En este rubro los que menos conocen son los de 41 en adelante.

Los que más conocen sobre el indicador **precio de alimentos** para mascotas son los de 21 a 30 años, en segundo lugar están los de 11 a 20 y los que menos

⁴⁵ En esta sentencia se tomaron en cuenta dos rangos: los de 41 a 50 y los de más de 51. De aquí en adelante se sintetizarán ambos con “los de más de 41 años” cuando no haya diferencia de opinión entre las dos opciones de respuesta.

conocen son los de más de 51. Todos tienen una opinión de más de 4, y por uniformidad la frecuencia mayor está entre los 21 a 30 años.

Los clientes que más conocen sobre **precio de accesorios** para mascotas son por igual los de 21 a 30 y los de más de 51. Los que están en segundo lugar están diversificados, en tanto los que menos conocen son los de 31 a 40. Más de 4 es el promedio total de opinión y otra vez la frecuencia mayor recae en un 100% en el grupo de 21 a 30.

Respecto a la categoría **servicios**, indicador **mantenimiento e instalación de peceras**, los que más conocen son los de 41 a 50 años. La opinión promedio es de 4.20 y la frecuencia mayor está en el rango de 21 a 30.

En referencia a misma categoría, pero en el indicador **servicio de apartado**, los que conocen más son los de 11 a 20 , de 21 a 30 y 41 a 50 por igual. Los que menos conocen son los de 31 a 40, antecediéndoles los de más de 51.

En la categoría **atención al público**, indicador **calidad**, los que conocen y opinan en un 100% en comparación con otros acuarios cercanos son los de 31 a 40 y 41 a 50 por igual. Los que menos conocen son, en un 20%, los de 21 a 30 (con opinión de 4.58). La opinión promedio en este indicador fue de 4.69 y la mayor frecuencia recayó nuevamente en el grupo de 21 a 30.

Siguiendo con la categoría **atención al público**, indicador **rapidez**, los que más conocen son los de 11 a 20 años, le siguen los de 21 a 30, a su vez los de 41 a 50 y por igual los de 31 a 40 y más de 51 años, que serían los que menos conocen. La opinión promedio está arriba de 4 y la mayor frecuencia es del rango de 21 a 30.

En la **misma categoría**, indicador **confiabilidad**, los sujetos que conocen y confían en el conocimiento del personal del Acuario Pro-Hogar en un 100% son los

de 11 a 20, 21 a 30 y 31 a 40 años. Les siguen los de 41 años a 50 con 88%, y los de más de 51 años con 83%. La opinión más baja aquí fue de 4.63. La frecuencia mayor está en el grupo de 21 a 30.

4.4.3.3.3 Grado de estudios

Respecto a la variable socio-demográfica estudios, categoría productos, indicador **mascotas**, tenemos que los que saben más sobre éstas son los sujetos que tienen preparatoria, le siguen los de más baja instrucción. Los que menos saben son por igual los de universidad, sin instrucción y primaria. La opinión promedio está arriba de 4, excepto en los índices hamsters y cuyos, cuya opinión es de 3.83 y 3.72, respectivamente. La frecuencia mayor está en preparatoria.

Respecto a la categoría productos, indicador **alimentos**, los sujetos que conocen más son los que tienen preparatoria. Los que saben menos son los que no tienen instrucción. La frecuencia mayor se da en personas con preparatoria y universidad. El promedio de opinión de todos los índices es arriba de 4.

Dentro de la misma categoría, indicador **accesorios**, los que conocen más son los de preparatoria, igual que en el indicador anterior. Los que menos saben por igual son los de secundaria y los que no cuentan con instrucción. De la misma manera que en alimentos, el promedio de opinión es de 4. Aquí el promedio de opinión más alto, por índice, es el de peces con 4.84 y el más bajo es el de iguanas con 3.95. La mayor frecuencia recae en los sujetos que tienen preparatoria.

Respecto a la categoría **precios**, indicador **mascotas**, los que mas saben son los que tienen preparatoria. Los que menos saben son los que no tiene instrucción. El promedio de opinión es de 4. La mayor frecuencia de esta categoría es de sujetos con preparatoria y universidad.

En referencia a la **misma categoría**, indicador **alimentos**, los que más conocen son los de preparatoria y los que menos conocen son los que no tienen instrucción. El promedio de opinión de todos es de arriba de 4, y la frecuencia mayor vuelve a recaer en los sujetos con preparatoria y universidad.

En la misma categoría, indicador **accesorios** los sujetos que más conocen son los de preparatoria, pero al mismo tiempo en dos índices: peces y hamsters son los que menos conocen. El promedio de opinión es arriba de 4. La mayor frecuencia se da en sujetos con preparatoria.

En la categoría **servicios**, indicador **mantenimiento e instalación de peceras** los sujetos que más conocen son los que no tienen instrucción y los que menos conocen son los que tienen universidad. El promedio de opinión es de 4.20 y la frecuencia recae en los de preparatoria.

En la misma categoría, indicador **servicio de apartado** los sujetos que saben más son los de secundaria y los que menos saben son los que no tienen instrucción. El promedio de opinión es de 4.35. La frecuencia a diferencia de los anteriores recayó en los que tienen universidad.

En la categoría **atención al público**, indicador **calidad**, los que más conocen de los gestos del personal cuando entran al Acuario Pro-Hogar y su comparación con otros acuarios cercanos, son los universitarios y los que menos conocen son las personas que no tienen instrucción. El promedio de opinión es de 4.69. La mayor frecuencia recae nuevamente en los que tienen universidad.

En la **misma categoría**, indicador **rapidez**, los sujetos que más conocen son los que sólo tienen primaria y los que menos son los que no tienen instrucción. El promedio de opinión es de 4.31. La mayor frecuencia está otra vez con los que tienen universidad.

Finalmente, en el indicador **confiabilidad**, los sujetos que más conocen son los de secundaria, preparatoria y universidad con 100%. Todos están ordenados de acuerdo a su opinión (4.89, 4.85 y 4.64, respectivamente). Los que menos conocen son los que no tienen instrucción. La frecuencia recae en los que tienen universidad.

4.4.3.3.4 Ocupación

De la variable socio-demográfica ocupación, categoría productos, indicador **mascotas**, los sujetos que más conocen son los que tienen una profesión (peces y cuyos), los estudiantes (hamsters y conejos) y los que tienen un oficio (tortugas e iguanas). Los que menos conocen son igualmente los que tiene un oficio. El promedio de opinión está arriba de 4. La frecuencia mayor está en el rango de los estudiantes (en peces, cuyos, hamsters y conejos). El promedio de opinión está arriba de 4, con excepción del índice hamsters que tiene 3.84.

En la misma categoría, indicador **alimentos**, los sujetos que más conocen son los estudiantes y los que tienen oficio. Los que menos conocen son las amas de casa. El promedio de opinión es de arriba de 4. La mayor frecuencia está en los que tienen oficio y le siguen los estudiantes.

En la misma categoría, indicador **accesorios**, los estudiantes son los que más conocen, en tanto los que tienen una profesión son los que menos saben de accesorios. El promedio de opinión está arriba de 4, con excepción del índice iguanas donde se tiene una opinión de 3.96. La mayor frecuencia está en el grupo de estudiantes.

En la categoría **precios**, indicador **mascotas**, los que más conocen son los estudiantes. Los que menos conocen son las amas de casa. El promedio de opinión está arriba de 4. La frecuencia mayor recayó en el grupo de estudiantes.

En el indicador **alimentos**, los estudiantes son los que más conocen, seguidos por los que tienen un oficio. Los que menos conocen son las amas de casa. El promedio de opinión está arriba de 4. La frecuencia recae en los estudiantes seguidos de los que tienen un oficio.

En la **misma categoría**, indicador **accesorios**, los que más conocen son los que tienen un oficio, seguidos por los estudiantes. Los que menos conocen son los que tienen una profesión. El promedio de opinión está arriba de 4. La frecuencia mayor está en los que tienen un oficio, seguido por estudiantes.

En la categoría **servicios**, indicador **mantenimiento e instalación de peceras**, los que más conocen son los que tienen un oficio, seguido por los que son estudiantes. El promedio de opinión es de 4.21. La mayor frecuencia recae en los que tienen un oficio.

En la misma categoría, indicador **servicio de apartado**, los estudiantes, seguidos de los que tienen un oficio son los que más conocen. El promedio de opinión es de 4.35. La frecuencia mayor recae en el grupo de estudiantes.

De la categoría **atención al público**, indicador **calidad**, las amas de casa y los profesionistas conocen en un 100% el rubro. El promedio de opinión es de 4.69. La frecuencia mayor recae en las amas de casa y los estudiantes, con igual promedio de opinión (4.82). El promedio de opinión es de 4.69.

En la **misma categoría**, indicador **rapidez**, los sujetos que más conocen son los estudiantes seguidos por las amas de casa. El promedio de opinión es de 4.32. La frecuencia recae en el grupo de estudiantes.

Finalmente, en el indicador **confiabilidad**, los estudiantes y los que tienen una profesión son los que conocen en un 100% el rubro. Le siguen los de oficio con un

92.3% y las amas de casa con un 90.9%. La frecuencia cae otra vez en los estudiantes. El promedio de opinion es de 4.39.

4.4.3.3.5 Ingreso familiar

De la variable socio-demográfica ingreso familiar, categoría productos, indicador **mascotas**, los que mas conocen son los que ganan 4 salarios mínimos. Los que menos conocen son los de 2 salarios mínimos. En iguanas los que menos conocen son los que ganan más de 5 salarios mínimos, y en hamsters los de 5 salarios mínimos. Le anteceden en conocimiento, los de cinco salarios mínimos en peces, cuyos, conejos, tortugas. La frecuencia es unánime de 3 salarios mínimos. El promedio en los índices peces, conejos, tortugas e iguanas es de arriba de 4, mientras que en hamsters es de 3.84 y en cuyos es de 3.73.

En la misma categoría, indicador **alimentos**, los que más conocen de la calidad de alimento que se vende en el Acuario Pro-Hogar son los que ganan 4 salarios mínimos. Los que menos conocen son los de más de 5 salarios mínimos y los de 2 salarios mínimos. La frecuencia es, por uniformidad, de 3 salarios mínimos, aunque en hamsters y cuyos hay una frecuencia igual de 5. El promedio de opinión es arriba de 4.

En el indicador **accesorios**, los que más conocen de la diversidad de accesorios en comparación con otros acuarios cercanos son los que ganan 3 salarios mínimos, seguidos de los que ganan 4. Los que menos conocen son los que ganan 2 salarios mínimos en cuyos y conejos, los que ganan 5 en peces, y más de 5 en iguanas. La mayor frecuencia está en 3 salarios mínimos, aunque en hamsters también están los de 5. El promedio de opinión es mayor de 4, con excepción del indicador iguanas, el cual es de 3.96.

En la categoría **precios**, indicador **mascotas**, los que más conocen son los que ganan 4 salarios mínimos. En segundo lugar están los de 3 salarios mínimos. Los

que menos conocen son los que ganan más de 5, seguidos por los de 2 salarios mínimos. La frecuencia mayor es, por uniformidad, de 3 salarios mínimos. El promedio de opinión es de 4, con excepción del índice peces que es de 3.96.

En la **misma categoría**, indicador **alimentos**, los que más conocen sobre la calidad de alimento son los que ganan 4 salarios mínimos. En segundo lugar están los de 3 salarios mínimos. Los que menos conocen son los de más de 5 salarios mínimos, seguidos por los de 2 salarios con los índices peces e iguanas. La frecuencia mayor está nuevamente en 3 salarios mínimos, aunque en el indicador peces comparte crédito con 5 y 4 salarios mínimos. El promedio de opinión está arriba de 4.

Respecto a la categoría **precios**, indicador **accesorios**, los que más conocen son los de 4 salarios mínimos. Los que menos conocen son los de 2 salarios en los índices conejos, tortugas e iguanas, y le siguen los de más de 5 salarios mínimos en hamsters y cuyos. El promedio de opinión está arriba de 4. La frecuencia mayor es de 3 salarios mínimos, con excepción del índice peces, donde fue de 5 salarios mínimos.

De la categoría **servicios**, indicador **mantenimiento e instalación de peceras**, los que más saben del servicio son los que ganan 2 salarios mínimos, seguidos de 1 y 4 salarios mínimos. Los que menos conocen el servicio son los de más de 5 salarios mínimos. El promedio de opinión es de 4.21. La frecuencia mayor está entre 3 y 5 salarios mínimos.

En la misma categoría, indicador **servicio de apartado**, el ingreso familiar con más de 5 salarios mínimos son los que más conocen y los que menos conocen son los de 2 salarios mínimos. El promedio de opinión es de 4.35. La frecuencia mayor es de 3 salarios mínimos.

En la categoría **atención al público**, indicador **calidad**, los que conocen en un 100% son los sujetos con un ingreso familiar de 4, 5 y más de 5 salarios mínimos. Los que menos conocen son los de 2 salarios mínimos. La frecuencia cae en los 3 salarios mínimos. El promedio de opinión es de 4.69.

En la misma categoría, indicador **rapidez**, los que conocen más del rubro son los que tienen 5 salarios mínimos, en tanto que los que menos conocen son los de 2 salarios mínimos. El promedio de opinión es de 4.32. La frecuencia cae en los de 5 y 3 salarios mínimos.

Finalmente en el indicador **confiabilidad**, los que conocen en un 100% el rubro son los que tienen ingreso familiar de 4, 5, 1 y más de 5 salarios mínimos. Le siguen con 92.9% los de 3 salarios mínimos y por último con un 85.7% de conocimiento los de 2 salarios mínimos. La frecuencia es de 3 salarios mínimos y el promedio de opinión es de 4.32.

4.4.4 SUGERENCIAS

El análisis de resultados reveló que los clientes de la muestra que más conocen sobre precios, productos, servicios y atención al cliente del Acuario Pro-Hogar fueron las mujeres, personas entre 21 y 30 años, con preparatoria o universidad, estudiantes y los que ganan 3 salarios mínimos.

En todos los indicadores, los compradores investigados manifestaron conocer más de los índices peces y tortugas que de hamsters, cuyos, conejos e iguanas, y aunque su opinión en estos índices es arriba de 4, registra una calificación menor de 4 y mayor a 3.5 en cuyos y hamsters, respectivamente.⁴⁶ En la categoría Servicios, los sujetos entrevistados registraron poco conocimiento; sin embargo,

⁴⁶ cfr p. 134, 135

su opinión se posicionó arriba de 4.⁴⁷ Aquí cabe remarcar que 1 es el comentario más desfavorable y 5 el más favorable

La categoría atención al público obtuvo las más altas calificaciones de todos los indicadores investigados y por ende de los índices. Aquí cabe destacar que el indicador rapidez en el servicio fue el que menos favorable salió.

Propuesta sobre productos

- Respecto a la categoría productos se recomienda hacer carteles con publicidad enfocada a dar información sobre el cuidado de cuyos, hamsters, conejos e iguanas dados los resultados mencionados en las páginas 134, 135 y 136, donde se muestra el bajo conocimiento de estas mascotas. En su realización se recomienda tener en cuenta aspectos que atraigan a público de todas las edades, haciendo énfasis en menores de 21 y mayores de 30.

Propuesta sobre precios

- En la categoría precios, dado que los sujetos entrevistados conocen más sobre peces, tortugas, hamsters y cuyos⁴⁸, se recomienda colocar letreros pequeños en los contenedores donde están los conejos, tortugas e iguanas con información sobre precios que muestren descuentos y ofertas.

Propuesta sobre servicios

- En la misma categoría, en referencia a los servicios que presta el Acuario Pro-Hogar, se recomienda el uso de letreros para promover el correspondiente a mantenimiento e instalación de peceras ya que sólo el 48% de las mujeres y el 38% de los hombres conocen este servicio. Se

⁴⁷ cfr. p. 136

⁴⁸ cfr. p. 142

sugiere hacer lo mismo para el servicio de apartado, ya que sólo el 43% de los hombres encuestados dijo conocerlo.⁴⁹

En los carteles se recomienda atraer al público con estudios de nivel superior, ya que este grupo mostró menor conocimiento de los servicios que presta el acuario Pro-Hogar.⁵⁰

Propuestas sobre la atención al público

- Finalmente, en referencia a la categoría atención al público conviene tomar en cuenta las calificaciones obtenidas en los indicadores de calidad y confiabilidad del acuario Pro-Hogar, en comparación con otros acuarios, ya que obtuvieron las calificaciones más altas del estudio.⁵¹ Por ello se sugiere la capacitación constante del personal del negocio con el objeto de brindar mayor información sobre mascotas y ofrecer mejores productos y servicios, en menor tiempo de respuesta.

⁴⁹ cfr. p. 142

⁵⁰ cfr. p. 146

⁵¹ cfr p. 144 , 147, 148

CONCLUSIONES

Esta investigación se abordó desde la perspectiva de la Teoría General de Sistemas donde concepto, organización y función de los sistemas se toman como entidades reales y como método propio para el análisis, y donde su organización se da a partir de la selección, distinción y relación entre sus elementos componentes.

Debido a que sólo a partir de modelos formales se puede estudiar la comunicación como un sistema general e inferirle validez científica, igualmente se examinaron aspectos fundamentales del Modelo General de Sistemas y del Modelo Dialéctico de la Comunicación.

En este trabajo se demostró que el Acuario Pro-Hogar es una entidad real, dado que existe, está organizado y tiene las relaciones necesarias para llevar a cabo un análisis sistémico. De allí que también se abordó el Modelo General de Sistemas de Manuel Martín Serrano que refiere que los sistemas que intervienen en este modelo son: histórico, referencial, social, comunicativo y cognitivo.

Al ser el Acuario Pro-Hogar una entidad real se identificaron y distinguieron las relaciones que guardan sus elementos estructurales y se delinearon los sistemas histórico, referencial, social y comunicativo. El sistema histórico se dio con la descripción de la historia, antecedentes, desarrollo y situación actual del negocio. El sistema referencial se localizó en la cultura de la organización (misión, visión y valores de la empresa). El sistema social, por su parte, se conformó por las relaciones sociales que tiene el negocio, la estructura de la organización, el organigrama y la relación entre los departamentos; en tanto que el sistema comunicativo se basó en el enfoque que sostiene a la opinión pública como un subsistema del sistema comunicativo al compartir sus mismos elementos estructurales, es decir actores, instrumentos, expresiones y representaciones.

En este caso los clientes del Acuario Pro-Hogar fueron los *actores*; las *expresiones*, las respuestas de los mismos sobre precios, productos, servicios y atención al público; los *instrumentos* los cuestionarios que se aplicaron en forma escrita y presencial; y las *representaciones* los resultados que obtuvimos en la investigación. Los *referentes* estuvieron conformados por los precios, productos, servicios y atención al cliente del Acuario Pro-Hogar.

Durante el desarrollo de esta investigación igualmente se llegó a la conclusión de que la opinión pública, al considerarla como un subsistema del sistema comunicativo, nació con la manifestación de las primeras expresiones humanas, coincidiendo con la opinión de expertos en la materia como son los catedráticos Héctor Jesús Torres Lima y Olga Gallo de la Facultad de Estudios Superiores Acatlán, UNAM. Con esta afirmación se acepta el hecho de que ésta aparece como fenómeno social con las primeras civilizaciones, aunque muchos teóricos consideran formalmente su estudio a partir de la Ilustración.

A la opinión pública se le define como el conjunto de expresiones (elemento del sistema comunicativo) de un grupo social (actores) que tiene un referente público (representaciones), a diferencia del público que es el grupo social en sí mismo (instrumentos). Es importante resaltar que esta definición está compuesta por los cuatro elementos de la comunicación.

Al considerarse a la opinión pública como un acto expresivo mediado, la Teoría de la Mediación Social se aplicó en el desarrollo del cuestionario a través de los tres planos de la realidad: el plano de la situación se hizo analogo a los datos sociodemográficos; el plano de los principios al concepto cognitivo, y el plano de la mediación al concepto de la opinión.

De manera similar se reafirmó que la opinión pública se sirve de las encuestas para comprender a la población de donde se tomó la muestra, de allí que los análisis explicativos en la investigación por medio de éstas tiendan al desarrollo de

proposiciones generalizadas sobre la expresión, como lo son las sugerencias que arrojó la presente investigación.

Todo estudio de opinión pública se puede abordar desde dos perspectivas: la de los investigadores que tratan de conocer la opinión pública de algunos grupos sobre un tema específico y utilizan métodos y técnicas que les permiten conocer con cierto grado de incertidumbre lo que dicen que piensan o hacen las personas de un determinado grupo social y los que tratan de teorizar sobre la materia. Aunque las investigaciones sobre opinión pública se deben tomar con reservas teóricas necesarias, este estudio se ubicó en la primera vertiente que permite una toma de decisiones pronta y oportuna.

Es importante aclarar que a la opinión pública la conforman las expresiones que producen los miembros de distintos grupos sociales con respecto a referentes públicos y que la investigación por encuestas no es más que uno de los muchos instrumentos de que se dispone en la investigación social. No es única, ni homogénea, ni totalmente verdadera, ni válida, ni representa la mejor, ni la única vía para dar cuenta de los fenómenos sociales, pero es confiable al conllevar un método científico.

Dentro de la descripción que se hace de la opinión pública y debido a la confusión que crean, en este trabajo también se llevó a cabo un análisis diferencial de sondeo y encuesta, donde la encuesta se validó desde el momento en que requiere de un método científico para su realización, los encuestados conocen el referente y es elaborada por especialistas, en tanto que el sondeo no. Además en las investigaciones de comunicación, la encuesta es la que se emplea para hacer estudios de opinión pública.

Respecto a las conclusiones metodológicas se confirmó la necesidad de elaborar un sistema hipotético y por ende la razón de ser de las hipótesis nulas en los

estudios de opinión pública, ya que no se pueden anticipar las opiniones de los sujetos a encuestar -en este caso específico las expresiones de los clientes del Acuario Pro-Hogar-, y se verificó el porqué de la existencia de hipótesis alternativas como guías de la investigación.

Igualmente se relacionó el marco conceptual con la tabla de operacionalización de donde se concluye que los datos sociodemográficos son características que corresponden al grupo social específico que se estudió y que son variables independientes no manipulables por la investigadora, que los conocimientos se ubican en el plano de los principios debido a que deben ser producto del aprendizaje por parte de la persona a encuestar y están contenidos en la estructura psíquica denominada Yo, que la opinión está ubicada en el plano de la mediación porque es la expresión de lo que el encuestado dice que sabe y dice que tiene como características demográficas.

La tabla de operacionalización sirvió para hacer accesibles los conceptos que determinaron la construcción del cuestionario y su relación con el aparato teórico, como son conocimientos, opinión y datos socio-demográficos. Igualmente comprendió la definición de concepto como representaciones literarias, la definición de categorías como representaciones del análisis de los componentes del concepto también llamadas aspectos o dimensiones del concepto y la definición del indicador como medidas únicas y unívocas de las categorías. Los criterios para la elaboración de los reactivos, el esquema de arboreación, la tabla de equivalencias, el cuestionario previo, la prueba piloto y el cuestionario final también sustentaron la metodología general de la opinión pública.

Respecto a las conclusiones técnicas se encontró que para el levantamiento de datos se deben definir los criterios para identificar las características de la población a encuestar, la elección del tipo de levantamiento, el procedimiento para llevar a cabo esta tarea que debe de incluir una bitácora, la lectura de datos y el cruce de variables.

En este trabajo se definió a la población como al conjunto de todos los elementos que comparten un grupo común de características y forman el universo para el propósito del problema de investigación. Y con base en esta definición, la muestra de este estudio estuvo conformada por 46 sujetos que compraron en el Acuario Pro-Hogar por lo menos una vez durante el periodo de tiempo comprendido entre el 5 y 19 de diciembre de 2005.

De igual forma se definieron los conceptos de censo y muestra como dos tipos de levantamiento de datos en estudios de opinión pública. El censo se identificó como un conteo completo de los elementos de una población, mientras que muestra como un subgrupo de elementos que se seleccionan para participar en un estudio. Se manifestó la existencia de dos tipos de muestras: probabilísticas y no probabilísticas, donde las primeras requieren de documentos que contengan formalmente las características del grupo social con el que se va a trabajar - también llamados marcos muestrales-, en tanto que las segundas no.

En este caso específico debido a que no existía un marco muestral y a que la naturaleza del presente estudio no permitía el levantamiento de un censo al no poder contemplarse la totalidad de la población por el desconocimiento específico de sus características socio-demográficas, y dado que los sujetos que la conformaban no tenían la misma oportunidad de ser elegidos como en el caso de las muestras probabilísticas, se consideró a la muestra no probabilística como la más adecuada. Aunque no son representativas, estas muestras tienen un valor

trascendental como estudios exploratorios ya que pueden engendrar nuevas investigaciones.

Las ventajas de este tipo de muestra es que a diferencia de los otros tipos de levantamiento resultó económica, sencilla, fácil de aplicar y además no requirió marco muestral.

Respecto al procedimiento que se siguió para el levantamiento de datos se encontró que el vaciado de datos fue “relativamente fácil” dado que la base de éstos se desarrolló en “Excel” con una matriz de doble entrada, donde por un lado se estableció el número del sujeto encuestado y por el otro el número de pregunta, cada una de éstas con sus posibles respuestas. Además el hecho de que los cuestionarios fueran foliados facilitó la tarea.

Para la lectura de la base de datos se presentaron los resultados de cada uno de los índices (establecidos en la tabla de operacionalización) donde se relacionaron los reactivos de conocimiento y opinión. Para localizar los reactivos de conocimiento y los de opinión se recurrió a la tabla de equivalencias para proceder a la lectura general y a la de cruce de variables. En este trabajo se tomaron en consideración todas las variables socio-demográficas: género, edad, grado de estudios, ocupación e ingreso familiar. Frecuencias y porcentajes de conocimiento y frecuencias y promedios de opinión, fueron factores determinantes para el análisis de resultados.

Respecto a las conclusiones temáticas vale recordar que esta investigación partió de una hipótesis nula donde no se conocía en un principio la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar sobre precios, productos, servicios y atención al público, de ahí que surgieran varias hipótesis alternativas. De acuerdo a los resultados obtenidos durante este estudio de investigación se encontró lo siguiente:

- 1) El género determina en **69%** y no el **90%** la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a precios, productos, servicios y atención al cliente.
- 2) La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a precios, productos, servicios y atención al cliente es de **4** y no de **3** en un rango de 1 a 5, donde 1 es la opinión más desfavorable y cinco la más favorable, lo cual está determinando por el género.
- 3) La edad determina en **63% y no el 90%** la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a precios, productos, servicios y atención al cliente.
- 4) La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar con respecto a precios, productos, servicios y atención al cliente es de **4** y no de **3** en un rango de 1 a 5, donde 1 es la opinión más desfavorable y cinco la más favorable, lo cual está determinado por la edad.
- 5) El grado de escolaridad determina en **64%** y no en **50%** la cantidad del conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a precios, productos, servicios y atención al cliente.
- 6) La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar con respecto a precios, productos, servicios y atención al cliente es de **4** y no de **3** en un rango de 1 a 5, donde 1 es la opinión más desfavorable y cinco la más favorable, lo cual está determinado por el grado de escolaridad.
- 7) La ocupación determina en **67%** y no en **95%** por ciento la cantidad del conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a precios, productos, servicios y atención al cliente.

- 8) La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar con respecto a precios, productos, servicios y atención al cliente es de **4** y no de **3** en un rango de 1 a 5, donde 1 es la opinión más desfavorable y cinco la más favorable, lo cual está determinado por la ocupación.
- 9) Los ingresos económicos familiares determinan en un **64%** y no en **95%** la cantidad del conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a precios, productos, servicios y atención al cliente.
- 10) La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a precios, productos, servicios y atención al cliente es de **4** y no de **3** en un rango de 1 a 5, donde 1 es la opinión más desfavorable y cinco la más favorable, lo cual está determinado por los ingresos económicos familiares

Como se puede observar el estudio arrojó porcentajes de conocimiento muy diferentes a los planteados en las hipótesis alternativas, en el inicio de esta investigación, al igual que el promedio de opinión de los clientes, el cual resultó por demás favorable.

En este estudio se aplicó la metodología de la investigación de la opinión pública que implica el desarrollo del conocimiento de un área que integró la lógica teórico-práctica de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva, de la Facultad de Estudios Superiores Plantel Acatlán (FES Acatlán), misma que busca integrar al investigador con la realidad social, a la vez que refuerza su compromiso con la preservación y el mejoramiento del medio ambiente y con la constante evolución del ser humano.

Los resultados de esta investigación basada en la materia de Opinión Pública de la Preespecialidad de Comunicación Persuasiva, de la carrera de Periodismo, en correspondencia directa con el contexto social, permiten con las sugerencias

aportadas al final del capítulo cuatro proyectar mejores políticas de desarrollo para la micro-empresa en cuestión en beneficio de los encuestados, y contribuyen a una mejor comprensión del desarrollo económico nacional en general.

Fuentes de Consulta

LIBROS

- INEGI. Censo 2000.
- Martín Serrano, Manuel. La mediación social. Madrid: Akal, 1977, 217 pp.
- Martín Serrano, Manuel, Et. Al. Teoría de la comunicación social. A. Corazón, Madrid, 1982 (Cuadernos de Comunicación, Vol. 8).
- Rojas Soriano, Raúl. Guía para realizar investigaciones sociales. México, Plaza y Janés, 1991. 286 pp.

INTERNET

- http://www.azcapotzalco.gob.mx/pagina_azcapo/informacion/
- <http://www.monografias.com/trabajos/organig/organig.shtml>

SEMINARIOS

- Documentos del Seminario Taller Extracurricular de Opinión Pública, FES Acatlán, UNAM. Contenidos vertidos por los catedráticos e investigadores Venus Armenta, Olga Gallo, Héctor Jesús Torres Lima, Laura González Morales y Eduardo Juan Escamilla. Agosto 2005 – Febrero 2006.

ENTREVISTAS

- Entrevista a Silvia Aguilar Hernández, propietaria del Acuario Pro-Hogar, realizada el 5 de septiembre de 2005, en su domicilio particular.
- Entrevista a Benito Pérez Pérez, fundador y ex propietario del Acuario Pro-Hogar en Septiembre de 2005, vía e-mail.

ANEXO 1

Por Delegación Política. Actualización: octubre de noviembre de 2008. Fuente: Estadísticas Políticas del Distrito Federal y por el Municipio de San Pedro Garza García en el estado de Nuevo León que conforma la aglomeración por zona.

CUADRO 2
ÍNDICE DE DESARROLLO HUMANO EN EL DISTRITO FEDERAL POR DELEGACIÓN, 2000

DELEGACIÓN	TASA DE MORTALIDAD INFANTIL (por cada 1000 niños nacidos vivos)	PORCENTAJE DE LAS PERSONAS DE 15 AÑOS O MÁS ALFABETAS	PORCENTAJE DE LAS PERSONAS DE 6 A 24 AÑOS QUE VAN A LA ESCUELA	PIS PER CAPITA (en dólares estadounidenses)	ÍNDICE DE SOBREVIVENCIA INFANTIL	ÍNDICE DE NIVEL DE ESCOLARIDAD	ÍNDICE DE PIB PER CAPITA	ÍNDICE DE DESARROLLO HUMANO (IDH)	GRADO DE DESARROLLO O HUMANO	LUGAR QUE OCUPA EN EL RANQUEO NACIONAL
Distrito Federal	19.8	97.1	69.0	17,658	0.875	0.889	0.924	0.793	A10	1
Aguero Perote	19.4	96.5	67.5	21,315	0.875	0.869	0.850	0.801	A10	7
Acapulco	19.7	97.7	72.4	19,203	0.876	0.863	0.849	0.873	A10	9
Benito Juárez	17.6	96.9	72.6	36,506	0.852	0.813	0.841	0.850	A10	1
Coyoacán	19.8	97.5	74.0	24,943	0.893	0.899	0.921	0.901	A10	4
Guadalupe de Méndez	21.8	95.4	65.2	21,937	0.880	0.844	0.902	0.874	A10	8
Cruz Hidalgo	18.1	97.9	71.5	20,018	0.868	0.898	0.844	0.868	A10	5
Guadalupe A. Matamoros	20.4	97.0	69.8	14,968	0.875	0.874	0.831	0.860	A10	17
Guadalupe	25.1	97.4	73.4	15,037	0.873	0.887	0.837	0.856	A10	14
Iturbide	20.4	95.4	67.0	12,184	0.875	0.866	0.852	0.848	A10	22
Magdalena Contreras	20.3	95.5	67.7	18,352	0.871	0.866	0.870	0.870	A10	18
Miguel Alemán	19.1	98.1	71.0	27,812	0.891	0.891	0.919	0.904	A10	3
Miguel Alemán	22.2	94.4	67.4	8,208	0.857	0.844	0.738	0.816	A10	127
Mixcoac	21.1	95.3	68.3	11,589	0.865	0.872	0.793	0.844	A10	26
Tlalmanalco	19.1	95.9	70.5	20,015	0.880	0.881	0.884	0.882	A10	6
Veracruz-Caracas	20.0	97.7	71.2	15,032	0.873	0.869	0.857	0.848	A10	12
Xochimilco	19.4	95.2	59.3	14,503	0.875	0.875	0.824	0.852	A10	16

FUENTE: ESTADÍSTICAS DE COMAPO CON BASE EN EL 30 GRUPO GENERAL DE POBLACIÓN Y VIVIENDA, 2000.

ANEXO 2



GOBIERNO DEL DISTRITO FEDERAL
México, la Ciudad de la Esperanza
Delegación Azcapotzalco



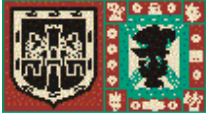
DELEGACIÓN
AZCAPOTZALCO

Niveles de Bienestar en el Distrito Federal, por delegación, 1990.

DELEGACIONES	NIVEL
Alvaro Obregón	3
Azcapotzalco	6
Benito Juárez	7
Coyoacán	6
Cuajimalpa	3
Cuauhtémoc	5
Gustavo A. Madero	5
Iztacalco	5
Iztapalapa	3
Magdalena Contreras	3
Miguel Hidalgo	6
Milpa Alta	1
Tláhuac	3
Tlalpan	4
Venustiano Carranza	5
Xochimilco	2
Distrito Federal	7

Fuente: Niveles de Bienestar en México, 1990. INEGI.

ANEXO 3



GOBIERNO DEL DISTRITO FEDERAL
México, la Ciudad de la Esperanza
Delegación Azcapotzalco



DELEGACIÓN AZCAPOTZALCO

POBLACIÓN TOTAL	
POBLACIÓN TOTAL	441008
% POBLACIÓN ANALFABETA DE 15 AÑOS O MÁS	2.343101343
% POBLACIÓN SIN PRIMARIA COMPLETA DE 15 AÑOS O MÁS	10.4635875
% OCUPANTES EN VIVIENDAS SIN DRENAJE NI SERVICIO SANITARIO EXCLUSIVO	0.333630765
% OCUPANTES EN VIVIENDAS SIN ENERGÍA ELÉCTRICA	0.055790321
% OCUPANTES EN VIVIENDAS SIN AGUA ENTUBADA	0.215260338
% VIVIENDAS CON ALGÚN NIVEL DE HACINAMIENTO	33.59894367
% OCUPANTES EN VIVIENDAS CON PISO DE TIERRA	0.306135908
% POBLACIÓN EN LOCALIDADES CON MENOS DE 5 000 HABITANTES	0
% POBLACIÓN OCUPADA CON INGRESO DE HASTA 2 SALARIOS MÍNIMOS	39.08535022
ÍNDICE DE MARGINACIÓN	-2.00567706
GRADO DE MARGINACIÓN	Muy bajo
LUGAR QUE OCUPA EN EL CONTEXTO ESTATAL	12
LUGAR QUE OCUPA EN EL CONTEXTO NACIONAL	2426

RESULTADOS GENERALES

Tipo de Peces

	CONOCIMIENTO		OPINION	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	38	82.6	38	4.34
NO	8	17.4	8	4.25
Total	46	100	46	4.30

El 83% de los sujetos sí conocen la clase de peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 17% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.3, mientras que los que no conocen opinan 4.2. Es decir hay una diferencia de opinión de .1 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Tipo de Hamsters

	CONOCIMIENTO		OPINION	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	30	65.2	30	3.87
NO	16	34.8	16	3.81
Total	46	100	46	3.84

El 65% de los sujetos sí conocen la clase de hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 35% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.86, mientras que los que no conocen opinan 3.81. Es decir hay una diferencia de opinión de .05 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Tipo de Cuyos

	CONOCIMIENTO		OPINION	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	19	41.3	19	3.89
NO	27	58.7	27	3.56
Total	46	100	46	3.73

El 41% de los sujetos sí conocen la clase de cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 59% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.89, mientras que los que no conocen opinan 3.55. Es decir hay una diferencia de opinión de .34 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

RESULTADOS GENERALES

Tipo de Conejos

	CONOCIMIENTO		OPINION	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	23	50.0	23	4.09
NO	23	50.0	23	3.96
Total	46	100	46	4.03

El 50% de los sujetos sí conocen la clase de conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.08, mientras que los que no conocen opinan 3.95. Es decir hay una diferencia de opinión de .13 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Tipo de Tortugas

	CONOCIMIENTO		OPINION	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	33	71.7	33	4.21
NO	13	28.3	13	4.15
Total	46	100	46	4.18

El 72% de los sujetos sí conocen la clase de tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 28% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.21, mientras que los que no conocen opinan 4.15. Es decir hay una diferencia de opinión de .06 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Tipo de Iguanas

	CONOCIMIENTO		OPINION	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	30	65.2	30	4.00
NO	16	34.8	16	4.19
Total	46	100	46	4.10

El 65% de los sujetos sí conocen la clase de iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 35% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la salud de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.18. Es decir hay una diferencia de opinión de .18 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

RESULTADOS GENERALES

Alimento de Peces

	CONOCIMIENTO		OPINION	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	33	71.7	33	4.64
NO	13	28.3	13	4.15
Total	46	100	46	4.40

El 72% de los sujetos sí conocen la clase de alimentos para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 28% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.63, mientras que los que no conocen opinan 4.15. Es decir hay una diferencia de opinión de .48 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Alimento de Hamsters

	CONOCIMIENTO		OPINION	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	29	63.0	29	4.28
NO	17	37.0	17	4.35
Total	46	100	46	4.32

El 63% de los sujetos sí conocen la clase de alimentos para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 37% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.27, mientras que los que no conocen opinan 4.35. Es decir hay una diferencia de opinión de .08 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Alimento de Cuyos

	CONOCIMIENTO		OPINION	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	28	60.9	28	3.86
NO	18	39.1	18	4.17
Total	46	100	46	4.02

El 61% de los sujetos sí conocen la clase de alimentos para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 39% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para cuyos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.85, mientras que los que no conocen opinan 4.16. Es decir hay una diferencia de opinión de .31 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

RESULTADOS GENERALES

Alimento de Conejos

	CONOCIMIENTO		OPINION	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	27	58.7	27	4.04
NO	19	41.3	19	4.05
Total	46	100	46	4.05

El 59% de los sujetos sí conocen la clase de alimentos para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 41% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para conejos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.03, mientras que los que no conocen opinan 4.05. Es decir hay una diferencia de opinión de .02 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Alimento de Tortugas

	CONOCIMIENTO		OPINION	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	30	65.2	30	4.33
NO	16	34.8	16	4.13
Total	46	100	46	4.23

El 65% de los sujetos sí conocen la clase de alimentos para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 35% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que los que no conocen opinan 4.12. Es decir hay una diferencia de opinión de .21 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Alimento de Iguanas

	CONOCIMIENTO		OPINION	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	19	41.3	19	4.42
NO	27	58.7	27	4.04
Total	46	100	46	4.23

El 41% de los sujetos sí conocen la clase de alimentos para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 59% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.42, mientras que los que no conocen opinan 4.03. Es decir hay una diferencia de opinión de .39 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

RESULTADOS GENERALES

Accesorios para Peces

	CONOCIMIENTO		OPINION	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	45	97.8	45	4.69
NO	1	2.2	1	5.00
Total	46	100	46	4.85

El 98% de los sujetos sí conocen la clase de accesorios para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 2% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.68, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de .32 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Accesorios para Hamsters

	CONOCIMIENTO		OPINION	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	24	52.2	24	4.33
NO	22	47.8	22	4.50
Total	46	100	46	4.42

El 52% de los sujetos sí conocen la clase de accesorios para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 48% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .17 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Accesorios para Cuyos

	CONOCIMIENTO		OPINION	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	23	50.0	23	4.43
NO	23	50.0	23	4.22
Total	46	100	46	4.33

El 50% de los sujetos sí conocen la clase de accesorios para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.43, mientras que los que no conocen opinan 4.21. Es decir hay una diferencia de opinión de .22 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

RESULTADOS GENERALES

Accesorios para Conejos

	CONOCIMIENTO		OPINION	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	25	54.3	25	4.32
NO	21	45.7	21	4.19
Total	46	100	46	4.26

El 54% de los sujetos sí conocen la clase de accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 46% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.32, mientras que los que no conocen opinan 4.19. Es decir hay una diferencia de opinión de .13 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Accesorios para Tortugas

	CONOCIMIENTO		OPINION	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	32	69.6	32	4.50
NO	14	30.4	14	4.14
Total	46	100	46	4.32

El 70% de los sujetos sí conocen la clase de accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 30% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4.14. Es decir hay una diferencia de opinión de .36 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Accesorios para Iguanas

	CONOCIMIENTO		OPINION	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	23	50.0	23	3.87
NO	23	50.0	23	4.04
Total	46	100	46	3.96

El 50% de los sujetos sí conocen la clase de accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.86, mientras que los que no conocen opinan 4.04. Es decir hay una diferencia de opinión de .18 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

RESULTADOS GENERALES

Pez mas Barato

	CONOCIMIENTO		OPINION	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	32	69.6	32	4.34
NO	14	30.4	14	4.00
Total	46	100	46	4.17

El 70% de los sujetos sí conocen el precio de los peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 30% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4.14. Es decir hay una diferencia de opinión de .36 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Costo de Hamsters

	CONOCIMIENTO		OPINION	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	23	50.0	23	4.17
NO	23	50.0	23	4.09
Total	46	100	46	4.13

El 50% de los sujetos sí conocen el precio de los hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.17, mientras que los que no conocen opinan 4.08. Es decir hay una diferencia de opinión de .09 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Costo de Cuyos

	CONOCIMIENTO		OPINION	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	21	45.7	21	4.00
NO	25	54.3	25	4.20
Total	46	100	46	4.10

El 46% de los sujetos sí conocen el precio de los cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 54% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.20. Es decir hay una diferencia de opinión de .20 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

RESULTADOS GENERALES

Costo de Conejos

	CONOCIMIENTO		OPINION	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	22	47.8	22	4.23
NO	24	52.2	24	3.96
Total	46	100	46	4.10

El 48% de los sujetos sí conocen el precio de los conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 52% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.22, mientras que los que no conocen opinan 3.95. Es decir hay una diferencia de opinión de .27 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Costo de Tortugas

	CONOCIMIENTO		OPINION	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	31	67.4	31	4.55
NO	15	32.6	15	4.53
Total	46	100	46	4.54

El 67% de los sujetos sí conocen el precio de las tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.54, mientras que los que no conocen opinan 4.53. Es decir hay una diferencia de opinión de .01 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Costo de Iguanas

	CONOCIMIENTO		OPINION	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	13	28.3	13	4.23
NO	33	71.7	33	3.94
Total	46	100	46	4.09

El 28% de los sujetos sí conocen el precio de las iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 72% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.23, mientras que los que no conocen opinan 3.93. Es decir hay una diferencia de opinión de .30 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

RESULTADOS GENERALES

Costo Alimento de Pez

	CONOCIMIENTO		OPINION	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	25	54.3	25	4.52
NO	21	45.7	21	4.00
Total	46	100	46	4.26

El 54% de los sujetos sí conocen el precio de los alimentos para pez que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 46% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.52, mientras que las que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .52 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Costo Semillas de Hamsters

	CONOCIMIENTO		OPINION	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	23	50.0	23	4.48
NO	23	50.0	23	3.96
Total	46	100	46	4.22

El 50% de los sujetos sí conocen el precio de los alimentos para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.47, mientras que los que no conocen opinan 3.95. Es decir hay una diferencia de opinión de .52 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Costo Nutricubo de Cuyos

	CONOCIMIENTO		OPINION	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	18	39.1	18	4.11
NO	28	60.9	28	4.21
Total	46	100	46	4.16

El 39% de los sujetos sí conocen el precio de los alimentos para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 61% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.11, mientras que los que no conocen opinan 4.21. Es decir hay una diferencia de opinión de .10 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

RESULTADOS GENERALES

Costo Conejina

	CONOCIMIENTO		OPINION	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	18	39.1	18	4.44
NO	28	60.9	28	4.14
Total	46	100	46	4.29

El 39% de los sujetos sí conocen el precio de los alimentos para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 61% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.44, mientras que los que no conocen opinan 4.14. Es decir hay una diferencia de opinión de .30 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Costo Tortuguetas

	CONOCIMIENTO		OPINION	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	20	43.5	20	4.50
NO	26	56.5	26	4.15
Total	46	100	46	4.33

El 43% de los sujetos sí conocen el precio de los alimentos para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 57% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4.15. Es decir hay una diferencia de opinión de .35 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Costo Alimento Iguanas

	CONOCIMIENTO		OPINION	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	26	56.5	26	4.27
NO	20	43.5	20	4.05
Total	46	100	46	4.16

El 57% de los sujetos sí conocen el precio de los alimentos para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 43% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.26, mientras que los que no conocen opinan 4.05. Es decir hay una diferencia de opinión de .21 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

RESULTADOS GENERALES

Costo Pecera Rectangular

	CONOCIMIENTO		OPINION	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	36	78.3	36	4.42
NO	10	21.7	10	4.60
Total	46	100	46	4.51

El 78% de los sujetos sí conocen el precio de los accesorios para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 22% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.41, mientras que los que no conocen opinan 4.60. Es decir hay una diferencia de opinión de .19 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Costo Jaula de Tunel

	CONOCIMIENTO		OPINION	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	17	37.0	17	4.18
NO	29	63.0	29	4.24
Total	46	100	46	4.21

El 37% de los sujetos sí conocen el precio de los accesorios para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 63% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.17, mientras que los que no conocen opinan 4.24. Es decir hay una diferencia de opinión de .07 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Costo Bebedero de Balin

	CONOCIMIENTO		OPINION	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	24	52.2	24	4.13
NO	22	47.8	22	4.09
Total	46	100	46	4.11

El 52% de los sujetos sí conocen el precio de los accesorios para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 48% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.12, mientras que los que no conocen opinan 4.09. Es decir hay una diferencia de opinión de .03 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

RESULTADOS GENERALES

Costo Jaula para Conejo

	CONOCIMIENTO		OPINION	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	21	45.7	21	4.24
NO	25	54.3	25	4.20
Total	46	100	46	4.22

El 46% de los sujetos sí conocen el precio de los accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 54% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.23, mientras que los que no conocen opinan 4.20. Es decir hay una diferencia de opinión de .03 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Costo Tortuguero de Riñon

	CONOCIMIENTO		OPINION	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	26	56.5	26	4.38
NO	20	43.5	20	4.35
Total	46	100	46	4.37

El 57% de los sujetos sí conocen el precio de los accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 43% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.38, mientras que los que no conocen opinan 4.35. Es decir hay una diferencia de opinión de .03 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Costo Pecera de Iguana

	CONOCIMIENTO		OPINION	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	26	56.5	26	4.15
NO	20	43.5	20	3.95
Total	46	100	46	4.05

El 57% de sujetos sí conocen el precio de los accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 43% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.15, mientras que los que no conocen opinan 3.95. Es decir hay una diferencia de opinión de .20 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

RESULTADOS GENERALES

Servicios - Mantenimiento de Peceras

	CONOCIMIENTO		OPINION	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	20	43.5	20	3.95
NO	26	56.5	26	4.46
Total	46	100	46	4.21

El 43% de los sujetos sí conocen el servicio de instalación y / o mantenimiento de peceras que ofrece el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 57% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen con el servicio de instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.95, mientras que los que no conocen opinan 4.46. Es decir hay una diferencia de opinión de .51 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Servicios - Sistema de Apartado

	CONOCIMIENTO		OPINION	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	27	58.7	27	4.44
NO	19	41.3	19	4.26
Total	46	100	46	4.35

El 59% de los sujetos sí conocen el servicio de apartado que ofrece el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 41% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen con ese servicio en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.44, mientras que los que no conocen opinan 4.26. Es decir hay una diferencia de opinión de .18 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Atn. al Cliente - Amabilidad

	CONOCIMIENTO		OPINION	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	41	89.1	41	4.78
NO	5	10.9	5	4.60
Total	46	100	46	4.69

El 89% de los sujetos sí conocen los gestos que tiene el personal del Acuario Pro-Hogar cuando entran a ese establecimiento, mientras que el 11% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad de la atención del personal en sus últimas tres visitas, en comparación de otros acuarios cercanos, es de 4.78, mientras que los que no conocen opinan 4.60. Es decir hay una diferencia de opinión de .18 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

RESULTADOS GENERALES

Atn. al Cliente - Eficiencia

	CONOCIMIENTO		OPINION	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	32	69.6	32	4.78
NO	14	30.4	14	3.86
Total	46	100	46	4.32

El 70% de los sujetos sí conocen la rapidez con que les atiende el personal del Acuario Pro-Hogar, mientras que el 30% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.78, mientras que los que no conocen opinan 3.85. Es decir hay una diferencia de opinión de .93 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Atn. al Cliente - Conocimientos

	CONOCIMIENTO		OPINION	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	44	95.7	44	4.77
NO	2	4.3	2	4.00
Total	46	100	46	4.39

El 96% de los sujetos percibe conocimiento en las respuestas del personal del Acuario Pro-Hogar, mientras que el 4% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.77, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .77 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

VARIABLE SOCIODEMOGRÁFICA: **SEXO**

Tipo de Peces

Masculino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	21	84.0	21	4.19
NO	4	16.0	4	4.50
Total	25	100	25	4.35

Femenino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	17	81.0	17	4.53
NO	4	19.0	4	4.00
Total	21	100	21	4.26

De las mujeres, el 84% sí sabe qué tipo de peces se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 16% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.19, mientras las que no lo conocen opinan 4.5. Es decir hay una diferencia de .31 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres, el 81% sí sabe qué tipo de peces se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 19% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.52, mientras los que no lo conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de .52 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El género determina en un 82.6% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de peces que se venden en ese establecimiento.

El género determina en un .08 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la variedad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.29

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Tipo de Hamsters

Masculino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	18	72.0	18	3.61
NO	7	28.0	7	3.86
Total	25	100	25	3.73

Femenino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	12	57.1	12	4.25
NO	9	42.9	9	3.78
Total	21	100	21	4.01

De las mujeres, el 72% sí sabe qué tipo de hamsters se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 28% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.61, mientras las que no lo conocen opinan 3.85. Es decir hay una diferencia de .24 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres, el 57% sí sabe qué tipo de hamsters se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 43% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.25, mientras los que no lo conocen opinan 3.77. Es decir hay una diferencia de .48 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El género determina en un 64.5% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de hamsters que se venden en ese establecimiento.

El género determina en un .28 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la variedad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 3.83.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Tipo de Cuyos

Masculino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	40.0	10	3.60
NO	15	60.0	15	3.73
Total	25	100	25	3.67

Femenino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	42.9	9	4.22
NO	12	57.1	12	3.33
Total	21	100	21	3.78

De las mujeres, el 40% sí sabe qué tipo de cuyos se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 60% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.60, mientras las que no lo conocen opinan 3.73. Es decir hay una diferencia de .13 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres, el 43% sí sabe qué tipo de cuyos se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 57% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.22, mientras los que no lo conocen opinan 3.33. Es decir hay una diferencia de .89 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El género determina en un 59% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de cuyos que se venden en ese establecimiento.

El género determina en un .11 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la variedad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 3.72.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Tipo de Conejos

Masculino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	13	52.0	13	3.85
NO	12	48.0	12	4.33
Total	25	100	25	4.09

Femenino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	47.6	10	4.40
NO	11	52.4	11	3.55
Total	21	100	21	3.97

De las mujeres, el 52% sí sabe qué tipo de conejos se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 48% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.84, mientras las que no lo conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de .49 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres, el 48% sí sabe qué tipo de conejos se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 52% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.40, mientras los que no lo conocen opinan 3.54. Es decir hay una diferencia de .86 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El género determina en un 50% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de conejos que se venden en ese establecimiento.

El género determina en un .11 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la variedad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.02.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Tipo de Tortugas

Masculino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	18	72.0	18	4.28
NO	7	28.0	7	4.57
Total	25	100	25	4.42

Femenino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	15	71.4	15	4.13
NO	6	28.6	6	3.67
Total	21	100	21	3.90

De las mujeres, el 72% sí sabe qué tipo de tortugas se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 28% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.27, mientras las que no lo conocen opinan 4.57. Es decir hay una diferencia de .30 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres, el 71% sí sabe qué tipo de tortugas se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 29% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.13, mientras los que no lo conocen opinan 3.66. Es decir hay una diferencia de .47 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El género determina en un 72% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de tortugas que se venden en ese establecimiento.

El género determina en un .52 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la variedad de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la variedad de éstas en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.18.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Tipo de Iguanas

Masculino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	16	64.0	16	4.13
NO	9	36.0	9	4.44
Total	25	100	25	4.28

Femenino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	14	66.7	14	3.86
NO	7	33.3	7	3.86
Total	21	100	21	3.86

De las mujeres, el 64% sí sabe qué tipo de iguanas se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 36% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.12, mientras las que no lo conocen opinan 4.44. Es decir hay una diferencia de .32 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres, el 67% sí sabe qué tipo de iguanas se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.85, mientras los que no lo conocen opinan 3.85. Es decir no hay diferencia entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El género determina en un 66% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de iguanas que se venden en ese establecimiento.

El género determina en un .43 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la variedad de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la variedad de éstas en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.09.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Alimento de Peces

Masculino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	21	84.0	21	4.62
NO	4	16.0	4	4.25
Total	25	100	25	4.43

Femenino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	12	57.1	12	4.67
NO	9	42.9	9	4.11
Total	21	100	21	4.39

De las mujeres, el 84% sí sabe qué clase de alimentos para peces se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 16% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.61, mientras las que no lo conocen opinan 4.25. Es decir hay una diferencia de .36 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres, el 57% sí sabe qué clase de alimento para peces se vende en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 43% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.66, mientras los que no lo conocen opinan 4.11. Es decir hay una diferencia de .55 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El género determina en un 71% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de alimento para peces que se vende en ese establecimiento.

El género determina en un .05 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de alimento para peces que se vende en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la calidad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.39.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Alimento de Hamsters

Masculino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	16	64.0	16	4.06
NO	9	36.0	9	4.33
Total	25	100	25	4.20

Femenino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	13	61.9	13	4.54
NO	8	38.1	8	4.38
Total	21	100	21	4.46

De las mujeres, el 64% sí sabe qué clase de alimentos para hamsters se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 36% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.06, mientras las que no lo conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de .27 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres, el 62% sí sabe qué clase de alimento para hamsters se vende en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 38% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.53, mientras los que no lo conocen opinan 4.37. Es decir hay una diferencia de .16 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El género determina en un 63% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento.

El género determina en un .26 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de alimento para hamsters que se vende en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la calidad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.31.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Alimento de Cuyos

Masculino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	18	72.0	18	3.83
NO	7	28.0	7	4.14
Total	25	100	25	3.99

Femenino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	47.6	10	3.90
NO	11	52.4	11	4.18
Total	21	100	21	4.04

De las mujeres, el 72% sí sabe qué clase de alimentos para cuyos se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 28% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para cuyos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.83, mientras las que no lo conocen opinan 4.14. Es decir hay una diferencia de .31 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres, el 48% sí sabe qué clase de alimento para cuyos se vende en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 52% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para cuyos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.90, mientras los que no lo conocen opinan 4.18. Es decir hay una diferencia de .28 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El género determina en un 60% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de alimento para cuyos que se vende en ese establecimiento.

El género determina en un .06 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la calidad del alimento para cuyos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de alimento para cuyos que se vende en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la calidad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.01.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Alimento de Conejos

Masculino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	15	60.0	15	3.93
NO	10	40.0	10	4.00
Total	25	100	25	3.97

Femenino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	12	57.1	12	4.17
NO	9	42.9	9	4.11
Total	21	100	21	4.14

De las mujeres, el 60% sí sabe qué clase de alimentos para conejos se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 40% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para conejos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.93, mientras las que no lo conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de .07 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres, el 57% sí sabe qué clase de alimento para conejos se vende en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 43% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para conejos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.16, mientras los que no lo conocen opinan 4.11. Es decir hay una diferencia de .05 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El género determina en un 59% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de alimento para conejos que se vende en ese establecimiento.

El género determina en un .17 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la calidad del alimento para conejos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de alimento para conejos que se vende en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la calidad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.04.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Alimento de Tortugas

Masculino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	20	80.0	20	4.40
NO	5	20.0	5	4.00
Total	25	100	25	4.20

Femenino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	47.6	10	4.20
NO	11	52.4	11	4.18
Total	21	100	21	4.19

De las mujeres, el 80% sí sabe qué clase de alimentos para tortugas se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 20% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.40, mientras las que no lo conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de .40 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres, el 48% sí sabe qué clase de alimento para tortugas se vende en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 52% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.20, mientras los que no lo conocen opinan 4.18. Es decir hay una diferencia de .02 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El género determina en un 64% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento.

El género determina en un .01 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de alimento para tortugas que se vende en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la calidad de éstas en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.22.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Alimento de Iguanas

Masculino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	40.0	10	4.20
NO	15	60.0	15	4.20
Total	25	100	25	4.20

Femenino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	42.9	9	4.67
NO	12	57.1	12	3.83
Total	21	100	21	4.25

De las mujeres, el 40% sí sabe qué clase de alimentos para iguanas se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 60% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.20, mientras las que no lo conocen opinan 4.20. Es decir no hay diferencia entre las que sí conocen y las que no.

De los hombres, el 43% sí sabe qué clase de alimento para iguanas se vende en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 57% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.66, mientras los que no lo conocen opinan 3.83. Es decir hay una diferencia de .83 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El género determina en un 59% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento.

El género determina en un .05 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de alimento para iguanas que se vende en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la calidad de éstas en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.22.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Accesorios para Peces

Masculino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	24	96.0	24	4.71
NO	1	4.0	1	5.00
Total	25	100	25	4.85

Femenino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	21	100.0	21	4.67
NO	0	0.0	0	0.00
Total	21	100	21	4.67

De las mujeres, el 96% sí sabe qué clase de accesorios para peces se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 4% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.7, mientras las que no lo conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de .30 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres, el 100% sí sabe qué clase de accesorios para peces se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.66.

El género determina en un 98% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento.

El género determina en un .19 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la diversidad de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de accesorios para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la diversidad de éstos en comparación con

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Accesorios para Hamsters

Masculino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	13	52.0	13	4.46
NO	12	48.0	12	4.33
Total	25	100	25	4.40

Femenino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	11	52.4	11	4.18
NO	10	47.6	10	4.70
Total	21	100	21	4.44

De las mujeres, el 52% sí sabe qué clase de accesorios para hamsters se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 48% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.46, mientras las que no lo conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de .13 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres, el 52% sí sabe qué clase de accesorios para hamsters se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 48% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.18, mientras los que no lo conocen opinan 4.70. Es decir hay una diferencia de .52 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El género determina en un 52% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento.

El género determina en un .05 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la diversidad de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de accesorios para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la diversidad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.41.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Accesorios para Cuyos

Masculino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	13	52.0	13	4.38
NO	12	48.0	12	4.17
Total	25	100	25	4.28

Femenino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	47.6	10	4.50
NO	11	52.4	11	4.27
Total	21	100	21	4.39

De las mujeres, el 52% sí sabe qué clase de accesorios para cuyos se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 48% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.38, mientras las que no lo conocen opinan 4.16. Es decir hay una diferencia de .22 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres, el 48% sí sabe qué clase de accesorios para cuyos se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 52% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras los que no lo conocen opinan 4.27. Es decir hay una diferencia de .23 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El género determina en un 50% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento.

El género determina en un .11 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la diversidad de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de accesorios para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la diversidad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.32.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Accesorios para Conejos

Masculino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	12	48.0	12	4.25
NO	13	52.0	13	4.08
Total	25	100	25	4.16

Femenino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	13	61.9	13	4.38
NO	8	38.1	8	4.38
Total	21	100	21	4.38

De las mujeres, el 48% sí sabe qué clase de accesorios para conejos se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 52% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.25, mientras las que no lo conocen opinan 4.07. Es decir hay una diferencia de .18 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres, el 62% sí sabe qué clase de accesorios para conejos se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 38% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.38, mientras los que no lo conocen opinan 4.37. Es decir hay una diferencia de .01 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El género determina en un 55% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento.

El género determina en un .21 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la diversidad de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la diversidad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.25.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Accesorios para Tortugas

Masculino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	17	68.0	17	4.65
NO	8	32.0	8	4.13
Total	25	100	25	4.39

Femenino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	15	71.4	15	4.33
NO	6	28.6	6	4.17
Total	21	100	21	4.25

De las mujeres, el 68% sí sabe qué clase de accesorios para tortugas se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 32% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.64, mientras las que no lo conocen opinan 4.12. Es decir hay una diferencia de .52 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres, el 71% sí sabe qué clase de accesorios para tortugas se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 29% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras los que no lo conocen opinan 4.16. Es decir hay una diferencia de .17 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El género determina en un 70% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento.

El género determina en un .13 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la diversidad de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la diversidad de éstas en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.32.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Accesorios para Iguanas

Masculino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	13	52.0	13	3.69
NO	12	48.0	12	4.25
Total	25	100	25	3.97

Femenino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	47.6	10	4.10
NO	11	52.4	11	3.82
Total	21	100	21	3.96

De las mujeres, el 52% sí sabe qué clase de accesorios para iguanas se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 48% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.69, mientras las que no lo conocen opinan 4.25. Es decir hay una diferencia de .56 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres, el 48% sí sabe qué clase de accesorios para iguanas se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 52% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.10, mientras que los que no conocen opinan 3.81. Es decir hay una diferencia de .29 entre los que sí conocen con respecto a las que no.

El género determina en un 50% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento.

El género determina en un .02 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la diversidad de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la diversidad de éstas en comparación con otros acuarios cercanos, es de 3.95.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Pez mas Barato

Masculino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	19	76.0	19	4.42
NO	6	24.0	6	3.83
Total	25	100	25	4.13

Femenino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	13	61.9	13	4.23
NO	8	38.1	8	4.13
Total	21	100	21	4.18

De las mujeres, el 76% sí sabe cuál es el precio de los peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 24% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre el precio de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.42, mientras las que no lo conocen opinan 3.83. Es decir hay una diferencia de .56 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres, el 62% sí sabe cuál es el precio de los peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 38% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el precio de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.23, mientras que los que no conocen opinan 4.12. Es decir hay una diferencia de .11 entre los que sí conocen con respecto a las que no.

El género determina en un 69% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los peces que se venden en ese establecimiento.

El género determina en un .05 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.17.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Costo de Hamsters

Masculino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	13	52.0	13	4.08
NO	12	48.0	12	4.25
Total	25	100	25	4.16

Femenino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	47.6	10	4.30
NO	11	52.4	11	3.91
Total	21	100	21	4.10

De las mujeres, el 52% sí sabe cuál es el precio de los hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 48% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre el precio de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.07, mientras las que no lo conocen opinan 4.25. Es decir hay una diferencia de .18 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres, el 48% sí sabe cuál es el precio de los hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 52% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el precio de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.30, mientras que los que no conocen opinan 3.90. Es decir hay una diferencia de .40 entre los que sí conocen con respecto a las que no.

El género determina en un 50% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los hamsters que se venden en ese establecimiento.

El género determina en un .06 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.13.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Costo de Cuyos

Masculino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	11	44.0	11	4.00
NO	14	56.0	14	4.29
Total	25	100	25	4.14

Femenino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	47.6	10	4.00
NO	11	52.4	11	4.09
Total	21	100	21	4.05

De las mujeres, el 44% sí sabe cuál es el precio de los cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 56% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre el precio de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras las que no lo conocen opinan 4.28. Es decir hay una diferencia de .28 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres, el 48% sí sabe cuál es el precio de los cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 52% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el precio de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.09. Es decir hay una diferencia de .09 entre los que sí conocen con respecto a las que no.

El género determina en un 54% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los cuyos que se venden en ese establecimiento.

El género determina en un .10 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.10.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Costo de Conejos

Masculino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	40.0	10	4.20
NO	15	60.0	15	3.87
Total	25	100	25	4.03

Femenino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	12	57.1	12	4.25
NO	9	42.9	9	4.11
Total	21	100	21	4.18

De las mujeres, el 40% sí sabe cuál es el precio de los conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 60% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre el precio de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.20, mientras las que no lo conocen opinan 3.86. Es decir hay una diferencia de .34 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres, el 57% sí sabe cuál es el precio de los conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 43% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el precio de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.25, mientras que los que no conocen opinan 4.11. Es decir hay una diferencia de .14 entre los que sí conocen con respecto a las que no.

El género determina en un 52% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los conejos que se venden en ese establecimiento.

El género determina en un .15 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.09.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Costo de Tortugas

Masculino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	19	76.0	19	4.58
NO	6	24.0	6	4.83
Total	25	100	25	4.71

Femenino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	12	57.1	12	4.50
NO	9	42.9	9	4.33
Total	21	100	21	4.42

De las mujeres, el 76% sí sabe cuál es el precio de las tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 24% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre el precio de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.57, mientras las que no lo conocen opinan 4.83. Es decir hay una diferencia de .26 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres, el 57% sí sabe cuál es el precio de las tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 43% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el precio de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de .17 entre los que sí conocen con respecto a las que no.

El género determina en un 67% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de las tortugas que se venden en ese establecimiento.

El género determina en un .29 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de las tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.54.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Costo de Iguanas

Masculino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	40.0	10	4.20
NO	15	60.0	15	3.80
Total	25	100	25	4.00

Femenino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	14.3	3	4.33
NO	18	85.7	18	4.06
Total	21	100	21	4.19

De las mujeres, el 40% sí sabe cuál es el precio de las iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 60% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre el precio de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.20, mientras las que no lo conocen opinan 3.80. Es decir hay una diferencia de .40 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres, el 14% sí sabe cuál es el precio de las iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 86% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el precio de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que los que no conocen opinan 4.05. Es decir hay una diferencia de .28 entre los que sí conocen con respecto a las que no.

El género determina en un 73% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de las iguanas que se venden en ese establecimiento.

El género determina en un .19 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de las iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.08.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Costo Alimento de Pez

Masculino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	17	68.0	17	4.53
NO	8	32.0	8	4.25
Total	25	100	25	4.39

Femenino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	38.1	8	4.50
NO	13	61.9	13	3.85
Total	21	100	21	4.17

De las mujeres, el 68% sí sabe cuál es el precio de los alimentos para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 32% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre el precio de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.52, mientras las que no lo conocen opinan 4.25. Es decir hay una diferencia de .27 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres, el 38% sí sabe cuál es el precio de los alimentos para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 62% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el precio de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 3.84. Es decir hay una diferencia de .66 entre los que sí conocen con respecto a las que no.

El género determina en un 53% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento.

El género determina en un .21 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.26.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Costo Semillas de Hamsters

Masculino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	15	60.0	15	4.60
NO	10	40.0	10	4.10
Total	25	100	25	4.35

Femenino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	38.1	8	4.25
NO	13	61.9	13	3.85
Total	21	100	21	4.05

De las mujeres, el 60% sí sabe cuál es el precio de los alimentos para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 40% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre el precio de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.60, mientras las que no lo conocen opinan 4.10. Es decir hay una diferencia de .50 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres, el 38% sí sabe cuál es el precio de los alimentos para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 62% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el precio de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.25, mientras que los que no conocen opinan 3.84. Es decir hay una diferencia de .41 entre los que sí conocen con respecto a las que no.

El género determina en un 49% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento.

El género determina en un .31 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.21.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Costo Nutricubo de Cuyos

Masculino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	11	44.0	11	4.36
NO	14	56.0	14	4.29
Total	25	100	25	4.32

Femenino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	33.3	7	3.71
NO	14	66.7	14	4.14
Total	21	100	21	3.93

De las mujeres, el 44% sí sabe cuál es el precio de los alimentos para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 56% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre el precio de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.36, mientras las que no lo conocen opinan 4.28. Es decir hay una diferencia de .08 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres, el 33% sí sabe cuál es el precio de los alimentos para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 67% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el precio de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.71, mientras que los que no conocen opinan 4.14. Es decir hay una diferencia de .43 entre los que sí conocen con respecto a las que no.

El género determina en un 62% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento.

El género determina en un .40 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.16.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Costo Conejina

Masculino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	12	48.0	12	4.50
NO	13	52.0	13	4.23
Total	25	100	25	4.37

Femenino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	28.6	6	4.33
NO	15	71.4	15	4.07
Total	21	100	21	4.20

De las mujeres, el 48% sí sabe cuál es el precio de los alimentos para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 52% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre el precio de los alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras las que no lo conocen opinan 4.23. Es decir hay una diferencia de .27 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres, el 29% sí sabe cuál es el precio de los alimentos para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 71% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el precio de los alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que los que no conocen opinan 4.06. Es decir hay una diferencia de .27 entre los que sí conocen con respecto a las que no.

El género determina en un 62% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento.

El género determina en un .16 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.29.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Costo Tortuguetas

Masculino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	11	44.0	11	4.82
NO	14	56.0	14	4.29
Total	25	100	25	4.55

Femenino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	42.9	9	4.11
NO	12	57.1	12	4.00
Total	21	100	21	4.06

De las mujeres, el 44% sí sabe cuál es el precio de los alimentos para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 56% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre el precio de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.81, mientras las que no lo conocen opinan 4.28. Es decir hay una diferencia de .53 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres, el 43% sí sabe cuál es el precio de los alimentos para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 57% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el precio de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.11, mientras que los que no conocen opinan 4.00. Es decir hay una diferencia de .11 entre los que sí conocen con respecto a las que no.

El género determina en un 57% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento.

El género determina en un .50 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.32.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Costo Alimento Iguanas

Masculino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	14	56.0	14	4.36
NO	11	44.0	11	4.18
Total	25	100	25	4.27

Femenino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	12	57.1	12	4.17
NO	9	42.9	9	3.89
Total	21	100	21	4.03

De las mujeres, el 56% sí sabe cuál es el precio de los alimentos para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 44% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre el precio de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.35, mientras las que no lo conocen opinan 4.18. Es decir hay una diferencia de .17 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres, el 57% sí sabe cuál es el precio de los alimentos para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 43% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el precio de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.16, mientras que los que no conocen opinan 3.88. Es decir hay una diferencia de .28 entre los que sí conocen con respecto a las que no.

El género determina en un 57% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento.

El género determina en un .24 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.15.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Costo Pecera Rectangular

Masculino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	18	72.0	18	4.67
NO	7	28.0	7	4.57
Total	25	100	25	4.62

Femenino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	18	85.7	18	4.17
NO	3	14.3	3	4.67
Total	21	100	21	4.42

De las mujeres, el 72% sí sabe cuál es el precio de los accesorios para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 28% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre el precio de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.66, mientras las que no lo conocen opinan 4.57. Es decir hay una diferencia de .08 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres, el 86% sí sabe cuál es el precio de los accesorios para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 14% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el precio de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.16, mientras que los que no conocen opinan 4.66. Es decir hay una diferencia de .50 entre los que sí conocen con respecto a las que no.

El género determina en un 79% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento.

El género determina en un .20 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.50.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Costo Jaula de Tunel

Masculino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	36.0	9	4.44
NO	16	64.0	16	4.13
Total	25	100	25	4.28

Femenino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	38.1	8	3.88
NO	13	61.9	13	4.38
Total	21	100	21	4.13

De las mujeres, el 36% sí sabe cuál es el precio de los accesorios para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 64% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre el precio de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.44, mientras las que no lo conocen opinan 4.12. Es decir hay una diferencia de .32 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres, el 38% sí sabe cuál es el precio de los accesorios para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 62% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el precio de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.87, mientras que los que no conocen opinan 4.38. Es decir hay una diferencia de .51 entre los que sí conocen con respecto a las que no.

El género determina en un 63% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento.

El género determina en un .16 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.20.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Costo Bebedero de Balin

Masculino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	13	52.0	13	4.08
NO	12	48.0	12	4.17
Total	25	100	25	4.12

Femenino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	11	52.4	11	4.18
NO	10	47.6	10	4.00
Total	21	100	21	4.09

De las mujeres, el 52% sí sabe cuál es el precio de los accesorios para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 48% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre el precio de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.07, mientras las que no lo conocen opinan 4.16. Es decir hay una diferencia de .09 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres, el 52% sí sabe cuál es el precio de los accesorios para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 48% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el precio de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.18, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de .18 entre los que sí conocen con respecto a las que no.

El género determina en un 79% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento.

El género determina en un .03 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.10.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Costo Jaula para Conejo

Masculino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	14	56.0	14	4.21
NO	11	44.0	11	4.09
Total	25	100	25	4.15

Femenino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	33.3	7	4.29
NO	14	66.7	14	4.29
Total	21	100	21	4.29

De las mujeres, el 56% sí sabe cuál es el precio de los accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 44% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre el precio de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.21, mientras las que no lo conocen opinan 4.09. Es decir hay una diferencia de .12 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres, el 33% sí sabe cuál es el precio de los accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 67% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el precio de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.28, mientras que los que no conocen opinan 4.28. Es decir no hay una diferencia entre los que sí conocen con respecto a las que no.

El género determina en un 56% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento.

El género determina en un .13 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.21.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Costo Tortuguero de Riñon

Masculino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	15	60.0	15	4.40
NO	10	40.0	10	4.20
Total	25	100	25	4.30

Femenino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	11	52.4	11	4.36
NO	10	47.6	10	4.50
Total	21	100	21	4.43

De las mujeres, el 60% sí sabe cuál es el precio de los accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 40% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre el precio de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.40, mientras las que no lo conocen opinan 4.20. Es decir hay una diferencia de .20 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres, el 52% sí sabe cuál es el precio de los accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 48% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el precio de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.36, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de .14 entre los que sí conocen con respecto a las que no.

El género determina en un 56% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento.

El género determina en un .13 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.36.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Costo Pecera de Iguana

Masculino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	16	64.0	16	4.19
NO	9	36.0	9	4.22
Total	25	100	25	4.20

Femenino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	47.6	10	4.10
NO	11	52.4	11	3.73
Total	21	100	21	3.91

De las mujeres, el 64% sí sabe cuál es el precio de los accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 36% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre el precio de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.18, mientras las que no lo conocen opinan 4.22. Es decir hay una diferencia de .04 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres, el 48% sí sabe cuál es el precio de los accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 52% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el precio de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.10, mientras que los que no conocen opinan 3.72. Es decir hay una diferencia de .38 entre los que sí conocen con respecto a las que no.

El género determina en un 56% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento.

El género determina en un .29 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.05.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Servicios - Mantenimiento de Peceras

Masculino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	12	48.0	12	4.17
NO	13	52.0	13	4.54
Total	25	100	25	4.35

Femenino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	38.1	8	3.63
NO	13	61.9	13	4.38
Total	21	100	21	4.00

De las mujeres, el 48% sí sabe cuál es el servicio de instalación y / o mantenimiento de peceras que ofrece el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 52% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen con el servicio de instalación y / o mantenimiento de peceras de ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.16, mientras las que no lo conocen opinan 4.53. Es decir hay una diferencia de .37 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres, el 38% sí sabe cuál es el servicio de instalación y / o mantenimiento de peceras que ofrece el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 62% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen con el servicio de instalación y o mantenimiento de peceras de ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.62, mientras que los que no conocen opinan 4.38. Es decir hay una diferencia de .76 entre los que sí conocen con respecto a las que no.

El género determina en un 57% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al servicio de instalación y / o mantenimiento de peceras que ofrece ese establecimiento.

El género determina en un .35 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al servicio de instalación y / o mantenimiento de peceras que ofrece ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al servicio de instalación y / o mantenimiento de peceras que ofrece el Acuario Pro-Hogar en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.20.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Servicios - Sistema de Apartado

Masculino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	18	72.0	18	4.56
NO	7	28.0	7	4.29
Total	25	100	25	4.42

Femenino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	42.9	9	4.22
NO	12	57.1	12	4.25
Total	21	100	21	4.24

De las mujeres, el 72% sí sabe cuál es el servicio de apartado que ofrece el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 28% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen con el el servicio de apartado de ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.55, mientras las que no lo conocen opinan 4.28. Es decir hay una diferencia de .27 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres, el 43% sí sabe cuál es el servicio de apartado que ofrece el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 57% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen con el servicio de apartado de ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.22, mientras que los que no conocen opinan 4.25. Es decir hay una diferencia de .03 entre los que sí conocen con respecto a las que no.

El género determina en un 58% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al servicio de apartado que ofrece ese establecimiento.

El género determina en un .19 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al servicio de apartado que ofrece ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al servicio de apartado que ofrece el Acuario Pro-Hogar en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.35.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Atn. al Cliente - Amabilidad

Masculino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	21	84.0	21	4.81
NO	4	16.0	4	4.75
Total	25	100	25	4.78

Femenino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	20	95.2	20	4.75
NO	1	4.8	1	4.00
Total	21	100	21	4.38

De las mujeres, el 84% sí conocen los gestos que tiene el personal del Acuario Pro-Hogar cuando entran a ese establecimiento, mientras que el 16% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad de atención recibida por parte del personal en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.80, mientras las que no lo conocen opinan 4.75. Es decir hay una diferencia de .05 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres, el 95% sí conocen los gestos que tiene el personal del Acuario Pro-Hogar cuando entran a ese establecimiento, mientras que el 5% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad de atención recibida por parte del personal en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.75, mientras los que no lo conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de .75 entre los que sí conocen con respecto a las que no.

El género determina en un 90% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la calidad de atención recibida por parte del personal en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El género determina en un .40 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la calidad de atención recibida por parte del personal en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la calidad de atención recibida por parte del personal en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.69.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Atn. al Cliente - Eficiencia

Masculino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	18	72.0	18	4.78
NO	7	28.0	7	4.14
Total	25	100	25	4.46

Femenino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	14	66.7	14	4.79
NO	7	33.3	7	3.57
Total	21	100	21	4.18

De las mujeres, el 72% sí conocen la rapidez con que les atiende el personal del Acuario Pro-Hogar, mientras que el 28% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.77, mientras las que no lo conocen opinan 4.14. Es decir hay una diferencia de .63 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los hombres, el 67% sí conocen la rapidez con que les atiende el personal del Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.78, mientras los que no lo conocen opinan 3.57. Es decir hay una diferencia de 1.21 entre los que sí conocen con respecto a las que no.

El género determina en un 70% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El género determina en un .29 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.31.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Atn. al Cliente - Conocimientos

Masculino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	25	100.0	25	4.80
NO	0	0.0	0	0.00
Total	25	100	25	4.80

Femenino

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	19	90.5	19	4.74
NO	2	9.5	2	4.00
Total	21	100	21	4.37

De las mujeres, el 100% percibe conocimiento en las respuestas del personal del Acuario Pro-Hogar. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.80.

De los hombres, el 90% percibe conocimiento en las respuestas del personal del Acuario Pro-Hogar, mientras que el 10% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.73, mientras los que no lo conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de .73 entre los que sí conocen con respecto a las que no.

El género determina en un 95% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la confiabilidad del personal percibida a través de las respuestas que les dieron durante sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El género determina en un .44 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la confiabilidad del personal percibida a través de las respuestas que les dieron durante sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la confiabilidad del personal percibida a través de las respuestas que les dieron durante sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos., es de 4.38.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

VARIABLE SOCIODEMOGRÁFICA: *EDAD*

Tipo de Peces

0 a 10 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	0	0	0	0.00

11 a 20 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	77.8	7	4.14
NO	2	22.2	2	5.00
Total	9	100	9	4.57

21 a 30 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	13	86.7	13	4.38
NO	2	13.3	2	4.00
Total	15	100	15	4.19

31 a 40 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	100.0	8	4.38
NO	0	0.0	0	0.00
Total	8	100	8	4.38

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

41 a 50 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	100.0	6	4.83
NO	0	0.0	0	0.00
Total	6	100	6	4.83

Más de 51 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	100.0	6	4.83
NO	0	0.0	0	0.00
Total	6	100	6	4.83

No se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con un rango de edad de 0 a 10 años.

En el rango de 11 a 20 años, el 78 % sí sabe qué tipo de peces se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 22% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.14, mientras las que no lo conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de .86 entre los que sí conocen con respecto a las que no.

En el rango de 21 a 30 años, el 87 % sí sabe qué tipo de peces se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 13% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.38, mientras las que no lo conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de .38 entre los que sí conocen con respecto a las que no.

En el rango de 31 a 40 años, el 100 % sí sabe qué tipo de peces se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.37.

En el rango de 41 a 50 años, el 100 % sí sabe qué tipo de peces se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.83.

En el rango de 51 en adelante, el 50% sí sabe qué tipo de peces se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.75, mientras las que no lo conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de .25 entre los que sí conocen con respecto a las que no.

La edad determina en un 83% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar, de todas las edades, respecto al tipo de peces que se venden en ese establecimiento.

La edad determina en un .38 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 21 a 30 años del Acuario Pro-Hogar respecto a la variedad de peces que se venden en ese

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .19 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 31 a 40 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .26 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .69 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .19 la opinión de los clientes de 21 a 30 años con relación a los clientes de 31 a 40 años, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .64 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .31 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 51 años en adelante, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .45 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .5 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .95 la opinión de los clientes de 41 a 50 con relación a los clientes de 51 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar, de todas las edades, respecto al tipo de peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la variedad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.29, de acuerdo a la edad.

Tipo de Hamsters

0 a 10 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	0	0	0	0.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

11 a 20 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	77.8	7	4.14
NO	2	22.2	2	5.00
Total	9	100	9	4.57

21 a 30 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	11	73.3	11	3.64
NO	4	26.7	4	3.00
Total	15	100	15	3.32

31 a 40 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	62.5	5	4.00
NO	3	37.5	3	4.00
Total	8	100	8	4.00

41 a 50 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	33.3	2	4.00
NO	4	66.7	4	4.50
Total	6	100	6	4.25

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Más de 51 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	33.3	2	4.00
NO	4	66.7	4	4.50
Total	6	100	6	4.25

No se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con un rango de edad de 0 a 10 años.

En el rango de 11 a 20 años, el 78 % sí sabe qué tipo de hamsters se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 22% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.14, mientras las que no lo conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de .86 entre los que sí conocen con respecto a las que no.

En el rango de 21 a 30 años, el 73% sí sabe qué tipo de hamsters se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 27% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.63, mientras las que no lo conocen opinan 3. Es decir hay una diferencia de .63 entre los que sí conocen con respecto a las que no.

En el rango de 31 a 40 años, el 63% sí sabe qué tipo de hamsters se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 37% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras las que no lo conocen opinan 4. Es decir no hay una diferencia entre las que sí conocen con respecto a las que no.

En el rango de 41 a 50 años, el 33% sí sabe qué tipo de hamsters se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 67% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras los que no lo conocen opinan 4.5. Es decir hay una diferencia de .5 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 51 en adelante, el 63% sí sabe qué tipo de hamsters se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 37% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.80, mientras las que no lo conocen opinan 3. Es decir hay una diferencia de .80 entre los que sí conocen con respecto a las que no.

La edad determina en un 65% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de hamsters que se venden en ese establecimiento.

La edad determina en un 1.25 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 21 a 30 años del Acuario Pro-Hogar respecto a la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .57 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 31 a 40 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .32 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de hamsters que se venden en ese

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un 1.17 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .68 la opinión de los clientes de 21 a 30 años con relación a los clientes de 31 a 40 años, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .93 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .08 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 51 años en adelante, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .25 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .60 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .85 la opinión de los clientes de 41 a 50 con relación a los clientes de 51 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la variedad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 3.83, de acuerdo a la edad.

Tipo de Cuyos

0 a 10 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	0	0	0	0.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

11 a 20 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	33.3	3	4.33
NO	6	66.7	6	3.83
Total	9	100	9	4.08

21 a 30 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	33.3	5	3.40
NO	10	66.7	10	3.60
Total	15	100	15	3.50

31 a 40 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	37.5	3	4.33
NO	5	62.5	5	3.60
Total	8	100	8	3.97

41 a 50 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	4.67
NO	3	50.0	3	3.67
Total	6	100	6	4.17

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Más de 51 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	4.67
NO	3	50.0	3	3.67
Total	6	100	6	4.17

No se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con un rango de edad de 0 a 10 años.

En el rango de 11 a 20 años, el 33 % sí sabe qué tipo de cuyos se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 67% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras los que no lo conocen opinan 3.83. Es decir hay una diferencia de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 21 a 30 años, el 33% sí sabe qué tipo de cuyos se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 67% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.40, mientras los que no lo conocen opinan 3.60. Es decir hay una diferencia de .20 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 31 a 40 años, el 38% sí sabe qué tipo de cuyos se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 62% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras los que no lo conocen opinan 3.60. Es decir hay una diferencia de .73 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 41 a 50 años, el 50% sí sabe qué tipo de cuyos se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.66, mientras los que no lo conocen opinan 3.66. Es decir hay una diferencia de 1 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 51 en adelante, el 63% sí sabe qué tipo de cuyos se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 37% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.40, mientras los que no lo conocen opinan 2.66. Es decir hay una diferencia de .74 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La edad determina en un 59% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de cuyos que se venden en ese establecimiento.

La edad determina en un .58 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 21 a 30 años del Acuario Pro-Hogar respecto a la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .11 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 31 a 40 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .09 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de cuyos que se venden en ese

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un 1.04 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .47 la opinión de los clientes de 21 a 30 años con relación a los clientes de 31 a 40 años, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .67 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .46 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 51 años en adelante, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .20 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .93 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un 1.13 la opinión de los clientes de 41 a 50 con relación a los clientes de 51 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la variedad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 3.72, de acuerdo a la edad.

Tipo de Conejos

0 a 10 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	0	0	0	0.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

11 a 20 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	55.6	5	4.40
NO	4	44.4	4	3.75
Total	9	100	9	4.08

21 a 30 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	46.7	7	4.14
NO	8	53.3	8	3.88
Total	15	100	15	4.01

31 a 40 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	37.5	3	4.33
NO	5	62.5	5	3.80
Total	8	100	8	4.07

41 a 50 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	4.33
NO	3	50.0	3	4.33
Total	6	100	6	4.33

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Más de 51 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	4.33
NO	3	50.0	3	4.33
Total	6	100	6	4.33

No se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con un rango de edad de 0 a 10 años.

En el rango de 11 a 20 años, el 56% sí sabe qué tipo de conejos se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 44% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.40, mientras los que no lo conocen opinan 3.75. Es decir hay una diferencia de .65 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 21 a 30 años, el 47% sí sabe qué tipo de conejos se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 53% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.14, mientras los que no lo conocen opinan 3.87. Es decir hay una diferencia de .27 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 31 a 40 años, el 38% sí sabe qué tipo de conejos se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 62% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras los que no lo conocen opinan 3.80. Es decir hay una diferencia de .53 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 41 a 50 años, el 50% sí sabe qué tipo de conejos se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras los que no lo conocen opinan 4.33. Es decir no hay una diferencia entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 51 en adelante, el 63% sí sabe qué tipo de conejos se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 37% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.40, mientras los que no lo conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de .93 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La edad determina en un 50% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de conejos que se venden en ese establecimiento.

La edad determina en un .07 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 21 a 30 años del Acuario Pro-Hogar respecto a la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .01 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 31 a 40 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .25 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de conejos que se venden en ese

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .21 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .06 la opinión de los clientes de 21 a 30 años con relación a los clientes de 31 a 40 años, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .32 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .14 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 51 años en adelante, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .26 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .20 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .46 la opinión de los clientes de 41 a 50 con relación a los clientes de 51 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la variedad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.02, de acuerdo a la edad.

Tipo de Tortugas

0 a 10 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	0	0	0	0.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

11 a 20 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	77.8	7	4.43
NO	2	22.2	2	5.00
Total	9	100	9	4.71

21 a 30 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	11	73.3	11	4.36
NO	4	26.7	4	4.25
Total	15	100	15	4.31

31 a 40 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	62.5	5	4.00
NO	3	37.5	3	3.67
Total	8	100	8	3.83

41 a 50 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	66.7	4	4.75
NO	2	33.3	2	5.00
Total	6	100	6	4.88

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Más de 51 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	66.7	4	4.75
NO	2	33.3	2	5.00
Total	6	100	6	4.88

No se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con un rango de edad de 0 a 10 años.

En el rango de 11 a 20 años, el 78% sí sabe qué tipo de tortugas se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 22% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.42, mientras los que no lo conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de .58 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 21 a 30 años, el 73% sí sabe qué tipo de tortugas se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 27% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.36, mientras los que no lo conocen opinan 4.25. Es decir hay una diferencia de .11 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 31 a 40 años, el 63% sí sabe qué tipo de tortugas se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 37% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras los que no lo conocen opinan 3.66. Es decir hay una diferencia de .34 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 41 a 50 años, el 67% sí sabe qué tipo de tortugas se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.75, mientras los que no lo conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de .25 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 51 en adelante, el 75% sí sabe qué tipo de tortugas se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 25% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.50, mientras los que no lo conocen opinan 3. Es decir hay una diferencia de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La edad determina en un 72% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de tortugas que se venden en ese establecimiento.

La edad determina en un .41 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 21 a 30 años del Acuario Pro-Hogar respecto a la variedad de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .88 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 31 a 40 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .16 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de tortugas que se venden en ese

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un 1.47 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .47 la opinión de los clientes de 21 a 30 años con relación a los clientes de 31 a 40 años, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .57 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un 1.06 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 51 años en adelante, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un 1.04 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .59 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un 1.63 la opinión de los clientes de 41 a 50 con relación a los clientes de 51 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la variedad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.18, de acuerdo a la edad.

Tipo de Iguanas

0 a 10 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	0	0	0	0.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

11 a 20 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	88.9	8	4.50
NO	1	11.1	1	5.00
Total	9	100	9	4.75

21 a 30 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	60.0	9	4.33
NO	6	40.0	6	4.17
Total	15	100	15	4.25

31 a 40 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	37.5	3	3.33
NO	5	62.5	5	4.20
Total	8	100	8	3.77

41 a 50 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	3.33
NO	3	50.0	3	4.00
Total	6	100	6	3.67

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Más de 51 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	3.33
NO	3	50.0	3	4.00
Total	6	100	6	3.67

No se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con un rango de edad de 0 a 10 años.

En el rango de 11 a 20 años, el 89% sí sabe qué tipo de iguanas se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 11% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras los que no lo conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 21 a 30 años, el 60% sí sabe qué tipo de iguanas se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 40% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras los que no lo conocen opinan 4.16. Es decir hay una diferencia de .17 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 31 a 40 años, el 38% sí sabe qué tipo de iguanas se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 62% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.33, mientras los que no lo conocen opinan 4.20. Es decir hay una diferencia de .87 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 41 a 50 años, el 50% sí sabe qué tipo de iguanas se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.33, mientras los que no lo conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de .67 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 51 en adelante, el 88% sí sabe qué tipo de iguanas se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 12% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.57, mientras los que no lo conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de .43 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La edad determina en un 65% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de iguanas que se venden en ese establecimiento.

La edad determina en un .5 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 21 a 30 años del Acuario Pro-Hogar respecto a la variedad de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .98 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 31 a 40 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un 1.08 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de iguanas que se venden en ese

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .96 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .48 la opinión de los clientes de 21 a 30 años con relación a los clientes de 31 a 40 años, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .58 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .46 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 51 años en adelante, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .10 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .02 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .12 la opinión de los clientes de 41 a 50 con relación a los clientes de 51 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la variedad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.09, de acuerdo a la edad.

Alimento de Peces

0 a 10 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	0	0	0	0.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

11 a 20 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	88.9	8	4.75
NO	1	11.1	1	5.00
Total	9	100	9	4.88

21 a 30 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	66.7	10	4.80
NO	5	33.3	5	4.60
Total	15	100	15	4.70

31 a 40 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	62.5	5	4.80
NO	3	37.5	3	3.33
Total	8	100	8	4.07

41 a 50 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	66.7	4	5.00
NO	2	33.3	2	5.00
Total	6	100	6	5.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Más de 51 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	66.7	4	5.00
NO	2	33.3	2	5.00
Total	6	100	6	5.00

No se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con un rango de edad de 0 a 10 años.

En el rango de 11 a 20 años, el 89% sí sabe qué clase de alimentos para peces se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 11% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.75, mientras los que no lo conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de .25 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 21 a 30 años, el 67% sí sabe qué clase de alimentos para peces se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.80, mientras los que no lo conocen opinan 4.60. Es decir hay una diferencia de .20 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 31 a 40 años, el 63% sí sabe qué clase de alimentos para peces se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 37% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.80, mientras los que no lo conocen opinan 3.33. Es decir hay una diferencia de 1.47 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 41 a 50 años, el 67% sí sabe qué clase de alimentos para peces se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras los que no lo conocen opinan 5. Es decir no hay diferencia entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 51 en adelante, el 75% sí sabe qué clase de alimentos para peces se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 25% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.83, mientras las que no lo conocen opinan 3. Es decir hay una diferencia de .83 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La edad determina en un 72% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de alimento para peces que se vende en ese establecimiento.

La edad determina en un .18 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 21 a 30 años del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .81 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 31 a 40 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .12 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para peces que se vende en ese

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un 1.46 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .63 la opinión de los clientes de 21 a 30 años con relación a los clientes de 31 a 40 años, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .30 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un 1.28 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 51 años en adelante, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .93 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .65 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un 1.58 la opinión de los clientes de 41 a 50 con relación a los clientes de 51 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de alimento para peces que se vende en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la calidad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.39, de acuerdo a la edad.

Alimento de Hamsters

0 a 10 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	0	0	0	0.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

11 a 20 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	66.7	6	4.33
NO	3	33.3	3	5.00
Total	9	100	9	4.67

21 a 30 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	66.7	10	4.20
NO	5	33.3	5	4.00
Total	15	100	15	4.10

31 a 40 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	62.5	5	4.00
NO	3	37.5	3	3.67
Total	8	100	8	3.83

41 a 50 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	4.33
NO	3	50.0	3	5.00
Total	6	100	6	4.67

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Más de 51 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	4.33
NO	3	50.0	3	5.00
Total	6	100	6	4.67

No se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con un rango de edad de 0 a 10 años.

En el rango de 11 a 20 años, el 67% sí sabe qué clase de alimentos para hamsters se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras los que no lo conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de .67 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 21 a 30 años, el 67% sí sabe qué clase de alimentos para hamsters se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.20, mientras los que no lo conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de .20 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 31 a 40 años, el 63% sí sabe qué clase de alimentos para hamsters se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 37% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras los que no lo conocen opinan 3.66. Es decir hay una diferencia de .34 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 41 a 50 años, el 50% sí sabe qué clase de alimentos para hamsters se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras los que no lo conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de .67 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 51 en adelante, el 63% sí sabe qué clase de alimentos para hamsters se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 37% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.60, mientras las que no lo conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de .27 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La edad determina en un 63% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento.

La edad determina en un .57 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 21 a 30 años del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .83 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 31 a 40 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un 0 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para hamsters que se vende en ese

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .20 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .26 la opinión de los clientes de 21 a 30 años con relación a los clientes de 31 a 40 años, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .57 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .37 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 51 años en adelante, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .83 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .63 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .20 la opinión de los clientes de 41 a 50 con relación a los clientes de 51 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de alimento para hamsters que se vende en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la calidad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.31, de acuerdo a la edad.

Alimento de Cuyos

0 a 10 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	0	0	0	0.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

11 a 20 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	77.8	7	3.86
NO	2	22.2	2	5.00
Total	9	100	9	4.43

21 a 30 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	60.0	9	4.11
NO	6	40.0	6	3.83
Total	15	100	15	3.97

31 a 40 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	62.5	5	3.20
NO	3	37.5	3	3.67
Total	8	100	8	3.43

41 a 50 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	3.33
NO	3	50.0	3	4.67
Total	6	100	6	4.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Más de 51 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	3.33
NO	3	50.0	3	4.67
Total	6	100	6	4.00

No se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con un rango de edad de 0 a 10 años.

En el rango de 11 a 20 años, el 78% sí sabe qué clase de alimentos para cuyos se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 22% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para cuyos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.85, mientras los que no lo conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de 1.15 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 21 a 30 años, el 60% sí sabe qué clase de alimentos para cuyos se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 40% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para cuyos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.11, mientras los que no lo conocen opinan 3.83. Es decir hay una diferencia de .28 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 31 a 40 años, el 63% sí sabe qué clase de alimentos para cuyos se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 37% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para cuyos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.2, mientras los que no lo conocen opinan 3.66. Es decir hay una diferencia de .46 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 41 a 50 años, el 50% sí sabe qué clase de alimentos para cuyos se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para cuyos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.33, mientras los que no lo conocen opinan 4.66. Es decir hay una diferencia de 1.33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 51 en adelante, el 50% sí sabe qué clase de alimentos para cuyos se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para cuyos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras las que no lo conocen opinan 4.25. Es decir hay una diferencia de .25 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La edad determina en un 61% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de alimento para cuyos que se vende en ese establecimiento.

La edad determina en un .46 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 21 a 30 años del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de alimento para cuyos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .99 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 31 a 40 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para cuyos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .43 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para cuyos que se vende en ese

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .05 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para cuyos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .53 la opinión de los clientes de 21 a 30 años con relación a los clientes de 31 a 40 años, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para cuyos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .03 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para cuyos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .41 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 51 años en adelante, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .56 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para cuyos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .94 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, v en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .38 la opinión de los clientes de 41 a 50 con relación a los clientes de 51 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para cuyos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de alimento para cuyos que se vende en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la calidad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.01, de acuerdo a la edad.

Alimento de Conejos

0 a 10 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	0	0	0	0.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

11 a 20 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	66.7	6	4.17
NO	3	33.3	3	4.67
Total	9	100	9	4.42

21 a 30 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	60.0	9	4.33
NO	6	40.0	6	3.50
Total	15	100	15	3.92

31 a 40 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	62.5	5	3.20
NO	3	37.5	3	3.67
Total	8	100	8	3.43

41 a 50 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	4.00
NO	3	50.0	3	4.33
Total	6	100	6	4.17

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Más de 51 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	4.00
NO	3	50.0	3	4.33
Total	6	100	6	4.17

No se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con un rango de edad de 0 a 10 años.

En el rango de 11 a 20 años, el 67% sí sabe qué clase de alimentos para conejos se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para conejos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.16, mientras los que no lo conocen opinan 4.66. Es decir hay una diferencia de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 21 a 30 años, el 60% sí sabe qué clase de alimentos para conejos se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 40% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para conejos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras los que no lo conocen opinan 3.50. Es decir hay una diferencia de .83 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 31 a 40 años, el 63% sí sabe qué clase de alimentos para conejos se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 37% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para conejos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.2, mientras los que no lo conocen opinan 3.66. Es decir hay una diferencia de .46 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 41 a 50 años, el 50% sí sabe qué clase de alimentos para conejos se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para conejos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras los que no lo conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de .33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 51 en adelante, el 50% sí sabe qué clase de alimentos para conejos se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para conejos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras las que no lo conocen opinan 4.25. Es decir hay una diferencia de .25 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La edad determina en un 59% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de alimento para conejos que se vende en ese establecimiento.

La edad determina en un .5 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 21 a 30 años del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de alimento para conejos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .98 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 31 a 40 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para conejos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .25 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para conejos que se vende en ese

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .04 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para conejos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .48 la opinión de los clientes de 21 a 30 años con relación a los clientes de 31 a 40 años, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para conejos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .25 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para conejos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .46 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 51 años en adelante, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para conejos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .73 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para conejos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .94 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para conejos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .21 la opinión de los clientes de 41 a 50 con relación a los clientes de 51 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para conejos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de alimento para conejos que se vende en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la calidad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.04, de acuerdo a la edad.

Alimento de Tortugas

0 a 10 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	0	0	0	0.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

11 a 20 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	66.7	6	4.50
NO	3	33.3	3	4.67
Total	9	100	9	4.58

21 a 30 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	11	73.3	11	4.64
NO	4	26.7	4	4.00
Total	15	100	15	4.32

31 a 40 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	62.5	5	3.60
NO	3	37.5	3	3.33
Total	8	100	8	3.47

41 a 50 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	4.33
NO	3	50.0	3	4.33
Total	6	100	6	4.33

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Más de 51 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	4.33
NO	3	50.0	3	4.33
Total	6	100	6	4.33

No se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con un rango de edad de 0 a 10 años.

En el rango de 11 a 20 años, el 67% sí sabe qué clase de alimentos para tortugas se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras los que no lo conocen opinan 4.66. Es decir hay una diferencia de .16 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 21 a 30 años, el 73% sí sabe qué clase de alimentos para tortugas se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 27% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.63, mientras los que no lo conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de .63 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 31 a 40 años, el 63% sí sabe qué clase de alimentos para tortugas se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 37% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.60, mientras los que no lo conocen opinan 3.33. Es decir hay una diferencia de .27 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 41 a 50 años, el 50% sí sabe qué clase de alimentos para tortugas se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras los que no lo conocen opinan 4.33. Es decir no hay diferencia entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 51 en adelante, el 63% sí sabe qué clase de alimentos para tortugas se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 37% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.20, mientras las que no lo conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de .13 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La edad determina en un 65% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento.

La edad determina en un .27 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 21 a 30 años del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un 1.12 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 31 a 40 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .26 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para tortugas que se venden en ese

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .32 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .85 la opinión de los clientes de 21 a 30 años con relación a los clientes de 31 a 40 años, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .01 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .05 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 51 años en adelante, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .86 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .80 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .06 la opinión de los clientes de 41 a 50 con relación a los clientes de 51 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de alimento para tortugas que se vende en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la calidad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.22, de acuerdo a la edad.

Alimento de Iguanas

0 a 10 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	0	0	0	0.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

11 a 20 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	33.3	3	5.00
NO	6	66.7	6	4.50
Total	9	100	9	4.75

21 a 30 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	53.3	8	4.38
NO	7	46.7	7	3.86
Total	15	100	15	4.12

31 a 40 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	37.5	3	3.67
NO	5	62.5	5	3.80
Total	8	100	8	3.73

41 a 50 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	4.33
NO	3	50.0	3	4.33
Total	6	100	6	4.33

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Más de 51 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	4.33
NO	3	50.0	3	4.33
Total	6	100	6	4.33

No se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con un rango de edad de 0 a 10 años.

En el rango de 11 a 20 años, el 33% sí sabe qué clase de alimentos para iguanas se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 67% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras los que no lo conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 21 a 30 años, el 53% sí sabe qué clase de alimentos para iguanas se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 47% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.37, mientras los que no lo conocen opinan 3.85. Es decir hay una diferencia de .52 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 31 a 40 años, el 38% sí sabe qué clase de alimentos para iguanas se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 62% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.66, mientras los que no lo conocen opinan 3.80. Es decir hay una diferencia de .14 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 41 a 50 años, el 50% sí sabe qué clase de alimentos para iguanas se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras los que no lo conocen opinan 4.33. Es decir no hay diferencia entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 51 en adelante, el 25% sí sabe qué clase de alimentos para iguanas se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 75% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras las que no lo conocen opinan 3.83. Es decir hay una diferencia de 1.17 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La edad determina en un 59% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento.

La edad determina en un .63 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 21 a 30 años del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de alimento para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un 1.01 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 31 a 40 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .42 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para iguanas que se venden en ese

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .33 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .38 la opinión de los clientes de 21 a 30 años con relación a los clientes de 31 a 40 años, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .21 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .30 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 51 años en adelante, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .59 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .68 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .09 la opinión de los clientes de 41 a 50 con relación a los clientes de 51 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de alimento para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de alimento para iguanas que se vende en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la calidad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.22, de acuerdo a la edad.

Accesorios para Peces

0 a 10 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	0	0	0	0.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

11 a 20 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	100.0	9	4.89
NO	0	0.0	0	0.00
Total	9	100	9	4.89

21 a 30 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	15	100.0	15	4.93
NO	0	0.0	0	0.00
Total	15	100	15	4.93

31 a 40 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	87.5	7	4.29
NO	1	12.5	1	5.00
Total	8	100	8	4.64

41 a 50 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	100.0	6	4.33
NO	0	0.0	0	0.00
Total	6	100	6	4.33

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Más de 51 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	100.0	6	4.33
NO	0	0.0	0	0.00
Total	6	100	6	4.33

No se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con un rango de edad de 0 a 10 años.

En el rango de 11 a 20 años, el 100% sí sabe qué clase de accesorios para peces se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.88.

En el rango de 21 a 30 años, el 100% sí sabe qué clase de accesorios para peces se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.93.

En el rango de 31 a 40 años, el 63% sí sabe qué clase de accesorios para peces se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 4% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.7, mientras los que no lo conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de .30 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 41 a 50 años, el 100% sí sabe qué clase de accesorios para peces se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de

En el rango de 51 en adelante, el 100% sí sabe qué clase de accesorios para peces se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de

La edad determina en un 98% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento.

La edad determina en un .04 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 21 a 30 años del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de accesorios para peces en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .24 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 31 a 40 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .56 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .26 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

La edad determina en un .28 la opinión de los clientes de 21 a 30 años con relación a los clientes de 31 a 40 años, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .60 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .30 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 51 años en adelante, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .32 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .02 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .30 la opinión de los clientes de 41 a 50 con relación a los clientes de 51 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de accesorios para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la diversidad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.84, de acuerdo a la edad.

Accesorios para Hamsters

0 a 10 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	0	0	0	0.00

11 a 20 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	66.7	6	5.00
NO	3	33.3	3	5.00
Total	9	100	9	5.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

21 a 30 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	46.7	7	4.29
NO	8	53.3	8	4.50
Total	15	100	15	4.39

31 a 40 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	37.5	3	4.00
NO	5	62.5	5	4.20
Total	8	100	8	4.10

41 a 50 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	33.3	2	3.00
NO	4	66.7	4	4.50
Total	6	100	6	3.75

Más de 51 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	33.3	2	3.00
NO	4	66.7	4	4.50
Total	6	100	6	3.75

No se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con un rango de edad de 0 a 10 años.

En el rango de 11 a 20 años, el 67% sí sabe qué clase de accesorios para hamsters se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras los que no lo conocen opinan 5. Es decir no hay diferencia entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 21 a 30 años, el 47% sí sabe qué clase de accesorios para hamsters se venden en el

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Acuario Pro-Hogar, mientras que el 53% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.28, mientras los que no lo conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de .22 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 31 a 40 años, el 38% sí sabe qué clase de accesorios para hamsters se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 62% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras los que no lo conocen opinan 4.20. Es decir hay una diferencia de .20 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 41 a 50 años, el 33% sí sabe qué clase de accesorios para hamsters se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 67% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3, mientras los que no lo conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de 1.50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 51 en adelante, el 75% sí sabe qué clase de accesorios para hamsters se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 25% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras los que no lo conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de .17 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La edad determina en un 52% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento.

La edad determina en un .20 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 21 a 30 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .90 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 31 a 40 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un 1.25 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .58 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .30 la opinión de los clientes de 21 a 30 años con relación a los clientes de 31 a 40 años, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .65 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .02 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 51 años en adelante, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .35 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

La edad determina en un .32 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .67 la opinión de los clientes de 41 a 50 con relación a los clientes de 51 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de accesorios para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la diversidad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.41, de acuerdo a la edad.

Accesorios para Cuyos

0 a 10 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	0	0	0	0.00

11 a 20 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	44.4	4	4.25
NO	5	55.6	5	4.60
Total	9	100	9	4.43

21 a 30 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	66.7	10	4.40
NO	5	33.3	5	4.20
Total	15	100	15	4.30

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

31 a 40 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	25.0	2	5.00
NO	6	75.0	6	3.83
Total	8	100	8	4.42

41 a 50 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	4.33
NO	3	50.0	3	4.00
Total	6	100	6	4.17

Más de 51 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	4.33
NO	3	50.0	3	4.00
Total	6	100	6	4.17

No se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con un rango de edad de 0 a 10 años.

En el rango de 11 a 20 años, el 44% sí sabe qué clase de accesorios para cuyos se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 56% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.25, mientras que no lo conocen opinan 4.60. Es decir hay una diferencia de opinión de .35 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 21 a 30 años, 67% sí sabe qué clase de accesorios para cuyos se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.40, mientras que no lo conocen opinan 4.20. Es decir hay una diferencia de opinión de .20 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 31 a 40 años, 25% sí sabe qué clase de accesorios para cuyos se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 75% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que no lo conocen opinan 3.83. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.17 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 41 a 50 años, 50% sí sabe qué clase de accesorios para cuyos se venden en el

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que no lo conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 51 en adelante, el 50% sí sabe qué clase de accesorios para cuyos se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que no lo conocen opinan 4.50. Es decir no hay diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La edad determina en un 50% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento.

La edad determina en un .13 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 21 a 30 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .01 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 31 a 40 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .26 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .07 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .12 la opinión de los clientes de 21 a 30 años con relación a los clientes de 31 a 40 años, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .13 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .20 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 51 años en adelante, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .25 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .08 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .33 la opinión de los clientes de 41 a 50 con relación a los clientes de 51 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de accesorios para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la diversidad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos. es de 4.32. de acuerdo a la edad.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Accesorios para Conejos

0 a 10 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	0	0	0	0.00

11 a 20 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	66.7	6	4.33
NO	3	33.3	3	4.00
Total	9	100	9	4.17

21 a 30 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	53.3	8	4.38
NO	7	46.7	7	4.43
Total	15	100	15	4.40

31 a 40 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	62.5	5	4.20
NO	3	37.5	3	4.00
Total	8	100	8	4.10

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

41 a 50 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	4.33
NO	3	50.0	3	4.00
Total	6	100	6	4.17

Más de 51 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	4.33
NO	3	50.0	3	4.00
Total	6	100	6	4.17

No se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con un rango de edad de 0 a 10 años.

En el rango de 11 a 20 años, el 67% sí conocen la clase de accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 21 a 30 años, el 53% sí conocen la clase de accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 47% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.37, mientras que los que no conocen opinan 4.42. Es decir hay una diferencia de opinión de .05 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 31 a 40 años, el 63% sí conocen la clase de accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 37% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.20, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .20 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 41 a 50 años, el 50% sí conocen la clase de accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 51 en adelante, el 38% sí conocen la clase de accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 62% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que los que no conocen opinan 4.20. Es decir hay una diferencia de opinión de .13 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La edad determina en un 54% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Pro-Hogar respecto a la clase de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento.

La edad determina en un .24 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 21 a 30 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .07 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 31 a 40 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en 0 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .10 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .31 la opinión de los clientes de 21 a 30 años con relación a los clientes de 31 a 40 años, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .24 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .14 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 51 años en adelante, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .07 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .17 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .10 la opinión de los clientes de 41 a 50 con relación a los clientes de 51 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la diversidad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.25, de acuerdo a la edad.

Accesorios para Tortugas

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

0 a 10 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	0	0	0	0.00

11 a 20 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	55.6	5	4.80
NO	4	44.4	4	4.50
Total	9	100	9	4.65

21 a 30 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	12	80.0	12	4.58
NO	3	20.0	3	4.00
Total	15	100	15	4.29

31 a 40 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	50.0	4	4.25
NO	4	50.0	4	4.00
Total	8	100	8	4.13

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

41 a 50 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	66.7	4	5.00
NO	2	33.3	2	4.00
Total	6	100	6	4.50

Más de 51 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	66.7	4	5.00
NO	2	33.3	2	4.00
Total	6	100	6	4.50

No se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con un rango de edad de 0 a 10 años.

En el rango de 11 a 20 años, el 56% sí conocen la clase de accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 44% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.80, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .30 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 21 a 30 años, el 80% sí conocen la clase de accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 20% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.58, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .58 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 31 a 40 años, el 50% sí conocen la clase de accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.25, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .25 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 41 a 50 años, el 67% sí conocen la clase de accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de 1 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 51 en adelante, el 88% sí conocen la clase de accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 12% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir no hay diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La edad determina en un 70% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento.

La edad determina en un .36 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 21 a 30 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .52 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 31 a 40 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .15 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .65 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .16 la opinión de los clientes de 21 a 30 años con relación a los clientes de 31 a 40 años, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .21 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .29 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 51 años en adelante, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .37 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .13 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .50 la opinión de los clientes de 41 a 50 con relación a los clientes de 51 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la diversidad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.32, de acuerdo a la edad.

Accesorios para Iguanas

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

0 a 10 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	0	0	0	0.00

11 a 20 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	55.6	5	4.00
NO	4	44.4	4	3.75
Total	9	100	9	3.88

21 a 30 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	60.0	9	3.89
NO	6	40.0	6	4.33
Total	15	100	15	4.11

31 a 40 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	37.5	3	4.00
NO	5	62.5	5	4.20
Total	8	100	8	4.10

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

41 a 50 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	66.7	4	4.25
NO	2	33.3	2	4.00
Total	6	100	6	4.13

Más de 51 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	66.7	4	4.25
NO	2	33.3	2	4.00
Total	6	100	6	4.13

No se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con un rango de edad de 0 a 10 años.

En el rango de 11 a 20 años, el 56% sí conocen la clase de accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 44% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 3.75. Es decir hay una diferencia de opinión de .25 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 21 a 30 años, el 60% sí conocen la clase de accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 40% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.88, mientras que los que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .45 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 31 a 40 años, el 38% sí conocen la clase de accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 62% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.20. Es decir hay una diferencia de opinión de .20 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 41 a 50 años, el 67% sí conocen la clase de accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.25, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .25 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 51 en adelante, el 25% sí conocen la clase de accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 75% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 2.50, mientras que los que no conocen opinan 3.83. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La edad determina en un 50% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Pro-Hogar respecto a la clase de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento.

La edad determina en un .23 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 21 a 30 años del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .22 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 31 a 40 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .25 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .71 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .01 la opinión de los clientes de 21 a 30 años con relación a los clientes de 31 a 40 años, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .02 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .94 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 51 años en adelante, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .03 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .93 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .96 la opinión de los clientes de 41 a 50 con relación a los clientes de 51 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la clase de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la clase de accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la diversidad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 3.95, de acuerdo a la edad.

Pez mas Barato

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

0 a 10 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	0	0	0	0.00

11 a 20 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	88.9	8	3.88
NO	1	11.1	1	4.00
Total	9	100	9	3.94

21 a 30 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	12	80.0	12	4.50
NO	3	20.0	3	4.00
Total	15	100	15	4.25

31 a 40 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	37.5	3	4.67
NO	5	62.5	5	4.20
Total	8	100	8	4.43

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

41 a 50 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	5.00
NO	3	50.0	3	4.33
Total	6	100	6	4.67

Más de 51 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	5.00
NO	3	50.0	3	4.33
Total	6	100	6	4.67

No se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con un rango de edad de 0 a 10 años.

En el rango de 11 a 20 años, el 89% sí conocen el precio de los peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 11% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.87, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .13 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 21 a 30 años, el 80% sí conocen el precio de los peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 20% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 31 a 40 años, el 38% sí conocen el precio de los peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 62% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.66, mientras que los que no conocen opinan 4.20. Es decir hay una diferencia de opinión de .46 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 41 a 50 años, el 50% sí conocen el precio de los peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .67 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 51 en adelante, el 75% sí conocen el precio de los peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 25% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.16, mientras que los que no conocen opinan 3. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.16 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La edad determina en un 70% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Pro-Hogar respecto a los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .31 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 21 a 30 años del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .5 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 31 a 40 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .73 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .35 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .19 la opinión de los clientes de 21 a 30 años con relación a los clientes de 31 a 40 años, del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .42 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .66 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 51 años en adelante, del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .23 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .85 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un 1.08 la opinión de los clientes de 41 a 50 con relación a los clientes de 51 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.17, de acuerdo a la edad.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Costo de Hamsters

0 a 10 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	0	0	0	0.00

11 a 20 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	55.6	5	4.20
NO	4	44.4	4	4.50
Total	9	100	9	4.35

21 a 30 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	60.0	9	4.33
NO	6	40.0	6	4.00
Total	15	100	15	4.17

31 a 40 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	37.5	3	4.00
NO	5	62.5	5	4.00
Total	8	100	8	4.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

41 a 50 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	66.7	4	4.25
NO	2	33.3	2	3.50
Total	6	100	6	3.88

Más de 51 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	66.7	4	4.25
NO	2	33.3	2	3.50
Total	6	100	6	3.88

No se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con un rango de edad de 0 a 10 años.

En el rango de 11 a 20 años, el 56% sí conocen el precio de los hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 44% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.20, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .30 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 21 a 30 años, el 60% sí conocen el precio de los hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 40% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 31 a 40 años, el 38% sí conocen el precio de los hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 62% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir no hay diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 41 a 50 años, el 67% sí conocen el precio de los hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.25, mientras que los que no conocen opinan 3.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .75 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 51 en adelante, el 25% sí conocen el precio de los hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 75% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.50, mientras que los que no conocen opinan 4.16. Es decir hay una diferencia de opinión de .66 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La edad determina en un 50% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Pro-Hogar respecto a los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .18 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 21 a 30 años del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .35 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 31 a 40 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .47 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .51 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .17 la opinión de los clientes de 21 a 30 años con relación a los clientes de 31 a 40 años, del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .29 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .33 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 51 años en adelante, del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .12 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .16 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .04 la opinión de los clientes de 41 a 50 con relación a los clientes de 51 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.13, de acuerdo a la edad.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Costo de Cuyos

0 a 10 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	0	0	0	0.00

11 a 20 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	66.7	6	4.33
NO	3	33.3	3	4.33
Total	9	100	9	4.33

21 a 30 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	40.0	6	4.00
NO	9	60.0	9	4.00
Total	15	100	15	4.00

31 a 40 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	37.5	3	3.33
NO	5	62.5	5	4.40
Total	8	100	8	3.87

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

41 a 50 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	33.3	2	4.00
NO	4	66.7	4	4.50
Total	6	100	6	4.25

Más de 51 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	33.3	2	4.00
NO	4	66.7	4	4.50
Total	6	100	6	4.25

No se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con un rango de edad de 0 a 10 años.

En el rango de 11 a 20 años, el 67% sí conocen el precio de los cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que los que no conocen opinan 4.33. Es decir no hay diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 21 a 30 años, el 40% sí conocen el precio de los cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 60% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir no hay diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 31 a 40 años, el 38% sí conocen el precio de los cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 62% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.33 mientras que los que no conocen opinan 4.40. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.07 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 41 a 50 años, el 33% sí conocen el precio de los cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 67% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 51 en adelante, el 50% sí conocen el precio de los cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir no hay diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La edad determina en un 54% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Pro-Hogar respecto a los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .33 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 21 a 30 años del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .46 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 31 a 40 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .08 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .33 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .13 la opinión de los clientes de 21 a 30 años con relación a los clientes de 31 a 40 años, del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .25 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en 0 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 51 años en adelante, del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .38 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .13 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .25 la opinión de los clientes de 41 a 50 con relación a los clientes de 51 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.10, de acuerdo a la edad.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Costo de Conejos

0 a 10 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	0	0	0	0.00

11 a 20 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	33.3	3	4.67
NO	6	66.7	6	4.50
Total	9	100	9	4.58

21 a 30 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	60.0	9	4.22
NO	6	40.0	6	3.83
Total	15	100	15	4.03

31 a 40 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	37.5	3	4.67
NO	5	62.5	5	3.00
Total	8	100	8	3.83

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

41 a 50 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	4.00
NO	3	50.0	3	4.33
Total	6	100	6	4.17

Más de 51 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	4.00
NO	3	50.0	3	4.33
Total	6	100	6	4.17

No se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con un rango de edad de 0 a 10 años.

En el rango de 11 a 20 años, el 33% sí conocen el precio de los conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 67% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.66, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .16 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 21 a 30 años, el 60% sí conocen el precio de los conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 40% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.22, mientras que los que no conocen opinan 3.83. Es decir hay una diferencia de opinión de .39 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 31 a 40 años, el 38% sí conocen el precio de los conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 62% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.66, mientras que los que no conocen opinan 3. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.66 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 41 a 50 años, el 50% sí conocen el precio de los conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 51 en adelante, el 50% sí conocen el precio de los conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.75, mientras que los que no conocen opinan 4.25. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La edad determina en un 52% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Pro-Hogar respecto a los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .56 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 21 a 30 años del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .75 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 31 a 40 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .42 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .59 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .19 la opinión de los clientes de 21 a 30 años con relación a los clientes de 31 a 40 años, del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .14 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .03 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 51 años en adelante, del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .33 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .16 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .17 la opinión de los clientes de 41 a 50 con relación a los clientes de 51 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.09, de acuerdo a la edad.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Costo de Tortugas

0 a 10 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	0	0	0	0.00

11 a 20 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	55.6	5	5.00
NO	4	44.4	4	4.75
Total	9	100	9	4.88

21 a 30 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	12	80.0	12	4.67
NO	3	20.0	3	4.33
Total	15	100	15	4.50

31 a 40 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	75.0	6	4.00
NO	2	25.0	2	4.50
Total	8	100	8	4.25

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

41 a 50 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	5.00
NO	3	50.0	3	4.33
Total	6	100	6	4.67

Más de 51 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	5.00
NO	3	50.0	3	4.33
Total	6	100	6	4.67

No se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con un rango de edad de 0 a 10 años.

En el rango de 11 a 20 años, el 56% sí conocen el precio de las tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 44% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 4.75. Es decir hay una diferencia de opinión de .25 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 21 a 30 años, el 80% sí conocen el precio de las tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 20% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.66, mientras que los que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 31 a 40 años, el 75% sí conocen el precio de las tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 25% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 41 a 50 años, el 50% sí conocen el precio de las tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .67 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 51 en adelante, el 63% sí conocen el precio de las tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 37% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.20, mientras que los que no conocen opinan 4.66. Es decir hay una diferencia de opinión de .46 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La edad determina en un 67% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Pro-Hogar respecto a los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .38 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 21 a 30 años del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .63 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 31 a 40 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .21 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .44 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .25 la opinión de los clientes de 21 a 30 años con relación a los clientes de 31 a 40 años, del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .17 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .06 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 51 años en adelante, del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .42 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .19 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .23 la opinión de los clientes de 41 a 50 con relación a los clientes de 51 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de las tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.54, de acuerdo a la edad.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Costo de Iguanas

0 a 10 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	0	0	0	0.00

11 a 20 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	1	11.1	1	4.00
NO	8	88.9	8	4.13
Total	9	100	9	4.06

21 a 30 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	46.7	7	4.43
NO	8	53.3	8	3.75
Total	15	100	15	4.09

31 a 40 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	25.0	2	3.50
NO	6	75.0	6	3.83
Total	8	100	8	3.67

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

41 a 50 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	4.33
NO	3	50.0	3	3.67
Total	6	100	6	4.00

Más de 51 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	4.33
NO	3	50.0	3	3.67
Total	6	100	6	4.00

No se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con un rango de edad de 0 a 10 años.

En el rango de 11 a 20 años, el 11% sí conocen el precio de las iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 89% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.12. Es decir hay una diferencia de opinión de .12 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 21 a 30 años, el 47% sí conocen el precio de las iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 53% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.42, mientras que los que no conocen opinan 3.75. Es decir hay una diferencia de opinión de .67 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 31 a 40 años, el 25% sí conocen el precio de las iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 75% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.50, mientras que los que no conocen opinan 3.83. Es decir hay una diferencia de opinión de .33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 41 a 50 años, el 50% sí conocen el precio de las iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que los que no conocen opinan 3.66. Es decir hay una diferencia de opinión de .67 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 51 en adelante, el 100% no conoce el precio de las iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que no conocen, el promedio de opinión sobre los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.12.

La edad determina en un 72% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

La edad determina en un .02 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 21 a 30 años del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .40 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 31 a 40 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .07 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .06 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .42 la opinión de los clientes de 21 a 30 años con relación a los clientes de 31 a 40 años, del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .09 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .04 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 51 años en adelante, del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .33 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .46 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .13 la opinión de los clientes de 41 a 50 con relación a los clientes de 51 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de las iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.08, de acuerdo a la edad.

Costo Alimento de Pez

0 a 10 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	0	0	0	0.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

11 a 20 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	66.7	6	4.17
NO	3	33.3	3	5.00
Total	9	100	9	4.58

21 a 30 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	11	73.3	11	4.64
NO	4	26.7	4	4.00
Total	15	100	15	4.32

31 a 40 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	37.5	3	4.00
NO	5	62.5	5	3.20
Total	8	100	8	3.60

41 a 50 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	5.00
NO	3	50.0	3	4.00
Total	6	100	6	4.50

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Más de 51 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	5.00
NO	3	50.0	3	4.00
Total	6	100	6	4.50

No se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con un rango de edad de 0 a 10 años.

En el rango de 11 a 20 años, el 67% sí conocen el precio de los alimentos para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.16, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de .84 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 21 a 30 años, el 73% sí conocen el precio de los alimentos para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 27% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.63, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .63 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 31 a 40 años, el 38% sí conocen el precio de los alimentos para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 62% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 3.20. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.20 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 41 a 50 años, el 50% sí conocen el precio de los alimentos para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de 1 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 51 en adelante, el 25% sí conocen el precio de los alimentos para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 75% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 4.16. Es decir hay una diferencia de opinión de .84 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La edad determina en un 54% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .27 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 21 a 30 años del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .99 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 31 a 40 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

La edad determina en un .09 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en 0 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .72 la opinión de los clientes de 21 a 30 años con relación a los clientes de 31 a 40 años, del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .18 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .27 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 51 años en adelante, del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .90 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .99 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .09 la opinión de los clientes de 41 a 50 con relación a los clientes de 51 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de alimentos para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.26, de acuerdo a la edad.

Costo Semillas de Hamsters

0 a 10 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	0	0	0	0.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

11 a 20 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	66.7	6	4.33
NO	3	33.3	3	4.00
Total	9	100	9	4.17

21 a 30 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	53.3	8	4.50
NO	7	46.7	7	4.00
Total	15	100	15	4.25

31 a 40 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	37.5	3	4.33
NO	5	62.5	5	3.40
Total	8	100	8	3.87

41 a 50 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	66.7	4	4.75
NO	2	33.3	2	4.50
Total	6	100	6	4.63

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Más de 51 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	66.7	4	4.75
NO	2	33.3	2	4.50
Total	6	100	6	4.63

No se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con un rango de edad de 0 a 10 años.

En el rango de 11 a 20 años, el 67% sí conocen el precio de los alimentos para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 21 a 30 años, el 53% sí conocen el precio de los alimentos para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 47% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 31 a 40 años, el 38% sí conocen el precio de los alimentos para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 62% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que los que no conocen opinan 3.40. Es decir hay una diferencia de opinión de .93 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 41 a 50 años, el 67% sí conocen el precio de los alimentos para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.75, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .25 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 51 en adelante, el 25% sí conocen el precio de los alimentos para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 75% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4.16. Es decir hay una diferencia de opinión de .34 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La edad determina en un 50% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .08 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 21 a 30 años del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

La edad determina en un .30 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 31 a 40 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .46 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .17 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .38 la opinión de los clientes de 21 a 30 años con relación a los clientes de 31 a 40 años, del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .38 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .09 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 51 años en adelante, del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .76 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .47 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .29 la opinión de los clientes de 41 a 50 con relación a los clientes de 51 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de alimentos para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.21, de acuerdo a la edad.

Costo Nutricubo de Cuyos

0 a 10 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	0	0	0	0.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

11 a 20 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	1	11.1	1	5.00
NO	8	88.9	8	4.38
Total	9	100	9	4.69

21 a 30 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	60.0	9	3.89
NO	6	40.0	6	4.00
Total	15	100	15	3.94

31 a 40 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	37.5	3	4.33
NO	5	62.5	5	3.80
Total	8	100	8	4.07

41 a 50 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	4.67
NO	3	50.0	3	4.00
Total	6	100	6	4.33

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Más de 51 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	4.67
NO	3	50.0	3	4.00
Total	6	100	6	4.33

No se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con un rango de edad de 0 a 10 años.

En el rango de 11 a 20 años, el 11% sí conocen el precio de los alimentos para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 89% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 4.37. Es decir hay una diferencia de opinión de .63 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 21 a 30 años, el 60% sí conocen el precio de los alimentos para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 40% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.88, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .12 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 31 a 40 años, el 38% sí conocen el precio de los alimentos para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 62% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que los que no conocen opinan 3.80. Es decir hay una diferencia de opinión de .53 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 41 a 50 años, el 50% sí conocen el precio de los alimentos para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.66, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .66 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 51 en adelante, el 25% sí conocen el precio de los alimentos para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 75% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.50, mientras que los que no conocen opinan 4.66. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.16 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La edad determina en un 67% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .74 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 21 a 30 años del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .62 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 31 a 40 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

La edad determina en un .35 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .60 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .12 la opinión de los clientes de 21 a 30 años con relación a los clientes de 31 a 40 años, del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .39 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .14 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 51 años en adelante, del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .27 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .02 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .25 la opinión de los clientes de 41 a 50 con relación a los clientes de 51 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de alimentos para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.16, de acuerdo a la edad.

Costo Conejina

0 a 10 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	0	0	0	0.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

11 a 20 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	44.4	4	4.75
NO	5	55.6	5	4.80
Total	9	100	9	4.78

21 a 30 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	46.7	7	4.29
NO	8	53.3	8	4.00
Total	15	100	15	4.14

31 a 40 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	25.0	2	4.00
NO	6	75.0	6	4.00
Total	8	100	8	4.00

41 a 50 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	33.3	2	5.00
NO	4	66.7	4	4.00
Total	6	100	6	4.50

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Más de 51 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	33.3	2	5.00
NO	4	66.7	4	4.00
Total	6	100	6	4.50

No se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con un rango de edad de 0 a 10 años.

En el rango de 11 a 20 años, el 44% sí conocen el precio de los alimentos para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 56% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.75, mientras que los que no conocen opinan 4.80. Es decir hay una diferencia de opinión de .05 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 21 a 30 años, el 47% sí conocen el precio de los alimentos para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 53% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.28, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .28 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 31 a 40 años, el 25% sí conocen el precio de los alimentos para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 75% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir no hay diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 41 a 50 años, el 33% sí conocen el precio de los alimentos para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 67% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de 1 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 51 en adelante, el 38% sí conocen el precio de los alimentos para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 62% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .67 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La edad determina en un 61% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .63 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 21 a 30 años del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

La edad determina en un .78 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 31 a 40 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .28 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .61 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .15 la opinión de los clientes de 21 a 30 años con relación a los clientes de 31 a 40 años, del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .35 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .02 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 51 años en adelante, del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .50 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .17 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .33 la opinión de los clientes de 41 a 50 con relación a los clientes de 51 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de alimentos para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.29, de acuerdo a la edad.

Costo Tortuguetas

0 a 10 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	0	0	0	0.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

11 a 20 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	55.6	5	4.60
NO	4	44.4	4	4.25
Total	9	100	9	4.43

21 a 30 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	60.0	9	4.67
NO	6	40.0	6	4.50
Total	15	100	15	4.58

31 a 40 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	50.0	4	3.75
NO	4	50.0	4	4.00
Total	8	100	8	3.88

41 a 50 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	1	16.7	1	5.00
NO	5	83.3	5	4.40
Total	6	100	6	4.70

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Más de 51 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	1	16.7	1	5.00
NO	5	83.3	5	4.40
Total	6	100	6	4.70

No se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con un rango de edad de 0 a 10 años.

En el rango de 11 a 20 años, el 56% sí conocen el precio de los alimentos para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 44% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.60, mientras que los que no conocen opinan 4.25. Es decir hay una diferencia de opinión de .35 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 21 a 30 años, el 60% sí conocen el precio de los alimentos para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 40% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.66, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .16 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 31 a 40 años, el 50% sí conocen el precio de los alimentos para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.75, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .25 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 41 a 50 años, el 17% sí conocen el precio de los alimentos para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 83% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 4.40. Es decir hay una diferencia de opinión de .60 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 51 en adelante, el 13% sí conocen el precio de los alimentos para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 87% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 3.71. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.29 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La edad determina en un 57% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .16 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 21 a 30 años del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

La edad determina en un .55 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 31 a 40 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .27 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .07 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .71 la opinión de los clientes de 21 a 30 años con relación a los clientes de 31 a 40 años, del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .11 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .23 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 51 años en adelante, del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .82 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .48 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .34 la opinión de los clientes de 41 a 50 con relación a los clientes de 51 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de alimentos para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.32, de acuerdo a la edad.

Costo Alimento Iguanas

0 a 10 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	0	0	0	0.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

11 a 20 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	55.6	5	4.40
NO	4	44.4	4	4.00
Total	9	100	9	4.20

21 a 30 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	60.0	9	4.56
NO	6	40.0	6	3.50
Total	15	100	15	4.03

31 a 40 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	62.5	5	4.20
NO	3	37.5	3	4.33
Total	8	100	8	4.27

41 a 50 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	66.7	4	4.00
NO	2	33.3	2	4.50
Total	6	100	6	4.25

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Más de 51 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	66.7	4	4.00
NO	2	33.3	2	4.50
Total	6	100	6	4.25

No se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con un rango de edad de 0 a 10 años.

En el rango de 11 a 20 años, el 56% sí conocen el precio de los alimentos para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 44% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.40, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .40 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 21 a 30 años, el 60% de los sujetos sí conocen el precio de los alimentos para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 40% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.55, mientras que los que no conocen opinan 3.50. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.05 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 31 a 40 años, el 63% sí conoce el precio de los alimentos para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 37% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.20, mientras que los que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .13 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 41 a 50 años, 67% sí conoce el precio de los alimentos para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 51 en adelante, El 38% sí conoce el precio de los alimentos para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 62% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.66, mientras que los que no conocen opinan 4.40. Es decir hay una diferencia de opinión de .74 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La edad determina en un 57% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .17 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 21 a 30 años del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .07 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 31 a 40 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para iguanas que se venden

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .05 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .16 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .24 la opinión de los clientes de 21 a 30 años con relación a los clientes de 31 a 40 años, del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .22 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .01 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 51 años en adelante, del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .02 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .23 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .21 la opinión de los clientes de 41 a 50 con relación a los clientes de 51 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de alimentos para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.15, de acuerdo a la edad.

Costo Pecera Rectangular

0 a 10 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	0	0	0	0.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

11 a 20 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	66.7	6	4.50
NO	3	33.3	3	4.67
Total	9	100	9	4.58

21 a 30 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	66.7	10	4.50
NO	5	33.3	5	4.60
Total	15	100	15	4.55

31 a 40 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	87.5	7	4.57
NO	1	12.5	1	4.00
Total	8	100	8	4.29

41 a 50 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	83.3	5	4.60
NO	1	16.7	1	5.00
Total	6	100	6	4.80

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Más de 51 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	83.3	5	4.60
NO	1	16.7	1	5.00
Total	6	100	6	4.80

No se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con un rango de edad de 0 a 10 años.

En el rango de 11 a 20 años, el 67% sí conoce el precio de los accesorios para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4.66. Es decir hay una diferencia de opinión de .16 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 21 a 30 años, el 67% de los sujetos sí conocen el precio de los accesorios para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4.60. Es decir hay una diferencia de opinión de .10 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 31 a 40 años, el 88% sí conoce el precio de los accesorios para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 12% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.57, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .57 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 41 a 50 años, 83% sí conoce el precio de los accesorios para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 17% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.60, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de .40 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 51 en adelante, El 100% sí conoce el precio de los accesorios para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.

La edad determina en un 78% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .04 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 21 a 30 años del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .30 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 31 a 40 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .21 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .59 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .26 la opinión de los clientes de 21 a 30 años con relación a los clientes de 31 a 40 años, del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .25 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .55 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 51 años en adelante, del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .51 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .29 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 51 en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .80 la opinión de los clientes de 41 a 50 con relación a los clientes de 51 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los accesorios para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, de acuerdo a la edad.

Costo Jaula de Tunel

0 a 10 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	0	0	0	0.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

11 a 20 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	44.4	4	4.75
NO	5	55.6	5	4.40
Total	9	100	9	4.58

21 a 30 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	33.3	5	3.40
NO	10	66.7	10	4.20
Total	15	100	15	3.80

31 a 40 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	8	100.0	8	4.50
Total	8	100	8	4.50

41 a 50 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	4.67
NO	3	50.0	3	4.00
Total	6	100	6	4.33

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Más de 51 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	4.67
NO	3	50.0	3	4.00
Total	6	100	6	4.33

No se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con un rango de edad de 0 a 10 años.

En el rango de 11 a 20 años, el 44% sí conoce el precio de los accesorios para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 56% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.75, mientras que los que no conocen opinan 4.40. Es decir hay una diferencia de opinión de .35 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 21 a 30 años, el 33% sí conoce el precio de los accesorios para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 67% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.40, mientras que los que no conocen opinan 4.20. Es decir hay una diferencia de opinión de .80 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 31 a 40 años, el 100% no conoce el precio de los accesorios para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50.

En el rango de 41 a 50 años, 50% sí conoce el precio de los accesorios para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.66, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .66 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 51 en adelante, El 63% sí conoce el precio de los accesorios para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 37% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.20, mientras que los que no conocen opinan 3.66. Es decir hay una diferencia de opinión de .54 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La edad determina en un 63% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .78 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 21 a 30 años del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .08 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 31 a 40 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

La edad determina en un .24 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .64 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .70 la opinión de los clientes de 21 a 30 años con relación a los clientes de 31 a 40 años, del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .54 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .14 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 51 años en adelante, del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .16 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .56 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .40 la opinión de los clientes de 41 a 50 con relación a los clientes de 51 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los accesorios para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.20, de acuerdo a la edad.

Costo Bebedero de Balin

0 a 10 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	0	0	0	0.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

11 a 20 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	55.6	5	4.80
NO	4	44.4	4	4.50
Total	9	100	9	4.65

21 a 30 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	66.7	10	3.50
NO	5	33.3	5	4.60
Total	15	100	15	4.05

31 a 40 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	50.0	4	4.25
NO	4	50.0	4	3.75
Total	8	100	8	4.00

41 a 50 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	4.67
NO	3	50.0	3	4.33
Total	6	100	6	4.50

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Más de 51 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	4.67
NO	3	50.0	3	4.33
Total	6	100	6	4.50

No se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con un rango de edad de 0 a 10 años.

En el rango de 11 a 20 años, el 56% sí conoce el precio de los accesorios para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 44% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.80, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .30 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 21 a 30 años, el 67% sí conoce el precio de los accesorios para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.50, mientras que los que no conocen opinan 4.60. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.10 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 31 a 40 años, el 50% sí conoce el precio de los accesorios para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.25, mientras que los que no conocen opinan 3.75. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 41 a 50 años, 50% sí conoce el precio de los accesorios para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.66, mientras que los que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 51 en adelante, El 25% sí conoce el precio de los accesorios para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 75% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.5, mientras que los que no conocen opinan 3.5. Es decir hay una diferencia de opinión de 1 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La edad determina en un 52% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .60 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 21 a 30 años del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .65 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 31 a 40 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

La edad determina en un .15 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .65 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .05 la opinión de los clientes de 21 a 30 años con relación a los clientes de 31 a 40 años, del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .45 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .05 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 51 años en adelante, del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .50 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en 0 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .50 la opinión de los clientes de 41 a 50 con relación a los clientes de 51 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los accesorios para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.10, de acuerdo a la edad.

Costo Jaula para Conejo

0 a 10 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	0	0	0	0.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

11 a 20 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	44.4	4	4.25
NO	5	55.6	5	4.80
Total	9	100	9	4.53

21 a 30 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	46.7	7	4.29
NO	8	53.3	8	3.75
Total	15	100	15	4.02

31 a 40 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	25.0	2	3.50
NO	6	75.0	6	4.83
Total	8	100	8	4.17

41 a 50 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	4.67
NO	3	50.0	3	3.67
Total	6	100	6	4.17

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Más de 51 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	4.67
NO	3	50.0	3	3.67
Total	6	100	6	4.17

No se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con un rango de edad de 0 a 10 años.

En el rango de 11 a 20 años, el 44% sí conoce el precio de los accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 56% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.25, mientras que los que no conocen opinan 4.80. Es decir hay una diferencia de opinión de .55 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 21 a 30 años, el 47% sí conoce el precio de los accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 53% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.28, mientras que los que no conocen opinan 3.75. Es decir hay una diferencia de opinión de .53 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 31 a 40 años, el 25% sí conoce el precio de los accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 75% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.50, mientras que los que no conocen opinan 4.83. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 41 a 50 años, 50% sí conoce el precio de los accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.66, mientras que los que no conocen opinan 3.66. Es decir hay una diferencia de opinión de 1 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 51 en adelante, El 63% sí conoce el precio de los accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 37% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.20, mientras que los que no conocen opinan 3.66. Es decir hay una diferencia de opinión de .54 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La edad determina en un 54% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .51 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 21 a 30 años del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .36 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

31 a 40 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .36 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .59 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .15 la opinión de los clientes de 21 a 30 años con relación a los clientes de 31 a 40 años, del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .15 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .08 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 51 años en adelante, del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en 0 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .23 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .23 la opinión de los clientes de 41 a 50 con relación a los clientes de 51 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.21, de acuerdo a la edad.

Costo Tortuguero de Riñon

0 a 10 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	0	0	0	0.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

11 a 20 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	44.4	4	4.00
NO	5	55.6	5	4.80
Total	9	100	9	4.40

21 a 30 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	66.7	10	4.20
NO	5	33.3	5	4.80
Total	15	100	15	4.50

31 a 40 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	62.5	5	4.60
NO	3	37.5	3	3.33
Total	8	100	8	3.97

41 a 50 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	5.00
NO	3	50.0	3	4.33
Total	6	100	6	4.67

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Más de 51 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	5.00
NO	3	50.0	3	4.33
Total	6	100	6	4.67

No se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con un rango de edad de 0 a 10 años.

En el rango de 11 a 20 años, el 44% sí conoce el precio de los accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 56% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.80. Es decir hay una diferencia de opinión de .80 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 21 a 30 años, el 67% sí conoce el precio de los accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.20, mientras que los que no conocen opinan 4.80. Es decir hay una diferencia de opinión de .60 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 31 a 40 años, el 63% sí conoce el precio de los accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 37% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.60, mientras que los que no conocen opinan 3.33. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.27 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 41 a 50 años, 50% sí conoce el precio de los accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .67 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 51 en adelante, El 50% sí conoce el precio de los accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La edad determina en un 57% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .10 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 21 a 30 años del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .43 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

31 a 40 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .27 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .15 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .53 la opinión de los clientes de 21 a 30 años con relación a los clientes de 31 a 40 años, del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .17 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .25 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 51 años en adelante, del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .70 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .28 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .42 la opinión de los clientes de 41 a 50 con relación a los clientes de 51 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.36, de acuerdo a la edad.

Costo Pecera de Iguana

0 a 10 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	0	0	0	0.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

11 a 20 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	55.6	5	4.20
NO	4	44.4	4	3.50
Total	9	100	9	3.85

21 a 30 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	11	73.3	11	4.18
NO	4	26.7	4	4.50
Total	15	100	15	4.34

31 a 40 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	37.5	3	4.33
NO	5	62.5	5	4.20
Total	8	100	8	4.27

41 a 50 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	4.33
NO	3	50.0	3	4.00
Total	6	100	6	4.17

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Más de 51 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	4.33
NO	3	50.0	3	4.00
Total	6	100	6	4.17

No se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con un rango de edad de 0 a 10 años.

En el rango de 11 a 20 años, el 56% sí conoce el precio de los accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 44% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.20, mientras que los que no conocen opinan 3.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .70 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 21 a 30 años, el 73% sí conoce el precio de los accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 27% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.18, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .32 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 31 a 40 años, el 38% sí conoce el precio de los accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 62% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que los que no conocen opinan 4.20. Es decir hay una diferencia de opinión de .13 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 41 a 50 años, 50% sí conoce el precio de los accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .67 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 51 en adelante, El 50% sí conoce el precio de los accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.75, mientras que los que no conocen opinan 3.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .25 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La edad determina en un 57% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .49 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 21 a 30 años del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

La edad determina en un .42 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 31 a 40 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .32 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .22 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .07 la opinión de los clientes de 21 a 30 años con relación a los clientes de 31 a 40 años, del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .17 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .71 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 51 años en adelante, del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .10 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .64 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .54 la opinión de los clientes de 41 a 50 con relación a los clientes de 51 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.05, de acuerdo a la edad.

Servicios - Mantenimiento de Peceras

0 a 10 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	0	0	0	0.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

11 a 20 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	55.6	5	4.20
NO	4	44.4	4	4.75
Total	9	100	9	4.48

21 a 30 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	40.0	6	4.00
NO	9	60.0	9	4.44
Total	15	100	15	4.22

31 a 40 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	25.0	2	3.50
NO	6	75.0	6	4.33
Total	8	100	8	3.92

41 a 50 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	66.7	4	4.00
NO	2	33.3	2	4.50
Total	6	100	6	4.25

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Más de 51 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	66.7	4	4.00
NO	2	33.3	2	4.50
Total	6	100	6	4.25

No se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con un rango de edad de 0 a 10 años.

En el rango de 11 a 20 años, el 56% sí conoce el servicio de instalación y / o mantenimiento de peceras que ofrece el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 44% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen en la instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.20, mientras que los que no conocen opinan 4.75. Es decir hay una diferencia de opinión de .55 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 21 a 30 años, el 40% sí conoce el servicio de instalación y / o mantenimiento de peceras que ofrece el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 60% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen en la instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.44. Es decir hay una diferencia de opinión de .44 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 31 a 40 años, el 25% sí conoce el servicio de instalación y / o mantenimiento de peceras que ofrece el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 75% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen en la instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.50, mientras que los que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .83 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 41 a 50 años, 67% sí conoce el servicio de instalación y / o mantenimiento de peceras que ofrece el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen en la instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 51 en adelante, El 38% sí conoce el servicio de instalación y / o mantenimiento de peceras que ofrece el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 62% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen en la instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.66, mientras que los que no conocen opinan 4.40. Es decir hay una diferencia de opinión de .74 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La edad determina en un 57% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar, de todas las edades, respecto al tipo de peces que se venden en ese establecimiento, en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .26 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 21 a 30 años del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

La edad determina en un .56 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 31 a 40 años del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .23 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .44 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .30 la opinión de los clientes de 21 a 30 años con relación a los clientes de 31 a 40 años, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .03 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .18 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 51 años en adelante, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .33 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .12 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .21 la opinión de los clientes de 41 a 50 con relación a los clientes de 51 años del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto el grado de satisfacción que tienen en la instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercana es de 4.20, de acuerdo a la edad.

Servicios - Sistema de Apartado

0 a 10 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	0	0	0	0.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

11 a 20 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	66.7	6	5.00
NO	3	33.3	3	4.00
Total	9	100	9	4.50

21 a 30 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	66.7	10	4.10
NO	5	33.3	5	4.60
Total	15	100	15	4.35

31 a 40 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	37.5	3	4.33
NO	5	62.5	5	4.20
Total	8	100	8	4.27

41 a 50 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	66.7	4	4.75
NO	2	33.3	2	4.50
Total	6	100	6	4.63

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Más de 51 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	66.7	4	4.75
NO	2	33.3	2	4.50
Total	6	100	6	4.63

No se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con un rango de edad de 0 a 10 años.

En el rango de 11 a 20 años, el 67% sí conoce el servicio de apartado que ofrece el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen con ese servicio en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de 1 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 21 a 30 años, el 67% sí conoce el servicio de apartado que ofrece el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen con ese servicio en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.10, mientras que los que no conocen opinan 4.60. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 31 a 40 años, el 38% sí conoce el servicio de apartado que ofrece el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 62% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen con ese servicio en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que los que no conocen opinan 4.20. Es decir hay una diferencia de opinión de .13 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 41 a 50 años, 67% sí conoce el servicio de apartado que ofrece el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen con ese servicio en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.75, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .25 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 51 en adelante, El 50% sí conoce el servicio de apartado que ofrece el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen con ese servicio en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.25, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .25 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La edad determina en un 59% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al grado de satisfacción que tienen con el servicio de apartado en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .15 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 21 a 30 años del Acuario Pro-Hogar respecto al grado de satisfacción que tienen con el servicio de apartado en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .23 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 31 a 40 años del Acuario Pro-Hogar, respecto al grado de satisfacción que tienen con el servicio de apartado en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

La edad determina en un .13 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto al grado de satisfacción que tienen con el servicio de apartado en ese establecimiento, en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .37 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto al grado de satisfacción que tienen con el servicio de apartado en ese establecimiento, en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .08 la opinión de los clientes de 21 a 30 años con relación a los clientes de 31 a 40 años, del Acuario Pro-Hogar, respecto al grado de satisfacción que tienen con el servicio de apartado en ese establecimiento, en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .28 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto al grado de satisfacción que tienen con el servicio de apartado en ese establecimiento, en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .22 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 51 años en adelante, del Acuario Pro-Hogar, respecto al grado de satisfacción que tienen con el servicio de apartado en ese establecimiento, en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .36 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto al grado de satisfacción que tienen con el servicio de apartado en ese establecimiento, en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .14 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto al grado de satisfacción que tienen con el servicio de apartado en ese establecimiento, en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .50 la opinión de los clientes de 41 a 50 con relación a los clientes de 51 años del Acuario Pro-Hogar, respecto al grado de satisfacción que tienen con el servicio de apartado en ese establecimiento, en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto el grado de satisfacción que tienen con el servicio de apartado que ofrece el Acuario Pro-Hogar en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.35, de acuerdo a la edad.

Atn. al Cliente - Amabilidad

0 a 10 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	0	0	0	0.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

11 a 20 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	88.9	8	5.00
NO	1	11.1	1	5.00
Total	9	100	9	5.00

21 a 30 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	12	80.0	12	4.58
NO	3	20.0	3	4.67
Total	15	100	15	4.63

31 a 40 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	100.0	8	4.75
NO	0	0.0	0	0.00
Total	8	100	8	4.75

41 a 50 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	100.0	6	5.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	6	100	6	5.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Más de 51 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	100.0	6	5.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	6	100	6	5.00

No se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con un rango de edad de 0 a 10 años.

En el rango de 11 a 20 años, el 89% sí conoce los gestos que tiene el personal del Acuario Pro-Hogar cuando entran a ese establecimiento, mientras que el 11% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad de la atención del personal en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 5, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir no hay una diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 21 a 30 años, el 80% sí conoce los gestos que tiene el personal del Acuario Pro-Hogar cuando entran a ese establecimiento, mientras que el 20% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad de la atención del personal en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.58, mientras que los que no conocen opinan 4.66. Es decir hay una diferencia de opinión de .08 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 31 a 40 años, el 100% sí conoce los gestos que tiene el personal del Acuario Pro-Hogar cuando entran a ese establecimiento. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad de la atención del personal en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.75.

En el rango de 41 a 50 años, 100% sí conoce los gestos que tiene el personal del Acuario Pro-Hogar cuando entran a ese establecimiento. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad de la atención del personal en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 5.

En el rango de 51 en adelante, El 88% sí conoce los gestos que tiene el personal del Acuario Pro-Hogar cuando entran a ese establecimiento, mientras que el 12% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad de la atención del personal en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.71, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .71 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La edad determina en un 90% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la calidad de atención recibida por parte del personal en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .37 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 21 a 30 años del Acuario Pro-Hogar respecto a la calidad de atención recibida por parte del personal en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .25 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 31 a 40 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la calidad de atención recibida por parte del personal en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

La edad determina en 0 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la calidad de atención recibida por parte del personal en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .64 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a la calidad de atención recibida por parte del personal en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .12 la opinión de los clientes de 21 a 30 años con relación a los clientes de 31 a 40 años, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la calidad de atención recibida por parte del personal en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .37 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la calidad de atención recibida por parte del personal en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .27 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 51 años en adelante, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la calidad de atención recibida por parte del personal en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .25 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la calidad de atención recibida por parte del personal en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .39 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a la calidad de atención recibida por parte del personal en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .64 la opinión de los clientes de 41 a 50 con relación a los clientes de 51 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la calidad de atención recibida por parte del personal en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la calidad de atención recibida por parte del personal en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.69, de acuerdo a la edad.

Atn. al Cliente - Eficiencia

0 a 10 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	0	0	0	0.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

11 a 20 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	77.8	7	4.86
NO	2	22.2	2	4.50
Total	9	100	9	4.68

21 a 30 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	11	73.3	11	4.64
NO	4	26.7	4	4.00
Total	15	100	15	4.32

31 a 40 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	62.5	5	5.00
NO	3	37.5	3	3.33
Total	8	100	8	4.17

41 a 50 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	66.7	4	5.00
NO	2	33.3	2	4.00
Total	6	100	6	4.50

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Más de 51 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	66.7	4	5.00
NO	2	33.3	2	4.00
Total	6	100	6	4.50

No se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con un rango de edad de 0 a 10 años.

En el rango de 11 a 20 años, el 78% sí conoce la rapidez con que les atiende el personal del Acuario Pro-Hogar, mientras que el 22% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.85, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .35 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 21 a 30 años, el 73% sí conoce la rapidez con que les atiende el personal del Acuario Pro-Hogar, mientras que el 27% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.63, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .63 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 31 a 40 años, el 63% sí conoce la rapidez con que les atiende el personal del Acuario Pro-Hogar, mientras que el 37% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 5, mientras que los que no conocen opinan 3.33. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.67 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 41 a 50 años, 67% sí conoce la rapidez con que les atiende el personal del Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 5, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de 1 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 51 en adelante, El 63% sí conoce la rapidez con que les atiende el personal del Acuario Pro-Hogar, mientras que el 37% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.60, mientras que los que no conocen opinan 3.66. Es decir hay una diferencia de opinión de .94 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La edad determina en un 70% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .36 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 21 a 30 años del Acuario Pro-Hogar respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .51 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 31 a 40 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

La edad determina en un .18 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .54 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .15 la opinión de los clientes de 21 a 30 años con relación a los clientes de 31 a 40 años, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .18 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .18 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 51 años en adelante, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .33 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .03 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .36 la opinión de los clientes de 41 a 50 con relación a los clientes de 51 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.31.

Atn. al Cliente - Conocimientos

0 a 10 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	0	0	0	0.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

11 a 20 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	100.0	9	4.89
NO	0	0.0	0	0.00
Total	9	100	9	4.89

21 a 30 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	15	100.0	15	4.67
NO	0	0.0	0	0.00
Total	15	100	15	4.67

31 a 40 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	100.0	8	4.63
NO	0	0.0	0	0.00
Total	8	100	8	4.63

41 a 50 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	83.3	5	5.00
NO	1	16.7	1	5.00
Total	6	100	6	5.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Más de 51 años

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	83.3	5	5.00
NO	1	16.7	1	5.00
Total	6	100	6	5.00

No se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con un rango de edad de 0 a 10 años.

En el rango de 11 a 20 años, el 100% percibe conocimiento en las respuestas del personal del Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.88.

En el rango de 21 a 30 años, el 100% percibe conocimiento en las respuestas del personal del Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.66.

En el rango de 31 a 40 años, el 100% percibe conocimiento en las respuestas del personal del Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.62.

En el rango de 41 a 50 años, 83% percibe conocimiento en las respuestas del personal del Acuario Pro-Hogar, mientras que el 17% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 5, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir no hay una diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

En el rango de 51 en adelante, El 88% spercibe conocimiento en las respuestas del personal del Acuario Pro-Hogar, mientras que el 12% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.85, mientras que los que no conocen opinan 3. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.85 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La edad determina en un 96% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la confiabilidad del personal, percibida en las respuestas de éstos a sus preguntas, en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .22 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 21 a 30 años del Acuario Pro-Hogar respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .26 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 31 a 40 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .11 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .96 la opinión de los clientes de 11 a 20 años con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

La edad determina en un .04 la opinión de los clientes de 21 a 30 años con relación a los clientes de 31 a 40 años, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .33 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .74 la opinión de los clientes de 21 a 30 con relación a los clientes de 51 años en adelante, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .37 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 41 a 50 del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un .7 la opinión de los clientes de 31 a 40 con relación a los clientes de 51 años en adelante del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La edad determina en un 1.07 la opinión de los clientes de 41 a 50 con relación a los clientes de 51 años del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la confiabilidad del personal, percibida en las respuestas de éstos a sus preguntas, en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.38, de acuerdo a la edad.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

VARIABLE SOCIODEMOGRÁFICA: *ESCOLARIDAD*

Tipo de Peces

Sin instrucción

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	1	25.0	1	3.00
NO	3	75.0	3	3.67
Total	4	100	4	3.33

Primaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	88.9	8	4.88
NO	1	11.1	1	5.00
Total	9	100	9	4.94

Secundaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	77.8	7	3.86
NO	2	22.2	2	5.00
Total	9	100	9	4.43

Preparatoria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	11	100.0	11	4.45
NO	0	0.0	0	0.00
Total	11	100	11	4.45

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Universidad

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	11	84.6	11	4.27
NO	2	15.4	2	4.00
Total	13	100	13	4.14

Postgrado

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	11	84.6	11	4.27
NO	2	15.4	2	4.00
Total	13	100	13	4.14

De los sujetos sin instrucción, el 25% sí sabe qué tipo de peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 75% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3, mientras que los que no conocen opinan 3.66. Es decir hay una diferencia de opinión de .66 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con primaria, el 88% sí sabe qué tipo de peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 11% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.87, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de .13 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con secundaria, el 78% sí sabe qué tipo de peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 22% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.85, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.15 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con preparatoria, el 100% sí sabe qué tipo de peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.45.

De los sujetos con universidad, el 85% sí sabe qué tipo de peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 15% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.27, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .27 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Respecto al grado de estudios, no se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con posgrado.

El grado de estudios determina en un 83% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de peces que se venden en ese establecimiento.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El grado de estudios determina en un 1.61 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes de primaria del Acuario Pro-Hogar respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un 1.1 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un 1.12 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .81 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .51 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .49 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .8 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .02 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .29 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .31 la opinión de los clientes con preparatoria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la variedad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.29, de acuerdo al grado de estudios.

Tipo de Hamsters

Sin instrucción

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	75.0	3	3.33
NO	1	25.0	1	3.00
Total	4	100	4	3.17

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Primaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	66.7	6	4.67
NO	3	33.3	3	4.33
Total	9	100	9	4.50

Secundaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	77.8	7	4.00
NO	2	22.2	2	5.00
Total	9	100	9	4.50

Preparatoria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	81.8	9	3.56
NO	2	18.2	2	3.50
Total	11	100	11	3.53

Universidad

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	38.5	5	3.60
NO	8	61.5	8	3.50
Total	13	100	13	3.55

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Postgrado

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	38.5	5	3.60
NO	8	61.5	8	3.50
Total	13	100	13	3.55

De los sujetos sin instrucción, el 75% sí sabe qué tipo de hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 25% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.33, mientras que los que no conocen opinan 3. Es decir hay una diferencia de opinión de .33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con primaria, el 67% sí sabe qué tipo de hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.66, mientras que los que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con secundaria, el 78% sí sabe qué tipo de hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 22% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de 1 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con preparatoria, el 82% sí sabe qué tipo de hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 18% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.55, mientras que los que no conocen opinan 3.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .05 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con universidad, el 38% sí sabe qué tipo de hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 62% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.60, mientras que los que no conocen opinan 3.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .10 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Respecto al grado de estudios, no se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con posgrado.

El grado de estudios determina en un 65% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de hamsters que se venden en ese establecimiento.

El grado de estudios determina en un 1.34 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes de primaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un 1.34 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .37 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .39 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en 0 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .97 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .95 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .97 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .95 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .02 la opinión de los clientes con preparatoria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la variedad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 3.83, de acuerdo al grado de estudios.

Tipo de Cuyos

Sin instrucción

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	50.0	2	3.00
NO	2	50.0	2	3.00
Total	4	100	4	3.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Primaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	44.4	4	4.75
NO	5	55.6	5	4.20
Total	9	100	9	4.48

Secundaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	55.6	5	4.20
NO	4	44.4	4	3.75
Total	9	100	9	3.98

Preparatoria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	45.5	5	3.40
NO	6	54.5	6	3.50
Total	11	100	11	3.45

Universidad

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	23.1	3	3.67
NO	10	76.9	10	3.30
Total	13	100	13	3.48

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Postgrado

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	23.1	3	3.67
NO	10	76.9	10	3.30
Total	13	100	13	3.48

De los sujetos sin instrucción, el 50% sí sabe qué tipo de cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3, mientras que los que no conocen opinan 3. Es decir no hay diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con primaria, el 44% sí sabe qué tipo de cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 56% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.75, mientras que los que no conocen opinan 4.20. Es decir hay una diferencia de opinión de .55 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con secundaria, el 56% sí sabe qué tipo de cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 44% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.20, mientras que los que no conocen opinan 3.75. Es decir hay una diferencia de opinión de .45 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con preparatoria, el 45% sí sabe qué tipo de cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 55% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.40, mientras que los que no conocen opinan 3.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .10 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con universidad, el 23% sí sabe qué tipo de cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 77% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.66, mientras que los que no conocen opinan 3.30. Es decir hay una diferencia de opinión de .36 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Respecto al grado de estudios, no se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con posgrado.

El grado de estudios determina en un 59% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de cuyos que se venden en ese establecimiento.

El grado de estudios determina en un 1.48 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes de primaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .98 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .45 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .49 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .5 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un 1.03 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .99 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .53 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .49 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .04 la opinión de los clientes con preparatoria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la variedad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 3.72, de acuerdo al grado de estudios.

Tipo de Conejos

Sin instrucción

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	50.0	2	3.50
NO	2	50.0	2	4.00
Total	4	100	4	3.75

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Primaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	44.4	4	4.75
NO	5	55.6	5	4.20
Total	9	100	9	4.48

Secundaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	55.6	5	4.20
NO	4	44.4	4	4.25
Total	9	100	9	4.23

Preparatoria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	54.5	6	4.00
NO	5	45.5	5	3.60
Total	11	100	11	3.80

Universidad

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	46.2	6	3.83
NO	7	53.8	7	3.86
Total	13	100	13	3.85

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Postgrado

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	46.2	6	3.83
NO	7	53.8	7	3.86
Total	13	100	13	3.85

De los sujetos sin instrucción, el 50% sí sabe qué tipo de conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.50, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con primaria, el 44% sí sabe qué tipo de conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 56% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.75, mientras que los que no conocen opinan 4.20. Es decir hay una diferencia de opinión de .55 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con secundaria, el 56% sí sabe qué tipo de conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 44% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.20, mientras que los que no conocen opinan 4.25. Es decir hay una diferencia de opinión de .05 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con preparatoria, el 55% sí sabe qué tipo de conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 45% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 3.60. Es decir hay una diferencia de opinión de .40 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con universidad, el 46% sí sabe qué tipo de conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 54% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.83, mientras que los que no conocen opinan 3.85. Es decir hay una diferencia de opinión de .02 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Respecto al grado de estudios, no se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con posgrado.

El grado de estudios determina en un 50% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de conejos que se venden en ese establecimiento.

El grado de estudios determina en un .73 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes de primaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .48 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .05 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .1 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .25 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .68 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .63 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .43 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .38 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .05 la opinión de los clientes con preparatoria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la variedad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.02, de acuerdo al grado de estudios.

Tipo de Tortugas

Sin instrucción

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	50.0	2	3.50
NO	2	50.0	2	3.00
Total	4	100	4	3.25

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Primaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	77.8	7	4.43
NO	2	22.2	2	4.00
Total	9	100	9	4.21

Secundaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	66.7	6	4.50
NO	3	33.3	3	4.33
Total	9	100	9	4.42

Preparatoria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	81.8	9	4.33
NO	2	18.2	2	4.50
Total	11	100	11	4.42

Universidad

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	69.2	9	3.89
NO	4	30.8	4	4.50
Total	13	100	13	4.19

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Postgrado

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	69.2	9	3.89
NO	4	30.8	4	4.50
Total	13	100	13	4.19

De los sujetos sin instrucción, el 50% sí sabe qué tipo de tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.50, mientras que los que no conocen opinan 3. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con primaria, el 78% sí sabe qué tipo de tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 22% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.42, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .42 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con secundaria, el 67% sí sabe qué tipo de conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .17 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con preparatoria, el 82% sí sabe qué tipo de tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 18% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .17 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con universidad, el 69% sí sabe qué tipo de tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 31% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.88, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .62 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Respecto al grado de estudios, no se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con posgrado.

El grado de estudios determina en un 72% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de tortugas que se venden en ese establecimiento.

El grado de estudios determina en un .97 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes de primaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un 1.17 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un 1.17 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .95 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .20 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .20 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .02 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en 0 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .22 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .20 la opinión de los clientes con preparatoria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la variedad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.18, de acuerdo al grado de estudios.

Tipo de Iguanas

Sin instrucción

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	100.0	4	3.75
NO	0	0.0	0	0.00
Total	4	100	4	3.75

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Primaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	44.4	4	4.25
NO	5	55.6	5	3.80
Total	9	100	9	4.03

Secundaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	77.8	7	4.71
NO	2	22.2	2	4.50
Total	9	100	9	4.61

Preparatoria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	72.7	8	3.88
NO	3	27.3	3	4.33
Total	11	100	11	4.10

Universidad

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	53.8	7	3.43
NO	6	46.2	6	4.33
Total	13	100	13	3.88

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Postgrado

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	53.8	7	3.43
NO	6	46.2	6	4.33
Total	13	100	13	3.88

De los sujetos sin instrucción, el 100% sí sabe qué tipo de iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la salud de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.75.

De los sujetos con primaria, el 44% sí sabe qué tipo de iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 56% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la salud de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.25, mientras que los que no conocen opinan 3.80. Es decir hay una diferencia de opinión de .45 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con secundaria, el 78% sí sabe qué tipo de iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 22% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la salud de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.71, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .21 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con preparatoria, el 73% sí sabe qué tipo de iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 27% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la salud de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.87, mientras que los que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .46 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con universidad, el 54% sí sabe qué tipo de iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 46% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la salud de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.42, mientras que los que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .91 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Respecto al grado de estudios, no se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con postgrado.

El grado de estudios determina en un 65% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de iguanas que se venden en ese establecimiento.

El grado de estudios determina en un .28 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes de primaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .86 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .36 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El grado de estudios determina en un .13 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .58 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .08 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .15 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .5 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .73 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .23 la opinión de los clientes con preparatoria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la variedad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.09, de acuerdo al grado de estudios.

Alimento de Peces

Sin instrucción

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	50.0	2	4.00
NO	2	50.0	2	3.00
Total	4	100	4	3.50

Primaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	66.7	6	4.50
NO	3	33.3	3	5.00
Total	9	100	9	4.75

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Secundaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	77.8	7	4.71
NO	2	22.2	2	4.00
Total	9	100	9	4.36

Preparatoria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	72.7	8	5.00
NO	3	27.3	3	4.33
Total	11	100	11	4.67

Universidad

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	76.9	10	4.50
NO	3	23.1	3	4.00
Total	13	100	13	4.25

Postgrado

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	76.9	10	4.50
NO	3	23.1	3	4.00
Total	13	100	13	4.25

De los sujetos sin instrucción, el 50% sí sabe qué tipo de alimentos para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 3. Es decir hay una diferencia de opinión de 3.50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con primaria, el 67% sí sabe qué tipo de alimentos para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con secundaria, el 78% sí sabe qué tipo de alimentos para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 22% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.71, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .71 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con preparatoria, el 73% sí sabe qué tipo de alimentos para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 27% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .67 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con universidad, el 77% sí sabe qué tipo de alimentos para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 23% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Respecto al grado de estudios, no se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con posgrado.

El grado de estudios determina en un 72% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un 1.25 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes de primaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .86 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un 1.17 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .75 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .39 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .08 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .5 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .31 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para peces

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .11 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .42 la opinión de los clientes con preparatoria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de alimento para peces que se vende en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la calidad de éste en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.39, de acuerdo al grado de estudios.

Alimento de Hamsters

Sin instrucción

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	75.0	3	5.00
NO	1	25.0	1	5.00
Total	4	100	4	5.00

Primaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	55.6	5	4.40
NO	4	44.4	4	4.50
Total	9	100	9	4.45

Secundaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	55.6	5	4.40
NO	4	44.4	4	4.50
Total	9	100	9	4.45

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Preparatoria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	81.8	9	4.11
NO	2	18.2	2	3.00
Total	11	100	11	3.56

Universidad

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	53.8	7	4.00
NO	6	46.2	6	4.50
Total	13	100	13	4.25

Postgrado

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	53.8	7	4.00
NO	6	46.2	6	4.50
Total	13	100	13	4.25

De los sujetos sin instrucción, el 75% sí sabe qué tipo de alimentos para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 25% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir no hay una diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con primaria, el 56% sí sabe qué tipo de alimentos para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 44% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.40, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .10 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con secundaria, el 56% sí sabe qué tipo de alimentos para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 44% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.40, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .10 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con preparatoria, el 82% sí sabe qué tipo de alimentos para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 18% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

comparación con otros acuarios cercanos es de 4.11, mientras que los que no conocen opinan 3. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.11 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con universidad, el 54% sí sabe qué tipo de alimentos para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 46% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Respecto al grado de estudios, no se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con posgrado.

El grado de estudios determina en un 63% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .55 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes de primaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .55 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un 1.44 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .75 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un 0 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .89 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .20 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .89 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .20 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .69 la opinión de los clientes con preparatoria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de alimento para hamsters que se vende en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la calidad de éste en comparación con otros

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

acuarios cercanos, es de 4.31, de acuerdo al grado de estudios.

Alimento de Cuyos

Sin instrucción

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	50.0	2	4.50
NO	2	50.0	2	4.50
Total	4	100	4	4.50

Primaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	66.7	6	4.17
NO	3	33.3	3	4.33
Total	9	100	9	4.25

Secundaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	66.7	6	3.83
NO	3	33.3	3	4.33
Total	9	100	9	4.08

Preparatoria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	81.8	9	3.78
NO	2	18.2	2	4.00
Total	11	100	11	3.89

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Universidad

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	38.5	5	3.40
NO	8	61.5	8	4.00
Total	13	100	13	3.70

Postgrado

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	38.5	5	3.40
NO	8	61.5	8	4.00
Total	13	100	13	3.70

De los sujetos sin instrucción, el 50% sí sabe qué tipo de alimentos para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para cuyos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir no hay diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con primaria, el 67% sí sabe qué tipo de alimentos para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para cuyos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.16, mientras que los que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .17 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con secundaria, el 67% sí sabe qué tipo de alimentos para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.83, mientras que los que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con preparatoria, el 82% sí sabe qué tipo de alimentos para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 18% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para cuyos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.77, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .23 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con universidad, el 38% sí sabe qué tipo de alimentos para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 62% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para cuyos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.40, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .60 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Respecto al grado de estudios, no se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con posgrado.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El grado de estudios determina en un 61% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para cuyos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .25 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes de primaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .42 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .61 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .80 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .17 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .36 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .55 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .19 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .38 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .19 la opinión de los clientes con preparatoria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de alimento para cuyos que se vende en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la calidad de éste en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.01, de acuerdo al grado de estudios.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Alimento de Conejos

Sin instrucción

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	1	25.0	1	4.00
NO	3	75.0	3	4.67
Total	4	100	4	4.33

Primaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	66.7	6	4.17
NO	3	33.3	3	4.33
Total	9	100	9	4.25

Secundaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	55.6	5	4.40
NO	4	44.4	4	4.25
Total	9	100	9	4.33

Preparatoria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	81.8	9	3.67
NO	2	18.2	2	4.00
Total	11	100	11	3.83

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Universidad

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	46.2	6	4.17
NO	7	53.8	7	3.57
Total	13	100	13	3.87

Postgrado

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	46.2	6	4.17
NO	7	53.8	7	3.57
Total	13	100	13	3.87

De los sujetos sin instrucción, el 25% sí sabe qué tipo de alimentos para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 75% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para conejos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.66. Es decir hay una diferencia de opinión de .66 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con primaria, el 67% sí sabe qué tipo de alimentos para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para conejos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.16, mientras que los que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .17 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con secundaria, el 56% sí sabe qué tipo de alimentos para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 44% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para conejos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.40, mientras que los que no conocen opinan 4.25. Es decir hay una diferencia de opinión de .15 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con preparatoria, el 82% sí sabe qué tipo de alimentos para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 18% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para conejos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.66, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .34 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con universidad, el 46% sí sabe qué tipo de alimentos para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 54% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para conejos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.16, mientras que los que no conocen opinan 3.57. Es decir hay una diferencia de opinión de .59 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Respecto al grado de estudios, no se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con postgrado.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El grado de estudios determina en un 59% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para conejos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .08 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes de primaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un 0 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .49 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .46 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .08 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .41 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .38 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .49 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .46 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .03 la opinión de los clientes con preparatoria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de alimento para conejos que se vende en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la calidad de éste en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.04, de acuerdo al grado de estudios.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Alimento de Tortugas

Sin instrucción

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	1	25.0	1	4.00
NO	3	75.0	3	4.33
Total	4	100	4	4.17

Primaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	55.6	5	4.60
NO	4	44.4	4	4.00
Total	9	100	9	4.30

Secundaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	55.6	5	4.60
NO	4	44.4	4	4.25
Total	9	100	9	4.43

Preparatoria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	90.9	10	4.40
NO	1	9.1	1	5.00
Total	11	100	11	4.70

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Universidad

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	69.2	9	4.00
NO	4	30.8	4	3.75
Total	13	100	13	3.88

Postgrado

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	69.2	9	4.00
NO	4	30.8	4	3.75
Total	13	100	13	3.88

De los sujetos sin instrucción, el 25% sí sabe qué tipo de alimentos para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 75% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con primaria, el 56% sí sabe qué tipo de alimentos para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 44% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.60, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .60 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con secundaria, el 56% sí sabe qué tipo de alimentos para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 44% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.60, mientras que los que no conocen opinan 4.25. Es decir hay una diferencia de opinión de .35 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con preparatoria, el 91% sí sabe qué tipo de alimentos para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 9% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.40, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de .60 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con universidad, el 69% sí sabe qué tipo de alimentos para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 31% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.75. Es decir hay una diferencia de opinión de .25 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Respecto al grado de estudios, no se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con postgrado.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El grado de estudios determina en un 65% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .14 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes de primaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .27 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .54 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .28 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .13 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .40 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .42 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .27 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .55 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .82 la opinión de los clientes con preparatoria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de alimento para tortugas que se vende en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la calidad de éste en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.22, de acuerdo al grado de estudios.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Alimento de Iguanas

Sin instrucción

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	1	25.0	1	5.00
NO	3	75.0	3	3.67
Total	4	100	4	4.33

Primaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	44.4	4	5.00
NO	5	55.6	5	4.00
Total	9	100	9	4.50

Secundaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	22.2	2	5.00
NO	7	77.8	7	4.43
Total	9	100	9	4.71

Preparatoria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	45.5	5	4.00
NO	6	54.5	6	3.83
Total	11	100	11	3.92

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Universidad

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	53.8	7	4.14
NO	6	46.2	6	4.00
Total	13	100	13	4.07

Postgrado

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	53.8	7	4.14
NO	6	46.2	6	4.00
Total	13	100	13	4.07

De los sujetos sin instrucción, el 25% sí sabe qué tipo de alimentos para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 75% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 3.66. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.34 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con primaria, el 44% sí sabe qué tipo de alimentos para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 56% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de 1 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con secundaria, el 22% sí sabe qué tipo de alimentos para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 78% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 4.42. Es decir hay una diferencia de opinión de .58 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con preparatoria, el 45% sí sabe qué tipo de alimentos para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 55% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 3.83. Es decir hay una diferencia de opinión de .17 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con universidad, el 54% sí sabe qué tipo de alimentos para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 46% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.14, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .14 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Respecto al grado de estudios, no se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con posgrado.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El grado de estudios determina en un 59% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .17 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes de primaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .39 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .41 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .26 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .22 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .58 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .43 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .8 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .65 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .15 la opinión de los clientes con preparatoria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de alimento para iguanas que se vende en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la calidad de éste en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.22, de acuerdo al grado de estudios.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Accesorios para Peces

Sin instrucción

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	100.0	4	4.75
NO	0	0.0	0	0.00
Total	4	100	4	4.75

Primaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	100.0	9	4.44
NO	0	0.0	0	0.00
Total	9	100	9	4.44

Secundaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	100.0	9	5.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	9	100	9	5.00

Preparatoria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	11	100.0	11	4.82
NO	0	0.0	0	0.00
Total	11	100	11	4.82

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Universidad

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	12	92.3	12	4.50
NO	1	7.7	1	5.00
Total	13	100	13	4.75

Postgrado

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	12	92.3	12	4.50
NO	1	7.7	1	5.00
Total	13	100	13	4.75

De los sujetos sin instrucción, el 100% sí sabe la clase de accesorios para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.75.

De los sujetos con primaria, el 100% sí sabe la clase de accesorios para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.44.

De los sujetos con secundaria, el 100% sí sabe la clase de accesorios para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5.

De los sujetos con preparatoria, el 100% sí sabe la clase de accesorios para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.81.

De los sujetos con universidad, el 92% sí sabe la clase de accesorios para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 8% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Respecto al grado de estudios, no se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con posgrado.

El grado de estudios determina en un 98% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para peces en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El grado de estudios determina en un .31 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes de primaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .25 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .07 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un 0 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .56 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .38 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .31 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .18 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .25 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .07 la opinión de los clientes con preparatoria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para peces en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.84, de acuerdo al grado de estudios.

Accesorios para Hamsters

Sin instrucción

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	50.0	2	4.00
NO	2	50.0	2	4.50
Total	4	100	4	4.25

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Primaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	66.7	6	4.17
NO	3	33.3	3	5.00
Total	9	100	9	4.58

Secundaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	77.8	7	4.71
NO	2	22.2	2	5.00
Total	9	100	9	4.86

Preparatoria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	27.3	3	4.33
NO	8	72.7	8	4.38
Total	11	100	11	4.35

Universidad

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	46.2	6	4.17
NO	7	53.8	7	4.29
Total	13	100	13	4.23

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Postgrado

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	46.2	6	4.17
NO	7	53.8	7	4.29
Total	13	100	13	4.23

De los sujetos sin instrucción, el 50% sí sabe la clase de accesorios para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con primaria, el 67% sí sabe la clase de accesorios para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.16, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .84 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con secundaria, el 78% sí sabe la clase de accesorios para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 22% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.71, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de .29 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con preparatoria, el 27% sí sabe la clase de accesorios para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 73% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que los que no conocen opinan 4.37. Es decir hay una diferencia de opinión de .04 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con universidad, el 46% sí sabe la clase de accesorios para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 54% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.16, mientras que los que no conocen opinan 4.28. Es decir hay una diferencia de opinión de .12 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Respecto al grado de estudios, no se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con posgrado.

El grado de estudios determina en un 52% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para hamsters en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .34 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes de primaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .61 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El grado de estudios determina en un .11 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .02 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .27 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .23 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .36 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .5 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .63 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .13 la opinión de los clientes con preparatoria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para hamsters en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.41, de acuerdo al grado de estudios.

Accesorios para Cuyos

Sin instrucción

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	1	25.0	1	3.00
NO	3	75.0	3	4.67
Total	4	100	4	3.83

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Primaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	44.4	4	4.75
NO	5	55.6	5	4.40
Total	9	100	9	4.58

Secundaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	33.3	3	4.33
NO	6	66.7	6	4.33
Total	9	100	9	4.33

Preparatoria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	72.7	8	4.38
NO	3	27.3	3	3.67
Total	11	100	11	4.02

Universidad

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	53.8	7	4.57
NO	6	46.2	6	4.00
Total	13	100	13	4.29

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Postgrado

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	53.8	7	4.57
NO	6	46.2	6	4.00
Total	13	100	13	4.29

De los sujetos sin instrucción, el 25% sí sabe la clase de accesorios para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 75% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3, mientras que los que no conocen opinan 4.66. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.66 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con primaria, el 44% sí sabe la clase de accesorios para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 56% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.75, mientras que los que no conocen opinan 4.40. Es decir hay una diferencia de opinión de .35 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con secundaria, el 33% sí sabe la clase de accesorios para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 67% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que los que no conocen opinan 4.33. Es decir no hay diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con preparatoria, el 73% sí sabe la clase de accesorios para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 27% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.37, mientras que los que no conocen opinan 3.66. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.01 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con universidad, el 54% sí sabe la clase de accesorios para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 46% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.57, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .57 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Respecto al grado de estudios, no se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con posgrado.

El grado de estudios determina en un 50% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para cuyos en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .75 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes de primaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .5 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El grado de estudios determina en un .2 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .46 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .25 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .55 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .29 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .30 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .04 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .26 la opinión de los clientes con preparatoria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para cuyos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.32, de acuerdo al grado de estudios.

Accesorios para Conejos

Sin instrucción

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	50.0	2	4.00
NO	2	50.0	2	4.00
Total	4	100	4	4.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Primaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	55.6	5	4.20
NO	4	44.4	4	5.00
Total	9	100	9	4.60

Secundaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	44.4	4	4.00
NO	5	55.6	5	4.20
Total	9	100	9	4.10

Preparatoria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	72.7	8	4.38
NO	3	27.3	3	4.00
Total	11	100	11	4.19

Universidad

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	46.2	6	4.67
NO	7	53.8	7	3.86
Total	13	100	13	4.26

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Postgrado

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	46.2	6	4.67
NO	7	53.8	7	3.86
Total	13	100	13	4.26

De los sujetos sin instrucción, el 50% sí sabe la clase de accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir no hay una diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con primaria, el 56% sí sabe la clase de accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 44% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.20, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de .80 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con secundaria, el 44% sí sabe la clase de accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 56% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.20. Es decir hay una diferencia de opinión de .20 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con preparatoria, el 73% sí sabe la clase de accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 27% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.37, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .37 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con universidad, el 46% sí sabe la clase de accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 54% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.66, mientras que los que no conocen opinan 3.85. Es decir hay una diferencia de opinión de .81 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Respecto al grado de estudios, no se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con posgrado.

El grado de estudios determina en un 54% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para conejos en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .60 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes de primaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .10 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El grado de estudios determina en un .19 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .27 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .50 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .41 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .33 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .09 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .17 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .08 la opinión de los clientes con preparatoria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para conejos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.25, de acuerdo al grado de estudios.

Accesorios para Tortugas

Sin instrucción

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	75.0	3	3.00
NO	1	25.0	1	4.00
Total	4	100	4	3.50

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Primaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	66.7	6	4.67
NO	3	33.3	3	4.00
Total	9	100	9	4.33

Secundaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	55.6	5	4.80
NO	4	44.4	4	4.50
Total	9	100	9	4.65

Preparatoria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	81.8	9	4.56
NO	2	18.2	2	4.00
Total	11	100	11	4.28

Universidad

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	69.2	9	4.67
NO	4	30.8	4	4.00
Total	13	100	13	4.33

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Postgrado

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	69.2	9	4.67
NO	4	30.8	4	4.00
Total	13	100	13	4.33

De los sujetos sin instrucción, el 75% sí sabe la clase de accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 25% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de 1 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con primaria, el 67% sí sabe la clase de accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.66, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .66 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con secundaria, el 56% sí sabe la clase de accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 44% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.80, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .30 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con preparatoria, el 82% sí sabe la clase de accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 18% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.55, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .55 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con universidad, el 69% sí sabe la clase de accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 31% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.66, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .66 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Respecto al grado de estudios, no se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con posgrado.

El grado de estudios determina en un 70% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para tortugas en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .84 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes de primaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un 1.15 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El grado de estudios determina en un .78 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .84 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .31 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .06 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en 0 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .37 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .31 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .06 la opinión de los clientes con preparatoria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para tortugas en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.32, de acuerdo al grado de estudios.

Accesorios para Iguanas

Sin instrucción

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	1	25.0	1	2.00
NO	3	75.0	3	3.67
Total	4	100	4	2.83

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Primaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	66.7	6	4.17
NO	3	33.3	3	4.33
Total	9	100	9	4.25

Secundaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	33.3	3	3.33
NO	6	66.7	6	4.00
Total	9	100	9	3.67

Preparatoria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	54.5	6	4.33
NO	5	45.5	5	4.20
Total	11	100	11	4.27

Universidad

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	53.8	7	3.71
NO	6	46.2	6	4.00
Total	13	100	13	3.86

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Postgrado

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	53.8	7	3.71
NO	6	46.2	6	4.00
Total	13	100	13	3.86

De los sujetos sin instrucción, el 25% sí sabe la clase de accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 75% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 2, mientras que los que no conocen opinan 3.66. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.66 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con primaria, el 67% sí sabe la clase de accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.16, mientras que los que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .17 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con secundaria, el 33% sí sabe la clase de accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 67% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.33, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .67 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con preparatoria, el 55% sí sabe la clase de accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 45% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que los que no conocen opinan 4.20. Es decir hay una diferencia de opinión de .13 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con universidad, el 54% sí sabe la clase de accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 46% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.71, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .29 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Respecto al grado de estudios, no se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con posgrado.

El grado de estudios determina en un 50% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para iguanas en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un 1.42 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes de primaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .84 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El grado de estudios determina en un 1.44 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un 1.03 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .58 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .02 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .39 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .60 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .19 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .41 la opinión de los clientes con preparatoria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de los accesorios para iguanas en comparación con otros acuarios cercanos, es de 3.95, de acuerdo al grado de estudios.

Pez mas Barato

Sin instrucción

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	50.0	2	3.50
NO	2	50.0	2	3.00
Total	4	100	4	3.25

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Primaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	66.7	6	4.67
NO	3	33.3	3	5.00
Total	9	100	9	4.83

Secundaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	77.8	7	3.57
NO	2	22.2	2	4.00
Total	9	100	9	3.79

Preparatoria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	81.8	9	4.67
NO	2	18.2	2	4.50
Total	11	100	11	4.58

Universidad

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	61.5	8	4.63
NO	5	38.5	5	3.60
Total	13	100	13	4.11

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Postgrado

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	61.5	8	4.63
NO	5	38.5	5	3.60
Total	13	100	13	4.11

De los sujetos sin instrucción, el 50% sí sabe el precio de los peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.50, mientras que los que no conocen opinan 3. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con primaria, el 67% sí sabe el precio de los peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.66, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de .34 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con secundaria, el 78% sí sabe el precio de los peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 22% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.57, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .43 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con preparatoria, el 82% sí sabe el precio de los peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 18% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.66, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .16 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con universidad, el 62% sí sabe el precio de los peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 38% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.62, mientras que los que no conocen opinan 3.60. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.02 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Respecto al grado de estudios, no se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con posgrado.

El grado de estudios determina en un 70% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un 1.59 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes de primaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .54 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El grado de estudios determina en un 1.34 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .87 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un 1.05 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .25 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .72 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .8 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .33 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .47 la opinión de los clientes con preparatoria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.17, de acuerdo al grado de estudios.

Costo de Hamsters

Sin instrucción

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	1	25.0	1	3.00
NO	3	75.0	3	3.67
Total	4	100	4	3.33

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Primaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	66.7	6	4.67
NO	3	33.3	3	4.33
Total	9	100	9	4.50

Secundaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	44.4	4	3.75
NO	5	55.6	5	4.40
Total	9	100	9	4.08

Preparatoria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	54.5	6	4.33
NO	5	45.5	5	4.20
Total	11	100	11	4.27

Universidad

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	46.2	6	4.00
NO	7	53.8	7	3.86
Total	13	100	13	3.93

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Postgrado

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	46.2	6	4.00
NO	7	53.8	7	3.86
Total	13	100	13	3.93

De los sujetos sin instrucción, el 25% sí sabe el precio de los hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 75% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3, mientras que los que no conocen opinan 3.66. Es decir hay una diferencia de opinión de .66 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con primaria, el 67% sí sabe el precio de los hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.66, mientras que los que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con secundaria, el 44% sí sabe el precio de los hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 56% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.75, mientras que los que no conocen opinan 4.40. Es decir hay una diferencia de opinión de .65 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con preparatoria, el 55% sí sabe el precio de los hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 45% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que los que no conocen opinan 4.20. Es decir hay una diferencia de opinión de .13 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con universidad, el 46% sí sabe el precio de los hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 54% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 3.85. Es decir hay una diferencia de opinión de .15 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Respecto al grado de estudios, no se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con posgrado.

El grado de estudios determina en un 50% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un 1.17 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes de primaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .75 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El grado de estudios determina en un .94 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .6 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .42 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .23 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .57 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .19 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .15 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .34 la opinión de los clientes con preparatoria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.13, de acuerdo al grado de estudios.

Costo de Cuyos

Sin instrucción

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	50.0	2	3.50
NO	2	50.0	2	3.50
Total	4	100	4	3.50

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Primaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	33.3	3	4.67
NO	6	66.7	6	4.50
Total	9	100	9	4.58

Secundaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	55.6	5	4.00
NO	4	44.4	4	4.50
Total	9	100	9	4.25

Preparatoria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	36.4	4	4.00
NO	7	63.6	7	4.14
Total	11	100	11	4.07

Universidad

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	53.8	7	3.86
NO	6	46.2	6	4.00
Total	13	100	13	3.93

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Postgrado

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	53.8	7	3.86
NO	6	46.2	6	4.00
Total	13	100	13	3.93

De los sujetos sin instrucción, el 50% sí sabe el precio de los cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.5, mientras que los que no conocen opinan 3.5. Es decir no hay diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con primaria, el 33% sí sabe el precio de los cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 67% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.66, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .16 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con secundaria, el 56% sí sabe el precio de los cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 44% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con preparatoria, el 36% sí sabe el precio de los cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 64% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.14. Es decir hay una diferencia de opinión de .14 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con universidad, el 54% sí sabe el precio de los cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 46% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.85, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .15 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Respecto al grado de estudios, no se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con posgrado.

El grado de estudios determina en un 54% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un 1.09 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes de primaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .75 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El grado de estudios determina en un .57 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .43 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .34 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .52 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .66 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .18 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .32 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .14 la opinión de los clientes con preparatoria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.10, de acuerdo al grado de estudios.

Costo de Conejos

Sin instrucción

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	50.0	2	3.50
NO	2	50.0	2	4.00
Total	4	100	4	3.75

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Primaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	44.4	4	4.75
NO	5	55.6	5	4.00
Total	9	100	9	4.38

Secundaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	33.3	3	4.33
NO	6	66.7	6	4.50
Total	9	100	9	4.42

Preparatoria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	54.5	6	4.00
NO	5	45.5	5	4.00
Total	11	100	11	4.00

Universidad

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	53.8	7	4.29
NO	6	46.2	6	3.33
Total	13	100	13	3.81

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Postgrado

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	53.8	7	4.29
NO	6	46.2	6	3.33
Total	13	100	13	3.81

De los sujetos sin instrucción, el 50% sí sabe el precio de los conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.50, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con primaria, el 44% sí sabe el precio de los conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 56% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.75, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .75 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con secundaria, el 33% sí sabe el precio de los conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 67% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .17 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con preparatoria, el 55% sí sabe el precio de los conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 45% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir no hay diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con universidad, el 54% sí sabe el precio de los conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 46% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.28, mientras que los que no conocen opinan 3.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .95 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Respecto al grado de estudios, no se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con posgrado.

El grado de estudios determina en un 52% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .63 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes de primaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .67 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El grado de estudios determina en un .25 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .06 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .04 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .38 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .57 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .42 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .61 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .19 la opinión de los clientes con preparatoria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.09, de acuerdo al grado de estudios.

Costo de Tortugas

Sin instrucción

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	50.0	2	3.50
NO	2	50.0	2	4.50
Total	4	100	4	4.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Primaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	55.6	5	4.60
NO	4	44.4	4	4.00
Total	9	100	9	4.30

Secundaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	44.4	4	4.75
NO	5	55.6	5	4.80
Total	9	100	9	4.78

Preparatoria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	90.9	10	4.70
NO	1	9.1	1	4.00
Total	11	100	11	4.35

Universidad

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	76.9	10	4.50
NO	3	23.1	3	5.00
Total	13	100	13	4.75

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Postgrado

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	76.9	10	4.50
NO	3	23.1	3	5.00
Total	13	100	13	4.75

De los sujetos sin instrucción, el 50% sí sabe el precio de las tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.50, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de 1 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con primaria, el 56% sí sabe el precio de las tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 44% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.60, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .60 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con secundaria, el 44% sí sabe el precio de las tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 56% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.75, mientras que los que no conocen opinan 4.80. Es decir hay una diferencia de opinión de .05 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con preparatoria, el 91% sí sabe el precio de las tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 9% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.70, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .70 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con universidad, el 77% sí sabe el precio de las tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 23% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Respecto al grado de estudios, no se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con posgrado.

El grado de estudios determina en un 67% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .30 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes de primaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .78 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El grado de estudios determina en un .35 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .75 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .48 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .05 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .45 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .43 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .03 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .40 la opinión de los clientes con preparatoria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.54, de acuerdo al grado de estudios.

Costo de Iguanas

Sin instrucción

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	4	100.0	4	4.00
Total	4	100	4	4.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Primaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	1	11.1	1	5.00
NO	8	88.9	8	4.00
Total	9	100	9	4.50

Secundaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	22.2	2	4.00
NO	7	77.8	7	3.71
Total	9	100	9	3.86

Preparatoria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	36.4	4	4.50
NO	7	63.6	7	3.86
Total	11	100	11	4.18

Universidad

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	46.2	6	4.00
NO	7	53.8	7	4.14
Total	13	100	13	4.07

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Postgrado

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	46.2	6	4.00
NO	7	53.8	7	4.14
Total	13	100	13	4.07

De los sujetos sin instrucción, el 100% no sabe el precio de las iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que no conocen, el promedio de opinión sobre los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.

De los sujetos con primaria, el 11% sí sabe el precio de las iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 89% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de 1 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con secundaria, el 22% sí sabe el precio de las iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 78% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 3.71. Es decir hay una diferencia de opinión de .29 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con preparatoria, el 36% sí sabe el precio de las iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 64% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 3.85. Es decir hay una diferencia de opinión de .65 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con universidad, el 46% sí sabe el precio de las iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 54% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.14. Es decir hay una diferencia de opinión de .14 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Respecto al grado de estudios, no se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con posgrado.

El grado de estudios determina en un 72% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .50 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes de primaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .14 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .18 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de las iguanas que se venden en

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .07 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .64 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .32 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .43 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .32 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .21 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .11 la opinión de los clientes con preparatoria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.08, de acuerdo al grado de estudios.

Costo Alimento de Pez

Sin instrucción

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	1	25.0	1	5.00
NO	3	75.0	3	3.67
Total	4	100	4	4.33

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Primaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	44.4	4	4.25
NO	5	55.6	5	3.80
Total	9	100	9	4.03

Secundaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	55.6	5	4.20
NO	4	44.4	4	4.25
Total	9	100	9	4.23

Preparatoria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	63.6	7	4.71
NO	4	36.4	4	4.25
Total	11	100	11	4.48

Universidad

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	61.5	8	4.63
NO	5	38.5	5	4.00
Total	13	100	13	4.31

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Postgrado

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	61.5	8	4.63
NO	5	38.5	5	4.00
Total	13	100	13	4.31

De los sujetos sin instrucción, el 25% no sabe el precio de los alimentos para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 75% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 3.66. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.34 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con primaria, el 44% sí sabe el precio de los alimentos para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 56% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.25, mientras que los que no conocen opinan 3.80. Es decir hay una diferencia de opinión de .45 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con secundaria, el 56% sí sabe el precio de los alimentos para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 44% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.20, mientras que los que no conocen opinan 4.25. Es decir hay una diferencia de opinión de .05 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con preparatoria, el 64% sí sabe el precio de los alimentos para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 36% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.71, mientras que los que no conocen opinan 4.25. Es decir hay una diferencia de opinión de .46 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con universidad, el 62% sí sabe el precio de los alimentos para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 38% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.62, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .62 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Respecto al grado de estudios, no se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con posgrado.

El grado de estudios determina en un 54% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .30 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes de primaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .10 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El grado de estudios determina en un .15 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .01 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .20 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .45 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .29 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .25 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .09 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .16 la opinión de los clientes con preparatoria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.26, de acuerdo al grado de estudios.

Costo Semillas de Hamsters

Sin instrucción

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	4	100.0	4	3.75
Total	4	100	4	3.75

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Primaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	44.4	4	4.25
NO	5	55.6	5	4.00
Total	9	100	9	4.13

Secundaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	44.4	4	4.50
NO	5	55.6	5	3.80
Total	9	100	9	4.15

Preparatoria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	63.6	7	4.57
NO	4	36.4	4	3.75
Total	11	100	11	4.16

Universidad

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	61.5	8	4.50
NO	5	38.5	5	4.40
Total	13	100	13	4.45

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Postgrado

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	61.5	8	4.50
NO	5	38.5	5	4.40
Total	13	100	13	4.45

De los sujetos sin instrucción, el 100% no sabe el precio de los alimentos para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que no conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.75.

De los sujetos con primaria, el 44% sí sabe el precio de los alimentos para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 56% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.25, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .25 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con secundaria, el 44% sí sabe el precio de los alimentos para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 56% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 3.80. Es decir hay una diferencia de opinión de .70 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con preparatoria, el 64% sí sabe el precio de los alimentos para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 36% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.57, mientras que los que no conocen opinan 3.75. Es decir hay una diferencia de opinión de .82 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con universidad, el 62% sí sabe el precio de los alimentos para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 38% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4.40. Es decir hay una diferencia de opinión de .10 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Respecto al grado de estudios, no se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con posgrado.

El grado de estudios determina en un 50% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .38 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes de primaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .4 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para hamsters que

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .41 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .7 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .02 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .03 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .32 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .01 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .30 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .29 la opinión de los clientes con preparatoria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.21, de acuerdo al grado de estudios.

Costo Nutricubo de Cuyos

Sin instrucción

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	50.0	2	3.50
NO	2	50.0	2	4.50
Total	4	100	4	4.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Primaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	22.2	2	4.50
NO	7	77.8	7	4.14
Total	9	100	9	4.32

Secundaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	22.2	2	4.50
NO	7	77.8	7	4.29
Total	9	100	9	4.39

Preparatoria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	54.5	6	4.33
NO	5	45.5	5	3.80
Total	11	100	11	4.07

Universidad

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	46.2	6	3.83
NO	7	53.8	7	4.43
Total	13	100	13	4.13

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Postgrado

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	46.2	6	3.83
NO	7	53.8	7	4.43
Total	13	100	13	4.13

De los sujetos sin instrucción, el 50% no sabe el precio de los alimentos para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.50, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de 1 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con primaria, el 22% sí sabe el precio de los alimentos para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 78% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4.14. Es decir hay una diferencia de opinión de .36 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con secundaria, el 22% sí sabe el precio de los alimentos para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 78% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4.28. Es decir hay una diferencia de opinión de .22 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con preparatoria, el 55% sí sabe el precio de los alimentos para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 45% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que los que no conocen opinan 3.80. Es decir hay una diferencia de opinión de .53 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con universidad, el 46% sí sabe el precio de los alimentos para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 54% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.83, mientras que los que no conocen opinan 4.42. Es decir hay una diferencia de opinión de .59 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Respecto al grado de estudios, no se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con posgrado.

El grado de estudios determina en un 61% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .32 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes de primaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .40 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El grado de estudios determina en un .07 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .13 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .08 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .25 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .19 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .33 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .27 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .06 la opinión de los clientes con preparatoria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.16, de acuerdo al grado de estudios.

Costo Conejina

Sin instrucción

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	1	25.0	1	4.00
NO	3	75.0	3	3.67
Total	4	100	4	3.83

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Primaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	1	11.1	1	4.00
NO	8	88.9	8	4.25
Total	9	100	9	4.13

Secundaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	55.6	5	4.60
NO	4	44.4	4	4.50
Total	9	100	9	4.55

Preparatoria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	45.5	5	4.40
NO	6	54.5	6	4.00
Total	11	100	11	4.20

Universidad

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	46.2	6	4.50
NO	7	53.8	7	4.14
Total	13	100	13	4.32

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Postgrado

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	46.2	6	4.50
NO	7	53.8	7	4.14
Total	13	100	13	4.32

De los sujetos sin instrucción, el 25% sí sabe el precio del alimento para conejo que se vende en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 75% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el precio del alimento para conejo que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que las que no conocen opinan 3.67. Es decir hay una diferencia de opinión de .33 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los sujetos con primaria, el 11% sí sabe el precio del alimento para conejo que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 89% restante no. De los que sí conocen el precio del alimento para conejo que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.25. Es decir hay una diferencia de opinión de .25 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con secundaria, el 56% sí sabe el precio del alimento para conejo que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 44% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el precio del alimento para conejo que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.60, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .10 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con preparatoria, el 46% sí sabe el precio del alimento para conejo que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 54% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el precio del alimento para conejo que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.40, mientras que los que no conocen opinan 4.20. Es decir hay una diferencia de .20 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con universidad, el 46% sí sabe el precio del alimento para conejo que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 54% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el precio del alimento para conejo que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4.14. Es decir hay una diferencia de .36 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Respecto al grado de estudios, no se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con posgrado.

El grado de estudios determina en un 61% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio del alimento para conejo que se vende en ese establecimiento.

El grado de estudios determina en un .3 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes de primaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio del alimento para conejo que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .72 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio del alimento para conejo que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .37 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio del alimento para conejo que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .49 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio del alimento para conejo que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .42 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio del alimento para conejo que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .07 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio del alimento para conejo que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .19 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio del alimento para conejo que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .35 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio del alimento para conejo que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .23 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio del alimento para conejo que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .12 la opinión de los clientes con preparatoria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio del alimento para conejo que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a precio de alimento para conejo que se vende en el Acuario Pro-Hogar en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.29, de acuerdo a la ocupación.

Costo Tortuguetas

Sin instrucción

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	4	100.0	4	3.75
Total	4	100	4	3.75

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Primaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	22.2	2	4.00
NO	7	77.8	7	3.86
Total	9	100	9	3.93

Secundaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	55.6	5	4.60
NO	4	44.4	4	4.25
Total	9	100	9	4.43

Preparatoria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	72.7	8	4.50
NO	3	27.3	3	4.67
Total	11	100	11	4.58

Universidad

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	38.5	5	4.60
NO	8	61.5	8	4.38
Total	13	100	13	4.49

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Postgrado

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	38.5	5	4.60
NO	8	61.5	8	4.38
Total	13	100	13	4.49

De los sujetos sin instrucción, el 100% no sabe el precio de los alimentos para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que no conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.75.

De los sujetos con primaria, el 22% sí sabe el precio de los alimentos para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 78% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 3.85. Es decir hay una diferencia de opinión de .15 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con secundaria, el 56% sí sabe el precio de los alimentos para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 44% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.60, mientras que los que no conocen opinan 4.25. Es decir hay una diferencia de opinión de .35 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con preparatoria, el 73% sí sabe el precio de los alimentos para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 27% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4.66. Es decir hay una diferencia de opinión de .16 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con universidad, el 38% sí sabe el precio de los alimentos para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 62% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.60, mientras que los que no conocen opinan 4.37. Es decir hay una diferencia de opinión de .23 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Respecto al grado de estudios, no se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con posgrado.

El grado de estudios determina en un 57% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .18 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes de primaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .68 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El grado de estudios determina en un .84 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .74 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .5 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .66 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .56 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .16 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .06 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .10 la opinión de los clientes con preparatoria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.32, de acuerdo al grado de estudios.

Costo Alimento Iguanas

Sin instrucción

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	50.0	2	4.00
NO	2	50.0	2	4.00
Total	4	100	4	4.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Primaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	55.6	5	4.20
NO	4	44.4	4	4.25
Total	9	100	9	4.23

Secundaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	55.6	5	4.60
NO	4	44.4	4	4.00
Total	9	100	9	4.30

Preparatoria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	72.7	8	4.25
NO	3	27.3	3	3.67
Total	11	100	11	3.96

Universidad

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	46.2	6	4.17
NO	7	53.8	7	4.14
Total	13	100	13	4.15

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Postgrado

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	46.2	6	4.17
NO	7	53.8	7	4.14
Total	13	100	13	4.15

De los sujetos sin instrucción, el 50% no sabe el precio de los alimentos para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir no hay diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con primaria, el 56% sí sabe el precio de los alimentos para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 44% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.20, mientras que los que no conocen opinan 4.25. Es decir hay una diferencia de opinión de .05 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con secundaria, el 56% sí sabe el precio de los alimentos para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 44% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.60, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .60 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con preparatoria, el 73% sí sabe el precio de los alimentos para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 27% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.25, mientras que los que no conocen opinan 3.66. Es decir hay una diferencia de opinión de .59 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con universidad, el 46% sí sabe el precio de los alimentos para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 54% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.16, mientras que los que no conocen opinan 4.14. Es decir hay una diferencia de opinión de .02 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Respecto al grado de estudios, no se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con posgrado.

El grado de estudios determina en un 57% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .23 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes de primaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .30 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El grado de estudios determina en un .04 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .16 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .07 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .27 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .07 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .34 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .14 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .2 la opinión de los clientes con preparatoria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.15, de acuerdo al grado de estudios.

Costo Pecera Rectangular

Sin instrucción

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	100.0	4	3.25
NO	0	0.0	0	0.00
Total	4	100	4	3.25

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Primaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	77.8	7	4.71
NO	2	22.2	2	5.00
Total	9	100	9	4.86

Secundaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	66.7	6	4.33
NO	3	33.3	3	4.67
Total	9	100	9	4.50

Preparatoria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	63.6	7	4.86
NO	4	36.4	4	4.50
Total	11	100	11	4.68

Universidad

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	12	92.3	12	4.42
NO	1	7.7	1	4.00
Total	13	100	13	4.21

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Postgrado

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	12	92.3	12	4.42
NO	1	7.7	1	4.00
Total	13	100	13	4.21

De los sujetos sin instrucción, el 100% sí sabe el precio de los accesorios para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.25.

De los sujetos con primaria, el 78% sí sabe el precio de los accesorios para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 22% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.71, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de .29 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con secundaria, el 67% sí sabe el precio de los accesorios para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que los que no conocen opinan 4.66. Es decir hay una diferencia de opinión de .33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con preparatoria, el 64% sí sabe el precio de los accesorios para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 36% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.85, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .35 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con universidad, el 92% sí sabe el precio de los accesorios para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 8% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.41, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .41 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Respecto al grado de estudios, no se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con posgrado.

El grado de estudios determina en un 78% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un 1.61 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes de primaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un 1.25 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un 1.43 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .96 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .36 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .18 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .65 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .18 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .29 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .47 la opinión de los clientes con preparatoria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.50, de acuerdo al grado de estudios.

Costo Jaula de Tunel

Sin instrucción

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	50.0	2	3.50
NO	2	50.0	2	3.50
Total	4	100	4	3.50

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Primaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	55.6	5	4.40
NO	4	44.4	4	4.75
Total	9	100	9	4.58

Secundaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	44.4	4	4.25
NO	5	55.6	5	4.20
Total	9	100	9	4.23

Preparatoria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	18.2	2	3.50
NO	9	81.8	9	4.11
Total	11	100	11	3.81

Universidad

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	30.8	4	4.50
NO	9	69.2	9	4.33
Total	13	100	13	4.42

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Postgrado

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	30.8	4	4.50
NO	9	69.2	9	4.33
Total	13	100	13	4.42

De los sujetos sin instrucción, el 50% sí sabe el precio de los accesorios para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.50, mientras que los que no conocen opinan 3.50. Es decir no hay diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con primaria, el 56% sí sabe el precio de los accesorios para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 44% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.40, mientras que los que no conocen opinan 4.75. Es decir hay una diferencia de opinión de .35 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con secundaria, el 44% sí sabe el precio de los accesorios para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 56% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.25, mientras que los que no conocen opinan 4.20. Es decir hay una diferencia de opinión de .05 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con preparatoria, el 18% sí sabe el precio de los accesorios para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 82% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.50, mientras que los que no conocen opinan 4.11. Es decir hay una diferencia de opinión de .21 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con universidad, el 31% sí sabe el precio de los accesorios para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 69% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .17 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Respecto al grado de estudios, no se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con posgrado.

El grado de estudios determina en un 63% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un 1.08 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes de primaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El grado de estudios determina en un .73 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .31 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .92 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .35 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .77 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .16 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .42 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .19 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .61 la opinión de los clientes con preparatoria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.20, de acuerdo al grado de estudios.

Costo Bebedero de Balin

Sin instrucción

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	1	25.0	1	4.00
NO	3	75.0	3	3.00
Total	4	100	4	3.50

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Primaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	55.6	5	4.60
NO	4	44.4	4	4.25
Total	9	100	9	4.43

Secundaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	44.4	4	4.50
NO	5	55.6	5	4.40
Total	9	100	9	4.45

Preparatoria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	72.7	8	3.63
NO	3	27.3	3	4.67
Total	11	100	11	4.15

Universidad

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	46.2	6	4.17
NO	7	53.8	7	4.00
Total	13	100	13	4.08

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Postgrado

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	46.2	6	4.17
NO	7	53.8	7	4.00
Total	13	100	13	4.08

De los sujetos sin instrucción, el 25% sí sabe el precio de los accesorios para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 75% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 3. Es decir hay una diferencia de opinión de 1 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con primaria, el 56% sí sabe el precio de los accesorios para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 44% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.60, mientras que los que no conocen opinan 4.25. Es decir hay una diferencia de opinión de .35 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con secundaria, el 44% sí sabe el precio de los accesorios para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 56% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4.40. Es decir hay una diferencia de opinión de .10 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con preparatoria, el 73% sí sabe el precio de los accesorios para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 27% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.62, mientras que los que no conocen opinan 4.66. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.04 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con universidad, el 46% sí sabe el precio de los accesorios para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 54% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.16, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .16 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Respecto al grado de estudios, no se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con posgrado.

El grado de estudios determina en un 52% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .93 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes de primaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .95 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El grado de estudios determina en un .65 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .59 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .02 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .28 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .34 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .30 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .36 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .06 la opinión de los clientes con preparatoria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.10, de acuerdo al grado de estudios.

Costo Jaula para Conejo

Sin instrucción

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	50.0	2	4.50
NO	2	50.0	2	3.50
Total	4	100	4	4.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Primaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	44.4	4	3.75
NO	5	55.6	5	4.00
Total	9	100	9	3.88

Secundaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	55.6	5	4.20
NO	4	44.4	4	5.00
Total	9	100	9	4.60

Preparatoria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	54.5	6	4.33
NO	5	45.5	5	3.60
Total	11	100	11	3.97

Universidad

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	30.8	4	4.50
NO	9	69.2	9	4.44
Total	13	100	13	4.47

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Postgrado

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	30.8	4	4.50
NO	9	69.2	9	4.44
Total	13	100	13	4.47

De los sujetos sin instrucción, el 50% sí sabe el precio de los accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 3.50. Es decir hay una diferencia de opinión de 1 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con primaria, el 44% sí sabe el precio de los accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 56% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.75, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .25 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con secundaria, el 56% sí sabe el precio de los accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 44% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.20, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de .80 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con preparatoria, el 55% sí sabe el precio de los accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 45% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que los que no conocen opinan 3.60. Es decir hay una diferencia de opinión de .73 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con universidad, el 31% sí sabe el precio de los accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 69% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4.44. Es decir hay una diferencia de opinión de .06 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Respecto al grado de estudios, no se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con posgrado.

El grado de estudios determina en un 54% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .12 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes de primaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .60 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .03 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .47 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .72 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .17 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .59 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .63 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .13 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .5 la opinión de los clientes con preparatoria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.21, de acuerdo al grado de estudios.

Costo Tortuguero de Riñon

Sin instrucción

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	1	25.0	1	5.00
NO	3	75.0	3	4.00
Total	4	100	4	4.50

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Primaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	66.7	6	4.00
NO	3	33.3	3	4.33
Total	9	100	9	4.17

Secundaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	44.4	4	4.25
NO	5	55.6	5	4.80
Total	9	100	9	4.53

Preparatoria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	72.7	8	4.38
NO	3	27.3	3	4.67
Total	11	100	11	4.52

Universidad

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	53.8	7	4.71
NO	6	46.2	6	4.00
Total	13	100	13	4.36

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Postgrado

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	53.8	7	4.71
NO	6	46.2	6	4.00
Total	13	100	13	4.36

De los sujetos sin instrucción, el 25% sí sabe el precio de los accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 75% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de 1 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con primaria, el 67% sí sabe el precio de los accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con secundaria, el 44% sí sabe el precio de los accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 56% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.25, mientras que los que no conocen opinan 4.80. Es decir hay una diferencia de opinión de .55 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con preparatoria, el 73% sí sabe el precio de los accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 27% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.37, mientras que los que no conocen opinan 4.66. Es decir hay una diferencia de opinión de .29 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con universidad, el 54% sí sabe el precio de los accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 46% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.71, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .71 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Respecto al grado de estudios, no se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con posgrado.

El grado de estudios determina en un 57% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .33 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes de primaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .03 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .03 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .14 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .36 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .36 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .19 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en 0 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .17 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .17 la opinión de los clientes con preparatoria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.36, de acuerdo al grado de estudios.

Costo Pecera de Iguana

Sin instrucción

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	50.0	2	3.50
NO	2	50.0	2	3.50
Total	4	100	4	3.50

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Primaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	44.4	4	4.00
NO	5	55.6	5	3.60
Total	9	100	9	3.80

Secundaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	55.6	5	4.00
NO	4	44.4	4	3.75
Total	9	100	9	3.88

Preparatoria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	63.6	7	4.14
NO	4	36.4	4	4.25
Total	11	100	11	4.20

Universidad

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	61.5	8	4.50
NO	5	38.5	5	4.40
Total	13	100	13	4.45

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Postgrado

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	61.5	8	4.50
NO	5	38.5	5	4.40
Total	13	100	13	4.45

De los sujetos sin instrucción, el 50% sí sabe el precio de los accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.50, mientras que los que no conocen opinan 3.50. Es decir no hay diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con primaria, el 44% sí sabe el precio de los accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 56% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 3.60. Es decir hay una diferencia de opinión de .40 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con secundaria, el 56% sí sabe el precio de los accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 44% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 3.75. Es decir hay una diferencia de opinión de .25 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con preparatoria, el 64% sí sabe el precio de los accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 36% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.14, mientras que los que no conocen opinan 4.25. Es decir hay una diferencia de opinión de .09 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con universidad, el 62% sí sabe el precio de los accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 38% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4.40. Es decir hay una diferencia de opinión de .10 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Respecto al grado de estudios, no se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con posgrado.

El grado de estudios determina en un 57% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .30 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes de primaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .38 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .70 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .95 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .08 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .40 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .65 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .32 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .57 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .25 la opinión de los clientes con preparatoria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.05, de acuerdo al grado de estudios.

Servicios - Mantenimiento de Peces

Sin instrucción

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	75.0	3	3.67
NO	1	25.0	1	4.00
Total	4	100	4	3.83

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Primaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	44.4	4	3.75
NO	5	55.6	5	4.40
Total	9	100	9	4.08

Secundaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	55.6	5	4.00
NO	4	44.4	4	4.50
Total	9	100	9	4.25

Preparatoria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	45.5	5	4.00
NO	6	54.5	6	4.17
Total	11	100	11	4.08

Universidad

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	23.1	3	4.33
NO	10	76.9	10	4.70
Total	13	100	13	4.52

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Postgrado

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	23.1	3	4.33
NO	10	76.9	10	4.70
Total	13	100	13	4.52

De los sujetos sin instrucción, el 75% sí conoce el servicio de instalación y / o mantenimiento de peceras que ofrece el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 25% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen en la instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.66, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .34 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con primaria, el 44% sí conoce el servicio de instalación y / o mantenimiento de peceras que ofrece el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 56% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen en la instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.75, mientras que los que no conocen opinan 4.40. Es decir hay una diferencia de opinión de .65 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con secundaria, el 56% sí conoce el servicio de instalación y / o mantenimiento de peceras que ofrece el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 44% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen en la instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con preparatoria, el 45% sí conoce el servicio de instalación y / o mantenimiento de peceras que ofrece el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 55% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen en la instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.16. Es decir hay una diferencia de opinión de .16 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con universidad, el 23% sí conoce el servicio de instalación y / o mantenimiento de peceras que ofrece el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 77% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen en la instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que los que no conocen opinan 4.70. Es decir hay una diferencia de opinión de .37 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Respecto al grado de estudios, no se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con posgrado.

El grado de estudios determina en un 57% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al grado de satisfacción del servicio de instalación y / o mantenimiento de peceras de ese establecimiento, en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .25 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes de primaria del Acuario Pro-Hogar respecto al grado de satisfacción del servicio de instalación y / o mantenimiento de peceras en ese establecimiento, en comparación con otros

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .42 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al grado de satisfacción del servicio de instalación y / o mantenimiento de peceras en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .26 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al grado de satisfacción del servicio de instalación y / o mantenimiento de peceras en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .69 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al grado de satisfacción del servicio de instalación y / o mantenimiento de peceras en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .17 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al grado de satisfacción del servicio de instalación y / o mantenimiento de peceras en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .01 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al grado de satisfacción del servicio de instalación y / o mantenimiento de peceras en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .44 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al grado de satisfacción del servicio de instalación y / o mantenimiento de peceras en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .16 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al grado de satisfacción del servicio de instalación y / o mantenimiento de peceras en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .27 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al grado de satisfacción del servicio de instalación y / o mantenimiento de peceras en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .43 la opinión de los clientes con preparatoria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al grado de satisfacción del servicio de instalación y / o mantenimiento de peceras en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al grado de satisfacción del servicio de instalación y / o mantenimiento de peceras en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.20, de acuerdo al grado de estudios.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Servicios - Sistema de Apartado

Sin instrucción

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	1	25.0	1	3.00
NO	3	75.0	3	4.00
Total	4	100	4	3.50

Primaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	55.6	5	4.00
NO	4	44.4	4	4.25
Total	9	100	9	4.13

Secundaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	77.8	7	4.86
NO	2	22.2	2	4.00
Total	9	100	9	4.43

Preparatoria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	54.5	6	4.50
NO	5	45.5	5	4.20
Total	11	100	11	4.35

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Universidad

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	61.5	8	4.50
NO	5	38.5	5	4.60
Total	13	100	13	4.55

Postgrado

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	61.5	8	4.50
NO	5	38.5	5	4.60
Total	13	100	13	4.55

De los sujetos sin instrucción, el 25% sí conoce el servicio de apartado que ofrece el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 75% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen con ese servicio en comparación con otros acuarios cercanos es de 3, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de 1 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con primaria, el 56% sí conoce el servicio de apartado que ofrece el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 44% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen con ese servicio en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.25. Es decir hay una diferencia de opinión de .25 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con secundaria, el 78% sí conoce el servicio de apartado que ofrece el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 22% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen con ese servicio en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.85, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .85 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con preparatoria, el 55% sí conoce el servicio de apartado que ofrece el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 45% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen con ese servicio en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4.20. Es decir hay una diferencia de opinión de .30 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con universidad, el 62% sí sabe el servicio de apartado que ofrece el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 38% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen con ese servicio en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4.60. Es decir hay una diferencia de opinión de .10 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

Respecto al grado de estudios, no se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con posgrado.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El grado de estudios determina en un 59% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al grado de satisfacción del servicio de apartado en ese establecimiento comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .63 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes de primaria del Acuario Pro-Hogar respecto al grado de satisfacción del servicio de apartado en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .93 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al grado de satisfacción del servicio de apartado en ese establecimiento, en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .85 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al grado de satisfacción del servicio de apartado en ese establecimiento, en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un 1.05 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al grado de satisfacción del servicio de apartado en ese establecimiento, en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .30 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto al grado de satisfacción del servicio de apartado en ese establecimiento, en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .22 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al grado de satisfacción del servicio de apartado en ese establecimiento, en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .42 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al grado de satisfacción del servicio de apartado en ese establecimiento, en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .08 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto al grado de satisfacción del servicio de apartado en ese establecimiento, en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .12 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al grado de satisfacción del servicio de apartado en ese establecimiento, en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .20 la opinión de los clientes con preparatoria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto al grado de satisfacción del servicio de apartado en ese establecimiento, en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al grado de satisfacción del servicio de apartado en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.35, de acuerdo al grado de estudios.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Atn. al Cliente - Amabilidad

Sin instrucción

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	75.0	3	4.67
NO	1	25.0	1	4.00
Total	4	100	4	4.33

Primaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	88.9	8	4.75
NO	1	11.1	1	5.00
Total	9	100	9	4.88

Secundaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	88.9	8	5.00
NO	1	11.1	1	5.00
Total	9	100	9	5.00

Preparatoria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	81.8	9	4.67
NO	2	18.2	2	4.50
Total	11	100	11	4.58

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Universidad

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	13	100.0	13	4.77
NO	0	0.0	0	0.00
Total	13	100	13	4.77

Postgrado

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	13	100.0	13	4.77
NO	0	0.0	0	0.00
Total	13	100	13	4.77

De los sujetos sin instrucción, el 75% sí conoce los gestos que tiene el personal del Acuario Pro-Hogar cuando entran a ese establecimiento, mientras que el 25% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad de la atención del personal en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.66, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .66 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con primaria, el 89% sí conoce los gestos que tiene el personal del Acuario Pro-Hogar cuando entran a ese establecimiento, mientras que el 11% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad de la atención del personal en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.75, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de .25 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con secundaria, el 89% sí conoce los gestos que tiene el personal del Acuario Pro-Hogar cuando entran a ese establecimiento, mientras que el 11% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad de la atención del personal en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 5, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir no hay diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con preparatoria, el 82% sí conoce los gestos que tiene el personal del Acuario Pro-Hogar cuando entran a ese establecimiento, mientras que el 18% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad de la atención del personal en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.66, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .16 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con universidad, el 100% sí conoce los gestos que tiene el personal del Acuario Pro-Hogar cuando entran a ese establecimiento. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad de la atención del personal en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.76.

Respecto al grado de estudios, no se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con posgrado.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El grado de estudios determina en un 89% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la calidad de atención recibida por parte del personal en sus últimas tres visitas a ese establecimiento, en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .55 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes de primaria del Acuario Pro-Hogar respecto a la calidad de atención recibida por parte del personal en sus últimas tres visitas a ese establecimiento, en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .67 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto a la calidad de atención recibida por parte del personal en sus últimas tres visitas a ese establecimiento, en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .26 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto a la calidad de atención recibida por parte del personal en sus últimas tres visitas a ese establecimiento, en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .44 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto a la calidad de atención recibida por parte del personal en sus últimas tres visitas a ese establecimiento, en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .12 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto a la calidad de atención recibida por parte del personal en sus últimas tres visitas a ese establecimiento, en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .29 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto a la calidad de atención recibida por parte del personal en sus últimas tres visitas a ese establecimiento, en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .11 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto a la calidad de atención recibida por parte del personal en sus últimas tres visitas a ese establecimiento, en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .41 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto a la calidad de atención recibida por parte del personal en sus últimas tres visitas a ese establecimiento, en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .23 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto a la calidad de atención recibida por parte del personal en sus últimas tres visitas a ese establecimiento, en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .18 la opinión de los clientes con preparatoria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto a la calidad de atención recibida por parte del personal en sus últimas tres visitas a ese establecimiento, en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la calidad de atención recibida por parte del personal en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.69, de acuerdo al grado de estudios.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Atn. al Cliente - Eficiencia

Sin instrucción

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	50.0	2	5.00
NO	2	50.0	2	3.50
Total	4	100	4	4.25

Primaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	88.9	8	4.63
NO	1	11.1	1	3.00
Total	9	100	9	3.81

Secundaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	66.7	6	4.83
NO	3	33.3	3	4.67
Total	9	100	9	4.75

Preparatoria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	63.6	7	4.57
NO	4	36.4	4	3.75
Total	11	100	11	4.16

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Universidad

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	69.2	9	5.00
NO	4	30.8	4	3.75
Total	13	100	13	4.38

Postgrado

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	69.2	9	5.00
NO	4	30.8	4	3.75
Total	13	100	13	4.38

De los sujetos sin instrucción, el 50% sí conoce la rapidez con que les atiende el personal del Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 5, mientras que los que no conocen opinan 3.50. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con primaria, el 89% sí conoce la rapidez con que les atiende el personal del Acuario Pro-Hogar, mientras que el 11% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.62, mientras que los que no conocen opinan 3. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.62 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con secundaria, el 67% sí conoce la rapidez con que les atiende el personal del Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.83, mientras que los que no conocen opinan 4.66. Es decir hay una diferencia de opinión de .17 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con preparatoria, el 64% sí conoce la rapidez con que les atiende el personal del Acuario Pro-Hogar, mientras que el 36% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.57, mientras que los que no conocen opinan 3.75. Es decir hay una diferencia de opinión de .82 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con universidad, el 69% sí conoce la rapidez con que les atiende el personal del Acuario Pro-Hogar, mientras que el 31% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 5, mientras que los que no conocen opinan 3.75. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.25 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Respecto al grado de estudios, no se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con posgrado.

El grado de estudios determina en un 70% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .43 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes de primaria del Acuario Pro-Hogar respecto a la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .50 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto a la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .09 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto a la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .13 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto a la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .93 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto a la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .34 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto a la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .56 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto a la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .59 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto a la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .37 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto a la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .22 la opinión de los clientes con preparatoria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto a la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la rapidez con que el personal de ese

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.31, de acuerdo al grado de estudios.

Atn. al Cliente - Conocimientos

Sin instrucción

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	75.0	3	5.00
NO	1	25.0	1	3.00
Total	4	100	4	4.00

Primaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	88.9	8	4.63
NO	1	11.1	1	5.00
Total	9	100	9	4.81

Secundaria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	100.0	9	4.89
NO	0	0.0	0	0.00
Total	9	100	9	4.89

Preparatoria

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	11	100.0	11	4.64
NO	0	0.0	0	0.00
Total	11	100	11	4.64

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Universidad

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	13	100.0	13	4.85
NO	0	0.0	0	0.00
Total	13	100	13	4.85

Postgrado

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	13	100.0	13	4.85
NO	0	0.0	0	0.00
Total	13	100	13	4.85

De los sujetos sin instrucción, el 75% sí percibe conocimiento en las respuestas del personal del Acuario Pro-Hogar, mientras que el 25% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 5, mientras que los que no conocen opinan 3. Es decir hay una diferencia de opinión de 2 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con primaria, el 89% sí percibe conocimiento en las respuestas del personal del Acuario Pro-Hogar, mientras que el 11% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.62, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de .38 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos con secundaria, el 100% sí percibe conocimiento en las respuestas del personal del Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.88.

De los sujetos con preparatoria, el 100% sí percibe conocimiento en las respuestas del personal del Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.63.

De los sujetos con universidad, el 100% sí percibe conocimiento en las respuestas del personal del Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.84.

Respecto al grado de estudios, no se registró la opinión de clientes del Acuario Pro-Hogar con posgrado.

El grado de estudios determina en un 96% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la confiabilidad del personal de ese establecimiento, percibida en las respuestas de éste a sus preguntas, en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .82 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

clientes de primaria del Acuario Pro-Hogar respecto a la confiabilidad del personal de ese establecimiento, percibida en las respuestas de éste a sus preguntas, en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .89 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto a la confiabilidad del personal de ese establecimiento, percibida en las respuestas de éste a sus preguntas, en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .64 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto a la confiabilidad del personal de ese establecimiento, percibida en las respuestas de éste a sus preguntas, en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .85 la opinión de los clientes sin instrucción con relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto a la confiabilidad del personal de ese establecimiento, percibida en las respuestas de éste a sus preguntas, en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .07 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con secundaria del Acuario Pro-Hogar respecto a la confiabilidad del personal de ese establecimiento, percibida en las respuestas de éste a sus preguntas, en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .18 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto a la confiabilidad del personal de ese establecimiento, percibida en las respuestas de éste a sus preguntas, en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .03 la opinión de los clientes con primaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto a la confiabilidad del personal de ese establecimiento, percibida en las respuestas de éste a sus preguntas, en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .25 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con preparatoria del Acuario Pro-Hogar respecto a la confiabilidad del personal de ese establecimiento, percibida en las respuestas de éste a sus preguntas, en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .04 la opinión de los clientes con secundaria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto a la confiabilidad del personal de ese establecimiento, percibida en las respuestas de éste a sus preguntas, en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El grado de estudios determina en un .21 la opinión de los clientes con preparatoria en relación a los clientes con universidad del Acuario Pro-Hogar respecto a la confiabilidad del personal de ese establecimiento, percibida en las respuestas de éste a sus preguntas, en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la confiabilidad del personal, percibida en las respuestas de éste a sus preguntas, en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.38, de acuerdo al grado de estudios.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

VARIABLE SOCIODEMOGRÁFICA: **OCUPACIÓN**

Tipo de Peces

Ama de Casa

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	90.9	10	4.60
NO	1	9.1	1	3.00
Total	11	100	11	3.80

Estudiante

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	76.9	10	4.20
NO	3	23.1	3	5.00
Total	13	100	13	4.60

Oficio

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	69.2	9	4.44
NO	4	30.8	4	4.00
Total	13	100	13	4.22

Profesión

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	100.0	9	4.11
NO	0	0.0	0	0.00
Total	9	100	9	4.11

De las amas de casa, el 91% sí sabe qué tipo de peces se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 9% restante no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.60, mientras

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

que las que no conocen opinan 3. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.60 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los estudiantes, el 77% sí sabe qué tipo de peces se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 23% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.20, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de .80 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que desarrollan un oficio, el 70% sí sabe qué tipo de peces se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 30% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.44, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .44 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que tienen profesión, el 100% sí sabe qué tipo de peces se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.11.

La ocupación determina en un 83% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de peces que se venden en ese establecimiento.

La ocupación determina en un .80 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes estudiantes del Acuario Pro-Hogar respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .42 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan algún oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .31 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .38 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan un oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .49 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .11 la opinión de los clientes que desempeñan un oficio con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de peces que se venden en ese establecimiento y concretamente sobre la variedad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos. es de 4.30. de acuerdo a la ocupación.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Tipo de Hamsters

Ama de Casa

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	54.5	6	4.50
NO	5	45.5	5	4.00
Total	11	100	11	4.25

Estudiante

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	76.9	10	3.70
NO	3	23.1	3	4.67
Total	13	100	13	4.18

Oficio

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	76.9	10	3.80
NO	3	23.1	3	3.00
Total	13	100	13	3.40

Profesión

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	44.4	4	3.50
NO	5	55.6	5	3.60
Total	9	100	9	3.55

De las amas de casa, el 55% sí sabe qué tipo de hamsters se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 45% restante no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que las que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre las que sí conocen con respecto a los que no.

De los estudiantes, el 77% sí sabe qué tipo de hamsters se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

que el 23% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.70, mientras que los que no conocen opinan 4.67. Es decir hay una diferencia de opinión de .97 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que desarrollan un oficio, el 77% sí sabe qué tipo de hamsters se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 23% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.80, mientras que los que no conocen opinan 3. Es decir hay una diferencia de opinión de .80 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que tienen profesión, el 44% sí sabe qué tipo de hamsters se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 56% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.50, mientras que los que no conocen opinan 3.60. Es decir hay una diferencia de opinión de .10 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La ocupación determina en un 65% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de hamsters que se venden en ese establecimiento.

La ocupación determina en un .06 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes estudiantes del Acuario Pro-Hogar respecto a la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .85 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan algún oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .7 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .79 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan un oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .64 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .15 la opinión de los clientes que desempeñan un oficio con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de hamsters que se venden en ese establecimiento y concretamente sobre la variedad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 3.84, de acuerdo a la ocupación.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Tipo de Cuyos

Ama de Casa

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	54.5	6	4.50
NO	5	45.5	5	3.80
Total	11	100	11	4.15

Estudiante

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	30.8	4	3.75
NO	9	69.2	9	3.67
Total	13	100	13	3.71

Oficio

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	46.2	6	3.67
NO	7	53.8	7	3.57
Total	13	100	13	3.62

Profesión

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	33.3	3	3.33
NO	6	66.7	6	3.17
Total	9	100	9	3.25

De las amas de casa, el 55% sí sabe qué tipo de cuyos se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 45% restante no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que las que no conocen opinan 3.80. Es decir hay una diferencia de opinión de .70 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los estudiantes, el 31% sí sabe qué tipo de cuyos se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

que el 69% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.75, mientras que los que no conocen opinan 3.67. Es decir hay una diferencia de opinión de .08 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que desarrollan un oficio, el 46% sí sabe qué tipo de cuyos se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 54% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.67, mientras que los que no conocen opinan 3.57. Es decir hay una diferencia de opinión de .10 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que tienen profesión, el 33% sí sabe qué tipo de cuyos se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 67% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.33, mientras que los que no conocen opinan 3.17. Es decir hay una diferencia de opinión de .16 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La ocupación determina en un 59% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de cuyos que se venden en ese establecimiento.

La ocupación determina en un .44 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes estudiantes del Acuario Pro-Hogar respecto a la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .53 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan algún oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .9 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .09 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan un oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .46 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .37 la opinión de los clientes que desempeñan un oficio con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de cuyos que se venden en ese establecimiento y concretamente sobre la variedad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 3.63, de acuerdo a la ocupación.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Tipo de Conejos

Ama de Casa

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	54.5	6	4.33
NO	5	45.5	5	4.20
Total	11	100	11	4.27

Estudiante

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	61.5	8	4.13
NO	5	38.5	5	3.80
Total	13	100	13	3.96

Oficio

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	38.5	5	4.00
NO	8	61.5	8	4.13
Total	13	100	13	4.06

Profesión

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	44.4	4	3.75
NO	5	55.6	5	3.60
Total	9	100	9	3.68

De las amas de casa, el 55% sí sabe qué tipo de conejos se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 45% restante no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que las que no conocen opinan 4.20. Es decir hay una diferencia de opinión de 0.13 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los estudiantes, el 62% sí sabe qué tipo de conejos se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

que el 38% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.13, mientras que los que no conocen opinan 3.80. Es decir hay una diferencia de opinión de .33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que desarrollan un oficio, el 39% sí sabe qué tipo de conejos se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 61% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.13 Es decir hay una diferencia de opinión de .13 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que tienen profesión, el 44% sí sabe qué tipo de conejos se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 56% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.75, mientras que los que no conocen opinan 3.60 Es decir hay una diferencia de opinión de .15 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La ocupación determina en un 50% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de peces que se venden en ese establecimiento.

La ocupación determina en un .29 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes estudiantes del Acuario Pro-Hogar respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .19 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan algún oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .58 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .1 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan un oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .29 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .39 la opinión de los clientes que desempeñan un oficio con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de peces que se venden en ese establecimiento y concretamente sobre la variedad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.03, de acuerdo a la ocupación.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Tipo de Tortugas

Ama de Casa

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	54.5	6	4.50
NO	5	45.5	5	3.40
Total	11	100	11	3.95

Estudiante

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	76.9	10	4.20
NO	3	23.1	3	5.00
Total	13	100	13	4.60

Oficio

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	11	84.6	11	4.18
NO	2	15.4	2	4.50
Total	13	100	13	4.34

Profesión

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	66.7	6	4.00
NO	3	33.3	3	4.33
Total	9	100	9	4.17

De las amas de casa, el 55% sí sabe qué tipo de tortugas se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 45% restante no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que las que no conocen opinan 3.40. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.1 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los estudiantes, el 77% sí sabe qué tipo de tortugas se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

que el 23% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.20, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de .80 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que desarrollan un oficio, el 85% sí sabe qué tipo de tortugas se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 15% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.18, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .32 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que tienen profesión, el 67% sí sabe qué tipo de tortugas se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La ocupación determina en un 72% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de tortugas que se venden en ese establecimiento.

La ocupación determina en un .65 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes estudiantes del Acuario Pro-Hogar respecto a la variedad de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .39 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan algún oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .22 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .26 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan un oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .43 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .17 la opinión de los clientes que desempeñan un oficio con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de tortugas que se venden en ese establecimiento y concretamente sobre la variedad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.18, de acuerdo a la ocupación.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Tipo de Iguanas

Ama de Casa

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	45.5	5	4.00
NO	6	54.5	6	3.83
Total	11	100	11	3.92

Estudiante

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	76.9	10	4.50
NO	3	23.1	3	4.33
Total	13	100	13	4.42

Oficio

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	11	84.6	11	3.91
NO	2	15.4	2	5.00
Total	13	100	13	4.45

Profesión

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	44.4	4	3.00
NO	5	55.6	5	4.20
Total	9	100	9	3.60

De las amas de casa, el 46% sí sabe qué tipo de iguanas se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 54% restante no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que las que no conocen opinan 3.83. Es decir hay una diferencia de opinión de .17 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los estudiantes, el 77% sí sabe qué tipo de iguanas se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

que el 23% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la salud de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .17 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que desarrollan un oficio, el 85% sí sabe qué tipo de iguanas se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 15% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la salud de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.91, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.09 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que tienen profesión, el 44% sí sabe qué tipo de iguanas se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 56% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la salud de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3, mientras que los que no conocen opinan 4.20. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.20 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La ocupación determina en un 65% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de iguanas que se venden en ese establecimiento.

La ocupación determina en un .51 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes estudiantes del Acuario Pro-Hogar respecto a la variedad de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .55 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan algún oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .31 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .04 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan un oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .82 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .86 la opinión de los clientes que desempeñan un oficio con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la variedad de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de iguanas que se venden en ese establecimiento y concretamente sobre la variedad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.10, de acuerdo a la ocupación.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Alimento de Peces

Ama de Casa

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	54.5	6	4.33
NO	5	45.5	5	4.20
Total	11	100	11	4.27

Estudiante

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	11	84.6	11	4.64
NO	2	15.4	2	5.00
Total	13	100	13	4.82

Oficio

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	69.2	9	4.89
NO	4	30.8	4	3.50
Total	13	100	13	4.19

Profesión

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	77.8	7	4.57
NO	2	22.2	2	4.50
Total	9	100	9	4.54

De las amas de casa, el 55% sí conoce la clase de alimentos para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 45% restante no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que las que no conocen opinan 4.20. Es decir hay una diferencia de opinión de .13 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los estudiantes, el 85% sí conoce la clase de alimentos para peces que se venden en el Acuario

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Pro-Hogar, mientras que el 15% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.64, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de .36 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que desarrollan un oficio, el 69% sí conoce la clase de alimentos para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 31% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.89, mientras que los que no conocen opinan 3.50. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.39 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que tienen profesión, el 78% sí conoce la clase de alimentos para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 22% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.57, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .07 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La ocupación determina en un 72% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .56 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes estudiantes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .06 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan algún oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .28 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .62 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan un oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .28 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .34 la opinión de los clientes que desempeñan un oficio con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de alimento para peces que se vende en ese establecimiento y concretamente sobre la calidad de éste en comparación con otros acuarios cercanos. es de 4.40. de acuerdo a la ocupación

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Alimento de Hamsters

Ama de Casa

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	63.6	7	4.57
NO	4	36.4	4	4.00
Total	11	100	11	4.29

Estudiante

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	61.5	8	4.25
NO	5	38.5	5	4.60
Total	13	100	13	4.43

Oficio

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	76.9	10	4.40
NO	3	23.1	3	4.33
Total	13	100	13	4.37

Profesión

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	44.4	4	3.50
NO	5	55.6	5	4.40
Total	9	100	9	3.95

De las amas de casa, el 64% sí conoce la clase de alimentos para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 36% restante no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.57, mientras que las que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .57 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los estudiantes, el 62% sí conoce la clase de alimentos para hamsters que se venden en el

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Acuario Pro-Hogar, mientras que el 38% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.25, mientras que los que no conocen opinan 4.60. Es decir hay una diferencia de opinión de .35 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que desarrollan un oficio, el 77% sí conoce la clase de alimentos para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 23% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.40, mientras que los que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .07 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que tienen profesión, el 44% sí conoce la clase de alimentos para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 56% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.50, mientras que los que no conocen opinan 4.40. Es decir hay una diferencia de opinión de .9 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La ocupación determina en un 63% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .15 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes estudiantes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .09 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan algún oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .33 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .06 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan un oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .48 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .42 la opinión de los clientes que desempeñan un oficio con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento y concretamente sobre la calidad de éste en comparación con otros acuarios cercanos. es de 4.32. de acuerdo a la ocupación.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Alimento de Cuyos

Ama de Casa

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	36.4	4	4.25
NO	7	63.6	7	4.29
Total	11	100	11	4.27

Estudiante

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	76.9	10	3.90
NO	3	23.1	3	5.00
Total	13	100	13	4.45

Oficio

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	69.2	9	4.00
NO	4	30.8	4	3.75
Total	13	100	13	3.88

Profesión

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	55.6	5	3.20
NO	4	44.4	4	3.75
Total	9	100	9	3.48

De las amas de casa, el 36% sí conoce la clase de alimentos para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 64% restante no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para cuyos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.25, mientras que las que no conocen opinan 4.29. Es decir hay una diferencia de opinión de .04 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los estudiantes, el 77% sí conoce la clase de alimentos para cuyos que se venden en el Acuario

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Pro-Hogar, mientras que el 23% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para cuyos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.90, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.10 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que desarrollan un oficio, el 69% sí conoce la clase de alimentos para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 31% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para cuyos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 3.75. Es decir hay una diferencia de opinión de .25 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que tienen profesión, el 56% sí conoce la clase de alimentos para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 44% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para cuyos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.20, mientras que los que no conocen opinan 3.75. Es decir hay una diferencia de opinión de .55 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La ocupación determina en un 61% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para cuyos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .18 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes estudiantes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para cuyos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .39 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan algún oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la calidad del alimento para cuyos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .79 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la calidad del alimento para cuyos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .57 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan un oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la calidad del alimento para cuyos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .97 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la calidad del alimento para cuyos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .4 la opinión de los clientes que desempeñan un oficio con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la calidad del alimento para cuyos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de alimento para cuyos que se vende en ese establecimiento y concretamente sobre la calidad de éste en comparación con otros acuarios cercanos. es de 4.02. de acuerdo a la ocupación.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Alimento de Conejos

Ama de Casa

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	45.5	5	4.40
NO	6	54.5	6	4.33
Total	11	100	11	4.37

Estudiante

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	69.2	9	4.11
NO	4	30.8	4	4.75
Total	13	100	13	4.43

Oficio

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	76.9	10	3.90
NO	3	23.1	3	4.00
Total	13	100	13	3.95

Profesión

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	33.3	3	3.67
NO	6	66.7	6	3.33
Total	9	100	9	3.50

De las amas de casa, el 46% sí conoce la clase de alimentos para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 54% restante no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para conejos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.40, mientras que las que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .07 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los estudiantes, el 69% sí conoce la clase de alimentos para conejos que se venden en el Acuario

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Pro-Hogar, mientras que el 31% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para conejos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.11, mientras que los que no conocen opinan 4.75. Es decir hay una diferencia de opinión de .64 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que desarrollan un oficio, el 77% sí conoce la clase de alimentos para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 23% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para conejos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.90, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .10 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que tienen profesión, el 33% sí conoce la clase de alimentos para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 67% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para conejos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.67, mientras que los que no conocen opinan 3.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .34 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La ocupación determina en un 59% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para conejos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .07 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes estudiantes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para conejos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .41 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan algún oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la calidad del alimento para conejos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .86 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la calidad del alimento para conejos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .48 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan un oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la calidad del alimento para conejos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .93 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la calidad del alimento para conejos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .45 la opinión de los clientes que desempeñan un oficio con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la calidad del alimento para conejos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de alimento para conejos que se vende en ese establecimiento y concretamente sobre la calidad de éste en comparación con otros acuarios cercanos. es de 4.05. de acuerdo a la ocupación.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Alimento de Tortugas

Ama de Casa

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	27.3	3	4.33
NO	8	72.7	8	4.25
Total	11	100	11	4.29

Estudiante

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	76.9	10	4.50
NO	3	23.1	3	4.67
Total	13	100	13	4.58

Oficio

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	11	84.6	11	4.45
NO	2	15.4	2	3.00
Total	13	100	13	3.73

Profesión

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	66.7	6	3.83
NO	3	33.3	3	4.00
Total	9	100	9	3.92

De las amas de casa, el 27% sí conoce la clase de alimentos para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 73% restante no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que las que no conocen opinan 4.25. Es decir hay una diferencia de opinión de .08 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los estudiantes, el 77% sí conoce la clase de alimentos para tortugas que se venden en el Acuario

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Pro-Hogar, mientras que el 23% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4.67. Es decir hay una diferencia de opinión de .17 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que desarrollan un oficio, el 85% sí conoce la clase de alimentos para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 15% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.45, mientras que los que no conocen opinan 3. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.45 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que tienen profesión, el 67% sí conoce la clase de alimentos para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.83, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .17 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La ocupación determina en un 65% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para conejos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .3 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes estudiantes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .56 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan algún oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .37 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .86 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan un oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .67 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .19 la opinión de los clientes que desempeñan un oficio con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de alimento para tortugas que se venden en ese establecimiento y concretamente sobre la calidad de éste en comparación con otros acuarios cercanos. es de 4.23. de acuerdo a la ocupación.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Alimento de Iguanas

Ama de Casa

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	45.5	5	4.80
NO	6	54.5	6	4.00
Total	11	100	11	4.40

Estudiante

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	38.5	5	4.40
NO	8	61.5	8	4.38
Total	13	100	13	4.39

Oficio

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	38.5	5	4.20
NO	8	61.5	8	3.88
Total	13	100	13	4.04

Profesión

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	44.4	4	4.25
NO	5	55.6	5	3.80
Total	9	100	9	4.03

De las amas de casa, el 46% sí conoce la clase de alimentos para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 54% restante no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.80, mientras que las que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .80 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los estudiantes, el 39% sí conoce la clase de alimentos para iguanas que se venden en el Acuario

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Pro-Hogar, mientras que el 61% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.40, mientras que los que no conocen opinan 4.38. Es decir hay una diferencia de opinión de .02 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que desarrollan un oficio, el 39% sí conoce la clase de alimentos para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 61% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.20, mientras que los que no conocen opinan 3.88. Es decir hay una diferencia de opinión de .32 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que tienen profesión, el 44% sí conoce la clase de alimentos para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 56% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.25, mientras que los que no conocen opinan 3.80. Es decir hay una diferencia de opinión de .45 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La ocupación determina en un 59% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .01 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes estudiantes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .36 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan algún oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .37 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .35 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan un oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .36 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .01 la opinión de los clientes que desempeñan un oficio con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento y concretamente sobre la calidad de éste en comparación con otros acuarios cercanos. es de 4.23. de acuerdo a la ocupación.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Accesorios para Peces

Ama de Casa

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	11	100.0	11	4.64
NO	0	0.0	0	0.00
Total	11	100	11	4.64

Estudiante

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	13	100.0	13	4.85
NO	0	0.0	0	0.00
Total	13	100	13	4.85

Oficio

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	13	100.0	13	4.85
NO	0	0.0	0	0.00
Total	13	100	13	4.85

Profesión

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	88.9	8	4.25
NO	1	11.1	1	5.00
Total	9	100	9	4.63

De las amas de casa, el 100% sí conoce la clase de clase de accesorios para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.64.

De los estudiantes, el 100% sí conoce la clase de accesorios para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.85.

De los que desarrollan un oficio, el 100% sí conoce la clase de accesorios para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.85.

De los que tienen profesión, el 89% sí conoce la clase de accesorios para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 11% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.25, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de .75 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La ocupación determina en un 98% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .21 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes estudiantes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .21 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan algún oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la diversidad de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .01 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la diversidad de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en 0 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan un oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la diversidad de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .22 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la diversidad de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .22 la opinión de los clientes que desempeñan un oficio con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la diversidad de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento y concretamente sobre la diversidad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.85, de acuerdo a la ocupación.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Accesorios para Hamsters

Ama de Casa

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	54.5	6	4.00
NO	5	45.5	5	4.80
Total	11	100	11	4.40

Estudiante

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	76.9	10	4.60
NO	3	23.1	3	5.00
Total	13	100	13	4.80

Oficio

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	30.8	4	4.25
NO	9	69.2	9	4.33
Total	13	100	13	4.29

Profesión

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	44.4	4	4.25
NO	5	55.6	5	4.20
Total	9	100	9	4.23

De las amas de casa, el 55% sí conoce la clase de clase de accesorios para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 45% restante no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.80. Es decir hay una diferencia de opinión de .80 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los estudiantes, el 77% sí conoce la clase de accesorios para hamsters que se venden en el

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Acuario Pro-Hogar, mientras que el 23% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.60, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de .40 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que desarrollan un oficio, el 31 sí conoce la clase de accesorios para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 69% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.25, mientras que los que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .08 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que tienen profesión, el 44% sí conoce la clase de accesorios para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 56% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.25, mientras que los que no conocen opinan 4.20. Es decir hay una diferencia de opinión de .05 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La ocupación determina en un 52% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .4 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes estudiantes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .11 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan algún oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la diversidad de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .17 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la diversidad de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .51 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan un oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la diversidad de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .57 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la diversidad de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .06 la opinión de los clientes que desempeñan un oficio con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la diversidad de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento y concretamente sobre la diversidad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos. es de 4.42. de acuerdo a la ocupación.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Accesorios para Cuyos

Ama de Casa

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	36.4	4	5.00
NO	7	63.6	7	4.00
Total	11	100	11	4.50

Estudiante

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	53.8	7	4.29
NO	6	46.2	6	4.50
Total	13	100	13	4.39

Oficio

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	53.8	7	4.29
NO	6	46.2	6	4.33
Total	13	100	13	4.31

Profesión

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	55.6	5	4.40
NO	4	44.4	4	4.00
Total	9	100	9	4.20

De las amas de casa, el 36% sí conoce la clase de accesorios para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 64% restante no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de 1 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los estudiantes, el 54% sí conoce la clase de accesorios para cuyos que se venden en el Acuario

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Pro-Hogar, mientras que el 46% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.29, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .21 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que desarrollan un oficio, el 54 sí conoce la clase de accesorios para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 46% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.29, mientras que los que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .04 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que tienen profesión, el 56% sí conoce la clase de accesorios para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 44% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.40, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .40 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La ocupación determina en un 50% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .10 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes estudiantes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .19 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan algún oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la diversidad de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .3 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la diversidad de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .09 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan un oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la diversidad de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .2 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la diversidad de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .11 la opinión de los clientes que desempeñan un oficio con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la diversidad de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento y concretamente sobre la diversidad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos. es de 4.33. de acuerdo a la ocupación.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Accesorios para Conejos

Ama de Casa

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	63.6	7	4.29
NO	4	36.4	4	4.50
Total	11	100	11	4.39

Estudiante

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	76.9	10	4.40
NO	3	23.1	3	4.00
Total	13	100	13	4.20

Oficio

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	46.2	6	4.33
NO	7	53.8	7	4.57
Total	13	100	13	4.45

Profesión

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	22.2	2	4.00
NO	7	77.8	7	3.71
Total	9	100	9	3.86

De las amas de casa, el 64% sí conoce la clase de accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 36% restante no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.29, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .21 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los estudiantes, el 77% sí conoce la clase de accesorios para conejos que se venden en el

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Acuario Pro-Hogar, mientras que el 23% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.40, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .40 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que desarrollan un oficio, el 46 sí conoce la clase de accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 54% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que los que no conocen opinan 4.57. Es decir hay una diferencia de opinión de .24 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que tienen profesión, el 22% sí conoce la clase de accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 78% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 3.71. Es decir hay una diferencia de opinión de .29 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La ocupación determina en un 54% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .19 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes estudiantes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .06 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan algún oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la diversidad de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .53 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la diversidad de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .25 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan un oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la diversidad de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .34 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la diversidad de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .59 la opinión de los clientes que desempeñan un oficio con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la diversidad de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento y concretamente sobre la diversidad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos. es de 4.26. de acuerdo a la ocupación.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Accesorios para Tortugas

Ama de Casa

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	63.6	7	4.57
NO	4	36.4	4	4.00
Total	11	100	11	4.29

Estudiante

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	61.5	8	4.63
NO	5	38.5	5	4.40
Total	13	100	13	4.51

Oficio

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	11	84.6	11	4.27
NO	2	15.4	2	4.00
Total	13	100	13	4.14

Profesión

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	66.7	6	4.67
NO	3	33.3	3	4.00
Total	9	100	9	4.33

De las amas de casa, el 64% sí conoce la clase de accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 36% restante no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.57, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .57 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los estudiantes, el 62% sí conoce la clase de accesorios para tortugas que se venden en el

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Acuario Pro-Hogar, mientras que el 38% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.63, mientras que los que no conocen opinan 4.40. Es decir hay una diferencia de opinión de .23 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que desarrollan un oficio, el 85 sí conoce la clase de accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 15% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.27, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .27 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que tienen profesión, el 67% sí conoce la clase de accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.67, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .67 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La ocupación determina en un 70% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .24 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes estudiantes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .14 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan algún oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la diversidad de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .06 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la diversidad de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .38 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan un oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la diversidad de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .18 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la diversidad de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .2 la opinión de los clientes que desempeñan un oficio con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la diversidad de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento y concretamente sobre la diversidad de éstas en comparación con otros acuarios cercanos. es de 4.32. de acuerdo a la ocupación.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Accesorios para Iguanas

Ama de Casa

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	54.5	6	4.00
NO	5	45.5	5	3.80
Total	11	100	11	3.90

Estudiante

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	61.5	8	4.00
NO	5	38.5	5	3.80
Total	13	100	13	3.90

Oficio

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	46.2	6	3.83
NO	7	53.8	7	4.43
Total	13	100	13	4.13

Profesión

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	33.3	3	3.33
NO	6	66.7	6	4.00
Total	9	100	9	3.67

De las amas de casa, el 55% sí conoce la clase de accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 45% restante no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 3.80. Es decir hay una diferencia de opinión de .20 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los estudiantes, el 62% sí conoce la clase de accesorios para iguanas que se venden en el

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Acuario Pro-Hogar, mientras que el 38% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 3.80. Es decir hay una diferencia de opinión de .20 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que desarrollan un oficio, el 46% sí conoce la clase de accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 54% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.83, mientras que los que no conocen opinan 4.43. Es decir hay una diferencia de opinión de .6 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que tienen profesión, el 33% sí conoce la clase de accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 67% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.33, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .67 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La ocupación determina en un 50% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en 0 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes estudiantes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo y la diversidad de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .23 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan algún oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la diversidad de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .23 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la diversidad de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .23 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan un oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la diversidad de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .23 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la diversidad de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .46 la opinión de los clientes que desempeñan un oficio con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al tipo y la diversidad de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento y concretamente sobre la diversidad de éstas en comparación con otros acuarios cercanos. es de 3.96. de acuerdo a la ocupación.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Pez mas Barato

Ama de Casa

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	45.5	5	4.60
NO	6	54.5	6	4.17
Total	11	100	11	4.38

Estudiante

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	11	84.6	11	4.00
NO	2	15.4	2	4.50
Total	13	100	13	4.25

Oficio

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	11	84.6	11	4.45
NO	2	15.4	2	3.50
Total	13	100	13	3.98

Profesión

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	55.6	5	4.60
NO	4	44.4	4	3.75
Total	9	100	9	4.18

De las amas de casa, el 45% sí conoce el precio de los peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 55% restante no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.60, mientras que los que no conocen opinan 4.17. Es decir hay una diferencia de opinión de .17 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los estudiantes, el 85% sí conoce el precio de los peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar,

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

mientras que el 15% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que desarrollan un oficio, el 85% sí conoce el precio de los peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 15% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que tienen profesión, el 56% sí conoce el precio de los peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 15% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La ocupación determina en un 70% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en .13 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes estudiantes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .4 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan algún oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .20 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .27 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan un oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .07 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .2 la opinión de los clientes que desempeñan un oficio con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.17, de acuerdo a la ocupación.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Costo de Hamsters

Ama de Casa

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	54.5	6	4.50
NO	5	45.5	5	3.80
Total	11	100	11	4.15

Estudiante

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	61.5	8	4.13
NO	5	38.5	5	4.60
Total	13	100	13	4.36

Oficio

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	53.8	7	4.00
NO	6	46.2	6	4.33
Total	13	100	13	4.17

Profesión

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	22.2	2	4.00
NO	7	77.8	7	3.71
Total	9	100	9	3.86

De las amas de casa, el 55% sí conoce el precio de los hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 45% restante no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 3.80. Es decir hay una diferencia de opinión de .70 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los estudiantes, el 62% sí conoce el precio de los hamsters que se venden en el Acuario

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Pro-Hogar, mientras que el 38% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.13, mientras que los que no conocen opinan 4.60. Es decir hay una diferencia de opinión de .47 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que desarrollan un oficio, el 54% sí conoce el precio de los hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 46% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que tienen profesión, el 22% sí conoce el precio de los hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 78% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 3.71. Es decir hay una diferencia de opinión de .29 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La ocupación determina en un 50% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en .22 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes estudiantes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .02 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan algún oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .29 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .20 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan un oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .51 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .31 la opinión de los clientes que desempeñan un oficio con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.13, de acuerdo a la ocupación.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Costo de Cuyos

Ama de Casa

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	27.3	3	4.33
NO	8	72.7	8	4.00
Total	11	100	11	4.17

Estudiante

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	61.5	8	4.25
NO	5	38.5	5	4.40
Total	13	100	13	4.33

Oficio

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	38.5	5	3.80
NO	8	61.5	8	4.38
Total	13	100	13	4.09

Profesión

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	55.6	5	3.60
NO	4	44.4	4	4.00
Total	9	100	9	3.80

De las amas de casa, el 27% sí conoce el precio de los cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 73% restante no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .67 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los estudiantes, el 62% sí conoce el precio de los cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar,

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

mientras que el 38% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el precio de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.25, mientras que los que no conocen opinan 4.40. Es decir hay una diferencia de opinión de .15 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que desarrollan un oficio, el 39 sí conoce el precio de los cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 61% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el precio de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.80, mientras que los que no conocen opinan 4.38. Es decir hay una diferencia de opinión de .58 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que tienen profesión, el 56% sí conoce el precio de los cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 44% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el precio de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.60, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .40 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La ocupación determina en un 54% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .17 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes estudiantes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .07 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan algún oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .36 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .24 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan un oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .53 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .29 la opinión de los clientes que desempeñan un oficio con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los cuyos que se venden en ese establecimiento y concretamente sobre la diversidad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.10, de acuerdo a la ocupación.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Costo de Conejos

Ama de Casa

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	54.5	6	4.50
NO	5	45.5	5	4.00
Total	11	100	11	4.25

Estudiante

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	53.8	7	4.43
NO	6	46.2	6	4.50
Total	13	100	13	4.46

Oficio

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	46.2	6	4.00
NO	7	53.8	7	3.86
Total	13	100	13	3.93

Profesión

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	33.3	3	3.67
NO	6	66.7	6	3.50
Total	9	100	9	3.58

De las amas de casa, el 55% sí conoce el precio de los conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 45% restante no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que las que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los estudiantes, el 54% sí conoce el precio de los conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar,

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

mientras que el 46% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que desarrollan un oficio, el 54% sí conoce el precio de los conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 46% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.43, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .07 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que tienen profesión, el 46% sí conoce el precio de los conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 54% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 3.86. Es decir hay una diferencia de opinión de .14 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La ocupación determina en un 52% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .22 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes estudiantes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .32 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan algún oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .66 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .54 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan un oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .88 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .34 la opinión de los clientes que desempeñan un oficio con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.10, de acuerdo a la ocupación.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Costo de Tortugas

Ama de Casa

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	54.5	6	4.33
NO	5	45.5	5	4.20
Total	11	100	11	4.27

Estudiante

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	69.2	9	4.89
NO	4	30.8	4	4.75
Total	13	100	13	4.82

Oficio

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	69.2	9	4.56
NO	4	30.8	4	4.50
Total	13	100	13	4.53

Profesión

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	77.8	7	4.29
NO	2	22.2	2	5.00
Total	9	100	9	4.64

De las amas de casa, el 55% sí conoce el precio de las tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 45% restante no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que las que no conocen opinan 4.20. Es decir hay una diferencia de opinión de .13 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los estudiantes, el 69% sí conoce el precio de las tortugas que se venden en el Acuario

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Pro-Hogar, mientras que el 31% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.89, mientras que los que no conocen opinan 4.75. Es decir hay una diferencia de opinión de .14 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que desarrollan un oficio, el 69% sí conoce el precio de las tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 31% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.56, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .06 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que tienen profesión, el 78% sí conoce el precio de las tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 22% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.29, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de .71 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La ocupación determina en un 67% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .56 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes estudiantes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .27 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan algún oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .39 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .29 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan un oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .17 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .12 la opinión de los clientes que desempeñan un oficio con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.54, de acuerdo a la ocupación.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Costo de Iguanas

Ama de Casa

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	18.2	2	5.00
NO	9	81.8	9	3.78
Total	11	100	11	4.39

Estudiante

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	23.1	3	4.33
NO	10	76.9	10	4.10
Total	13	100	13	4.22

Oficio

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	23.1	3	4.33
NO	10	76.9	10	3.90
Total	13	100	13	4.12

Profesión

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	55.6	5	3.80
NO	4	44.4	4	4.00
Total	9	100	9	3.90

De las amas de casa, el 18% sí conoce el precio de las iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 82% restante no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que las que no conocen opinan 3.78. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.22 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los estudiantes, el 23% sí conoce el precio de las iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar,

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

mientras que el 77% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que los que no conocen opinan 4.10. Es decir hay una diferencia de opinión de .23 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que desarrollan un oficio, el 23% sí conoce el precio de las iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 77% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que los que no conocen opinan 3.90. Es decir hay una diferencia de opinión de .43 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que tienen profesión, el 56% sí conoce el precio de las iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 44% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.80, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .20 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La ocupación determina en un 72% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .17 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes estudiantes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .27 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan algún oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .49 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .1 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan un oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .32 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .22 la opinión de los clientes que desempeñan un oficio con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.09, de acuerdo a la ocupación.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Costo Alimento de Pez

Ama de Casa

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	27.3	3	4.67
NO	8	72.7	8	3.63
Total	11	100	11	4.15

Estudiante

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	69.2	9	4.44
NO	4	30.8	4	4.75
Total	13	100	13	4.60

Oficio

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	53.8	7	4.57
NO	6	46.2	6	3.83
Total	13	100	13	4.20

Profesión

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	66.7	6	4.50
NO	3	33.3	3	4.33
Total	9	100	9	4.42

De las amas de casa, el 27% sí conoce el precio de los alimentos para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 73% restante no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.67, mientras que las que no conocen opinan 3.63. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.04 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los estudiantes, el 69% sí conoce el precio de los alimentos para peces que se venden en el

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Acuario Pro-Hogar, mientras que el 31% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.44, mientras que las que no conocen opinan 4.75. Es decir hay una diferencia de opinión de .31 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que desarrollan un oficio, el 54% sí conoce el precio de los alimentos para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 46% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.57, mientras que las que no conocen opinan 3.83. Es decir hay una diferencia de opinión de .74 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que tienen profesión, el 67% sí conoce el precio de los alimentos para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que las que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .17 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La ocupación determina en un 54% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .45 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes estudiantes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .05 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan algún oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .27 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .4 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan un oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .18 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .22 la opinión de los clientes que desempeñan un oficio con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.26, de acuerdo a la ocupación.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Costo Semillas de Hamsters

Ama de Casa

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	27.3	3	5.00
NO	8	72.7	8	3.88
Total	11	100	11	4.44

Estudiante

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	76.9	10	4.40
NO	3	23.1	3	4.00
Total	13	100	13	4.20

Oficio

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	46.2	6	4.50
NO	7	53.8	7	4.00
Total	13	100	13	4.25

Profesión

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	44.4	4	4.25
NO	5	55.6	5	4.00
Total	9	100	9	4.13

De las amas de casa, el 27% sí conoce el precio de los alimentos para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 73% restante no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que las que no conocen opinan 3.88. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.12 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los estudiantes, el 77% sí conoce el precio de los alimentos para hamsters que se venden en el

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Acuario Pro-Hogar, mientras que el 23% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.40, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .40 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que desarrollan un oficio, el 46% sí conoce el precio de los alimentos para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 54% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que tienen profesión, el 44% sí conoce el precio de los alimentos para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 56% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.25, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .25 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La ocupación determina en un 50% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .24 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes estudiantes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .19 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan algún oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .31 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .05 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan un oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .07 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .12 la opinión de los clientes que desempeñan un oficio con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.22, de acuerdo a la ocupación.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Costo Nutricubo de Cuyos

Ama de Casa

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	27.3	3	4.00
NO	8	72.7	8	4.13
Total	11	100	11	4.06

Estudiante

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	30.8	4	4.50
NO	9	69.2	9	4.44
Total	13	100	13	4.47

Oficio

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	61.5	8	4.00
NO	5	38.5	5	4.00
Total	13	100	13	4.00

Profesión

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	33.3	3	4.00
NO	6	66.7	6	4.17
Total	9	100	9	4.08

De las amas de casa, el 27% sí conoce el precio de los alimentos para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 73% restante no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que las que no conocen opinan 4.13. Es decir hay una diferencia de opinión de .13 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los estudiantes, el 31% sí conoce el precio de los alimentos para cuyos que se venden en el

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Acuario Pro-Hogar, mientras que el 69% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4.44. Es decir hay una diferencia de opinión de .06 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que desarrollan un oficio, el 62% sí conoce el precio de los alimentos para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 38% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir no hay diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que tienen profesión, el 33% sí conoce el precio de los alimentos para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 67% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.17. Es decir hay una diferencia de opinión de .17 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La ocupación determina en un 61% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .41 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes estudiantes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .06 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan algún oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .03 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .47 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan un oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .38 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .09 la opinión de los clientes que desempeñan un oficio con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.16, de acuerdo a la ocupación.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Costo Conejina

Ama de Casa

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	27.3	3	4.67
NO	8	72.7	8	3.75
Total	11	100	11	4.21

Estudiante

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	38.5	5	4.80
NO	8	61.5	8	4.50
Total	13	100	13	4.65

Oficio

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	53.8	7	4.14
NO	6	46.2	6	4.33
Total	13	100	13	4.24

Profesión

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	33.3	3	4.33
NO	6	66.7	6	4.00
Total	9	100	9	4.17

De las amas de casa, el 27% sí conoce el precio de los alimentos para conejoss que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 73% restante no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.67, mientras que las que no conocen opinan 3.75. Es decir hay una diferencia de opinión de .92 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los estudiantes, el 39% sí conoce el precio de los alimentos para conejos que se venden en el

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Acuario Pro-Hogar, mientras que el 61% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.80, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .30 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que desarrollan un oficio, el 54% sí conoce el precio de los alimentos para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 46% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.14, mientras que los que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .19 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que tienen profesión, el 33% sí conoce el precio de los alimentos para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 67% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La ocupación determina en un 61% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .44 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes estudiantes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .03 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan algún oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .04 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .41 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan un oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .48 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .48 la opinión de los clientes que desempeñan un oficio con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.29, de acuerdo a la ocupación.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Costo Tortuguetas

Ama de Casa

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	36.4	4	4.50
NO	7	63.6	7	3.86
Total	11	100	11	4.18

Estudiante

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	61.5	8	4.63
NO	5	38.5	5	4.40
Total	13	100	13	4.51

Oficio

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	46.2	6	4.50
NO	7	53.8	7	4.00
Total	13	100	13	4.25

Profesión

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	22.2	2	4.00
NO	7	77.8	7	4.43
Total	9	100	9	4.21

De las amas de casa, el 36% sí conoce el precio de los alimentos para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 64% restante no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que las que no conocen opinan 3.86. Es decir hay una diferencia de opinión de .64 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los estudiantes, el 62% sí conoce el precio de los alimentos para tortugas que se venden en el

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Acuario Pro-Hogar, mientras que el 38% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.63, mientras que los que no conocen opinan 4.40. Es decir hay una diferencia de opinión de .23 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que desarrollan un oficio, el 46% sí conoce el precio de los alimentos para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 54% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que tienen profesión, el 22% sí conoce el precio de los alimentos para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 78% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.43. Es decir hay una diferencia de opinión de .43 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La ocupación determina en un 57% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para tortuga que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .34 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes estudiantes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .07 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan algún oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .04 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .27 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan un oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .3 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .03 la opinión de los clientes que desempeñan un oficio con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.33, de acuerdo a la ocupación.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Costo Alimento Iguanas

Ama de Casa

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	63.6	7	4.14
NO	4	36.4	4	4.25
Total	11	100	11	4.20

Estudiante

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	61.5	8	4.50
NO	5	38.5	5	4.00
Total	13	100	13	4.25

Oficio

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	61.5	8	4.25
NO	5	38.5	5	3.80
Total	13	100	13	4.03

Profesión

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	33.3	3	4.00
NO	6	66.7	6	4.17
Total	9	100	9	4.08

De las amas de casa, el 64% sí conoce el precio de los alimentos para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 36% restante no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.14, mientras que las que no conocen opinan 4.25. Es decir hay una diferencia de opinión de .11 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los estudiantes, el 62% sí conoce el precio de los alimentos para iguanas que se venden en el

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Acuario Pro-Hogar, mientras que el 38% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que desarrollan un oficio, el 62% sí conoce el precio de los alimentos para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 28% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.25, mientras que los que no conocen opinan 3.80. Es decir hay una diferencia de opinión de .45 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que tienen profesión, el 33% sí conoce el precio de los alimentos para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 67% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.17. Es decir hay una diferencia de opinión de .17 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La ocupación determina en un 57% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .06 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes estudiantes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .16 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan algún oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .10 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .22 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan un oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .16 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .06 la opinión de los clientes que desempeñan un oficio con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.16, de acuerdo a la ocupación.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Costo Pecera Rectangular

Ama de Casa

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	90.9	10	4.30
NO	1	9.1	1	5.00
Total	11	100	11	4.65

Estudiante

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	61.5	8	4.38
NO	5	38.5	5	4.60
Total	13	100	13	4.49

Oficio

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	76.9	10	4.60
NO	3	23.1	3	4.67
Total	13	100	13	4.63

Profesión

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	88.9	8	4.38
NO	1	11.1	1	4.00
Total	9	100	9	4.19

De las amas de casa, el 91% sí conoce el precio de los accesorios para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 9% restante no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.30, mientras que las que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de .70 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los estudiantes, el 62% sí conoce el precio de los accesorios para peces que se venden en el

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Acuario Pro-Hogar, mientras que el 38% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.38, mientras que los que no conocen opinan 4.60. Es decir hay una diferencia de opinión de .22 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que desarrollan un oficio, el 77% sí conoce el precio de los accesorios para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 23% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.60, mientras que los que no conocen opinan 4.67. Es decir hay una diferencia de opinión de .07 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que tienen profesión, el 89% sí conoce el precio de los accesorios para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 11% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.38, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .38 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La ocupación determina en un 78% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .16 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes estudiantes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .01 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan algún oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .46 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .15 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan un oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .30 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .45 la opinión de los clientes que desempeñan un oficio con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.51, de acuerdo a la ocupación.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Costo Jaula de Tunel

Ama de Casa

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	27.3	3	4.00
NO	8	72.7	8	4.38
Total	11	100	11	4.19

Estudiante

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	38.5	5	4.40
NO	8	61.5	8	4.25
Total	13	100	13	4.33

Oficio

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	46.2	6	4.00
NO	7	53.8	7	4.43
Total	13	100	13	4.21

Profesión

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	33.3	3	4.33
NO	6	66.7	6	3.83
Total	9	100	9	4.08

De las amas de casa, el 27% sí conoce el precio de los accesorios para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 73% restante no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que las que no conocen opinan 4.38. Es decir hay una diferencia de opinión de .38 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los estudiantes, el 39% sí conoce el precio de los accesorios para hamsters que se venden en el

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Acuario Pro-Hogar, mientras que el 61% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.40, mientras que los que no conocen opinan 4.25. Es decir hay una diferencia de opinión de .15 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que desarrollan un oficio, el 46% sí conoce el precio de los accesorios para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 54% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.43. Es decir hay una diferencia de opinión de .43 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que tienen profesión, el 33% sí conoce el precio de los accesorios para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 67% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que los que no conocen opinan 3.83. Es decir hay una diferencia de opinión de .5 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La ocupación determina en un 63% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .14 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes estudiantes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .03 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan algún oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .11 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .11 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan un oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .25 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .14 la opinión de los clientes que desempeñan un oficio con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.21, de acuerdo a la ocupación.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Costo Bebedero de Balin

Ama de Casa

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	36.4	4	4.00
NO	7	63.6	7	4.00
Total	11	100	11	4.00

Estudiante

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	69.2	9	4.22
NO	4	30.8	4	4.50
Total	13	100	13	4.36

Oficio

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	61.5	8	4.25
NO	5	38.5	5	4.20
Total	13	100	13	4.23

Profesión

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	33.3	3	3.67
NO	6	66.7	6	3.83
Total	9	100	9	3.75

De las amas de casa, el 36% sí conoce el precio de los accesorios para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 64% restante no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que las que no conocen opinan 4. Es decir no hay una diferencia de opinión entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los estudiantes, el 70% sí conoce el precio de los accesorios para cuyos que se venden en el

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Acuario Pro-Hogar, mientras que el 30% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.22, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .28 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que desarrollan un oficio, el 62% sí conoce el precio de los accesorios para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 38% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.25, mientras que los que no conocen opinan 4.20. Es decir hay una diferencia de opinión de .05 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que tienen profesión, el 33% sí conoce el precio de los accesorios para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 67% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.67, mientras que los que no conocen opinan 3.83. Es decir hay una diferencia de opinión de .16 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La ocupación determina en un 52% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .36 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes estudiantes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .23 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan algún oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .25 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .13 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan un oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .61 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .48 la opinión de los clientes que desempeñan un oficio con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.11, de acuerdo a la ocupación.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Costo Jaula para Conejo

Ama de Casa

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	45.5	5	4.40
NO	6	54.5	6	4.00
Total	11	100	11	4.20

Estudiante

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	38.5	5	4.00
NO	8	61.5	8	4.50
Total	13	100	13	4.25

Oficio

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	61.5	8	4.25
NO	5	38.5	5	4.20
Total	13	100	13	4.23

Profesión

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	33.3	3	4.33
NO	6	66.7	6	4.00
Total	9	100	9	4.17

De las amas de casa, el 46% sí conoce el precio de los accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 54% restante no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.40, mientras que las que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de .40 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los estudiantes, el 39% sí conoce el precio de los accesorios para conejos que se venden en el

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Acuario Pro-Hogar, mientras que el 61% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que desarrollan un oficio, el 62% sí conoce el precio de los accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 38% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.25, mientras que los que no conocen opinan 4.20. Es decir hay una diferencia de opinión de .05 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que tienen profesión, el 33% sí conoce el precio de los accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 67% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La ocupación determina en un 54% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .05 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes estudiantes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .03 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan algún oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .03 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .02 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan un oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .08 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .06 la opinión de los clientes que desempeñan un oficio con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.22, de acuerdo a la ocupación.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Costo Tortuguero de Riñon

Ama de Casa

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	45.5	5	4.60
NO	6	54.5	6	4.33
Total	11	100	11	4.47

Estudiante

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	53.8	7	4.29
NO	6	46.2	6	4.67
Total	13	100	13	4.48

Oficio

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	76.9	10	4.50
NO	3	23.1	3	4.67
Total	13	100	13	4.58

Profesión

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	44.4	4	4.00
NO	5	55.6	5	3.80
Total	9	100	9	3.90

De las amas de casa, el 46% sí conoce el precio de los accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 54% restante no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.60, mientras que las que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de .27 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los estudiantes, el 54% sí conoce el precio de los accesorios para tortugas que se venden en el

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Acuario Pro-Hogar, mientras que el 46% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.29, mientras que los que no conocen opinan 4.67. Es decir hay una diferencia de opinión de .38 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que desarrollan un oficio, el 77% sí conoce el precio de los accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 23% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4.67. Es decir hay una diferencia de opinión de .17 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que tienen profesión, el 44% sí conoce el precio de los accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 56% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 3.80. Es decir hay una diferencia de opinión de .20 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La ocupación determina en un 57% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .02 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes estudiantes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .13 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan algún oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .56 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .11 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan un oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .58 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .69 la opinión de los clientes que desempeñan un oficio con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.37, de acuerdo a la ocupación.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Costo Pecera de Iguana

Ama de Casa

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	54.5	6	4.17
NO	5	45.5	5	3.60
Total	11	100	11	3.88

Estudiante

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	61.5	8	4.13
NO	5	38.5	5	3.60
Total	13	100	13	3.86

Oficio

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	53.8	7	4.14
NO	6	46.2	6	4.33
Total	13	100	13	4.24

Profesión

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	55.6	5	4.20
NO	4	44.4	4	4.25
Total	9	100	9	4.23

De las amas de casa, el 55% sí conoce el precio de los accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 45% restante no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.17, mientras que los que no conocen opinan 3.60. Es decir hay una diferencia de opinión de .57 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los estudiantes, el 62% sí conoce el precio de los accesorios para iguanas que se venden en el

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Acuario Pro-Hogar, mientras que el 38% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.13, mientras que los que no conocen opinan 3.60. Es decir hay una diferencia de opinión de .53 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que desarrollan un oficio, el 54% sí conoce el precio de los accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 46% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.14, mientras que los que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .19 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que tienen profesión, el 56% sí conoce el precio de los accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 44% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.20, mientras que los que no conocen opinan 4.25. Es decir hay una diferencia de opinión de .25 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La ocupación determina en un 57% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .01 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes estudiantes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .36 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan algún oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .35 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .37 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan un oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .36 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .01 la opinión de los clientes que desempeñan un oficio con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al precio de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al precio de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.05, de acuerdo a la ocupación.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Servicios - Mantenimiento de Peceras

Ama de Casa

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	36.4	4	3.75
NO	7	63.6	7	4.29
Total	11	100	11	4.02

Estudiante

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	46.2	6	4.17
NO	7	53.8	7	4.57
Total	13	100	13	4.37

Oficio

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	53.8	7	3.57
NO	6	46.2	6	4.33
Total	13	100	13	3.95

Profesión

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	33.3	3	4.67
NO	6	66.7	6	4.67
Total	9	100	9	4.67

De las amas de casa, el 36% sí conoce el servicio de instalación y / o mantenimiento de peceras que ofrece el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 64% restante no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen en la instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.75, mientras que los que no conocen opinan 4.29. Es decir hay una diferencia de opinión de .54 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

De los estudiantes, el 46% sí conoce el servicio de instalación y / o mantenimiento de peceras que ofrece el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 54% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen en la instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.17, mientras que los que no conocen opinan 4.57. Es decir hay una diferencia de opinión de .40 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que desarrollan un oficio, el 54% sí conoce el servicio de instalación y / o mantenimiento de peceras que ofrece el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 46% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen en la instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.57, mientras que los que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .76 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que tienen profesión, el 33% sí conoce el servicio de instalación y / o mantenimiento de peceras que ofrece el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 67% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen en la instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.67, mientras que los que no conocen opinan 4.67. Es decir no hay diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La ocupación determina en un 57% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al grado de satisfacción que tienen en el servicio de instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .35 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes estudiantes del Acuario Pro-Hogar respecto al grado de satisfacción que tienen en el servicio de instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .07 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan algún oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al grado de satisfacción que tienen en el servicio de instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .65 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al grado de satisfacción que tienen en el servicio de instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .42 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan un oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al grado de satisfacción que tienen en el servicio de instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .3 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto grado de satisfacción que tienen en el servicio de instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .72 la opinión de los clientes que desempeñan un oficio con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al grado de satisfacción que tienen en el servicio de instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al grado de satisfacción que tienen en el servicio de instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.21. de acuerdo a la ocupación.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Servicios - Sistema de Apartado

Ama de Casa

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	45.5	5	4.20
NO	6	54.5	6	4.50
Total	11	100	11	4.35

Estudiante

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	69.2	9	4.67
NO	4	30.8	4	3.75
Total	13	100	13	4.21

Oficio

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	61.5	8	4.25
NO	5	38.5	5	4.20
Total	13	100	13	4.23

Profesión

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	55.6	5	4.60
NO	4	44.4	4	4.50
Total	9	100	9	4.55

De las amas de casa, el 46% sí conoce el servicio de apartado que ofrece el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 54% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen con ese servicio en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.20, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .30 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los estudiantes, el 69% sí conoce el servicio de apartado que ofrece el Acuario Pro-Hogar,

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

mientras que el 31% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen con ese servicio en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.67, mientras que los que no conocen opinan 3.75. Es decir hay una diferencia de opinión de .92 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que desarrollan un oficio, el 62% sí conoce el servicio de apartado que ofrece el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 38% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen con ese servicio en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.25, mientras que los que no conocen opinan 4.20. Es decir hay una diferencia de opinión de .05 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que tienen profesión, el 56% sí conoce el servicio de apartado que ofrece el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 44% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen con ese servicio en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.60, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .10 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La ocupación determina en un 59% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al grado de satisfacción que tienen en el servicio de apartado en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .14 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes estudiantes del Acuario Pro-Hogar respecto al grado de satisfacción que tienen en el servicio de apartado en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .12 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan algún oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al grado de satisfacción que tienen en el servicio de apartado en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .20 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al grado de satisfacción que tienen en el servicio de apartado en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .02 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan un oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto al grado de satisfacción que tienen en el servicio de apartado en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .34 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al grado de satisfacción que tienen en el servicio de apartado en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .32 la opinión de los clientes que desempeñan un oficio con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto al grado de satisfacción que tienen en el servicio de apartado en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al grado de satisfacción que tienen en el servicio de apartado en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.35, de acuerdo a la ocupación.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Atn. al Cliente - Amabilidad

Ama de Casa

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	11	100.0	11	4.82
NO	0	0.0	0	0.00
Total	11	100	11	4.82

Estudiante

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	11	84.6	11	4.82
NO	2	15.4	2	5.00
Total	13	100	13	4.91

Oficio

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	76.9	10	4.70
NO	3	23.1	3	4.33
Total	13	100	13	4.52

Profesión

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	100.0	9	4.78
NO	0	0.0	0	0.00
Total	9	100	9	4.78

De las amas de casa, el 100% sí conoce los gestos que tiene el personal del Acuario Pro-Hogar cuando entran a ese establecimiento. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad de la atención del personal en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.82.

De los estudiantes, el 85% sí conoce los gestos que tiene el personal del Acuario Pro-Hogar cuando entran a ese establecimiento, mientras que el 15% restante no. De los que sí conocen, el promedio

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

de opinión sobre la calidad de la atención del personal en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.82, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de .18 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que desarrollan un oficio, el 77% sí conoce los gestos que tiene el personal del Acuario Pro-Hogar cuando entran a ese establecimiento, mientras que el 23% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad de la atención del personal en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.70, mientras que los que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .37 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que tienen profesión, el 100% sí conoce los gestos que tiene el personal del Acuario Pro-Hogar cuando entran a ese establecimiento. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad de la atención del personal en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.78.

La ocupación determina en un 89% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la calidad de la atención del personal en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .09 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes estudiantes del Acuario Pro-Hogar respecto a la calidad de la atención del personal en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .30 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan algún oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la calidad de la atención del personal en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .04 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la calidad de la atención del personal en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .39 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan un oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la calidad de la atención del personal en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .13 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la calidad de la atención del personal en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .26 la opinión de los clientes que desempeñan un oficio con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la calidad de la atención del personal en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la calidad de la atención del personal en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.69, de acuerdo a la ocupación.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Atn. al Cliente - Eficiencia

Ama de Casa

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	81.8	9	4.67
NO	2	18.2	2	4.00
Total	11	100	11	4.33

Estudiante

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	11	84.6	11	4.73
NO	2	15.4	2	4.50
Total	13	100	13	4.61

Oficio

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	38.5	5	4.80
NO	8	61.5	8	3.75
Total	13	100	13	4.28

Profesión

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	77.8	7	5.00
NO	2	22.2	2	3.50
Total	9	100	9	4.25

De las amas de casa, el 82% sí conoce la rapidez con que les atiende el personal del Acuario Pro-Hogar, mientras que el 18% restante no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.67, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .67 entre las que sí conocen con respecto a las que no.

De los estudiantes, el 85% sí conoce la rapidez con que les atiende el personal del Acuario

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Pro-Hogar, mientras que el 15% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.73, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .23 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que desarrollan un oficio, el 39% sí conocen la rapidez con que les atiende el personal del Acuario Pro-Hogar, mientras que el 61% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.80, mientras que los que no conocen opinan 3.75. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.05 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que tienen profesión, el 78% sí conoce la rapidez con que les atiende el personal del Acuario Pro-Hogar, mientras que el 22% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 5, mientras que los que no conocen opinan 3.50. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.5 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

La ocupación determina en un 70% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .29 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes estudiantes del Acuario Pro-Hogar respecto a la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .05 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan algún oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .08 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .34 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan un oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .37 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .03 la opinión de los clientes que desempeñan un oficio con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.32, de acuerdo a la ocupación.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Atn. al Cliente - Conocimientos

Ama de Casa

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	90.9	10	4.70
NO	1	9.1	1	5.00
Total	11	100	11	4.85

Estudiante

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	13	100.0	13	4.85
NO	0	0.0	0	0.00
Total	13	100	13	4.85

Oficio

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	12	92.3	12	4.75
NO	1	7.7	1	3.00
Total	13	100	13	3.88

Profesión

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	100.0	9	4.78
NO	0	0.0	0	0.00
Total	9	100	9	4.78

De las amas de casa, el 91% sí percibe conocimiento en las respuestas del personal del Acuario Pro-Hogar, mientras que el 9% no. De las que sí conocen, el promedio de opinión sobre la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.70, mientras que las que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de .30 entre las que sí conocen y las que no.

De los estudiantes, el 100% sí percibe conocimiento en las respuestas del personal del Acuario

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.85.

De los que desarrollan un oficio, el 92% sí percibe conocimiento en las respuestas del personal del Acuario Pro-Hogar, mientras que el 8% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.75, mientras que los que no conocen opinan 3. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.75 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los que tienen profesión, el 100% sí percibe conocimiento en las respuestas del personal del Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.78.

La ocupación determina en un 96% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en 0 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes estudiantes del Acuario Pro-Hogar respecto a la la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .97 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan algún oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .07 la opinión de los clientes amas de casa con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .97 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan un oficio, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .07 la opinión de los clientes estudiantes con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

La ocupación determina en un .9 la opinión de los clientes que desempeñan un oficio con relación a los clientes que desempeñan una profesión, del Acuario Pro-Hogar, respecto a la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.39, de acuerdo a la ocupación.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

VARIABLE SOCIODEMOGRÁFICA: *INGRESO ECONÓMICO*

Tipo de Peces

1 salario mínimo

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	100.0	4	4.75
NO	0	0.0	0	0.00
Total	4	100	4	4.75

2 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	42.9	3	4.00
NO	4	57.1	4	4.50
Total	7	100	7	4.25

3 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	13	92.9	13	4.62
NO	1	7.1	1	5.00
Total	14	100	14	4.81

4 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	100.0	6	4.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	6	100	6	4.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	72.7	8	4.25
NO	3	27.3	3	3.67
Total	11	100	11	3.96

Más de 5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	72.7	8	4.25
NO	3	27.3	3	3.67
Total	11	100	11	3.96

De los sujetos que ganan un salario mínimo, el 100% sí sabe qué tipo de peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.75.

De los sujetos que ganan dos salarios mínimos, el 43% sí sabe qué tipo de peces se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 57% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan tres salarios mínimos, el 93% sí sabe qué tipo de peces se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 7% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.62, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de .38 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cuatro salarios mínimos, el 100% sí sabe qué tipo de peces se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.

De los sujetos que ganan 5 salarios mínimos, el 73% sí sabe qué tipo de peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 27% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.25, mientras que los que no conocen opinan 3.67. Es decir hay una diferencia de opinión de .58 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan más de cinco salarios mínimos, el 100% sí sabe qué tipo de peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.

El ingreso familiar determina en un 83% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de peces que se venden en ese establecimiento.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la variedad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.30, de acuerdo al ingreso familiar.

Tipo de Hamsters

1 salario mínimo

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	75.0	3	5.00
NO	1	25.0	1	5.00
Total	4	100	4	5.00

2 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	71.4	5	3.40
NO	2	28.6	2	4.50
Total	7	100	7	3.95

3 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	64.3	9	3.89
NO	5	35.7	5	3.60
Total	14	100	14	3.74

4 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	100.0	6	3.83
NO	0	0.0	0	0.00
Total	6	100	6	3.83

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	36.4	4	3.50
NO	7	63.6	7	3.86
Total	11	100	11	3.68

Más de 5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	36.4	4	3.50
NO	7	63.6	7	3.86
Total	11	100	11	3.68

De los sujetos que ganan un salario mínimo, el 75% conoce la clase de hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 25% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir no hay diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan 2 salarios mínimos, el 71% sí conoce la clase de hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 29% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.40, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.10 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan tres salarios mínimos, el 64% sí conoce la clase de hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 36% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.89, mientras que los que no conocen opinan 3.60. Es decir hay una diferencia de opinión de .29 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cuatro salarios mínimos, el 100% sí conoce la clase de hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.83.

De los sujetos que ganan 5 salarios mínimos, el 36% sí conoce la clase de hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 64% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.50, mientras que los que no conocen opinan 3.86. Es decir hay una diferencia de opinión de .36 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan más de cinco salarios mínimos, el 75% sí conoce la clase de hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 25% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 2. Es

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

decir hay una diferencia de opinión de 2 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El ingreso familiar determina en un 65% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de hamsters que se venden en ese establecimiento.

El ingreso familiar determina en un 1.05 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 2 salarios mínimos, respecto a la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un 1.25 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un 1.17 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un 1.32 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un 2 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .20 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .12 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .27 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .95 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .08 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .07 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .75 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .15 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .83 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .68 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 5 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la variedad de hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la variedad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 3.84, de acuerdo al ingreso familiar.

Tipo de Cuyos

1 salario mínimo

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	50.0	2	5.00
NO	2	50.0	2	4.00
Total	4	100	4	4.50

2 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	28.6	2	4.00
NO	5	71.4	5	3.20
Total	7	100	7	3.60

3 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	42.9	6	4.00
NO	8	57.1	8	3.25
Total	14	100	14	3.63

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

4 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	4.00
NO	3	50.0	3	3.67
Total	6	100	6	3.83

5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	36.4	4	3.00
NO	7	63.6	7	4.00
Total	11	100	11	3.50

Más de 5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	36.4	4	3.00
NO	7	63.6	7	4.00
Total	11	100	11	3.50

De los sujetos que ganan un salario mínimo, el 50% conoce la clase de cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de 1 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan 2 salarios mínimos, el 29% sí conoce la clase de cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 71% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 3.20. Es decir hay una diferencia de opinión de .80 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan tres salarios mínimos, el 43% sí conoce la clase de cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 57% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 3.25. Es decir hay una diferencia de opinión de .75 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cuatro salarios mínimos, el 50% sí conoce la clase de cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 3.67. Es decir hay una diferencia de opinión de .33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan 5 salarios mínimos, el 36% sí conoce la clase de cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 64% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de 1 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan más de cinco salarios mínimos, el 50% sí conoce la clase de cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 3.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El ingreso familiar determina en un 59% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de cuyos que se venden en ese establecimiento.

El ingreso familiar determina en un .9 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 2 salarios mínimos, respecto a la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .87 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .66 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un 1 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .78 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .03 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .24 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .10 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .15 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .21 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El ingreso familiar determina en un .13 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .12 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .34 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .09 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .25 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 5 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la variedad de cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la variedad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 3.73, de acuerdo al ingreso familiar.

Tipo de Conejos

1 salario mínimo

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	50.0	2	4.50
NO	2	50.0	2	5.00
Total	4	100	4	4.75

2 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	57.1	4	4.25
NO	3	42.9	3	3.67
Total	7	100	7	3.96

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

3 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	42.9	6	4.17
NO	8	57.1	8	3.63
Total	14	100	14	3.90

4 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	66.7	4	4.50
NO	2	33.3	2	3.50
Total	6	100	6	4.00

5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	45.5	5	3.80
NO	6	54.5	6	4.00
Total	11	100	11	3.90

Más de 5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	45.5	5	3.80
NO	6	54.5	6	4.00
Total	11	100	11	3.90

De los sujetos que ganan un salario mínimo, el 50% conoce la clase de conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan dos salarios mínimos, el 57% sí conoce la clase de conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 43% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

otros acuarios cercanos es de 4.25, mientras que los que no conocen opinan 3.67. Es decir hay una diferencia de opinión de .6 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan tres salarios mínimos, el 43% sí conoce la clase de conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 57% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.17, mientras que los que no conocen opinan 3.63. Es decir hay una diferencia de opinión de .54 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cuatro salarios mínimos, el 67% sí conoce la clase de conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 3.50. Es decir hay una diferencia de opinión de 1 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cinco salarios mínimos, el 46% sí conoce la clase de conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 54% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.80, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .20 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan más de cinco salarios mínimos, el 50% sí conoce la clase de conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de 2 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El ingreso familiar determina en un 50% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de conejos que se venden en ese establecimiento.

El ingreso familiar determina en un .79 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 2 salarios mínimos, respecto a la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .85 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .75 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .85 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .75 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .06 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .04 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El ingreso familiar determina en un .06 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .04 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .10 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en 0 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .10 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .10 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en 0 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .10 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 5 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la variedad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.03, de acuerdo al ingreso familiar.

Tipo de Tortugas

1 salario mínimo

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	75.0	3	4.67
NO	1	25.0	1	5.00
Total	4	100	4	4.83

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

2 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	57.1	4	4.25
NO	3	42.9	3	5.00
Total	7	100	7	4.63

3 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	11	78.6	11	4.27
NO	3	21.4	3	3.33
Total	14	100	14	3.80

4 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	83.3	5	4.40
NO	1	16.7	1	3.00
Total	6	100	6	3.70

5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	63.6	7	3.86
NO	4	36.4	4	4.00
Total	11	100	11	3.93

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Más de 5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	63.6	7	3.86
NO	4	36.4	4	4.00
Total	11	100	11	3.93

De los sujetos que ganan un salario mínimo, el 75% conoce la clase de tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 25% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.67, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de .33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan dos salarios mínimos, el 57% sí conoce la clase de tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 43% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.25, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de .75 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan tres salarios mínimos, el 79% sí conoce la clase de tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 21% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.27, mientras que los que no conocen opinan 3.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .94 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cuatro salarios mínimos, el 83% sí conoce la clase de tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 17% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.40, mientras que los que no conocen opinan 3. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.40 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan 5 salarios mínimos, el 64% sí conoce la clase de tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 36% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.86, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .14 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan más de cinco salarios mínimos, el 75% sí conoce la clase de tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 25% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la variedad de conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de 1 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El ingreso familiar determina en un 72% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de tortugas que se venden en ese establecimiento.

El ingreso familiar determina en un .2 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 2 salarios mínimos, respecto a la variedad de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un 1.03 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a la variedad de tortugas que se

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un 1.13 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la variedad de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .90 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la variedad de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .33 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la variedad de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .83 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a la variedad de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .93 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la variedad de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .70 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la variedad de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .13 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la variedad de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .10 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la variedad de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .13 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la variedad de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .70 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la variedad de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .23 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la variedad de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .80 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la variedad de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .57 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 5 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la variedad de tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la variedad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos. es de 4.18. de acuerdo al ingreso familiar.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Tipo de Iguanas

1 salario mínimo

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	50.0	2	5.00
NO	2	50.0	2	5.00
Total	4	100	4	5.00

2 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	71.4	5	4.40
NO	2	28.6	2	4.50
Total	7	100	7	4.45

3 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	64.3	9	3.89
NO	5	35.7	5	3.40
Total	14	100	14	3.64

4 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	83.3	5	4.00
NO	1	16.7	1	4.00
Total	6	100	6	4.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	63.6	7	3.86
NO	4	36.4	4	4.25
Total	11	100	11	4.05

Más de 5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	63.6	7	3.86
NO	4	36.4	4	4.25
Total	11	100	11	4.05

De los sujetos que ganan un salario mínimo, el 50% conoce la clase de iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la salud de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir no hay diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan dos salarios mínimos, el 71% sí conoce la clase de iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 29% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la salud de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es 4.40, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .10 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan tres salarios mínimos, el 64% sí conoce la clase de iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 36% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la salud de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.89, mientras que los que no conocen opinan 3.40. Es decir hay una diferencia de opinión de .49 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cuatro salarios mínimos, el 83% sí conoce la clase de iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 17% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la salud de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir no hay una diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan 5 salarios mínimos, el 64% sí conoce la clase de iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 36% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la salud de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.86, mientras que los que no conocen opinan 4.25. Es decir hay una diferencia de opinión de .39 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan más de cinco salarios mínimos, el 50% sí conoce la clase de iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la salud de las iguanas que se venden en ese establecimiento en

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

comparación con otros acuarios cercanos es de 3, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de 2 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El ingreso familiar determina en un 65% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de iguanas que se venden en ese establecimiento.

El ingreso familiar determina en un .55 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 2 salarios mínimos, respecto a la variedad de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un 1.35 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a la variedad de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un 1 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la variedad de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .94 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la variedad de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un 1 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la variedad de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .8 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a la variedad de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .45 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la variedad de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .39 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la variedad de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .45 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la variedad de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .35 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la variedad de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .41 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la variedad de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .35 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la variedad de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .06 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la variedad de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El ingreso familiar determina en un 0 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la variedad de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .06 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 5 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la variedad de iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al tipo de iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar y concretamente sobre la variedad de éstos en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.18, de acuerdo al ingreso familiar.

Alimento de Peces

1 salario mínimo

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	75.0	3	5.00
NO	1	25.0	1	5.00
Total	4	100	4	5.00

2 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	42.9	3	4.67
NO	4	57.1	4	4.50
Total	7	100	7	4.58

3 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	71.4	10	4.70
NO	4	28.6	4	4.50
Total	14	100	14	4.60

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

4 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	83.3	5	5.00
NO	1	16.7	1	4.00
Total	6	100	6	4.50

5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	72.7	8	4.25
NO	3	27.3	3	3.00
Total	11	100	11	3.63

Más de 5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	72.7	8	4.25
NO	3	27.3	3	3.00
Total	11	100	11	3.63

De los sujetos que ganan un salario mínimo, el 75% conoce la clase de alimentos para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 25% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir no hay una diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan dos salarios mínimos, el 43% sí conoce la clase de alimentos para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 57% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.67, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .17 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan tres salarios mínimos, el 71% sí conoce la clase de alimentos para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 29% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.70, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .20 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cuatro salarios mínimos, el 83% sí conoce la clase de alimentos para peces

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 17% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de 1 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cinco salarios mínimos, el 73% sí conoce la clase de alimentos para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 27% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.25, mientras que los que no conocen opinan 3. Es decir hay una diferencia de opinión de .75 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan más de cinco salarios mínimos, el 100% sí conoce la clase de alimentos para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50.

El ingreso familiar determina en un 72% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .41 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 2 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .40 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .50 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un 1.37 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .50 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .01 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .09 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .96 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .09 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .10 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .97 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .10 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .87 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en 0 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .87 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 5 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la calidad del alimento para peces que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.40, de acuerdo al ingreso familiar.

Alimento de Hamsters

1 salario mínimo

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	1	25.0	1	5.00
NO	3	75.0	3	5.00
Total	4	100	4	5.00

2 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	57.1	4	4.50
NO	3	42.9	3	4.33
Total	7	100	7	4.42

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

3 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	57.1	8	4.38
NO	6	42.9	6	3.83
Total	14	100	14	4.10

4 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	100.0	6	4.17
NO	0	0.0	0	0.00
Total	6	100	6	4.17

5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	81.8	9	4.00
NO	2	18.2	2	4.50
Total	11	100	11	4.25

Más de 5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	81.8	9	4.00
NO	2	18.2	2	4.50
Total	11	100	11	4.25

De los sujetos que ganan un salario mínimo, el 25% conoce la clase de alimentos para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 75% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir no hay una diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan dos salarios mínimos, el 57% sí conoce la clase de alimentos para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 43% restante no. De los que sí

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .17 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan tres salarios mínimos, el 57% sí conoce la clase de alimentos para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 43% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.38, mientras que los que no conocen opinan 3.83. Es decir hay una diferencia de opinión de .55 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cuatro salarios mínimos, el 100% sí conoce la clase de alimentos para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.17.

De los sujetos que ganan cinco salarios mínimos, el 82% sí conoce la clase de alimentos para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 18% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan más de cinco salarios mínimos, el 25% sí conoce la clase de alimentos para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 75% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 4.67. Es decir hay una diferencia de opinión de .33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El ingreso familiar determina en un 63% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .58 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 2 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .89 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .83 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .75 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .16 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .31 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El ingreso familiar determina en un .25 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .17 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .42 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .06 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .14 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .73 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .08 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .67 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .59 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 5 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la calidad del alimento para hamsters que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.32, de acuerdo al ingreso familiar.

Alimento de Cuyos

1 salario mínimo

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	75.0	3	3.67
NO	1	25.0	1	5.00
Total	4	100	4	4.33

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

2 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	57.1	4	3.75
NO	3	42.9	3	4.67
Total	7	100	7	4.21

3 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	42.9	6	4.17
NO	8	57.1	8	3.75
Total	14	100	14	3.96

4 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	100.0	6	3.67
NO	0	0.0	0	0.00
Total	6	100	6	3.67

5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	63.6	7	4.14
NO	4	36.4	4	4.25
Total	11	100	11	4.20

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Más de 5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	63.6	7	4.14
NO	4	36.4	4	4.25
Total	11	100	11	4.20

De los sujetos que ganan un salario mínimo, el 75% conoce la clase de alimentos para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 25% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para cuyos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.67, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan dos salarios mínimos, el 57% sí conoce la clase de alimentos para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 43% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para cuyos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.75, mientras que los que no conocen opinan 4.67. Es decir hay una diferencia de opinión de .92 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan tres salarios mínimos, el 43% sí conoce la clase de alimentos para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 57% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para cuyos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.17, mientras que los que no conocen opinan 3.75. Es decir hay una diferencia de opinión de .42 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cuatro salarios mínimos, el 100% sí conoce la clase de alimentos para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para cuyos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.67.

De los sujetos que ganan cinco salarios mínimos, el 64% sí conoce la clase de alimentos para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 36% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para cuyos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.14, mientras que los que no conocen opinan 4.25. Es decir hay una diferencia de opinión de .11 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan más de cinco salarios mínimos, el 50% sí conoce la clase de alimentos para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para cuyos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El ingreso familiar determina en un 61% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la calidad del alimento para cuyos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .12 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 2 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para cuyos

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la calidad del alimento para cuyos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.02, de acuerdo al ingreso familiar.

Alimento de Conejos

1 salario mínimo

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	75.0	3	4.00
NO	1	25.0	1	5.00
Total	4	100	4	4.50

2 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	71.4	5	4.20
NO	2	28.6	2	4.50
Total	7	100	7	4.35

3 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	64.3	9	4.11
NO	5	35.7	5	3.60
Total	14	100	14	3.86

4 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	100.0	6	3.83
NO	0	0.0	0	0.00
Total	6	100	6	3.83

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	27.3	3	4.00
NO	8	72.7	8	4.13
Total	11	100	11	4.06

Más de 5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	27.3	3	4.00
NO	8	72.7	8	4.13
Total	11	100	11	4.06

De los sujetos que ganan un salario mínimo, el 75% conoce la clase de alimentos para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 25% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para conejos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de 1 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan dos salarios mínimos, el 71% sí conoce la clase de alimentos para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 29% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para conejos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.20, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .30 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan tres salarios mínimos, el 64% sí conoce la clase de alimentos para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 36% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para conejos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.11, mientras que los que no conocen opinan 3.60. Es decir hay una diferencia de opinión de .51 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cuatro salarios mínimos, el 100% sí conoce la clase de alimentos para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para conejos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.83.

De los sujetos que ganan cinco salarios mínimos, el 27% sí conoce la clase de alimentos para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 73% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para conejos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.13. Es decir hay una diferencia de opinión de .13 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan más de cinco salarios mínimos, el 25% sí conoce la clase de alimentos para

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

conejes que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 75% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para conejes que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir no hay una diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El ingreso familiar determina en un 59% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la calidad del alimento para conejes que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .15 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 2 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para conejes que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .64 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para conejes que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .67 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para conejes que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .43 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para conejes que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .50 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para conejes que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .49 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para conejes que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .52 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para conejes que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .28 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para conejes que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .35 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para conejes que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .03 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para conejes que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .21 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para conejes que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .14 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para conejes que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El ingreso familiar determina en un .24 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para conejos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .17 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para conejos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .07 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 5 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para conejos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la calidad del alimento para conejos que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.05, de acuerdo al ingreso familiar.

Alimento de Tortugas

1 salario mínimo

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	1	25.0	1	5.00
NO	3	75.0	3	4.00
Total	4	100	4	4.50

2 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	57.1	4	4.75
NO	3	42.9	3	4.33
Total	7	100	7	4.54

3 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	64.3	9	4.22
NO	5	35.7	5	4.20
Total	14	100	14	4.21

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

4 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	83.3	5	4.60
NO	1	16.7	1	4.00
Total	6	100	6	4.30

5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	72.7	8	4.00
NO	3	27.3	3	4.33
Total	11	100	11	4.17

Más de 5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	72.7	8	4.00
NO	3	27.3	3	4.33
Total	11	100	11	4.17

De los sujetos que ganan un salario mínimo, el 25% conoce la clase de alimentos para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 75% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de 1 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan dos salarios mínimos, el 57% sí conoce la clase de alimentos para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 43% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.75, mientras que los que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .42 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan 3 salarios mínimos, el 64% sí conoce la clase de alimentos para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 36% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.22, mientras que los que no conocen opinan 4.20. Es decir hay una diferencia de opinión de .02 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cuatro salarios mínimos, el 83% sí conoce la clase de alimentos para

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 17% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.60, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .60 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cinco salarios mínimos, el 73% sí conoce la clase de alimentos para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 27% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan más de cinco salarios mínimos, el 75% sí conoce la clase de alimentos para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 25% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que los que no conocen opinan 3. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El ingreso familiar determina en un 65% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .04 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 2 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .29 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .20 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .33 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .83 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .33 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .24 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .37 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .87 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la calidad del

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .09 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .04 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .54 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .13 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .63 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .5 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 5 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la calidad del alimento para tortugas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.23, de acuerdo al ingreso familiar.

Alimento de Iguanas

1 salario mínimo

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	1	25.0	1	5.00
NO	3	75.0	3	3.67
Total	4	100	4	4.33

2 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	1	14.3	1	5.00
NO	6	85.7	6	3.67
Total	7	100	7	4.33

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

3 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	64.3	9	4.22
NO	5	35.7	5	4.20
Total	14	100	14	4.21

4 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	66.7	4	4.75
NO	2	33.3	2	4.50
Total	6	100	6	4.63

5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	27.3	3	4.00
NO	8	72.7	8	4.25
Total	11	100	11	4.13

Más de 5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	27.3	3	4.00
NO	8	72.7	8	4.25
Total	11	100	11	4.13

De los sujetos que ganan un salario mínimo, el 25% conoce la clase de alimentos para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 75% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 3.67. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan dos salarios mínimos, el 14% sí conoce la clase de alimentos para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 86% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 3.67. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan tres salarios mínimos, el 64% sí conoce la clase de alimentos para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 36% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.22, mientras que los que no conocen opinan 4.20. Es decir hay una diferencia de opinión de .02 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cuatro salarios mínimos, el 67% sí conoce la clase de alimentos para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.75, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .25 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cinco salarios mínimos, el 27% sí conoce la clase de alimentos para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 73% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.25. Es decir hay una diferencia de opinión de .25 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan más de cinco salarios mínimos, el 25% sí conoce la clase de alimentos para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 75% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de 1 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El ingreso familiar determina en un 59% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .01 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 2 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .12 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .30 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .20 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .17 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .13 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El ingreso familiar determina en un .29 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .21 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .16 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .42 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .08 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .29 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .50 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .13 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .37 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 5 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la calidad del alimento para iguanas que se vende en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.23, de acuerdo al ingreso familiar.

Accesorios para Peces

1 salario mínimo

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	100.0	4	4.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	4	100	4	4.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

2 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	100.0	7	4.86
NO	0	0.0	0	0.00
Total	7	100	7	4.86

3 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	14	100.0	14	4.93
NO	0	0.0	0	0.00
Total	14	100	14	4.93

4 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	100.0	6	4.33
NO	0	0.0	0	0.00
Total	6	100	6	4.33

5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	90.9	10	4.80
NO	1	9.1	1	5.00
Total	11	100	11	4.90

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Más de 5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	90.9	10	4.80
NO	1	9.1	1	5.00
Total	11	100	11	4.90

De los sujetos que ganan un salario mínimo, el 100% conoce la clase de accesorios para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.

De los sujetos que ganan dos salarios mínimos, el 100% sí conoce la clase de accesorios para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.86.

De los sujetos que ganan tres salarios mínimos, el 100% sí conoce la clase de accesorios para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.93.

De los sujetos que ganan cuatro salarios mínimos, el 100% sí conoce la clase de accesorios para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33.

De los sujetos que ganan cinco salarios mínimos, el 91% sí conoce la clase de accesorios para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 9% no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.80, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de .20 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan más de cinco salarios mínimos, el 100% sí conoce la clase de accesorios para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50.

El ingreso familiar determina en un 98% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la diversidad de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .86 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 2 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .93 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .33 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .90 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .50 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .07 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .53 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .04 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .36 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .60 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .03 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .43 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .57 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .17 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .40 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 5 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la diversidad de accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.85, de acuerdo al ingreso familiar.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Accesorios para Hamsters

1 salario mínimo

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	75.0	3	3.67
NO	1	25.0	1	5.00
Total	4	100	4	4.33

2 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	57.1	4	4.25
NO	3	42.9	3	4.67
Total	7	100	7	4.46

3 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	42.9	6	4.17
NO	8	57.1	8	4.63
Total	14	100	14	4.40

4 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	5.00
NO	3	50.0	3	4.00
Total	6	100	6	4.50

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	54.5	6	4.50
NO	5	45.5	5	4.40
Total	11	100	11	4.45

Más de 5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	54.5	6	4.50
NO	5	45.5	5	4.40
Total	11	100	11	4.45

De los sujetos que ganan un salario mínimo, el 75% conoce la clase de accesorios para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 25% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.67, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan dos salarios mínimos, el 57% sí conoce la clase de accesorios para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 43% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.25, mientras que los que no conocen opinan 4.67. Es decir hay una diferencia de opinión de .42 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan tres salarios mínimos, el 43% sí conoce la clase de accesorios para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 57% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.17, mientras que los que no conocen opinan 4.63. Es decir hay una diferencia de opinión de .46 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cuatro salarios mínimos, el 50% sí conoce la clase de accesorios para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de 1 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cinco salarios mínimos, el 55% conoce la clase de accesorios para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 45% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4.40. Es decir hay una diferencia de opinión de .10 entre los que sí conocen con

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

respecto a los que no.

De los sujetos que ganan más de cinco salarios mínimos, el 50% sí conoce la clase de accesorios para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir no hay una diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El ingreso familiar determina en un 52% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la diversidad de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .13 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 2 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .07 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .17 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .12 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .17 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .06 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .04 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .01 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .04 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .10 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .05 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El ingreso familiar determina en un .10 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .05 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en 0 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .05 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 5 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la diversidad de accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.42, de acuerdo al ingreso familiar.

Accesorios para Cuyos

1 salario mínimo

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	1	25.0	1	4.00
NO	3	75.0	3	4.00
Total	4	100	4	4.00

2 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	28.6	2	4.00
NO	5	71.4	5	4.40
Total	7	100	7	4.20

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

3 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	71.4	10	4.60
NO	4	28.6	4	3.75
Total	14	100	14	4.18

4 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	33.3	2	4.00
NO	4	66.7	4	4.25
Total	6	100	6	4.13

5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	54.5	6	4.50
NO	5	45.5	5	4.60
Total	11	100	11	4.55

Más de 5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	54.5	6	4.50
NO	5	45.5	5	4.60
Total	11	100	11	4.55

De los sujetos que ganan un salario mínimo, el 25% conoce la clase de accesorios para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 75% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir no hay una diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan dos salarios mínimos, el 29% sí conoce la clase de accesorios para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 71% restante no. De los que sí conocen, el

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.40. Es decir hay una diferencia de opinión de .40 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan tres salarios mínimos, el 71% sí conoce la clase de accesorios para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 29% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.60, mientras que los que no conocen opinan 3.75. Es decir hay una diferencia de opinión de .85 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cuatro salarios mínimos, el 33% sí conoce la clase de accesorios para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 67% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.25. Es decir hay una diferencia de opinión de .25 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cinco salarios mínimos, el 55% sí conoce la clase de accesorios para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 45% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4.60. Es decir hay una diferencia de opinión de .10 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan más de cinco salarios mínimos, el 50% sí conoce la clase de accesorios para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El ingreso familiar determina en un 50% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la diversidad de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .20 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 2 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .18 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .13 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .55 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .25 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .02 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

dos salarios mínimos con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .07 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .35 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .05 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .05 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .37 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .07 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .42 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .12 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .30 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 5 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la diversidad de accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.33, de acuerdo al ingreso familiar.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Accesorios para Conejos

1 salario mínimo

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	1	25.0	1	3.00
NO	3	75.0	3	5.00
Total	4	100	4	4.00

2 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	42.9	3	3.67
NO	4	57.1	4	4.00
Total	7	100	7	3.83

3 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	64.3	9	4.44
NO	5	35.7	5	4.20
Total	14	100	14	4.32

4 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	66.7	4	4.75
NO	2	33.3	2	4.00
Total	6	100	6	4.38

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	54.5	6	4.33
NO	5	45.5	5	4.40
Total	11	100	11	4.37

Más de 5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	54.5	6	4.33
NO	5	45.5	5	4.40
Total	11	100	11	4.37

De los sujetos que ganan un salario mínimo, el 25% conoce la clase de accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 75% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de 2 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan dos salarios mínimos, el 43% sí conoce la clase de accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 57% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.67, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan tres salarios mínimos, el 64% sí conoce la clase de accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 36% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.44, mientras que los que no conocen opinan 4.20. Es decir hay una diferencia de opinión de .24 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cuatro salarios mínimos, el 67% sí conoce la clase de accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.75, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .75 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cinco salarios mínimos, el 55% sí conoce la clase de accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 45% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que los que no conocen opinan 4.40. Es decir hay una diferencia de opinión de .07 entre los que sí conocen con

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

respecto a los que no.

De los sujetos que ganan más de cinco salarios mínimos, el 50% sí conoce la clase de accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 3. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El ingreso familiar determina en un 54% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la diversidad de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .16 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 2 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .32 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .38 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .37 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .25 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .48 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .54 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .53 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .09 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .06 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .05 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El ingreso familiar determina en un .57 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .01 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .63 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .62 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 5 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la diversidad de accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.26, de acuerdo al ingreso familiar.

Accesorios para Tortugas

1 salario mínimo

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	50.0	2	5.00
NO	2	50.0	2	3.50
Total	4	100	4	4.25

2 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	42.9	3	3.33
NO	4	57.1	4	4.25
Total	7	100	7	3.79

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

3 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	12	85.7	12	4.50
NO	2	14.3	2	4.50
Total	14	100	14	4.50

4 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	66.7	4	5.00
NO	2	33.3	2	4.00
Total	6	100	6	4.50

5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	72.7	8	4.50
NO	3	27.3	3	4.33
Total	11	100	11	4.42

Más de 5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	72.7	8	4.50
NO	3	27.3	3	4.33
Total	11	100	11	4.42

De los sujetos que ganan un salario mínimo, el 50% conoce la clase de accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 3.5. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.5 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan dos salarios mínimos, el 43% sí conoce la clase de accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 57% restante no. De los que sí

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.33, mientras que los que no conocen opinan 4.25. Es decir hay una diferencia de opinión de .92 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan tres salarios mínimos, el 86% sí conoce la clase de accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 14% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir no hay diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cuatro salarios mínimos, el 67% sí conoce la clase de accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de 1 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cinco salarios mínimos, el 73% sí conoce la clase de accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 27% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .17 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan más de cinco salarios mínimos, el 75% sí conoce la clase de accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 25% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.67, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .67 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El ingreso familiar determina en un 70% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la diversidad de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .46 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 2 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .25 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .25 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .17 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .09 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .71 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

dos salarios mínimos con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .71 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .63 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .55 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en 0 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .08 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .16 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .08 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .16 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .08 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 5 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la diversidad de accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.32, de acuerdo al ingreso familiar.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Accesorios para Iguanas

1 salario mínimo

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	50.0	2	4.50
NO	2	50.0	2	4.00
Total	4	100	4	4.25

2 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	28.6	2	2.00
NO	5	71.4	5	4.00
Total	7	100	7	3.00

3 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	57.1	8	4.13
NO	6	42.9	6	4.17
Total	14	100	14	4.15

4 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	83.3	5	3.80
NO	1	16.7	1	5.00
Total	6	100	6	4.40

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	54.5	6	4.00
NO	5	45.5	5	4.00
Total	11	100	11	4.00

Más de 5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	54.5	6	4.00
NO	5	45.5	5	4.00
Total	11	100	11	4.00

De los sujetos que ganan un salario mínimo, el 50% conoce la clase de accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan dos salarios mínimos, el 29% sí conoce la clase de accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 71% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 2, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de 2 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan tres salarios mínimos, el 57% sí conoce la clase de accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 43% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.13, mientras que los que no conocen opinan 4.17. Es decir hay una diferencia de opinión de .04 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cuatro salarios mínimos, el 83% sí conoce la clase de accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 17% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.80, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.20 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cinco salarios mínimos, el 55% sí conoce la clase de accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 45% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir no hay una diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

los que no.

De los sujetos que ganan más de cinco salarios mínimos, el 100% no conoce la clase de accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que no conocen, el promedio de opinión sobre la diversidad de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.75.

El ingreso familiar determina en un 50% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la diversidad de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un 1.25 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 2 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .10 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .15 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .25 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .50 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un 1.15 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un 1.40 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un 1 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .75 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .25 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .15 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .40 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .40 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .65 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .25 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 5 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la diversidad de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la diversidad de accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 3.96, de acuerdo al ingreso familiar.

Pez mas Barato

1 salario mínimo

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	50.0	2	4.50
NO	2	50.0	2	5.00
Total	4	100	4	4.75

2 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	71.4	5	3.80
NO	2	28.6	2	4.50
Total	7	100	7	4.15

3 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	11	78.6	11	4.45
NO	3	21.4	3	4.33
Total	14	100	14	4.39

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

4 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	83.3	5	4.20
NO	1	16.7	1	5.00
Total	6	100	6	4.60

5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	54.5	6	4.67
NO	5	45.5	5	3.20
Total	11	100	11	3.93

Más de 5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	54.5	6	4.67
NO	5	45.5	5	3.20
Total	11	100	11	3.93

De los sujetos que ganan un salario mínimo, el 50% conoce el precio de los peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan dos salarios mínimos, el 71% sí conoce el precio de los peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 29% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.80, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .70 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan 3 salarios mínimos, el 79% sí conoce el precio de los peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 21% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.45, mientras que los que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .12 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cuatro salarios mínimos, el 83% sí conoce el precio de los peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 17% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

comparación con otros acuarios cercanos es de 4.20, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de .80 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cinco salarios mínimos, el 55% sí conoce el precio de los peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 45% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.67, mientras que los que no conocen opinan 3.20. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.47 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan más de cinco salarios mínimos, el 75% sí conoce el precio de los peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 25% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que los que no conocen opinan 3. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El ingreso familiar determina en un 70% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .60 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 2 salarios mínimos, respecto a los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .36 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .15 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .81 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un 1.08 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .24 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .45 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .21 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .48 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .21 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El ingreso familiar determina en un .45 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .72 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .66 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .93 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .27 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 5 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.17, de acuerdo al ingreso familiar.

Costo de Hamsters

1 salario mínimo

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	75.0	3	4.67
NO	1	25.0	1	4.00
Total	4	100	4	4.33

2 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	42.9	3	3.67
NO	4	57.1	4	4.50
Total	7	100	7	4.08

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

3 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	50.0	7	4.29
NO	7	50.0	7	4.14
Total	14	100	14	4.21

4 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	100.0	6	4.17
NO	0	0.0	0	0.00
Total	6	100	6	4.17

5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	36.4	4	4.00
NO	7	63.6	7	4.00
Total	11	100	11	4.00

Más de 5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	36.4	4	4.00
NO	7	63.6	7	4.00
Total	11	100	11	4.00

De los sujetos que ganan un salario mínimo, el 75% conoce el precio de los hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 25% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.67, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .67 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan 2 salarios mínimos, el 43% el precio de los hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 57% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

acuarios cercanos es de 3.67, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .83 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan 3 salarios mínimos, el 50% sí conoce el precio de los hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.29, mientras que los que no conocen opinan 4.14. Es decir hay una diferencia de opinión de .15 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cuatro salarios mínimos, el 100% sí conoce el precio de los hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.17.

De los sujetos que ganan cinco salarios mínimos, el 36% sí conoce el precio de los hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 64% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir no hay una diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan más de cinco salarios mínimos, el 100% no conoce el precio de los hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que no conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.75.

El ingreso familiar determina en un 50% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .24 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 2 salarios mínimos, respecto a los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .11 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .16 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .33 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .58 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .13 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .08 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .09 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

dos salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .34 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .05 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .22 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .47 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .17 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .42 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .25 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 5 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.13, de acuerdo al ingreso familiar.

Costo de Cuyos

1 salario mínimo

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	1	25.0	1	3.00
NO	3	75.0	3	4.67
Total	4	100	4	3.83

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

2 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	42.9	3	4.00
NO	4	57.1	4	4.50
Total	7	100	7	4.25

3 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	50.0	7	3.86
NO	7	50.0	7	4.14
Total	14	100	14	4.00

4 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	66.7	4	4.00
NO	2	33.3	2	3.50
Total	6	100	6	3.75

5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	45.5	5	4.40
NO	6	54.5	6	4.00
Total	11	100	11	4.20

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Más de 5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	45.5	5	4.40
NO	6	54.5	6	4.00
Total	11	100	11	4.20

De los sujetos que ganan un salario mínimo, el 25% conoce el precio de los cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 75% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3, mientras que los que no conocen opinan 4.67. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.67 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan 2 salarios mínimos, el 43% conoce el precio de los cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 57% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan 3 salarios mínimos, el 50% sí conoce el precio de los cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.86, mientras que los que no conocen opinan 4.14. Es decir hay una diferencia de opinión de .28 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cuatro salarios mínimos, el 67% sí conoce el precio de los cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 3.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cinco salarios mínimos, el 46% sí conoce el precio de los cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 54% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.40, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .40 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan más de cinco salarios mínimos, el 25% sí conoce el precio de los cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 75% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El ingreso familiar determina en un 54% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .42 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 2 salarios mínimos, respecto a los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .17 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

salario mínimo con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .08 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .37 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .34 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .25 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .50 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .05 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .08 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .25 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .20 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .17 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .45 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .42 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .03 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 5 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.10, de acuerdo al ingreso familiar.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Costo de Conejos

1 salario mínimo

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	50.0	2	4.50
NO	2	50.0	2	4.00
Total	4	100	4	4.25

2 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	28.6	2	3.50
NO	5	71.4	5	4.60
Total	7	100	7	4.05

3 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	57.1	8	4.13
NO	6	42.9	6	3.83
Total	14	100	14	3.98

4 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	66.7	4	4.50
NO	2	33.3	2	3.50
Total	6	100	6	4.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	45.5	5	4.40
NO	6	54.5	6	3.67
Total	11	100	11	4.03

Más de 5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	45.5	5	4.40
NO	6	54.5	6	3.67
Total	11	100	11	4.03

De los sujetos que ganan un salario mínimo, el 50% conoce el precio de los conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan dos salarios mínimos, el 29% conoce el precio de los conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 71% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.50, mientras que los que no conocen opinan 4.60. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.10 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan tres salarios mínimos, el 57% sí conoce el precio de los conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 43% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.13, mientras que los que no conocen opinan 3.83. Es decir hay una diferencia de opinión de .30 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cuatro salarios mínimos, el 67% sí conoce el precio de los conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 3.50. Es decir hay una diferencia de opinión de 1 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cinco salarios mínimos, el 46% sí conoce el precio de los conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 54% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.40, mientras que los que no conocen opinan 3.67. Es decir hay una diferencia de opinión de .73 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan más de cinco salarios mínimos, el 25% sí conoce el precio de los conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 75% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir no hay una diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El ingreso familiar determina en un 52% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .20 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 2 salarios mínimos, respecto a los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .27 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .25 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .21 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .25 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .07 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .05 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .01 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .05 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .02 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .06 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .02 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .04 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El ingreso familiar determina en 0 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .04 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 5 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.10, de acuerdo al ingreso familiar.

Costo de Tortugas

1 salario mínimo

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	75.0	3	4.33
NO	1	25.0	1	3.00
Total	4	100	4	3.67

2 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	42.9	3	4.67
NO	4	57.1	4	4.75
Total	7	100	7	4.71

3 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	64.3	9	4.56
NO	5	35.7	5	4.60
Total	14	100	14	4.58

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

4 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	100.0	6	4.50
NO	0	0.0	0	0.00
Total	6	100	6	4.50

5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	72.7	8	4.63
NO	3	27.3	3	4.67
Total	11	100	11	4.65

Más de 5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	72.7	8	4.63
NO	3	27.3	3	4.67
Total	11	100	11	4.65

De los sujetos que ganan un salario mínimo, el 75% conoce el precio de las tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 25% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que los que no conocen opinan 3. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan dos salarios mínimos, el 43% conoce el precio de las tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 57% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.67, mientras que los que no conocen opinan 4.75. Es decir hay una diferencia de opinión de .08 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan tres salarios mínimos, el 64% sí conoce el precio de las tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 36% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.56, mientras que los que no conocen opinan 4.60. Es decir hay una diferencia de opinión de .04 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cuatro salarios mínimos, el 100% sí conoce el precio de las tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

de 4.50.

De los sujetos que ganan cinco salarios mínimos, el 73% sí conoce el precio de las tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 27% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.63, mientras que los que no conocen opinan 4.67. Es decir hay una diferencia de opinión de .04 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan más de cinco salarios mínimos, el 50% sí conoce el precio de las tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir no hay una diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El ingreso familiar determina en un 67% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un 1.05 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 2 salarios mínimos, respecto a los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .92 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .84 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .99 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .84 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .13 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .21 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .06 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .21 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .08 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El ingreso familiar determina en un .07 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .08 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .15 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en 0 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .15 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 5 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de las tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.54, de acuerdo al ingreso familiar.

Costo de Iguanas

1 salario mínimo

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	1	25.0	1	5.00
NO	3	75.0	3	3.67
Total	4	100	4	4.33

2 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	1	14.3	1	5.00
NO	6	85.7	6	4.00
Total	7	100	7	4.50

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

3 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	28.6	4	4.25
NO	10	71.4	10	3.70
Total	14	100	14	3.98

4 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	3.67
NO	3	50.0	3	4.67
Total	6	100	6	4.17

5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	18.2	2	4.00
NO	9	81.8	9	3.89
Total	11	100	11	3.94

Más de 5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	18.2	2	4.00
NO	9	81.8	9	3.89
Total	11	100	11	3.94

De los sujetos que ganan un salario mínimo, el 25% conoce el precio de las iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 75% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 3.67. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan dos salarios mínimos, el 14% conoce el precio de las iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 86% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de 1 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan dos salarios mínimos, el 29% sí conoce el precio de las iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 71% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.25, mientras que los que no conocen opinan 3.70. Es decir hay una diferencia de opinión de .45 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cuatro salarios mínimos, el 50% sí conoce el precio de las iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.67, mientras que los que no conocen opinan 4.67. Es decir hay una diferencia de opinión de 1 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cinco salarios mínimos, el 18% sí conoce el precio de las iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 82% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 3.89. Es decir hay una diferencia de opinión de .11 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan más de cinco salarios mínimos, el 50% sí conoce el precio de las iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir no hay diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El ingreso familiar determina en un 72% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .17 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 2 salarios mínimos, respecto a los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .35 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .16 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .38 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .17 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .52 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .33 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El ingreso familiar determina en un .55 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en 0 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .19 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .03 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .52 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .22 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .33 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .55 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 5 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de las iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.09, de acuerdo al ingreso familiar.

Costo Alimento de Pez

1 salario mínimo

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	50.0	2	5.00
NO	2	50.0	2	2.50
Total	4	100	4	3.75

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

2 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	28.6	2	5.00
NO	5	71.4	5	4.60
Total	7	100	7	4.80

3 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	42.9	6	4.33
NO	8	57.1	8	4.25
Total	14	100	14	4.29

4 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	100.0	6	4.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	6	100	6	4.00

5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	54.5	6	5.00
NO	5	45.5	5	3.40
Total	11	100	11	4.20

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Más de 5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	54.5	6	5.00
NO	5	45.5	5	3.40
Total	11	100	11	4.20

De los sujetos que ganan un salario mínimo, el 50% conoce el precio de los alimentos para pez que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que las que no conocen opinan 2.5. Es decir hay una diferencia de opinión de 2.5 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan dos salarios mínimos, el 29% conoce el precio de los alimentos para pez que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 71% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que las que no conocen opinan 4.60. Es decir hay una diferencia de opinión de .40 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan tres salarios mínimos, el 43% sí conoce el precio de los alimentos para pez que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 57% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que las que no conocen opinan 4.25. Es decir hay una diferencia de opinión de .08 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cuatro salarios mínimos, el 100% sí conoce el precio de los alimentos para pez que se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.

De los sujetos que ganan cinco salarios mínimos, el 55% sí conoce el precio de los alimentos para pez que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 45% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que las que no conocen opinan 3.40. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.60 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan más de cinco salarios mínimos, el 75% sí conoce el precio de los alimentos para pez que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 25% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que las que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de .67 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El ingreso familiar determina en un 54% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un 1.05 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

un salario mínimo con los que ganan 2 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .54 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .25 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .45 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .92 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .51 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .80 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .60 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .13 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .29 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .09 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .38 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .20 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .67 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El ingreso familiar determina en un .47 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 5 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.26, de acuerdo al ingreso familiar.

Costo Semillas de Hamsters

1 salario mínimo

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	1	25.0	1	5.00
NO	3	75.0	3	4.00
Total	4	100	4	4.50

2 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	42.9	3	5.00
NO	4	57.1	4	3.50
Total	7	100	7	4.25

3 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	57.1	8	4.38
NO	6	42.9	6	3.83
Total	14	100	14	4.10

4 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	66.7	4	4.00
NO	2	33.3	2	4.50
Total	6	100	6	4.25

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	54.5	6	4.50
NO	5	45.5	5	3.80
Total	11	100	11	4.15

Más de 5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	54.5	6	4.50
NO	5	45.5	5	3.80
Total	11	100	11	4.15

De los sujetos que ganan un salario mínimo, el 25% conoce el precio de los alimentos para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 75% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de 1 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan dos salarios mínimos, el 43% conoce el precio de los alimentos para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 57% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 3.50. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan tres salarios mínimos, el 57% sí conoce el precio de los alimentos para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 43% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.38, mientras que los que no conocen opinan 3.83. Es decir hay una diferencia de opinión de .55 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cuatro salarios mínimos, el 67% sí conoce el precio de los alimentos para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que las que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cinco salarios mínimos, el 55% sí conoce el precio de los alimentos para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 45% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que las que no conocen opinan 3.80. Es decir hay una diferencia de opinión de .70 entre los que sí conocen con

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

respecto a los que no.

De los sujetos que ganan más de cinco salarios mínimos, el 25% sí conoce el precio de los alimentos para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 75% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que las que no conocen opinan 4.67. Es decir hay una diferencia de opinión de .33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El ingreso familiar determina en un 50% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .25 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 2 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .39 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .25 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .35 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .34 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .14 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en 0 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .10 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .59 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .14 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .04 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El ingreso familiar determina en un .73 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .10 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .59 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .69 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 5 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los alimentos para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.22, de acuerdo al ingreso familiar.

Costo Nutricubo de Cuyos

1 salario mínimo

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	50.0	2	4.50
NO	2	50.0	2	3.50
Total	4	100	4	4.00

2 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	57.1	4	4.25
NO	3	42.9	3	4.33
Total	7	100	7	4.29

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

3 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	42.9	6	3.67
NO	8	57.1	8	4.00
Total	14	100	14	3.83

4 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	33.3	2	4.50
NO	4	66.7	4	4.75
Total	6	100	6	4.63

5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	27.3	3	4.00
NO	8	72.7	8	4.25
Total	11	100	11	4.13

Más de 5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	27.3	3	4.00
NO	8	72.7	8	4.25
Total	11	100	11	4.13

De los sujetos que ganan un salario mínimo, el 50% conoce el precio de los alimentos para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 3.50. Es decir hay una diferencia de opinión de 1 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan dos salarios mínimos, el 57% conoce el precio de los alimentos para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 43% restante no. De los que sí conocen, el

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.25, mientras que los que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .08 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan 3 salarios mínimos, el 43% sí conoce el precio de los alimentos para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 57% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.67, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cuatro salarios mínimos, el 33% sí conoce el precio de los alimentos para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 67% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4.75. Es decir hay una diferencia de opinión de .25 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cinco salarios mínimos, el 27% sí conoce el precio de los alimentos para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 73% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.25. Es decir hay una diferencia de opinión de .25 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan más de cinco salarios mínimos, el 25% sí conoce el precio de los alimentos para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 75% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .67 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El ingreso familiar determina en un 61% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .29 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 2 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .16 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .63 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .13 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .67 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .45 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

dos salarios mínimos con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .34 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .16 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .38 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .79 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .29 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .83 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .50 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .04 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .54 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 5 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los alimentos para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.16, de acuerdo al ingreso familiar.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Costo Conejina

1 salario mínimo

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	4	100.0	4	4.25
Total	4	100	4	4.25

2 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	28.6	2	4.50
NO	5	71.4	5	4.40
Total	7	100	7	4.45

3 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	50.0	7	4.14
NO	7	50.0	7	3.86
Total	14	100	14	4.00

4 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	4.67
NO	3	50.0	3	5.00
Total	6	100	6	4.83

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	27.3	3	4.67
NO	8	72.7	8	3.75
Total	11	100	11	4.21

Más de 5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	27.3	3	4.67
NO	8	72.7	8	3.75
Total	11	100	11	4.21

De los sujetos que ganan un salario mínimo, el 100% no conoce el precio de los alimentos para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que no conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.25.

De los sujetos que ganan dos salarios mínimos, el 29% conoce el precio de los alimentos para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 71% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4.40. Es decir hay una diferencia de opinión de .10 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan 3 salarios mínimos, el 50% sí conoce el precio de los alimentos para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.14, mientras que los que no conocen opinan 3.86. Es decir hay una diferencia de opinión de .28 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cuatro salarios mínimos, el 50% sí conoce el precio de los alimentos para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.67, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de .33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cinco salarios mínimos, el 27% sí conoce el precio de los alimentos para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 73% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.67, mientras que los que no conocen opinan 3.75. Es decir hay una diferencia de opinión de .92 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

De los sujetos que ganan más de cinco salarios mínimos, el 75% sí conoce el precio de los alimentos para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 25% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.67, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de .33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El ingreso familiar determina en un 61% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .20 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 2 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .25 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .59 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .04 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .59 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .45 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .39 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .24 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .39 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .84 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .21 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .84 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .63 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en 0 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .63 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 5 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los alimentos para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.29, de acuerdo al ingreso familiar.

Costo Tortuguetas

1 salario mínimo

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	0	0.0	0	0.00
NO	4	100.0	4	4.50
Total	4	100	4	4.50

2 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	42.9	3	5.00
NO	4	57.1	4	4.00
Total	7	100	7	4.50

3 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	64.3	9	4.22
NO	5	35.7	5	3.80
Total	14	100	14	4.01

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

4 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	66.7	4	4.50
NO	2	33.3	2	4.50
Total	6	100	6	4.50

5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	36.4	4	4.75
NO	7	63.6	7	4.14
Total	11	100	11	4.45

Más de 5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	36.4	4	4.75
NO	7	63.6	7	4.14
Total	11	100	11	4.45

De los sujetos que ganan un salario mínimo, el 100% no conoce el precio de los alimentos para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que no conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50.

De los sujetos que ganan dos salarios mínimos, el 43% conoce el precio de los alimentos para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 57% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de 1 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan 3 salarios mínimos, el 64% sí conoce el precio de los alimentos para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 36% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.22, mientras que los que no conocen opinan 3.80. Es decir hay una diferencia de opinión de .42 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cuatro salarios mínimos, el 67% sí conoce el precio de los alimentos para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir no hay una diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cinco salarios mínimos, el 36% sí conoce el precio de los alimentos para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 64% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.75, mientras que los que no conocen opinan 4.14. Es decir hay una diferencia de opinión de .61 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan más de cinco salarios mínimos, el 100% no conoce el precio de los alimentos para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que no conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50.

El ingreso familiar determina en un 57% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un 0 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 2 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .49 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un 0 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .05 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .25 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .49 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en 0 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .05 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .25 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El ingreso familiar determina en un .49 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .44 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .24 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .05 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .25 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .20 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 5 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los alimentos para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.33, de acuerdo al ingreso familiar.

Costo Alimento Iguanas

1 salario mínimo

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	50.0	2	4.50
NO	2	50.0	2	4.50
Total	4	100	4	4.50

2 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	28.6	2	4.50
NO	5	71.4	5	3.80
Total	7	100	7	4.15

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

3 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	10	71.4	10	4.00
NO	4	28.6	4	4.00
Total	14	100	14	4.00

4 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	83.3	5	4.60
NO	1	16.7	1	4.00
Total	6	100	6	4.30

5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	36.4	4	4.00
NO	7	63.6	7	4.14
Total	11	100	11	4.07

Más de 5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	36.4	4	4.00
NO	7	63.6	7	4.14
Total	11	100	11	4.07

De los sujetos que ganan un salario mínimo, el 50% conoce el precio de los alimentos para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir no hay una diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan 2 salarios mínimos, el 29% conoce el precio de los alimentos para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 71% restante no. De los que sí conocen, el

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 3.80. Es decir hay una diferencia de opinión de .70 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan 3 salarios mínimos, el 71% sí conoce el precio de los alimentos para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 29% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir no hay una diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cuatro salarios mínimos, el 83% sí conoce el precio de los alimentos para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 17% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.60, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .60 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cinco salarios mínimos, el 36% sí conoce el precio de los alimentos para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 64% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.14. Es decir hay una diferencia de opinión de .14 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan más de cinco salarios mínimos, el 75% sí conoce el precio de los alimentos para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 25% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.67, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .67 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El ingreso familiar determina en un 57% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .35 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 2 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .50 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .20 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .43 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .16 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .15 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

dos salarios mínimos con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .15 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .08 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .19 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .30 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .07 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .34 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .23 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .04 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .27 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 5 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los alimentos para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.16, de acuerdo al ingreso familiar.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Costo Pecera Rectangular

1 salario mínimo

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	50.0	2	4.50
NO	2	50.0	2	5.00
Total	4	100	4	4.75

2 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	71.4	5	4.00
NO	2	28.6	2	5.00
Total	7	100	7	4.50

3 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	64.3	9	4.56
NO	5	35.7	5	4.40
Total	14	100	14	4.48

4 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	100.0	6	4.83
NO	0	0.0	0	0.00
Total	6	100	6	4.83

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	11	100.0	11	4.36
NO	0	0.0	0	0.00
Total	11	100	11	4.36

Más de 5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	11	100.0	11	4.36
NO	0	0.0	0	0.00
Total	11	100	11	4.36

De los sujetos que ganan un salario mínimo, el 50% conoce el precio de los accesorios para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan 2 salarios mínimos, el 71% conoce el precio de los accesorios para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 29% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de 1 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan 3 salarios mínimos, el 64% sí conoce el precio de los accesorios para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 36% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.56, mientras que los que no conocen opinan 4.40. Es decir hay una diferencia de opinión de .16 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cuatro salarios mínimos, el 100% sí conoce el precio de los accesorios para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.83.

De los sujetos que ganan cinco salarios mínimos, el 100% sí conoce el precio de los accesorios para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.36.

De los sujetos que ganan más de cinco salarios mínimos, el 75% sí conoce el precio de los accesorios para peces que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 25% restante no. De

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir no hay una diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El ingreso familiar determina en un 78% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos .

El ingreso familiar determina en un .25 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 2 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos .

El ingreso familiar determina en un .27 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos .

El ingreso familiar determina en un .08 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .39 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .75 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .02 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .33 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .14 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .50 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .35 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .12 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .48 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

cercanos.

El ingreso familiar determina en un .47 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .83 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .36 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 5 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los accesorios para peces que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.51, de acuerdo al ingreso familiar.

Costo Jaula de Tunel

1 salario mínimo

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	50.0	2	4.50
NO	2	50.0	2	4.50
Total	4	100	4	4.50

2 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	42.9	3	4.00
NO	4	57.1	4	3.75
Total	7	100	7	3.88

3 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	42.9	6	3.83
NO	8	57.1	8	4.63
Total	14	100	14	4.23

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

4 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	4.00
NO	3	50.0	3	5.00
Total	6	100	6	4.50

5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	27.3	3	5.00
NO	8	72.7	8	4.13
Total	11	100	11	4.56

Más de 5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	27.3	3	5.00
NO	8	72.7	8	4.13
Total	11	100	11	4.56

De los sujetos que ganan un salario mínimo, el 50% conoce el precio de los accesorios para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.5, mientras que los que no conocen opinan 4.5. Es decir no hay una diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan dos salarios mínimos, el 43% conoce el precio de los accesorios para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 57% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 3.75. Es decir hay una diferencia de opinión de .25 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan 3 salarios mínimos, el 43% sí conoce el precio de los accesorios para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 57% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.83, mientras que los que no conocen opinan 4.63. Es decir hay una diferencia de opinión de .8 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

De los sujetos que ganan cuatro salarios mínimos, el 50% sí conoce el precio de los accesorios para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de 1 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cinco salarios mínimos, el 27% sí conoce el precio de los accesorios para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 73% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 4.13. Es decir hay una diferencia de opinión de .87 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan más de cinco salarios mínimos, el 100% no conoce el precio de los accesorios para hamsters que se venden en el Acuario Pro-Hogar. De los que no conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.50.

El ingreso familiar determina en un 63% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos .

El ingreso familiar determina en un 1.12 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 2 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos .

El ingreso familiar determina en un .27 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos .

El ingreso familiar determina en un 0 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .07 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un 1 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .35 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .62 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .07 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un 1 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .27 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .34 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .73 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .07 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un 1 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un 1.07 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 5 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los accesorios para hamsters que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.21, de acuerdo al ingreso familiar.

Costo Bebedero de Balin

1 salario mínimo

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	50.0	2	4.50
NO	2	50.0	2	4.50
Total	4	100	4	4.50

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

2 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	42.9	3	3.67
NO	4	57.1	4	4.25
Total	7	100	7	3.96

3 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	57.1	8	3.75
NO	6	42.9	6	4.33
Total	14	100	14	4.04

4 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	66.7	4	4.50
NO	2	33.3	2	3.00
Total	6	100	6	3.75

5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	54.5	6	4.33
NO	5	45.5	5	4.20
Total	11	100	11	4.27

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Más de 5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	54.5	6	4.33
NO	5	45.5	5	4.20
Total	11	100	11	4.27

De los sujetos que ganan un salario mínimo, el 50% conoce el precio de los accesorios para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir no hay una diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan dos salarios mínimos, el 43% conoce el precio de los accesorios para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 57% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.67, mientras que los que no conocen opinan 4.25. Es decir hay una diferencia de opinión de .58 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan 3 salarios mínimos, el 57% sí conoce el precio de los accesorios para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 43% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.75, mientras que los que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .58 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cuatro salarios mínimos, el 67% sí conoce el precio de los accesorios para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 3. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cinco salarios mínimos, el 55% sí conoce el precio de los accesorios para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 45% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que los que no conocen opinan 4.20. Es decir hay una diferencia de opinión de .13 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan más de cinco salarios mínimos, el 25% sí conoce el precio de los accesorios para cuyos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 75% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 3.67. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El ingreso familiar determina en un 52% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos .

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El ingreso familiar determina en .54 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 2 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos .

El ingreso familiar determina en un .46 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos .

El ingreso familiar determina en un .75 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .23 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .16 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .08 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .21 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .31 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .62 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .29 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .23 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .30 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .52 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .59 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

cercanos.

El ingreso familiar determina en un .07 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 5 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los accesorios para cuyos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.11, de acuerdo al ingreso familiar.

Costo Jaula para Conejo

1 salario mínimo

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	50.0	2	4.00
NO	2	50.0	2	4.00
Total	4	100	4	4.00

2 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	28.6	2	4.50
NO	5	71.4	5	4.00
Total	7	100	7	4.25

3 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	8	57.1	8	4.00
NO	6	42.9	6	4.50
Total	14	100	14	4.25

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

4 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	4.00
NO	3	50.0	3	4.67
Total	6	100	6	4.33

5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	36.4	4	4.75
NO	7	63.6	7	4.14
Total	11	100	11	4.45

Más de 5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	36.4	4	4.75
NO	7	63.6	7	4.14
Total	11	100	11	4.45

De los sujetos que ganan un salario mínimo, el 50% conoce el precio de los accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir no hay una diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan dos salarios mínimos, el 29% conoce el precio de los accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 71% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan 3 salarios mínimos, el 57% sí conoce el precio de los accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 43% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

De los sujetos que ganan cuatro salarios mínimos, el 50% sí conoce el precio de los accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.67. Es decir hay una diferencia de opinión de .67 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cinco salarios mínimos, el 36% sí conoce el precio de los accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 64% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.75, mientras que los que no conocen opinan 4.14. Es decir hay una diferencia de opinión de .61 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan más de cinco salarios mínimos, el 50% sí conoce el precio de los accesorios para conejos que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 3.50. Es decir hay una diferencia de opinión de 1 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El ingreso familiar determina en un 54% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos .

El ingreso familiar determina en un .25 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 2 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos .

El ingreso familiar determina en un .25 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos .

El ingreso familiar determina en un .34 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .45 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un 0 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un 0 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .09 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .20 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El ingreso familiar determina en un .25 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .09 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .20 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .25 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .11 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .34 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .45 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 5 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los accesorios para conejos que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.22, de acuerdo al ingreso familiar.

Costo Tortuguero de Riñon

1 salario mínimo

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	1	25.0	1	5.00
NO	3	75.0	3	4.33
Total	4	100	4	4.67

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

2 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	1	14.3	1	5.00
NO	6	85.7	6	4.67
Total	7	100	7	4.83

3 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	11	78.6	11	4.27
NO	3	21.4	3	5.00
Total	14	100	14	4.64

4 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	83.3	5	4.00
NO	1	16.7	1	3.00
Total	6	100	6	3.50

5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	63.6	7	4.57
NO	4	36.4	4	4.00
Total	11	100	11	4.29

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Más de 5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	63.6	7	4.57
NO	4	36.4	4	4.00
Total	11	100	11	4.29

De los sujetos que ganan un salario mínimo, el 25% conoce el precio de los accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 75% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 4.33. Es decir hay una diferencia de opinión de .67 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan dos salarios mínimos, el 14% conoce el precio de los accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 86% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 4.67. Es decir hay una diferencia de opinión de .33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan tres salarios mínimos, el 79% sí conoce el precio de los accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 21% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.27, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de .73 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cuatro salarios mínimos, el 83% sí conoce el precio de los accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 17% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 3. Es decir hay una diferencia de opinión de 1 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cinco salarios mínimos, el 64% sí conoce el precio de los accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 36% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.57, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .57 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan más de cinco salarios mínimos, el 25% sí conoce el precio de los accesorios para tortugas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 75% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de 1 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El ingreso familiar determina en un 57% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos .

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El ingreso familiar determina en un .18 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 2 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos .

El ingreso familiar determina en un .02 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos .

El ingreso familiar determina en un 1.16 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .37 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .16 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .20 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un 1.34 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .55 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .34 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un 1.14 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .35 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .14 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .79 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un 1 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

cercanos.

El ingreso familiar determina en un .21 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 5 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los accesorios para tortugas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.37 de acuerdo al ingreso familiar.

Costo Pecera de Iguana

1 salario mínimo

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	50.0	2	4.50
NO	2	50.0	2	3.50
Total	4	100	4	4.00

2 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	28.6	2	3.50
NO	5	71.4	5	3.60
Total	7	100	7	3.55

3 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	64.3	9	4.11
NO	5	35.7	5	4.40
Total	14	100	14	4.26

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

4 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	66.7	4	4.50
NO	2	33.3	2	4.00
Total	6	100	6	4.25

5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	63.6	7	4.00
NO	4	36.4	4	4.00
Total	11	100	11	4.00

Más de 5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	7	63.6	7	4.00
NO	4	36.4	4	4.00
Total	11	100	11	4.00

De los sujetos que ganan un salario mínimo, el 50% conoce el precio de los accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 3.50. Es decir hay una diferencia de opinión de 1 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan dos salarios mínimos, el 29% conoce el precio de los accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 71% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.50, mientras que los que no conocen opinan 3.60. Es decir hay una diferencia de opinión de .10 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan tres salarios mínimos, el 64% sí conoce el precio de los accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 36% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.11, mientras que los que no conocen opinan 4.40. Es decir hay una diferencia de opinión de .29 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

De los sujetos que ganan cuatro salarios mínimos, el 67% sí conoce el precio de los accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cinco salarios mínimos, el 64% sí conoce el precio de los accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 36% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir no hay una diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan más de cinco salarios mínimos, el 50% sí conoce el precio de los accesorios para iguanas que se venden en el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.50, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El ingreso familiar determina en un 57% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos .

El ingreso familiar determina en un .45 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 2 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos .

El ingreso familiar determina en un .26 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos .

El ingreso familiar determina en un .25 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un 0 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .25 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .71 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .7 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .45 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El ingreso familiar determina en un .70 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .01 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .26 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .01 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .25 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en 0 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .25 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 5 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a los precios de los accesorios para iguanas que se venden en ese establecimiento en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.05, de acuerdo al ingreso familiar.

Servicios - Mantenimiento de Peces

1 salario mínimo

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	50.0	2	3.00
NO	2	50.0	2	4.50
Total	4	100	4	3.75

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

2 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	57.1	4	3.50
NO	3	42.9	3	4.00
Total	7	100	7	3.75

3 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	35.7	5	3.80
NO	9	64.3	9	4.44
Total	14	100	14	4.12

4 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	50.0	3	4.33
NO	3	50.0	3	4.67
Total	6	100	6	4.50

5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	45.5	5	4.60
NO	6	54.5	6	4.50
Total	11	100	11	4.55

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Más de 5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	5	45.5	5	4.60
NO	6	54.5	6	4.50
Total	11	100	11	4.55

De los sujetos que ganan un salario mínimo, el 50% conoce el servicio de instalación y / o mantenimiento de peceras que ofrece el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen con el servicio de instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercanos es de 3, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan dos salarios mínimos, el 57% conoce el servicio de instalación y / o mantenimiento de peceras que ofrece el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 43% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen con el servicio de instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.50, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan tres salarios mínimos, el 36% sí conoce el servicio de instalación y / o mantenimiento de peceras que ofrece el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 64% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen con el servicio de instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercanos es de 3.80, mientras que los que no conocen opinan 4.44. Es decir hay una diferencia de opinión de .64 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cuatro salarios mínimos, el 50% sí conoce el servicio de instalación y / o mantenimiento de peceras que ofrece el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen con el servicio de instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que los que no conocen opinan 4.67. Es decir hay una diferencia de opinión de .34 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cinco salarios mínimos, el 46% sí conoce el servicio de instalación y / o mantenimiento de peceras que ofrece el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 54% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen con el servicio de la instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.60, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .10 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan más de cinco salarios mínimos, el 25% sí conoce el servicio de instalación y / o mantenimiento de peceras que ofrece el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 75% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen con el servicio de la instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.67. Es decir hay una diferencia de opinión de .67 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El ingreso familiar determina en un 57% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al grado de satisfacción que tienen con el servicio de instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El ingreso familiar determina en un 0 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 2 salarios mínimos, respecto al grado de satisfacción que tienen con el servicio de instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .37 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto al grado de satisfacción que tienen con el servicio de instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .75 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto al grado de satisfacción que tienen con el servicio de instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .8 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto al grado de satisfacción que tienen con el servicio de instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .59 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto al grado de satisfacción que tienen con el servicio de instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .37 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto al grado de satisfacción que tienen con el servicio de instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .75 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto al grado de satisfacción que tienen con el servicio de instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .8 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto al grado de satisfacción que tienen con el servicio de instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .59 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto al grado de satisfacción que tienen con el servicio de instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .38 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto al grado de satisfacción que tienen con el servicio de instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .43 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto al grado de satisfacción que tienen con el servicio de instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .22 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto al grado de satisfacción que tienen con el servicio de instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .05 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto al grado de satisfacción que tienen con el servicio de instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .16 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto al grado de satisfacción que tienen con el servicio de instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .21 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 5 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto al grado de satisfacción que tienen con el servicio de instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al grado de satisfacción que tienen con el servicio de instalación y / o mantenimiento de su pecera en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.21, de acuerdo al ingreso familiar.

Servicios - Sistema de Apartado

1 salario mínimo

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	2	50.0	2	4.00
NO	2	50.0	2	4.50
Total	4	100	4	4.25

2 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	42.9	3	4.33
NO	4	57.1	4	3.75
Total	7	100	7	4.04

3 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	64.3	9	4.11
NO	5	35.7	5	4.60
Total	14	100	14	4.36

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

4 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	66.7	4	5.00
NO	2	33.3	2	4.50
Total	6	100	6	4.75

5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	54.5	6	4.67
NO	5	45.5	5	4.00
Total	11	100	11	4.33

Más de 5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	54.5	6	4.67
NO	5	45.5	5	4.00
Total	11	100	11	4.33

De los sujetos que ganan un salario mínimo, el 50% conoce el servicio de apartado que ofrece el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 50% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen con ese servicio en comparación con otros acuarios cercanos es de 4, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan dos salarios mínimos, el 43% conoce el servicio de apartado que ofrece el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 57% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen con ese servicio en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.33, mientras que los que no conocen opinan 3.75. Es decir hay una diferencia de opinión de .58 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan tres salarios mínimos, el 64% sí conoce el servicio de apartado que ofrece el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 36% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen con ese servicio en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.11, mientras que los que no conocen opinan 4.60. Es decir hay una diferencia de opinión de .49 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cuatro salarios mínimos, el 67% sí conoce el servicio de apartado que ofrece el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen con ese servicio en comparación con otros acuarios

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

cercanos es de 5, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cinco salarios mínimos, el 55% sí conoce el servicio de apartado que ofrece el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 45% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen con ese servicio en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.67, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .67 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan más de cinco salarios mínimos, el 75% sí conoce el servicio de apartado que ofrece el Acuario Pro-Hogar, mientras que el 25% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre el grado de satisfacción que tienen con ese servicio en comparación con otros acuarios cercanos es de 4.67, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de .33 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El ingreso familiar determina en un 59% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al grado de satisfacción que tienen con el servicio de apartado en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .21 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 2 salarios mínimos, respecto al grado de satisfacción que tienen con el servicio de apartado en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .11 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto al grado de satisfacción que tienen con el servicio de apartado en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .50 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto al grado de satisfacción que tienen con el servicio de apartado en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .09 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto al grado de satisfacción que tienen con el servicio de apartado en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .59 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto al grado de satisfacción que tienen con el servicio de apartado en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .32 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto al grado de satisfacción que tienen con el servicio de apartado en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .71 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto al grado de satisfacción que tienen con el servicio de apartado en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .30 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto al grado de satisfacción que tienen con el servicio de apartado en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .80 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto al grado de satisfacción que tienen con el servicio de apartado en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .39 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto al grado de satisfacción que tienen con el servicio de apartado en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El ingreso familiar determina en un .02 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto al grado de satisfacción que tienen con el servicio de apartado en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .48 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto al grado de satisfacción que tienen con el servicio de apartado en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .41 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto al grado de satisfacción que tienen con el servicio de apartado en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .09 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto al grado de satisfacción que tienen con el servicio de apartado en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .50 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 5 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto al grado de satisfacción que tienen con el servicio de apartado en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto al grado de satisfacción que tienen con el servicio de apartado en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.35, de acuerdo al ingreso familiar.

Atn. al Cliente - Amabilidad

1 salario mínimo

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	75.0	3	5.00
NO	1	25.0	1	5.00
Total	4	100	4	5.00

2 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	57.1	4	4.75
NO	3	42.9	3	4.67
Total	7	100	7	4.71

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

3 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	13	92.9	13	4.62
NO	1	7.1	1	4.00
Total	14	100	14	4.31

4 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	100.0	6	5.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	6	100	6	5.00

5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	11	100.0	11	4.82
NO	0	0.0	0	0.00
Total	11	100	11	4.82

Más de 5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	11	100.0	11	4.82
NO	0	0.0	0	0.00
Total	11	100	11	4.82

De los sujetos que ganan un salario mínimo, el 75% conoce los gestos que tiene el personal del Acuario Pro-Hogar cuando entran a ese establecimiento, mientras que el 25% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad de la atención del personal en sus últimas tres visitas, en comparación de otros acuarios cercanos, es de 5, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir no hay una diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan dos salarios mínimos, el 57% conoce los gestos que tiene el personal del Acuario Pro-Hogar cuando entran a ese establecimiento, mientras que el 43% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad de la atención del personal en sus últimas tres

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

visitas, en comparación de otros acuarios cercanos, es de 4.75, mientras que los que no conocen opinan 4.67. Es decir hay una diferencia de opinión de .08 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan tres salarios mínimos, el 93% sí conoce los gestos que tiene el personal del Acuario Pro-Hogar cuando entran a ese establecimiento, mientras que el 7% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad de la atención del personal en sus últimas tres visitas, en comparación de otros acuarios cercanos, es de 4.62, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de .62 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cuatro salarios mínimos, el 100% sí conoce los gestos que tiene el personal del Acuario Pro-Hogar cuando entran a ese establecimiento. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad de la atención del personal en sus últimas tres visitas, en comparación de otros acuarios cercanos, es de 5.

De los sujetos que ganan cinco salarios mínimos, el 100% sí conoce los gestos que tiene el personal del Acuario Pro-Hogar cuando entran a ese establecimiento. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad de la atención del personal en sus últimas tres visitas, en comparación de otros acuarios cercanos, es de 4.82.

De los sujetos que ganan más de cinco salarios mínimos, el 100% sí conoce los gestos que tiene el personal del Acuario Pro-Hogar cuando entran a ese establecimiento. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la calidad de la atención del personal en sus últimas tres visitas, en comparación de otros acuarios cercanos, es de 4.75.

El ingreso familiar determina en un 89% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la calidad de la atención del personal en sus últimas tres visitas, en comparación de otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .29 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 2 salarios mínimos, respecto a la calidad de la atención del personal en sus últimas tres visitas, en comparación de otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .69 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a la calidad de la atención del personal en sus últimas tres visitas, en comparación de otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en 0 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la calidad de la atención del personal en sus últimas tres visitas, en comparación de otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .18 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la calidad de la atención del personal en sus últimas tres visitas, en comparación de otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .25 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la calidad de la atención del personal en sus últimas tres visitas, en comparación de otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .40 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a la calidad de la atención del personal en sus últimas tres visitas, en comparación de otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .29 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la calidad de la atención del personal en sus últimas tres visitas. en comparación de otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El ingreso familiar determina en un .11 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la calidad de la atención del personal en sus últimas tres visitas, en comparación de otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .04 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la calidad de la atención del personal en sus últimas tres visitas, en comparación de otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .69 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la calidad de la atención del personal en sus últimas tres visitas, en comparación de otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .51 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la calidad de la atención del personal en sus últimas tres visitas, en comparación de otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .44 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la calidad de la atención del personal en sus últimas tres visitas, en comparación de otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .18 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la calidad de la atención del personal en sus últimas tres visitas, en comparación de otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .25 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la calidad de la atención del personal en sus últimas tres visitas, en comparación de otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .07 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 5 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la calidad de la atención del personal en sus últimas tres visitas, en comparación de otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la calidad de la atención del personal en sus últimas tres visitas, en comparación de otros acuarios cercanos, es de 4.69, de acuerdo al ingreso familiar.

Atn. al Cliente - Eficiencia

1 salario mínimo

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	3	75.0	3	5.00
NO	1	25.0	1	3.00
Total	4	100	4	4.00

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

2 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	57.1	4	4.75
NO	3	42.9	3	3.67
Total	7	100	7	4.21

3 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	64.3	9	4.33
NO	5	35.7	5	3.40
Total	14	100	14	3.87

4 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	66.7	4	5.00
NO	2	33.3	2	5.00
Total	6	100	6	5.00

5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	81.8	9	5.00
NO	2	18.2	2	4.50
Total	11	100	11	4.75

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Más de 5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	9	81.8	9	5.00
NO	2	18.2	2	4.50
Total	11	100	11	4.75

De los sujetos que ganan un salario mínimo, el 75% conoce la rapidez con que les atiende el personal del Acuario Pro-Hogar, mientras que el 25% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 5, mientras que los que no conocen opinan 3. Es decir hay una diferencia de opinión de 2 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan dos salarios mínimos, el 57% conoce la rapidez con que les atiende el personal del Acuario Pro-Hogar, mientras que el 43% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.75, mientras que los que no conocen opinan 3.67. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.08 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan tres salarios mínimos, el 64% sí conoce la rapidez con que les atiende el personal del Acuario Pro-Hogar, mientras que el 36% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.33, mientras que los que no conocen opinan 3.40. Es decir hay una diferencia de opinión de .93 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cuatro salarios mínimos, el 67% sí conoce la rapidez con que les atiende el personal del Acuario Pro-Hogar, mientras que el 33% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 5, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir no hay una diferencia de opinión entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cinco salarios mínimos, el 82% sí conoce la rapidez con que les atiende el personal del Acuario Pro-Hogar, mientras que el 18% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 5, mientras que los que no conocen opinan 4.50. Es decir hay una diferencia de opinión de .50 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan más de cinco salarios mínimos, el 75% sí conoce la rapidez con que les atiende el personal del Acuario Pro-Hogar, mientras que el 25% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 5, mientras que los que no conocen opinan 4. Es decir hay una diferencia de opinión de 1 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

El ingreso familiar determina en un 70% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El ingreso familiar determina en un .21 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 2 salarios mínimos, respecto a la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .13 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un 1 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .75 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .50 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .34 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .79 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .54 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .29 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un 1.13 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .88 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .63 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .25 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .50 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .25 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 5 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la rapidez con que el personal de ese establecimiento les ha atendido en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.32, de acuerdo al ingreso familiar.

Atn. al Cliente - Conocimientos

1 salario mínimo

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	4	100.0	4	4.75
NO	0	0.0	0	0.00
Total	4	100	4	4.75

2 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	85.7	6	4.83
NO	1	14.3	1	3.00
Total	7	100	7	3.92

3 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	13	92.9	13	4.54
NO	1	7.1	1	5.00
Total	14	100	14	4.77

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

4 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	6	100.0	6	5.00
NO	0	0.0	0	0.00
Total	6	100	6	5.00

5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	11	100.0	11	4.91
NO	0	0.0	0	0.00
Total	11	100	11	4.91

Más de 5 salarios mínimos

	CONOCIMIENTO		OPINIÓN	
	FREC.	%	FREC.	PROM
SI	11	100.0	11	4.91
NO	0	0.0	0	0.00
Total	11	100	11	4.91

De los sujetos que ganan un salario mínimo, el 100% percibe conocimiento en las respuestas del personal del Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.75.

De los sujetos que ganan dos salarios mínimos, el 86% percibe conocimiento en las respuestas del personal del Acuario Pro-Hogar, mientras que el 14% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.83, mientras que los que no conocen opinan 3. Es decir hay una diferencia de opinión de 1.83 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan tres salarios mínimos, el 93% sí percibe conocimiento en las respuestas del personal del Acuario Pro-Hogar, mientras que el 7% restante no. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.54, mientras que los que no conocen opinan 5. Es decir hay una diferencia de opinión de .77 entre los que sí conocen con respecto a los que no.

De los sujetos que ganan cuatro salarios mínimos, el 100% sí percibe conocimiento en las respuestas del personal del Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 5.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

De los sujetos que ganan cinco salarios mínimos, el 100% sí percibe conocimiento en las respuestas del personal del Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.91.

De los sujetos que ganan más de cinco salarios mínimos, el 100% sí percibe conocimiento en las respuestas del personal del Acuario Pro-Hogar. De los que sí conocen, el promedio de opinión sobre la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.75.

El ingreso familiar determina en un 96% la cantidad de conocimiento que tienen los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .83 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 2 salarios mínimos, respecto a la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .02 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .25 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .16 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un 0 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan un salario mínimo con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .85 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 3 salarios mínimos, respecto a la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un 1.08 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un 1.01 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .83 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan dos salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .23 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 4 salarios mínimos, respecto a la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .14 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

RESULTADOS DE CRUCES DE VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

El ingreso familiar determina en un .02 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 3 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .09 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan 5 salarios mínimos, respecto a la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .25 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 4 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

El ingreso familiar determina en un .16 la opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar que ganan 5 salarios mínimos con los que ganan más de 5 salarios mínimos, respecto a la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos.

La opinión de los clientes del Acuario Pro-Hogar respecto a la confiabilidad del personal percibida en sus últimas tres visitas, en comparación con otros acuarios cercanos, es de 4.39, de acuerdo al ingreso familiar.