

## Capítulo V. Resultados

El presente capítulo tiene como objetivo mostrar los resultados de la aplicación de la encuesta hecha a los jóvenes universitarios de la Universidad de las Américas Puebla, La Universidad Autónoma de Puebla y la Universidad Iberoamericana. La estructura de este capítulo está conformada por tres partes, la primera parte consta de un análisis descriptivo de la muestra recabada en la que se destaca que sean jóvenes, su sexo, su nivel académico, y a la universidad a la que pertenece.

La segunda parte describirá los principales componentes de la encuesta, es decir conocer los gustos y preferencias de los jóvenes hacia los medios masivos de comunicación. Y en un tercer apartado se hará una propuesta de revista en base al estudio de opinión de los jóvenes. Este estudio se hizo en base a la aplicación de los programas SPSS en su versión 12.0 y Excel 2000

### 5.1 DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA

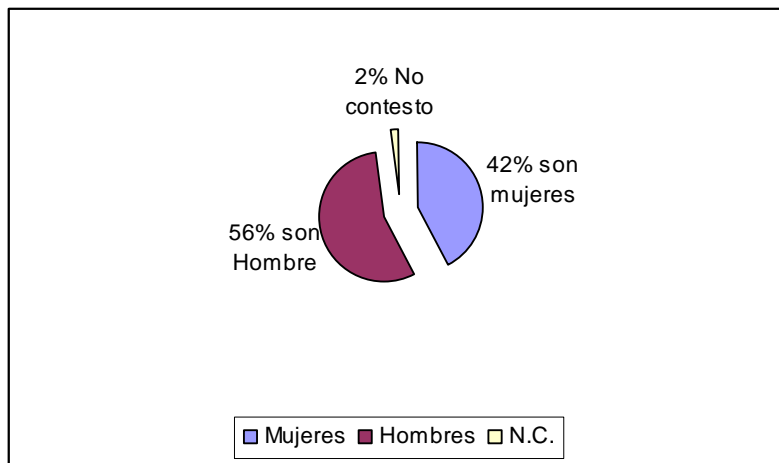
Dentro de un trabajo de campo, es indispensable describir las características de la muestra de una población, para el caso de nuestro trabajo que son los jóvenes universitarios y sus preferencias de consumo de medios de comunicación. La muestra tomada fue de 150 estudiantes que oscilan entre los 20 y los 30 años de edad y en donde una tercera parte pertenece a la Universidad de las Américas Puebla, otro tercio de ella pertenece a la Universidad Autónoma de Puebla y una última parte de ésta pertenece a la Universidad Iberoamericana, las razones operativas que hicieron que se tomara esta decisión fue que el trabajo de esta tesis consiste en describir y dar una propuesta de revista para los jóvenes estudiantes de la ciudad de Puebla, y por ello

es necesario conocer las opiniones de algunos de los estudiantes de algunas universidades importantes. Asimismo se les hicieron preguntas parademográficas, para detectar si tienen las condiciones tanto culturales como ambientales para el consumo de revistas.

De la encuesta se obtuvieron algunos datos de control, los cuales se explicarán de la siguiente manera:

### 1. Sexo del Encuestado

**Gráfica 1**

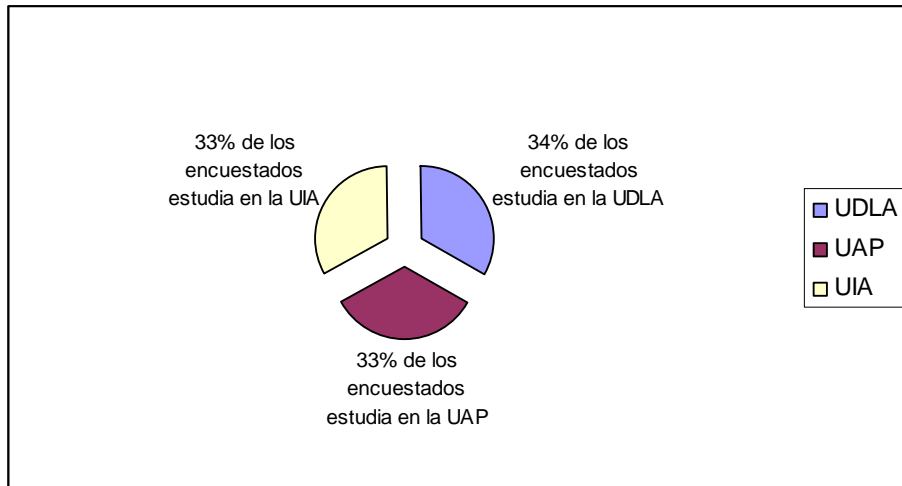


De acuerdo a la gráfica anterior el 42% (63 personas) de los encuestados resultó ser mujer mientras que con un 56% (84 personas) resultó ser del sexo masculino, mientras que un 2% (2 personas) no quiso responder a la pregunta.

### 2. Universidad a la que pertenece.

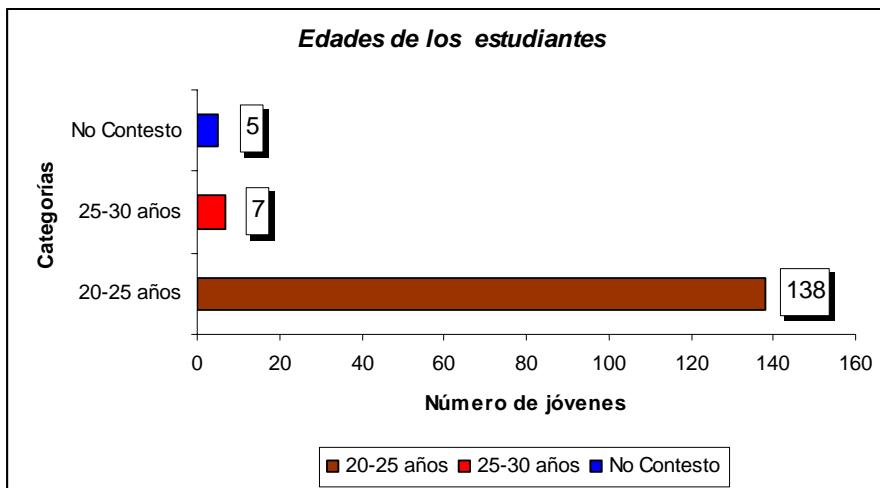
**Gráfica 2**

**Universidad a la que pertenece**



La muestra se dividió en 33.33% de jóvenes que estaban en distintas estancias educativas y diversifica la opinión de los jóvenes respecto al consumo de medios de comunicación y mejora los resultados de la encuesta debido a que la opinión se abre hacia nuevas rutas.

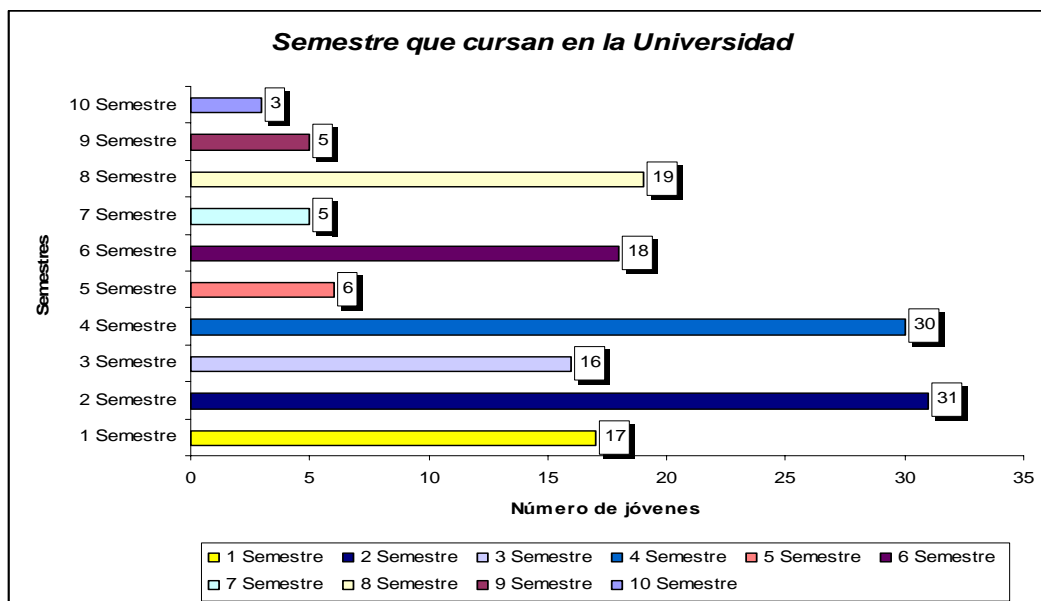
### 3. Rango de edades de los encuestados



La gráfica anterior nos muestra el rango de edades a los que se encuestó siendo el más alto la oscilación entre los 20 a los 25 años con un 92% de los jóvenes encuestados que representan 138 personas de esta edad seguido después por el segundo rango que va de los 25 años con un día a los 30

años con un 4.67% y sólo el 3.33% de los encuestados no contestó a la pregunta.

#### 4. Semestre que cursan en la Universidad



De acuerdo a la gráfica anterior, el 20.67% de los encuestados contestó estar en su segundo semestre con ello significa que sus hábitos de consumo de medios masivos de comunicación se podrían afectar directamente a medida que avancen en la carrera, ya que el nivel de información que se pide es mucho mayor, en segundo lugar tenemos que con un 20% de los encuestados, están en su cuarto semestre los cuales indica que están en su segundo año, seguido por lo que van más de la mitad de la licenciatura y se encuentran en su octavo semestre, los cuales deben tener ya herramientas de conocimiento para la búsqueda de información verificable.

#### 5.2 Consumo de medios de comunicación

**P1y P2 ¿Cuántas veces a la semana usas estos medios? y ¿Cuántas horas en promedio le dedicas a este medio cuando lo usas?**

| Promedio de las preguntas 1 y 2               |          |  |          |
|---|----------|--|----------|
|   | Promedio |  | Promedio |
| ¿Cuántas veces a la semana usas internet?     | 5.94     | ¿Cuántas horas le dedicas a este medio cuando lo usas (internet)?  | 5.36     |
| ¿Cuántas veces a la semana ves la TV?         | 4.85     | ¿Cuántas horas le dedicas a este medio cuando lo usas (radio)?     | 4.27     |
| ¿Cuántas veces a la semana escuchas el radio? | 3.23     | ¿Cuántas horas le dedicas a este medio cuando lo usas (periódico)? | 1.82     |
| ¿Cuántas veces a la semana lees Revistas?     | 2.33     | ¿Cuántas horas le dedicas a este medio cuando lo usas (revistas)?  | 1.77     |
| ¿Cuántas veces a la semana lees el periódico? | 1.52     | ¿Cuántas horas le dedicas a este medio cuando lo usas (TV)?        | 0.81     |

De acuerdo a la tabla anterior, se pone de manifiesto el promedio de días a la semana que se utilizan estos medios de comunicación, con una muestra recabada de 150 alumnos, queda de manifiesto que los jóvenes encuestados utilizan alrededor de seis días a la semana el Internet, seguido en segundo lugar por la televisión con cinco días en promedio y la radio con tres días, sin embargo es de verse que los medios de comunicación impresos como lo son las revistas y los periódicos no tienen un uso muy frecuente en los días de la semana.

En cuanto a la pregunta 2 en la tabla anterior, se tiene que las horas en promedio que le dedican al consumo de medios de comunicación es mayor en los medios de comunicación no impresos (el Internet con 5.36 horas y la televisión con 4.27 horas), lo cuál señala que los medios impresos no son tan llamativos a los jóvenes como lo es la Internet y la televisión. |

### **P3.Cuál es el nombre del canal que consumes con más frecuencia según sea el medio de comunicación**

## **5. 3 MEDI OS DE COMUNI CACIÓN**

### **P1. A)¿Cuál es el nombre del canal que consumes con más frecuencia en Periódicos nacionales?**

|   | Canal de comunicación | Frequency | Percent |
|---|-----------------------|-----------|---------|
| 1 | Reforma               | 49        | 32.7    |
| 2 | El financiero         | 11        | 7.3     |
| 3 | Otros                 | 42        | 28.0    |
| 4 | N.C.                  | 48        | 32.0    |
|   | Total                 | 150       | 100     |

De acuerdo a lo anterior, el Reforma es el más consultado por los jóvenes, seguido por la no contestación de la pregunta y el diario El Financiero, y otros diarios ocupan el 28% de la demás encuesta, lo cuál señala que los contenidos del diario reforma, son los que más llaman la atención de los jóvenes, contenidos no solo por la calidad de los artículos, sino también de la imagen que da el diario que lo hace más llamativo.

**P2. B) Cual es el nombre del canal que consumes con más frecuencia en Diarios locales**

|   | Canal de comunicación | Frequency | Valid Percent |
|---|-----------------------|-----------|---------------|
| 1 | El sol de puebla      | 52        | 34.7          |
| 2 | Síntesis              | 8         | 5.3           |
| 3 | Otros                 | 11        | 7.3           |
| 4 | N.C.                  | 79        | 52.7          |
|   | Total                 | 150       | 100           |

Cuando se les preguntó acerca de los diarios locales que consumen nos dimos cuenta que el 52.7% de los jóvenes encuestados, no consulta los diarios locales y como segundo punto destaca que sólo el 34.7% de los jóvenes lee El Sol de Puebla, seguido por el diario Síntesis con un 5.3%.

**P3. C) Cual es el nombre del canal que consumes con más frecuencia en canales de televisión**

|   | Canal de comunicaión | Frequency | Percent |
|---|----------------------|-----------|---------|
| 1 | National Geographic  | 36        | 24.0    |

|   |                              |     |       |
|---|------------------------------|-----|-------|
| 2 | T.V. azteca                  | 29  | 19.3  |
| 3 | MTV                          | 26  | 18.0  |
| 4 | Warner                       | 22  | 14.6  |
| 5 | N.C.                         | 18  | 12.0  |
| 6 | Otros<br>Canales de<br>cable | 10  | 6.6   |
| 7 | Televisa                     | 9   | 6.0   |
|   | Total                        | 150 | 100.0 |

En esta pregunta, para simplificar las respuestas de los jóvenes sobre los canales que ven, descubrimos que un 62.7% consume canales que sólo están en el sistema de cable, entre los tres principales canales que señalaron fue el de Nacional Geographic con un 24% de las respuestas, seguido por Televisión Azteca con un 19.3%, y el canal de música MTV quedó en tercer lugar con un 18.0%, lo cuál puede reflejar las distintas preferencias de los jóvenes por temas de interés, como es la ecología, los programas de entretenimiento como lo son las series que se transmiten por Televisión Azteca y los gustos por la música como lo es MTV.

**P4. D) Cual es el nombre del canal que consumes con más frecuencia de estaciones de radio**

|   | Canal de comunicación | Frequency | Valid Percent |
|---|-----------------------|-----------|---------------|
| 1 | Digital               | 40        | 26.7          |
| 2 | Exa                   | 34        | 22.7          |
| 3 | Otros                 | 30        | 19.9          |
| 4 | N.C.                  | 46        | 30.7          |
|   | Total                 | 150       | 100           |

La última pregunta referida al consumo de los diferentes medios de comunicación, se refiere a las estaciones de radio, que escuchan los jóvenes, una vez más cabe resaltar que con un alto porcentaje (30.7%) no se contestó esa parte de la encuesta, seguido por las estaciones Digital y Exa

con 26.7% y 22.7% respectivamente, y con un 19.9% las demás estaciones de radio.

## 5.4 Revistas

### P1. Revista que lees con más frecuencia

| Revistas        | Frequency | Valid Percent |
|-----------------|-----------|---------------|
| Vanidades       | 47        | 31.3          |
| Muy interesante | 29        | 19.3          |
| Otras revistas  | 54        | 36.1          |
| N.C.            | 20        | 13.3          |
| Total           | 150       | 100           |

Los resultados que arrojan la encuesta, muestra a la revista Vanidades con un 31.3% de las personas encuestadas, muestra su preferencia, seguida por la revista Muy Interesante con 19.3% y después se optó por la respuesta 0 (es decir no contestó), y otras revistas con un 36.1% de la preferencia de los jóvenes.

### P2. ¿Por qué es tu revista favorita?

|                                  | Frecuencia | Valido Porcentaje |
|----------------------------------|------------|-------------------|
| Espectáculos y entretenimiento   | 87         | 58                |
| Cultural                         | 32         | 21.3              |
| Cuidados Personales y salud      | 7          | 4.7               |
| Entorno nacional e internacional | 3          | 2                 |
| N.C.                             | 21         | 14                |
| Total                            | 150        | 100               |

Las respuestas arrojadas por los jóvenes acerca de su revista favorita fue que les agrada, por los espectáculos y entretenimiento que ésta les ofrece con un 58% de las



respuestas, seguido por lo cultural con un 21.3% de las respuestas.

**P3. ¿Qué secciones son las que más te gustan leer en una revista?**

| Secciones de una Revista    | Frequency | Valid Percent |
|-----------------------------|-----------|---------------|
| Espectáculos                | 25        | 16.7          |
| Ciencia y tecnología        | 23        | 15.3          |
| Música                      | 15        | 10            |
| Deportes                    | 11        | 7.3           |
| Política                    | 10        | 6.7           |
| Negocios y economía         | 7         | 4.7           |
| Salud y cuidados personales | 7         | 4.7           |
| Cultura                     | 6         | 4             |
| Moda                        | 4         | 2.7           |
| Sexualidad                  | 3         | 2             |
| N.C.                        | 39        | 26            |
| Total                       | 150       | 100           |

La tabla anterior muestra que el 16.7% de los jóvenes encuestados, describió que son los espectáculos la sección que más les agrada, seguida por la sección de ciencia y tecnología, las de música y deportes con 15.3%, 10.0% y 7.3% respectivamente, sin embargo el contraste de esta tabla con la anterior muestra que la sección cultural es menos atractiva que las de, economía y política así como la de salud y cuidados personales; esta información, nos servirá para desarrollar secciones para una revista juvenil que debe contener secciones que involucren información del entorno nacional e internacional así como de salud pero mezclada con información entretenida y cultural.

**P4. Desde tu punto de vista específico a qué revista se le puede asociar con lo siguientes atributos:**

|                                  |  |                     |                 |        |         |                |       |
|----------------------------------|--|---------------------|-----------------|--------|---------|----------------|-------|
| Revista para jóvenes             | Revistas mas posicionadas en porcentajes |                     |                 | No se  | Ninguna | Otras revistas | Total |
|                                  | Tu                                       | Eres                | Rostros         | 99     | 98      | Otras          |       |
| Frecuencia                       | 19.33%                                   | 10.00%              | 8.67%           | 19.33% | 16.67%  | 26.00%         | 100%  |
| Mantenerse informado             | Revistas más posicionadas                |                     |                 | No se  | Ninguna | Otras revistas | Total |
|                                  | Proceso                                  | National Geographic | Muy Interesante | 99     | 98      | Otras          |       |
| Frecuencia                       | 17.33%                                   | 12.00%              | 10.00%          | 23.33% | 15.33%  | 22.00%         | 100%  |
| Revista Divertida                | Revistas más posicionadas                |                     |                 | No se  | Ninguna | Otras revistas | Total |
|                                  | T.V. Notas                               | Rostros             | 15 a 20         | 99     | 98      | Otras          |       |
| Frecuencia                       | 10%                                      | 8%                  | 5.33%           | 30%    | 14.66%  | 32%            | 100%  |
| Revista Interesante              | Revistas más posicionadas                |                     |                 | No se  | Ninguna | Otras revistas | Total |
|                                  | Muy Interesante                          | National Geographic | Cosmopolitan    | 99     | 98      | Otras          |       |
| Frecuencia                       | 32.66%                                   | 10%                 | 4.66%           | 32%    | 8%      | 12.66%         | 100%  |
| Revista fácil de leer            | Revistas más posicionadas                |                     |                 | No se  | Ninguna | Otras revistas | Total |
|                                  | T.V. Notas                               | Vanidades           | Somos VIP       | 99     | 98      | Otras          |       |
| Frecuencia                       | 14.66%                                   | 8.66%               | 6.66%           | 27.33% | 12.66%  | 30%            | 100%  |
| Revista para mujer universitaria | Revistas más posicionadas                |                     |                 | No se  | Ninguna | Otras revistas | Total |
|                                  | Cosmopolitan                             | Vanidades           | 15 a 20         | 99     | 98      | Otras          |       |
| Frecuencia                       | 10%                                      | 6.67%               | 6.67%           | 31.33% | 19.33%  | 19.33%         | 100%  |
| Revista Chida                    | Revistas más posicionadas                |                     |                 | No se  | Ninguna | Otras revistas | Total |
|                                  | Rostros                                  | Maxim               | Cosmopolitan    | 99     | 98      | Otras          |       |
| Frecuencia                       | 10%                                      | 6%                  | 4%              | 36.67% | 24.67%  | 18.67%         | 100%  |
| Revista a la moda                | Revistas más posicionadas                |                     |                 | No se  | Ninguna | Otras revistas | Total |
|                                  | Vogue                                    | Cosmopolitan        | Rostros         | 99     | 98      | Otras          |       |
| Frecuencia                       | 15.33%                                   | 13.33%              | 8%              | 17.33% | 17.33%  | 28.67%         | 100%  |
| Revista para gente como tu       | Revistas más posicionadas                |                     |                 | No se  | Ninguna | Otras revistas | Total |
|                                  | Vogue                                    | Maxim               | Rostros         | 99     | 98      | Otras          |       |
| Frecuencia                       | 8.67%                                    | 8.67%               | 5.33%           | 18%    | 16.67%  | 42.67%         | 100%  |
| Revista para personas elegantes  | Revistas más posicionadas                |                     |                 | No se  | Ninguna | Otras revistas | Total |
|                                  | Vogue                                    | Vanidades           | Muy Interesante | 99     | 98      | Otras          |       |
| Frecuencia                       | 14%                                      | 6%                  | 4.67%           | 28.67% | 22%     | 24.67%         | 100%  |
| Revista para fresas              | Revistas más posicionadas                |                     |                 | No se  | Ninguna | Otras revistas | Total |
|                                  | Rostros                                  | Eres                | Comics          | 99     | 98      | Otras          |       |

|                             |                           |                     |               |        |         |                |       |
|-----------------------------|---------------------------|---------------------|---------------|--------|---------|----------------|-------|
| Frecuencia                  | 19.33%                    | 6.67%               | 6%            | 28.67% | 18%     | 21.33%         | 100%  |
| Revista para gente sencilla | Revistas más posicionadas |                     |               | No se  | Ninguna | Otras revistas | Total |
|                             | T.V. Notas                | Comics              | Tu            | 99     | 98      | Otras          |       |
| Frecuencia                  | 21%                       | 9%                  | 6%            | 73%    | 21%     | 14%            | 100%  |
| Revista para intelectuales  | Revistas más posicionadas |                     |               | No se  | Ninguna | Otras revistas | Total |
|                             | Muy Interesante           | National Geographic | Proceso       | 99     | 98      | Otras          |       |
| Frecuencia                  | 17.33%                    | 10%                 | 8%            | 30%    | 20%     | 14.67%         | 100%  |
| Revista para deportistas    | Revistas más posicionadas |                     |               | No se  | Ninguna | Otras revistas | Total |
|                             | Mens Health               | Sports Illustrated  | Deporte Total | 99     | 98      | Otras          |       |
| Frecuencia                  | 11.33%                    | 8%                  | 6%            | 47.33% | 21.33%  | 6%             | 100%  |

De acuerdo a la tabla anterior, las revistas más mencionadas se presentan en la siguiente tabla:

| Revistas más citadas | Número de veces que se repitió en diferentes categorías | % más alto en las categorías |
|----------------------|---|------------------------------|
| Vogue                | 3 Veces   | 15.33%                       |
| T.V. Notas           | 3 Veces   | 21%                          |
| Muy Interesante      | 2 Veces   | 32.66%                       |
| Rostros              | 2 Veces   | 19.33%                       |
| Proceso              | 1 Vez   | 17.33%                       |
| Tu                   | 1 Vez   | 19.33%                       |
| Mens Health          | 1 Vez   | 11.33%                       |

Para concluir con esta pregunta podemos observar que estas revistas son las que más llaman la atención de los jóvenes universitarios de las tres distintas instituciones universitarias, algunas de las características que podemos mencionar es que son revistas de contenidos diversos, en el caso de la revista Vogue, es una revista que tiene contenidos de espectáculos, moda y cuidados personales de ámbitos internacionales, en tanto que la revista T.V. notas presenta artículos meramente de espectáculos. En el tercer lugar encontramos la revista Muy Interesante que presenta una serie de contenidos científicos y de cultura general. La revista Rostros, al mismo tiempo que la de Vogue presenta la vida de personas de la música, espectáculos, moda, enfocada a la vida nacional principalmente. Las últimas tres revistas que tiene una sola mención son de características en las que se presentan poco atractivas,

debido a los contenidos de la política en el caso de proceso, en la siguiente, porque están dejando las lecturas para adolescentes y la última, porque se ubica con los cuidados personales de los hombres principalmente.

**P5. En una escala del uno al diez, donde uno significa nunca y diez siempre, con que frecuencia lees una revista para:**

| <b>PREGUNTAS</b>  | <b>UDLA<br/>Promedio</b> | <b>UAP<br/>Promedio</b> | <b>UIA<br/>Promedio</b> | <b>Promedio<br/>Total</b> |
|---|--------------------------|-------------------------|-------------------------|---------------------------|
| En una escala del 1 al 10 ver fotos de amigos o gente conocida    | 6.52                     | 6.24                    | 6.84                    | 6.50                      |
| En una escala del 1 al 10 Informarte sobre modas de ropa          | 6.16                     | 5.86                    | 6.26                    | 6.08                      |
| En una escala del 1 al 10 Informarte sobre la vida de artistas    | 5.12                     | 5.12                    | 5.12                    | 5.11                      |
| En una escala del 1 al 10 Informarte como mantenerse en forma     | 5.14                     | 5.10                    | 5.10                    | 5.10                      |
| En una escala del 1 al 10 lees revista de Política Nacional       | 4.42                     | 4.65                    | 4.84                    | 4.67                      |
| En una escala del 1 al 10 Ambiente de los antros en Puebla        | 4.18                     | 4.08                    | 4.90                    | 4.37                      |
| En una escala del 1 al 10 Informarte acerca de la sexualidad      | 4.30                     | 4.24                    | 4.66                    | 4.39                      |
| En una escala del 1 al 10 Informarte acerca de grupos musicales   | 4.26                     | 4.33                    | 4.36                    | 4.33                      |
| En una escala del 1 al 10 Informarte sobre actividades culturales | 4.16                     | 4.24                    | 4.16                    | 4.21                      |
| En una escala del 1 al 10 Informarte sobre deportes               | 3.88                     | 4.22                    | 3.76                    | 3.99                      |
| En una escala del 1 al 10 Leer horóscopos                         | 3.84                     | 3.86                    | 4.10                    | 3.91                      |
| En una escala del 1 al 10 Informarte sobre Economía               | 3.40                     | 3.69                    | 4.02                    | 3.74                      |
| En una escala del 1 al 10 lees revista de Política Local          | 3.50                     | 3.76                    | 3.82                    | 3.72                      |
| En una escala del 1 al 10 entretenerse con juegos y crucigramas   | 2.62                     | 2.65                    | 2.70                    | 2.70                      |

Dentro de la tabla, sirve para ver que información es la que más demandan siempre, siendo la de la gente conocida, con un promedio de la calificación de 6.50 puntos, seguida de la moda en cuestión de vestimentas CON UN 6.08, y de la información de los artistas con un 5.11 puntos, y de los que menos quieren estar informados es sobre los juegos lúdicos que presentan estas revistas y lo concerniente a la política y economía en sus distintos ámbitos tanto nacional como internacional.

**P6. En una escala del 1 al 5, donde uno significa que no te gustaría nada y cinco que te gustaría mucho, qué tanto te gustaría estar informado mediante una revista sobre los siguientes temas:**

|  | <b>UDLA Promedio</b> | <b>UAP Promedio</b> | <b>UIA Promedio</b> | <b>Promedio Total</b> |
|--|----------------------|---------------------|---------------------|-----------------------|
| <b>En una escala del 1 al 5 estar informado sobre música</b>     | 3.52                 | 3.50                | 3.48                | <b>3.50</b>           |
| <b>En una escala del 1 al 5 estar informado sobre culturales</b> | 3.04                 | 3.00                | 3.08                | <b>3.04</b>           |
| <b>En una escala del 1 al 5 estar informado sobre Sexualidad</b> | 2.9                  | 2.90                | 2.98                | <b>2.93</b>           |
| <b>En una escala del 1 al 5 estar informado sobre Economía</b>   | 2.54                 | 2.64                | 2.82                | <b>2.67</b>           |
| <b>En una escala del 1 al 5 estar informado sobre deportes</b>   | 2.68                 | 2.66                | 2.66                | <b>2.67</b>           |
| <b>En una escala del 1 al 5 estar informado sobre religión</b>   | 1.7                  | 1.72                | 1.92                | <b>1.78</b>           |

En la siguiente tabla podemos observar las secciones de mayor interés para los jóvenes universitarios las cuales ellos calificaron en una escala del 1 al 5, siendo el número 5 el de mayor gusto. En la sección de deportes y economía es de 2.67 con ésto podemos observar que estas secciones son de las más aceptadas y de interés, en el

tema de sexualidad que fue señalada con un 2.93 muestran mayor interés que las dos anteriores, en el cultural es de 3.04 mostrando más interés por parte de los universitarios, en cuanto a la religión es el de menos interés para los universitarios con 1.78 y el último que es música es el de mayor interés para los universitarios con 3.50.

**P7. ¿Qué precio consideras justo para una revista para jóvenes?**

|  | Sumatoria | Promedio UDLA | Promedio UAP | Promedio UIA | Promedio Total |
|--|-----------|---------------|--------------|--------------|----------------|
| Precio justo para una revista para jóvenes | 150       | 0.84          | 0.90         | 0.86         | .87            |

De acuerdo al capítulo cuatro, en el que se establece la metodología de las preguntas del presente cuestionario, se señalaba que para el caso de esta pregunta, se establecerían rangos en los cuales se identificará en cada rango el precio estimado que para los jóvenes debía tener la revista. Estos rango empiezan de 0 que es igual a 10 a 20 pesos, pasando al número 1 que significa el rango de de 21 a 30 pesos, el número 2 que va del rango 31 a 40 pesos, el rango 4 que va de los 41 a los 50 pesos, hasta llegar al número cinco que van de 51 pesos o más, siendo el número 6 como la respuesta "No contestó".

En este caso el promedio que se obtuvo fue de .87, en el promedio que se aproxima al .90 y este por redondeo se va hacia 1 que es el rango en el que se encuentra la categoría de 21 a 30 pesos. Y para los casos de los promedios de cada universidad, no cambia mucho ya que la UDLA registra .84 en promedio, la UAP, el .90 y la UIA con el .86, ésto nos da como resultado que los jóvenes estarían dispuestos a pagar sin problemas de 21 a 30 pesos por una revista.

**P8. ¿Que características debe tener una revista para jóvenes?**

|                          | Frecuencia | Porcentaje de la UDLA | Porcentaje de la UAP | Porcentaje de la UIA | Porcentaje total |
|--------------------------|------------|-----------------------|----------------------|----------------------|------------------|
| Mas variedades           | 67         | 14.07%                | 10.54%               | 20.07%               | 44.70%           |
| Calidad en los artículos | 39         | 7.93%                 | 8.12%                | 9.95%                | 26.00%           |
| Mejor diseño             | 38         | 9.82                  | 8.44%                | 7.04%                | 25.27%           |
| Precio                   | 3          | 1.00%                 | 1.00%                | 0.00%                | 2.00%            |
| N.C.                     | 3          | 1.00%                 | 1.00%                | 0.00%                | 2.00%            |
| Total                    | 150        |                       |                      |                      | 100%             |

Los resultados de la encuesta en cuanto a las características que debe tener una revista para jóvenes nos muestra que es necesario mayor variedad en las revistas con un 44.7 %, mejorar en los artículos con un porcentaje de 26%, el diseño con un 25.3% siendo éste un porcentaje similar al de mejora en los artículos y por último el precio con un 2%.

#### **P9. ¿Qué secciones debería tener una revista para jóvenes?**

| Secciones de una Revista           | Frecuencia | Porcentaje de la UDLA | Porcentaje de la UAP | Porcentaje de la UIA | Porcentaje Total |
|------------------------------------|------------|-----------------------|----------------------|----------------------|------------------|
| <b>Moda</b>                        | 35         | 8.00%                 | 6.60%                | 8.66%                | <b>23.3</b>      |
| <b>Sexualidad</b>                  | 34         | 9.33%                 | 8.00%                | 5.33%                | <b>22.60</b>     |
| <b>Espectáculos</b>                | 29         | 6.66%                 | 8.00%                | 4.66%                | <b>19.3</b>      |
| <b>Cultura</b>                     | 16         | 4.66                  | 3.33                 | 2.71                 | <b>10.70</b>     |
| <b>Política</b>                    | 8          | 2.00%                 | 2.66                 | .64%                 | <b>5.30</b>      |
| <b>Ciencia y Tecnología</b>        | 7          | 2.00%                 | 2.00%                | .66%                 | <b>4.70</b>      |
| <b>Salud y cuidados personales</b> | 2          | .66%                  | .66%                 | 0.00%                | <b>1.30</b>      |
| <b>N.C.</b>                        | 19         | 6.00%                 | 4.66%                | 2.00%                | <b>12.70</b>     |
| <b>Total</b>                       | <b>150</b> | <b>39.31%</b>         | <b>35.91</b>         | <b>24.66</b>         | <b>100.0</b>     |

De acuerdo a la tabla anterior, las secciones que más debe tener una revista, es la sección de modas con un 23.3% de las personas encuestadas, seguido por la sección de sexualidad con un 22.6% y la sección de espectáculos con un 19.3%, lo cuál señala que la revista que elijan los jóvenes debe contener secciones de moda, sexualidad y espectáculos.

## 5. 5. Datos demográficos

| Nivel de estudios del jefe de Familia | Frequency | Valid Percent |
|---------------------------------------|-----------|---------------|
| Doctorado                             | 44        | 29.3          |
| Universidad completa                  | 41        | 27.3          |
| Maestría                              | 32        | 21.3          |
| Universidad incompleta                | 7         | 4.7           |
| Estudios técnicos                     | 4         | 2.7           |
| N.C.                                  | 22        | 14.7          |
| Total                                 | 150       | 100.0         |

En esta pregunta se le pidió a los entrevistados pusieran el último grado académico de los padres con el fin de saber si el ambiente es propicio para desarrollar hábitos de lectura, comprobándose que un 29.3% de los encuestados, la cabeza de la familia tiene el grado de doctorado, seguido por las licenciaturas que son el 27.3% y en tercer lugar las maestrías con un 21.3% de las respuestas.

| Número de televisores a color | Frequency | Valid Percent |
|-------------------------------|-----------|---------------|
| 7                             | 51        | 34.0          |
| 5                             | 24        | 16.0          |
| N.C.                          | 20        | 13.3          |
| 4                             | 18        | 12.0          |
| 2                             | 16        | 10.7          |
| 3                             | 10        | 6.7           |
| 1                             | 7         | 4.7           |
| 6                             | 4         | 2.7           |
| Total                         | 150       | 100.0         |

Esta pregunta tuvo la intención de ver si había distractores fuertes que pudieran hacer pensar que es por ello que hay una falta de lectores de revistas o de medios impresos de comunicación, señalando que el 34.0% de los jóvenes tiene siete televisores a colores, seguido por los que tiene 5 aparatos televisivos con un 16%, solo estos



dos porcentajes acumulados suman el 50% de la muestra tomada.

Pues bien, de acuerdo a los resultados obtenidos a lo largo del capítulo, el periodo educativo por el cual atraviesan los jóvenes de 20 a 25 años, es un periodo de aprendizaje de técnicas y habilidades, para la búsqueda de información y obtención de resultados, esto es importante para nuestro estudio, ya que la juventud tendrá más probabilidades de absorber de manera más rápida y directa la información que se transmita durante este periodo, por lo que es importante el brindar información con la mayor calidad posible.

Los resultados también mostraron que los jóvenes prefieren los medios audiovisuales a los impresos, lo cual se puede deber a que al menos la mitad de la muestra tienen más de 5 televisores a color en sus casas, lo que indica que es una fuente de información relevante, sin embargo los jóvenes no dejan de lado los medios impresos y siguen usándolos, en particular las revistas, para buscar u obtener información sobre algún tema en específico, como son: la información acerca de personas conocidas, moda o espectáculos principalmente, pero los jóvenes también muestran interés por encontrar en este medio impreso información sobre música, sexualidad, cultura, ecología, economía y deportes.

Así también, según los resultados obtenidos los temas que más gustan a los jóvenes son los de espectáculos y entretenimiento así como el de cultura, resaltando que les agrada leer sobre espectáculos, ciencia y tecnología, así como de música y deportes; sin embargo a pesar de que les agrada encontrar información cultural y del entorno nacional, es ésta la sección que menos resulta atractiva para los lectores.

Así mismo, las derivaciones nos muestran que las características que los jóvenes identifican como positivas en sus revistas preferidas son que:

- Contienen diversos contenidos de ámbitos nacional e internacional,
- Artículos meramente de espectáculos y de la vida de algunas figuras de la farándula, de la música, de la moda o de los deportes,
- Contenidos científicos y cultura general.

Pero también se pueden identificar puntos negativos como son:

- El desinterés o desagrado por temas de política
- La dificultad, la falta o la sofisticación en el lenguaje en temas de cultura, ciencia, economía o ciencia y tecnología y
- La enfatización sobre un solo sexo en temas de sexualidad, cuidados personales y deportes.

De la misma manera, se encontró que los jóvenes señalan como características básicas para una revista juvenil

- La variedad en los temas
- Una mayor calidad en los artículos
- Un diseño atractivo

Los resultados reflejaron que a los jóvenes les gustaría informarse a través de una revista acerca de temas como música, cultura, sexualidad, economía y deportes, igualmente mencionan que las secciones básicas para el desarrollo de una revista juvenil son, moda, sexualidad y espectáculos.

En cuanto al precio, los jóvenes están dispuestos a pagar entre 21 y 30 pesos por una revista, lo cual resulta lógico tomando en cuenta que los jóvenes cuentan con familias que tienen un ingreso de \$8500 mensuales o más lo que permite adquirir este tipo de publicaciones.

Finalmente se observó que gran parte de los jóvenes universitarios cuentan con un ambiente propicio para desarrollar hábitos de lectura y como los resultados lo muestran un gran porcentaje de los encuestados - de hecho más de la mitad de la muestra - cuentan con más de 30 focos en su casa, lo que advierte una construcción con suficiente área e iluminación para desarrollar un ambiente favorable a la lectura y a pesar de que los jóvenes que integran el segundo porcentaje más alto en esta categoría, no cuenten con un ambiente propicio para esta actividad, si cuentan al igual que los demás, con un jefe de familia que tiene como grado mínimo académico un nivel de licenciatura, lo que indica que los jóvenes cuentan con un ambiente propicio para desarrollar el hábito de leer.