

## CAPITULO I

### DE LA VALIDACIÓN DE LA MUESTRA Y LA DISTRIBUCIÓN POR MUNICIPIOS

#### APENDICE 1.- COMPARACIÓN Y VALIDACIÓN DE LAS DISTRIBUCIONES DE FRECUENCIA POR MUNICIPIO PARA ANÁLISIS POR CONGLOMERADOS

Municipio	Datos INEGI II Censo de Población y Vivienda 2005		Municipio de Origen de los Encuestados		Diferencial
	Total	Porcentaje	Total Muestra	Porcentaje	
11 Guanajuato	4,893,812		1,066		
001 Abasolo	77,094	1.57	17	1.59	-0.02
002 Acámbaro	101,762	2.07	22	2.06	0.01
003 San Miguel de Allende	139,297	2.84	30	2.81	0.03
004 Apaseo el Alto	57,942	1.18	13	1.22	-0.04
005 Apaseo el Grande	73,863	1.50	16	1.50	0.00
006 Atarjea	5,035	0.10	1	0.09	0.01
007 Celaya	415,869	8.49	89	8.35	0.14
008 Manuel Doblado	34,313	0.70	7	0.66	0.04
009 Comonfort	70,189	1.43	15	1.41	0.02
010 Coroneo	10,972	0.22	2	0.19	0.03
011 Cortazar	83,175	1.69	18	1.69	0.00
012 Cuerámbaro	23,960	0.48	5	0.47	0.01
013 Doctor Mora	21,304	0.44	5	0.47	-0.03
014 Dolores Hidalgo	134,641	2.75	29	2.72	0.03
015 Guanajuato	153,364	3.13	34	3.19	-0.06
016 Huanímaro	18,456	0.38	4	0.38	0.00
017 Irapuato	463,103	9.46	100	9.38	0.08
018 Jaral del Progreso	31,780	0.65	7	0.66	-0.01
019 Jerécuaro	46,137	0.94	10	0.94	0.00
020 León	1,278,087	26.12	284	26.64	-0.53
021 Moroleón	46,751	0.96	10	0.94	0.02
022 Ocampo	20,579	0.42	4	0.38	0.05
023 Pénjamo	138,157	2.82	30	2.81	0.01
024 Pueblo Nuevo	9,750	0.20	2	0.19	0.01
025 Purísima del Rincón	55,910	1.14	12	1.13	0.02
026 Romita	50,580	1.03	11	1.03	0.00
027 Salamanca	233,623	4.77	51	4.78	-0.01
028 Salvatierra	92,411	1.89	20	1.88	0.01
029 San Diego de la Unión	34,401	0.70	7	0.66	0.05
030 San Felipe	95,896	1.96	21	1.97	-0.01

031 San Francisco del Rincón	103,217	2.11	22	2.06	0.05
032 San José Iturbide	59,217	1.21	13	1.22	-0.01
033 San Luis de la Paz	101,370	2.07	23	2.16	-0.09
034 Santa Catarina	4,544	0.09	1	0.09	0.00
035 Sta. Cruz de Juv. Rosas	70,323	1.44	15	1.41	0.03
036 Santiago Maravatío	6,389	0.13	1	0.09	0.04
037 Silao	147,123	3.01	32	3.00	0.00
038 Tarandacua	10,252	0.21	2	0.19	0.02
039 Tarimoro	33,014	0.67	7	0.66	0.02
040 Tierra Blanca	16,136	0.33	3	0.28	0.05
041 Uriangato	53,077	1.08	12	1.13	-0.04
042 Valle de Santiago	127,945	2.61	28	2.63	-0.01
043 Victoria	19,112	0.39	4	0.38	0.02
044 Villagrán	49,653	1.01	11	1.03	-0.02
045 Xichú	10,592	0.22	2	0.19	0.03
046 Yuriria	63,447	1.30	14	1.31	-0.02
<b>TOTAL</b>	<b>4,893,812</b>	<b>99.93</b>	<b>1066</b>	<b>100.00</b>	<b>-0.07</b>

## APENDICE 1.1.- COMPARACIÓN Y VALIDACIÓN DE LAS DISTRIBUCIONES DE FRECUENCIA POR GÉNERO PARA ANÁLISIS POR CONGLOMERADOS

### Estadísticas

#### Sexo del Encuestado

N	Validos	1066
	Perdidos	0

Municipio	Datos INEGI II Censo de Población y Vivienda 2005 (Porcentaje Distribución)		Género de los Encuestados	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
11 Guanajuato	52.41	47.59	47.1	52.9

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Valido	Femenino	502	47.1	47.1	47.1
	Masculino	564	52.9	52.9	100.0
	Total	1066	100.0	100.0	

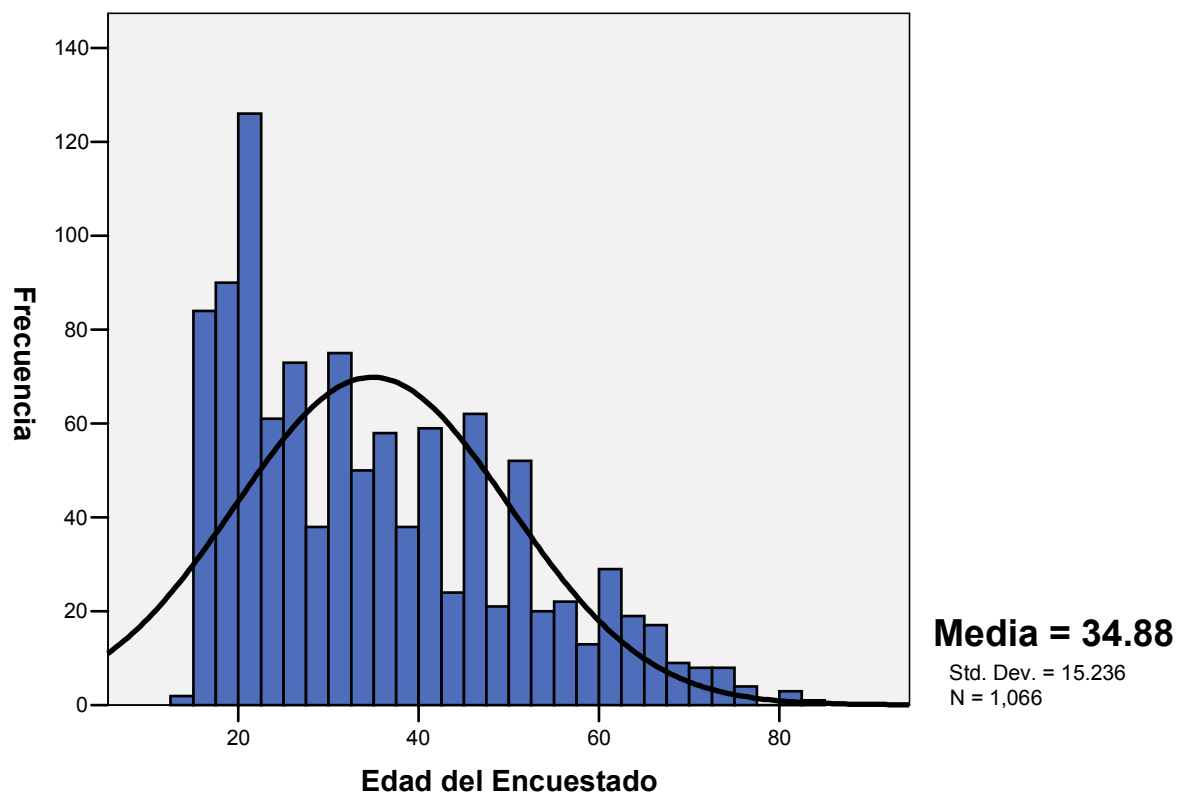
**APENDICE 1.2.- DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS POR EDAD DE LA MUESTRA**

**Estadísticas**

*Edad del Encuestado*

N	Validos	1066
	Perdidos	0
Media		34.88

**Histograma**



**APENDICE 1.3.- NIVEL DE ESTUDIOS DE LA MUESTRA**

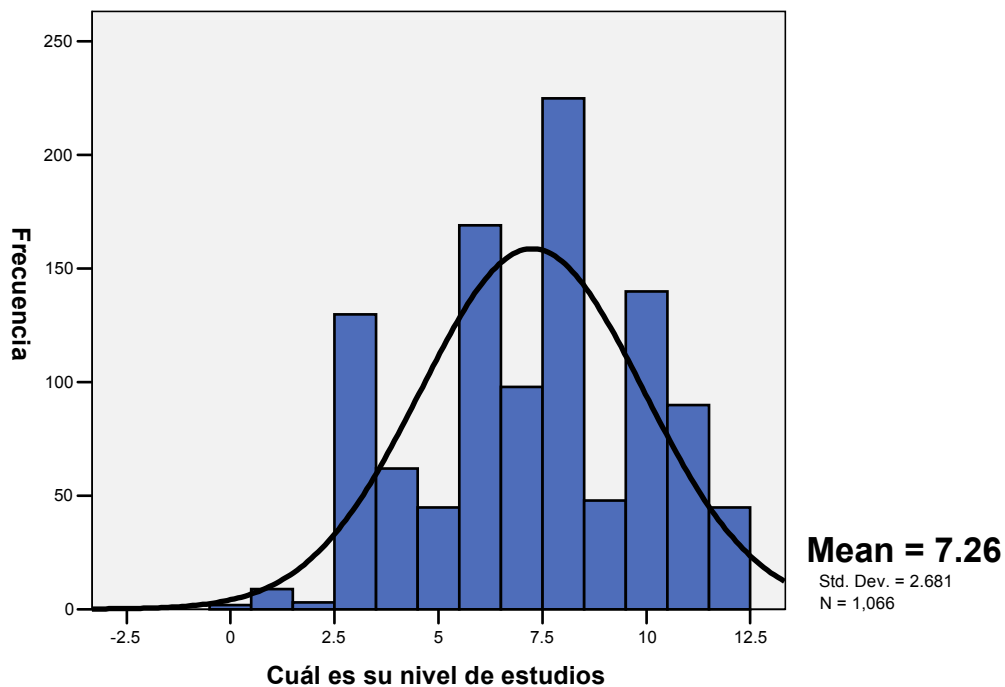
**Estadísticas**

*Cuál es su nivel de estudios*

N	Valido	1066
	Perdidos	0
Mean		7.26

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Valido	Ninguno	45	4.2	4.2	4.2
	Primaria inconclusa	90	8.4	8.4	12.7
	Primaria	140	13.1	13.1	25.8
	Secundaria Inconclusa	48	4.5	4.5	30.3
	Secundaria	225	21.1	21.1	51.4
	Preparatoria inconclusa	98	9.2	9.2	60.6
	Preparatoria	169	15.9	15.9	76.5
	Técnico	45	4.2	4.2	80.7
	Licenciatura inconclusa	62	5.8	5.8	86.5
	Licenciatura	130	12.2	12.2	98.7
	Maestría o doctorado inconcluso	3	.3	.3	99.0
	Maestría o doctorado	9	.8	.8	99.8
	No Contestó	2	.2	.2	100.0
	Total	1066	100.0	100.0	

### Histograma



La media corresponde a 7.26, determinando la variable **Preparatoria inconclusa** como nivel medio de estudios de la muestra.

## CAPITULO II

### DE LA PERCEPCIÓN DE TRANSPARENCIA EN LOS GOBIERNOS MUNICIPAL, ESTATAL Y FEDERAL

**REACTIVO A.-** En su opinión, ¿Tiene Usted derecho a preguntar al Gobierno sobre sus funciones?

#### Estadísticas

*En su opinión, ¿Tiene Usted derecho a preguntar al Gobierno sobre sus funciones?*

N	Validos	1066
	Perdidos	0
Media		4.71
Kurtosis		11.343
Std. Error de Kurtosis		.150

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Valido	Definitivamente no	19	1.8	1.8	1.8
	Probablemente no	14	1.3	1.3	3.1
	Indeciso	31	2.9	2.9	6.0
	Probablemente sí	124	11.6	11.6	17.6
	Definitivamente sí	878	82.4	82.4	100.0
	Total	1066	100.0	100.0	

La media corresponde a **4.71**, determinando la variable **Definitivamente Sí** como la opinión general, la kurtosis de 11.343 enfatiza una tendencia hacia las variables 4 y 5. El acumulado de las dos variables 4 y 5, Probablemente sí y Definitivamente sí suman 94.0%, así podemos definir que **el 94% de la población opina que si tiene el derecho a preguntar al Gobierno sobre sus funciones.**

**REACTIVO B.-** Los datos personales son aquellos que están relacionados a nuestra vida privada, por ejemplo: domicilio, teléfono particular, expedientes médicos, preferencia sexual, etc. ¿En su opinión, el Gobierno tiene derecho a difundir ésta información?

#### Estadísticas

Los datos personales son aquellos que están relacionados a nuestra vida privada, por ejemplo: domicilio, teléfono particular, expedientes médicos, preferencia sexual, etc. ¿En su opinión, el Gobierno tiene derecho a difundir ésta información?

N	Valido	1066
---	--------	------

	Perdidos	0
Media		1.90
Kurtosis		.063
Std. Error de Kurtosis		.150

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Valido	Totalmente en desacuerdo	625	58.6	58.6	58.6
	En desacuerdo	192	18.0	18.0	76.6
	Neutral	47	4.4	4.4	81.1
	De acuerdo	130	12.2	12.2	93.2
	Totalmente de acuerdo	72	6.8	6.8	100.0
	Total	1066	100.0	100.0	

La media corresponde a **1.90**, determinando la variable **Totalmente en desacuerdo** como la opinión general, la kurtosis de .063 delimita una curva normal más distribuida pero acumulada hacia las variables 1 y 2. El acumulado de las dos variables 1 y 2, Totalmente en desacuerdo y En desacuerdo suman 76.6%, así podemos definir que **el 77% de la población opina que el Gobierno no tiene el derecho a difundir los datos personales de los ciudadanos.**

**REACTIVO C.-** ¿En su opinión, es posible saber cuanto ganan los funcionarios públicos en prestaciones y salarios?

**Estadísticas**

¿En su opinión, es posible saber cuanto ganan los funcionarios públicos en prestaciones y salarios?

N	Valido	1066
	Perdidos	0
Media		3.47
Kurtosis		-1.352
Std. Error de Kurtosis		.150

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Valido	Nunca	196	18.4	18.4	18.4
	Casi nunca	131	12.3	12.3	30.7
	A veces	156	14.6	14.6	45.3
	Casi siempre	141	13.2	13.2	58.5
	Siempre	442	41.5	41.5	100.0
	Total	1066	100.0	100.0	

La media corresponde a **3.47**, determinando la variable **Casi Siempre** como la opinión general, aunque la kurtosis de -1.352 presenta una curva normal con una distribución hacia la media pero acumulada hacia las variables 4 y 5. El acumulado de las dos variables 4 y 5, Casi Siempre y Siempre suman 54.7%, así

podemos definir que **el 55% de la población opina que sí es posible saber cuanto ganan los funcionarios públicos en prestaciones y salarios**, aunado a esto si sumamos la variable 3 A veces, una variable indefinida con sesgo positivo, podemos decir que **el 69.3% de la población opina que sí es posible saber cuanto ganan los funcionarios públicos en prestaciones y salarios**.

**REACTIVO D.-** De las siguientes instituciones señale cuál es la que Usted cree es la responsable de brindar información a la población en general sobre becas, trámites y funciones del Gobierno.

## TABLAS DE RESPUESTAS MULTIPLES

### Case Sumario

	Cases					
	Valida		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Institución	1060	99.4%	6	.6%	1066	100.0%

A Dicotomia group tabulated at value 1.

### Comparativo de Frecuencias

		Respuestas		Porcentaje de Casos
		N	Porcentaje	
Instituciones que brindan información(a)	DIF	85	7.5%	8.0%
	Presidencia Municipal	407	35.9%	38.4%
	Secretaria de Gobierno	100	8.8%	9.4%
	Secretaria de Finanzas	25	2.2%	2.4%
	Instituto de Acceso a la Información	248	21.9%	23.4%
	SEDESOL	30	2.6%	2.8%
	Gobierno del Estado	45	4.0%	4.2%
	Unidad de Acceso a la Información	54	4.8%	5.1%
	Desarrollo Rural Municipal	11	1.0%	1.0%
	Medios de Comunicación	47	4.1%	4.4%
	IFAI	67	5.9%	6.3%
	Otras instancias	14	1.2%	1.3%

Total	1133	100.0%	106.9%
-------	------	--------	--------

A Dicotomia group tabulated at value 1.

Esta es una pregunta cerrada dicotómica, que permite saber el grado de identificación y reconocimiento de las funciones de distintas instituciones, dando como resultado que la gente cree que las Presidencias Municipales son las responsables de brindar información a la población en general sobre Becas, trámites y funciones del Gobierno **con un 38.4% de las menciones** en cualesquiera de las opciones.

**REACTIVO E.-** Puntúe entre 0 y 10 dependiendo de si está en desacuerdo o muy de acuerdo con la siguiente afirmación. El 0 expresa el máximo grado de Desacuerdo y el 10 el máximo grado de acuerdo.

**Hay transparencia en el gobierno federal: Calificación 4.7**

**Estadísticas**

Puntúe entre 0 y 10 dependiendo de si está en desacuerdo o muy de acuerdo con la siguiente afirmación. El 0 expresa el máximo grado de desacuerdo y el 10 el máximo grado de acuerdo. Hay Transparencia en el Gobierno Federal

N	Valida	1066
	Perdidos	0
Mean		4.70
Kurtosis		-.903
Std. Error de Kurtosis		.150

		Frecuencia	Porcentaje	Valido Porcentaje	Cumulativo Porcentaje
Valido	0	187	17.5	17.5	17.5
	1	24	2.3	2.3	19.8
	2	51	4.8	4.8	24.6
	3	63	5.9	5.9	30.5
	4	60	5.6	5.6	36.1
	5	216	20.3	20.3	56.4
	6	134	12.6	12.6	68.9
	7	154	14.4	14.4	83.4
	8	126	11.8	11.8	95.2
	9	25	2.3	2.3	97.6
	10	26	2.4	2.4	100.0
	Total	1066	100.0	100.0	



**Hay transparencia en el gobierno estatal: Calificación 4.83**

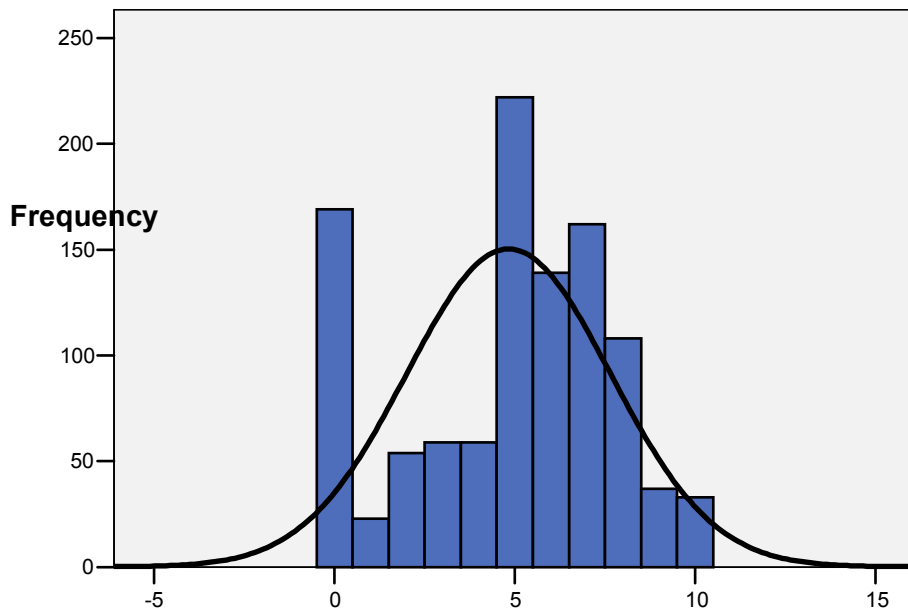
**Estadísticas**

Puntúe entre 0 y 10 dependiendo de si está en desacuerdo o muy de acuerdo con la siguiente afirmación. El 0 expresa el máximo grado de desacuerdo y el 10 el máximo grado de acuerdo. Hay Transparencia en el Gobierno Estatal

N	Valido	1065
	Perdidos	1
Mean		4.83
Kurtosis		-.786
Std. Error de Kurtosis		.150

		Frecuencia	Porcentaje	Valido Porcentaje	Cumulativo Porcentaje
Valido	0	169	15.9	15.9	15.9
	1	23	2.2	2.2	18.0
	2	54	5.1	5.1	23.1
	3	59	5.5	5.5	28.6
	4	59	5.5	5.5	34.2
	5	222	20.8	20.8	55.0
	6	139	13.0	13.1	68.1
	7	162	15.2	15.2	83.3
	8	108	10.1	10.1	93.4
	9	37	3.5	3.5	96.9
	10	33	3.1	3.1	100.0
	Total		1065	99.9	100.0
Perdidos	Sistema	1	.1		
Total		1066	100.0		

**Histogram**



**Puntúe entre 0 y 10 dependiendo de si está en desacuerdo o muy de acuerdo con la siguiente afirmación. El 0 expresa el máximo grado de desacuerdo y el 10 el máximo grado de acuerdo.  
Hay Transparencia en el Gobierno Estatal**

**Mean = 4.83**

Std. Dev. = 2.83  
N = 1,065

**Hay transparencia en el gobierno municipal: Calificación 4.72**

**Estadísticas**

Puntúe entre 0 y 10 dependiendo de si está en desacuerdo o muy de acuerdo con la siguiente afirmación. El 0 expresa el máximo grado de desacuerdo y el 10 el máximo grado de acuerdo. Hay Transparencia en el Gobierno Municipal.

N	Valido	1063
	Perdidos	3
Mean		4.72
Kurtosis		-1.037
Std. Error de Kurtosis		.150

		Frecuencia	Porcentaje	Valido Porcentaje	Cumulativo Porcentaje
Valido	0	199	18.7	18.7	18.7
	1	23	2.2	2.2	20.9
	2	58	5.4	5.5	26.3
	3	70	6.6	6.6	32.9
	4	59	5.5	5.6	38.5
	5	183	17.2	17.2	55.7
	6	114	10.7	10.7	66.4
	7	151	14.2	14.2	80.6
	8	124	11.6	11.7	92.3
	9	40	3.8	3.8	96.0
	10	42	3.9	4.0	100.0
	Total	1063	99.7	100.0	
Perdidos	Sistema	3	.3		
Total		1066	100.0		

**Puntúe entre 0 y 10 dependiendo de si está en desacuerdo o muy de acuerdo con la siguiente afirmación. El 0 expresa el máximo grado de desacuerdo y el 10 el máximo grado de acuerdo. Hay Transparencia en el Gobierno Estatal.**

**Tablas Cruzadas**  
% de Total

		Sexo del Encuestado		Total
		Femenino	Masculino	
Puntúe entre 0 y 10 dependiendo de si está en desacuerdo o muy de acuerdo con la siguiente afirmación. El 0 expresa el máximo grado de desacuerdo y el 10 el máximo grado de acuerdo. Hay Transparencia en el Gobierno Estatal	10	1.5%	1.6%	3.1%
	9	1.4%	2.1%	3.5%
	8	3.4%	6.8%	10.1%
	7	8.1%	7.1%	15.2%
	6	5.8%	7.2%	13.1%
	5	10.1%	10.7%	20.8%
	4	2.8%	2.7%	5.5%
	3	2.8%	2.7%	5.5%
	2	2.3%	2.7%	5.1%
	1	.8%	1.3%	2.2%
	0	8.0%	7.9%	15.9%
Total		47.1%	52.9%	100.0%

**Chi-Square Tests**

	Valor	DF	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	13.727(a)	10	.186
Likelihood Ratio	13.933	10	.176
Linear-by-Linear Association	1.753	1	.185

N de Valido Cases	1065		
-------------------	------	--	--

a 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 10.84.

**Puntúe entre 0 y 10 dependiendo de si está en desacuerdo o muy de acuerdo con la siguiente afirmación. El 0 expresa el máximo grado de desacuerdo y el 10 el máximo grado de acuerdo. Hay Transparencia en el Gobierno Municipal.**

**Tablas Cruzadas**

% de Total

		Sexo del Encuestado		Total
		Femenino	Masculino	
Puntúe entre 0 y 10 dependiendo de si está en desacuerdo o muy de acuerdo con la siguiente afirmación. El 0 expresa el máximo grado de desacuerdo y el 10 el máximo grado de acuerdo. Hay Transparencia en el Gobierno Municipal	10	1.8%	2.2%	4.0%
	9	2.0%	1.8%	3.8%
	8	4.9%	6.8%	11.7%
	7	6.8%	7.4%	14.2%
	6	5.1%	5.6%	10.7%
	5	8.0%	9.2%	17.2%
	4	3.1%	2.4%	5.6%
	3	2.9%	3.7%	6.6%
	2	2.5%	2.9%	5.5%
	1	1.1%	1.0%	2.2%
	0	8.9%	9.8%	18.7%
Total		47.1%	52.9%	100.0%

**Chi-Square Tests**

	Valor	DF	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4.255(a)	10	.935
Likelihood Ratio	4.259	10	.935
Linear-by-Linear Association	.233	1	.629
N de Valido Cases	1063		

a 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 10.84.

## CAPITULO III

### DE LA EFECTIVIDAD DE LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DEL INSTITUTO

1.- De la percepción y posicionamiento de la imagen

**REACTIVO F.** ¿Recuerda haber visto en alguna ocasión éste logotipo?

#### Estadísticas

¿Recuerda haber visto en alguna ocasión éste logotipo? (Logotipo IACIP)

N	Valido	1066
	Perdidos	0

		Frecuencia	Porcentaje	Valido Porcentaje	Cumulativo Porcentaje
Valido	No	849	79.6	79.6	79.6
	Sí	217	20.4	20.4	100.0
	Total	1066	100.0	100.0	

**APENDICE G.** En caso afirmativo de haber visto el logotipo, recuerda en dónde lo vio?

#### Case Sumario

	Cases					
	Valido		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
\$RecuMedio(a)	212	19.9%	854	80.1%	1066	100.0%

a Dichotomy group tabulated at value 1.

De **217 personas (20.4%)** que afirman haber visto el logotipo, sólo el **19.9% (212)** recuerdan en que medio lo vieron y de ellos **25** afirman haberlo visto en varios medios.

**Comparativo de Frecuencias**

		Responses		Porcentaje de Cases
		N	Porcentaje	
En que Medio recuerda el Logo(a)	Recuerdo haberlo visto en el Periódico	19	8.4%	9.0%
	Recuerdo haberlo visto en la Televisión	116	51.1%	54.7%
	Recuerdo haberlo visto en la Calle	64	28.2%	30.2%
	Recuerdo haberlo visto en Revistas	5	2.2%	2.4%
	Recuerdo haberlo visto en Oficinas	8	3.5%	3.8%
	Recuerdo haberlo visto en Otro lado	15	6.6%	7.1%
Total		227	100.0%	107.1%

a Dichotomy group tabulated at value 1.

**El medio que más recordación tiene para la imagen del instituto es la Televisión, seguida por la publicidad exterior.**

**APENDICE H.** De los siguientes medios de comunicación responda con que Frecuencia lo utiliza para mantenerse al tanto de las noticias e Información contenida en los mismos.

**Periódico**

**Con que frecuencia utiliza el periódico para mantenerse al tanto de las noticias e información contenida en los mismos.**

		Frecuencia	Porcentaje	Valido Porcentaje	Cumulative Porcentaje
Valido	Una vez al mes	158	14.8	20.1	20.1
	Cada quince días	44	4.1	5.6	25.6
	Una vez a la semana	230	21.6	29.2	54.8
	Cada tercer día	137	12.9	17.4	72.2
	Diario	219	20.5	27.8	100.0
	Total	788	73.9	100.0	
Perdidos	Sistema	278	26.1		
Total		1066	100.0		

**Televisión**

**Con que frecuencia utiliza el televisión para mantenerse al tanto de las noticias e información contenida en los mismos.**

		Frecuencia	Porcentaje	Valido Porcentaje	Cumulativo Porcentaje
Valido	Una vez al mes	14	1.3	1.4	1.4
	Cada quince días	6	.6	.6	2.0
	Una vez a la semana	36	3.4	3.6	5.6
	Cada tercer día	96	9.0	9.6	15.2
	Diario	850	79.7	84.8	100.0
	Total	1002	94.0	100.0	
Perdidos	Sistema	64	6.0		
Total		1066	100.0		

**Radio**

**Con que frecuencia utiliza el radio para mantenerse al tanto de las noticias e información contenida en los mismos.**

		Frecuencia	Porcentaje	Valido Porcentaje	Cumulativo Porcentaje
Valido	6	1	.1	.1	.1
	Una vez al mes	91	8.5	11.9	12.0
	Cada quince días	26	2.4	3.4	15.4
	Una vez a la semana	108	10.1	14.1	29.5
	Cada tercer día	120	11.3	15.7	45.2
	Diario	418	39.2	54.6	99.9
	0	1	.1	.1	100.0
	Total	765	71.8	100.0	
Perdidos	Sistema	301	28.2		
Total		1066	100.0		

**Revistas**

**Con que frecuencia utiliza el revistas para mantenerse al tanto de las noticias e información contenida en los mismos.**

		Frecuencia	Porcentaje	Valido Porcentaje	Cumulativo Porcentaje
Valido	Una vez al mes	238	22.3	49.2	49.2
	Cada quince días	90	8.4	18.6	67.8
	Una vez a la semana	96	9.0	19.8	87.6
	Cada tercer día	35	3.3	7.2	94.8
	Diario	25	2.3	5.2	100.0
	Total	484	45.4	100.0	
Perdidos	Sistema	582	54.6		

Total	1066	100.0		
-------	------	-------	--	--

**Espectacular**

**Con que frecuencia utiliza el espectacular para mantenerse al tanto de las noticias e información contenida en los mismos.**

		Frecuencia	Porcentaje	Valido Porcentaje	Cumulativo Porcentaje
Valido	Una vez al mes	143	13.4	25.6	25.6
	Cada quince días	31	2.9	5.6	31.2
	Una vez a la semana	66	6.2	11.8	43.0
	Cada tercer día	49	4.6	8.8	51.8
	Diario	269	25.2	48.2	100.0
	Total	558	52.3	100.0	
Perdidos	Sistema	508	47.7		
Total		1066	100.0		

**Parabus**

**Con que frecuencia utiliza el parabus para mantenerse al tanto de las noticias e información contenida en los mismos.**

		Frecuencia	Porcentaje	Valido Porcentaje	Cumulativo Porcentaje
Valido	Una vez al mes	125	11.7	25.9	25.9
	Cada quince días	26	2.4	5.4	31.3
	Una vez a la semana	45	4.2	9.3	40.6
	Cada tercer día	52	4.9	10.8	51.3
	Diario	235	22.0	48.7	100.0
	Total	483	45.3	100.0	
Perdidos	Sistema	583	54.7		
Total		1066	100.0		

**Otros Medios**

**Con que frecuencia utiliza el otros para mantenerse al tanto de las noticias e información contenida en los mismos.**

		Frecuencia	Porcentaje	Valido Porcentaje	Cumulativo Porcentaje
Valido	Una vez al mes	34	3.2	27.9	27.9
	Cada quince días	2	.2	1.6	29.5
	Una vez a la semana	23	2.2	18.9	48.4
	Cada tercer día	17	1.6	13.9	62.3
	Diario	46	4.3	37.7	100.0
	Total	122	11.4	100.0	
Perdidos	Sistema	944	88.6		



Total	1066	100.0		
-------	------	-------	--	--

**APENDICE J.** Recuerda haber visto en algún medio éste anuncio.

**Estadísticas**

Recuerda haber visto en algún medio éste anuncio

N	Valido	1066
	Perdidos	0

		Frecuencia	Porcentaje	Valido Porcentaje	Cumulativo Porcentaje
Valido	No	849	79.6	79.6	79.6
	Si	217	20.4	20.4	100.0
	Total	1066	100.0	100.0	

**Recordación entre Imagen del Instituto (Logotipo) y Publicidad del Instituto**

**Case Processing Sumario**

	Cases					
	Valido		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
¿Recuerda haber visto en alguna ocasión éste logotipo? (Logotipo IACIP) * Recuerda haber visto en algún medio éste anuncio	1066	100.0%	0	.0%	1066	100.0%

**Chi-Square Tests**

	Valor	DF	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	320.919(b)	1	.000		
Continúa Corrección(a)	317.544	1	.000		
Likelihood Ratio	272.834	1	.000		
Fisher's Exact Test				.000	.000
Linear-by-Linear Association	320.618	1	.000		
N de Valido Cases	1066				

a Computed only for a 2x2 table

b 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 44.17.

**Las variables se consideran dependientes ya que la prueba de la chi cuadrada arroja un alpha menor a 0.05, pudiendo definir que la hipótesis de que quién no ha visto la publicidad del instituto no conoce el logotipo del mismo, en un porcentaje del 79.6%.**

**APENDICE K.** ¿ Considera éste anuncio bien elaborado y con un diseño atractivo?

**Estadísticas**

¿ Considera éste anuncio bien elaborado y con un diseño atractivo?

N	Valido	1066
	Perdidos	0
Mean		3.88

		Frecuencia	Porcentaje	Valido Porcentaje	Cumulativo Porcentaje
Valido	Definitivamente no	87	8.2	8.2	8.2
	Probablemente no	67	6.3	6.3	14.4
	Indeciso	134	12.6	12.6	27.0
	Probablemente sí	376	35.3	35.3	62.3
	Definitivamente sí	401	37.6	37.6	99.9
	6	1	.1	.1	100.0
	Total	1066	100.0	100.0	

La media corresponde a **3.88**, determinando la variable **Probablemente Sí** como la opinión general. Podemos definir que **el 72.9% de la población opina que el anuncio está bien elaborado y con un diseño atractivo.**

**APENDICE L.** ¿ Por favor enliste 3 ideas o conceptos que le transmite el anuncio en el espacio reservado, utilizando una sola palabra?

**PRIMERA IDEA: INFORMACIÓN (19.1%)**

**Estadísticas**

Categorización de conceptos de primera opción

N	Valido	1066
	Perdidos	0

		Frecuencia	Porcentaje	Valido Porcentaje	Cumulativo Porcentaje
Valido	INFORMACION	204	19.1	19.1	19.1
	BUEN DISEÑO	152	14.3	14.3	33.4
	TRANSPARENCIA	65	6.1	6.1	39.5
	EDUCACION	64	6.0	6.0	45.5
	CLARIDAD	62	5.8	5.8	51.3
	OTROS VARIOS	519	48.7	48.7	100.0
	Total	1066	100.0	100.0	

## SEGUNDA IDEA: INFORMACIÓN (24.5%)

### Estadísticas

Categorización de conceptos de segunda opción

N	Valido	1066
	Perdidos	0

		Frecuencia	Porcentaje	Valido Porcentaje	Cumulativo Porcentaje
Valido	INFORMACION	261	24.5	24.5	24.5
	MAL DISEÑO	132	12.4	12.4	36.9
	BUEN DISEÑO	104	9.8	9.8	46.6
	CLARO	95	8.9	8.9	55.5
	TRANSPARENCIA	63	5.9	5.9	61.4
	OTROS VARIOS	411	38.5	38.5	100.0
	Total	1066	100.0	100.0	

## TERCERA IDEA: INFORMACIÓN (55.2%)

### Estadísticas

Categorización de conceptos de tercera opción

N	Valido	1066
	Perdidos	0

		Frecuencia	Porcentaje	Valido Porcentaje	Cumulativo Porcentaje
Valido	INFORMACION	588	55.2	55.2	55.2
	CLARO	56	5.3	5.3	60.4
	TRANSPARENCIA	36	3.4	3.4	63.8
	CONFIANZA	30	2.8	2.8	66.6
	BUEN DISEÑO	30	2.8	2.8	69.4
	OTROS VARIOS	326	30.5	30.5	100.0
	Total	1066	100.0	100.0	

**APENDICE M.** ¿ Creé Usted que el anuncio describe o da a entender la Transparencia y la facilidad para el acceso a la información?

### Estadísticas

¿ Creé Usted que el anuncio describe o da a entender la transparencia y la facilidad para el acceso a la información?

N	Valido	1064
	Perdidos	2

Mean	2.46
------	------

		Frecuencia	Porcentaje	Valido Porcentaje	Cumulativo Porcentaje
Valido	Bien, lo hace de forma clara y fácil de entender	257	24.1	24.2	24.2
	Bien	368	34.5	34.6	58.7
	Regular	248	23.3	23.3	82.0
	Mal	75	7.0	7.0	89.1
	Muy mal, era poco claro y difícil de entender	116	10.9	10.9	100.0
	Total	1064	99.8	100.0	
Perdidos	Sistema	2	.2		
Total		1066	100.0		

**APENDICE N.** ¿ Le han parecido creíbles las afirmaciones que se hacen en el Anuncio sobre el acceso a la información?

**Estadísticas**

¿ Le han parecido creíbles las afirmaciones que se hacen en el anuncio sobre el acceso a la información?

N	Valido	1065
	Perdidos	1
Mean		3.21

		Frecuencia	Porcentaje	Valido Porcentaje	Cumulativo Porcentaje
Valido	Totalmente increíbles	141	13.2	13.2	13.2
	Bastante increíbles	157	14.7	14.7	28.0
	Ni creíbles ni increíbles	303	28.4	28.4	56.4
	Bastante creíbles	272	25.5	25.5	81.9
	Totalmente creíbles	192	18.0	18.0	99.9
	Perdidos	1	.1	.1	100.0
	Total	1066	100.0	100.0	

**APENDICE O.** ¿Qué es lo que más le ha gustado de éste anuncio?

**Estadísticas**

N	Valido	1066
	Perdidos	0

**Categorización de conceptos**

		Frecuencia	Porcentaje	Valido Porcentaje	Cumulative Porcentaje
Valido	TEXTO	246	23.1	23.1	23.1
	COLORES	166	15.6	15.6	38.6
	MODELO	153	14.4	14.4	53.0
	DISEÑO	104	9.8	9.8	62.8
	TODO	92	8.6	8.6	71.4
	OTROS VARIOS	305	28.5	28.5	100.0
	Total	1066	100.0	100.0	

**APENDICE P.** ¿Qué es lo que más le ha disgustado de éste anuncio?

**Estadísticas**

Categorización de conceptos

N	Valido	1066
	Perdidos	0

**Categorización de conceptos**

		Frecuencia	Porcentaje	Valido Porcentaje	Cumulative Porcentaje
Valido	NADA	461	43.2	43.2	43.2
	MODELO	205	19.2	19.2	62.5
	TEXTO	79	7.4	7.4	69.9
	COLORES	74	6.9	6.9	76.8
	DISEÑO	60	5.6	5.6	82.5
	OTROS VARIOS	187	17.7	17.7	100.0
	Total	1066	100.0	100.0	

**APENDICE Q.** Cuáles de las siguientes palabras o frases utilizaría para describir éste anuncio a un amigo, mencione todas las que correspondan.

**Case Sumario**

	Cases					
	Valido		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
\$Frases(a)	1058	99.2%	8	.8%	1066	100.0%

a Dichotomy group tabulated at value 1.

**\$Frases Frecuencias**

		Responses		Porcentaje de Cases
		N	Porcentaje	
Frases describen anuncio(a)	Llama la Atención	387	30.9%	36.6%
	Aburrido	85	6.8%	8.0%
	Uno más del Montón	291	23.2%	27.5%
	Creativo	144	11.5%	13.6%
	Mediocre	56	4.5%	5.3%
	Persuasivo	71	5.7%	6.7%
	Claro	218	17.4%	20.6%
Total		1252	100.0%	118.3%

a Dichotomy group tabulated at value 1.

**APENDICE R.** Según lo que ha visto del anuncio, qué tipo de persona cree Usted que utiliza los servicios de acceso a la información, marque todas las que correspondan.

**Case Sumario**

	Cases					
	Valido		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
\$Servicios(a)	1055	99.0%	11	1.0%	1066	100.0%

a Dichotomy group tabulated at value 1.

**Servicios Frecuencias**

		Responses		Porcentaje de Cases
		N	Porcentaje	
Que tipo utiliza servicio IACIP(a)	Los Hombres	66	4.6%	6.3%
	Las Mujeres	61	4.3%	5.8%
	Cualquier persona	602	42.0%	57.1%
	Los Profesionistas	200	13.9%	19.0%
	Los Empresarios	136	9.5%	12.9%
	Los Jóvenes	81	5.6%	7.7%
	Los Estudiantes	131	9.1%	12.4%
	Los Periodistas	158	11.0%	15.0%
Total		1435	100.0%	136.0%

a Dichotomy group tabulated at value 1.

## CAPITULO IV

### DE LA INTENCIÓN DE USO DE LOS SERVICIOS DEL IACIP

1.- Del uso anterior

#### APÉNDICE S. Ha utilizado los servicios del IACIP en el pasado

##### Estadísticas

Ha utilizado los servicios del IACIP en el pasado

N	Valido	1066
	Perdidos	0

		Frecuencia	Porcentaje	Valido Porcentaje	Cumulativo Porcentaje
Valido	No	999	93.7	93.7	93.7
	Sí	67	6.3	6.3	100.0
	Total	1066	100.0	100.0	

#### APÉNDICE T. Piensa utilizar los servicios del IACIP en el futuro

##### Estadísticas

Piensa utilizar los servicios del IACIP en el futuro

N	Valido	1066
	Perdidos	0

		Frecuencia	Porcentaje	Valido Porcentaje	Cumulativo Porcentaje
Valido	Sí	900	84.4	84.4	84.4
	No	166	15.6	15.6	100.0
	Total	1066	100.0	100.0	