



# Estudio de Imagen Institucional del INDEC 2019

## Informe de Resultados

Preparado especialmente para:



Septiembre de 2019



SP N° INDEC-42-SBCC-CF-SP-1-2018  
CONTRATO DE PRÉSTAMO N° 4243/OC-AR  
Programa de Fortalecimiento de la Capacidad Estadística  
del INDEC de la República Argentina

# CONTENIDOS

---

- 01 Objetivos y metodología
- 02 Conocimiento y confianza en el INDEC
- 03 Imagen del INDEC y Atributos de imagen
- 04 Percepción de cambio del INDEC
- 05 Satisfacción con el INDEC
- 06 Interés en la Información y Contenidos del INDEC
- 07 Comunicación y Uso de la información del INDEC
- 08 Conclusiones

01

---

## Objetivos y metodología

---



# 01 OBJETIVO DEL ESTUDIO

El objetivo general de la investigación consiste en identificar, describir, y analizar la imagen y el posicionamiento del INDEC en los diferentes públicos, así como también determinar la incidencia y el grado de aceptación de las distintas herramientas de información, comunicación y participación implementadas por el organismo.

Asimismo, persigue conocer la percepción que la población en general posee del Instituto Nacional de Estadística y Censos y el servicio público que brinda; la confianza pública en relación con la información que produce; el grado de conocimiento y la utilización de la información estadística por parte de diferentes públicos.

## ÍTEMES A INDAGAR:

- Nivel de **conocimiento del INDEC** y de los diferentes canales de acceso y vías de atención.
- **Determinar la imagen del Instituto.**
- Evaluación de **atributos de imagen.**
- Conocer el **nivel de confianza** que el público en general tiene con respecto al INDEC.
- Indagar la evaluación de **atributos de confianza** del PEG sobre el organismo.
- **Detectar cambios** que se hayan producido en la opinión pública en los últimos dos años en relación con el INDEC.
- Conocer el **nivel de satisfacción general** con las tareas que lleva a cabo la institución.
- Determinar **el acceso a los servicios de información** que el INDEC brinda, por parte de los individuos.
- Investigar los **hábitos comunicativos** del público con respecto a la información que el Instituto produce y difunde.



## TIPO DE ESTUDIO

- **Metodología:** Cuantitativa
- **Técnica de Recolección:** Encuesta Telefónica (CATI).
- **Instrumento de Recolección:** Cuestionario directo y semi-estructurado.
- **Duración de la Encuesta:** entre 15 y 20 minutos.
- **Fecha de trabajo de campo:** desde el 29 de julio al 29 de agosto de 2019.



## UNIVERSO

- Se considerará a la totalidad de la población de las grandes ciudades o aglomerados urbanos seleccionados, pertenecientes a las regiones estadísticas definidas por Indec, de todo género y nivel socioeconómico, mayores de 18 años.



## UNIDAD DE ANÁLISIS

- Cada uno de los habitantes de las grandes ciudades o aglomerados urbanos incluidas en cada una de las regiones estadísticas definidas por Indec, de todo género y nivel socioeconómico, mayores de 18 años.



## MUESTRA

- **Nº de Casos Relevados:** 1817 casos efectivos.
- +/- 2,32%, confiabilidad de 95,5%



## COBERTURA

- Total República Argentina.
- Se contemplan 6 Regiones Estadísticas INDEC (Gran Bs.As, NOA, NEA, Cuyo, Pampeana y Patagonia)

<sup>1</sup> El ajuste de los pesos muestrales se llevó a cabo mediante el Método Ranking Ratio iterativo por marginales (Tillé, 2005; Singh & Mohl, 1996).

# DISEÑO METODOLÓGICO

El diseño de la muestra considera como universo de estudio a los habitantes mayores de 18 años residentes en grandes ciudades pertenecientes a las regiones definidas de la Argentina. INDEC divide en seis regiones estadísticas geográficas (se excluye por su peso poblacional la Región Antártica).

**Región Gran Buenos Aires:** Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) y 31 partidos de la provincia de Buenos Aires, según definiciones INDEC, 2016 (Almirante Brown, Avellaneda, Berazategui, Cañuelas, Escobar, Esteban Echeverría, Ezeiza, Florencio Varela, General Rodríguez, General San Martín, Hurlingham, Ituzaingó, José C. Paz, La Matanza, Lanús, Lomas de Zamora, Malvinas Argentinas, Marcos Paz, Merlo, Moreno, Morón, Pilar, Presidente Perón, Quilmes, San Fernando, San Isidro, San Miguel, San Vicente, Tigre, Tres de Febrero y Vicente López);

**Región NOA o Noroeste:** Catamarca, Jujuy, La Rioja, Salta, Santiago del Estero y Tucumán;

**Región NEA o Noreste:** Corrientes, Chaco, Formosa y Misiones

**Región Cuyo:** Mendoza, San Juan y San Luis;

**Región Pampeana:** Resto de la Provincia de Buenos Aires, Córdoba, Entre Ríos, La Pampa y Santa Fe;

**Región Patagonia:** Río Negro, Neuquén, Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur. Se excluye Región Antártica.

# AJUSTE DE LOS PESOS MUESTRALES (PONDERACIÓN)

Durante la etapa de análisis se aplicó el Ajuste de los Pesos de la Muestra<sup>1</sup> con la finalidad de obtener una adecuada estimación de los parámetros poblacionales (proporciones, medias y desvíos).

El objetivo de la ponderación es aproximar la estructura de la muestra a la estructura de la población de estudio.

Para este proceso se utilizó como fuente de calibración las distribuciones muestrales obtenidas a partir del Marco Muestral de Información Estadística producida por el INDEC (Censo Nacional de Población, Hogares y Vivienda 2010), el cual ofició como insumo principal para el trabajo de recolección de datos.

REGIÓN	LOCALIDAD	CASOS POR REGIÓN	CASOS POR LOCALIDAD
Gran Buenos Aires (AMBA)	CABA	512	184
	GBA 1º CORDÓN		165
	GBA 2º CORDÓN		163
PAMPEANA	GRAN CDBA.	313	100
	GRAN ROSARIO		91
	GRAN PARANÁ		61
	GRAN M. DEL PLATA		61
NOA	GRAN S.M. TUCUMÁN	270	90
	GRAN SALTA		90
	GRAN S. DEL ESTERO		90
NEA	GRAN POSADAS	241	80
	GRAN CORRIENTES		81
	GRAN RESISTENCIA		80
CUYO	GRAN MENDOZA	238	79
	GRAN SAN JUAN		79
	GRAN SAN LUIS		80
PATAGONIA	GRAN NEUQUÉN	243	81
	GRAN S.C. BARILOCHE		81
	GRAN CDRO. RIVADAVIA		81
<b>TOTAL</b>		<b>1.817</b>	<b>1.817</b>

Los FACTORES CRITERIO para ponderar fueron las variables de Estructura:

- GÉNERO
- EDAD
- NIVEL EDUCATIVO

Y según las regiones estadísticas anteriormente descritas, basadas en información estadística del INDEC



---

# Principales Indicadores

---





02

---

## Conocimiento y confianza en el INDEC

---





*¿Qué organismos públicos nacionales conoce?*  
*De los siguientes organismos públicos que le voy a nombrar, por favor, indíqueme ¿cuáles conoce?*

	TOM (Primera mención espontánea)	TOTAL ESPONTÁNEA (TOM + Resto espontánea)	TOTAL CONOCIMIENTO (Espontánea + guiada)
ANSES	19,0%	34,6%	96,4%
AFIP	14,0%	26,5%	92,5%
<b>indec</b> <small>Instituto Nacional de Estadística y Censos</small>	10,8%	18,5%	82,5%
BANCO NACIÓN	3,3%	11,6%	91,6%
MINISTERIO DE HACIENDA	2,6%	9,9%	63,4%
REGISTRO NACIONAL DE LAS PERSONAS	1,8%	6,8%	79,2%
BANCOS PROVINCIALES	1,0%	6,7%	77,7%
BANCO CENTRAL	0,5%	5,8%	71,9%
OTROS	20,7%	40,3%	40,3%
Ns/Nc + Ninguno	26,2%	26,2%	31,8%

- El INDEC aparece en tercer lugar en la presencia cognitiva de los entrevistados respecto a los organismos públicos, con el **10,8%** del TOM y con el **18,5%** en la recordación Total Espontánea.
- En primer lugar figura la ANSES con el **19,0%** de TOM y con el **34,6%** de conocimiento Espontáneo.
- Si sumamos al conocimiento guiado, ANSES permanece liderando el ranking con el **96,4%**, mientras que el INDEC se ubica en el 4to puesto con el **82,5%**.
- Se destaca el porcentaje de entrevistados que no recuerdan ningún organismo, tanto en forma espontánea (**26,2%**) como Total (espontánea + guiada: **31,8%**)

N = 1817 CASOS

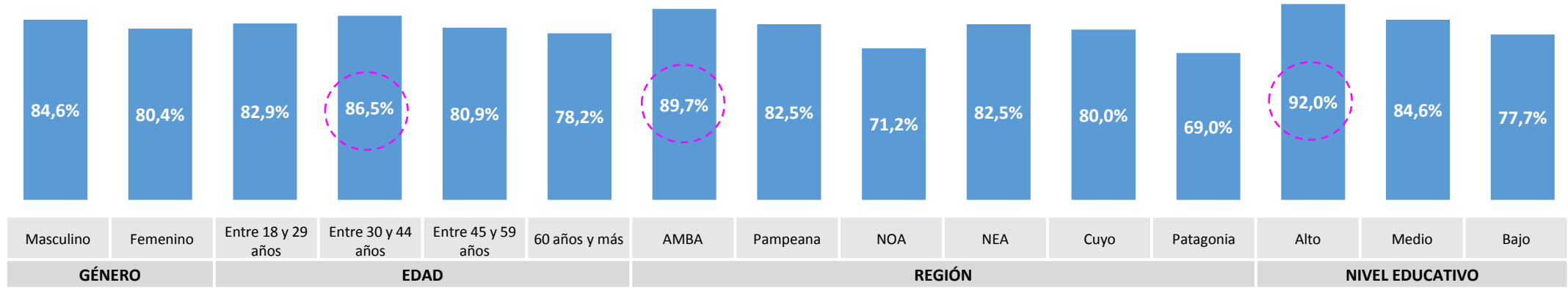
# CONOCIMIENTO TOTAL DEL INDEC - POR SEGMENTO



*¿Qué organismos públicos nacionales conoce?*  
*De los siguientes organismos públicos que le voy a nombrar, por favor, indíqueme ¿cuáles conoce?*

CONOCIMIENTO  
TOTAL DEL  
**indec**  
Instituto Nacional de Estadística y Censos

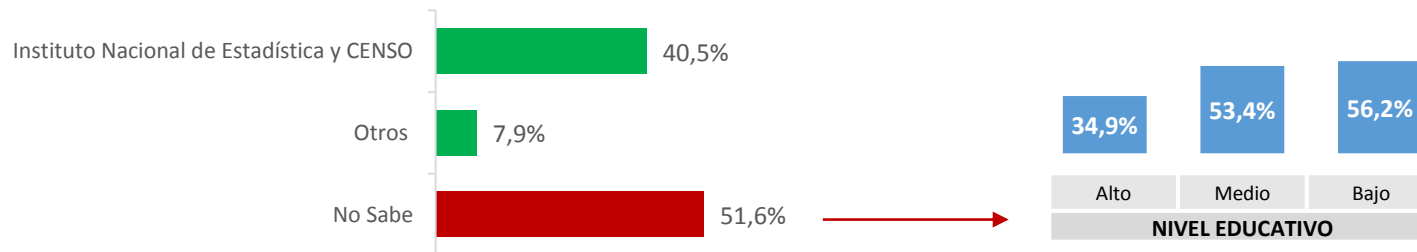
82,5%



N = 1817 CASOS

*¿Sabe qué quiere decir la sigla INDEC?*

*¿Qué quiere decir?*



N = 1499 CASOS.






















Base: Conocedores del INDEC.

- El conocimiento Total del INDEC (espontáneo + Guiado) aumenta hacia el rango etario de 30 a 44 años (86,5%), la región AMBA (89,7%) y el Nivel Educativo Alto (92,0%).
- Por otro lado, el significado de la sigla INDEC es desconocida por la mitad de la muestra (51,6%)
- Este desconocimiento crece a menor nivel educativo del entrevistado.



¿Qué productos o informaciones específicas conoce del INDEC?

De los siguientes productos o informaciones específicas que realiza el INDEC ¿Cuáles conoce?

	TOM (Primer mención espontánea)	TOTAL ESPONTÁNEA (TOM + Resto espontánea)	TOTAL CONOCIMIENTO (Espontánea + guiada)
Genera y publica el Índice de Precios al Consumidor (Índice de Inflación)	 42,5%	 51,4%	 90,8%
Pobreza e Indigencia	 13,0%	 30,6%	 87,6%
Censo de población, hogares y vivienda	 11,3%	 18,5%	 74,9%
Canasta básica	 6,4%	 17,3%	 86,9%
Genera y publica la Tasa de Desocupación	 3,5%	 14,9%	 83,1%
OTROS	 3,9%	 6,0%	 6,0%
Ns/Nc + Ninguno	 19,6%	 19,6%	 25,3%

- El **42,5%** de los entrevistados sabe que el INDEC genera y publica el índice de precios al consumidor (Inflación), como primera mención espontánea (TOM).
- Considerablemente por detrás le siguen el resto de los productos e informaciones que realiza el organismo, en cuanto al ranking de menciones espontáneas.
- En el conocimiento espontáneo total, el índice de inflación permanece en 1er lugar con el **51,4%**.
- Si se suma al conocimiento guiado, este producto alcanza el **90%** de conocimiento Total y el resto de los productos aumentan su conocimiento hasta niveles considerables, superiores al 75%.

¿Cuál es la confianza que Ud. posee del INDEC?

**indec**  
Instituto Nacional de Estadística y Censos



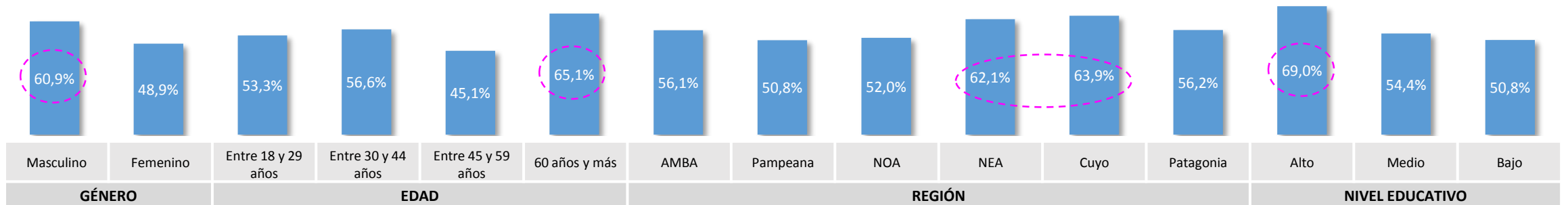
**TTB**  
(Mucha confianza +  
Bastante confianza)

54,9%

- La confianza en el INDEC supera el **50%**.
- La misma crece hacia el segmento de hombres, rango etario de más de 60 años, las regiones NEA y Cuyo y hacia el nivel educativo Alto, el cual alcanza el **69%**.

■ Mucha confianza ■ Bastante confianza ■ Poca confianza ■ Ninguna confianza ■ Ns/Nc

Confianza en el INDEC por segmento – TTB (Mucha confianza + Bastante confianza)



**TTB**

(Poca confianza +  
Ninguna confianza)

37,2% 49,8% 45,7% 43,0% 51,4% 32,8% 42,3% 46,6% 47,9% 36,7% 35,9% 42,5% 30,1% 44,3% 47,1%

N = 1817 CASOS

# ATRIBUTOS DE CONFIANZA EN EL INDEC – CUMPLIMIENTO E IMPORTANCIA

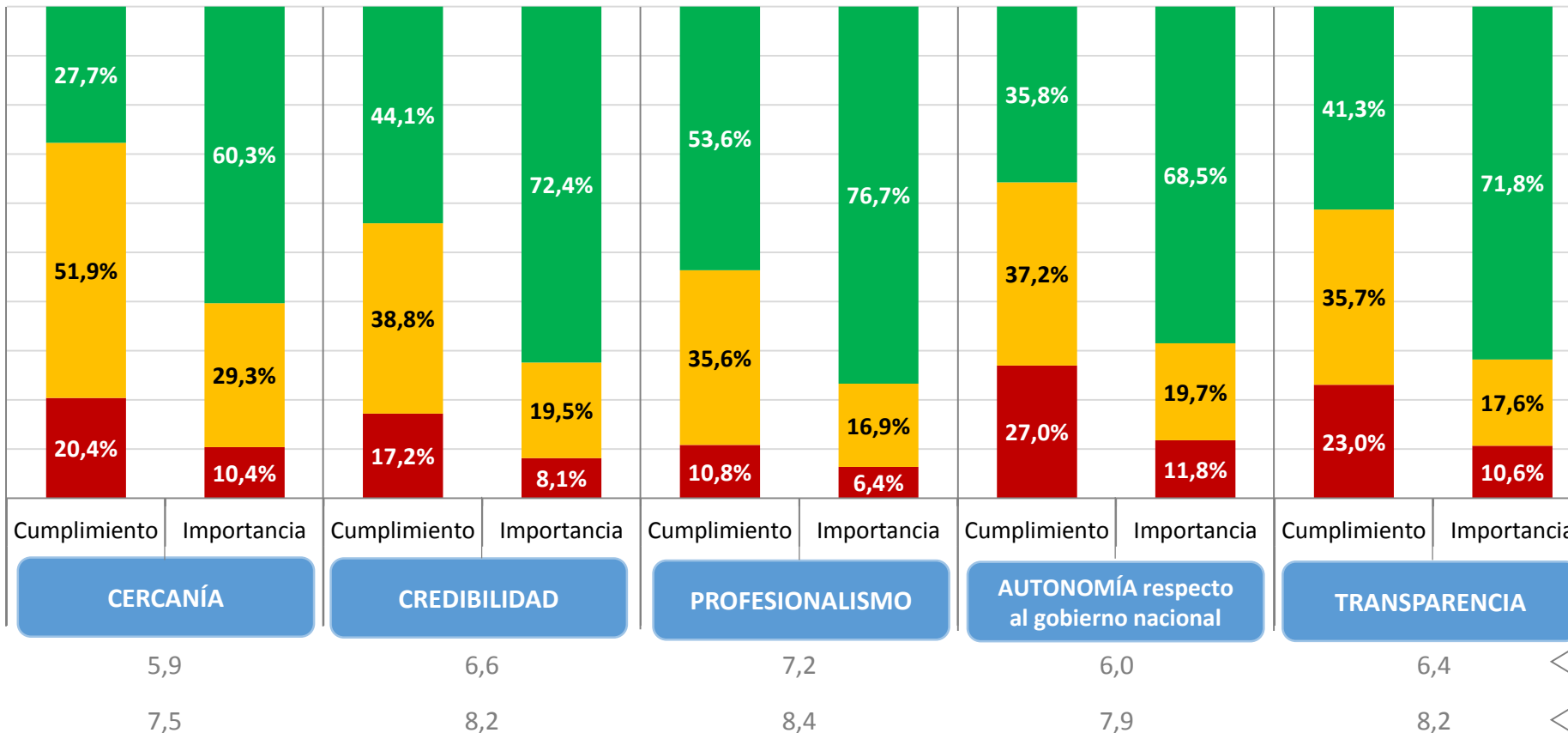
Ahora le voy a leer algunos atributos que hacen a la confianza que las personas tienen del INDEC para que Ud. Me diga en qué medida el INDEC cumple con estos atributos. Para ello vamos a utilizar una escala de 1 a 10 puntos, donde 1 significa que no cumple en absoluto con el atributo y 10 que cumple totalmente. **¿En qué medida cree Ud. que el INDEC cumple con el atributo...**  
Y si tuviese que asignar un puntaje según la **importancia** de esos atributos para Ud. Siendo que 1 es nada importante y 10 muy importante **¿Qué puntaje le otorgaría al atributo...**

GRADO DE CUMPLIMIENTO E IMPORTANCIA DEL ATRIBUTO DE CONFIANZA

■ BAJO/A  
(del 1 al 4)

■ MEDIO/A  
(del 5 al 7)

■ ALTO/A  
(del 8 al 10)



- Profesionalismo es el atributo que presenta el mayor nivel de importancia: **76,7%** y el mayor grado de cumplimiento: **53,6%**.
- El atributo menos importante y con menor cumplimiento es Cercanía (con el **60,3%** y el **27,7%**, respectivamente).

PROMEDIO CUMPLIMIENTO

Promedio Total  
Cumplimiento: **6,4**

PROMEDIO IMPORTANCIA

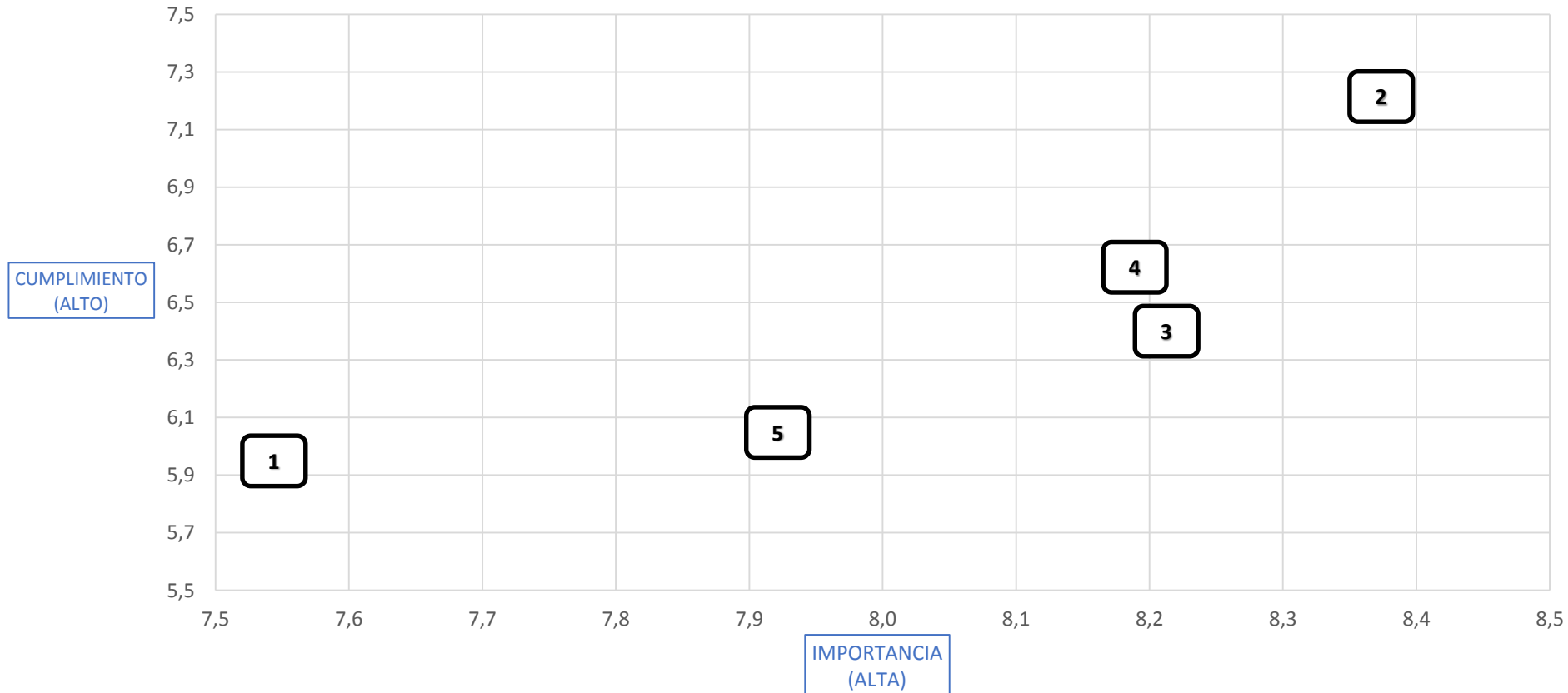
Promedio Total  
Importancia: **8,0**

N = 1817 CASOS

# MATRIZ DE CUMPLIMIENTO E IMPORTANCIA DE ATRIBUTOS DE CONFIANZA

Ahora le voy a leer algunos atributos que hacen a la confianza que las personas tienen del INDEC para que Ud. Me diga en qué medida el INDEC cumple con estos atributos. Para ello vamos a utilizar una escala de 1 a 10 puntos, donde 1 significa que no cumple en absoluto con el atributo y 10 que cumple totalmente. **¿En qué medida cree Ud. que el INDEC cumple con el atributo...**

Y si tuviese que asignar un puntaje según la **importancia** de esos atributos para Ud. Siendo que 1 es nada importante y 10 muy importante **¿Qué puntaje le otorgaría al atributo...**



N =1817 CASOS

- |   |                 |   |   |
|---|-----------------|---|---|
| 1 | CERCANÍA        | 4 | CREDIBILIDAD                            |
| 2 | PROFESIONALISMO | 5 | AUTONOMÍA respecto al gobierno nacional |
| 3 | TRANSPARENCIA   |   |   |

03

---

## Imagen del INDEC y Atributos de imagen

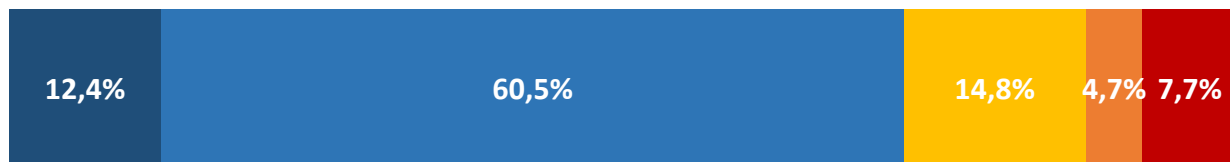
---





¿Cuál es la imagen que Ud. posee del INDEC?

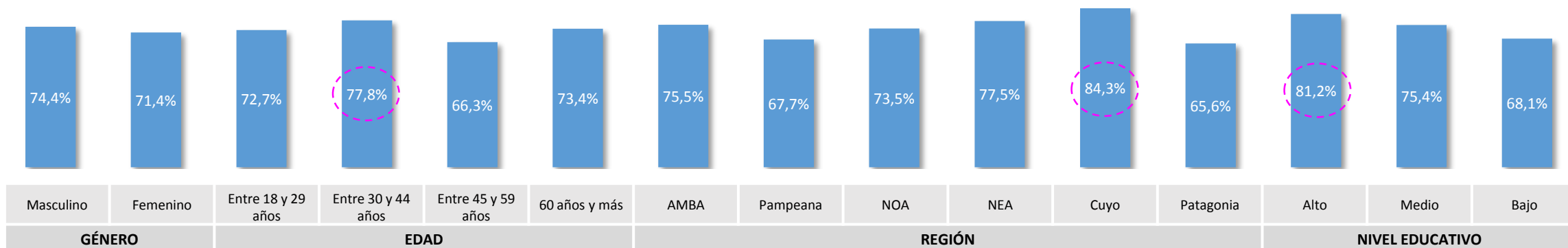
**indec**  
Instituto Nacional de Estadística y Censos



■ Muy buena ■ Buena ■ Mala ■ Muy Mala ■ Ns/Nc

- El INDEC posee una imagen considerable, alcanzando el **72,9%** de valor positivo.
- Este porcentaje aumenta hacia el segmento etario de 30 a 44 años, la región Cuyo y el nivel educativo alto.

Imagen del INDEC por segmento – TTB (Muy buen + Buena)



N = 1817 CASOS

# ATRIBUTOS RACIONALES DE IMAGEN

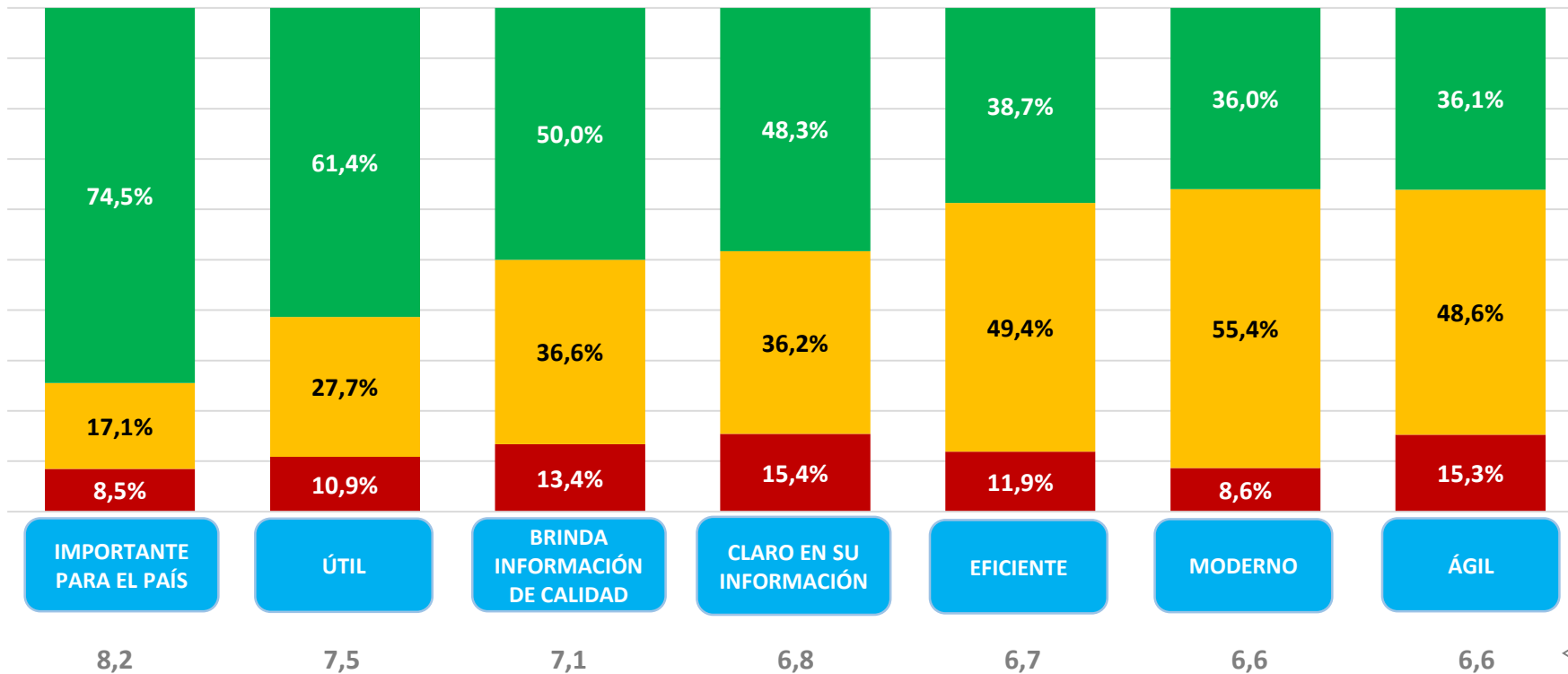
Ahora le voy a leer algunos atributos que hacen a la imagen que las personas tienen del INDEC para que Ud. me diga en qué medida el INDEC cumple con estos atributos. Para ello vamos a utilizar una escala de 1 a 10 puntos, donde 1 significa que no cumple en absoluto con el atributo y 10 que cumple totalmente. **¿En qué medida cree Ud. que el INDEC cumple con el atributo...**

## GRADO DE CUMPLIMIENTO DEL ATRIBUTO

■ ALTO  
(del 1 al 4)

■ MEDIO  
(del 5 al 7)

■ BAJO  
(del 8 al 10)



- Los atributos de imagen que presentan los mayores niveles de cumplimiento son: Importante para el país (74,5%) y Útil (61,4%).
- Las más débiles performances (porcentaje de cumplimiento bajo) las obtienen Claro en su información (15,4%) y Ágil (15,3%).

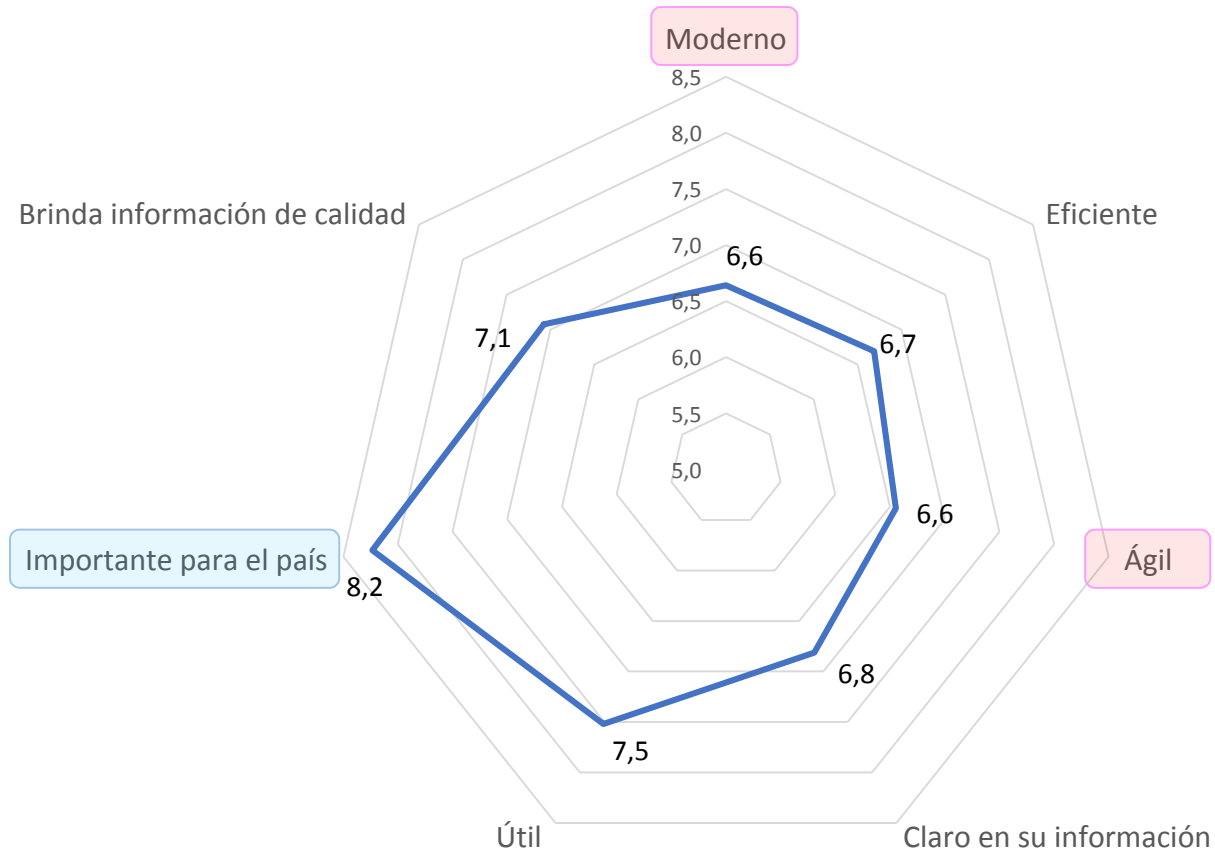
PROMEDIO

Promedio Total: 7,1

# ATRIBUTOS RACIONALES DE IMAGEN - PROMEDIOS

Ahora le voy a leer algunos atributos que hacen a la imagen que las personas tienen del INDEC para que Ud. me diga en qué medida el INDEC cumple con estos atributos. Para ello vamos a utilizar una escala de 1 a 10 puntos, donde 1 significa que no cumple en absoluto con el atributo y 10 que cumple totalmente. **¿En qué medida cree Ud. que el INDEC cumple con el atributo...**

PROMEDIO DE CUMPLIMIENTO DEL ATRIBUTO

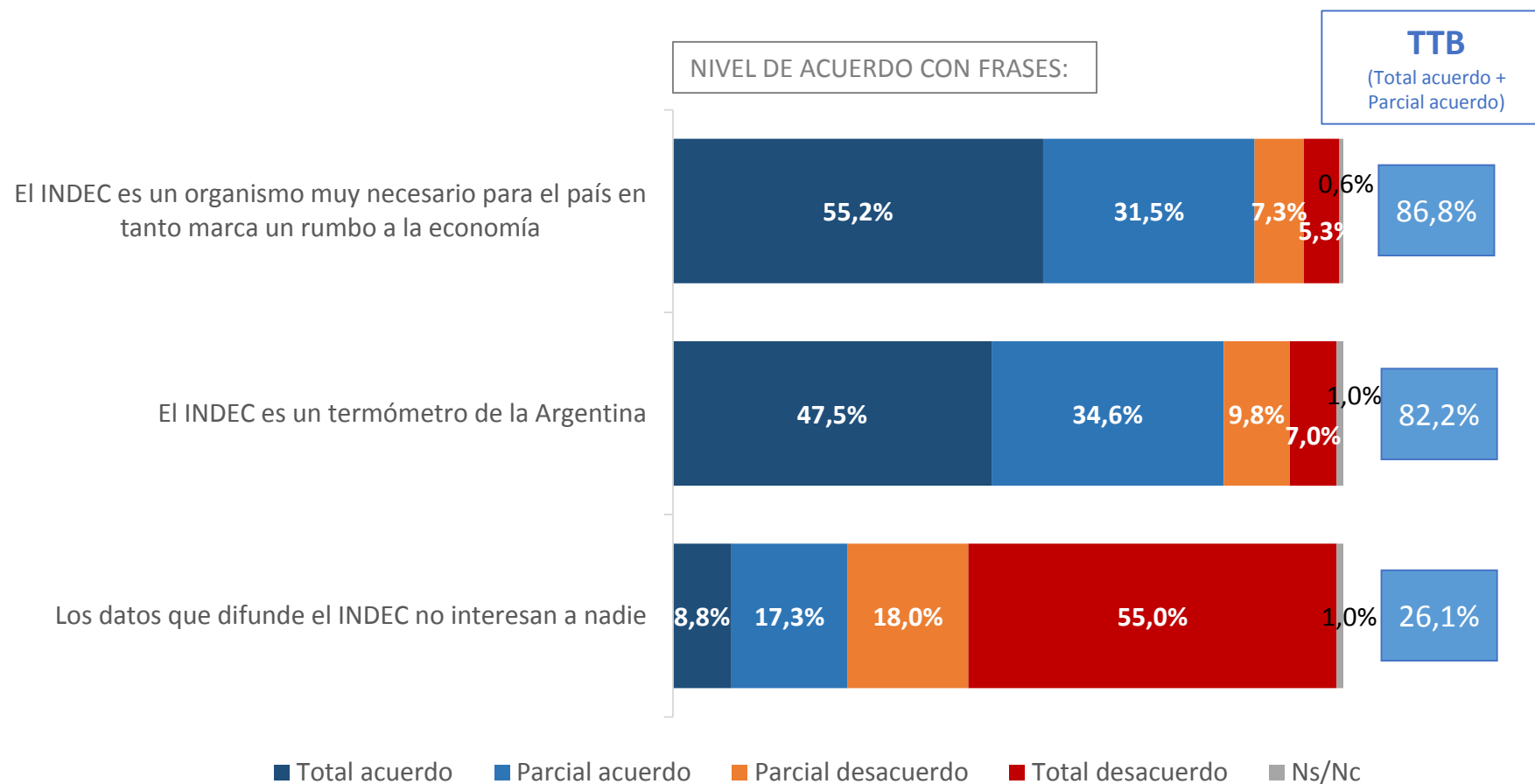


- Los promedios de menciones obtenidos en cada eje racional muestran al atributo Importante para el país como el de mejor performance (8,2) y a los atributos Ágil y Moderno (6,6, respectivamente) con los promedios más bajos.

# GRADO DE ACUERDO CON FRASES PERCEPTUALES

También le voy a leer algunas frases que otros entrevistados dijeron para que Ud. me indique qué grado de acuerdo tiene con ellas según la siguiente escala: Total acuerdo, Parcial acuerdo, Parcial desacuerdo y Total desacuerdo.

¿En qué medida está Ud. de acuerdo con la frase...



- La frase sobre las características sociales del INDEC que obtiene mayor nivel de acuerdo es la que indica que el organismo es muy necesario para el país, como demarcador del rumbo de la economía, obteniendo el **86,8%**.
- Le sigue a corta distancia, también con un alto nivel de acuerdo, la frase referida al INDEC como un termómetro del país, con el **82,2%**.
- Por último, es muy bajo el nivel de acuerdo con la idea respecto a que el INDEC difunde datos que no le interesan a nadie, contando solo con el **26,1%**.

N = 1817 CASOS



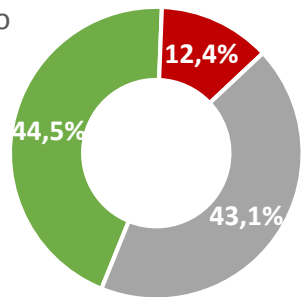
04

---

# Percepción de cambio del INDEC

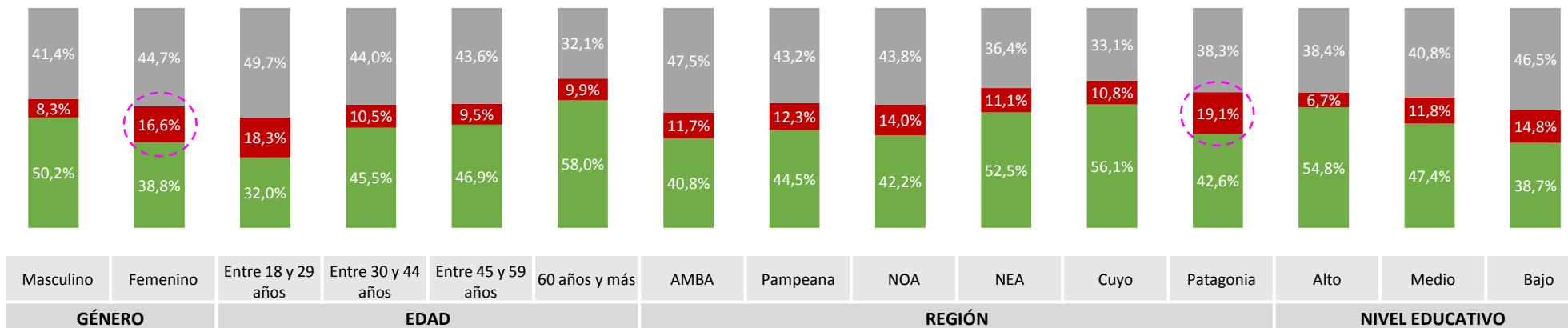
---

- Si, para mejor
- Si, para peor
- No



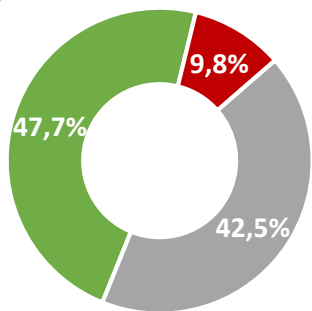
TOTAL

En los últimos 2 años ¿Ud. ha notado cambios en el INDEC?

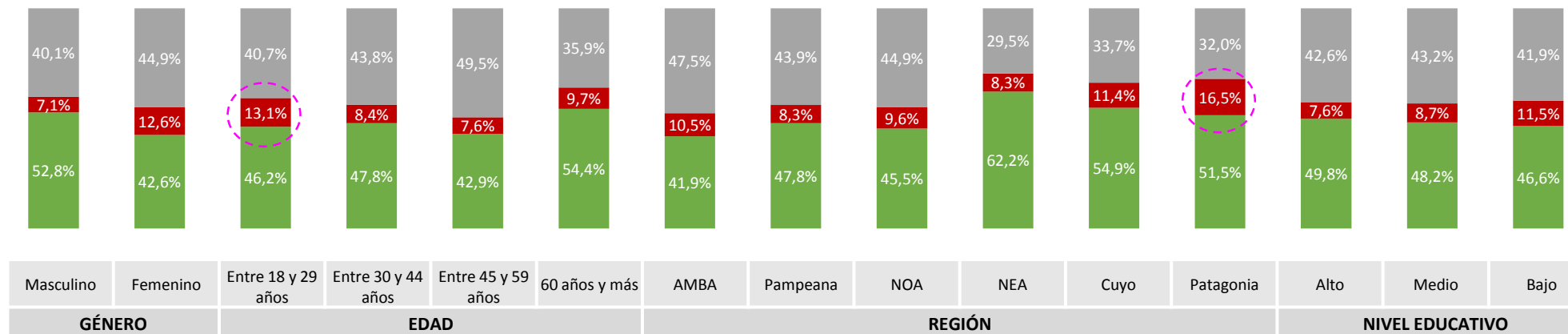


En los últimos 2 años ¿Ud. ha notado cambios en cuanto a la TRANSPARENCIA en el INDEC?

- Si, hay mayor transparencia
- Si, hay menor transparencia
- No

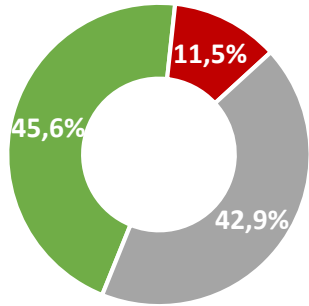


TOTAL



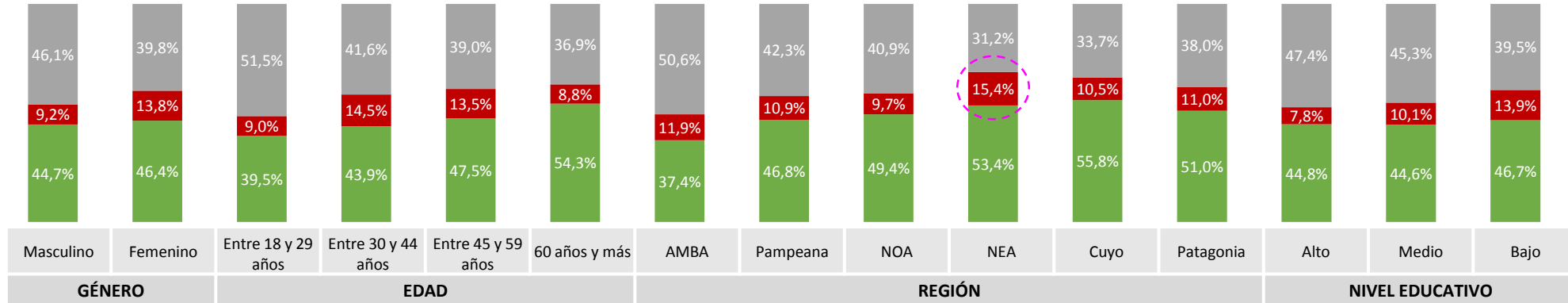
N = 1817 CASOS

- Si, hay mas comunicaci3n
- Si, hay menos comunicaci3n
- No

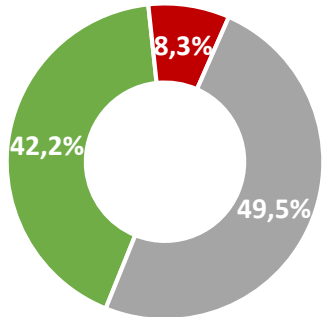


TOTAL

En los 3ltimos 2 a1os ¿Ud. ha notado cambios en cuanto a la COMUNICACI3N en el INDEC?

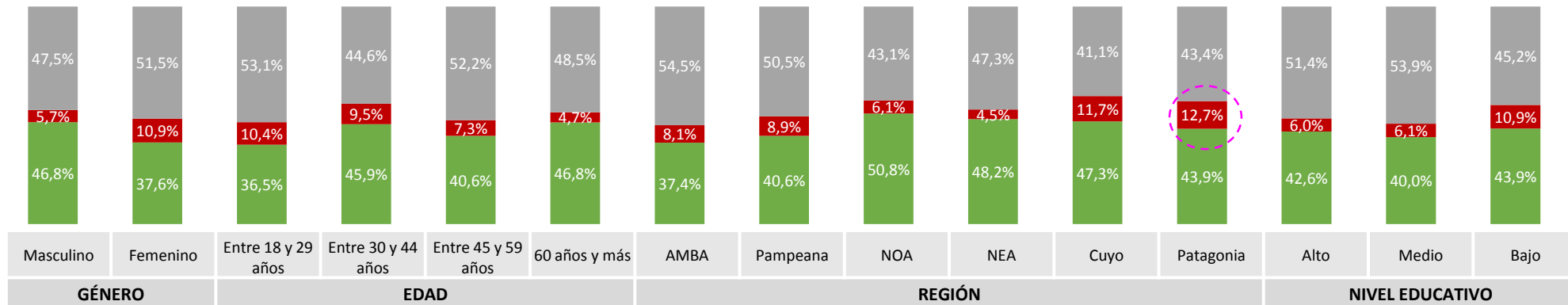


- Si, hay mas profesionalismo
- Si, hay menos profesionalismo
- No



TOTAL

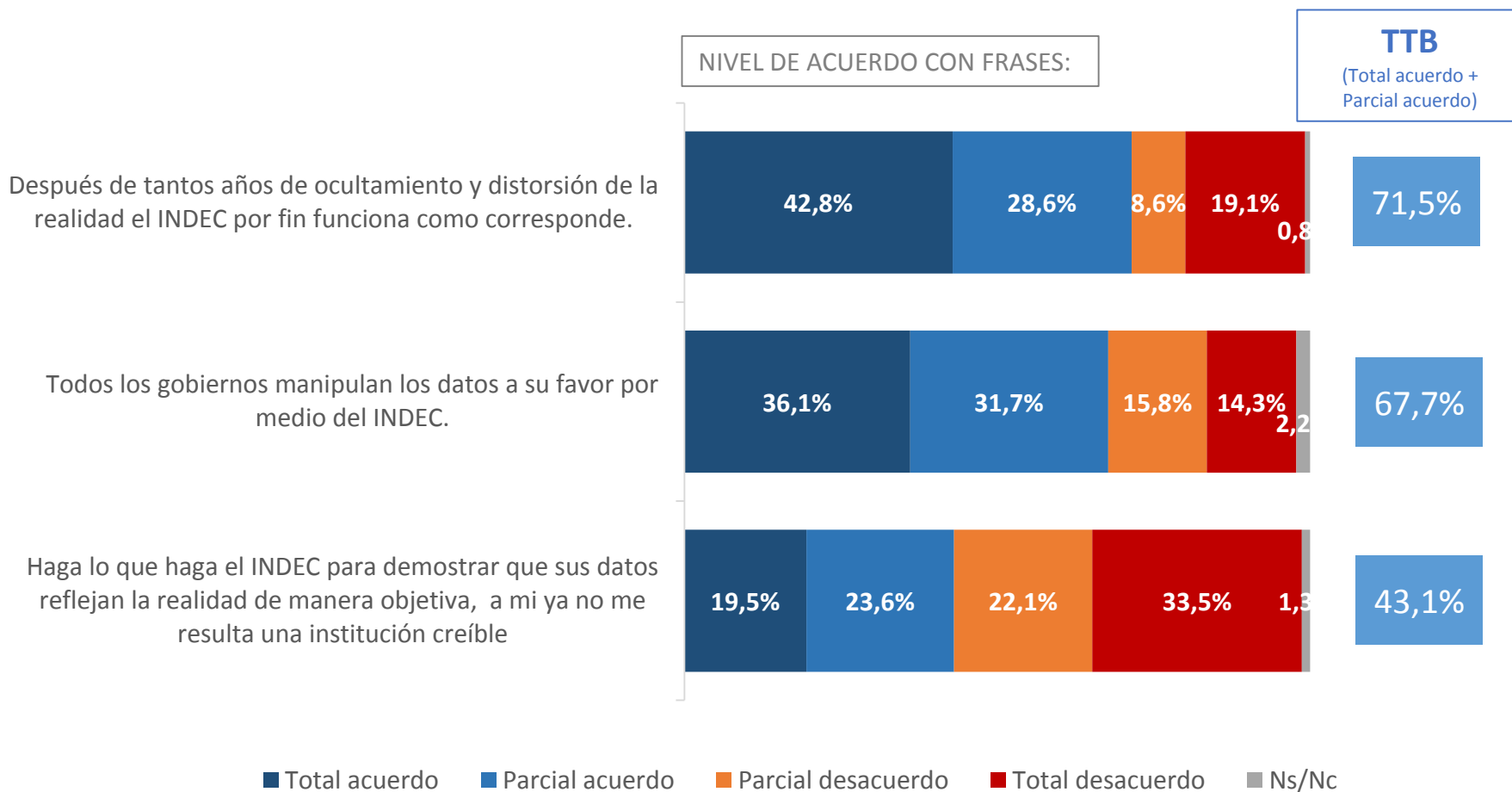
En los 3ltimos 2 a1os ¿Ud. ha notado cambios en cuanto a PROFESIONALISMO en el INDEC?



N = 1817 CASOS

Ahora le voy a leer algunas frases que otros entrevistados dijeron acerca de la confianza en los datos que genera y difunde el INDEC para que Ud. me indique qué grado de acuerdo tiene con ellas según la siguiente escala: Total acuerdo, Parcial acuerdo, Parcial desacuerdo y

Total desacuerdo. **¿En qué medida está Ud. de acuerdo con la frase...**



N = 1817 CASOS

- Dentro del set de frases que se presentaron, la que mayor acuerdo logra es la que reivindica el trabajo del INDEC en esta gestión. 7 de cada 10 adhieren.
- En una proporción similar, aparece el nivel de acuerdo con una frase de connotación negativa: todos los gobiernos manipulan datos mediante el INDEC.
- Finalmente, una señal de alerta: un **43%** cree que haga lo que haga el INDEC ya no es creíble. Con la salvedad de un **34%** que está en total desacuerdo con esa idea.



05

## Satisfacción con el INDEC



# SATISFACCIÓN CON EL INDEC

Por lo que Ud. sabe y conoce del INDEC ¿Cuál es el nivel de satisfacción que Ud. posee con respecto su funcionamiento en la actualidad?

**indec**  
Instituto Nacional de Estadística y Censos



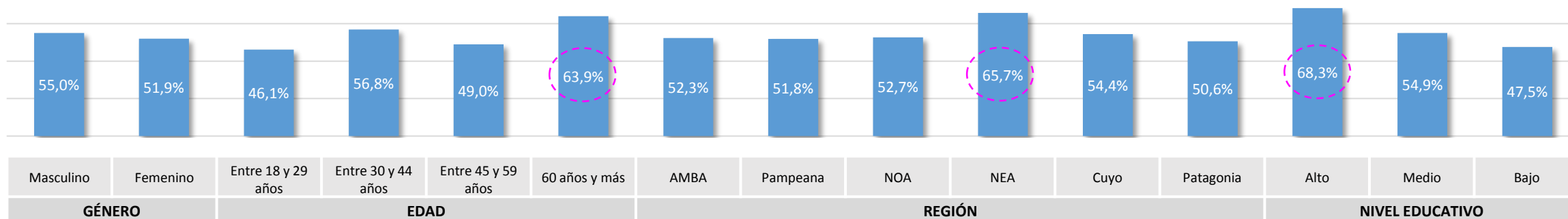
■ Muy Satisfecho ■ Bastante satisfecho ■ Poco satisfecho ■ Nada satisfecho ■ No sabe

**TTB**  
(Muy satisfecho +  
Bastante satisfecho)

53,5%

- El nivel de satisfacción del público en general con el trabajo del INDEC es satisfactorio: más de la mitad se encuentran satisfechos o muy satisfechos.
- En especial se destacan sobre el promedio del TTB los mayores de 60 años, los residentes en NEA y las personas de nivel educativo alto.

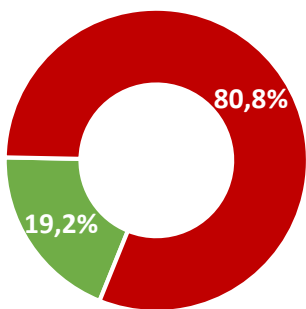
## Satisfacción con el INDEC por segmento – TTB (Muy satisfecho + Satisfecho)



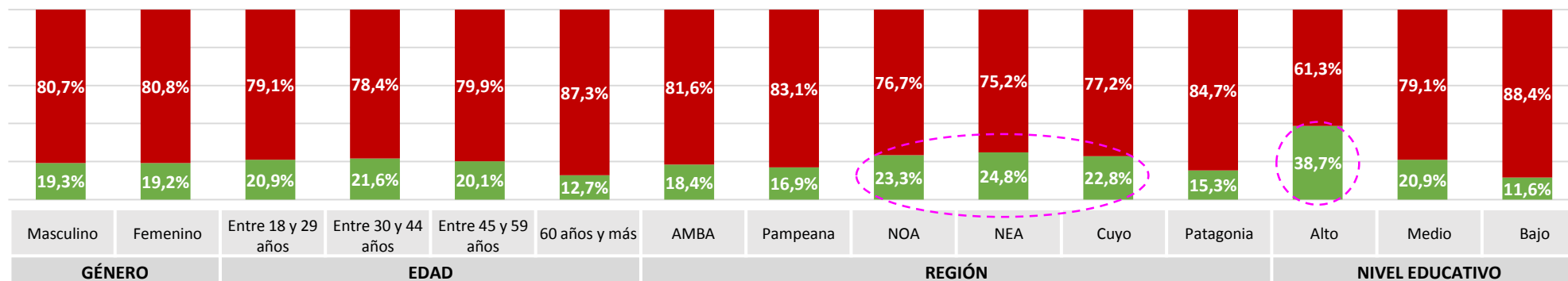
N = 1817 CASOS

¿Alguna vez realizó alguna consulta de datos del INDEC, ya sea presencialmente, a través de su página o por otro medio?

■ SI ■ NO

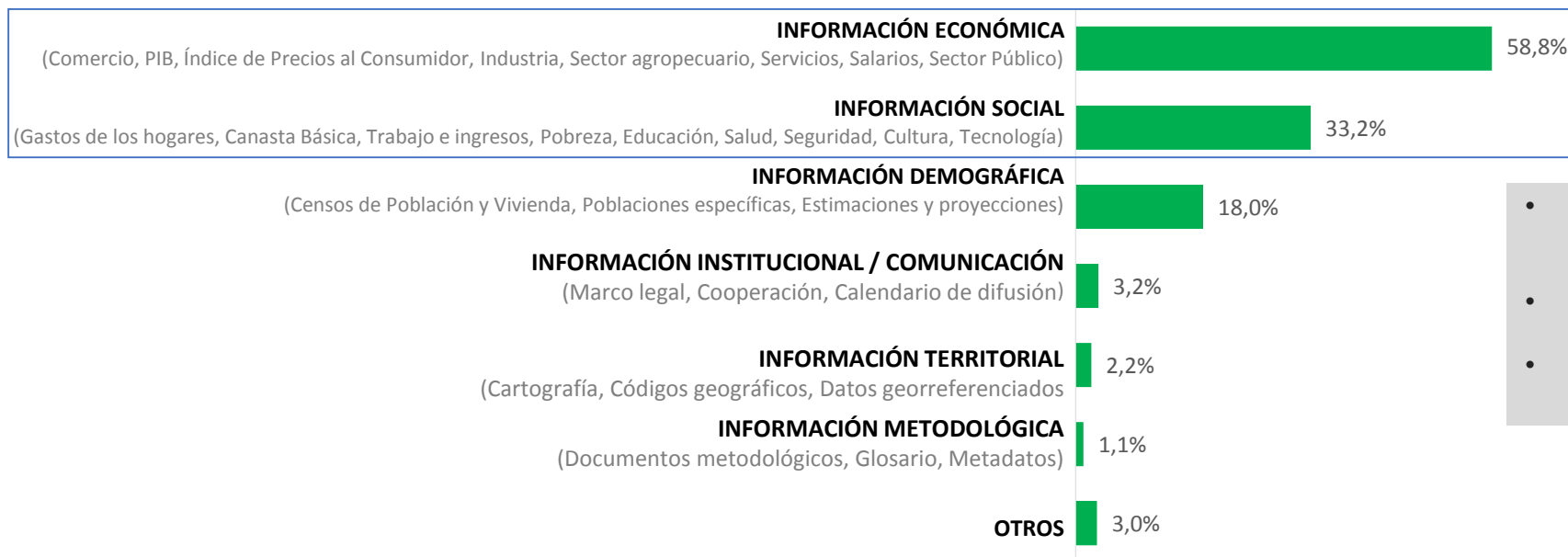


N =1817 CASOS



¿Qué tipo de información o contenidos del INDEC consultó o utilizó?

(RESPUESTA MÚLTIPLE)

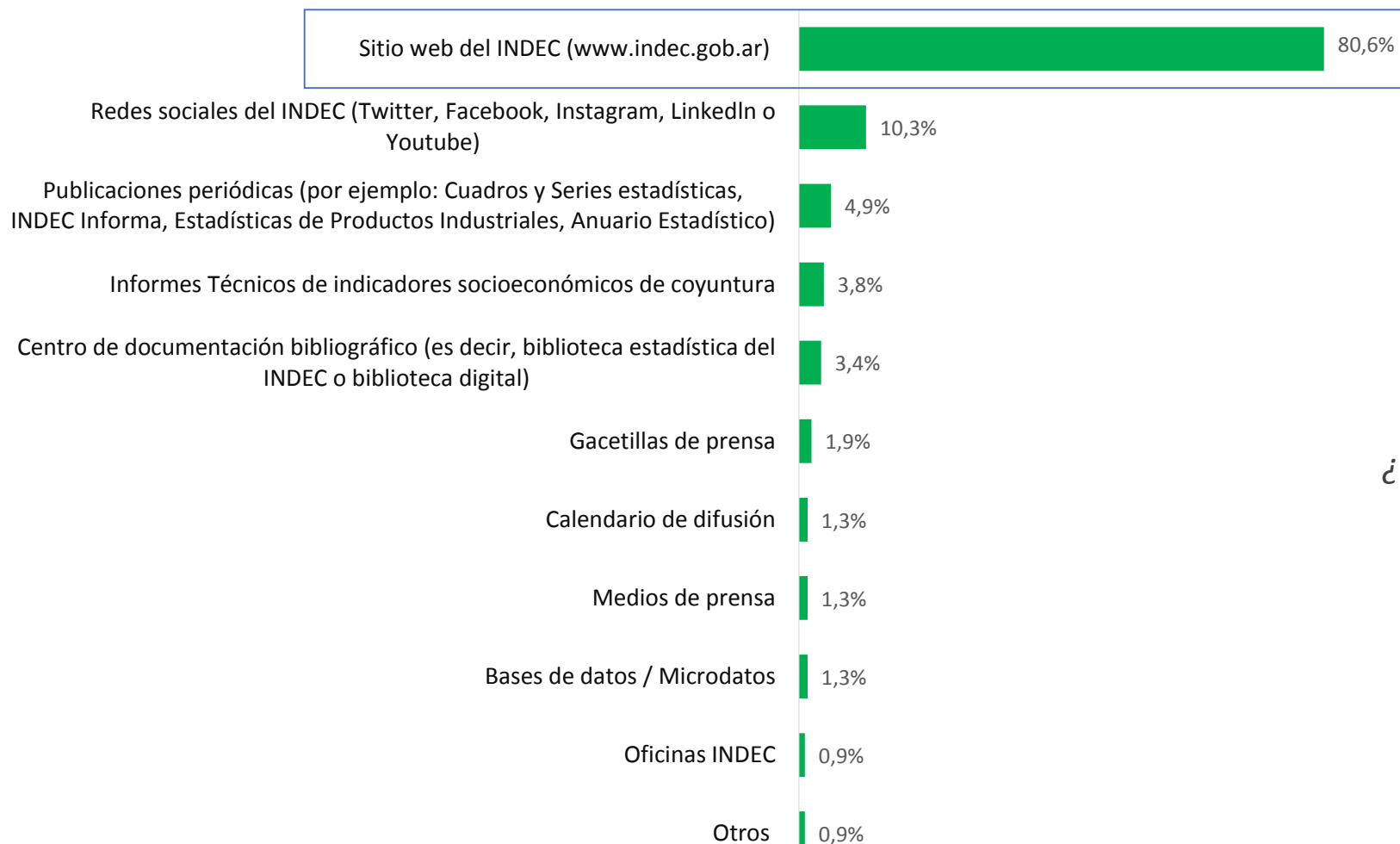


N =349 CASOS

(Quiénes realizaron consultas)

- Entre el 19% que realizó alguna consulta, sobresalen los targets de residentes de NOA y los individuos de nivel educacional alto.
- Especialmente se consulta información económica (58,8%), seguida de información social (33,2%).
- Un escalón por debajo se encuentra la consulta de temas demográficos (18,0%)

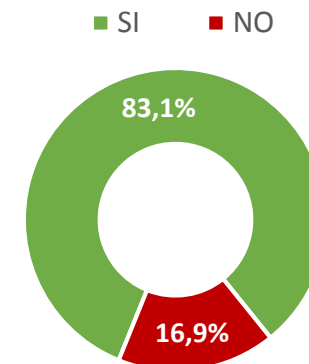
¿Por medio de cuál/es de los siguientes canales de difusión y modalidades de acceso a la información estadística del INDEC usted accedió a la información?



N =349 CASOS

- El principal canal de información es, por lejos, el sitio web del INDEC, alcanzando el **80%**.
- La gran mayoría de quienes consultan encuentran aquello que buscaban (**83,1%**).

¿Encontró toda la información que buscaba?

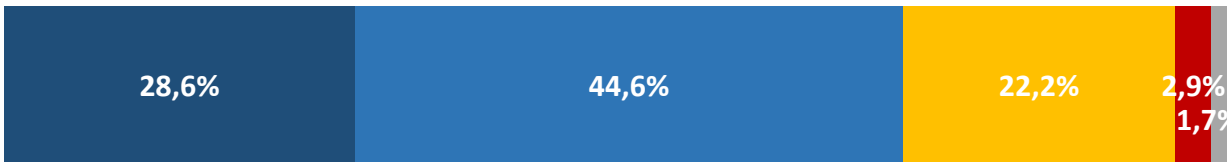


N =349 CASOS

# SATISFACCIÓN CON EL CONTACTO CON EL INDEC

En base a su experiencia en el contacto que tuvo con el INDEC ¿Cuál es el nivel de satisfacción que Ud. posee al respecto?

**indec**  
Instituto Nacional de Estadística y Censos



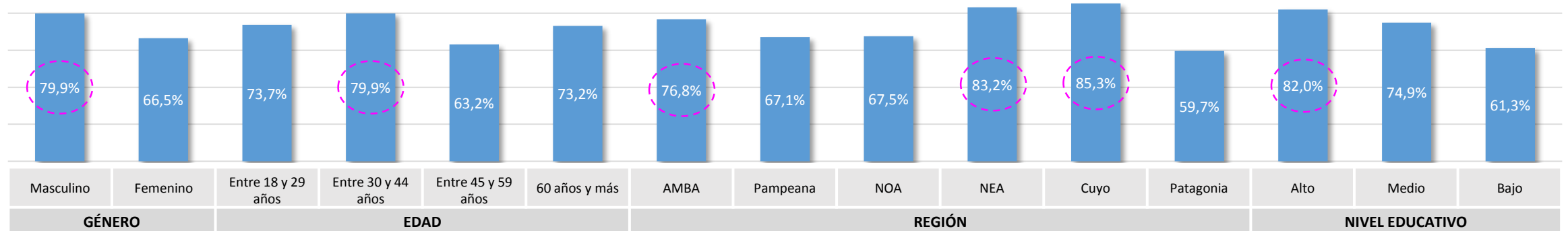
**TTB**  
(Muy satisfecho +  
Bastante satisfecho)

73,2%

- Para aquellos que buscaron información, el nivel de satisfacción con el contacto es considerable: 7 de cada 10 se encuentran satisfechos.
- Los universos objetivos destacados con respecto a ese valor son los hombres, los de edades intermedias, quienes viven en AMBA, NEA o Cuyo y los de nivel educativo superior.

■ Muy Satisfecho ■ Bastante satisfecho ■ Poco satisfecho ■ Nada satisfecho ■ No sabe

Satisfacción con el contacto con el INDEC por segmento – TTB (Muy Satisfecho + Satisfecho)



N = 349 CASOS

06

---

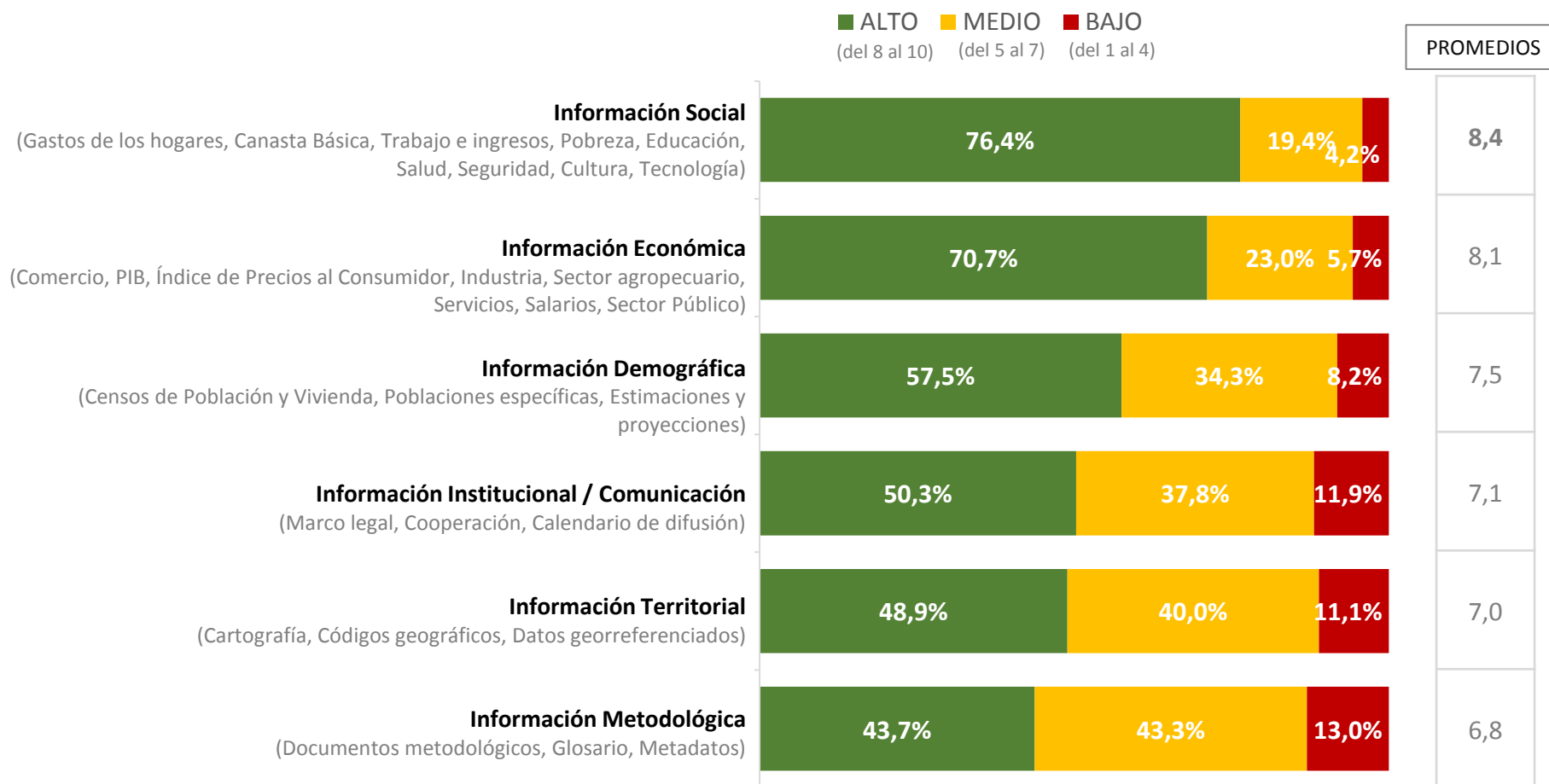
## Interés en la Información y Contenidos del INDEC

---



# NIVEL DE INTERÉS EN LA INFORMACIÓN Y CONTENIDOS DEL INDEC

De los siguientes tipos de información o contenidos que produce el INDEC, le voy a pedir que me indique **¿cuál es su nivel de interés en cada uno de ellos?** Para eso vamos a utilizar una escala de 1 a 10, donde 1 es Nada Interesado y 10 Muy Interesado.

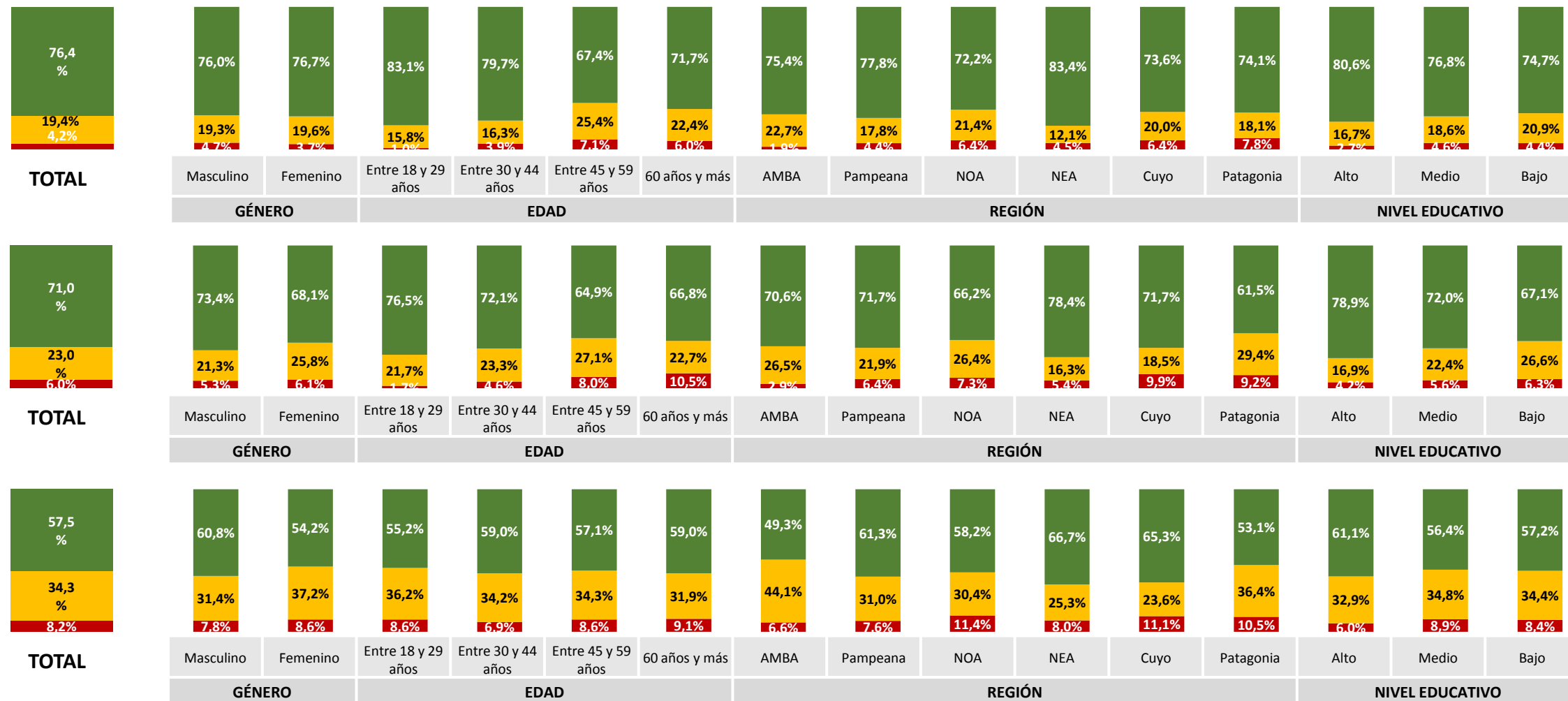


- A la luz de los datos se puede observar que el mayor nivel de interés se concentra en la información social y económica que produce el instituto.
- El mejor promedio lo obtiene el set de información social, que se ubica en 8,4.
- Le sigue en importancia la media que obtiene la información económica (8,1).
- Un nivel por debajo se encuentran en el ranking de interés los datos demográficos, institucionales y territoriales (obtienen entre el 7,5 y el 7,0 de puntaje promedio).
- Finalmente, cierra la lista la información metodológica (6,8).

N = 1817 CASOS

De los siguientes tipos de información o contenidos que produce el INDEC, le voy a pedir que me indique **¿cuál es su nivel de interés en cada uno de ellos?** Para eso vamos a utilizar una escala de 1 a 10, donde 1 es Nada Interesado y 10 Muy Interesado.

■ ALTO ■ MEDIO ■ BAJO ■ Ns/Nc



N = 1817 CASOS



De los siguientes tipos de información o contenidos que produce el INDEC, le voy a pedir que me indique **¿cuál es su nivel de interés en cada uno de ellos?** Para eso vamos a utilizar una escala de 1 a 10, donde 1 es Nada Interesado y 10 Muy Interesado.

■ ALTO ■ MEDIO ■ BAJO ■ Ns/Nc



N = 1817 CASOS

07

---

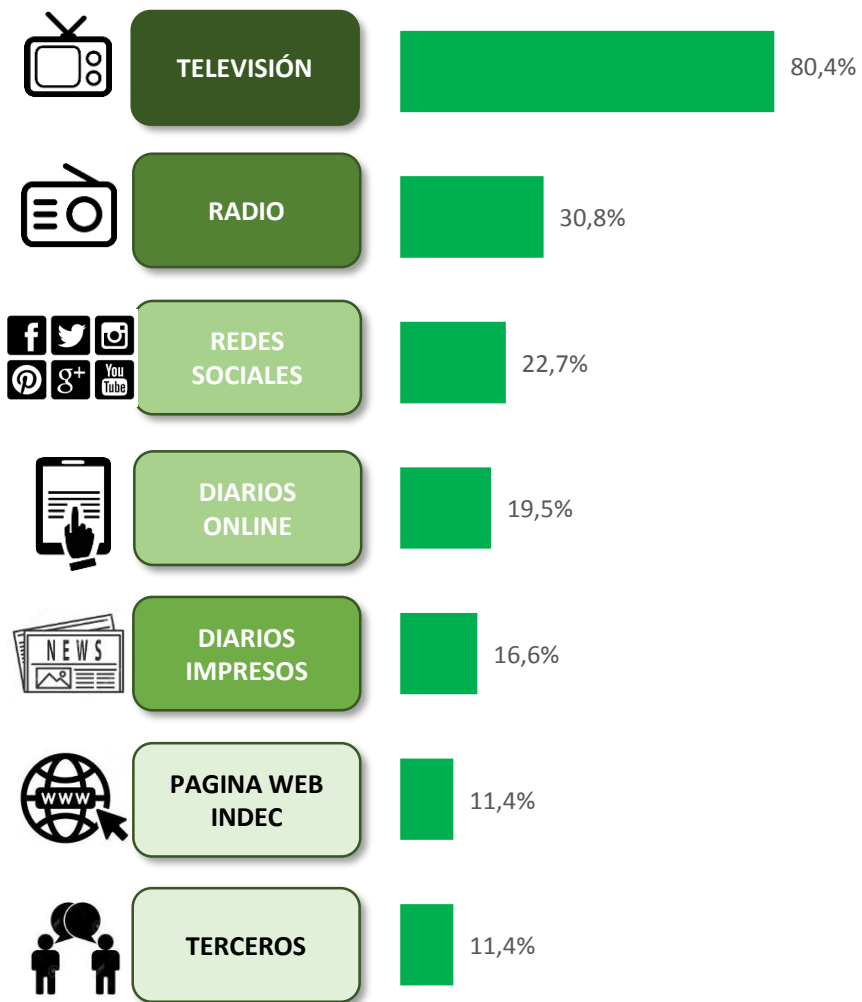
## Comunicación y Uso de la información del INDEC

---



# MEDIOS POR LOS QUE SE ENTERA DE LA INFORMACIÓN DEL INDEC

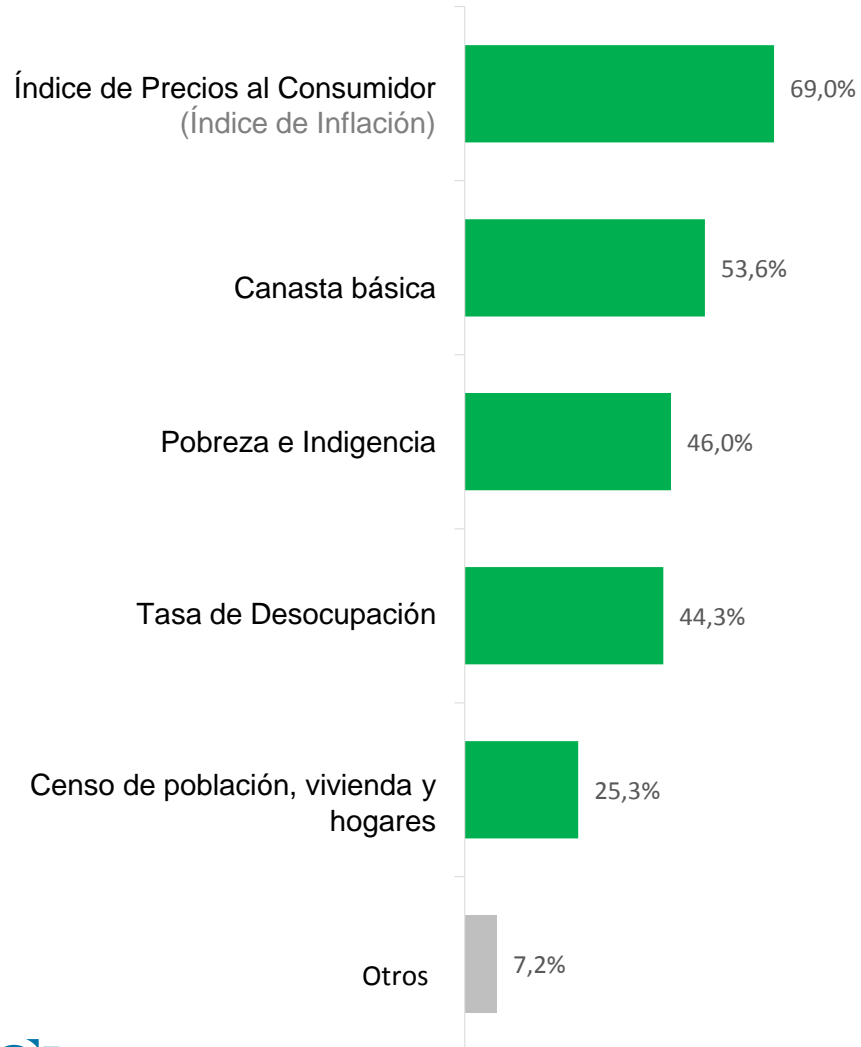
¿Por qué medios se entera habitualmente de la información que genera y difunde el INDEC?



GÉNERO		EDAD			
Hombres	Mujeres	Entre 18 y 29 años	Entre 30 y 44 años	Entre 45 y 59 años	60 años y más
75,1%	85,7%	76,9%	78,1%	81,6%	87,2%
29,3%	32,2%	18,1%	25,2%	39,4%	47,3%
21,8%	23,6%	31,2%	25,0%	20,5%	10,2%
25,4%	13,6%	18,3%	23,9%	20,8%	13,9%
18,4%	14,9%	9,5%	10,9%	19,1%	31,9%
11,7%	11,0%	13,3%	13,5%	9,3%	7,9%
11,2%	11,5%	14,8%	8,3%	10,5%	11,6%

- El medio por excelencia a través del cual los ciudadanos se enteran de los datos difundidos por INDEC es la televisión (80%), en particular para las personas mayores de 60 años.
- En segundo término (50 puntos porcentuales por debajo) se encuentra la radio, también con targets destacados a los mayores de 45 años.
- Las redes sociales se posicionan en tercer lugar, en especial son utilizadas por los jóvenes hasta 29 años.
- Asimismo, los diarios online se ubican en 4to lugar, especialmente impulsados por los hombres y las personas de edades intermedias (30 a 44 años).

¿Qué información que genera y difunde el INDEC Ud. conoce y utiliza regularmente?



N = 853 CASOS

	GÉNERO		EDAD				NIVEL EDUCATIVO		
	Hombres	Mujeres	Entre 18 y 29 años	Entre 30 y 44 años	Entre 45 y 59 años	60 años y más	Alto	Medio	Bajo
Índice de Precios al Consumidor (Índice de Inflación)	70,5%	67,5%	64,7%	70,4%	70,3%	71,7%	73,0%	71,9%	65,2%
Canasta básica	50,8%	56,4%	50,2%	56,9%	52,1%	55,4%	48,3%	52,7%	56,0%
Pobreza e Indigencia	45,1%	46,9%	38,9%	47,7%	47,8%	51,8%	43,9%	44,1%	48,3%
Tasa de Desocupación	41,8%	46,8%	40,2%	47,8%	44,6%	44,9%	40,5%	43,5%	46,2%
Censo de población, vivienda y hogares	25,4%	25,3%	24,0%	22,6%	27,3%	28,9%	25,4%	23,0%	27,4%
Otros	6,6%	7,5%	6,7%	5,0%	7,9%	9,4%	8,1%	5,5%	8,1%

08

---

## Conclusiones

---



- El INDEC aparece en tercer lugar en cuanto al **conocimiento** de los entrevistados respecto a los organismos públicos, con el 10,8% del TOM y con el 18,5% en la recordación Total Espontánea.
- Si sumamos al conocimiento guiado, ANSES permanece liderando el ranking con el 96,4%, mientras que el INDEC se ubica en el 4to puesto con el 82,5%.
- El 42,5% de los entrevistados sabe que el INDEC genera y publica el índice de precios al consumidor (Inflación), como primera mención espontánea (TOM).
- Considerando al conocimiento guiado, este producto alcanza el 90% de conocimiento, mientras que resto de los productos o informaciones específicas del INDEC aumentan su conocimiento hasta niveles muy satisfactorios, superiores al 75%.
- La **confianza** en el INDEC prácticamente alcanza el 55%, mientras que la desconfianza está en el orden del 43% para esta muestra
- A su vez, la confianza crece hacia el segmento de hombres, rango etario de más de 60 años, las regiones NEA y Cuyo y hacia el nivel educativo Alto, donde alcanza el 69%.
- Respecto a los **atributos de confianza**, Profesionalismo es el que presenta el mayor nivel de importancia: 76,7% y el mayor grado de cumplimiento: 53,6%. El atributo menos importante y con menor cumplimiento es Cercanía (con el 60,3% y el 27,7%, respectivamente).
- Credibilidad y Transparencia también son dos atributos que obtienen buena performance para el INDEC en la matriz de importancia y desempeño (cumplimiento).
- En cambio, la mayor diferencia entre los promedios de cumplimiento e importancia del atributo se presenta en “Autonomía con respecto al Gobierno Nacional” (7,9 de importancia vs. 6,0 de cumplimiento). Un aspecto a trabajar, sin dudas, ya que se considera un atributo con una importancia alta la cual no se corresponde con el nivel del cumplimiento.

# CONCLUSIONES

- Es importante para este estudio resaltar que la **imagen del INDEC** asciende a 72,9% en las categorías positivas. Este porcentaje aumenta hacia el segmento etario de 30 a 44 años, la región Cuyo y el nivel educativo alto
- Los atributos de imagen que presentan los mayores niveles de cumplimiento son: Importante para el país (74,5%) y Útil (61,4%). Las más débiles performances (porcentaje de cumplimiento bajo) las obtienen Claro en su información (15,4%) y Ágil (15,3%).
- De los promedios obtenidos, el atributo Importante para el país surge como el de mejor performance (8,2), mientras que los atributos Ágil y Moderno (6,6, respectivamente) presentan los promedios más bajos.
- Al mencionarle al entrevistado **tres frases vinculadas a la percepción que se tiene del organismo**, la que obtiene mayor nivel de acuerdo es la que indica que la institución es muy necesaria para el país, como demarcador del rumbo de la economía, obteniendo el 86,8%.  
Le sigue a corta distancia, también con un alto nivel de acuerdo, la frase referida al INDEC como un “termómetro del país”, con el 82,2%.
- Con un muy bajo nivel de acuerdo (26,1%) se ubica, por último, la idea respecto a que el INDEC difunde datos que “no le interesan a nadie”.
- Cuando se les preguntó a los entrevistados si han percibido **cambios en el INDEC en los últimos 2 años**, más de la mitad de la muestra ha manifestado que sí, con un 44,5% de “Sí, para mejor” y solo un 12,4% de “Sí, para peor”. El 43,1% ha manifestado que no ha habido variaciones.
- En cuanto a cambios en la **transparencia**, un 47,7% ha afirmado que “Sí, hay mayor transparencia”, mientras que un 9,8% ha declarado “Sí, hay menor transparencia”.
- Luego, se ha dado paso a la percepción de cambios en cuanto a la **Comunicación y Profesionalismo** del organismo: Un 45,6% afirmó que “Sí, hay más comunicación”, mientras que un 11,5% declaró que “Sí, hay menos comunicación”. Por último, el 42,2% de la muestra afirma que hay más profesionalismo y solo el 8,3% que hay menos.
- Vinculados a los cambios en el INDEC y su correlato en la confianza hacia la institución, se han presentado **3 frases vinculadas a la confianza en los datos** que imparte el organismo. La que presentó el mayor nivel de acuerdo (71,5%) fue la que reivindica el trabajo del INDEC en esta gestión “Después de tantos años de ocultamiento y distorsión de la realidad el INDEC por fin funciona como corresponde.”
- Se destaca, no obstante, el elevado nivel de acuerdo con la idea de que “Todos los gobiernos manipulan datos mediante el INDEC” con el 67,7%.
- Finalmente, una señal de alerta: un 43% cree que haga lo que haga el INDEC ya no es creíble. Con la salvedad de un 34% que está en total desacuerdo con esa idea.

- El **nivel de satisfacción del público en general con el trabajo del INDEC** es muy bueno: más de la mitad de la muestra analizada se encuentra satisfecha o muy satisfecha (53,5%).
- En especial se destacan sobre el promedio del TTB los mayores de 60 años, los residentes en NEA y las personas de nivel educativo alto.
- El 19,2% de los entrevistados han realizado alguna **consulta de datos al INDEC** (presencialmente, a través de la página, etc.), de éstos sobresalen los targets de residentes de NOA, NEA y Cuyo y, por sobre todo, los individuos de nivel educacional alto (38,7%)
- Especialmente se consulta información económica (58,8%), seguida de información social (33,2%). Un escalón por debajo se encuentra la consulta de temas demográficos (18,0%)
- El principal **canal difusión y modalidad de acceso a la información estadística del INDEC utilizada** es, por lejos, el sitio web del INDEC, alcanzando el 80%. Por otro lado, la gran mayoría de quienes consultan encuentran aquello que buscaban (83,1%).
- Para aquellos que buscaron información, el **nivel de satisfacción con el contacto** es considerable: 7 de cada 10 se encuentran satisfechos. Los universos objetivos destacados con respecto a ese valor son los hombres, los de edades intermedias, quienes viven en AMBA, NEA o Cuyo y los de nivel educativo superior.
- Los **tipos de información o contenidos que produce el INDEC que más interés despiertan en los entrevistados** son los vinculados a las dimensiones social y económica.
- El mejor promedio lo obtiene el set de información social, que se ubica en 8,4. Le sigue en importancia la media que obtiene la información económica: 8,1. Por debajo se encuentran en el ranking de interés los datos demográficos, institucionales y territoriales (obtienen entre el 7,5 y el 7,0 de puntaje promedio) y finalmente, cierra la lista la información metodológica, la cual obtiene el promedio de 6,8.
- Respecto a los **medios por los que se enteran habitualmente de los datos que produce y difunde el INDEC**, el mayormente mencionado es la televisión (80%), en particular las personas mayores de 60 años.
- En segundo término (50 puntos porcentuales por debajo) se encuentra la radio (30,8%), también con targets destacados a los mayores de 45 años.
- Las redes sociales se posicionan en tercer lugar (22,7%), las cuales en especial son utilizadas por los jóvenes hasta 29 años.
- Los diarios online (19,5%) se ubican en 4to lugar, especialmente impulsados por los hombres y las personas de edades intermedias (30 a 44 años).



---

**Buenos Aires,  
Septiembre de 2019**

---

