







INSTITUTO NACIONAL DE LENGUAS INDÍGENAS

REPORTE DE RESULTADOS

ESTUDIO CUANTITATIVO DE EVALUACIÓN DE CAMPAÑA

"POST-TEST"

Mayo 2015



Objetivos



Objetivo General:

Evaluar la pertinencia y/o efectividad de la campaña "Diversidad Lingüística" versión "Día internacional de la lengua materna 2015", así como el posicionamiento de la imagen institucional.

Objetivos Específicos:

- Valorar la efectividad de los medios de comunicación utilizados.
 Constatar la adecuación del contenido, la claridad, la credibilidad y las posibilidades de identificación de los mensajes institucionales.
 Corroborar el grado de penetración, alcance y recordación de los mensajes de las campañas en las poblaciones objetivo.
- Evaluación de la comunicación institucional, identificación con el mensaje, verificación de la claridad de los mensajes transmitidos y principales mensajes comunicados.
- Cuáles son los atributos que se identifican o con los cuales se reconoce al INALI.



Metodología



Tipo de entrevista:	Entrevistas cara a cara a papel en puntos de afluencia
Público objetivo:	Mujeres y hombres mayores de 19 a 64 años de niveles socioeconómicos C+, C, C-, D
Tamaño y distribución de la muestra:	400 entrevistas efectivas
Margen de error:	En el 95% de confianza y bajo el supuesto de un muestreo aleatorio simple y para una proporción de valor 0.5 el margen de error teórico es ± 4.90%.
Fecha de levantamiento:	30-31 de mayo y 1ero de junio de 2015
Personal a cargo:	Director de Proyecto: Saraí Escobar Líder de Proyecto: Alonso Contreras







Uso de medios específicos











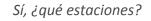


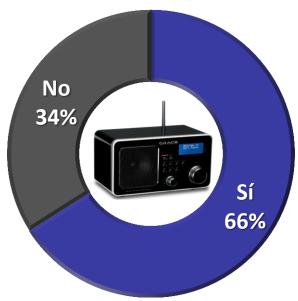


Uso de radio



¿Escucha Radio por lo menos 1 vez a la semana?





Rase	total	I. 400	entrevistas

Primera mención	
92.9 "La Ke Buena"	12%
98.7 "EXA"	11%
107.3 "La Z"	8%
93.3 "La jefa"	7%
101.3 "LIKE"	6%
1010 AM "Ke Buena"	5%
Otras menciones (<5%)	51%

Base Sí escuchan la radio (CÓD: 1 en P1): 265 entrevistas

*Total menciones		
92.9 "La Ke Buena"	17%	
98.7 "EXA"	14%	
93.3 "La jefa"	9%	
107.3 "La Z"	9%	
1010 AM "Ke Buena"	8%	
101.3 "LIKE"	7%	
92.5	7%	
1130 AM "Radio Centro"	7%	
92.5 "Ultra"	7%	
103.3	7%	
Otras menciones (<7%)	65%	

Base Sí escuchan la radio (CÓD: 1 en P1): 265 entrevistas

^{*}Respuesta múltiple, no suma 100%. Se enlistan sólo las principales menciones

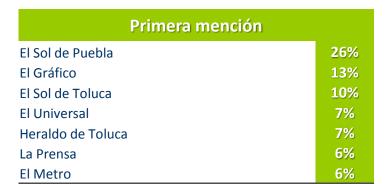


Lectura de periódicos impresos



25%

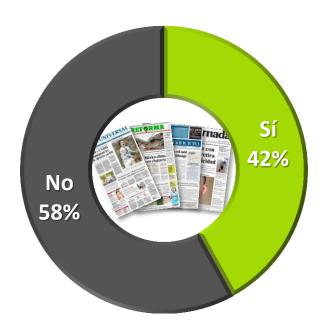
¿Usted acostumbra leer periódicos impresos?



Sí, ¿cuáles?

Base Sí lee periódicos impresos (CÓD: 1 en P2): 166 entrevistas

Otras menciones (<6%)



Base total: 400 entrevistas

*Total menciones	
El Sol de Puebla	27%
El Gráfico	16%
El Sol de Toluca	11%
El Universal	9%
Heraldo de Toluca	7%
El Metro	7%
La Prensa	6%
Síntesis	6%
Otras menciones (<6%)	32%

Base Sí lee periódicos impresos (CÓD: 1 en P2): 166 entrevistas

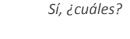
^{*}Respuesta múltiple, no suma 100%. Se enlistan sólo las principales menciones

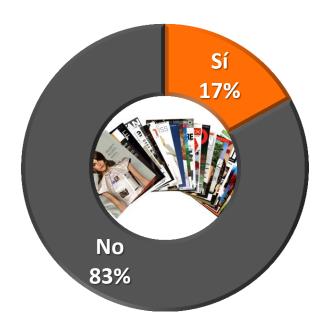


Lectura de revistas



Ahora dígame, ¿usted acostumbra leer revistas?





Primera mención	
TV Notas	30%
TV Novelas	16%
Mi escaparate!	16%
Hola	12%
Muy interesante	6%
Puebla Dos 22	4%
Ambiance	4%
Otras menciones (<4%)	12%

Base Sí lee revistas (CÓD: 1 en P3): 69 entrevistas

*Total menciones	
TV Notas	38%
TV Novelas	29%
Mi escaparate!	17%
Hola	14%
Puebla Dos 22	10%
Ambiance	7%
Muy interesante	6%
National Geographic	4%
Otras menciones (<4%)	11%

Base Sí lee revistas (CÓD: 1 en P3): 69 entrevistas

Base total: 400 entrevistas

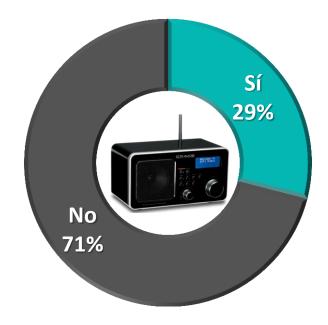
^{*}Respuesta múltiple, no suma 100%. Se enlistan sólo las principales menciones



Escucha anuncios en radio



P4. ¿Acostumbra a escuchar los anuncios en **Radio**?



Base total: 400 entrevistas

Sí, ¿cuáles?

Primera mención		
De la Comercial Mexicana	18%	
De partidos políticos	14%	
Coca-Cola	11%	
De Aurrera	8%	
Programas de TV	7%	
Productos de belleza	4%	
Restaurantes	4%	
Conciertos	4%	
Películas	4%	
Plaza Satélite	4%	
Otras menciones (<4%)	22%	

Base Sí escucha anuncios en radio (CÓD: 1 en P4): 114 entrevistas

*Total menciones	
De la Comercial Mexicana	20%
De partidos políticos	16%
Coca-Cola	12%
De Aurrera	9%
Programas de TV	8%
Películas	5%
Otras menciones (<4%)	68%

Base Sí escucha anuncios en radio (CÓD: 1 en P4): 114 entrevistas

^{*}Respuesta múltiple, no suma 100%. Se enlistan sólo las principales menciones

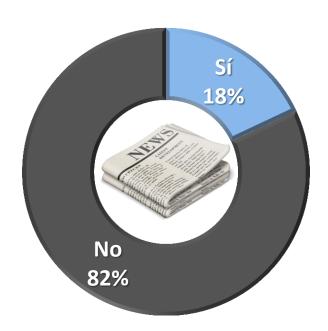


Ve anuncios en periódicos impresos



¿Usted acostumbra ver o leer los anuncios en **periódicos impresos**?





Primera mención		
Empleos	37%	
Automóviles	26%	
Casas	10%	
Venta de ropa	4%	
Venta de electrodomésticos	4%	
Trabajos y servicios	3%	
Comida rápida	3%	
Venta de muebles	3%	
Productos deportivos	3%	
Otras menciones (<3%)	7%	

Base Sí ve anuncios en periódicos impresos (CÓD: 1 en P5): 73 entrevistas

*Total menciones		
Empleos	45%	
Automóviles	32%	
Casas	15%	
Venta de ropa	5%	
Venta de electrodomésticos	4%	
De personas desaparecidas	4%	
Productos deportivos	4%	
Otras menciones (<4%)	23%	

Base Sí ve anuncios en periódicos impresos (CÓD: 1 en P5): 73 entrevistas *Respuesta múltiple, no suma 100%. Se enlistan sólo las principales menciones

Base total: 400 entrevistas

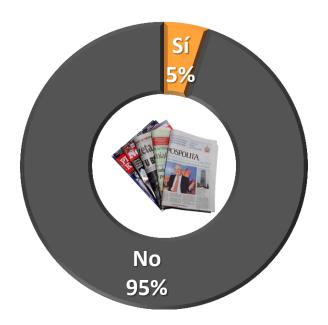


Ve anuncios en revistas



¿Usted acostumbra ver o leer los anuncios en revistas?

Sí, ¿cómo cuáles?



Primera mención	
Productos de belleza	14%
Andrea	14%
Venta de ropa	14%
Noticias	14%
Horóscopos	10%
Otras menciones (<10%)	34%

Base Sí ve anuncios en revistas (CÓD: 1 en P6): 21 entrevistas

*Total menciones	
Productos de belleza	19%
Andrea	14%
Venta de ropa	14%
Noticias	14%
Horóscopos	10%
Otras menciones (<10%)	40%

Base Sí ve anuncios en revistas (CÓD: 1 en P6): 21 entrevistas

Base total: 400 entrevistas

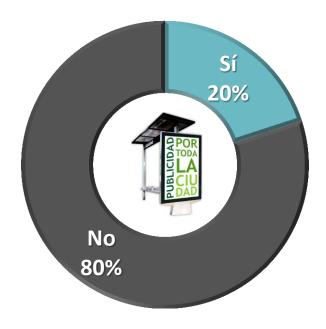
^{*}Respuesta múltiple, no suma 100%. Se enlistan sólo las principales menciones



Ve anuncios en exteriores



Ahora dígame, ¿acostumbra a ver o leer anuncios exhibidos en parabuses, puestos de periódicos, metro, metrobús o tren suburbano?



Base total: 400 entrevistas

Sí, ¿cómo cuáles?

Primera mención	
Películas	22%
Restaurantes	7%
Partidos políticos	7%
Productos en oferta	7%
Medicinas	6%
Productos Lala	6%
Publicación de revistas	5%
Cursos educativos	5%
Otras menciones (<5%)	35%

Base Sí ve anuncios en exteriores (CÓD: 1 en P7): 81 entrevistas

*Total menciones	
Películas	22%
Productos en oferta	10%
Partidos políticos	9%
Restaurantes	7%
Cursos educativos	7%
Productos Lala	6%
Medicinas	6%
Publicación de revistas	5%
Otras menciones (<5%)	38%

Base Sí ve anuncios en exteriores (CÓD: 1 en P7): 81 entrevistas

^{*}Respuesta múltiple, no suma 100%. Se enlistan sólo las principales menciones



Resumen: Medios más utilizados













Recordación espontánea: Gobierno Federal MÉXICO

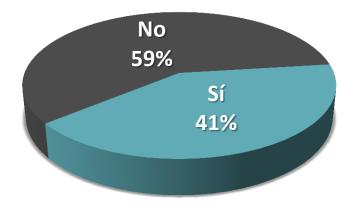
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA



Recordación espontánea – Anuncios del gobierno federal



En los últimos 3 meses, ¿recuerda algún anuncio o campaña publicitaria del Gobierno de la República?



Base total: 400 entrevistas

Lo que recuerda de la publicidad

Primera mención	
PROSPERA	13%
Sin hambre	11%
Apoya al campo	10%
60 y más	8%
Apoyo de despensas	8%
Apoyos escolares / becas	7%
Otras menciones (<6%)	37%

*Total menciones	
PROSPERA	12%
Apoya al campo	11%
Sin hambre	10%
Apoyos escolares / becas	9%
Apoyo de despensas	8%
60 y más	7%
Mover a México	6%
Cobijando a México	5%
Apoyo económico	4%
Personas indígenas con artesanías	3%
Otras menciones (<3%)	33%

Base Sí recuerda un anuncio del gobierno federal: 165 entrevistas

^{*}Respuesta múltiple, no suma 100%. Se enlistan sólo las principales menciones



A quién pertenecía el anuncio / Dónde lo vio



¿Recuerda de qué dependencia o institución de gobierno se trataba?

	Primera mención	
SEDESOL		38%
SAGARPA		11%
SEP		8%
SEGOB		4%
SE		3%
SEDENA		3%
SHCP		3%
	Otras menciones (<3%)	11%
	Ns/Nc	19%

Base Sí recuerda un anuncio del gobierno federal: 165 entrevistas

*Tc	otal mencio	nes
SEDESOL		40%
SAGARPA		12%
SEP		11%
SEGOB		4%
SHCP		3%
SE		3%
SEDENA		3%
INE		2%
Otras me	enciones (<2%)	3%
	Ns/Nc	19%

^{*}Respuesta múltiple, no suma 100%. Se enlistan sólo las principales menciones

¿Y en qué medios recuerda haber visto, leído o escuchado esos anuncios?

Primera mención	
Televisión	68%
Radio	6%
Internet	5%
Espectaculares	4%
Periódicos impresos	2%
Casetas telefónicas	1%
Parabuses	1%
Cine	1%
Otras menciones (<1%)	5%
Ns/Nc	7%

Base Sí recuerda un anuncio del gobierno federal: 165 entrevistas

*Total menciones	
Televisión	70%
Internet	12%
Radio	9%
Periódicos impresos	7%
Espectaculares	4%
Parabuses	1%
Casetas telefónicas	1%
Cine	1%
Puestos de periódicos	1%
Otras menciones (<1%)	5%
Ns/Nc	7%

^{*}Respuesta múltiple, no suma 100%. Se enlistan sólo las principales menciones







Recordación espontánea:

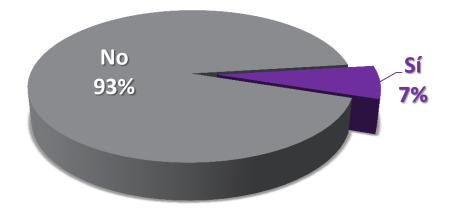
Lenguas maternas o el día internacional de la lengua materna



Recordación espontánea – Tema "Lenguas maternas o el día internacional de la lengua materna"



¿Recuerda haber escuchado o visto en televisión, radio, periódicos impresos o electrónicos, revistas, parabuses, metro o internet anuncios de una dependencia de gobierno, sobre LAS LENGUAS MATERNAS O EL DÍA INTERNACIONAL DE LA LENGUA MATERNA?



Base total: 400 entrevistas

¿Qué es lo que recuerda de esa publicidad? ¿Qué se veía? ¿Qué se decía? ¿Algo más?

Primera mención	
21 de febrero se festejan las lenguas maternas	32%
Que hablan en lengua indígena	25%
Las lenguas maternas son importantes	14%
Mujer vestida de indígena	11%
Que se hablan muchas lenguas en el país	7%
Otras menciones (<7%)	8%
Ns/Nc	3%

*Total menciones	
21 de febrero se festejan las lenguas maternas	36%
Que hablan en lengua indígena	25%
Las lenguas maternas son importantes	14%
Mujer vestida de indígena	11%
Que se hablan muchas lenguas en el país	7%
Otras menciones (<7%)	8%
Ns/Nc	3%

^{*}Respuesta múltiple, no suma 100%. Se enlistan sólo las principales menciones

Base Sí han escuchado o visto algo relacionado a "Las lenguas maternas o el día internacional de la lengua materna" (CÓD: 1 en P11): 28 entrevistas



Qué comunicaba / A quién pertenecía el anuncio



¿Qué era lo que trataba de comunicar este anuncio?

Lo que comunicaba el anuncio	
Deben preservar la lengua	25%
Importancia que tienen las lenguas indígenas	18%
Esas lenguas se están extinguiendo	11%
Saber una lengua materna es importante	11%
Otras menciones (<11%)	28%
Ns/Nc	7%

Base Sí han escuchado o visto algo relacionado a "Lenguas maternas o el día internacional de la lengua materna" (CÓD: 1 en P11): 28 entrevistas

¿Podría indicarme de qué dependencia del gobierno era el anuncio?

Dependencia de la que era el anuncio	
INE	14%
SEGOB	11%
inali	4%
SEDESOL	4%
SAGARPA	4%
Gobierno (Sin especificar)	4%
Ns/Nc	59%

Base Sí han escuchado o visto algo relacionado a "Lenguas maternas o el día internacional de la lengua materna" (CÓD: 1 en P11): 28 entrevistas







Recordación asistida:

Radio



Recordación en radio



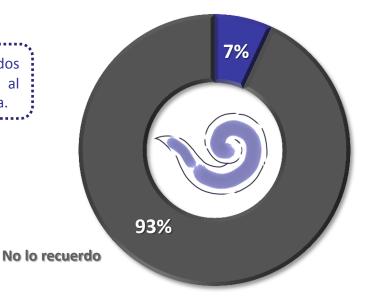
¿Recuerda usted haber escuchado un anuncio en RADIO de una Dependencia Federal, en el que se inicia con diferentes frases en lenguas indígenas e inmediatamente después la voz de una mujer pregunta... ¿lo ha escuchado?

Anuncio en radio

"¿Sabes dónde vive México?"... Y un hombre responde: "Vive en la diversidad de culturas, en su gente y en el amor a sus lenguas". A continuación la misma mujer y el hombre dicen: "En nuestro país se hablan 68 lenguas indígenas. Conocerlas y hablarlas es fortalecer nuestra identidad como mexicanos".

Sí lo recuerdo

66% de los entrevistados suele escuchar la radio al menos una vez a la semana.







Qué comunicaba / Dependencia emisora del anuncio



¿Qué era lo que trataba de comunicar este anuncio?

Primera mención	
Importancia de lenguas	31%
Diversidad de culturas	27%
Importancia de la cultura	8%
Preservar la cultura	8%
Preservar dialectos	8%
Amor al dialecto	8%
Otras menciones (<8%)	10%

*Total menciones	
Importancia de lenguas	31%
Diversidad de culturas	27%
Preservar la cultura	12%
Preservar dialectos	12%
Importancia de la cultura	8%
Amor al dialecto	8%

^{*}Respuesta múltiple, no suma 100%. Se enlistan sólo las principales menciones

Base entrevistados que Sí recuerdan el anuncio del INALI en radio (CÓD: 1 en P15): 26 entrevistas

¿Podría indicarme de qué dependencia del gobierno era ese anuncio?

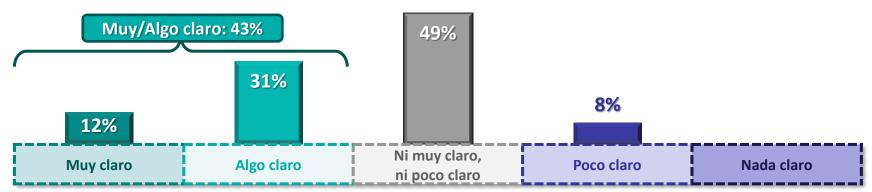
Dependencia de la que era el anuncio	
INE	12%
SE	8%
SEDESOL	8%
INI	4%
SEGOB	4%
INAH	4%
SEP	4%
Ns/Nc	56%



Claridad y agrado del anuncio en radio

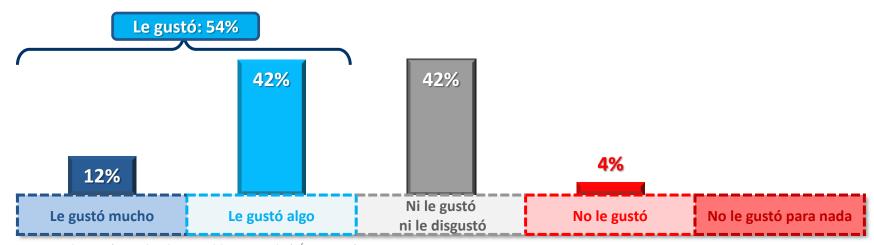


En términos generales, ¿qué tan CLARO le pareció este anuncio? ¿Diría usted que...



Base entrevistados que Sí recuerdan el anuncio del INALI en radio (CÓD: 1 en P15): 26 entrevistas

Me puede decir, ¿qué tanto le GUSTÓ o NO LE GUSTÓ este anuncio que recuerda haber visto? ¿Diría que...



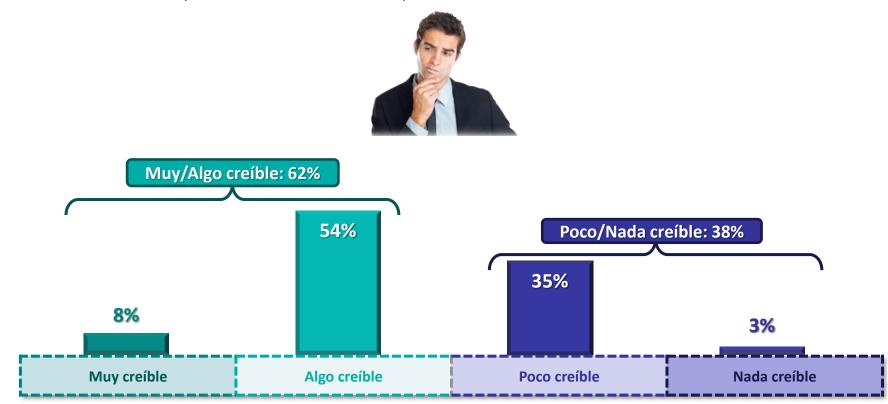
Base entrevistados que Sí recuerdan el anuncio del INALI en radio (CÓD: 1 en P15): 26 entrevistas



Credibilidad del anuncio en radio



¿Qué tan creíble considera que es este anuncio? ¿Diría usted que...



Base entrevistados que Sí recuerdan el anuncio del INALI en radio (CÓD: 1 en P15): 26 entrevistas







Recordación asistida:

Medios impresos y transporte público







Recordación en Medios impresos y transporte público



¿Recuerda usted haber visto la siguiente imagen en periódicos impresos, revistas, parabuses, puestos de periódicos, metro, metrobús o tren suburbano...?



Las lenguas indígenas son parte de nuestra identidad

En nuestro país se hablan 68 lenguas indígenas. Conocerlas y hablarlas es fortalecer nuestra identidad como mexicanos.

21 de febrero: Día Internacional de la Lengua Materna 2015



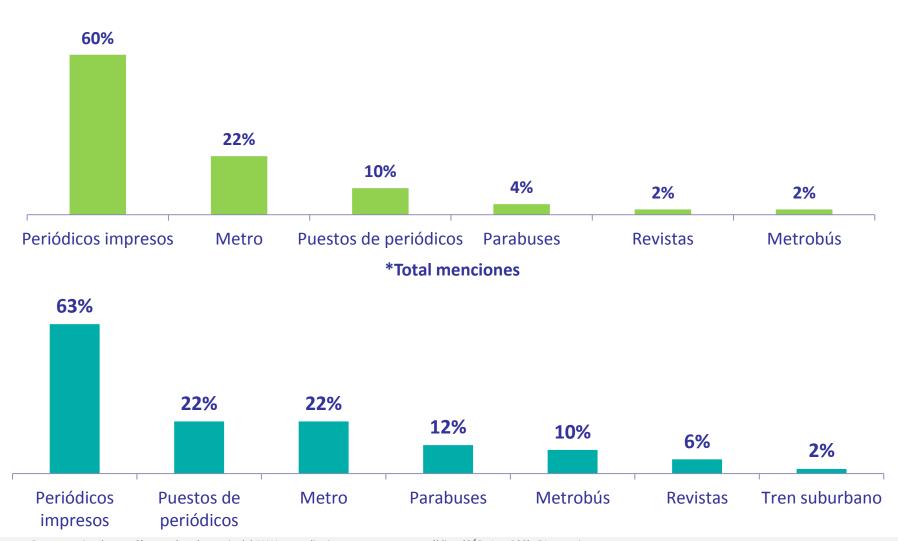


Medio en que vio el anuncio / Medios impresos y transporte público



¿En qué medio lo vio usted?







Qué comunicaba / Dependencia emisora Medios impresos y transporte público



¿Qué era lo que trataba de comunicar este anuncio?

Lo que comunicaba el anuncio	
Lenguas indígenas	34%
La cultura de México	14%
La pérdida de lenguas	12%
Importancia de las lenguas	12%
Identidad	8%
Hablando lenguas	8%
Conservar dialectos	4%
Conocimiento de lenguas	4%
Apoyo a indígenas	2%
Día internacional de lenguas	2%

Base entrevistados que Sí recuerdan el anuncio del INALI en medios impresos y transporte público (CÓD: 1 en P20): 51 entrevistas

¿Podría indicarme de qué dependencia del gobierno era ese anuncio?

Dependencia de la que era el anuncio	
INE	8%
innij	6%
IFE	2%
INI	2%
SEP	2%
SE	2%
Ns/Nc	78%

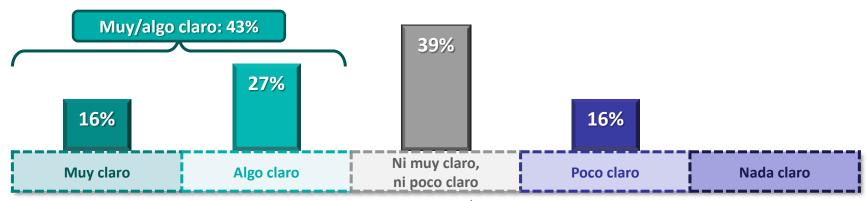
Base entrevistados que Sí recuerdan el anuncio del INALI en medios impresos y transporte público (CÓD: 1 en P20): 51 entrevistas



Claridad y agrado del anuncio en Medios impresos y transporte público

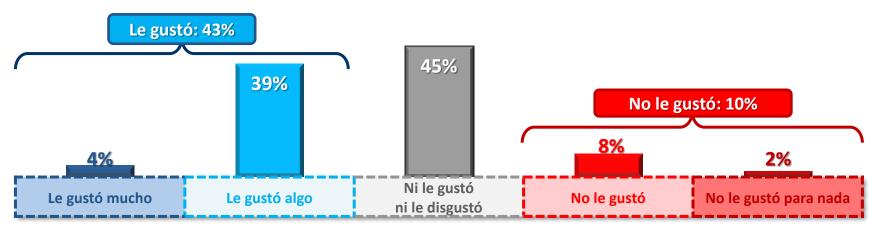


En términos generales, ¿qué tan CLARO le pareció este anuncio?



Base entrevistados que Sí recuerdan el anuncio del INALI en medios impresos y transporte público (CÓD: 1 en P20): 51 entrevistas

Me puede decir, ¿qué tanto le GUSTÓ o NO LE GUSTÓ este anuncio que recuerda haber visto? ¿Diría usted que...



Base entrevistados que Sí recuerdan el anuncio del INALI en medios impresos y transporte público (CÓD: 1 en P20): 51 entrevistas

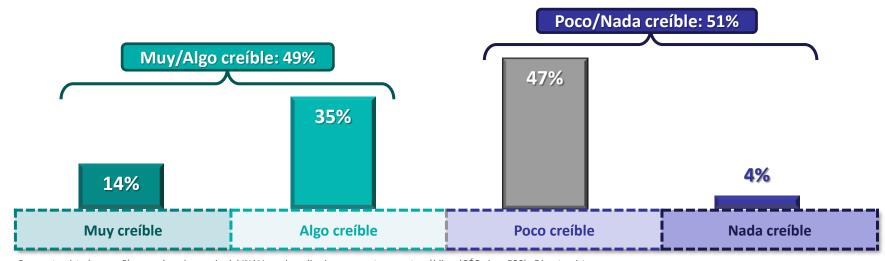


Credibilidad del anuncio en Medios impresos y transporte público



¿Qué tan creíble considera que es este anuncio? ¿Diría usted que...





Base entrevistados que Sí recuerdan el anuncio del INALI en el medios impresos y transporte público (CÓD: 1 en P20): 51 entrevistas







Las Lenguas indigenas son parte de nuestra identidad





INSTITUTO NACIONAL DE LENGUAS INDÍGENAS



Recordación acumulada en medios







Recordación de la campaña del INALI





Espontánea 11% (Base 42)

Asistida en todos lo medios 8% (Base 34)

Base recordación acumulada: 76

Se obtuvo una recordación total de la campaña del 19% de los entrevistados. Esto se logró al combinar las respuestas (espontánea y asistida) de quienes identificaron los anuncios sobre la campaña de comunicación del INALI. También se incluyó en la recordación acumulada a las personas que lograron identificar alguno de los fraseos o partes visuales de la campaña. Es importante aclarar que estas respuestas se toman como válidas por entrevistado evitando así que se dupliquen.









Conocimiento y percepción sobre el quehacer de la institución



Opinión e importancia de las lenguas indígenas



Me podría decir, ¿qué opinión tiene sobre las lenguas indígenas en nuestro país?

¿Qué tan importante considera la conservación, difusión y conocimiento de las lenguas indígenas en nuestro país?

Opinión sobre las lenguas indígenas Es cultura/ Conservar cultura 15% Son tradiciones de México 12% Me gustan las lenguas 10% La pérdida de identidad 7% Debemos enseñarlas y conservarlas 6% Nuestras raíces 6% Se olvidan las raíces 4% Son patrimonio del país 4% Son para que no se pierda la cultura 4% Otras menciones (<4%) 32%

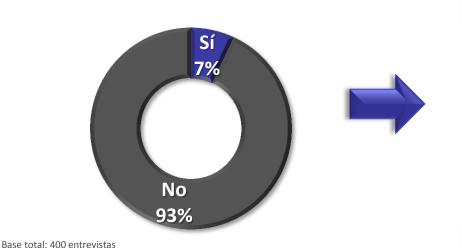
Importancia de la conservación, difusión y conocimiento de las lenguas indígenas	
Importante para conservar la cultura de México	23%
Muy importante para conservar las raíces	9%
Conservar la tradición indígena	7%
Importante porque es nuestra historia	6%
Poco importante ya que están perdiendo los dialectos	5%
Importante que no se extingan los dialectos	4%
Es conocimiento de México a través de sus lenguas	4%
Es orgullo	3%
Muy importante para hacer crecer la historia	3%
Otras menciones (<3%)	33%
Ns/Nc	3%



Conocimiento espontáneo de la institución



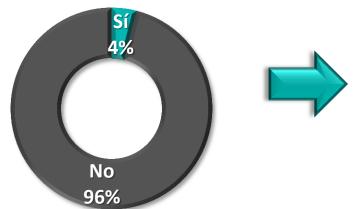
Usted sabe quién es responsable de proteger, promover y conservar el uso de las lenguas indígenas de México. ¿Sabe usted qué dependencia de gobierno es?



Sí, ¿cuál? 36% ENAH Escuela Nacional de Antropología e Historia 18% **INACI** 11% INAH 7% **SAGARPA** 4% INI 4% INAI 4% **SEP** 4% **SEDESOL** 4% INDF 4% Gobierno 4% Ns/Nc

Base entrevistados que Sí saben cual es el organismo (CÓD: 1 en P28): 28 entrevistas

Cuando necesita asesoría sobre la preservación y desarrollo de las lenguas indígenas que se hablan en el territorio nacional, el conocimiento y disfrute de la riqueza cultural de la Nación. ¿Sabe usted a qué dependencia de gobierno puede acudir?



Sí, ¿cuál?	
innli	28%
SEDESOL	18%
INI	18%
SAGARPA	12%
INAH	6%
SEP	6%
INDE	6%
Gobierno	6%

Base total: 400 entrevistas

Base entrevistados que Sí saben a qué dependencia acudir (CÓD: 1 en P29): 17 entrevistas

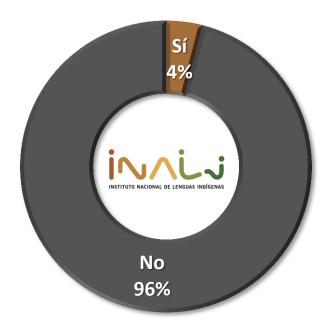


Conocimiento del INALI



La Dependencia responsable de generar políticas públicas para reconocer, proteger, preservar y desarrollar las lenguas indígenas nacionales, así como fomentar su uso en todos los espacios públicos es el Instituto Nacional de Lenguas Indígenas (INALI). Antes de esta entrevista, ¿había oído hablar ya de esta Institución?

¿A través de qué medio se enteró del INALI?



Medio por el que se enteró del INALI	
Televisión	35%
Recomendación de alguna persona	29%
Periódicos	18%
Internet	12%
Radio	6%

Base entrevistados que Sí escucharon hablar del INALI(CÓD: 1 en P30): 17 entrevistas



Base total: 400 entrevistas



Opinión del INALI



De acuerdo a su opinión y tomando en cuenta una escala del 1 al 10, donde 1 es "Pésimo" y 10 "Excelente", ¿qué calificación le daría al trabajo realizado por el INALI?



"Pésimo" 1	2	3	4	5	6	7	8	9	"Excelente" 10	Promedio
		12%	4%	18%	18%	24%	12%		12%	6.3



Base entrevistados que Sí escucharon hablar del INALI (CÓD: 1 en P30): 17 entrevistas



Acciones que debe realizar el INALI



Con la información que cuenta ahora, dígame por favor, ¿qué acciones considera que debe realizar el INALI para fortalecer las lenguas indígenas en nuestro país?

Primera mención				
Dar clases en escuelas	20%			
Más información	13%			
Mayor publicidad	11%			
Darse a conocer	11%			
Dar apoyo a las personas que lo hablan	8%			
Cursos para aprender	6%			
Difundir información en los medios	6%			
Generar campañas de alfabetización				
No le importa	4%			
Otras menciones (<4%)	17%			
Ns/Nc	1%			

*Total menciones	
Dar clases en escuelas	22%
Más información	13%
Mayor publicidad	12%
Darse a conocer	11%
Dar apoyo a las personas que lo hablan	8%
Cursos para aprender	7%
Difundir información en los medios	6%
Generar campañas de alfabetización	4%
No le importa	4%
Otras menciones (<4%)	21%
Ns/Nc	1%

^{*}Respuesta múltiple, no suma 100%. Se enlistan sólo las principales menciones



Qué información debe comunicar el INALI



Pensando en un futuro cercano, ¿qué información le gustaría recibir o conocer sobre el Instituto Nacional de Lenguas Indígenas (INALI)?

Primera mención				
Cursos informativos	12%			
Si tienen página en internet	12%			
Qué es lo que hacen para dar a conocer las lenguas				
Qué lenguas hay en México				
Todo sobre el instituto				
Programas para aprender las lenguas				
Si hay escuelas donde enseñan los dialectos				
En dónde están ubicados				
Otras menciones (<4%)				
Ninguna	6%			

*Total menciones	
Cursos informativos	13%
Si tienen página en internet	12%
Qué es lo que hacen para dar a conocer las lenguas	9%
Qué lenguas hay en México	7%
Todo sobre el instituto	6%
Programas para aprender las lenguas	6%
Si hay escuelas donde enseñan los dialectos	5%
Actividades y proyectos	4%
En dónde están ubicados	4%
Cuántas lenguas han rescatado	4%
Otras menciones (<4%)	35%
Ninguna	6%







Conclusiones



Conclusiones



- La **radio** es el medio más consumido por los entrevistados **(66%)**, seguido por los periódicos impresos (42%) y las revistas (17%).
- De manera <u>espontánea</u> el 7% de los entrevistados dijo recordar algo referente a una campaña sobre el "Lenguas maternas o el día internacional de la lengua materna". La principal idea que recordaron es que se trataba sobre el "21 de febrero se festejan las lenguas indígenas" con 32% de menciones. Dentro de las dependencias más asociadas a esos anuncios se encuentran el INE (14%), la SEGOB (11%) y el INALI (4%).
- Dentro de las principales dependencias asociadas como las emisoras de dicha publicidad, podemos encontrar a la Instituto Nacional Electoral (INE) con 14% de menciones, seguida de la Secretaría de Gobernación (SEGOB) (11%) y el <u>Instituto Nacional de Lenguas Indígenas</u> (INALI) (4%).
- En cuanto a la <u>recordación asistida</u>, los **medios impresos y transporte público** resultó ser el medio más exitoso de la publicidad emitida por el **INALI**, con una recordación del **13%**.
- El anuncio en radio fue el mejor calificado en cuanto a agrado (54%), aunque en términos generales los anuncios en ambos medios fueron calificados de forma positiva como agradables y claros.
- El anuncio en **medios impresos y transporte público** es el más asociado al **INALI** con un **6%** de menciones. Sin embargo, si sumamos las menciones junto a la <u>Secretaría de Educación Pública (SEP)</u>, estas se convierten en la primera mención.
- La recordación acumulada para la campaña del **INALI** fue del **19%**, esto tomando en cuenta las menciones espontáneas y asistidas.



Conclusiones



- El 11% de los entrevistados mencionaron haber escuchado hablar del INALI antes de la entrevista.
- 66% de los entrevistados que dijeron haber escuchado de la institución antes de la entrevista, otorgaron una calificación **aprobatoria** al desempeño actual del **INALI**, obteniendo una calificación promedio de 6.3.







Recomendaciones



Recomendaciones



- La campaña de comunicación sobre la "Diversidad Lingüística" versión "Día internacional de la lengua materna 2015", obtuvo un buen nivel de recordación y aceptación entre la población objetivo. No obstante, existen áreas de oportunidad en cuanto a la asociación de la campaña hacia el INALI, toda vez que, en gran medida, la población entrevistada relacionó la campaña con otras dependencias como SEDESOL, SAGARPA o SEGOB.
- Se ha identificado que la televisión en todos los estratos es el medio más utilizado, por lo que los tiempos oficiales son de vital importancia para lograr que la dependencia tenga un mayor alcance. Se recomienda sin duda, poder contar con tiempos oficiales en televisión puesto que la exposición es mayor y ayudaría a tener una mayor recordación por parte del público objetivo.
- Se recomienda, además, realizar un estudio pre-test que permita medir la efectividad del arte o estímulo que se pretende comunicar. El éxito de una campaña de comunicación sin duda depende en gran medida de que el público objetivo se sienta identificado y entienda con claridad el mensaje que se intenta transmitir.
- A partir de los datos obtenidos en este estudio o a través de un nuevo estudio para identificar el uso de medios, se recomienda elegir las estaciones de radio y medios impresos en función al consumo de nuestro público objetivo y de forma que los esfuerzos de comunicación estén mejor dirigidos.
- El internet es donde se encuentra una buena oportunidad para comunicar los mensajes, ya que en parte de los medios o actividades que los entrevistados dijeron necesitar conocer de la dependencia es la existencia de su página de internet. En ese sentido, se recomienda hacer un mayor uso de esta herramienta, donde, además, se encuentran beneficios como un menor costo comparado con otros medios de comunicación.







Demográficos



Demográficos





	Edad			
21%	7%	20%	5	
	22%	309	/6	
■ 19 a 24 años	24 a 3	5 años	■ 36 a 45 años	
■ 46 a 55 años	■ 56 a 6	64 años		

Estado Civil				
Casado (a)	48%			
Soltero (a)	25%			
Divorciado (a)	5%			
Unión Libre	19%			
Viudo (a)	2%			
Ns/Nc	1%			

Escolaridad				
Primaria	6%			
Secundaria	43%			
Carrera comercial	9%			
Carrera técnica	6%			
Preparatoria	32%			
Universidad	3%			
Ninguno	1%			

NSE				
C+	12%			
С	27%			
C-	27%			
D+	34%			

Base mujeres: 468 entrevistas



Demográficos





Edad				
20%	12% 21 9	25%		
■ 19 a 24 años	■ 24 a 35 años	■ 36 a 45 años		
■ 46 a 55 años	■ 56 a 64 años			

Estado Civil				
Casado (a)	53%			
Soltero (a)	25 %			
Divorciado (a)	3%			
Unión Libre	12 %			
Viudo (a)	7 %			

Escolaridad				
Primaria	9%			
Secundaria	30%			
Carrera comercial	11%			
Carrera técnica	9%			
Preparatoria	33%			
Universidad	5%			
Posgrado	2%			
Ninguno	1%			

NSE	
C+	7 %
С	25%
C-	29%
D+	39%

Base hombres: 432 entrevistas









INSTITUTO NACIONAL DE LENGUAS INDÍGENAS

REPORTE DE RESULTADOS

ESTUDIO CUANTITATIVO DE EVALUACIÓN DE CAMPAÑA

"POST-TEST"

Mayo 2015