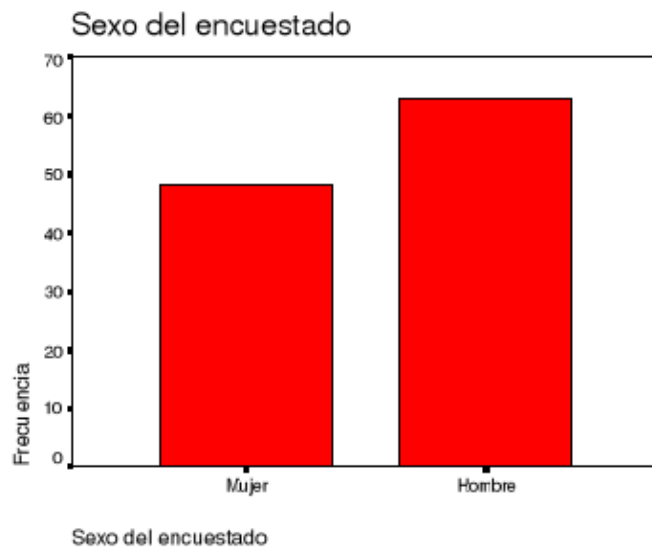


TRABAJO METODOS Y TECNICAS DE INVESTIGACION II

1 Sexo

Total	111	100.0	100.0	
Hombre	63	56.8	56.8	100.0
Mujer	48	43.2	43.2	43.2
V lidos				

Sexo del encuestado

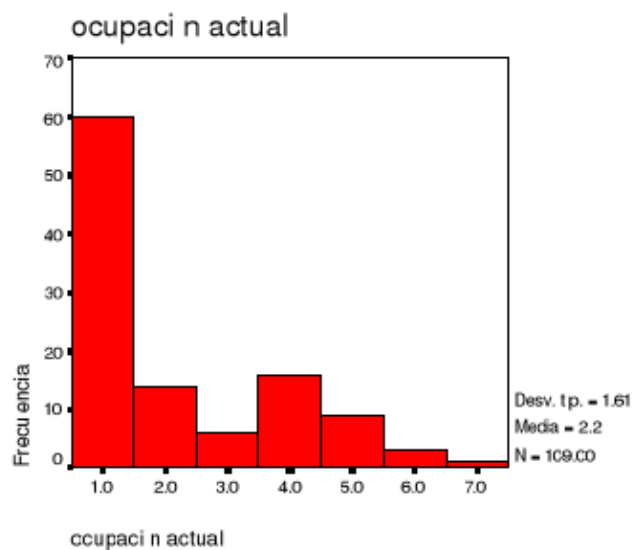


Comentario: No se podrán sacar conclusiones respecto al sexo ya que están medianamente compartidos los hombres con las mujeres habiendo si un poco mas de hombres.

2 Ocupación actual

Total	111	100.0		
Perdidos	2	1.8		
Sistema	109	98.2	100.0	
otro	1	.9	.9	100.0
due a de casa	3	2.7	2.8	99.1
jubilado	9	8.1	8.3	96.3
Estudia	16	14.4	14.7	88.1
trabaja y estudia	6	5.4	5.5	73.4
sin trabajo	14	12.6	12.8	67.9
V lidos				
con trabajo	60	54.1	55.0	55.0

ocupación actual



Comentario:

La mayoría absoluta (59,5%) de los encuestados trabajan.

Es necesario señalar que el porcentaje de cesantes obtenidos coincide plenamente con las tasas de desempleo a nivel nacional. (12.6%)

3) Horas de Trabajo.

M ximo	5.00
M nimo	1.00
Moda	2.00
Mediana	2.0000
Media	2.5714
Perdidos	48
N	63

Estad sticos

Total		111	100.0		
Perdidos	Sistema	48	43.2		
	Total	63	56.8	100.0	
	5.00	2	1.8	3.2	100.0
	4.00	6	5.4	9.5	96.8
	3.00	21	18.9	33.3	87.3
	2.00	31	27.9	49.2	54.0
V lidos	1.00	3	2.7	4.8	4.8

Horas de trabajo



Comentarios:

El universo se reduce en esta pregunta a solo 63 personas.

La casi totalidad de esos 63 encuestados, el 82,5% declara trabajar entre 6 y 11. (49% mas 33%)

Los extremos, esto es, menos de 6 horas y mas de 11, reciben tan sólo el 5 y el 13%

4. Hasta que curso estudio.

Total		111	100.0		
Perdidos	Sistema	2	1.8		
	Total	109	98.2	100.0	
	Universitaria Completa	10	9.0	9.2	100.0
	Universitaria Incompleta	13	11.7	11.9	90.8
	Profesional Completa	11	9.9	10.1	78.9
	Media Técnico				
	Profesional Incompleta	5	4.5	4.6	68.8
	Media Técnico				
	Humanista Completa	32	28.8	29.4	64.2
	Media Científico				
	Humanista Incompleta	11	9.9	10.1	34.9
	Media Científico				
	Básica Completa	12	10.8	11.0	24.8
		Frecuencia	Porcentaje	valido	acumulado
Validos	Básica Completa	15	13.5	Porcentaje	Porcentaje

Hasta que curso estudió o está estudiando



Comentario:

El porcentaje más alto se encuentra en el ítem educación media completa que equivale al 29,4% , el 70,6% restante se distribuye homogéneamente entre los demás ítems.

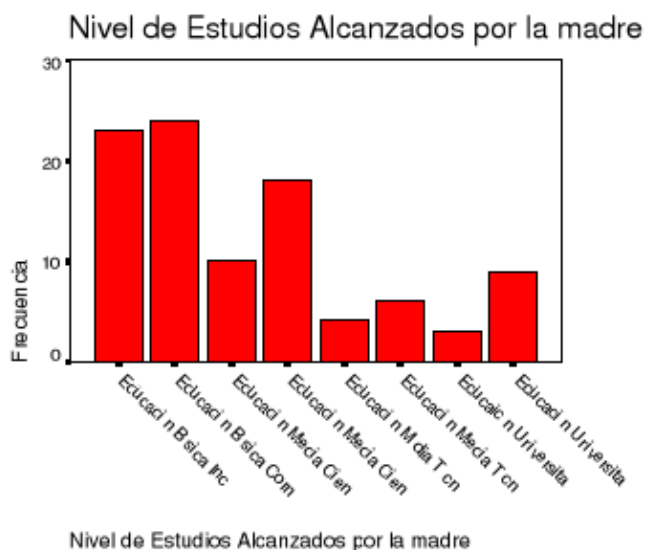
5. Hasta que curso estudió su madre.

Máximo	8
Mínimo	1
Moda	2
Mediana	3.00
Media	3.32
Perdidos	14
Nivel de Estudios Alcanzados por la madre	
N	97
Válidos	

Estadísticos

Total		111	100.0		
Perdidos	Sistema	14	12.6		
	Total	97	87.4	100.0	
	Completa	9	8.1	9.3	100.0
	Educación Universitaria				
	Incompleta	3	2.7	3.1	90.7
	Educación Universitaria				
	Profesional Completa	6	5.4	6.2	87.6
	Educación Media Técnico				
	Profesional Incompleta	4	3.6	4.1	81.4
	Educación Media Técnico				
	Completa				
	Científico Humanista	18	16.2	18.6	77.3
	Educación Media				
	Incompleta				
	Científico Humanista	10	9.0	10.3	58.8
	Educación Media				
	Completa	24	21.6	24.7	48.5
	Educación Básica				
	Incompleta				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
Válidos	Educación Básica	20	20.7	20.7	20.7

Nivel de Estudios Alcanzados por la madre



Comentario

Los grupos que más se destacan son los de educación básica completa e incompleta que en conjunto se llevan el 48,4 % repartiéndose entre ambos de manera muy pareja.

A mayor nivel educacional, menor la cantidad de individuos en la escala.

Otro aspecto importante es que, en todos los tipos de educación es mayor el porcentaje de los completa que el de los incompleta.

El nivel educacional de la madre es mucho menor que la generación posterior. (ver pregunta anterior)

6 Libros.

M ximo	5.00
M nimo	1.00
Desv. t p.	.6718
Moda	1.00
Mediana	1.0000
Media	1.1982
Perdidos	0
libros en el hogar	
N	111
V lidos	

Estad sticos

Total	111	100.0	100.0	
5.00	1	.9	.9	100.0
4.00	3	2.7	2.7	99.1
3.00	1	.9	.9	96.4
2.00	7	6.3	6.3	95.5
V lidos	1.00	99	89.2	89.2
			Porcentaje	Porcentaje

libros en el hogar



Comentario:

Casi la totalidad de los entrevistados tiene menos de 100 libros en su casa.

De aquí se puede extraer que, en general, se invierte bastante poco en el consumo de literatura.

7 Lo que ganan.

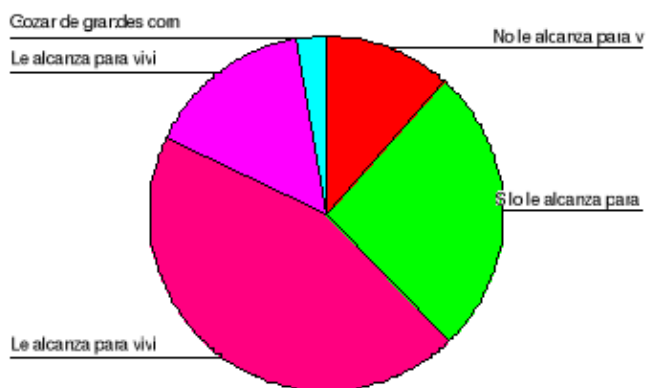
Moda	3
Mediana	3.00
Media	2.7
Perdidos	0
Considera con lo que gana	
N	111
V lidos	

Estadísticos

Total	111	100.0	100.0	
varias propiedades comodidades y tener	3	2.7	2.7	100.0
Gozar de grandes comodidades	17	15.3	15.3	97.3
gozar de grandes comodidades	49	44.1	44.1	82.0
Le alcanza para vivir y	29	26.1	26.1	37.8
comodidades gozar de ciertas	13	11.7	11.7	11.7
Le alcanza para vivir y				
S lo le alcanza para vivir				
V lidos				
No le alcanza para vivir				

Considera con lo que gana

Considera con lo que gana



Comentario:

Casi la mitad de los entrevistados, el 44%, declara vivir con ciertas comodidades. Es decir, mantienen una vida moderada.

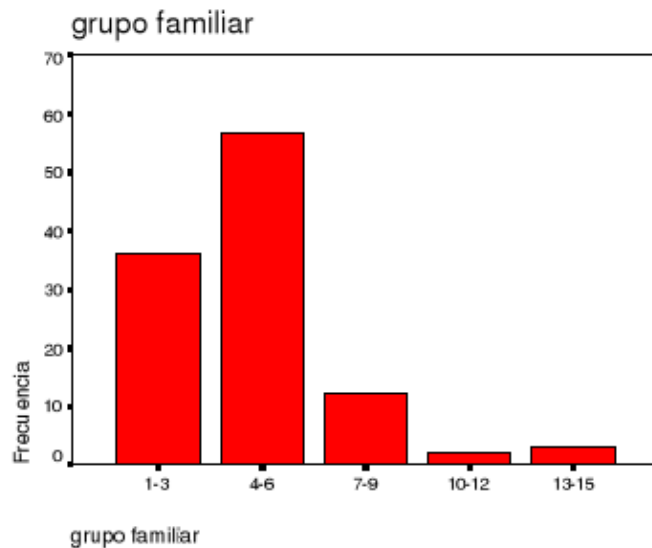
Respecto a los extremos, sin comodidades y con mas comodidades, hay que decir que se inclinan mucho mas a los niveles bajos que a los altos. (38% del primer grupo -1 y 2 en rigor- contra el 18% del segundo -4 y 5 en rigor)

Es importante comparar esta variable con la de la pregunta 27 sobre si está o no contento con su vida, en donde el 83% declaró estar contento. Es decir hay un grupo importante de personas que no teniendo comodidades se siente contento.

8) Grupo Familiar

Total		111	100.0		
Perdidos	Sistema	1	.9		
	Total	110	99.1	100.0	
	13-15	3	2.7	2.7	100.0
	10-12	2	1.8	1.8	97.3
	7-9	12	10.8	10.9	95.5
	4-6	57	51.4	51.8	84.5
		Frecuencia	Porcentaje	v.lido	acumulado
Válidos	1-3	36	32.4	Porcentaje	Porcentaje

grupo familiar



Comentario:

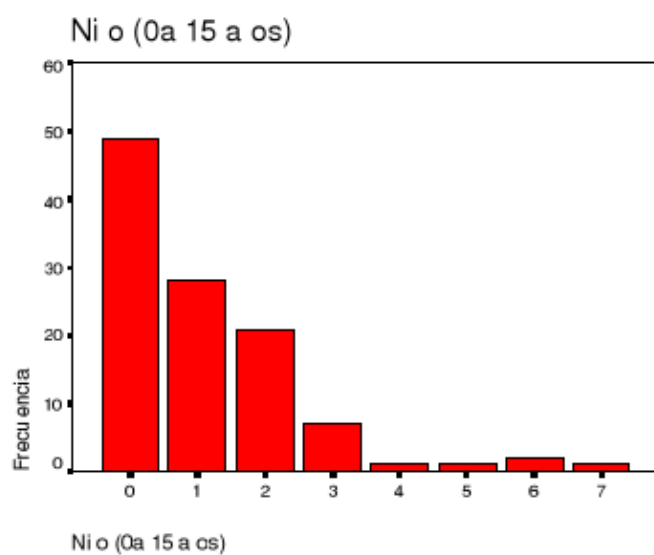
La mayoría de los hogares está compuesto de 4 a 6 miembros siendo importante también los grupos de 1 a 3 con casi 33% y el de 7 a 9 con un poco mas de 10%.

Grupos mayores a 9 personas, casi no figuran. 4,5%

a) Integrantes de 0 a15 años

Total		111	100.0		
Perdidos	Sistema	1	.9		
	Total	110	99.1	100.0	
	7	1	.9	.9	100.0
	6	2	1.8	1.8	99.1
	5	1	.9	.9	97.3
	4	1	.9	.9	96.4
	3	7	6.3	6.4	95.5
	2	21	18.9	19.1	89.1
	1	28	25.2	25.5	70.0
V lidos	0	49	44.1	Porcentaje	Porcentaje

Ni o (0a 15 a os)



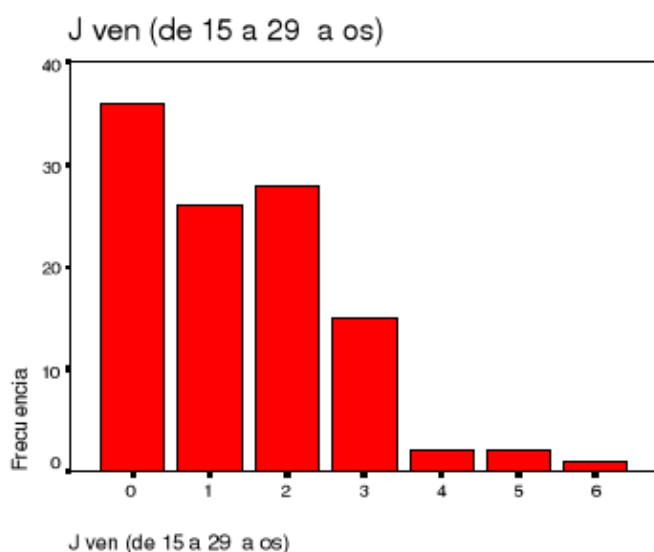
Comentario:

Se aprecia baja cantidad de niños ya que la inmensa mayoría de los hogares encuestados, casi el 90%, tienen 2 o menos niños.

b) Integrantes 15 a 29 años.

Total		111	100.0		
Perdidos	Sistema	1	.9		
	Total	110	99.1	100.0	
6		1	.9	.9	100.0
5		2	1.8	1.8	99.1
4		2	1.8	1.8	97.3
3		15	13.5	13.6	95.5
2		28	25.2	25.5	81.8
1		26	23.4	23.6	56.4
V lidos	0	36	32.4	Porcentaje	acumulado
				Porcentaje	Porcentaje

J ven (de 15 a 29 a os)



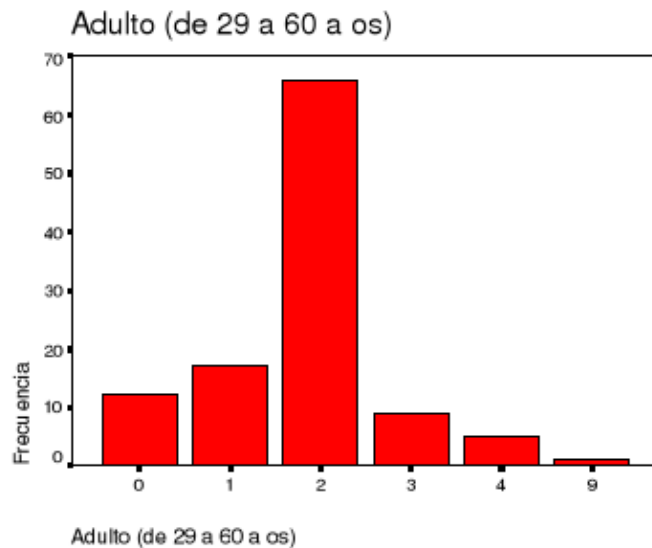
Comentario

La gran mayoría tiene dos o menos miembros de esta edad, y casi el 100% 3 o menos.

c) Integrantes 29 a 60 años.

Total		111	100.0		
Perdidos	Sistema	1	.9		
	Total	110	99.1	100.0	
9		1	.9	.9	100.0
4		5	4.5	4.5	99.1
3		9	8.1	8.2	94.6
2		66	59.5	60.0	86.4
1		17	15.3	15.5	26.4
V lidos	0	12	10.8	Porcentaje	acumulado
				Porcentaje	Porcentaje

Adulto (de 29 a 60 a os)



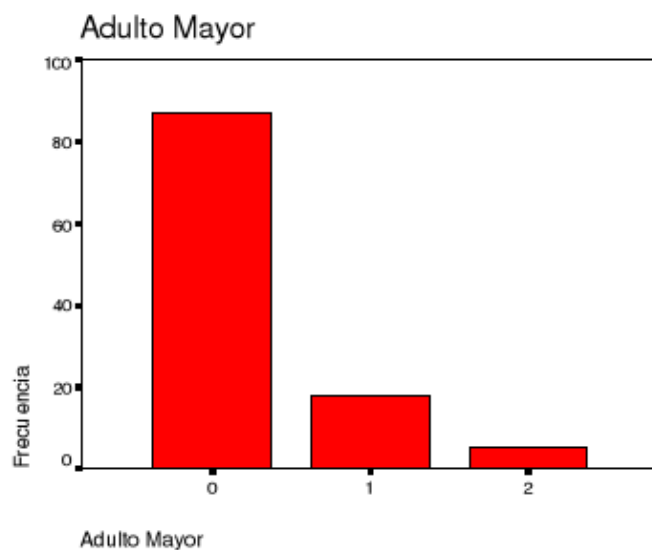
Comentario:

La gran mayoría de los hogares tiene dos integrantes de esta edad. Siendo los valores de 3 o más sumamente pocos.

d) Integrantes de 60 o mas años.

Total		111	100.0		
Perdidos	Sistema	1	.9		
	Total	110	99.1	100.0	
	2	5	4.5	4.5	100.0
	1	18	16.2	16.4	95.5
Válidos	0	87	78.4	Porcentaje	Porcentaje

Adulto Mayor



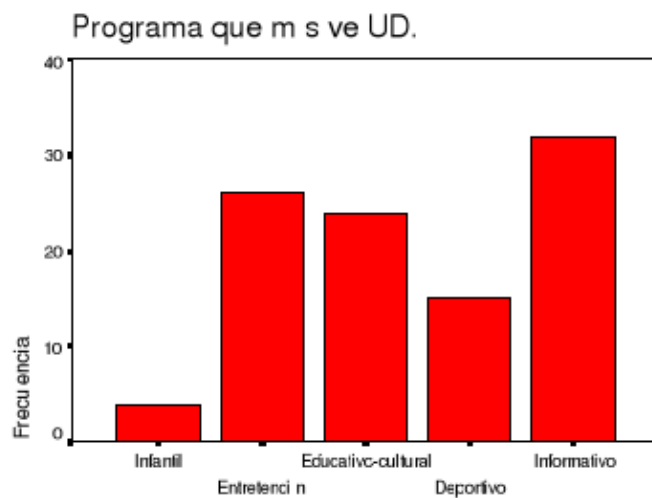
Comentario:

Sólo 1/5 de los hogares tienen adultos mayores dentro de los integrantes. (16,4% para el valor 1, tan sólo 4,5% con el valor 2 y 0 registros a 3 o mas integrantes adultos mayores.)

9) Tipo de programas

Total		111	100.0		
Perdidos	Sistema	10	9.0		
	Total	101	91.0	100.0	
	Informativo	32	28.8	31.7	100.0
	Deportivo	15	13.5	14.9	68.3
	Educativo-cultural	24	21.6	23.8	53.5
	Entretención	26	23.4	25.7	29.7
Válidos	Infantil	4	3.6	4.0	4.0

Programa que más ve UD.



Programa que más ve UD.

Comentario:

Hay clara tendencia a ver programas de entretenimiento y programas informativos, mientras que se tiende a ver poco de carácter educativo y cultura.

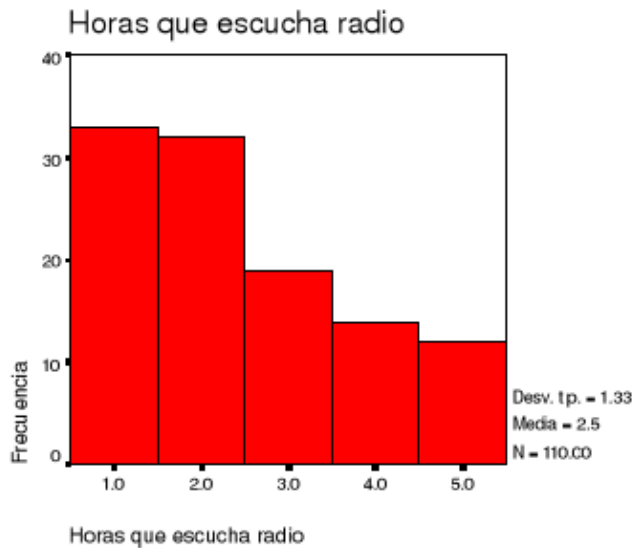
10) Radio

Máximo	5
Mínimo	1
Moda	1
Mediana	2.00
Media	2.45
Perdidos	1
N	110

Estadísticos

Total		111	100.0		
Perdidos	Sistema	1	.9		
	Total	110	99.1	100.0	
	menos de 6 horas	12	10.8	10.9	100.0
	entre 4 y 6 horas	14	12.6	12.7	89.1
	entre 2 y 4 horas	19	17.1	17.3	76.4
	entre 1 y 2 horas	32	28.8	29.1	59.1
	menos de un hora	33	29.7	30.0	30.0
Válidos					

Horas que escucha radio



Comentario:

La gran Mayoría, casi el 60%, escucha menos de dos horas diarias de radio, siendo la Moda menos de una hora.

(Ver pregunta 12)

11) Diario

Máximo	5
Mínimo	1
Moda	1
Mediana	2.00
Media	2.24
Perdidos	7
N	104

Estadísticos

Total		111	100.0		
Perdidos	Sistema	7	6.3		
	Total	104	93.7	100.0	
	1 Vez al Mes	9	8.1	8.7	100.0
	2 Veces al Mes	3	2.7	2.9	91.3
	Una Vez a la Semana	30	27.0	28.8	88.5
	Día por medio	24	21.6	23.1	59.6
Válidos	Todos los Días	38	34.2	36.5	36.5

Cuán a menudo lee el diario



Comentario:

El grupo mayor de los encuestados (34,2%) lee el diario todos los días, siendo importantes también los grupos que lo leen día por medio y una vez por semana ya que el 83% declara leerlo al menos una vez a la semana.

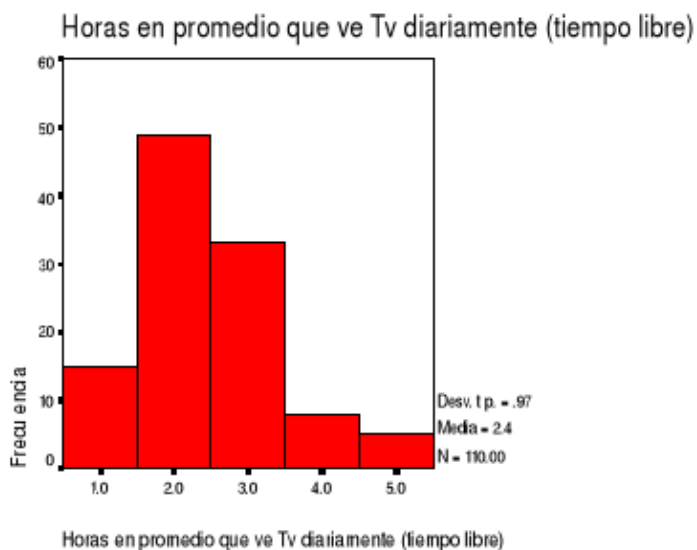
12. televisión

Máximo	5
Mínimo	1
Moda	2
Mediana	2.00
Media	2.45
Perdidos	1
N	110

Estadísticos

Total		111	100.0		
Perdidos	Sistema	1	.9		
	Total	110	99.1	100.0	
	Más de 6 horas	5	4.5	4.5	100.0
	Entre 4 y 6 horas	8	7.2	7.3	95.5
	Entre 2 y 4 horas	33	29.7	30.0	88.2
	Entre 1 y 2 horas	49	44.1	44.5	58.2
Válidos	Menos de 1 hora	15	13.5	13.6	13.6

Horas en promedio que ve Tv diariamente (tiempo libre)



Comentario

La gran mayoría de los encuestados ve televisión entre una y cuatro horas diarias. (casi el 75%)

Con esto vemos que, salvo el 13.5% de personas que declaró ver menos de una hora, el resto, es decir el 86.4% le da más prioridad a la televisión en relación a la radio, al internet y al deporte. (Ver comentarios a cada pregunta)

13) Internet

Error t p. de curtosis	.681
Curtosis	-.060
Error t p. de asimetría	.347
Asimetría	1.066
Desv. t p.	.85
Moda	1
Mediana	1.00
Media	1.62
Horas que destina en Promedio a Internet (diariamente)	64
N	47
Perdidos	
Válidos	

Estadísticos

Total		111	100.0		
Perdidos	Sistema	64	57.7		
	Total	47	42.3	100.0	
	Entre 4 y 6 horas	1	.9	2.1	100.0
	Entre 2 y 4 horas	8	7.2	17.0	97.9
	Entre 1 y 2 horas	10	9.0	21.3	80.9
		Frecuencia	Porcentaje	Válido	acumulado
Válidos	Menos de 1 hora	28	25.2	59.6	59.6
				Porcentaje	Porcentaje

Horas que destina en Promedio a Internet (diariamente)



Comentario:

Primero que nada, hay que señalar que más de la mitad no contesto la pregunta, por lo tanto no posee internet.

Dentro de los que si accesan a tal tecnología, hay que decir que su consumo es bajo en relación a variables como radio y televisión puesto que la mayoría lo ocupa menos de una hora al día.

Por último, hay que recalcar la relativa importancia de los grupos que consumen entre 1 y 4 horas. (casi el 40%)

14) Cine

Error t p. de curtosis	.46
Curtosis	12.541
Error t p. de asimetría	.233
Asimetría	3.013
Desv. t p.	1.22
Moda	0
Mediana	.00
Media	.70
Perdidos	3
Cuántas veces va al cine al mes	
N	108

Estadísticos

Total		111	100.0		
Perdidos	Sistema	3	2.7		
	Total	108	97.3	100.0	
8		1	.9	.9	100.0
5		1	.9	.9	99.1
4		2	1.8	1.9	98.1
3		4	3.6	3.7	96.3
2		7	6.3	6.5	92.6
1		29	26.1	26.9	86.1
Válidos	0	64	57.7	59.3	59.3
			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado

Cuántas veces va al cine al mes



Comentario:

Con un promedio de 0.7 idas al cine mensuales y una moda de 0 vez se concluye claramente que el consumo de cine es bajo entre los entrevistados.

Hay que resaltar también lo bajísimo que es el porcentaje de personas que van mas de una vez al cine: Alrededor del 14%.

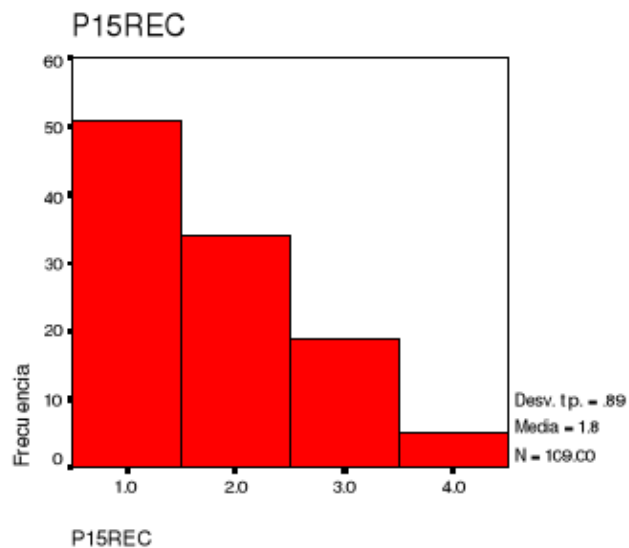
15) Deporte

M ximo	4.00
M nimo	1.00
Desv. t p.	.8901
Moda	1.00
Mediana	2.0000
Media	1.7902
P15REC Perdidos	2
N V lidos	109

Estad sticos

Total	111	100.0		
Perdidos Sistema	2	1.8		
Total	109	98.2	100.0	
Mas de 8	5	4.5	4.6	100.0
4-8	19	17.1	17.4	95.4
1-3	34	30.6	31.2	78.0
V lidos	51	45.9	46.8	46.8
			Porcentaje	Porcentaje

P15REC



16 Política

Moda	4
Mediana	3.00
Media	3.07
Perdidos	3
N	108

Estadísticos

Total		111	100.0		
Perdidos	Sistema	3	2.7		
	Total	108	97.3	100.0	
	Muy Poco	49	44.1	45.4	100.0
	Poco	30	27.0	27.8	54.6
	Bastante	17	15.3	15.7	26.9
	Mucho	12	10.8	11.1	11.1
Válidos					

Interés por la política



Comentario:

El interés por la política es claramente bajo. Las opciones negativas de muy poco y poco se llevaron $\frac{3}{4}$ partes de las respuestas mientras que las positivas sólo $\frac{1}{4}$.

Otro aspecto importante es el alza continua de número de respuestas al avanzar por las opciones desde el mucho hasta el muy poco: 11.1%, 15.7%, 27.8 y 45.4.

17 Militares

Desv. t p.	.49
Moda	0
Mediana	.00
Media	.38
Perdidos	2
N	109

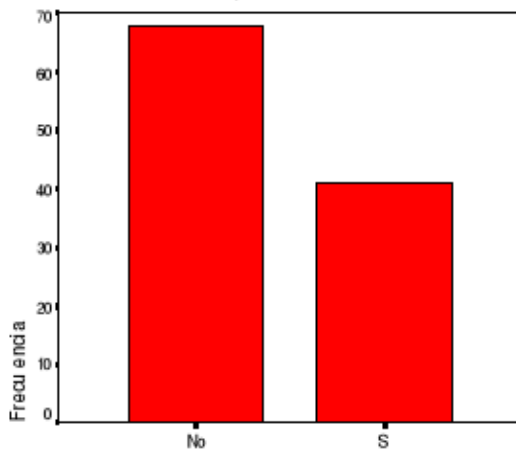
De acuerdo con que los Militares asuman el gobierno del Pa s

Estad sticos

Total		111	100.0		
Perdidos	Sistema	2	1.8		
	Total	109	98.2	100.0	
	S	41	36.9	v lido	37.6
		Frecuencia	Porcentaje	acumulado	100.0
V lidos	No	68	61.3	Porcentaje	62.4

De acuerdo con que los Militares asuman el gobierno del Pa s

De acuerdo con que los Militares asuman el gobierno del Pa s



De acuerdo con que los Militares asuman el gobierno del Pa s

18) Canal

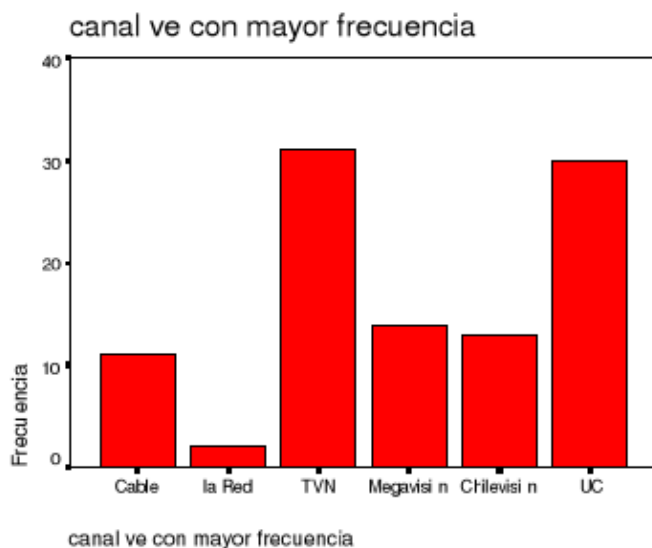
Moda	7
Mediana	9.00
Media	8.86
Perdidos	10
N	101

canal vs con mayor frecuencia

Estad sticos

Total		111	100.0		
Perdidos	Sistema	10	9.0		
	Total	101	91.0	100.0	
	UC	30	27.0	29.7	100.0
	Chilevisión	13	11.7	12.9	70.3
	Megavisión	14	12.6	13.9	57.4
	TVN	31	27.9	30.7	43.6
	la Red	2	1.8	2.0	12.9
Válidos	Cable	11	9.9	10.9	10.9
				Porcentaje	Porcentaje

canal ve con mayor frecuencia



Comentario:

Las horas que ven televisión los chilenos las concentran en los canales con mayores recursos, esto es, canal 13 y canal 7 (mas del 60% en conjunto) siendo la moda, por muy poco, el canal 7.

Importantes también los porcentajes de canal 11 y canal 9.

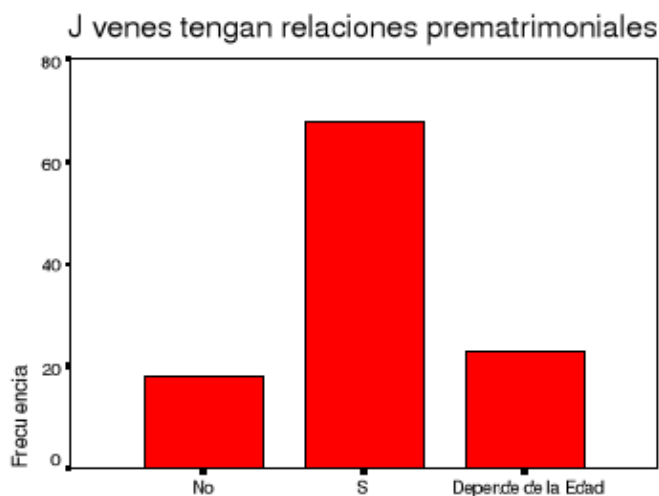
19 Relaciones prematrimoniales.

Moda	1
Mediana	1.00
Media	1.05
Perdidos	2
N	109

Estadísticos

Total		111	100.0		
Perdidos	Sistema	2	1.8		
	Total	109	98.2	100.0	
	Depende de la Edad	23	20.7	21.1	100.0
	S	68	61.3	62.4	78.9
Válidos	No	18	16.2	16.5	16.5

Jóvenes tengan relaciones prematrimoniales



Jóvenes tengan relaciones prematrimoniales

Comentario:

Baja es la cantidad de gente que dice que definitivamente no deben tener relaciones los jóvenes (16.5) siendo, en cambio, alto el porcentaje de la respuesta si: (62,4%)

Particularmente importante puede resultar, en especial desde el aspecto cualitativo, un estudio de a qué edad se refieren las personas al optar por la opción depende de la edad.

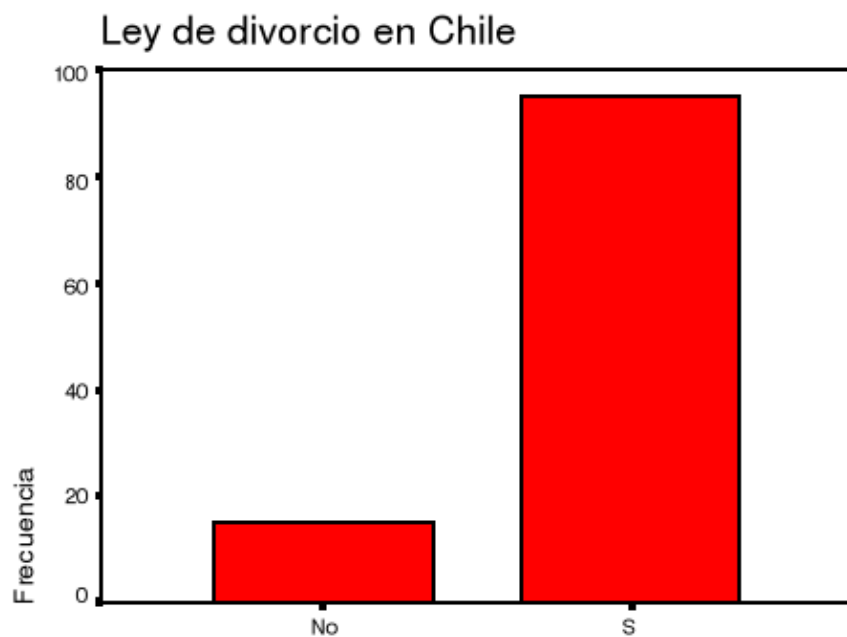
20) Divorcio

Moda	1
Mediana	1.00
Media	.86
Perdidos	1
N	110

Estadísticos

Total		111	100.0		
Perdidos	Sistema	1	.9		
	Total	110	99.1	100.0	
	S	95	85.6	v lido 86.4	acumulado 100.0
V lidos	No	15	13.5	Porcentaje 13.6	Porcentaje 13.6

Ley de divorcio en Chile

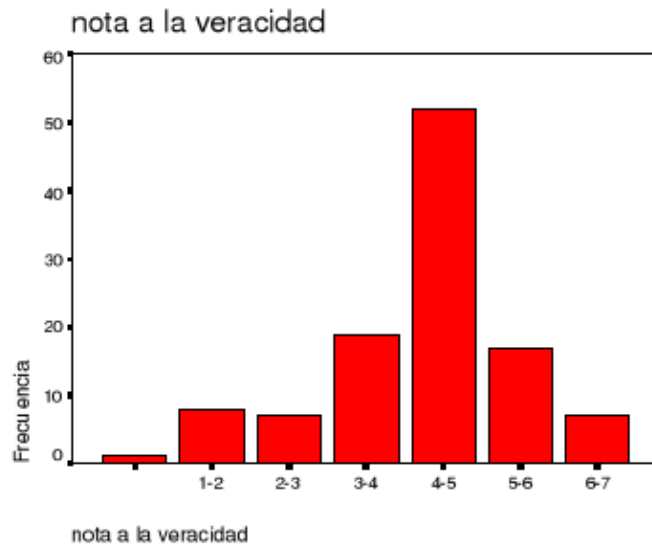


Ley de divorcio en Chile

Comentario:

Comparada con la pregunta anterior, en ésta se ve una clara opción por una apertura en uno de los llamados temas morales, pues un claro y rotundo 86,4% de las preferencias optuvo la alternativa de legislar en materia de divorcio.

21 Veracidad



Comentario

La nota a la veracidad es bastante alta con una moda muy marcada en el 5 y pocas notas inferiores a 4.

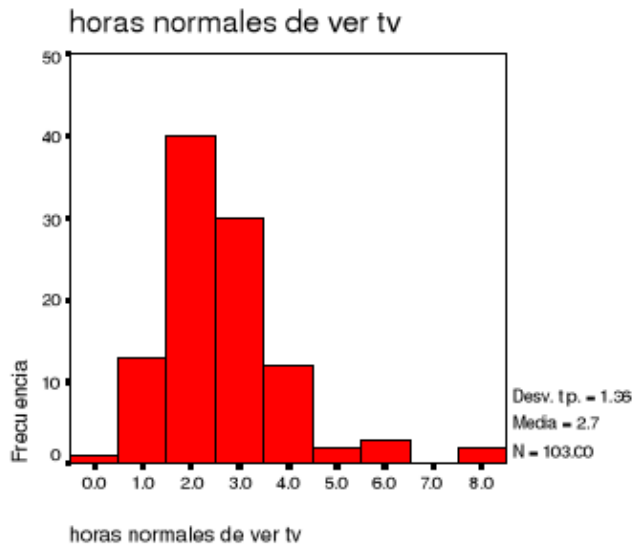
22) Horas normales de ver TV.

M ximo	8.0
M nimo	.0
Desv. t p.	1.357
Moda	2.0
Mediana	2.000
Media	2.665
Perdidos	8
N	103

Estad sticos

Total	111	100.0		
Perdidos	8	7.2		
Sistema				
Total	103	92.8	100.0	
8.0	2	1.8	1.9	100.0
6.0	3	2.7	2.9	98.1
5.0	2	1.8	1.9	95.1
4.0	12	10.8	11.7	93.2
3.0	30	27.0	29.1	81.6
2.0	39	35.1	37.9	52.4
1.5	1	.9	1.0	14.6
1.0	13	11.7	12.6	13.6
V lidos	.0			
	1	.9	Porcentaje	Porcentaje

horas normales de ver tv



Comentario:

El mayor grupo se da entre 2 y 3 horas. (35,1 y 27% respectivamente) siendo la moda 2 horas y el promedio 2,66.

Cómo la gente declaró mayoritariamente en la pregunta 12 ver entre 1 y 4 horas de televisión diarias, su concepción de cuánto es bueno ver no se aleja mucho de su conducta.

Relación programas – amigos:

Moda	0
Perdidos	5
Programa favorito es el de sus amigos	
N	106
V lidos	

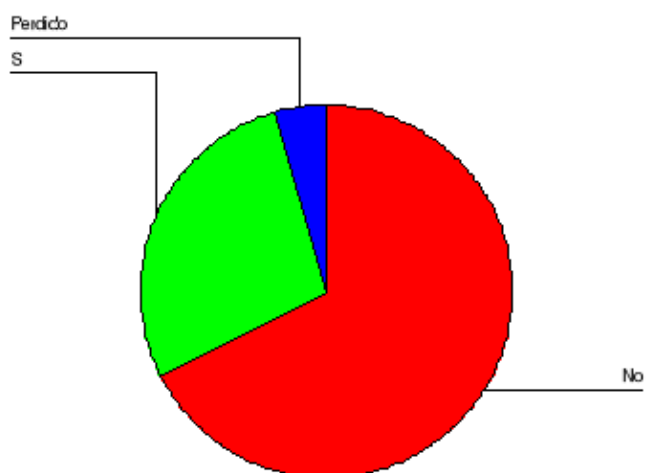
Estad sticos

Total		111	100.0		
Perdidos	Sistema	5	4.5		
	Total	106	95.5	100.0	
	S	31	27.9	29.2	100.0
V lidos	No	75	67.6	70.8	70.8

Frecuencia Porcentaje v lido Porcentaje acumulado

Programa favorito es el de sus amigos

Programa favorito es el de sus amigos



Comentario:

La gran mayoría declaró que su programa favorito no era el de sus amigos: 70.8%

24ª) Ve televisión sólo o acompañado

Moda	1
Perdidos	0
N	111
V lidos	

Estad sticos

Total	111	100.0	100.0	
Acompa ado	52	46.8	46.8	100.0
V lidos	59	53.2	53.2	53.2

ve televisi n



Comentario:

Con la respuesta pareja de los encuestados podemos concluir que esta variable no es importante para ellos y ven televisión en todo momento respecto a esa dicotomía.

24b) Momento de ver televisión.

Moda	2
Perdidos	11
N	100

Estad sticos

Total		111	100.0		
Perdidos	Sistema	11	9.9		
	Total	100	90.1	100.0	
	Descanso	84	75.7	84.0	100.0
V lidos	Comidas o almuerzo	16	14.4	16.0	16.0

ve televisi n en que momento



Comentario:

Ante la dicotomía comidas_almuerzos y descanso la opción fue marcadamente la segunda que obtuvo un 84% de las preferencias.

De aquí se concluye que el ver televisión es un mecanismo de entretenimiento para la gran mayoría de los encuestados.

• Admiración.

Moda	0
Perdidos	2
N	109

confianza y admiración por las personas de la tele

Estadísticos

Total		111	100.0		
Perdidos	Sistema	2	1.8		
	Total	109	98.2	100.0	
	S	31	27.9	valido	28.4
					acumulado
Validos	No	78	70.3	Porcentaje	71.6

confianza y admiración por las personas de la tele



Comentario:

La respuesta es claramente no. El 71.6% declara que no siente admiración por las personas de la TV.

• Mundo distinto

Moda	1
Perdidos	1
Válidos	110

personas de la tv viven un mundo distinto al suyo

Estadísticos

Total		111	100.0		
Perdidos	Sistema	1	.9		
	Total	110	99.1	100.0	
	S	79	71.2	71.8	100.0
Válidos	No	31	27.9	28.2	28.2

personas de la tv viven un mundo distinto al suyo



Comentario:

La respuesta es claramente si. El 71.8% declaró creer que las personas de la tv. Viven en un mundo distinto del suyo.

- Está contento con su vida.

Moda	1
Perdidos	0
N	111

Estadísticos

Total	111	100.0	100.0	
Si	93	83.8	83.8	100.0
V lidos	No	18	16.2	16.2

se siente contento con su vida



Comentario:

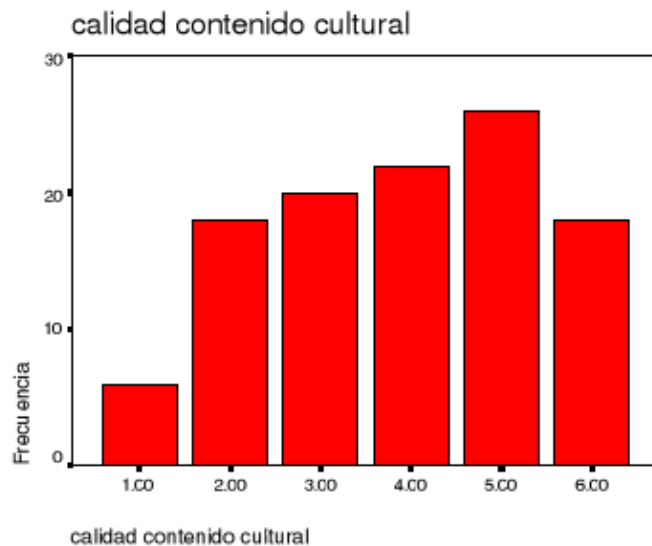
La gran mayoría piensa que si. (casi el 84%)

Es importante comparar esta variable con la de la pregunta 7 en donde se inclinan mucho mas a los niveles bajos que a los altos. Es decir hay un grupo importante de personas que no teniendo comodidades se siente contento.

• A) Cultura

Total		111	100.0		
Perdidos	Sistema	1	.9		
	Total	110	99.1	100.0	
	6.00	18	16.2	16.4	100.0
	5.00	26	23.4	23.6	83.6
	4.00	22	19.8	20.0	60.0
	3.00	20	18.0	18.2	40.0
	2.00	18	16.2	16.4	21.8
	1.00	6	5.4	5.5	5.5
V lidos				Porcentaje	Porcentaje

calidad contenido cultural



Comentario:

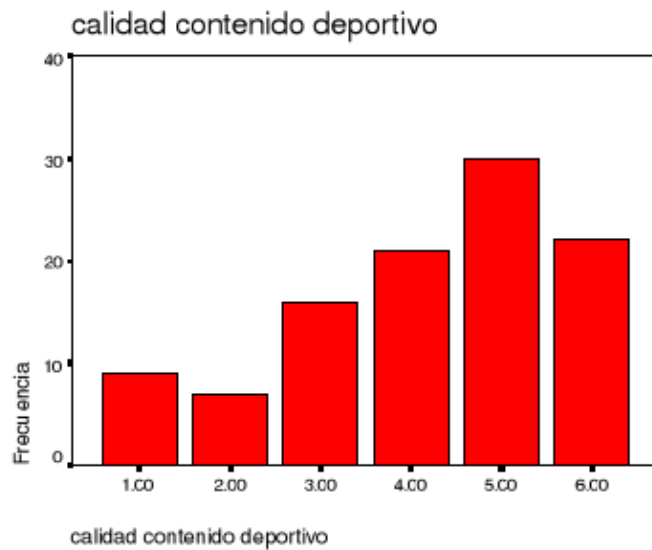
La evaluación es bastante homogénea y variada, pues salvo el porcentaje de la nota 1 que es bajo: 5.5%, las demás notas tienen frecuencias relativamente pareja.

El promedio es 4,8% y la moda 5.

• b) Deporte

Total		111	100.0		
Perdidos	Sistema	6	5.4		
	Total	105	94.6	100.0	
	6.00	22	19.8	21.0	100.0
	5.00	30	27.0	28.6	79.0
	4.00	21	18.9	20.0	50.5
	3.00	16	14.4	15.2	30.5
	2.00	7	6.3	6.7	15.2
V lidos	1.00	9	8.1	8.6	8.6
		Frecuencia	Porcentaje	valido	acumulado
				Porcentaje	Porcentaje

calidad contenido deportivo



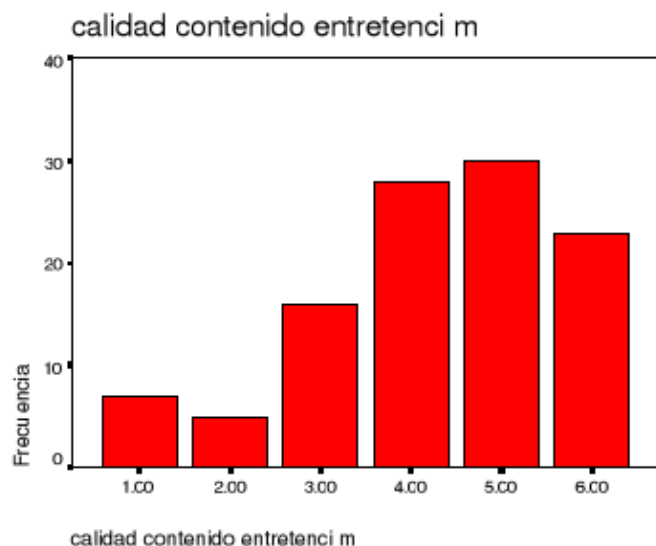
Comentario:

La gente ponderó bastante bien a los contenidos en deporte ya que le otorgó en promedio un 4,98, es decir un 5 aproximado que equivale a bien. Además la moda fue el 5.

• c) Entretención

Total		111	100.0		
Perdidos	Sistema	2	1.8		
	Total	109	98.2	100.0	
	6.00	23	20.7	21.1	100.0
	5.00	30	27.0	27.5	78.9
	4.00	28	25.2	25.7	51.4
	3.00	16	14.4	14.7	25.7
	2.00	5	4.5	4.6	11.0
	1.00	7	6.3	6.4	6.4
Válidos					

calidad contenido entretención



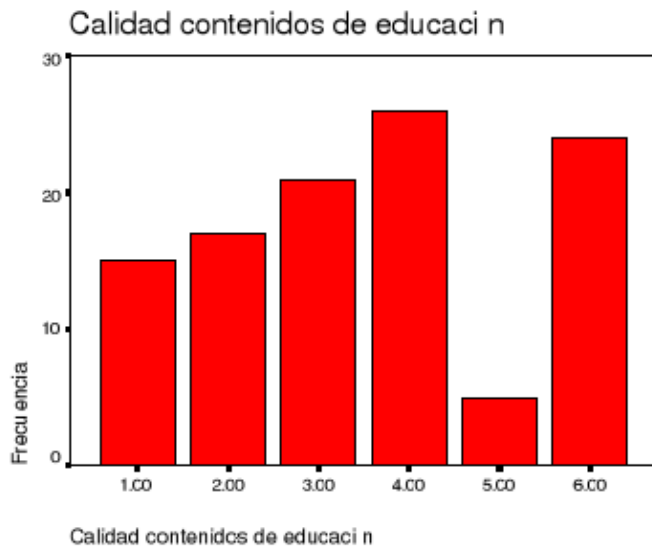
Comentario:

La gente ponderó igualmente bien los contenidos en entretenición ya que le otorgó en promedio un promedio de 5,2 siendo la moda fue el 5 con un alto porcentaje para la nota de 6,1 a 7. (21%)

30 d) Educación

Total		111	100.0		
Perdidos	Sistema	3	2.7		
	Total	108	97.3	100.0	
	6.00	24	21.6	22.2	100.0
	5.00	5	4.5	4.6	77.8
	4.00	26	23.4	24.1	73.1
	3.00	21	18.9	19.4	49.1
	2.00	17	15.3	15.7	29.6
	1.00	15	13.5	13.9	13.9
V lidos					

Calidad contenidos de educaci n



Comentario:

La gente ponderó bastante mal a los contenidos en educación ya que le otorgó en promedio un 4,4 que equivale sólo a suficiente.

Al analizar surgen cuestiones importantes:

Aunque la moda es 4, resalta que los valores 1, 2 y 3 sean tan altos.

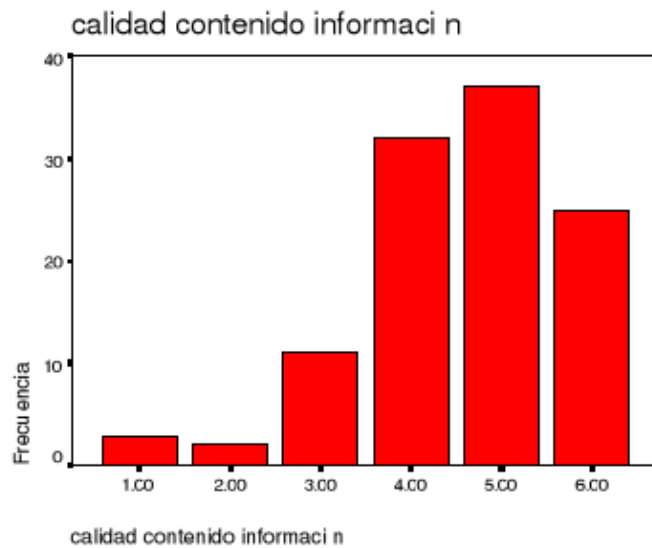
Resalta también la altura del valor 6,1-7.

También lo extraño de la distribución que dejó a la alternativa 5 tan baja.

30 e) Informativa

Total		111	100.0		
Perdidos	Sistema	1	.9		
	Total	110	99.1	100.0	
	6.00	25	22.5	22.7	100.0
	5.00	37	33.3	33.6	77.3
	4.00	32	28.8	29.1	43.6
	3.00	11	9.9	10.0	14.5
	2.00	2	1.8	1.8	4.5
		Frecuencia	Porcentaje	valido	acumulado
V lidos	1.00	3	2.7	Porcentaje 2.7	Porcentaje 2.7

calidad contenido informac i n



Comentario:

La gente ponderó bastante bien a los contenidos en información, le otorgó en promedio un 5,5 y la puso, junto con entretenición, en los lugares mas altos.

• Variedad tv

Moda	3
Perdidos	1
son variados los programas de tv	
N	110
V lidos	

Estad sticos

Total		111	100.0		
Perdidos	Sistema	1	.9		
	Total	110	99.1	100.0	
	No	33	29.7	30.0	100.0
	Casi Nada	48	43.2	43.6	70.0
	S ; Bastante	16	14.4	14.5	26.4
V lidos	S ; mucho	13	11.7	11.8	11.8

son variados los programas de tv



Comentario:

Las respuestas negativas (no y casi nada) se llevan la inmensa mayoría de las respuestas. (casi un 75%)

Es importante señalar que a pesar de este cuasi consenso de falta de variedad por parte de los encuestados, igualmente declaran consumir mas horas de televisión que de ningun otro medio de esparcimiento.

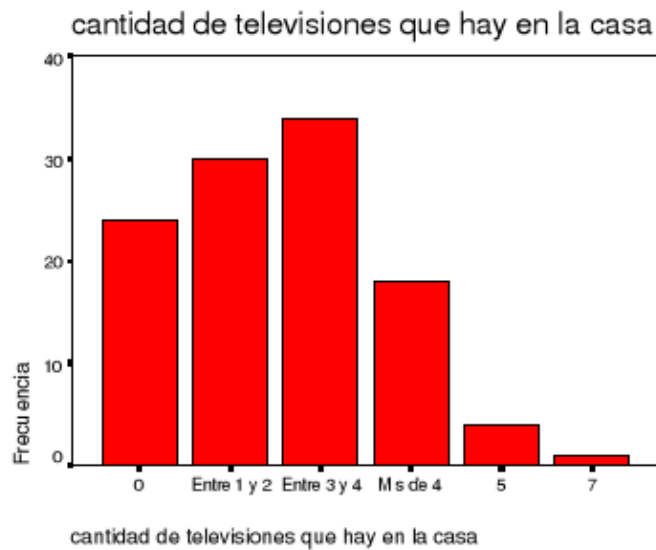
• Cantidad tv

Perdidos	0 casa	0 televisores
N	V lidos	que hay en la cantidad de televisiones
		111
		111

Estad sticos

Total	111	100.0	100.0	
7	1	.9	.9	100.0
5	4	3.6	3.6	99.1
M s de 4	18	16.2	16.2	95.5
Entre 3 y 4	34	30.6	30.6	79.3
Entre 1 y 2	30	27.0	27.0	48.6
V lidos 0	24	21.6	21.6	21.6

cantidad de televisiones que hay en la casa



Comentario:

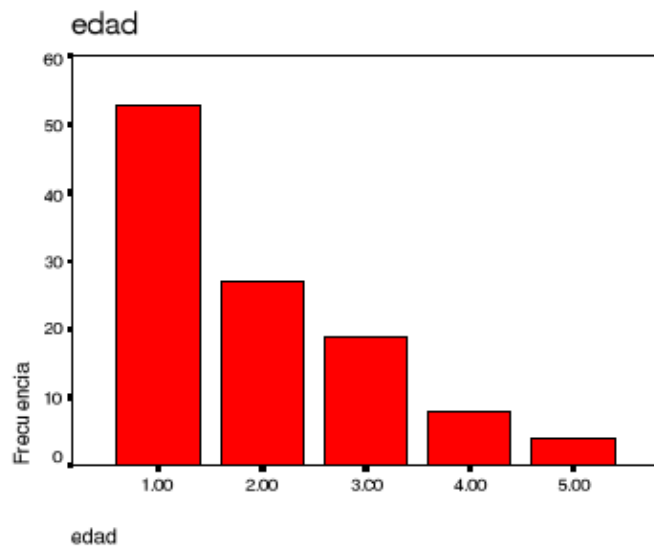
La gran mayoría tiene entre 1 y 4 televisoris.

Resalta el alto porcentaje de personas sin televisor en la casa. 21.6%

31 Edad

Total	111	100.0	100.0	
5.00	4	3.6	3.6	100.0
4.00	8	7.2	7.2	96.4
3.00	19	17.1	17.1	89.2
2.00	27	24.3	24.3	72.1
V lidos	53	47.7	47.7	47.7

edad



Comentario:

Vemos que la gran parte de los encuestados pertenecían a sectores jóvenes yendo de baja los porcentajes a medida que se amplía la edad.

