



opinionpublica@uvmnet.edu



559138 5000 ext. 50272, 50275



<https://opinionpublicaunitec.mx>
<https://opinionpublica.uvm.mx>



@CopUNITEC
@CopUVM



<https://www.facebook.com/CopUNITEC>
<https://www.facebook.com/CopUVM>



<http://youtube.com/opinionpublicauvmmx>



CENTRO DE
OPINIÓN PÚBLICA
LAUREATE MÉXICO

Índice

¿Qué es?	1
¿Para qué?	2
¿Cómo trabajamos?	3
Numeralia	4
Estudios	
Educación	6
▪ Encuesta Nacional de Egresados 2020	7
▪ Experiencia del modelo educativo en línea a partir de la contingencia sanitaria	11
Económicos	14
▪ Energéticos: ¿Qué piensan los mexicanos sobre el rumbo de PEMEX y la CFE?	15
▪ Afectación económica de la comunidad como consecuencia del COVID-19	17
▪ Turismo ¿salud o reactivación económica?	19
▪ Emprendimiento en México: motivaciones, retos y oportunidades	21
Tecnológicos	24
▪ ¿Sobre qué tuitean los senadores en México?	25

Salud	28
▪ Estrés, causas y consecuencias en la salud	29
▪ Hacia una muerte digna. ¿Mexicanos a favor o en contra de la eutanasia?	31
▪ Conocimiento y comportamiento de los mexicanos hacia la enfermedad de alzheimer	33
▪ Postura de los mexicanos ante las vacunas ¿confiamos en una vacuna contra el COVID-19?	35
▪ Alimentación, actividad física y ocio durante el confinamiento	37
Sociales	40
▪ Violencia hacia la mujer en México. Problemática que prevalece	41
▪ Situación de los Derechos Humanos en México	43
▪ Orgullo e identidad nacional	45
▪ Mascotas, familia y COVID-19	47
▪ 2020, el año de la pandemia ¿con qué nos quedamos?	49



¿Qué es?

El **Centro de Opinión Pública** es un departamento creado para realizar investigación aplicada en las universidades de Laureate en México sobre temas de interés para la opinión pública.

- Ofrece información confiable, oportuna y novedosa a la sociedad.
- Realiza estudios cuantitativos y cualitativos sobre temas y tendencias de actualidad, tanto a nivel nacional como internacional.
- Busca que los estudiantes de la Universidad aprendan a investigar haciendo investigación y enriquece la formación académica.
- Realiza investigación aplicada de utilidad para diferentes industrias.

¿Para qué?

El **Centro de Opinión Pública** genera datos e información que sirven para fomentar el debate público sobre temas de interés para la sociedad.

Contribuye a la formación de los alumnos al desarrollar habilidades y competencias para la investigación y comunicación interpersonal, a través de su participación en las diferentes etapas del proceso de investigación:

- Diseño metodológico
- Diseño de instrumentos
- Trabajo de campo
- Procesamiento y análisis de la información

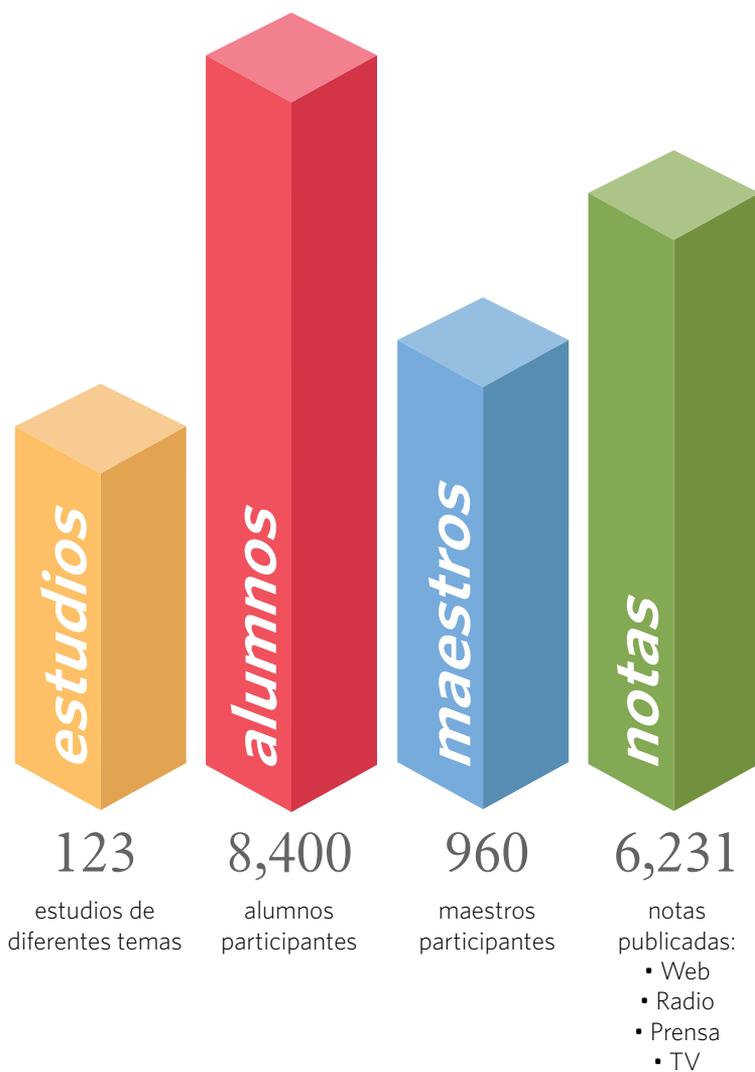
Busca siempre la innovación en el planteamiento y desarrollo de sus estudios.

¿Cómo trabajamos?



Numeralia

2012-2020





Estudios sobre educación

Encuesta Nacional de Egresados

Antecedentes

El 10 de septiembre de 2020 se presentaron los resultados del cuarto levantamiento de la **Encuesta Nacional de Egresados**, iniciativa que se acerca a egresados de instituciones de educación superior del país para generar datos sobre aspectos académicos y laborales que van formando a los profesionistas en México.

En este estudio es posible encontrar criterios que influyen para seleccionar universidad o carrera. También refleja la apreciación de las competencias adquiridas durante los estudios superiores, y la incursión en el mercado laboral, la permanencia y transiciones laborales.

Objetivo general

Contar con información estadísticamente representativa sobre la situación laboral de los egresados universitarios mexicanos.

Objetivos específicos

- Conocer la trayectoria de los egresados de educación superior para identificar las fortalezas y debilidades de su formación a la hora de emplearse.
- Generar información que sea de utilidad para que los aspirantes a educación superior puedan elegir la carrera universitaria y la institución educativa que responda a sus necesidades y expectativas de desarrollo profesional.
- Obtener información útil para las instituciones de educación superior en materia de empleabilidad y para el diseño de políticas públicas que favorezcan la inserción al primer empleo para los recién egresados.

Metodología

La encuesta se aplicó entre junio de 2019 y marzo de 2020. Fue una aplicación en línea, promovida en redes sociales con una campaña orientada a egresados entre los 21 y 30 años. Se lograron 10,036 respuestas de egresados de universidades públicas y privadas del país.

VARIABLES QUE CONSIDERA LA **ENCUESTA NACIONAL DE EGRESADOS**:

- Trayectoria escolar.
 - Universidad donde estudió.
 - Razón de la elección de la universidad.
 - Fuente de financiamiento de la carrera.
 - Titulación.
- Historial de ocupación del egresado.
 - Primer empleo: ingresos, modalidad contractual, desarrollo profesional.
 - Empleo actual: ingresos, modalidad contractual, desarrollo profesional.
- Aspectos que influyeron para conseguir trabajo.
 - Habilidades y competencias. Utilidad de las habilidades adquiridas en la Universidad en su desempeño laboral.
 - Esquemas ocupacionales: Negocio propio, profesionista independiente.
 - Desempleo.
 - Escolaridad de los padres de los egresados.

*La encuesta sigue abierta y se reportarán resultados anualmente

<https://coplab.uvm.mx/ene-comparativo/>

El estudio completo se puede conocer en: <https://opinionpublica.uvm.mx>



Resumen Ejecutivo

La **Encuesta Nacional de Egresados 2020 (ENE)** en su cuarta edición permite conocer la trayectoria laboral de los egresados de instituciones de educación superior **-públicas y privadas-** del país. Con datos recabados de 10,036 participantes es posible conocer la evaluación que realizan a las habilidades y competencias adquiridas durante sus estudios profesionales, cuánto tiempo tardaron en emplearse y bajo qué condiciones y salario lo hicieron. La Encuesta Nacional de Egresados permite revisar la transición del **primer empleo al empleo actual**, los ingresos, prestaciones, el sector en el que trabajan o los esquemas laborales donde están desarrollándose los egresados universitarios del país.

¿Por qué es importante?

El estudio contribuye a:

- Que las autoridades competentes formulen políticas públicas para alinear la educación superior con las necesidades económicas y sociales del país.
- Que las instituciones de educación superior diseñen una oferta educativa actualizada y con base en las necesidades del mercado.
- Que los estudiantes puedan elegir sus estudios profesionales con base en información actualizada sobre demanda de habilidades, empleabilidad e ingresos.

Algunos hallazgos

Primer empleo:

- 41% ya contaba con un empleo antes de egresar de la Universidad.
- Conseguir empleo resultó fácil o muy fácil: 53%.
- 75% obtiene un empleo relacionado con la carrera estudiada (18% parcialmente relacionado y 57% relacionado).

Empleo actual:

- 77% recibe su pago mediante nómina.
- Los rangos de ingresos más altos están destinados en mayor porcentaje para los hombres.
- 87% tiene un empleo relacionado con la carrera estudiada.

- 42% estudia una licenciatura porque brinda la oportunidad de mejorar el nivel de vida.
- Incrementa el porcentaje de egresados que eligieron programas de licenciatura con duración menor a cuatro años (24%).
- Un egresado contribuye, en promedio, con 38% del ingreso de su hogar.
- 68% considera que el trabajo en equipo es una habilidad que se desarrolla adecuadamente en la universidad.

46% son mujeres y **54%** hombres.
68% egresaron de universidades
públicas y **32%** de privadas.

Encuesta Nacional de **EGRESADOS**

► 2020

La cuarta edición de la **Encuesta Nacional de Egresados 2020** nos permite conocer la trayectoria laboral de los egresados de instituciones de educación superior -públicas y privadas- del país. Te compartimos algunos datos sobre empleabilidad, situación laboral, condición salarial y carreras mejor pagadas.



La ENE 2020 contó con 10,036 participantes de instituciones públicas y privadas de todo el país.



53%
considera que conseguir un trabajo fue fácil

75%
logró un trabajo relacionado con lo que estudió (18% parcialmente relacionado y 57% relacionado)

Egresados contribuyen con **38%** del presupuesto total de su hogar.

Áreas de donde han egresado más estudiantes



35%
Ciencias sociales,
administración y derecho



25%
Ingeniería, manufactura y
construcción

Primer trabajo

A los **22 años**, en promedio, consiguen su primer empleo



41% comenzó a trabajar antes o durante sus estudios universitarios



Persisten diferencias de género

65%

Pago por nómina en el primer empleo

58%

58%

En el empleo actual ganan más de \$8,000

47%



Situación laboral e ingreso



38%

Tiene empleo en el sector privado



17%

Es profesionalista independiente



16%

Tiene empleo en sector público



10%

Tiene un negocio propio

Egresados que se desempeñaban en una actividad económica o más



17%

reportó ganar más de \$15,000 pesos

33%

entre \$8,001 y \$15,000 pesos

33%

entre \$3,001 y \$8,000 pesos

Carreras mejor pagadas

Egresados de universidades privadas



\$16,394



\$16,008

Egresados de universidades públicas



\$13,465



\$13,117

Experiencia del modelo educativo en línea a partir de la contingencia sanitaria

Antecedentes

La educación a distancia surge como una respuesta a la necesidad de ampliar la educación, de hacerla accesible a personas y entornos con dificultades para incorporarse a la educación presencial. Establecer esta modalidad educativa no ha sido tarea fácil porque requiere de la adaptación de metodologías, pedagogía, adecuaciones o diseño de planes escolares, incorporación de instituciones, personal e incorporación de recursos tecnológicos para ofrecer al estudiante un esquema educativo que satisfaga sus necesidades.

Aunque este tipo de educación no es reciente, en el país figura poco en comparación con el esquema presencial. La educación en línea o a distancia ha permanecido rezagada no únicamente por una matrícula reducida también por la ideación que este tipo de educación no proporciona la calidad de la educación presencial, sin embargo, instituciones públicas, privadas, autoridades, docentes y expertos en educación han efectuado múltiples esfuerzos para ofrecer programas a distancia sólidos y de calidad.

Si la educación en línea permaneció en un segundo plano por mucho tiempo, en 2020 ocupó un lugar protagónico por ser la alternativa para impartir educación a los estudiantes debido al confinamiento causado por la COVID-19.

Para conocer cómo los alumnos del nivel superior enfrentaron la educación a distancia en el contexto del confinamiento, el **Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México** realizó una encuesta para conocer la percepción del estudiante sobre esta modalidad educativa y las vivencias académicas en esta circunstancia.

Objetivo general

Conocer la opinión de los alumnos universitarios sobre el esquema educativo online en México, sus áreas de oportunidad, fortalezas y la experiencia que están teniendo al educarse a distancia.

Objetivos específicos

- Conocer la impresión que los universitarios tienen de la educación en línea: eficiencia, utilidad, pertinencia y rumbo.
- Explorar cuáles son los aspectos que facilitan o dificultan el aprendizaje bajo este esquema.
- Conocer las habilidades desarrolladas con este modelo educativo.
- Investigar cuáles son las virtudes y retos del modelo educativo online.
- Averiguar sobre el estado de ánimo de los estudiantes al enfrentarse a un sistema educativo no escolarizado.

Metodología

Encuesta realizada a 900 alumnos de nivel licenciatura durante el mes de junio. La encuesta fue realizada vía internet.

El estudio completo se puede conocer en: <https://opinionpublica.uvm.mx>

EXPERIENCIA DEL MODELO EDUCATIVO EN LÍNEA A PARTIR DE LA CONTINGENCIA SANITARIA



Próximo a iniciar el ciclo escolar 2020-2021, los alumnos tendrán que continuar en un esquema en línea. El Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México realizó una encuesta entre alumnos de nivel universitario para conocer sobre las virtudes y retos que encuentran en el modelo educativo online.

Habilidades que han mejorado o desarrollado



70%
manejo de herramientas
tecnológicas



65%
la capacidad de adaptación



38%
innovación y creatividad

Características que han resultado útiles al momento de tomar una clase en línea



83%
Ser responsable



83%
Ser puntual



76%
Ser organizado

Características que necesitarían fortalecerse



49%
Ser más participativo



42%
Proactivo



38%
Autodidacta

¿Cuáles son los aspectos más importantes para tomar una clase online de forma exitosa?



61%
Estar concentrado



56%
Contar con un
espacio adecuado



46%
Contar los recursos
tecnológicos idóneos



40%
Usar una plataforma
educativa adecuada

El futuro de la educación online



78%
reconoce que este modelo será un formato
más habitual a partir de la crisis sanitaria



60%
considera que es una alternativa
para cualquier edad



35%
considera que este esquema se
adaptará para impartir cualquier carrera

¿Es adecuado para los alumnos el aprendizaje online?



58%
de los estudiantes considera que el
aprendizaje online es adecuado para ellos

Metodología: Encuesta online realizada a 900 estudiantes de nivel licenciatura en la segunda quincena de junio.



Estudios sobre temas económicos

Energéticos: ¿Qué piensan los mexicanos sobre el rumbo de PEMEX y la CFE?

Antecedentes

La Reforma Energética en 2013 apostaba por modernizar el sector energético. Entre sus objetivos figuraban mantener la propiedad de la nación sobre los hidrocarburos, modernizar y fortalecer, sin privatizar, a Petróleos Mexicanos (Pemex) y a la Comisión Federal de Electricidad (CFE), atraer mayor inversión, estándares de eficiencia, calidad, transparencia y rendición de cuentas .

A más de seis años de esta reforma la modernización del sector energético en nuestro país sigue pendiente y los beneficios comprometidos como tarifas bajas, elevar la producción de petróleo o tecnologías limpias no se han visto reflejados. Incluso el proyecto de la Refinería de Dos Bocas del actual gobierno de Andrés Manuel López Obrador, ha sido foco de controversias por temas de inversión, transparencia, pertinencia, impacto ecológico, entre otros temas.

Para dar continuidad al tema de la Reforma Energética, el **Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México** realizó una encuesta con la intención de conocer la opinión de la población sobre el sector energético, en particular, de las paraestatales involucradas en la reforma.

Objetivo General

Conocer la opinión de la población sobre el rumbo de las paraestatales PEMEX y CFE.

Objetivos específicos

- Conocer la postura de la población sobre la dirección y administración de las paraestatales.
- Explorar cuáles son consideradas las principales problemáticas de PEMEX y CFE.
- Averiguar la opinión de la población en temas de inversión.

Metodología

Encuesta realizada vía telefónica a nivel nacional a 518 mexicanos entre los meses de octubre y noviembre de 2019.

El estudio completo se puede conocer en: <https://opinionpublica.uvm.mx>

Energéticos

¿Qué piensan los mexicanos sobre el rumbo de PEMEX y la CFE?

En la última década se han realizado en México reformas en materia energética que han abordado tanto inversión, apertura del mercado, así como alternativas para favorecer el desarrollo del sector energético. Siendo PEMEX y la CFE las empresas paraestatales encargadas de estos temas, el Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México realizó una encuesta para conocer la opinión de los mexicanos sobre estas instituciones, su dirección y problemáticas.



47%
siente orgullo de
PEMEX y CFE

Metodología. 518 encuestas realizadas vía telefónica a nivel nacional a población general mayor de edad. 44% hombres y 56% mujeres. La encuesta fue levantada durante el mes de octubre de 2019.

Sobre el futuro de Petróleos Mexicanos



22%
de la población piensa que el Gobierno debe invertir en la paraestatal



49%
estima que debería hacerlo en otros proyectos de energía alternativa



66%
corrupción



17%
robo de combustible



10%
falta de infraestructura

Proyecto de Refinería "Dos Bocas"



53%
piensa que esta iniciativa podría resolver los problemas de PEMEX



74%
estima que impactará negativamente el ecosistema de la región

Apertura del mercado de gasolina y diésel en el país



56%
cree que esta apertura beneficia a los ciudadanos

Dirección



28%
considera que el gobierno debe estar completamente a cargo de PEMEX



44%
cree que la dirección debería ser compartida por sector público y privado



56%
considera que PEMEX es una institución que genera más pérdidas que ganancias a nuestro país

Comisión Federal de Electricidad



55%
estima que sería benéfico para México tener servicio de electricidad con otras empresas



33%
indica que el gobierno debe estar a cargo de la CFE



34%
cree que la dirección debería ser compartida por sector público y privado



Afectación económica de la comunidad como consecuencia de la COVID-19

Antecedentes

La enfermedad causada por el virus **SARS-CoV-2** trascendió el espacio de la salud al impactar otros ámbitos, siendo el económico uno de los más afectados debido al cese de actividades por el confinamiento. Procesos productivos parsimoniosos o paralizados golpearon la economía mundial y, sin duda, la economía de millones de familias.

La cuarentena iniciada en marzo de 2020 en México a causa de la **COVID-19** confinó personas, sectores económicos, negocios, empleos y ganancias. Tal confinamiento implicó un proceso de adaptación en cuanto a los hábitos de la población para adquirir productos al igual que para los establecimientos y su operación.

Considerando que los pequeños y micronegocios en el país, además de generar millones de empleos también dan vitalidad económica y social a una localidad, el **Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México** realizó una encuesta para conocer el impacto que la pandemia ha causado a la economía local, así como el comportamiento de la comunidad para adaptarse económicamente durante el confinamiento.

Objetivo General

Conocer la dinámica económica enfrentada por la población durante el confinamiento y la afectación en la economía de las colonias.

Objetivos específicos

- Saber cuáles son los hábitos de consumo de la población durante la pandemia.
- Conocer la afectación económica de los comercios en la comunidad.
- Averiguar si debido al confinamiento surgieron nuevos negocios o iniciativas en la localidad.

Metodología

Encuesta realizada entre el 8 y el 14 de julio de 2020 a 1,100 personas integrantes de un panel online diseñado por el COP UVM. La conformación del panel se diseñó tomando en cuenta las características sociodemográficas de la población mexicana como edad, sexo, NSE, entidad y ocupación.

El estudio completo se puede conocer en: <https://opinionpublica.uvm.mx>



AFECTACIÓN ECONÓMICA DE LA COMUNIDAD COMO CONSECUENCIA DE LA COVID-19

El Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México realizó una encuesta con el objetivo de identificar los hábitos de consumo durante la pandemia y la afectación en los comercios de las colonias. A continuación, te presentamos los resultados más relevantes.

¿Con que frecuencia y dónde han adquirido productos las familias mexicanas durante la contingencia?



38%
adquiere diariamente productos en la "tiendita" del vecindario

15%
acude mercado de la colonia diariamente

18%
va al mercado de 3 a 6 veces por semana

Alimentos preparados y comidas para llevar durante la pandemia



47% adquirió alimentos preparados en locales dentro de su colonia



33% pidió alimentos preparados por teléfono



40% acudía directamente al lugar



10% mediante aplicación



Comprando "antojitos" en el vecindario

39% gasta entre 100-300 pesos a la quincena

21% gasta entre 300-500 pesos a la quincena



Afectación en los comercios en la colonia



52%
ha notado muchos o varios casos de **cierre definitivo de comercios** en su vecindario

57%
ha notado muchos o varios casos de **despido de personal** en los comercios de su colonia

¿Qué comercios han sido más afectados por la COVID 19?



49%
negocios vía pública



23%
negocios con un local fijo en la calle



15%
negocios dentro de un centro comercial

Ante el cierre de comercios en la colonia



35% pidió por internet artículos que necesitaba



21% iba a buscarlo a un lugar más lejos

Reacción de la comunidad ante la pandemia



56%
de los vecinos comenzó un negocio o la venta de un producto a causa de la pandemia



35%
considera que la pandemia ha afectado la economía de su localidad



21%
considera que con las compras que realiza en su colonia, contribuye mucho a la economía de su localidad

Turismo ¿salud o reactivación económica?

Antecedentes

La contingencia sanitaria asociada a la **COVID-19** ocasionó que muchos sectores económicos se vieran afectados por las restricciones impuestas a la movilidad de la población tanto a nivel nacional como nivel mundial. La industria turística fue una de las más afectadas y México, que durante los últimos años había figurado entre los destinos más atractivos a nivel internacional y en 2019 ocupó el lugar número 7 a nivel mundial por la llegada de turistas internacionales, experimentó una dramática caída tanto del turismo extranjero como del nacional.

El periodo vacacional en Semana Santa que suele tener una derrama económica importante para el sector turístico del país tuvo fuertes pérdidas. El segundo periodo relevante para esta actividad económica se presenta en verano, no obstante, la pandemia, las restricciones de viaje, los exhortos a permanecer en casa o cierres a comercios acrecentaban la incertidumbre sobre el sector para el periodo vacacional. Tomando como referentes la relevancia del turismo en el país y la emergencia sanitaria, el **Centro de Opinión Pública de la UVM** realizó una encuesta para tener un panorama general sobre la disposición de la población a vacacionar en medio de la pandemia, las preocupaciones durante el viaje, si permanecerían en casa y cuáles son las razones que los llevaron a esta opción.

Objetivo general

Investigar la disposición de la población a vacacionar en el periodo de pandemia.

Objetivos específicos

- Comparar cambios en la toma de vacaciones respecto al año previo.
- Determinar cuáles son sus motivos para tomar o no vacaciones.
- Conocer la confianza que siente la población para salir de vacaciones:
 - Transporte, actividades y espacios que generan mayor desconfianza.
 - Medidas de salud indispensables.
- Saber cuál es la percepción de la población sobre el impacto de la contingencia sanitaria en el turismo.
 - Afectación de negocios relacionados con el turismo.
- Conocer la opinión sobre las medidas necesarias para reactivar el turismo.

Metodología

Encuesta realizada a 800 personas integrantes de un panel online diseñado por el COP UVM. La conformación del panel se diseñó tomando en cuenta las características sociodemográficas de la población mexicana como edad, género, NSE, entidad y ocupación. La encuesta se realizó entre el 20 y 23 de julio.

El estudio completo se puede conocer en: <https://opinionpublica.uvm.mx>

TURISMO EN MÉXICO,

¿SALUD O REACTIVACIÓN ECONÓMICA?

El Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México realizó una encuesta para conocer la opinión de la población sobre el turismo, el impacto del COVID-19 en este sector, así como, la intención de vacacionar durante el verano.



Turismo y COVID-19



75%

piensa que es preferible **quedarse en casa** para evitar contagios



76%

opina que es poco o nada seguro viajar en un avión



74%

siente poca o nula confianza de acudir a un destino turístico en los próximos tres meses



25%

afirma que es posible salir de vacaciones tomando las precauciones necesarias para evitar contagios



72%

considera que alojarse en hotel es inseguro



80%

se sentiría poco o nada seguro con la llegada de turistas nacionales

Afectación turística

Negocios más afectados



88%

piensa que la disminución de turistas ha afectado mucho a su entidad



83%

negocios entretenimiento (centros nocturnos, bares, etc.)



83%

negocios de hospedaje

Sobre tomar vacaciones



27%

las tiene planeadas



59%

viajará a un destino distante a su lugar de residencia



75%

revisa constantemente el semáforo epidemiológico del lugar a donde piensan asistir



66%

no piensa tomar vacaciones

¿Por qué no vacacionarán?



61%

temor a contagiarse de coronavirus



57%

temor de que un familiar se contagie



41%

por la situación económica

Metodología: Encuesta realizada a 800 personas integrantes de un panel online diseñado por el COP UVM. La conformación del panel se diseñó tomando en cuenta las características sociodemográficas de la población mexicana como edad, género, NSE, entidad y ocupación. La encuesta se realizó entre el 20 y 23 de julio.

Emprendimiento en México: motivaciones, retos y oportunidades

Antecedentes

El emprendimiento es más que poner un negocio, el concepto conlleva tomar en consideración una serie de elementos que tienen que ver con la búsqueda de un ambiente propicio para emprender, entorno seguro, con regulaciones adecuadas, opciones de financiamiento, incubadoras, ambiente cultural, procuración de fondos, entre otras.

La relevancia de estos factores se refleja en la existencia de índices que evalúan a los países para determinar cuáles son más favorables para emprender. Y es que la importancia de emprender es tal porque no solo está dando alternativas al desempleo, o incrementando los ingresos de los emprendedores, también porque cada negocio genera dinamismo a la economía de un país permitiendo crear más negocios de manera interna y siendo atractivo para inversionistas nacionales y externos.

La evolución del emprendimiento en los últimos años ha propiciado, a nivel mundial, el establecimiento de políticas públicas para impulsar, encaminar, consolidar o proyectar a los emprendedores. Ejemplo de ello son las incubadoras de negocio, aceleradoras, el llamado crowdfunding, incluso la apropiación del espacio con las llamadas oficinas virtuales o coworking y el uso de herramientas tecnológicas para la comercialización de productos y servicios.

Para entender los cambios que se presentan en el emprendimiento, su contexto, expectativas y sobretudo conocer que ha llevado a emprendedores a tener éxito en México, el **Centro de Opinión Pública** pretende realizar un estudio con emprendedores con negocios consolidados.

Objetivo general

Conocer los factores que favorecen el emprendimiento.

Objetivos específicos

- Conocer cuáles son los modelos de negocio más viables en México.
- Identificar las habilidades o capacidades necesarias para emprender en el contexto actual.
- Conocer cuáles son los tipos de emprendimiento más prolíficos en el país y las razones de su propagación.
- Identificar cuáles son las estrategias económicas de los emprendedores: independencia económica, generación de recursos propios, gestión de apoyos o créditos.
- Conocer cuál es el papel y relevancia de:
 - Incubadoras y aceleradoras de negocio.
 - Plataformas de financiamiento.
 - Programas de gobierno.
 - Crowdfunding.
 - Networking.
 - Herramientas tecnológicas.
- Conocer la opinión sobre la regulación existente en México para los aspectos vinculados al emprendimiento, sus fortalezas y retos.
- Conocer las estrategias que favorecen un emprendimiento exitoso.

Metodología

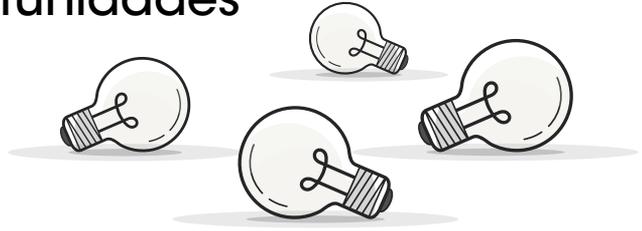
Se trata de un estudio cualitativo con entrevistas a profundidad, con emprendedores, con empresas consolidadas y directores de organizaciones de apoyo a los emprendedores. También se realizó un sondeo entre emprendedores que forman parte de la Incubadora de negocios de UVM.

El estudio completo se puede conocer en: <https://opinionpublica.uvm.mx>

EMPRENDIMIENTO EN MÉXICO:

Motivaciones, retos y oportunidades

El Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México efectuó un estudio para conocer, por una parte, cuál es el panorama del emprendimiento en México y, por otro lado, identificar las vicisitudes que enfrentan los emprendedores en el país para arrancar, desarrollar, consolidar y escalar un proyecto.



PANORAMA DEL EMPRENDIMIENTO EN MÉXICO

Mentalidad del emprendimiento



- Existe confusión entre emprendimiento y autoempleo
- Miedo al fracaso

Burocracia



- Trámites
- Procesos lentos

Fiscal



- Fiscalización atenta contra la supervivencia de los emprendedores

Financiamiento



- Falta financiamiento para la primera etapa del emprendimiento
- Emprendedores desconocen las distintas opciones de financiamiento

RETOS DEL EMPRENDIMIENTO EN MÉXICO

Cambiar mentalidad

- Consolidar que el emprendimiento es una carrera para inspirar a otros
- Fomentarlo tempranamente en las escuelas



Conceptual

- Distinguir entre emprendimiento y autoempleo
- Distinguir emprendimientos tradicionales y emprendimientos de escala



Cambiar/adequar perfil del emprendedor

- Experiencia en el mercado
- Contar con conocimientos básicos de finanzas, contabilidad
- Capacitación constante



Contexto requerido

- Detonar entorno promotor en las universidades
- Permitir a los emprendimientos escalar
- Sin barreras burocráticas y corrupción



¿QUÉ ES UN EMPRENDIMIENTO EXITOSO?



Es el emprendimiento que cumple las metas fijadas por el emprendedor



Es el que resuelve un problema o cubre una necesidad



El que se vuelve deseable o necesario para el consumidor



El que impacta en la comunidad



Estudios sobre temas tecnológicos

¿Sobre qué tuitean los senadores en México?

Antecedentes

Hoy en día, las sociedades contemporáneas demandan conocer con mayor detalle las actividades que realizan los funcionarios públicos. Tan imprescindible es la transparencia en el quehacer de los funcionarios públicos como la inmediatez de la información y una comunicación directa con la ciudadanía.

En una época en la cual la comunicación ha pasado de ser unidireccional a multidireccional y en la que el acceso a tecnología facilita esa comunicación, es más sencillo estar al tanto de lo que realizan nuestros representantes. ¿Cómo visibilizar de manera sencilla esas actividades? Un recurso que ayuda a visibilizarlo son las redes sociales digitales ya que constituyen una de las caras más notorias de la transformación en la forma en que nos comunicamos; su irrupción en la sociedad ha ocasionado un flujo de información constante, facilitando el acercamiento entre individuos y también entre gobernados y gobernantes.

Los funcionarios públicos han adoptado las redes sociales digitales como mecanismos de comunicación y los han aprovechado para tratar de llegar a un sector más amplio de la población sin necesidad de intermediarios.

Por este motivo, el **Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México** desarrolló una herramienta que permite conocer el uso que representantes, en particular los legisladores mexicanos, le dan a la red social Twitter. ¿Qué dicen los senadores en esta red? ¿a quién dirigen sus mensajes? ¿es Twitter un canal para comunicarse con la sociedad? ¿es utilizada para hablar de su trabajo legislativo? ¿comparten logros, denuncian hechos, o se confrontan con algún funcionario o ciudadano?

Objetivo general

Identificar como se da la comunicación de los senadores en las redes sociales digitales, específicamente en Twitter.

Objetivos específicos

- Conocer cuáles son las temáticas que los senadores discuten en Twitter.
- Indagar a quienes van dirigidos los mensajes de los senadores.
- Averiguar qué es lo que se comparte en esta red social.
- Conocer cuál es el tono de los mensajes que comparten.
- Conocer los partidos o servidores públicos dominan la discusión.

Metodología

Se analizaron 24,879 tweets publicados por 124 senadores durante los meses de enero, febrero y marzo. La herramienta se encuentra disponible en: <https://coplab.uvm.mx/twitter-senadores/>

El estudio completo se puede conocer en: <https://opinionpublica.uvm.mx>

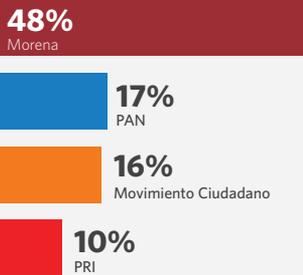
¿SOBRE QUÉ TUTEAN LOS SENADORES EN MÉXICO?

El Centro de Opinión Pública de UVM analizó los mensajes que publican los senadores en la red social de **Twitter**. ¿Qué dicen los senadores en esta red? ¿a quién dirigen sus mensajes? ¿es utilizada para hablar de su trabajo legislativo? ¿comparten logros, denuncian irregularidades o se confrontan con algún funcionario o ciudadano? A continuación, te presentamos un resumen de la información más relevante en el primer trimestre del año. Consultar el análisis interactivo en:

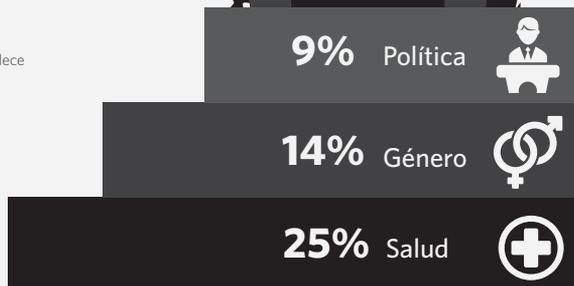
<https://coplab.uvm.mx/twitter-senadores>

¿Sobre qué temas tuitearon los senadores?

¿Qué fracción parlamentaria domina la discusión en Twitter?



¿En qué tono escriben los mensajes?



Hallazgos relevantes



Son **pocos** los legisladores que utilizan su Twitter para explicar los proyectos de ley o sus iniciativas.



Los tuits con carácter informativo que abordan el entorno legislativo **carecen de contexto**.



La **discusión** entre legisladores de fracciones distintas es prácticamente **inexistente**.



Los senadores **retoman temas que son importantes** para la opinión pública, externan solidaridad, indignación o denuncia, pero en la red no se refleja seguimiento a esas problemáticas.



Los senadores son **atacados por usuarios**, los mensajes carecen de diálogo o crítica argumentada.



Estudios sobre temas de salud

Estrés, causas y consecuencias en la salud

Antecedentes

De acuerdo con datos de la OMS, en México 75% de su población se encuentra bajo estrés laboral, ocupando el primer lugar a nivel mundial. Sin embargo, el estrés al que se enfrentan los mexicanos no se encuentra únicamente en el ámbito laboral, distintos son los factores que contribuyen a generar situaciones estresantes en su vida cotidiana. La situación de inseguridad que se vive en el país, la situación económica, problemas al interior de la familia, son algunos de los factores que pueden generar estrés entre la población.

Dado que el estrés es un estado de cansancio mental que puede derivar en otros problemas de salud y que, por tanto, puede afectar la calidad de vida de las personas, el **Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México** decidió, en colaboración con la **Escuela de Ciencias de la Salud UVM**, llevar a cabo un estudio entre la población con el objetivo de investigar las circunstancias estresantes para los mexicanos.

Objetivo general

Investigar cuáles son las principales causantes del estrés entre la población mexicana y su prevalencia.

Objetivos específicos

- Conocer cuáles son las situaciones que provocan estrés a la población.
- Averiguar la frecuencia con que se experimenta estrés.
- Conocer los problemas de salud asociados al estrés y su sintomatología.
- Identificar estrategias para prevenir del estrés.
- Establecer el conocimiento e información sobre tratamientos (medicación) para el estrés.

Metodología

1020 encuestas realizadas entre el 15 de noviembre y el 6 de diciembre de 2019 a población general mayor de edad en puntos de afluencia en las ciudades de Mérida, Veracruz, Tuxtla, Puebla, Aguascalientes, Zapopan, Querétaro, Ciudad Victoria, Monterrey, Chihuahua, Coacalco y Ciudad de México, 44% hombres y 56% mujeres.

El estudio completo se puede conocer en: <https://opinionpublica.uvm.mx>



Estrés

El estrés afecta cada año a miles de mexicanos y puede ocasionar diversos problemas de salud entre la población.

Por este motivo el Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México decidió realizar una encuesta para conocer cómo enfrentamos el estrés.

74%

Afirma haber estado estresado al menos en una ocasión en el transcurso de una semana.

¿Qué nos estresa?

Seguridad



40%

Inseguridad en el país



29%

Inseguridad en su colonia

Empleo



42%

Perder la principal fuente de empleo



37%

La carga de trabajo

Economía

41%

Contar con dinero suficiente para llegar a fin de mes



44%

Cubrir los gastos escolares

Tecnología



48%

No tener el celular a la mano

53%

Quedarse sin internet

Problemas de salud



58%

Ha tenido problemas de salud a causa del estrés



56%

Dolor de cabeza



44%

Cansancio



38%

Falta de energía

Manejo del estrés

77%

Se siente muy capaz o capaz de manejar el estrés



23%

Se siente poco capaz o incapaz de manejarlo

32%

No habla del tema con nadie

54%

No lo consideran grave

27%

No saben como abordarlo

12%

Les da vergüenza



Metodología. 1020 encuestas realizadas a población general mayor de edad en puntos de afluencia en las ciudades de Mérida, Veracruz, Tuxtla, Puebla, Aguascalientes, Zapopan, Querétaro, Ciudad Victoria, Monterrey, Chihuahua, Coacalco y Ciudad de México, 44% hombres y 56% mujeres.

Hacia una muerte digna. ¿Mexicanos a favor o en contra de la eutanasia?

Antecedentes

De acuerdo con el INEGI (2018) las tres principales causas de muerte en México tanto para hombres como para mujeres son enfermedades del corazón (20.1%), diabetes mellitus (15.2%) y tumores malignos (12%). Estas enfermedades detonan en procesos largos de degeneración que prolongan el sufrimiento y malestar de los enfermos. Ya que la población mexicana se dirige hacia un envejecimiento progresivo con una serie de problemas crónicos degenerativos, pensar en el buen morir es una tarea pendiente.

El insuficiente presupuesto en los hospitales públicos, la carencia de recursos humanos y materiales, conduce a una escasa atención a las necesidades médicas, psicológicas y paliativas de los enfermos, por lo que algunos de ellos terminan su vida con grandes sufrimientos sin tomar en consideración sus decisiones.

Si bien hablar de la muerte es un tema complicado que rehusamos enfrentar, es imperativo como sociedad involucrarnos en la discusión porque no solamente atañe a los enfermos en condiciones terminales o con un padecimiento crónico degenerativo o a los profesionales de la salud; el tema de cómo deseamos morir o cuáles son las mejores condiciones para morir de un enfermo debe ser atendido por diferentes sectores de la sociedad. El objetivo de este estudio es conocer la forma en que la población visualiza las decisiones que pueden tomarse al final de la vida para poder realizar políticas públicas acorde a sus necesidades.

Este proyecto forma parte de la investigación *La regulación de la muerte digna en enfermos terminales: la visión de la población general* a cargo de la Dra. Norma Alicia Ordóñez Vázquez, docente de la **Universidad del Valle de México**, y fue realizado como parte del **Primer Concurso de Investigación Aplicada del Centro de Opinión Pública**.

Objetivo general

Conocer la opinión que tiene la población acerca de las decisiones médicas que se pueden tomar al final de la vida para tener una muerte digna.

Objetivos específicos

- Conocer la opinión de los mexicanos sobre la eutanasia, suicidio asistido, sedación terminal y sedación paliativa.
 - Apoyo o rechazo a legalización de eutanasia y suicidio asistido, sedación terminal y sedación paliativa.
- Conocer en qué medida la variable religión condiciona las decisiones al final de la vida.
- Describir las diferencias que existen en cada uno de los estados de la República respecto a las decisiones al final de la vida.
- Indagar sobre la apertura de los mexicanos a hablar con sus familiares de temas relacionados con la muerte.
- Conocer la percepción de la población sobre el papel de los médicos y la familia en la muerte asistida.
- Evaluación sobre los cuidados paliativos.

Metodología

Encuesta realizada a 800 personas integrantes de un panel online diseñado por el COP UVM. La conformación del panel se diseñó tomando en cuenta las características sociodemográficas de la población mexicana como edad, género, NSE, entidad y ocupación. La encuesta se realizó entre el 14 y 20 de agosto de 2020.

El estudio completo se puede conocer en: <https://opinionpublica.uvm.mx>

HACIA UNA MUERTE DIGNA

¿Mexicanos a favor o en contra de la eutanasia?

Ante una enfermedad terminal, tanto el paciente, como la familia y galenos enfrentan dilemas médicos, religiosos, éticos o humanos debido al sufrimiento que el individuo experimenta a causa de los procedimientos médicos que recibe. Ante estas disyuntivas, el suicidio médicamente asistido, eutanasia o cuidados paliativos son escenarios que pacientes y familiares podrían enfrentar. Para identificar qué opina la población sobre ellos y cuál es su postura sobre la reglamentación de estas medidas, el Centro de Opinión Pública realizó un estudio al respecto.

Eutanasia y suicidio médicamente asistido ¿aprobamos?

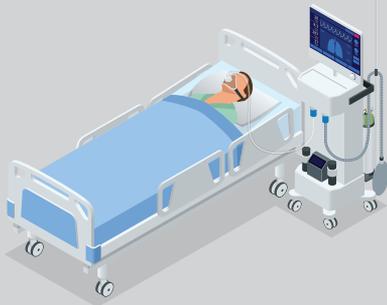
72%

de los mexicanos piensa que la eutanasia debería legalizarse en el país



52%

piensa que el suicidio médicamente asistido debería contemplarse en la ley



Decisiones al final de la vida

86% está de acuerdo con *"las personas que tienen una enfermedad terminal deberían tener derecho a solicitar voluntaria y libremente la muerte"*.

60% está de acuerdo con *"una persona con una enfermedad terminal tiene derecho a tomar medicamentos que le causen la muerte con ayuda de otra persona"*.

59% está de acuerdo con *"una persona con una enfermedad terminal debe tener derecho de solicitar al médico medicamentos para morir"*.

Muerte digna y Voluntad anticipada



39% opina que personas con una enfermedad terminal en México tienen una muerte digna



50% desconoce la regulación sobre la Ley de Voluntad Anticipada



9 de cada 10 considera que esta ley es necesaria



77% concuerda con: los médicos deberían apoyar la implementación de la muerte asistida independientemente de sus creencias y valores

Decidir cómo morir ante una enfermedad terminal



63% opina que la decisión de un enfermo terminal sobre cómo morir, debe tomarla solo él



37% piensa que debe consultarlo con la familia



71% piensa que la familia no respetará la voluntad del enfermo si atenta contra sus creencias

Metodología: Encuesta realizada entre el 14 y el 20 de agosto de 2020 a 800 personas integrantes de un panel online diseñado por el COP UVM. La conformación del panel se diseñó tomando en cuenta las características sociodemográficas de la población mexicana como edad, sexo, NSE, entidad y ocupación.

Conocimiento y comportamiento de los mexicanos hacia la enfermedad de alzheimer

Antecedentes

La **Organización Panamericana de la Salud** ha estimado que entre 6.5% y 8.5% de las personas mayores de 60 años tiene algún tipo de demencia en Latinoamérica. Esta cifra podría superar los 7.6 millones en 2030.¹

En México, la Enfermedad de Alzheimer (EA), es la forma más común de demencia (entre 60% y 80% de las demencias, de acuerdo al Instituto Mexicano del Seguro Social)². El aumento de esta enfermedad y las proyecciones que se tienen la convierten en un asunto de salud prioritario si se toman en cuenta las características demográficas y epidemiológicas, es decir, una población cada vez más longeva con enfermedades crónico degenerativas. Esta enfermedad también puede causar discapacidad y dependencia, por ende, los cuidados que los enfermos requieren, así como los gastos para el sector salud y para las familias puede llegar a ser considerable. Si se toma en cuenta que las personas con este tipo de padecimiento usualmente son atendidas en casa, esto puede generar un aumento en las tasas de mortalidad.³

Tomando en cuenta la escasa información nacional sobre este problema médico-social, el **Centro de Opinión Pública** en colaboración con un equipo interdisciplinario de la **Escuela de Salud de la UVM campus Hermosillo**, realizó un estudio para conocer la opinión de la población sobre el alzheimer.

Objetivo general

Evaluar la percepción social y conocimiento público de la Enfermedad de Alzheimer (EA).

Objetivos específicos

- Identificar las experiencias que tiene la población mexicana acerca de la EA.
- Identificar el conocimiento y las experiencias que tiene la población mexicana acerca de la EA.
- Evaluar la información que tiene la población mexicana acerca de la prevención, diagnóstico y tratamiento de la EA.
- Analizar las actitudes y expectativas de la población mexicana acerca de la EA.

Metodología

Se realizó una encuesta⁴ vía telefónica a 447 personas mayores de 18 años durante los meses de noviembre y diciembre. Este estudio se hizo en conjunto con la Escuela de Ciencias de la Salud de campus Hermosillo bajo la dirección Dra. Lucero Aída Juárez Herrera.

El estudio completo se puede conocer en: <https://opinionpublica.uvm.mx>

1 https://www.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=11322:dementias-are-on-the-rise-in-the-americas&Itemid=135&lang=es

2 <http://www.imss.gob.mx/salud-en-linea/enfermedad-alzheimer>

3 https://www.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=11322:dementias-are-on-the-rise-in-the-americas&Itemid=135&lang=es

4 La encuesta es una versión adaptada de las encuestas aplicadas en Argentina por María Russo María y en España por Clara Romero.

ALZHEIMER



En el marco del Día Mundial del Alzheimer, el **Centro de Opinión Pública de la UVM** presenta resultados de la encuesta Conocimiento y comportamiento de los mexicanos hacia la Enfermedad de Alzheimer realizada en conjunto con la **Escuela de Salud campus Hermosillo de la Universidad del Valle de México**.



83%

afirma conocer o haber escuchado sobre la enfermedad de alzheimer



89%

considera que esta enfermedad es grave



33%

indica estar informado o muy informado sobre ella

¿Cuáles son las fuentes de información?



30%

Medios de comunicación



22%

Amigos o conocidos



16%

Internet

¿Qué sería lo más difícil de tener la enfermedad de alzheimer?



30%

No reconocer a la familia



26%

Depender de otros



20%

Olvidar cosas

Ante la posibilidad de tener esta enfermedad...



83%

quisiera ser informado por el médico



75%

estaría preocupado de padecerla

Ante un diagnóstico de alzheimer...



55%

lo mantendría en secreto



83%

estaría preocupado por la reacción de la familia



82%

estaría preocupado por perder su trabajo



42%

preferiría estar bajo la atención de un profesional



39%

bajo la supervisión de la familia



13%

afirma que en su familia hay o hubo alguien con alzheimer

Postura de los mexicanos ante las vacunas ¿confiamos en una vacuna contra el COVID-19?

Antecedentes

La **Organización Mundial de la Salud** ha externado una postura a favor de la inmunización debido a su efectividad para prevenir enfermedades, reducir la mortalidad y la morbilidad, además de disminuir los costos en atención sanitaria; también hace énfasis en continuar con la vacunación porque de lo contrario enfermedades prevenibles, algunas erradicadas de países, volverán.

Muestra de la relevancia de las vacunas en la actualidad es la búsqueda de una vacuna para combatir el **COVID-19**. A partir de que la salud mundial entró en situación de alarma a causa de la pandemia, encontrar un antídoto que frene o prevenga la enfermedad se ha convertido en una carrera apremiante para los gobiernos, farmacéuticas e instancias involucradas en la investigación de la enfermedad.

Para conocer la percepción de la población sobre la vacunación en México, el **Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México** efectuó una encuesta que explora tanto la impresión que se tiene de la vacunación en términos generales, como de la vacuna contra la COVID-19.

Objetivo General

Conocer la opinión de la población sobre temas de inmunización, de manera particular el caso de la vacuna contra la **COVID-19**.

Objetivos específicos

- Saber cuál es la percepción de la población sobre las vacunas:
 - Seguridad, eficacia y utilidad.
 - Las vacunas como derecho u obligación.
- Conocer la opinión sobre la vacunación en México.
- Investigar la opinión sobre la vacuna contra la **COVID-19**:
 - Disposición a la inmunización.
 - Confianza en la vacuna y en las entidades involucradas en su creación.
 - Preocupaciones.

Metodología

Encuesta realizada entre el 16 y el 21 de octubre de 2020 a 800 personas integrantes de un panel online diseñado por el COP UVM. La conformación del panel se realizó tomando en cuenta las características sociodemográficas de la población mexicana como edad, sexo, NSE, entidad y ocupación.

El estudio completo se puede conocer en: <https://opinionpublica.uvm.mx>

POSTURA DE LOS MEXICANOS ANTE LAS VACUNAS

► ¿CONFIAMOS EN UNA VACUNA CONTRA EL COVID-19?

La encuesta del Centro de Opinión Pública de la UVM, además de explorar la opinión de la población sobre la vacunación, su efectividad, temores y conducta también indaga sobre la vacuna contra el COVID-19.



COVID-19 ¿Vacunarse o no?



79%
se aplicaría la vacuna cuando esté disponible

66%
afirma que no vacunarse contra el COVID-19 sería un acto irresponsable

54%
considera que ponerse la vacuna debería ser obligatorio para todos

Vacuna COVID-19 ¿para quién, para cuándo?



70%
opina que los países más desarrollados la tendrán con prontitud

31%
calcula que estará en México a mediados de 2021

58%
asistiría a una clínica del IMSS o del ISSSTE para aplicarse la vacuna

¿Qué tanta confianza tenemos en la vacuna?



66%
sentiría confianza de la vacuna



84%
considera que una vacuna creada por universidades o institutos de investigación extranjeras inspiran mayor confianza



78%
Animaría a su familia a vacunarse en la primera oportunidad



79%
está preocupado por los efectos secundarios

Política y vacuna COVID-19



89%
cree probable la vacuna sea utilizada con fines políticos

50%
confía en un proceso de compra transparente



Alimentación, actividad física y ocio durante el confinamiento

Antecedentes

La **COVID-19** ocasionó el establecimiento, a nivel mundial, de medidas que, buscando impedir la propagación del virus y cuidar la salud de la población, restringieron la movilidad. En el caso específico de México, se hicieron recomendaciones para quedarse en casa.

Con el confinamiento, la dinámica familiar se vio alterada ocasionando que miembros de las familias realizaran en su hogar actividades que antes desarrollaban en sus centros laborales o educativos. Compartir un espacio de forma continua con varios integrantes del hogar llegó a convertirse para muchas familias mexicanas en un reto cotidiano que debía atender las necesidades surgidas en el nuevo contexto. Fue necesario encontrar mecanismos para una mejor convivencia, de esparcimiento, entretenimiento, alimentación, activación física para enfrentar el encierro que extendía su periodo.

Ante el impacto que el encierro a causa de la pandemia tuvo en la salud física y emocional de las personas y en las familias, el **Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México** efectuó un estudio para conocer cuáles fueron los principales cambios experimentados al interior de los hogares mexicanos en relación al cuidado de la salud y esparcimiento como consecuencia del confinamiento.

Objetivo general

Saber cuáles son los cambios de hábitos de salud y de entretenimiento que se ocasionaron al interior de los hogares mexicanos como consecuencia de la contingencia sanitaria.

Objetivos específicos

- Conocer los cambios de la población en temas de salud.
 - Alimentación.
 - Actividad física y ejercicio (previo y durante el confinamiento).
- Indagar los principales efectos en la salud física y emocional a causa de un confinamiento prolongado.
- Investigar cómo fue la convivencia familiar durante la contingencia.
 - Aspectos que favorecen o dificultan la convivencia familiar.
- Conocer las actividades de esparcimiento realizadas por la población.

Metodología

Encuesta realizada a 1,100 personas integrantes de un panel online diseñado por el COP UVM. La conformación del panel se diseñó tomando en cuenta las características sociodemográficas de la población mexicana como edad, género, NSE, entidad y ocupación. La encuesta se realizó entre el 8 y 14 de julio.

El estudio completo se puede conocer en: <https://opinionpublica.uvm.mx>

ALIMENTACIÓN, ACTIVIDAD FÍSICA Y OCIO DURANTE EL CONFINAMIENTO

Ante el encierro a causa del virus SARS-CoV2 (COVID-19) el Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México realizó una encuesta para conocer los desafíos enfrentados por las familias mexicanas en los meses de resguardo en casa. Te presentamos algunos resultados sobre salud, convivencia y pasatiempos.



Metodología: Encuesta realizada entre el 8 y el 14 de julio de 2020 a 1, 100 personas integrantes de un panel online diseñado por el COP UVM. La conformación del panel se diseñó tomando en cuenta las características sociodemográficas de la población mexicana como edad, sexo, NSE, entidad y ocupación.

Convivencia



35%

considera que la convivencia con la familia ha sido difícil o muy difícil.

La favorece



86%

asignar tareas entre los miembros de la familia

80%

una mascota

La dificulta



62%

estar en un espacio físico pequeño

Alimentación



30%

señala que come más que antes



21%

come mucho más que antes



47%

ha subido de peso

Ejercicio



57%

afirma que ha realizado deporte o ejercicio



67%

recurre a tutoriales para asesorarse

El encierro y la salud mental



32%

se ha sentido irritable o violento



72%

se ha sentido estresado



52%

se ha sentido deprimido

Ocio



86%

diariamente navega en internet



42%

ve series o películas por un sistema de cable o plataformas digitales



30%

mejoró o contrató servicio con una plataforma de streaming



18%

amplió o adquirió servicio de cable



Estudios sobre temas sociales

Violencia hacia la mujer en México. Problemática que prevalece

Antecedentes

En 2018 el **Centro de Opinión Pública** realizó una encuesta sobre la percepción de violencia hacia la mujer en el país como parte de un esfuerzo institucional para promover valores como la equidad de género.

Con el fin de seguir aportando información que contribuya a erradicar la violencia hacia la mujer, el **Centro de Opinión Pública** efectuó una encuesta que permitiera, por una parte, comparar resultados y, por otra parte, conocer sobre temáticas coyunturales que están impactando en la discusión y agenda pública como las movilizaciones a finales del 2019 y a inicios de 2020.

En estos dos años se han presentado manifestaciones protagonizadas por mujeres cuyas principales demandas fueron el combate a la violencia de género, el rechazo a los feminicidios, la exigencia por la resolución de los casos pendientes por este delito, así como la exigencia por alcanzar una verdadera equidad de género. En los momentos en que estas manifestaciones se encontraban en su punto más intenso, la pandemia ocasionada por el COVID-19 interrumpió su cauce.

Sin embargo, las circunstancias que motivaron estas movilizaciones no han cambiado, la pandemia no dio tregua a la violencia hacia la mujer, de hecho, se tiene registro que sólo en el mes de abril de 2020 incrementó 42%, en relación al mismo mes del año previo, el número de llamadas al 911 por casos relacionados con violencia contra la mujer¹. Esto es solo una evidencia de que la violencia hacia las mujeres aumentó en México durante el confinamiento, a la vez que, disminuyeron las posibilidades de escapar de esta situación y de denunciar al agresor.

En el contexto del Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer se efectuó un estudio que atiende la visibilización de esta problemática.

Objetivo general

Investigar cuál es la percepción de la población sobre la visibilización y prevalencia del problema de la violencia hacia la mujer, con un enfoque en el contexto del confinamiento.

Objetivos específicos

- Conocer opinión de la población sobre movilizaciones sociales ocurridas a inicios de 2020.
 - Demandas, utilidad.
- Evaluar el papel del gobierno para combatir la violencia hacia la mujer y lograr una equidad de género.
- Saber cuál es la percepción de los ciudadanos sobre la violencia hacia la mujer durante el confinamiento.
- Conocer sobre episodios de violencia del que hayan sido víctimas las mujeres respondientes de la encuesta.
- Averiguar la opinión de la población sobre el papel de los medios de comunicación y redes sociales en torno a esta problemática.

Metodología

Encuesta realizada a 790 personas integrantes de un panel online diseñado por el COP UVM. La conformación del panel se diseñó tomando en cuenta las características sociodemográficas de la población mexicana como edad, género, NSE, entidad y ocupación. La encuesta se realizó entre el 4 y 10 de noviembre de 2020.

El estudio completo se puede conocer en: <https://opinionpublica.uvm.mx>

¹ Las dos pandemias: violencia contra las mujeres en México en el contexto del covid-19. EQUIS Justicia para las Mujeres. <https://equis.org.mx/wp-content/uploads/2020/08/informe-dospandemiasmexico.pdf>

VIOLENCIA HACIA LA MUJER EN MÉXICO

► PROBLEMÁTICA QUE PREVALECE

En el contexto de la conmemoración por el Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer, el Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México realizó una encuesta que aborda episodios violentos durante la pandemia, denuncia, actuación del gobierno, movilizaciones sociales y medios de comunicación. Presentamos algunos hallazgos.

Metodología: Encuesta realizada entre el 4 y el 10 de noviembre de 2020 a 790 personas integrantes de un panel online diseñado por el COP UVM. La conformación del panel se diseñó tomando en cuenta las características sociodemográficas de la población mexicana como edad, sexo, NSE, entidad y ocupación.



Violencia durante la pandemia

32%
conoce un caso de violencia hacia las mujeres ocurrida durante la pandemia



26%
experimentó una situación violenta en casa



Experiencias violentas

41% de las mujeres ha sido víctima de violencia física

72% de violencia emocional o psicológica

24% de violencia sexual



¿Por qué las mujeres no denuncian la violencia?

93% por miedo a represalias

89% cree que la conducta violenta del agresor será pasajera

88% por vergüenza

Avances en equidad de género y combate a la violencia hacia las mujeres

36%
piensa que se ha avanzado poco en combatir la violencia hacia las mujeres



37%
opina que no hay avance en la resolución de casos de violencia hacia la mujer

Medios de comunicación y redes sociales



84%
considera que los medios de comunicación han contribuido a visualizar el problema



50%
cree que ayudan a presionar a las autoridades a resolver casos



63%
cree que las redes sociales ayudan a exigir justicia



69%
las ve como un mecanismo de denuncia

Movilizaciones sociales

89%
resultan importantes para visibilizar el problema de violencia hacia la mujer

85%
son útiles para concientizar a la población sobre este tema

80%
son importantes para poner en la agenda pública la desigualdad de género

Situación de los Derechos Humanos en México

Antecedentes

México enfrenta una compleja situación en términos de derechos humanos agravada por el ambiente de inseguridad y violencia. En la opinión pública resuenan casos como el aumento de desapariciones forzadas, los abusos a los migrantes que cruzan la frontera sur del país, o las condiciones de los migrantes ubicados en la región norte, así como ataques constantes de la delincuencia contra periodistas y defensores de derechos humanos.

Las violaciones a los derechos humanos en distintos ámbitos y desde distintos sectores sociales, son tantas que no resulta extraño que un gran porcentaje de la población conozca al menos un caso de violación de los derechos humanos ya sea de forma directa, o a través de los medios de comunicación o redes sociales.

Si bien, los derechos humanos han adquirido un lugar preponderante en la agenda pública, es necesario regresar constantemente a este tema, reparar en las ideas y concepción que tiene la población sobre los derechos humanos y el papel que juegan en aspectos cotidianos.

De igual forma, ante los retos que enfrentan las instituciones del país para atender estas problemáticas, es fundamental contar con más información que nos indique qué tanto se conoce a las instituciones que se encargan de la defensa de derechos humanos y cómo son evaluadas por los mexicanos. Por estos motivos, el **Centro de Opinión Pública de UVM** se propuso realizar un estudio sobre derechos humanos que permitiera ahondar en estos aspectos.

Objetivo general

Conocer la percepción de la población sobre los derechos humanos y la situación en que se encuentra México.

Objetivos específicos

- Conocer cuánto sabe sobre derechos humanos la población mexicana.
 - Qué se entiende por derechos humanos.
 - Derechos que son identificados como derechos humanos.
- Saber qué opina la población sobre el respeto a los derechos humanos.
- Explorar los grupos sociales con mayor riesgo de ser vulnerados en sus derechos humanos.
- Conocer la percepción sobre la impartición de justicia y el respeto a los derechos humanos.
- Identificar casos de violación a los derechos humanos más conocidos por la población.
- Indagar sobre el conocimiento de instituciones u organismos defensores de derechos humanos.
- Conocer la opinión en torno a la libertad de expresión, manifestación y prensa.
- Evaluar el papel de la administración federal actual en la protección de los derechos humanos.

Metodología

Encuesta realizada a 800 personas integrantes de un panel online diseñado por el COP UVM. La conformación del panel se diseñó tomando en cuenta las características sociodemográficas de la población mexicana como edad, género, NSE, entidad y ocupación. La encuesta se realizó entre el 14 y 20 de agosto de 2020.

El estudio completo se puede conocer en: <https://opinionpublica.uvm.mx>

DERECHOS HUMANOS EN MÉXICO

La encuesta del Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México encontró posturas ambivalentes entre los mexicanos sobre el tema de Derechos Humanos, te compartimos algunos hallazgos.



Metodología: Encuesta realizada entre el 23 y el 30 de septiembre de 2020 a 800 personas integrantes de un panel online diseñado por el COP UVM. La conformación del panel se diseñó tomando en cuenta las características sociodemográficas de la población mexicana como edad, sexo, NSE, entidad y ocupación.

Preocupación por los derechos humanos en México



56%

afirma que en el país no se respetan los derechos humanos



75%

muestra preocupación de que los derechos humanos se dejen de garantizar en México

Los derechos humanos y la justicia



78%

considera que los derechos humanos son un obstáculo para la impartición de justicia



83%

opina que se protegen los derechos humanos de los delincuentes antes que los derechos humanos de las víctimas



79%

dice que los delincuentes deben ser castigados a toda costa, incluso si no se respetan sus derechos humanos



88%

piensa que los sospechosos de cometer algún delito argumentan violación a sus derechos humanos para evitar la cárcel



52%

asegura que garantizar los derechos humanos de las víctimas y delincuentes, por igual, es importante

Papel del gobierno ante la protección de los derechos humanos



62%

cree que los recursos que está destinando el gobierno son insuficientes para garantizar la protección de los derechos humanos



58%

de la población considera que el gobierno no atiende las recomendaciones de la CNDH para hacer respetar los derechos humanos

Organismos de defensa de derechos humanos



54%

ha escuchado de una institución del gobierno dedicada a proteger los derechos humanos



73%

la más mencionada es la CNDH



14%

desconoce a dónde podría acudir en caso de que violentaran sus derechos humanos



40%

considera que las instituciones públicas de derechos humanos en México funcionan mal

Orgullo e identidad nacional

Antecedentes

¿Qué significa ser mexicano?, ¿qué nos genera orgullo a los mexicanos? ¿cuáles son los aspectos que conforman nuestra identidad? ¿los elementos que identificaban a generaciones pasadas como mexicanos prevalecen para las generaciones actuales? Son algunas de las preguntas que resurgen continuamente para entender la concepción que tenemos de nosotros mismos para conocer los efectos de nuestra autopercepción como sociedad y los retos que tenemos por delante.

Con el objetivo de analizar, a la luz de los cambios presentados en el país en los últimos años, cuáles son los principales elementos culturales y sociales que la población considera como parte fundamental de la identidad mexicana, el **Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México** efectuó una encuesta con una temática de identidad y orgullo orientada a aspectos políticos, legalidad, factores de cohesión y miras al futuro.

Objetivo General

Conocer cuáles son los elementos que generan identidad y orgullo a los mexicanos.

Objetivos específicos

- Saber cuáles son los elementos que generan mayor orgullo entre los mexicanos:
 - Culturales.
 - Políticos.
 - Jurídicos.
 - Sociales.
- Conocer qué factores son necesarios para forjar un país que nos enorgullezca.
- Identificar cómo se percibe la unidad ¿qué nos une como mexicanos?
- Averiguar cuáles son las celebraciones que nos identifican como mexicanos ¿tienen el mismo significado las celebraciones cívicas que las culturales?

Metodología

Encuesta realizada entre el 3 y el 8 de septiembre de 2020 a 800 personas integrantes de un panel online diseñado por el COP UVM. La conformación del panel se diseñó tomando en cuenta las características sociodemográficas de la población mexicana como edad, sexo, NSE, entidad y ocupación.

El estudio completo se puede conocer en: <https://opinionpublica.uvm.mx>

ORGULLO E IDENTIDAD

El Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México realizó una encuesta para conocer los factores que generan identidad, lo que nos enorgullece o molesta a los mexicanos.

Metodología: Encuesta realizada entre el 3 y el 8 de septiembre de 2020 a 800 personas integrantes de un panel online diseñado por el COP UVM. La conformación del panel se diseñó tomando en cuenta las características sociodemográficas de la población mexicana como edad, sexo, NSE, entidad y ocupación.



80%

de los mexicanos considera que recibió de sus padres un México del que se sentía orgulloso



54%

siente que heredará a las futuras generaciones, un país del que se siente orgulloso



64%

se siente extremadamente orgulloso de ser mexicano

¿Qué nos genera orgullo?



95%

los productos hechos en el país



83%

las celebraciones patrias



73%

la solidaridad de los mexicanos



34%

del comportamiento de los mexicanos

Aspectos que deben definir a un mexicano



61% conocer la historia del país



60% compartir tradiciones y costumbres



38% actuar conforme a la ley

¿Qué une a los mexicanos?



94% la selección mexicana de fútbol



97% los momentos de desastre

¿Qué nos disgusta de México?



74%

la corrupción



64%

la delincuencia



55%

la impunidad

¿Qué se requiere para mejorar nuestro país?



93%

cuidar los recursos naturales



92%

mejorar la calidad de la educación



88%

exigir cuentas a los funcionarios públicos



86%

respetar las leyes

¿Quién daña la imagen de México?



35%

los gobernantes electos



25%

los narcotraficantes



24%

funcionarios públicos



11%

la sociedad que incumple las leyes.

Mascotas, familia y COVID-19

Antecedentes

En 2015 y 2016 el **Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México** realizó dos encuestas sobre la relación de los mexicanos con sus mascotas. Los resultados de estas encuestas han puesto en evidencia el gran apego que tiene la población con sus mascotas y como estas pueden llegar a influir significativamente en el estado emocional de los dueños.

La pandemia además de afectar la economía, la salud, también impactó en el estado emocional de las personas y su rutina. Atendiendo, por una parte, el efecto emocional por la epidemia y la influencia de un animal de compañía en el estado de ánimo de los individuos, el **Centro de Opinión Pública** realizó una encuesta para identificar el rol de las mascotas en las familias durante la pandemia.

Objetivo general

Conocer más sobre el papel que jugaron las mascotas en la convivencia familiar durante la contingencia sanitaria ocasionada por la **COVID-19**.

Objetivos específicos

- Explorar sobre el impacto emocional de la mascota en el bienestar emocional de la persona y la familia.
- Investigar las costumbres del hogar en relación a la mascota como efecto del confinamiento sanitario.
 - Preocupación de que la mascota contraiga o sea transmisora de **COVID-19**.
 - Comportamiento y cambios de actitud de la mascota durante el periodo de aislamiento.
- Averiguar el conocimiento sobre leyes de maltrato animal.
- Conocer las preferencias entre adoptar mascotas o a comprarlas.

Metodología

Encuesta realizada a 730 personas integrantes de un panel online diseñado por el COP UVM. La conformación del panel se diseñó tomando en cuenta las características sociodemográficas de la población mexicana como edad, género, NSE, entidad y ocupación. La encuesta se realizó entre el 4 y 10 de noviembre de 2020.

El estudio completo se puede conocer en: <https://opinionpublica.uvm.mx>

MASCOTAS, FAMILIA Y COVID-19

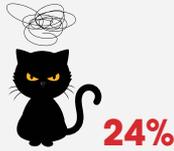


Atendiendo el papel de las mascotas en la dinámica de las familias, el Centro de Opinión Pública de la UVM realizó una encuesta para conocer, por una parte, cuáles son los hábitos al interior de los hogares sobre las mascotas, desde su adquisición, gastos, responsabilidades, y por otra parte, qué emociones asociadas al animal de compañía y comportamiento se presentaron en el contexto de la COVID-19

Cuarentena y mascotas



afirma que sus mascotas han aligerado el encierro



dice que la mascota se mostró estresada por compartir más tiempo con la familia



piensa que las mascotas pueden enfermarse de COVID-19



está preocupado de que las mascotas en el hogar pudiesen padecer COVID-19

Aprecio por las mascotas



considera a su mascota como un miembro de la familia



opina que personas jóvenes están sustituyendo a los hijos con tener mascotas



creo que una mascota incrementa la calidad de vida de las personas con alguna discapacidad



creo que una mascota incrementa la calidad de vida de los ancianos

Mascotas y gastos



74% gastó lo mismo que el año pasado en sus mascotas

22% gastó más

Mascotas en el hogar



31% vive al menos una mascota



22% viven dos mascotas



84% tiene perros



37% tiene gatos



55% le regalaban la mascota



28% compró a su mascota

Metodología: Encuesta realizada entre el 1 y el 9 de diciembre de 2020 a 730 personas integrantes de un panel online diseñado por el COP UVM. La conformación del panel se diseñó tomando en cuenta las características sociodemográficas de la población mexicana como edad, sexo, NSE, entidad y ocupación.

2020, el año de la pandemia ¿con qué nos quedamos?

Antecedentes

2020 pasará a la historia como un año que sacudió a la humanidad. La enfermedad de COVID-19, además de paralizar al mundo, avivó a líderes, instancias, autoridades y millones de personas a enfrentar un nuevo contexto. Se requirieron medidas para cuidar a la población, alternativas que permitieran continuar la marcha económica, laboral y académica y múltiples procesos de adaptación para encarar esta pandemia.

Próximos a cerrar el año, el **Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México** lanzó una encuesta para conocer el balance que la población hace de este año tanto en la dirección que lleva el país, como en las expectativas para el año 2021.

Objetivo General

Conocer cuáles son las reflexiones de la población sobre el año 2020.

Objetivos específicos

- Saber cuál es el análisis de la población sobre el rumbo que tuvo el país en 2020 y las expectativas para 2021:
 - Economía.
 - Salud, manejo de la crisis sanitaria por COVID-19.
- Conocer cuáles son los aprendizajes que ha dejado la pandemia.
- Averiguar el comportamiento de la población en materia de prevención y cuidados por COVID-19 hacia la recta final de año.

Metodología

Encuesta realizada entre el 8 y el 16 de diciembre de 2020 a 690 personas integrantes de un panel online diseñado por el COP UVM. La conformación del panel se diseñó tomando en cuenta las características sociodemográficas de la población mexicana como edad, sexo, NSE, entidad y ocupación.

El estudio completo se puede conocer en: <https://opinionpublica.uvm.mx>

2020, AÑO DE LA PANDEMIA

¿con qué nos quedamos?

Próximos a concluir el 2020, un año marcado por la crisis sanitaria, el Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México realizó una encuesta para conocer cuáles son los aspectos positivos y negativos, así como los aprendizajes que los mexicanos tuvieron a lo largo del año.



Aspectos más valorados del 2020

Personales y familiares



42%
valora más a la familia.



22%
mejoró la comunicación
con su familia



52%
valora más su salud

Laborales



25%
la implementación del
trabajo desde casa



23%
la adquisición de
nuevas habilidades

En términos generales



29%
rescata la disminución
de la contaminación



23%
celebra las muestras
de solidaridad

Aspectos negativos del 2020



84%
la pérdida de vidas a
causa de la COVID-19



82%
la pérdida de
empleos



73%
el daño a la
economía familiar



52%
la depresión o
estrés



50%
las carencias en el
sector de salud público

Evaluación del gobierno federal



En seguridad **40%** piensa que lo ha hecho bien y **60%** mal



En contener la COVID-19 **38%** cree que lo ha hecho y **62%** mal.



Para reactivar la economía, **37%** indica que lo hace bien y **63%** mal

Impacto de la pandemia en la economía familiar



41% tuvo dificultades para cubrir gastos de alimentación



44% disminuyeron sus ahorros



51% presentó dificultades para pagar deudas



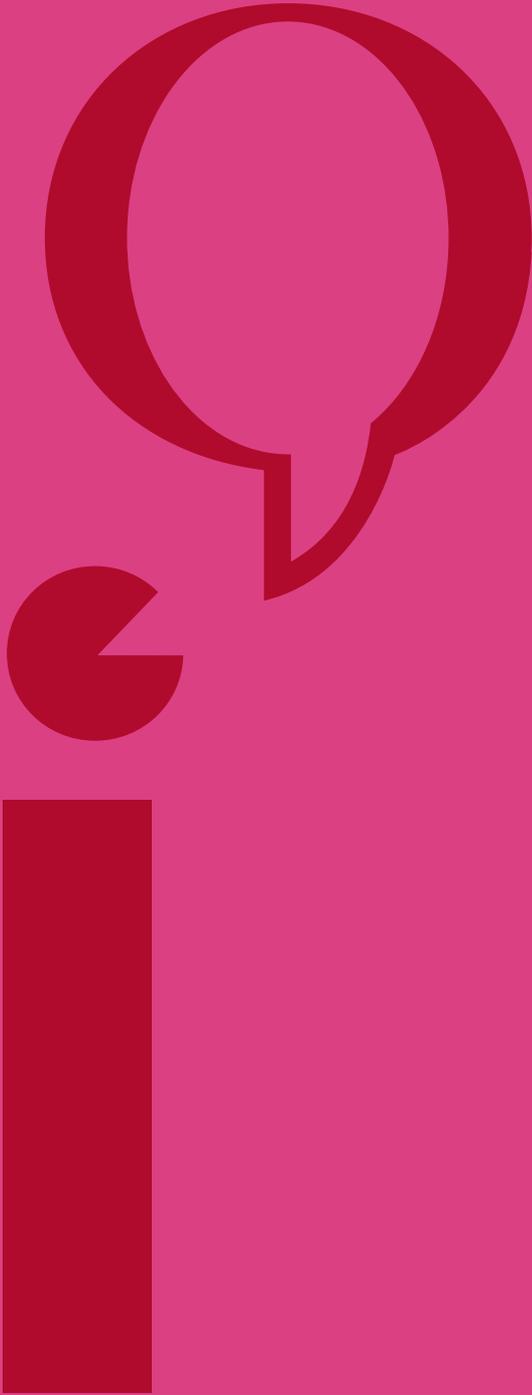
54% dificultades para cubrir los gastos (agua, luz, gas, etc.).



71% reporta disminución en los ingresos del hogar



CENTRO DE
OPINIÓN PÚBLICA
LAUREATE MÉXICO



LAUREATE
INTERNATIONAL
UNIVERSITIES®