



CENTRO DE
OPINIÓN PÚBLICA
LAUREATE MÉXICO



opinionpublica@uvmnet.edu



9138 5000 ext. 50272, 50275



<http://www.opinionpublicaunitec.mx>
<http://www.opinionpublicauvm.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	
 Económicos	6
• Condiciones laborales en México	7
 Salud	10
• Composición de la dieta de las familias.	11
Estudio sobre los alimentos: su compra y consumo	
• Lactancia materna	13
 Sociales	16
• Cultura Cívica entre los Universitarios	17
• Educación básica en México. Conociendo a los maestros: la visión del padre de familia y del maestro	19
• Encuesta Nacional de Egresados	21
• Boom gastronómico, ¿eres parte?	25
• Independencia de México ¿qué significa para ti?	27
• Padres de familia: su lectura de la educación a partir de su experiencia	29
• Patriotismo: ¿qué es y cómo se conforma?	31
• Ser policía en México, ¿qué rol asume la sociedad?	33
• Vejez: ¿Cómo la vemos? ¿cómo la enfrentamos?	35

Uso de la Tecnología	38
▪ Comunicación digital, ¿cómo la vivimos?	39
▪ Energías sustentables, limpias y su panorama en México	41
▪ Aplicación de video denuncias de los Supercívicos	43
Deportivos	46
▪ Rediseño de la cultura física y el sistema deportivo mexicano	47



CENTRO DE
OPINIÓN PÚBLICA
LAUREATE MÉXICO

¿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

Trabaja en conjunto con el resto de las universidades de la Red Laureate para realizar estudios y publicaciones conjuntas.

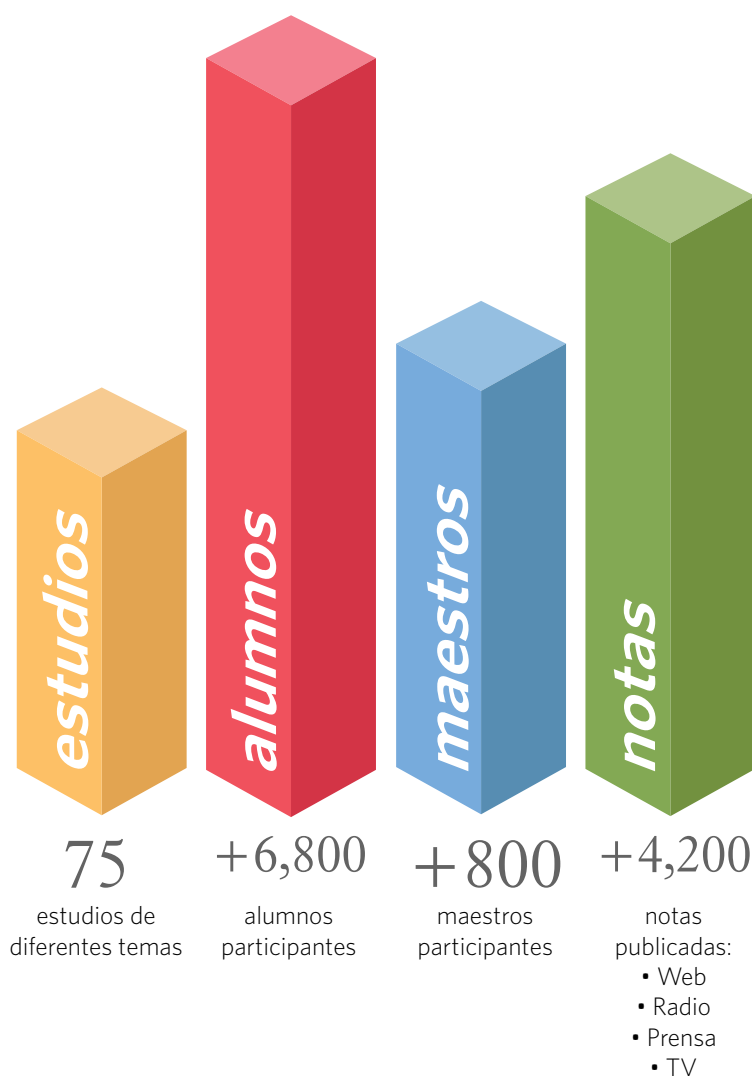
Busca siempre la innovación en el planteamiento y desarrollo de sus estudios.

¿Cómo trabajamos?



Numeralia

2012-2017





Estudios sobre temas económicos

Condiciones laborales en México

Antecedentes

A fin de conocer a profundidad cuáles son los principales retos a los que se enfrenta el mercado laboral en el país, el **Centro de Opinión Pública** propuso la realización de un estudio que permitiera obtener información, tanto de las necesidades que tienen los empleadores en términos de conseguir talento humano, como de las condiciones en que laboran los trabajadores en México.

Objetivo general

Conocer las opiniones, percepciones y valoración de los empleados y empleadores en torno a temas estratégicos de condiciones laborales y necesidades del mercado laboral.

Objetivos específicos

- Conocer la oferta de la empresa a los empleados en términos de:
 - Programas de carrera, desarrollo profesional, capacitación y entrenamiento
 - Prestaciones (de Ley y adicionales)
 - Paquetes de compensación y compensación variable
 - Balance y calidad de vida
- Conocer las necesidades, obstáculos y retos que tienen los empleadores para conseguir talento humano.

Metodología

Se realizó un estudio mixto con una fase cuantitativa y una cualitativa.

Fase cuantitativa

Se aplicó una encuesta telefónica a nivel nacional con 460 hombres y mujeres mayores de 18 años, que cuentan con línea telefónica en su hogar.

Fase cualitativa

Se realizaron sesiones de trabajo con directores de Recursos Humanos de empresas que conforman el Consejo Ejecutivo de Empresas Globales.

El estudio completo se puede conocer en: www.opinionpublicauvm.mx

Condiciones laborales en México

¿Cuáles son las condiciones laborales de los trabajadores de nuestro país? En el Centro de Opinión Pública de la UVM, buscamos conocer las opiniones, percepciones y valoración de los empleados y trabajadores en torno a sus condiciones laborales: contratación, esquemas de pago, prestaciones, nivel de satisfacción, entre otros.



¿Cuál es su situación laboral?



8%

Sector Público



11%

Freelance



18%

Empleado sin contrato



25%

Empleado con contrato temporal



38%

Empleado con contrato definitivo

¿Cómo les pagan?



58%

Nómina



28%

Honorarios



14%

Una parte por nómina y otra por honorarios

¿Qué prestaciones tienen?



72%

Vacaciones



69%

Aguinaldo



66%

Seguro Social



58%

Infonavit



34%

SGMM, Seguro de vida, Vales de despensa y gasolina

Sobre capacitación en su empresa



58%

Sabe que existen planes de capacitación



40%

Recibe capacitación para realizar su trabajo



28%

No recibe capacitación ni entrenamiento

Planes de desarrollo en su empresa



55%

Sí cuenta con planes de desarrollo



22%

No cuenta con planes de desarrollo

cualitativo

¿Qué valoran los trabajadores de su empresa?



Comunicación



Reconocimiento



Protección



Ambiente



Orgullo

¿Qué habilidades valoran / buscan las empresas?



Buena actitud



Adaptabilidad



Comunicación



Habilidades socioemocionales



Inglés



Estudios sobre temas de salud

Composición de la dieta de las familias. Estudio sobre los alimentos: su compra y consumo.

Antecedentes

Conscientes de que la obesidad y sobrepeso se han convertido en un problema de salud que afecta a millones de mexicanos y que requiere del esfuerzo de distintas instancias para combatirlo, el **COP** y la **Universidad Tecnológica de México** realizaron un estudio experimental a fin de conocer la dieta de familias, sus hábitos de alimentación y compra de productos.

La Organización Mundial de la Salud define la obesidad y el sobrepeso como la acumulación anormal o excesiva de grasa habiendo un desequilibrio entre el consumo de alimentos ricos en calorías que no es proporcional a la actividad física realizada; partiendo de esta definición y de la gravedad que representa esta condición en términos de salud, resulta fundamental investigar nuestras actividades físicas y hábitos alimenticios en el lugar primario donde nos alimentamos, es decir, el hogar.

Desde el consumo o compra de productos hasta la ingesta de los alimentos, las actividades físicas realizadas, así como la autopercepción de que se come sano y se está sano, se perfila una cadena de costumbres que están detonando que los índices de obesidad y sobrepeso prevalezcan o se incrementen en el país.

Objetivo general

Averiguar cuál es la contribución de las costumbres familiares en la obesidad y sobrepeso de sus integrantes a partir de la dieta de las familias, consumo de productos y concepción de alimentación saludable.

Objetivos específicos

- Conocer los hábitos alimenticios de la población a estudiar.
- Conocer la composición de las despensas y refrigeradores.
- Investigar la percepción sobre lo que consideran alimentación saludable y establecer la congruencia entre su percepción y su cotidianidad.

Metodología

Se realizó un ejercicio experimental utilizando metodologías complementarias. El ejercicio cualitativo consistió en evidencia fotográfica y un registro observacional. La fase cuantitativa se efectuó con una encuesta. Para cada fase se realizaron 749 encuestas y 749 registros observacionales.

El estudio completo se puede conocer en: www.opinionpublicaunitec.mx

¿Cómo es la alimentación de las familias mexicanas?

El **Centro de Opinión Pública de UNITEC**, realizó un estudio para conocer las prácticas en torno a la dieta de las familias mexicanas. Se realizaron 749 encuestas aplicadas a casa habitación y 749 registros observacionales de la despensa de hogares encuestados. Los respondientes son los responsables de preparar y decidir sobre los alimentos que consume la familia. 81% son mujeres y 19% hombres. La edad promedio es de 42 años. El ejercicio fue levantado en junio de 2017.



Sobre las verduras...



33% de los encuestados señala que a su familia **no le gusta la verdura**

Alimentación en casa...



90% de las familias consume tortilla a la hora de la comida

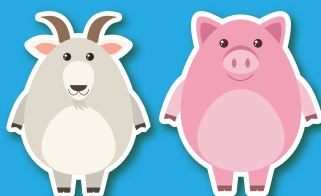


60% consume galletas o pan dulce en el desayuno



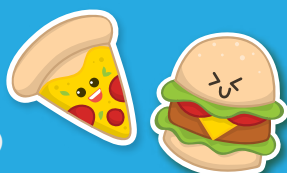
80% acompaña su comida con refresco.

En fin de semana...



53% come barbacoa y carnitas

En la quincena, las familias suelen consumir pizza (47%) o hamburguesas (44%)



En la despensa...

¿Cuáles son los productos que predominan en la despensa mexicana?



90%
sal



89%
azúcar



87%
arroz



87%
café



86%
aceite



83%
frijoles

Comprar la despensa representa en promedio, un gasto de \$1091 pesos semanales

Lactancia materna

Antecedentes

A pesar de que instancias de salud enfatizan los beneficios de la lactancia materna como un mecanismo para la supervivencia de los niños porque disminuye riesgos de infecciones, previene enfermedades y proporciona beneficios para las mujeres que realizan esta práctica, reportes de la Organización Mundial de la Salud, indican que menos del 40% de los lactantes menores de seis meses reciben alimentación proveniente exclusivamente de leche materna y en México esta cifra es de 14% a nivel nacional.

Debido a la relevancia que esta práctica tiene en la demografía de la población, para la supervivencia y estado de salud de los infantes, a edad temprana y futura, así como de la propia madre y para el sistema de salud, el **Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México** realizó un estudio sobre lactancia materna para conocer la opinión de la población al respecto.

Objetivo General

Conocer las opiniones de la población en torno a la lactancia materna, conocimiento, importancia y prejuicios en torno a esta práctica.

Objetivos específicos

- Indagar sobre la importancia que se le asigna a la lactancia materna.
- identificar el nivel de conocimiento de la población respecto a la lactancia materna: mitos y realidades en torno a la lactancia.
- Conocer los prejuicios de la población respecto a este tema.
- Identificar si la población conoce legislación e iniciativas gubernamentales.

Metodología

Encuesta vía internet dirigida a cibernautas mexicanos. 517 encuestas fueron respondidas por mexicanos entre 18 y 67 años de edad durante la última semana de junio de 2017.

El estudio completo se puede conocer en: www.opinionpublicauvm.mx

Lactancia Materna

Ante el creciente debate sobre la práctica de la lactancia materna en público y teniendo como marco la semana de la lactancia materna, el Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México, realizó una encuesta a 517 cibernautas para conocer su opinión sobre esta práctica y sobre los mitos y realidades que la rodean.



Solo 14%
de las mujeres en México
dan lactancia exclusiva*
*ENSANUT 2012

90% de los encuestados
considera que este
porcentaje es bajo



¿Por qué crees que las mamás
no amamantan a sus hijos?

- 37% Las madres trabajan
- 33% Falta de información
- 9% Formas de alimentación más prácticas
- 7% Falta de apoyo en su trabajo
- 4% Pena
- 4% Tiempo

66% Considera que los niños no deben amamantarse
después de los 18 meses de edad



Beneficios de amamantar



Los niños obtienen los nutrientes requeridos **26%**



Los protege de enfermedades futuras **21%**



Se enferman menos **18%**



Los protege de infecciones **18%**



Protege a la madre de futuras enfermedades **9%**

Es una opción más económica **8%**

84% Cree que la fórmula
no aporta los mismos beneficios



95%
NO se siente incomodo
cuando ve amamantar
a una mujer en público



46%
De los hombres
preferirían que si
fuera su familiar
se cubriera



87%
De las mujeres
preferirían
cubrirse si tuvieran
que amamantar



Estudios sobre temas sociales

Cultura Cívica entre Universitarios

Antecedentes

A fin de impulsar la ética, integridad y civismo en México como aspectos fundamentales para lograr la reconciliación de los diversos actores que la componen, se realizó el **Primer Foro Ética y Cultura Cívica** organizado por **Laurete Universities** y **Aspen Institute México**.

En el marco del Foro, se presentó la encuesta sobre Cultura Cívica que el **Centro de Opinión Pública** realizó para reconocer la importancia de temas como honestidad, ética, reputación, valores, respeto a las leyes, civismo y su implicación para lograr un estado de derecho.

Objetivo General

Identificar las opiniones y percepciones de la comunidad de las instituciones Laureate en México, sobre la cultura y educación cívica y en valores que prevalece en nuestro país, en sus hogares y en su entorno inmediato, así como las implicaciones que esto tiene en su conducta y experiencia cotidiana.

Metodología

Se aplicaron 10,774 encuestas entre los alumnos de ambas instituciones y niveles educativos, tanto bachillerato como licenciatura. En la Universidad del Valle de México se efectuaron 7,226 encuestas y 3,548 en la Universidad Tecnológica de México.

Sobre el Foro

El foro tuvo como objetivo: contribuir al desarrollo de ciudadanos que cuenten con la capacidad de apoyar el bienestar de la sociedad y generar reflexión en torno a la forma en que los jóvenes viven los valores éticos y cómo influir positivamente en ellos, es decir, promover la integridad y la cultura cívica.

La apertura del foro fue un diálogo ¿Cómo llegamos a donde estamos? entre el Dr. Juan Ramón de la Fuente, Presidente del Aspen Institute México y el Lic. Federico Reyes Heróles, Presidente del Consejo Rector de la Fundación Este País. Se efectuaron 3 mesas con los temas: “Integridad y civismo”, “Ética en los negocios” y “Mejores prácticas”

El estudio completo se puede conocer en: www.opinionpublicauvm.mx



Cultura Cívica entre los universitarios

Con base en la creciente preocupación sobre la corrupción e impunidad, el Centro de Opinión Pública de UVM decidió llevar a cabo un estudio entre miembros de su propia comunidad universitaria sobre la cultura cívica y los valores que prevalecen en México, en particular en los hogares.

93% considera importante actuar conforme a valores

Respeto

El valor que se considera más importante



El soborno se percibe como una de las faltas más graves

94% Comprende la importancia de respetar reglas



76% considera que una regla pierde validez si no hay consecuencias por su incumplimiento

94%

de los participantes dicen que en sus hogares son respetuosos de las normas.



Enojo



El sentimiento que predomina ante situaciones violentas en la familia

90%

de los jóvenes están dispuestos a contribuir en favor del bienestar de la comunidad.

Conclusión

Mientras más integrado se siente el participante en la familia, con los amigos y en la escuela más sólida es su postura con respecto a respetar las reglas y más sólidos son sus valores. Por lo anterior es imprescindible trabajar en fortalecer las redes familiares y sociales.

Educación básica en México. Conociendo a los maestros: la visión del padre de familia y del maestro.

Antecedentes

La Comisión de Educación del **Aspen Institute México**, de la que **Laureate México** forma parte, considera fundamental abordar el tema de educación básica desde dos perspectivas complementarias: la visión de los padres de familia y la del magisterio de nuestro país.

A fin de conocer sus necesidades, expectativas, frenos y motivaciones para ejercer esta importante labor para la formación y educación de nuestros niños y jóvenes se decidió realizar un estudio que contemplara las percepciones de estos actores tan importantes.

Objetivo general

Conocer las opiniones y percepciones de los actores principales de la educación básica en nuestro país, respecto de la labor que desempeñan y el papel que juegan maestros, padres de familia, alumnos y autoridades en el proceso de formación de nuestros niños y jóvenes.

Objetivos específicos

- Conocer las opiniones, percepciones, frenos, motivaciones, necesidades y expectativas de los maestros de educación básica de nuestro país en torno a la labor que desempeñan.
- Conocer la opinión que tienen los maestros de educación básica respecto del papel que juegan los padres de familia, sus compañeros y los propios alumnos en el proceso de formación de los niños y jóvenes.
- Conocer las opiniones de los padres de familia de alumnos de educación básica, en torno a la calidad de educación que reciben sus hijos en términos de: Proceso enseñanza-aprendizaje, formación de los maestros y el papel que juegan los propios padres de familia en el proceso y la relación con la escuela.

Metodología

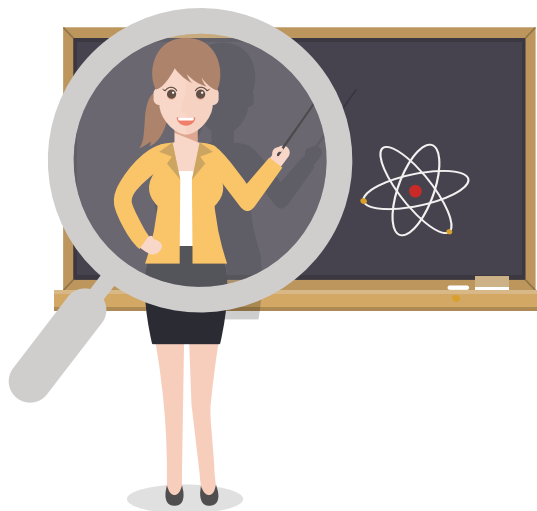
Se realizó un estudio de campo de corte mixto: en la fase cualitativa se efectuaron 9 sesiones de grupo con maestros de primarias públicas y privadas. Las sesiones se desarrollaron en Toluca, Veracruz, Tuxtla Gutiérrez, Querétaro, Monterrey y Puebla. La fase cuantitativa consistió en 684 encuestas vía telefónica a padres de familia con hijos cursando la educación básica. El ejercicio fue realizado de octubre a diciembre de 2016.

El estudio completo se puede conocer en: www.opinionpublicauvm.mx

Educación básica en México

Conociendo a los maestros: la visión del padre de familia y del maestro

El Centro de Opinión Pública de UVM y el Aspen Institute México, presentaron un estudio que revela perspectivas contrastantes entre padres de familia y maestros de educación primaria respecto al involucramiento que ambos actores tienen en la educación.



Satisfacción con
la calidad

8.5

Satisfacción con
los docentes

8.4

LO QUE CONSIDERAN LOS PADRES

LO QUE CONSIDERAN LOS DOCENTES

"La enseñanza en el aula no se lleva de manera cabal: los temas son vistos de manera superficial o parcial debido a que deben cubrir la totalidad del plan educativo a costa de la calidad de los contenidos"

SOBRE LOS DOCENTES

Están satisfechos con su labor

78%

Tienen buen manejo de grupo

71%

Imparte la clase de forma atractiva

70%

Buena preparación para impartir clase

68%

Tienen vocación para ello

63%



SOBRE SU PAPEL EN LA EDUCACIÓN

55%

Apoya a sus hijos con las tareas escolares.

26%

Es difícil por falta de tiempo

22%

Es difícil por trabajo

9 de 10

Opina que hacerlo fortalece el proceso de aprendizaje

SOBRE LOS PADRES

SOBRE LAS INSTITUCIONES ACADÉMICAS



"Los padres están ajenos a lo que pasa en la escuela y **dan prioridad a la calificación** que reciben sobre el conocimiento."

· Gran carga de labores administrativas y operación de programas sociales.

· Actividades asignadas por autoridades educativas que los desvían de su labor, lo que repercute en que no dispongan del tiempo suficiente para impartir clase.



"Los padres no están al pendiente de los hijos porque los niños llegan a la escuela sin haber realizado las tareas"



Afirman que su labor es fundamental, se consideran **formadores y arquitectos de la niñez** pero perciben que su profesión se ha desvalorizado mucho entre la sociedad



86%

Considera que la escuela apoya a los profesores para realizar su labor

Encuesta Nacional de Egresados

Antecedentes

En diversos países se cuenta con estudios sobre la trayectoria de los egresados universitarios. Estas investigaciones permiten conocer el destino laboral de los graduados, empleabilidad, movilidad social y habilidades desarrolladas en la universidad.

En México, a pesar de la importancia del tema, existen esfuerzos aislados de algunas universidades que dan seguimiento a sus egresados. Sin embargo, no se contaba con una iniciativa que recuperase la experiencia de los egresados de instituciones de educación superior a nivel nacional.

La **Encuesta Nacional de Egresados** sistematiza la experiencia del egresado para conocer su valoración sobre las habilidades adquiridas en la universidad, su utilidad en el campo profesional, empleabilidad, trayectoria laboral, ingresos, movilidad social, por mencionar algunas de las variables que brindan un panorama único sobre el entorno educativo y laboral de México.

Objetivo

Contar con información sobre la trayectoria educativa y laboral de los egresados de educación superior para identificar las fortalezas y debilidades de su formación a la hora de emplearse.

Metodología

Se diseñó una encuesta para ser aplicada on-line y, fue promovida en redes sociales mediante una campaña de publicidad orientada al segmento objetivo, jóvenes entre 21 y 30 años, egresados de alguna institución de educación superior.

Entre enero de 2016 y febrero de 2017 se obtuvieron 9,304 encuestas de instituciones de educación superior públicas y privadas del país. La Encuesta Nacional de Egresados contó con el apoyo en la promoción de Milenio, Manpower, el BID, Aspen Institute México, Universia, entre otros.

Variables que considera la Encuesta Nacional de Egresados:

- Trayectoria escolar
 - Universidad en la que estudió
 - Modalidad de estudio
 - Razón de la elección de la Universidad
 - Fuente de apoyo para el pago de los estudios
 - Becas/préstamos
 - Titulación
- Historial de ocupación del egresado
 - Desarrollo profesional
 - Dificultades enfrentadas para encontrar trabajo
 - Ocupación actual: ingresos, modalidad contractual.
- Aspectos que influyeron para conseguir trabajo
- Habilidades y competencias: Utilidad de las habilidades adquiridas en la Universidad en el campo laboral
- Esquemas ocupacionales: Negocio propio y Profesionista independiente
- Escolaridad de los padres de los egresados

El estudio completo se puede conocer en: www.opinionpublicauvm.mx

*La encuesta sigue abierta y se reportarán resultados anualmente.



Resumen Ejecutivo

La Encuesta Nacional de Egresados (ENE) surge para conocer la trayectoria laboral de los egresados de múltiples instituciones de educación superior **-públicas y privadas-** del país. A partir de información provista por 9,304 participantes podemos conocer la evaluación que realizan de las habilidades y competencias adquiridas durante sus estudios profesionales y su utilidad en el ámbito laboral. También cuánto tiempo tardaron en emplearse, bajo qué condiciones y salario lo hicieron. Asimismo permite entender la transición del **primer empleo** al **empleo actual**, ingreso, prestaciones y el sector donde laboran.

¿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 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.

Empleo

Primer empleo:

- La mitad de los egresados combina la escuela con el trabajo.
- Las relaciones sociales, principal mecanismo para obtener un empleo (44% de egresados de escuelas públicas y 31% de las privadas).
- 47% señalaron ganar entre 3 mil y 8 mil pesos mensuales en su primer empleo.
- La Comunicación verbal es considerada la habilidad desarrollada en la universidad más útil para el trabajo.

Empleo actual:

- Sueldos de \$15,000 pesos o más, 44% para los empleados del sector privado y 36% para los empleados en el sector público.
- 25% no cuenta con prestaciones laborales y 34% tiene prestaciones superiores a las de la ley.
- 48% de los hombres ganan más de \$15,000 mensuales, solo 27% de las mujeres recibe un ingreso similar.

Hallazgos

La capacidad para la toma de decisiones recibe la valoración más alta por parte de los egresados del área de Salud.

Los egresados con sueldos mensuales superiores a \$15,000 en el primer empleo otorgan mayor utilidad al dominio de otros idiomas.

70% considera que su institución necesita fortalecer la enseñanza de una lengua extranjera

Egresados no se titulan porque les falta cumplir con algún requisito (28%), falta de tiempo (19%) y costos (15%)

*54% son hombres
y 46% mujeres.
63% egresaron
de universidades
públicas y 37%
de privadas.*



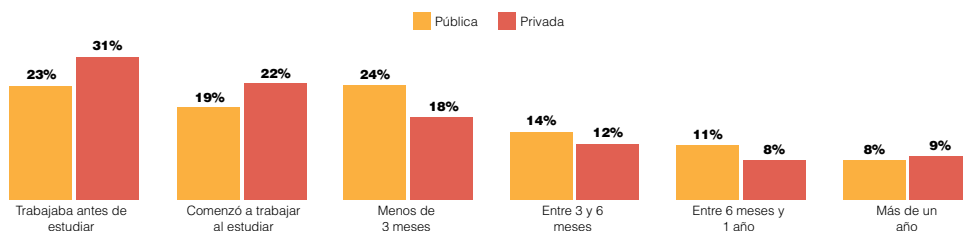
Encuesta Nacional de Egresados



¿Cuál es la trayectoria laboral de los egresados de educación superior? ¿Cuánto tiempo tardan en emplearse? ¿Cuánto ganan?

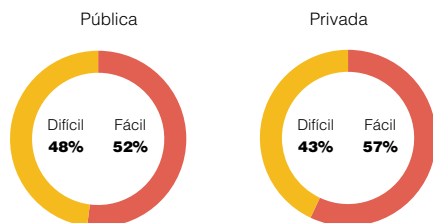
La respuesta a estas preguntas y a muchas más, las tiene la **Encuesta Nacional de Egresados** realizada por el Centro de Opinión Pública de Laureate y Profesionistas.org

Tiempo transcurrido entre la conclusión de los estudios y la obtención de un empleo



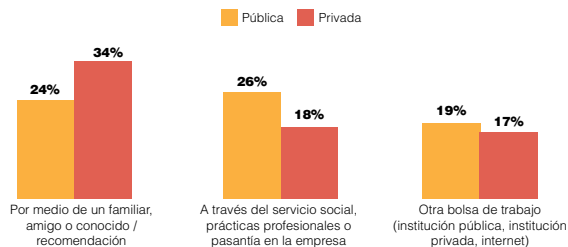
La mitad de los universitarios en México trabajan y estudian al mismo tiempo.

¿Qué tan fácil dirías que te fue conseguir tu primer trabajo?



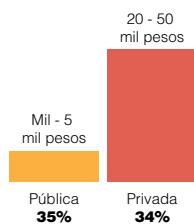
Más de la mitad de los encuestados consiguió trabajo fácilmente

¿Cómo conseguiste tu primer trabajo?

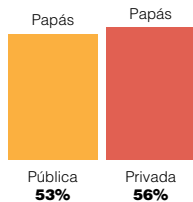


Las prácticas profesionales son la clave para lograr el primer empleo

¿Aproximadamente cuánto pagaste durante el último año de estudios?



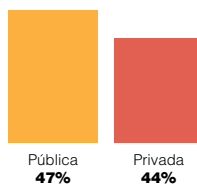
¿Cuál fue la principal fuente de apoyo para pagar tus estudios?



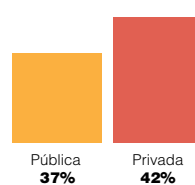
Los padres de familia son el principal soporte de los universitarios

Ingresos

Primer ingreso mensual Entre \$3,000 y \$8,000

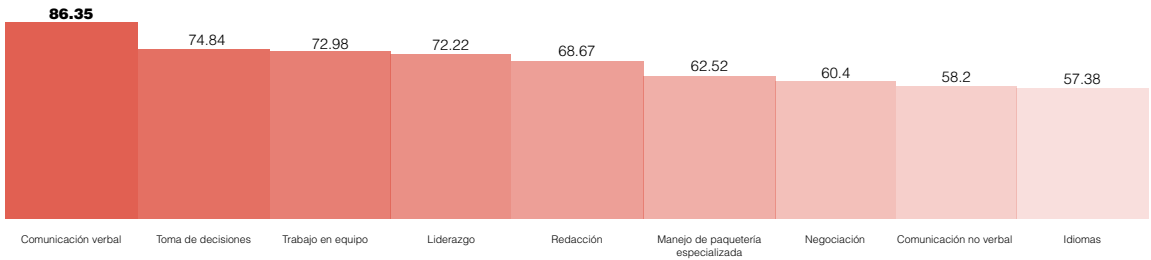


Ingreso actual Más de \$15,000



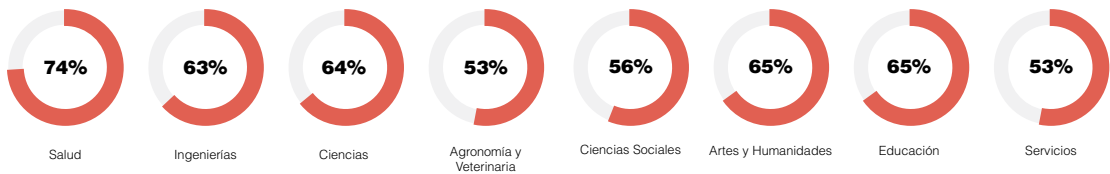
El ingreso de los egresados ha crecido 82% en general

Habilidades más útiles para conseguir empleo



La comunicación verbal es clave para todas las profesiones

Primer trabajo vinculado a la carrera profesional



Al menos la mitad, logró que su primer empleo estuviera relacionado con su carrera

Escolaridad de los padres hasta Educación Básica



Un alto porcentaje de universitarios son la primera generación que logra tener estudios superiores

Metodología

La Encuesta Nacional de Egresados fue realizada on-line a 9304 egresados de universidades públicas y privadas del país, entre enero 2016 y febrero de 2017. Fue realizada por el Centro de Opinión Pública de Laureate México y Profesionistas.org.



Boom gastronómico, ¿eres parte?

Antecedentes

La gastronomía últimamente se ha convertido en una industria poderosa a nivel internacional. Únicamente en México, de acuerdo con datos de la Secretaría de Turismo, la gastronomía genera valor de 183,000 mdp y crea más de 5.5 millones de empleos en el país.

Tradicionalmente, la cocina ha contado con muy buena recepción en los medios de comunicación; en estos momentos, está viviendo una época dorada gracias a la televisión, el internet y al impulso viral de las redes sociales.

Hay un auge renovado en cuánto a la obtención de recetas, la asistencia a ferias gourmet e incluso hacia la realización de tours gastronómicos. Debido a que el binomio de gastronomía y mundo digital está en acenso, el **Centro de Opinión Pública de la UVM**, consideró importante investigar hacia dónde se está orientando esta industria.

Objetivo General

Conocer las opiniones y percepciones de la población sobre la gastronomía moderna y el impacto que los medios de comunicación, tradicionales y digitales, han tenido en los hábitos que las personas han adquirido en relación a esta industria.

Objetivos específicos

- Indagar en la opinión de la población sobre la gastronomía moderna.
- Importancia otorgada a la alimentación (sabores, presentación de alimentos, costo, ubicación, horarios, tendencias).
- Conocer las implicaciones que tiene para la población la relación entre gastronomía y medios digitales.
- Preferencia sobre consumo de información gastronómica: digital (redes sociales e internet), impreso (periódico o revistas), medios tradicionales (televisión o radio).
- Hábitos en torno a la gastronomía.

Metodología

Se realizó una encuesta vía internet dirigida a cibernautas. Se obtuvieron 700 respuestas durante el mes de julio de 2017.

El estudio completo se puede conocer en: www.opinionpublicauvm.mx

BOOM GASTRONÓMICO

¿ERES PARTE?

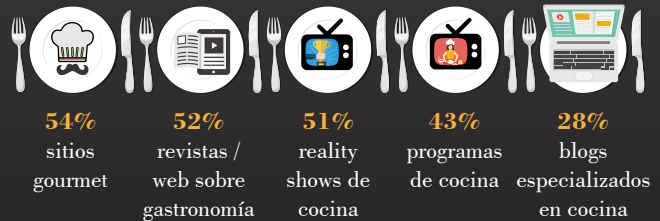
Ante la creciente popularidad de los programas informativos y de entretenimiento relacionados con gastronomía, el Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México, realizó una encuesta a 700 cibernautas para conocer algunas de las motivaciones y preferencias de los amantes de la buena cocina.



Los hombres disfrutan más cocinar

En una escala del 1 al 10, los hombres asignaron un promedio de 7.8 a su gusto por cocinar, en comparación con el 7.2 calificado por las mujeres.

¿De dónde obtienen su inspiración los entusiastas de la cocina?



La influencia de los programas de competencias gastronómicas

Seguir estos programas o materiales informativos, sobre todo ver programas de competencia gastronómica ha motivado a los encuestados:



80%
ha probado distintos tipos de comida



70%
recomiendan lugares y platillos a familiares o amigos



70%
compran ingredientes nuevos



67%
cocinan platillos nuevos



53%
comparten recetas con familiares y amigos

Sobre tendencias gastronómicas

59%
cree que las tendencias gastronómicas son un producto de la mercadotecnia

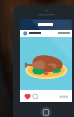
36%
sigue tendencias gastronómicas



Son producto de la mercadotecnia



51%
disfruta asistir a ferias o tours gastronómicos



50%
asiste a restaurantes recomendados en sus redes sociales



98%
cree que la comida es capaz de evocar emociones distintas

Independencia de México ¿qué significa para ti?

Antecedentes

Con motivo del aniversario de la Independencia de México, el **Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México** indagó qué significa la independencia para los mexicanos, cuáles son las implicaciones de ese sentimiento y cuáles son las ideas y actitudes en torno al orgullo nacional.

Objetivo General

Conocer las opiniones y percepciones en cuánto a la conmemoración de Independencia.

Objetivos específicos

- Conocer cuál es el significado de la celebración de Independencia.
- Averiguar cuáles son las costumbres en torno a este festejo.
- Entender cuáles son los valores o conductas asociadas al orgullo y soberanía.

Metodología

660 encuestas fueron respondidas por cibernautas entre los 18 y 67 años de edad durante la última semana de agosto de 2017. 49% de ellos fueron hombres y 51% mujeres.

El estudio completo se puede conocer en: www.opinionpublicauvm.mx

Independencia de México

Es el mes patrio y en el Centro de Opinión Pública nos dimos a la tarea de conocer algunos aspectos de esta fiesta nacional.

Metodología: Encuesta aplicada en línea a 660 cibernautas entre 18 y 67 años de edad.

¿Cuándo se celebra el Día de la Independencia?



El **33%** de los encuestados opina que se celebra el 15 de septiembre, mientras que el **66%** dice que es el 16 de septiembre.



¿Qué acostumbran hacer ese día?



¿Dónde dan el grito?

65% de los encuestados lo ve por televisión.



¿Qué significa esta fecha?



33% opina que es una fecha especial, pues implica el nacimiento de nuestra nación.

Orgullo por México



94% se siente orgulloso de los mexicanos que logran grandes cosas en el extranjero.



85% se siente apenado de los mexicanos que se comportan de forma inadecuada en el extranjero.



75% considera que la mayoría de los mexicanos solo muestran orgullo por su nación en fiestas nacionales.

Padres de familia: su lectura de la educación a partir de su experiencia

Antecedentes

El papel de la educación como factor de movilidad social es ampliamente reconocido y es un punto de coincidencia en diversos estudios. Pese a que la educación favorece la movilidad y el desarrollo de un país, México presenta diversas problemáticas al respecto como: deserción escolar, rezago educativo, saturación de carreras, entre otras. Esto hace plantearnos la necesidad de conocer cuáles son los retos y obstáculos a superar.

Un primer acercamiento al tema de la educación como factor de movilidad social es la importancia que le damos a la educación: ¿es importante educarse, educar a los hijos?, ¿en qué términos perciben las familias mexicanas que los estudios pueden ayudarlos a mejorar sus condiciones de vida?, ¿qué factores, visibles y ocultos, determinan el apoyo que las familias les proporcionan a sus hijos para continuar o terminar estos estudios?, ¿lo consideran una inversión, un gasto, una obligación?, ¿están dispuestos a invertir en educación?

Objetivo general

- Conocer la importancia que le asignan las familias mexicanas a la educación superior en términos de oportunidades de mejora de calidad de vida

Objetivos específicos

- Indagar si existe alguna planificación entre los padres de familia, para la educación de sus hijos
 - Factores que determinan el apoyo a los hijos para la continuidad de los estudios
- Indagar en los antecedentes escolares de los padres
- Indagar cuales son las ventajas percibidas por las familias mexicanas en invertir tiempo y recursos en la educación superior de la población en edad de estudiar
- Conocer la opinión de las familias mexicanas respecto a la calidad de la educación superior

Metodología

Se aplicó una encuesta a casa habitación a nivel nacional con una representación de población tanto urbana como rural. Se realizaron 1,002 encuestas con la siguiente distribución:

- 500 encuestas dirigidas a padres de familia, con algún hijo en la educación secundaria
- 500 encuestas a alumnos de educación básica, nivel secundaria, que residan en la misma vivienda en donde se le aplique la encuesta a padres de familia.

El estudio completo se puede conocer en: www.opinionpublicauvm.mx

Padres de familia

Su lectura de la educación a partir de su experiencia

En qué modo influye la formación escolar que tuvo el padre de familia en la educación de sus hijos y en cómo percibe el sistema educativo a nivel nacional.

¿Cómo les fue en la escuela?

Padres con estudios hasta secundaria

Padres con estudios hasta bachillerato o más

70%



93%

Aprendieron bien matemáticas

71%



96%

Aprendieron bien lectura y comprensión de textos

53%



69%

Consideran útil su conocimiento en química

58%



85%

Consideran que su familia los motivó en sus estudios

51%



71%

Han planificado la educación de sus hijos

43%



31%

Motivan a su hijo verbalmente para continuar sus estudios

35%



43%

Apoyan a su hijo económicamente



Patriotismo: ¿qué es y cómo se conforma?

Antecedentes

Este año, en México se cumple el centenario de la promulgación de Constitución Política de 1917 y 107 años del inicio de la Revolución Mexicana. Examinar como los mexicanos viven su identidad nacional y el patriotismo se vuelve relevante no solamente por estas fechas, sino también por las implicaciones que estos sentimientos pueden tener en un mundo globalizado.

El patriotismo se define como un pensamiento que vincula a un individuo con el lugar que considera su hogar nacional. Es el apego que tiene un ser humano por la tierra natal o adoptiva a la que se siente ligado por unos determinados valores, afectos, cultura e historia. Estos elementos, aunque son distintos en cada país y, por lo tanto, el apego a la patria podría fincarse en construcciones sociales diferentes, nos parece pertinente hacer una comparación entre dos países; en este caso México y el Reino Unido.

Ambos países son globalizados, sin embargo, tienen culturas e historias distintas. Mientras que México es un país que fue colonizado, Inglaterra fue un país colonizador. Así mismo en cuanto a raza y cultura, la Ciudad de México tiende a ser una ciudad más homogénea, donde hay más nacionales que extranjeros. En cambio, en Londres el último censo reporta que 55% de los habitantes no pertenece a la etnia local y 37% de los habitantes no nacieron en el Reino Unido.

Objetivo General

Conocer las opiniones y percepciones de los habitantes de la Ciudad de México en cuánto a orgullo e identidad nacional y contrastarlos con las percepciones de los habitantes de Londres, para poder de esta forma ver las similitudes y diferencias que existen entre estas dos ciudades que son parte de un mundo globalizado.

Objetivos específicos

- Entender qué tan importante es el patriotismo en ambas ciudades.
- Identificar qué aspectos o elementos generan orgullo e identidad.

Metodología

373 encuestas realizadas en puntos de afluencia en la ciudad de Londres y Ciudad de México en octubre de 2017.

El estudio completo se puede conocer en: www.opinionpublicauvm.mx

¿Quién siente más orgullo por su país?

En el **Centro de Opinión Pública** nos dimos a la tarea de conocer quiénes viven con más intensidad y se sienten más orgullosos de pertenecer a su nación. Para ello realizamos un estudio paralelo en la Ciudad de México y Londres.

Me siento orgulloso de ser...



Mexicano

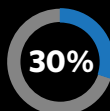


Británico

¿Qué festejo representa el espíritu patriótico?

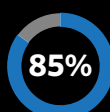


Día de la Independencia

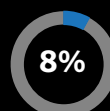


Ninguno

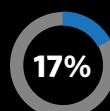
Mi país es uno de los mejores lugares para vivir...



Considero que los intereses de mi país están por encima de los internacionales



Prefiero comprar productos nacionales:



Ser policía en México, ¿qué rol asume la sociedad?

Antecedentes

En los últimos años se ha documentado en distintos estudios que la policía registra bajos índices de confianza de la población, así como una imagen deteriorada a causa de múltiples factores como la corrupción, falta de capacitación o eficacia. Sin embargo se hace necesario contar con información objetiva, confiable y actualizada sobre las percepciones tanto de la policía como de la sociedad respecto de la labor que realizan estos servidores públicos.

Es preciso contrastar las percepciones y el sentir de la población, con las experiencias relatadas por los propios policías e identificar donde terminan las responsabilidades de los policías y empiezan las responsabilidades del Estado mexicano y del ciudadano.

Por este motivo el **Centro de Opinión Pública**, con la participación de profesores y alumnos de la **Universidad del Valle de México**, consideró relevante llevar a cabo un estudio que se enfoque en el tema, en colaboración con **Insyde A. C.**, organización civil que aportó su gran experiencia en asuntos relacionados con la seguridad pública.

Objetivo General

Indagar en las actitudes y el sentir de la población general hacia los policías y, contrastarlas con las vivencias y retos cotidianos que enfrentan los policías.

Objetivos específicos

- Indagar actitudes y cultura cívica de la población.
- Indagar qué tanto la población conoce y reconoce el trabajo que realiza la policía.
- Conocer la reacción de la población ante las situaciones cotidianas que se enfrentan los policías.
- Conocer directamente de los policías el trabajo que realizan.

Metodología

Se llevó a cabo un estudio que contó con dos fases, un estudio cuantitativo y un estudio cualitativo.

Estudio cuantitativo

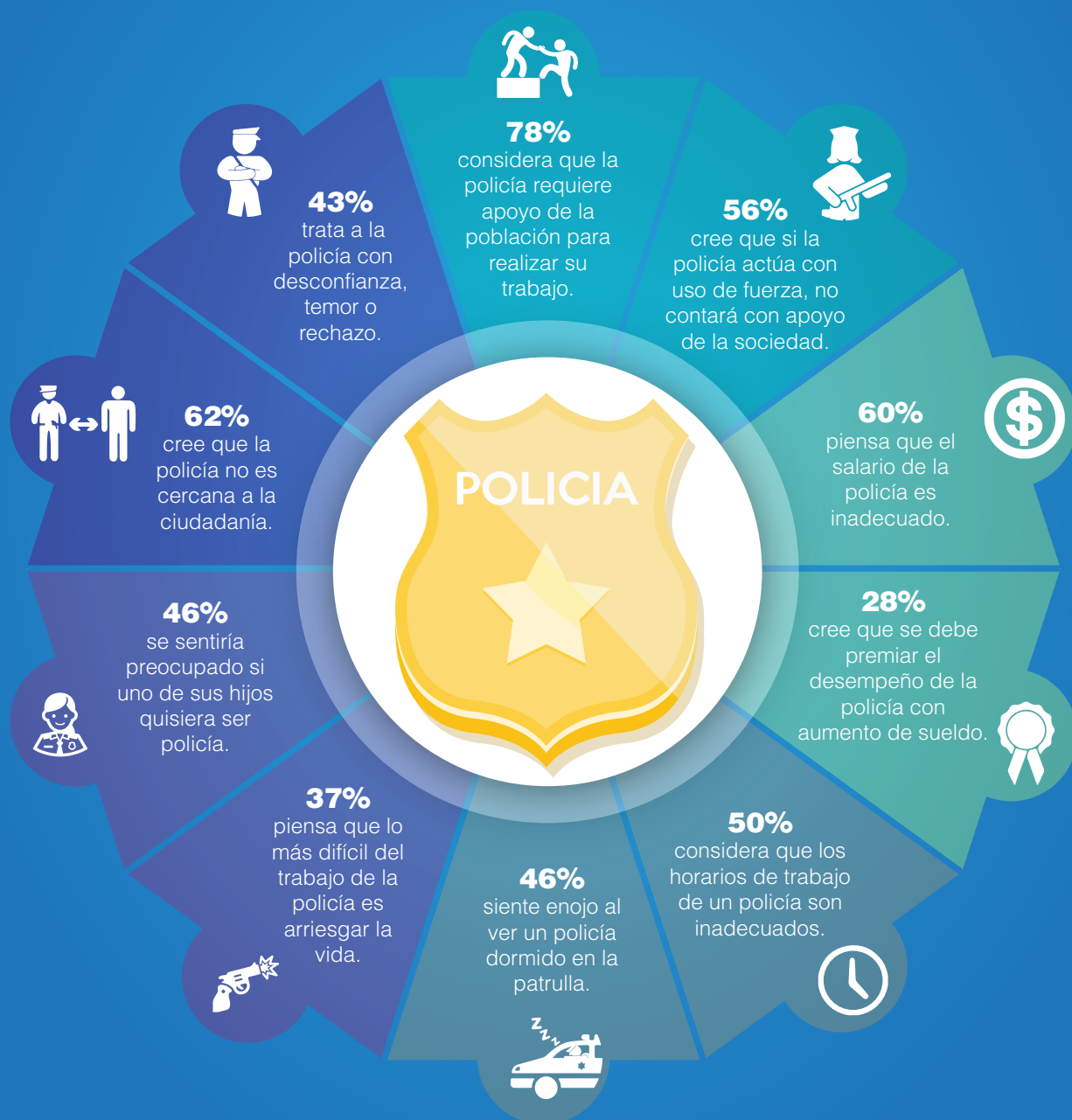
Se realizaron 700 encuestas telefónicas aplicadas a mexicanos de entre 18 y 65 años de edad que cuentan con línea telefónica en su hogar

Estudio cualitativo

Para la segunda fase del estudio, se realizaron seis sesiones de grupo con policías, hombres y mujeres miembros de distintas instituciones en las ciudades de México; Hermosillo, Sonora; Monterrey, Nuevo León; Puebla, Puebla; Toluca, Estado de México y Villahermosa, Tabasco.

El estudio completo se puede conocer en: www.opinionpublicauvm.mx

Ser policía en México: ¿Qué rol asume la sociedad?



Vejez: ¿Cómo la vemos? ¿cómo la enfrentamos?

Introducción

En México 7.2% de su población tiene 65 años o más. El Instituto Nacional de Estadística y Geografía, reportó que del total de adultos mayores (60 años y más) 26% tiene discapacidad y 36.1% posee alguna limitación. Para 2030, el Consejo Nacional de Población (CONAPO), proyecta que el porcentaje de adultos mayores será de 20.4 millones, lo que representará 14.8% de la población.

Estas cifras que nos hablan del envejecimiento de la población, requieren entender cuál es la situación que el país enfrenta y enfrentará en este tema para prevenir y optimizar las necesidades y condiciones asociadas a este proceso.

Con el fin de ofrecer un panorama sobre la vejez, consideramos realizar una encuesta que permita entender las distintas dimensiones del tema, ya que, en la medida que este sector de la población incrementa, se requerirá de políticas públicas que atiendan las demandas de salud, esquemas de jubilación, protección legal, actividades deportivas y recreativas, así como espacios y transporte que faciliten su traslado y tránsito.

Objetivo General

Conocer las opiniones y percepciones de la población sobre la vejez, sus implicaciones en términos personales, familiares y en su dimensión nacional.

Objetivos específicos

- Entender cuál es la opinión de la población sobre el adulto mayor.
- Conocer sobre el rol del adulto mayor en el plano individual, familiar y laboral.
- Conocer cuáles son las dificultades y problemáticas asociadas al envejecimiento.

Metodología

Encuesta vía internet dirigida a cibernautas mexicanos. 565 encuestas fueron respondidas por mexicanos entre 18 y 85 años de edad.

El estudio completo se puede conocer en: www.opinionpublicauvm.mx

Vejez

¿Cómo la vemos? ¿cómo la enfrentamos?

En el Centro de Opinión Pública de UVM, nos dimos a la tarea de comprender mejor lo que los internautas opinan sobre la vejez, qué les significa, qué preocupaciones origina, qué percepción existe sobre el trato hacia los ancianos y cuál es la dinámica y el rol que tienen en la familia.



62% admite que en México no se respeta a los ancianos.

54% piensa que los ancianos deben ser responsabilidad de los hijos.



93% de los ancianos no tiene oportunidades laborales.



82% considera que los ancianos sufren maltrato.

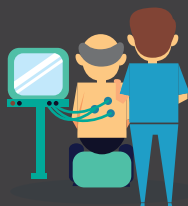


52% opina que la vejez es costosa.

En hogares donde hay ancianos **60%** se dedica a cuidar a los niños y **74%** a cuidar la casa.



¿Y qué nos preocupa de nuestra vejez?



Problemas de salud.



Perder la movilidad.



No tener una pensión.



Estudios sobre temas tecnológicos

Comunicación digital, ¿cómo la vivimos?

Antecedentes

Actualmente vivimos en una época muy cambiante en el ámbito de la comunicación. La revolución digital ha permeado este campo y revolucionado la forma en que los seres humanos reciben y comparten información.

Como parte del relanzamiento de la licenciatura en Comunicación Digital de la **Universidad del Valle de México**, el **Centro de Opinión Pública** decidió realizar un ejercicio de investigación que permita conocer las opiniones y percepciones de los jóvenes acerca de la evolución que ha sufrido la comunicación, cómo la utilizan y se adaptan a ella, y las responsabilidades que adquieren al utilizar las nuevas tecnologías para comunicarse.

Objetivo general

Conocer las opiniones y percepciones de los jóvenes en torno al papel que juega la comunicación digital en su vida y como la adaptan a su cotidianeidad.

Objetivos específicos

- Conocer el rol que juega la comunicación en el quehacer cotidiano de los jóvenes.
- Hábitos en el consumo de noticias a través de medios digitales.
- Conocer los hábitos de los jóvenes con respecto a las nuevas tecnologías en comunicación.
- Beneficios y responsabilidades adquiridas al hacer uso de las nuevas tecnologías en comunicación.

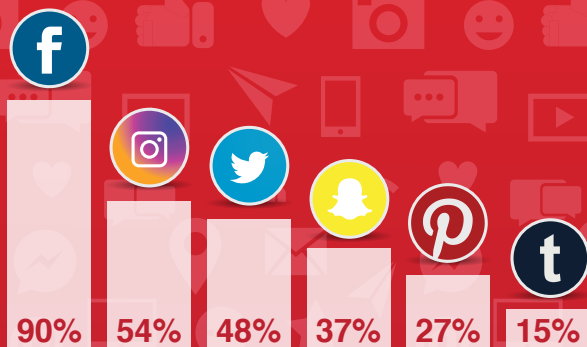
Metodología

Se realizaron 570 encuestas en puntos de afluencia con población mayor de 18 años en las ciudades de Aguascalientes, Ciudad de México, Guadalajara, Hermosillo, Mexicali, Monterrey, Puebla, Querétaro, Saltillo, Toluca y Tuxtla.

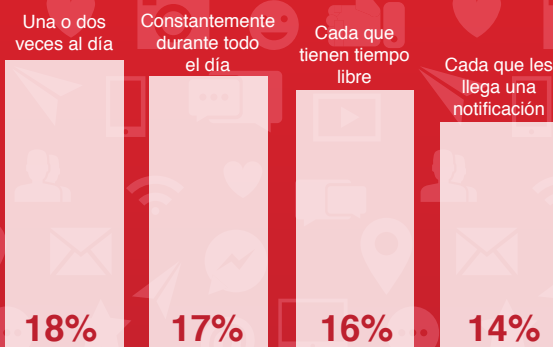
El estudio completo se puede conocer en: www.opinionpublicauvm.mx

Comunicación digital, ¿cómo la vivimos?

¿A qué red social pertenecen?



¿Con qué frecuencia se mantienen conectados?



¿Cómo se enteran de las noticias nacionales importantes?



¿Cómo se comunican con otras personas?



El promedio de edad de los encuestados es de 35 años.

Energías sustentables, limpias y su panorama en México

Antecedentes

En los últimos años la discusión sobre desarrollar e implementar nuevas formas de producir energía ha tomado un lugar importante en las agendas y políticas públicas de un número importante de países y organismos internacionales.

El debate ha implicado plantear alternativas que requiere de esfuerzos combinados, que impliquen desde el desarrollo de energías limpias hasta la fabricación y consumo de productos amigables con el medio ambiente.

Tomando esto como referencia, el **Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México** planteó una encuesta sobre energías limpias para conocer la impresión de la ciudadanía sobre este asunto en el plano nacional, así como la importancia que le asigna al tema ambiental.

Objetivo general

Establecer el conocimiento que los cibernautas mexicanos tienen sobre energía sustentable y limpia, las percepciones en torno a ella y el impacto en la problemática ambiental.

Objetivos específicos

- Conocer el grado de información sobre energía sustentable y energías limpias.
- Identificar cuál es el panorama de la energía sustentable en México.
- Saber si la población identifica programas e iniciativas gubernamentales y del sector privado.
- Investigar cuál es la postura del ciudadano ante el tema ecológico.

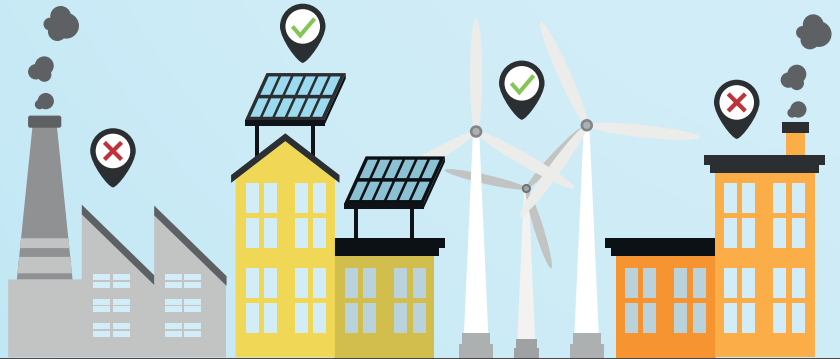
Metodología

Encuesta vía internet dirigida a cibernautas mexicanos. 516 encuestas fueron respondidas por mexicanos en octubre de 2016.

El estudio completo se puede conocer en: www.opinionpublicauvm.mx

Energías sustentables limpias y su panorama en México

Energías limpias y energía sustentable son conceptos que cada vez escuchamos con mayor frecuencia. ¿Qué tan familiarizados estamos los mexicanos con ellos y sus implicaciones?



68%

sabe cuáles son las energías limpias.



86%

sabe cuáles son las energías sustentables.

¿Qué piensan sobre la implementación de este tipo de energías en México?



52%

considera que la reforma energética en México contempla el impulso de energías limpias.



76%

piensa que sería costoso, pero valdría la pena invertir en la implementación de este tipo de energías.



56%

está de acuerdo en que se construyan nuevas centrales nucleoelectricas en el país.



64%

desconoce si existe algún programa de gobierno local, estatal o federal que promueva el consumo de energía sustentable entre la población.



60%

opina que considerando que México tiene todas las características y recursos para desarrollar proyectos energéticos sustentables, le falta voluntad política.

Como ciudadanos, ¿qué acciones están dispuestos a realizar en favor del medio ambiente?



85%

considera que la generación y consumo de energía es la causa del cambio climático.

Entre las medidas que cada quien implementaría para favorecer al medio ambiente:



91%

colocaría focos ahorradores.



76%

invertiría en celdas solares.



76%

cambiaría a refrigeradores de bajo consumo energético.



73%

pondría sistemas de recolección de agua de lluvia.

83%



considera que el consumo de gasolina impacta negativamente al medio ambiente.

48%



no está dispuesto a dejar de usar su automóvil para disminuir su consumo.

Aplicación de video denuncias de los Supercívicos

Antecedentes

Laureate México ha estado trabajando en crear una cultura cívica al interior de sus universidades mediante distintos esfuerzos, entre los que se incluye un estudio, realizado entre los estudiantes de sus universidades, acerca de valores, creencias y comportamientos.

Con el objetivo de fomentar una cultura cívica que tuviese impacto no solamente entre los estudiantes de las universidades de **Laureate México** sino también entre la ciudadanía, se decidió establecer una alianza entre el grupo de activistas sociales denominado **Los Supercívicos** y la empresa de tecnología **Fáctico** para crear una App que pueda ser usada por cualquier ciudadano para reportar fallas en los servicios públicos o conductas anti cívicas.

La aplicación es una iniciativa que busca estimular la participación de los ciudadanos en los asuntos públicos, mediante la grabación de un video de 30 segundos, el cual puede ser votado por los usuarios. Las denuncias permitirán al **Centro de Opinión Pública**, generar reportes dirigidos a la población y actores públicos informando el tipo de fallas y su ubicación.

Recopilar datos sobre la incidencia de fallas en los servicios públicos o conductas anti cívicas, de tal modo que la información pueda servir a los gobiernos para diseñar planes de acción encaminados a solucionar las fallas y para el diseño de políticas públicas.

Objetivo general

Incentivar la participación de los ciudadanos en los asuntos públicos a través de una aplicación que le permitirá a los ciudadanos denunciar mediante videos, fallas en los servicios públicos o conductas anti cívicas por parte de otros ciudadanos.

Objetivos específicos

La aplicación, que puede ser usada en dispositivos móviles con sistemas operativos Android o iOS, se puede descargar de manera gratuita en las principales tiendas de aplicaciones en línea y entre sus características se encuentra:

- Crear una base de datos que puede ser analizada e interpretada por el **Centro de Opinión Pública de Laureate México** que permita crear un índice de participación ciudadana.

El estudio completo se puede conocer en: www.opinionpublicauvm.mx



Delegaciones con mayor porcentaje de reportes:



La **app de los Supercívicos**, que permite reportar fallas en los servicios públicos, fue presentada en noviembre de 2016.

Para diciembre de 2017 existían 3,519 reportes ciudadanos.

En el caso de la CDMX, las delegaciones con más denuncias son:

23% Benito Juárez
22% Cuauhtémoc
10% Miguel Hidalgo

¿En qué tono de voz reportan?



88%

Tranquilo / neutro



9%

Molesto



3%

Humor

En el **83%** de los reportes el ciudadano realiza únicamente una denuncia. En 17% exige explícitamente que las autoridades atiendan un problema



Los ciudadanos suelen reportar:



41%

Faltas cometidas por los ciudadanos



32%

Falla de infraestructura



14%

Faltas cometidas por negocios y/o comercios



9%

Fallas cometidas por las autoridades



8%

Infraestructura inexistente



Estudios sobre temas deportivos

Rediseño de la cultura física y el sistema deportivo mexicano

Antecedentes

¿Qué pasa con el deporte en nuestro país? ¿Por qué, teniendo un potencial tan grande, no logramos implementar una cultura de activación física en la base de la población que permita generar un número importante de deportistas y un número significativo de deportistas de alto rendimiento?

El **Centro de Opinión Pública de UVM** realizó una investigación para brindar información confiable y oportuna que permita sentar las bases de una propuesta de política pública que impulse el rediseño de la cultura física y el sistema deportivo mexicano.

Objetivos

Comprender la visión de los actores estratégicos del deporte en México, acerca de la estructura de administración del mismo, sus fortalezas, debilidades y posibles vías de acción tendientes a mejorarla, así como la importancia atribuida a la generación de una cultura de deporte y activación física entre la población mexicana.

Metodología

Se realizó un estudio de corte cualitativo, realizado a través de 34 entrevistas a profundidad con actores estratégicos del deporte en nuestro país y a nivel internacional. Las entrevistas abordaron las siguientes variables:

- Papel que juega el entrevistado en materia de promoción, administración o realización de deporte.
- Opinión que tiene sobre la situación del deporte y activación física en nuestro país y razones.
- Fortalezas, debilidades, retos y oportunidades percibidas en la administración del deporte en México:
 - Estructura
 - Gestión
 - Organización
- Percepción sobre los principales frenos y motivaciones en torno a la gestión deportiva en nuestro país.
- Expectativas, sugerencias y recomendaciones en torno al tema por parte de los participantes.

El estudio completo se puede conocer en: www.opinionpublicauvm.mx

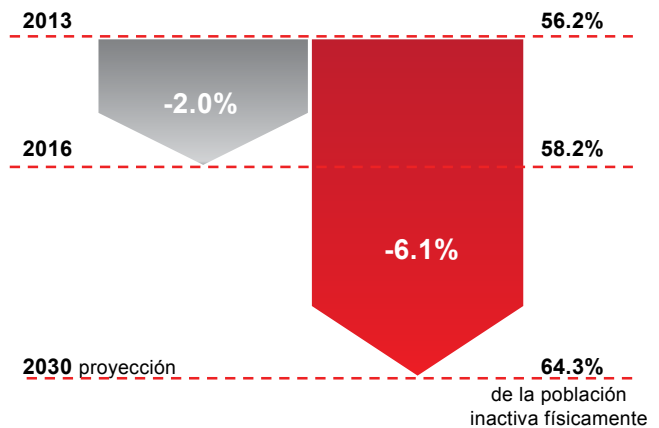
Rediseño de la **cultura física** y el **sistema deportivo mexicano**

% de inactividad física en México



México

Proyección UVM referente únicamente a la población de 18 años y más, de acuerdo a datos del Módulo de Práctica Deportiva y Ejercicio Físico (MOPRADEF) 2013, 2014, 2015 y 2016.



Debilidades estructurales que impiden ser potencia deportiva

- No es una prioridad** para las autoridades federales.
- Percepción de **corrupción**.
- Sin programa para alto rendimiento y desarrollo de talento** (apoyo a deportistas hasta nivel competitivo)
- No existen **proyectos transexenales**.
- Sin una estrategia** clara de cómo orientar el deporte en el país.
- Falta **transparencia** en inversión.
- Falta de una política de transversalidad** en la acción gubernamental en materia deportiva.

Debilidades operativas

- Poco apoyo al talento infantil y juvenil** para desarrollarse en deporte de alto rendimiento.
- No existe la aplicación sistemática de **ciencia y tecnología al desarrollo deportivo, ni de la medicina**.
- Falta cultura del deporte en la población mexicana.

Objetivos generales de un modelo de Administración del Deporte

- Continuidad transexual y planeación de largo plazo
- Transparencia en la ejecución presupuestaria, mayores recursos
- Participación y corresponsabilidad de la iniciativa privada
- Profesionalización de organismos deportivos
- Aumentar base de mexicanos en la práctica deportiva



CENTRO DE
OPINIÓN PÚBLICA
LAUREATE MÉXICO



LAUREATE
INTERNATIONAL
UNIVERSITIES®