





opinionpublica@uvmnet.edu



9138 5000 ext. 50272, 50275



<http://www.copunitec.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	
Sociales	6
• Encuesta Nacional de Egresados 2018	7
• Factores que incentivan o desalientan el interés escolar entre los estudiantes de secundaria	11
• Orientación vocacional ¿qué aspectos influyen en los estudiantes?	13
• Violencia hacia las mujeres. Cotidianidad y normalización de una problemática	15
• Votaciones y expectativas del nuevo gobierno 2018	17
• Protección Civil, responsabilidad compartida	19
• Agua ¿qué tanto la valoramos?	21
• Consumo de medios. Elección basada en emoción, convivencia, costumbre o comodidad?	23
• Eventos culturales. Alternativas y preferencias	25
• Expectativas 2019	27
Tecnología	30
• 4ª Revolución Industrial. Una mirada desde México. Análisis cualitativo y cuantitativo del Centro de Opinión Pública	31

Salud	34
▪ Embarazo adolescente. Perspectiva familiar, escolar y laboral de las jóvenes en México	35
▪ Depresión y ansiedad. Reconocimiento y actitudes ante una problemática	37
▪ Diabetes gestacional. La perspectiva del médico y mujeres con diabetes gestacional	39
▪ Concepciones en torno a la salud. Entre el conocimiento y la desinformación	41
 Económicos	 44
▪ Excesos Navideños	45



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 otras universidades de la Red Laureate para realizar estudios y publicaciones conjuntas.

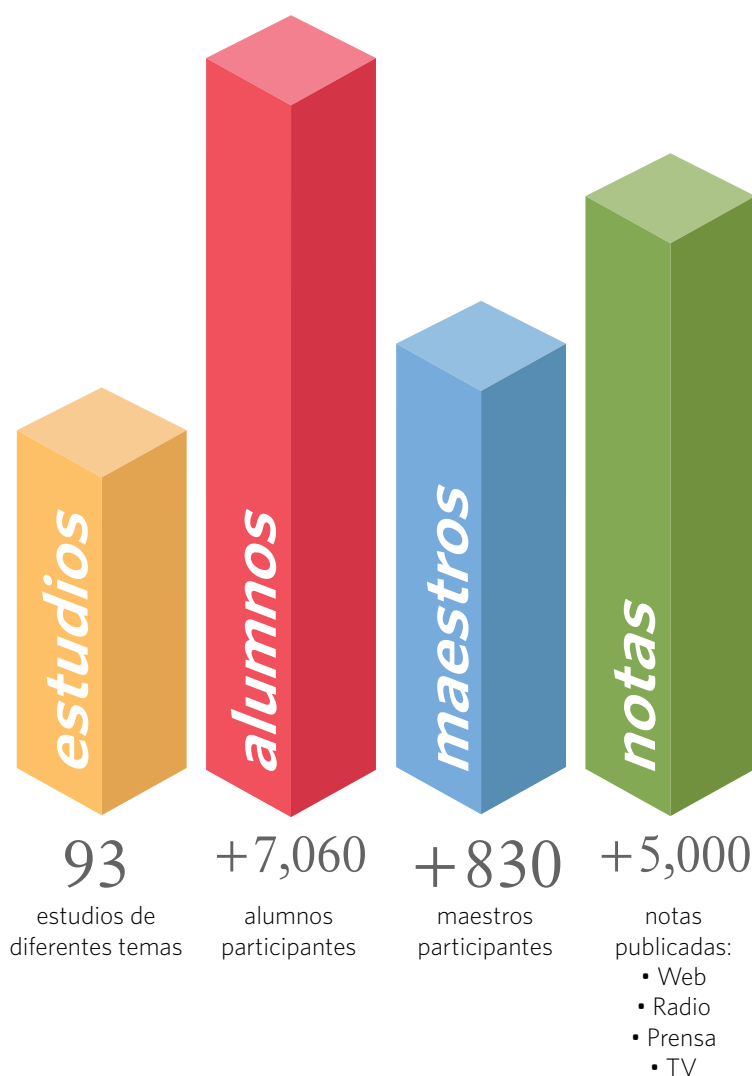
Busca siempre la innovación en el planteamiento y desarrollo de sus estudios.

¿Cómo trabajamos?



Numeralia

2012-2018





Estudios sobre temas sociales

Encuesta Nacional de Egresados 2018.

Antecedentes

La Encuesta Nacional de Egresados (ENE) surge para conocer la trayectoria laboral de los egresados de instituciones de educación superior pública y privada del país.

En 2017 se publicó la primera edición de este estudio que recogió respuestas de 9, 304 participantes.

Objetivo general

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

Encuesta aplicada on-line entre junio de 2017 y mayo de 2018. En este periodo se obtuvieron 12, 869 respuestas. La encuesta fue promovida en redes sociales mediante una campaña de publicidad orientada al público objetivo, jóvenes entre 21 y 30 años egresados de una institución de educación superior del país.

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
 - 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 el campo laboral
 - Esquemas ocupacionales: Negocio propio y Profesionista independiente
 - Desempleo
 - 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 2018 (ENE) proporciona información que permite, conocer la trayectoria laboral de los egresados de instituciones de educación superior -públicas y privadas- del país. Se recabaron datos de 12,869 participantes que evaluaron las habilidades y competencias adquiridas durante sus estudios profesionales y su utilidad en el ámbito laboral, compartieron cuánto tiempo tardaron en emplearse, bajo qué condiciones y salario lo hicieron. De esta manera podemos entender la transición del primer empleo al empleo actual, su ingreso, prestaciones, el sector en el que trabajan o los esquemas laborales en 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.

Empleo

Primer empleo:

- 38% ya contaba con un empleo antes de egresar de la Universidad.
- Egresados que consiguen empleo mediante una agencia de reclutamiento o bolsa de empleo obtiene salarios mayores.
- 6 de cada 10 empleos están vinculados con la carrera

Empleo actual:

- 40% de los egresados titulados ganan más de \$15,000 pesos mensuales, los no titulados que ganan este sueldo representan 14%.
- 40% de los hombres gana \$15,000 pesos mensuales o más, 30% de las mujeres obtiene este ingreso.

Algunos hallazgos

- 70% considera que su institución necesita fortalecer la enseñanza de una lengua extranjera.
- 18% de los egresados actualmente se desempeña como profesionista independiente
- 22% de los egresados con un negocio propio percibe por esta actividad más de \$15, 000 pesos mensuales
- Las prácticas profesionales, uno los aspectos que más influyen para conseguir el primer empleo

Composición de la muestra.

*52% mujeres y 48% son hombres.
65% egresaron de universidades públicas y 35% de privadas.*



Encuesta Nacional de Egresados

2018

Entre junio de 2017 y mayo de 2018 se realizó el segundo ejercicio de la **Encuesta Nacional de Egresados** mediante una aplicación on-line. La encuesta fue dirigida a jóvenes entre 21 y 30 años egresados de alguna institución de educación superior. Se obtuvieron 12,869 respuestas.

¿En qué momento consiguieron su empleo?



Empezó a trabajar
antes de iniciar /
durante sus estudios
universitarios

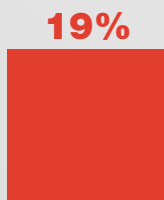


Consiguió trabajo al
concluir sus
estudios

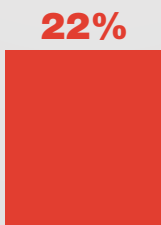
¿Cuánto tiempo transcurrió para conseguir empleo al concluir la universidad?



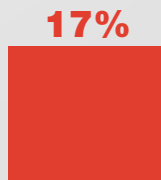
Menos de
un mes



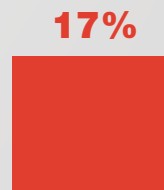
Menos de
tres meses



Entre tres y
seis meses

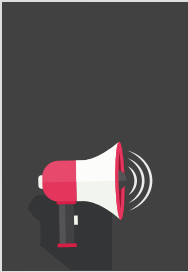


Entre seis
meses y un año

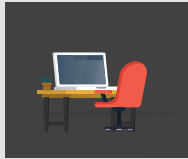


Más de un año

¿Cómo consiguieron su primer empleo?

31%


Por medio de un familiar, amigo o conocido / recomendación

18%


A través de servicio social, prácticas profesionales o pasantía en la empresa

15%


Por medio de un anuncio

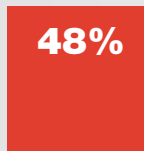
15%


Otra bolsa de trabajo (institución pública, institución privada, internet)

21%


Otros medios

¿Cuál es su situación laboral actual?

48%


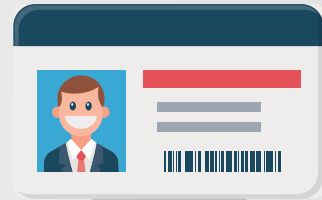
Empleo en el sector privado

24%


Empleo en el sector público

18%


Profesionista independiente



Salario mensual en el empleo actual

34%


Más de \$15,000

33%


\$8,001 a \$15,000

25%


\$3,001 a \$8,000

8%


Menos de \$3,000



Carreras mejor y peor pagadas

Mejor pagadas



\$18,882
Finanzas banca y seguros



\$16,297
Medicina



\$15,521
Economía



\$15,380
Ingeniería industrial, ingeniería en sistemas

Peor pagadas



\$7,381
Gastronomía



\$7,625
Fisioterapia



\$8,187
Educación / Pedagogía



\$8,620
Trabajo y atención social

Factores que incentivan o desalientan el interés escolar entre los estudiantes de secundaria

Antecedentes

Considerando que la educación es un pilar indispensable para el desarrollo del país, en los últimos años México se ha propuesto implementar una política pública que garantice el acceso a la educación, mayor cobertura, que sea incluyente, que permita la incorporación de un mayor número de estudiantes a nivel medio superior y superior. Ahora bien, el objetivo de garantizar educación no solo debe estar asociado al acceso, también implica asegurar la continuidad del estudiante en su proceso formativo. En este sentido, México enfrenta una problemática de deserción escolar que no solo se restringe a que el estudiante abandone la escuela, sino que esta decisión se verá reflejada en problemas como desempleo, empleados con baja o nula capacitación, salarios modestos, incluso al interior de su familia generaría un precedente que influya negativamente en otros miembros.

Por este motivo, el **Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México**, se dio a la tarea de indagar sobre los elementos que propician la deserción escolar, cuáles son los retos y obstáculos a superar.

Objetivo general

Conocer los factores que incentivan o desalientan el interés y continuidad escolar de los niños que se encuentran cursando la secundaria.

Objetivos específicos

- Indagar en el involucramiento de los padres de familia en las actividades escolares del hijo.
- Conocer cuáles son los aspectos socioemocionales que impactan en el desempeño escolar de los alumnos, su interés por continuar o abandonar los estudios (motivaciones, ambiente y convivencia escolar, manejo de la frustración, entre otros).

Metodología

Se aplicó una encuesta a casa habitación a nivel nacional con una representación de población urbana y rural. Se efectuaron 1,002 encuestas con la siguiente distribución: 501 encuestas dirigidas a padres de familia, con algún hijo cursando la secundaria.

501 encuestas dirigidas a alumnos de educación básica, nivel secundaria, que residan en la misma vivienda donde se aplicó la encuesta a padres de familia. La aplicación de las encuestas fue simultánea.

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

Factores que incentivan o desalientan el interés escolar entre los estudiantes de secundaria

El Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México realizó un estudio para conocer el involucramiento de los padres de familia en la educación de sus hijos y los modelos a seguir que tienen los estudiantes de secundaria.

Metodología: Se realizaron 1002 encuestas a casa habitación, a nivel nacional. Se encuestaron 501 padres de familia y a uno de sus hijos que estuviera cursando secundaria durante el mes de julio de 2017



Personas que son un modelo a seguir para que el estudiante sobresalga en sus estudios



Orientación vocacional ¿qué aspectos influyen en los estudiantes?

Antecedentes

En un contexto de mayor apertura, derechos y equidad, encontramos que hay espacios donde la incursión de las mujeres es incipiente. Un campo que puede ejemplificar la participación minoritaria de las mujeres en relación a los hombres es el campo de estudio; en ciencias únicamente 28% de los investigadores a nivel mundial son mujeres. En lo que respecta a México, en el Sistema Nacional de Investigadores (SNI), únicamente 35% de los investigadores son del género femenino, disminuyendo este porcentaje hasta el 20% en el caso de las áreas Fisicomatemáticas e Ingenierías¹.

Siendo las carreras vinculadas al campo de la ciencia y la tecnología las que se perfilan indispensables a corto, mediano y largo plazo, provoca plantearse en términos generales ¿qué propicia que los estudiantes opten o no por carreras STEAM? ¿cómo podríamos favorecer un mayor acercamiento a estas carreras? En cuestión de género, ¿sigue reforzándose la percepción generalizada que visualiza a las ciencias exactas como carreras masculinas y a las ciencias sociales como ámbito de estudio para las mujeres? De ser así, ¿de dónde proviene ese reforzamiento?

Para responder a qué lleva a los estudiantes a favorecer un campo de estudio y, en particular, por qué hay más hombres que se perfilan a carreras STEAM en relación a las mujeres, el **Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México** quiso conocer cuáles son los elementos que los estudiantes toman en cuenta para decidir sobre sus estudios profesionales.

Objetivo general

Conocer los factores que motivan la elección de estudios, en particular de carreras STEAM (carreras de ciencias, tecnología, ingenierías y matemáticas), desde una perspectiva de género.

Objetivos específicos

- Indagar factores presentes durante la educación básica nivel secundaria, que influyen en que la participación de las mujeres en las áreas de ciencias duras sea considerablemente menor a la de los hombres.
- Identificar si la enseñanza de materias relacionadas a las ciencias duras tiene diferencias por género.
- Conocer la percepción que se tiene de las mujeres en el campo laboral y educativo entre familias mexicanas y entre alumnos de educación secundaria.

Metodología

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

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

¹ Con datos del ANUIES, *Anuarios Estadísticos de Educación Superior. Ciclo escolar 2015-2016*.



¿Qué piensan mis papás sobre mis gustos educativos según mi género?

El Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México presenta los resultados de un estudio que revela las perspectivas de los padres sobre las preferencias escolares, profesionales y laborales de sus hijos, considerando el género de estos.

¿Qué profesión le gustaría a mis papás que tuviera según mi género?



- 1º Medicina
- 2º Maestra
- 3º Enfermería



- 1º Ingeniería
- 2º Medicina
- 3º Arquitectura

¿Qué clase piensan mis papás que es mi favorita?



48%

Relacionada con
Ciencias Sociales
y Humanidades



52%

Relacionada con
Ciencias Naturales

¿Qué grado de estudios le gustaría a mis padres que obtenga?



65%

Licenciatura



78%

Licenciatura

En general los padres de familia piensan que:



Las mujeres se desempeñan muy bien en:

- 1º Enfermería
- 2º Enseñanza
- 3º Medicina
- 4º Psicología



Los hombres se desempeñan muy bien en:

- 1º Ingeniería
- 2º Matemáticas
- 3º Leyes
- 4º Medicina

Metodología: Se encuestaron 501 padres de familia y a uno de sus hijos que estuviera cursando secundaria durante el mes de julio de 2017.

Violencia hacia las mujeres. Cotidianidad y normalización de una problemática.

Antecedentes

La Universidad del Valle de México tiene entre sus lineamientos generar y apoyar iniciativas que propicien la equidad de género. Al ser una institución que imparte educación superior, tiene un compromiso con la sociedad y comunidad universitaria, por ello, resulta prioritario promover valores como la equidad para forjar una sociedad plural donde las mujeres puedan alcanzar su máximo potencial.

Apoyando esta visión, el **Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México** realizó una encuesta para conocer las opiniones de la población sobre cómo se percibe la violencia hacia las mujeres en México. Este tema resulta relevante en el país que, junto con los países de Centroamérica y el Caribe, encabeza las regiones más críticas del continente donde se presenta mayor violencia hacia las mujeres, de acuerdo con el informe “Del compromiso a la acción” de ONU Mujeres y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Los resultados del estudio fueron dados a conocer en el marco del “Año de la Conciencia y la Prevención de la Violencia de Género”, iniciativa presentada por la UVM con el propósito de expresar su rechazo al fenómeno de violencia contra las mujeres.

Objetivo general

Conocer las percepciones de la población mexicana en torno a la violencia contra la mujer, las situaciones que la generan, tipos de violencia y las acciones que se deben tomar para erradicarla.

Objetivos específicos

- Conocer la apreciación que existe sobre violencia hacia las mujeres en el país, su gravedad y causas
- Establecer cuáles son las conductas o pautas en torno a la normalización de la violencia, situaciones que enfrentan las mujeres cuándo, cómo y dónde se presentan
- Indagar factores asociados a denunciar situaciones de violencia
- Identificar acciones que, para la población, erradicarían la violencia hacia las mujeres, así como los responsables de llevar a cabo las iniciativas

Metodología

Se realizaron 1000 encuestas en casa habitación a nivel nacional. 50% de los participantes son hombres y 50% mujeres.

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

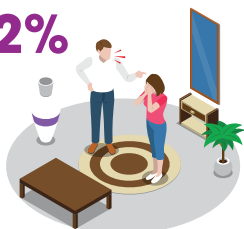
Violencia hacia las mujeres

► Cotidianidad y normalización de una problemática



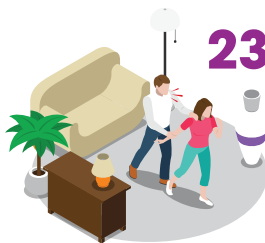
En el Centro de Opinión Pública buscamos conocer las percepciones de la población mexicana en torno a la violencia contra la mujer, las situaciones que la generan, tipos de violencia y las acciones que se deben tomar para erradicarla.

42%



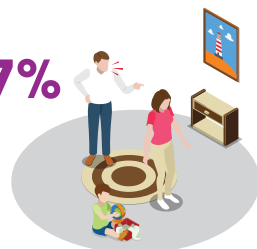
considera que es el hogar donde hay más violencia

23%



piensa que la razón principal por la que las mujeres son víctimas de violencia, es porque se dejan

87%



opina que las mujeres aguantan abusos de su pareja si hay hijos de por medio

81%

piensa que es probable que el agresor de una mujer sea un conocido o familiar



74%

considera que una mujer siente vergüenza de contar que es víctima de violencia



88%

cree que las mujeres cuentan con más derechos que hace una década



50%

piensa que la familia y la sociedad son los encargados de erradicar la violencia



Metodología: Encuesta aplicada a 1000 mexicanos en casa habitación, entre 18 y 65 años de edad durante el mes de febrero de 2018. 50% mujeres y 50% hombres.

Votaciones y expectativas del nuevo gobierno 2018.

Antecedentes

En 2015 en el marco de las elecciones intermedias, el **Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México** realizó un estudio para conocer las opiniones de jóvenes mexicanos sobre temas de cultura cívica y política. Con esta encuesta, se exploraron los intereses y expectativas de los jóvenes considerados primeros votantes.

En 2018 las elecciones presidenciales adquirieron un papel relevante debido a los debates generados sobre temas de ideología, confianza, cambio, participación, etc. Al mismo tiempo, la tendencia de las candidaturas independientes tomó mayor protagonismo, al igual que las alianzas y la creación de nuevos partidos con posibilidad real de obtener la presidencia. Debido a la importancia de estas elecciones, el COP UVM decidió realizar una encuesta respecto a los hábitos de votación y expectativas sobre el nuevo gobierno.

Objetivo general

Conocer la percepción de la población en torno a las elecciones presidenciales del 2018, explorar sus opiniones en relación a las nuevas tendencias en el sistema político y sus expectativas frente al nuevo gobierno.

Objetivos específicos

- Identificar cuál es la percepción de la población sobre el proceso electoral, campañas electorales (utilidad y transparencia), candidatos y propuestas.
- Conocer la opinión de la población en torno a las candidaturas independientes.
- Averiguar la impresión que tiene la población sobre el papel de los medios de comunicación en las elecciones federales 2018.
- Establecer cuáles son las expectativas sobre el nuevo gobierno y la figura presidencial.

Metodología

Encuesta telefónica a nivel nacional realizada a 703 mexicanos que cuentan con línea telefónica en su hogar.

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

Expectativas del nuevo gobierno

Las elecciones han concluido y el próximo Presidente buscará cumplir con los compromisos y promesas de campaña, pero ¿qué espera la ciudadanía sobre los temas clave? El Centro de Opinión Pública de UVM realizó la encuesta **Votaciones y expectativas del nuevo gobierno 2018**, en la que los electores dieron sus puntos de vista. Te compartimos algunos datos al respecto.

Metodología: Encuesta telefónica a nivel nacional levantada durante abril y mayo de 2018, con 703 hombres y mujeres mayores de 18 años. La muestra tiene como características de representatividad un nivel de confianza del 95%, con una tasa de error no mayor al 5%.

¿Cuál debería ser la prioridad del próximo gobierno?

Mejorar la economía



Disminuir la inseguridad



Disminuir la corrupción

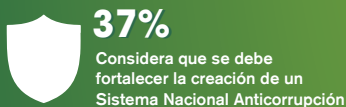


Generar empleo



Pensando en el próximo presidente ¿qué acciones esperaría que tome en relación con...?

Corrupción



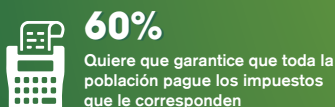
Narcotráfico



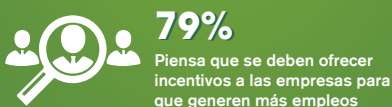
Relación comercial con USA



Incentivos fiscales



Empleo



Seguridad



Protección Civil, responsabilidad compartida

Antecedentes

La protección civil, concebida originalmente para proteger a las víctimas de los conflictos armados en agosto de 1949, hoy implica llevar a cabo tareas para proteger a la población ante los peligros ocasionados por catástrofes de origen natural o antrópico, así como ayudar a la población a recuperarse de los efectos de la catástrofe ocurrida.

A fin de conocer la percepción y la reacción de la población en temas de protección civil como evacuación, actores y responsabilidades ante una emergencia y otras medidas efectuadas para salvaguardar la integridad de la población, el **Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México** realizó una encuesta para acercarse a esta cuestión.

Este ejercicio surgió a raíz de las catástrofes naturales como temblores e inundaciones ocurridas en Oaxaca, Chiapas, Puebla, Morelos y Ciudad de México en 2017.

Objetivo general

Identificar el conocimiento de la población en torno a temas de protección civil: tareas, importancia, rol de sectores y percepción sobre la gravedad de distintos siniestros y la actuación en torno a ellos.

Objetivos específicos

- Indagar el conocimiento y percepción de la población en temas de protección civil.
- Identificar la percepción de la población sobre los desastres naturales y antrópicos.
- Conocer la disposición de la población en temas de prevención de desastres.
- Conocer la actuación de la población ante desastres naturales y antrópicos.

Metodología

Encuesta vía internet dirigida a cibernautas mexicanos. Se obtuvieron 588 respuestas, de las cuales 55% son mujeres y 45% hombres con un promedio de edad de 40 años.

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



PROTECCIÓN CIVIL:

Responsabilidad compartida

El Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México consultó a cibernautas para conocer el nivel de información para enfrentar desastres y aspectos relacionados con los sismos del 7 y 19 de septiembre.



Medidas preventivas importantes en materia de protección civil

- 35%** Identifica rutas de evacuación y zonas seguras
- 24%** Realiza simulacros
- 22%** Cursos de primeros auxilios



En caso de Sismo

- 38%** Considera que se debe evacuar
- 28%** Mantener la calma
- 27%** Buscar un lugar seguro

Catástrofes que causan mayor temor



1º Sismos



2º Fuga de gas



3º Incendio

Información y preparación para enfrentar catástrofes

- 82%** Considera tener información para actuar ante un sismo
- 43%** Tiene documentos personales a la mano por si se presentase una emergencia

Calificación a quienes trabajaron para asistir a la población afectada



8.8
Rescatistas
Voluntarios



8.6
Sociedad
Mexicana



7.4
Fuerzas
Armadas



4.1
Presidente de
la República



3.8
Autoridades
Locales

Agua, ¿qué tanto la valoramos?

Antecedentes

La situación del agua en México y en el mundo engloba diversas problemáticas que abarcan desde la discusión del derecho al recurso, acceso, abastecimiento, potabilidad, costo, sustentabilidad, contaminación, hasta cambio climático y medidas para contener la crisis hídrica que se enfrenta y que podría agravarse si no se toman medidas al respecto.

Para sensibilizar a la población sobre la importancia del agua, la Organización de las Naciones Unidas dedicó el 22 de marzo como el Día Mundial del Agua. Esta conmemoración pretende generar conciencia sobre el uso sostenible de este recurso.

En el marco de esta celebración el **Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México** realizó una encuesta para conocer sobre el consumo de agua, escasez y expectativas de la situación que podría enfrentarse a futuro con el abastecimiento del agua.

Objetivo general

Conocer la percepción de los cibernautas con respecto al abastecimiento del agua y sus hábitos de consumo.

Objetivos específicos

- Indagar sobre el abastecimiento de agua, sus problemáticas actuales y futuras.
- Identificar las medidas para ahorrar agua.

Metodología

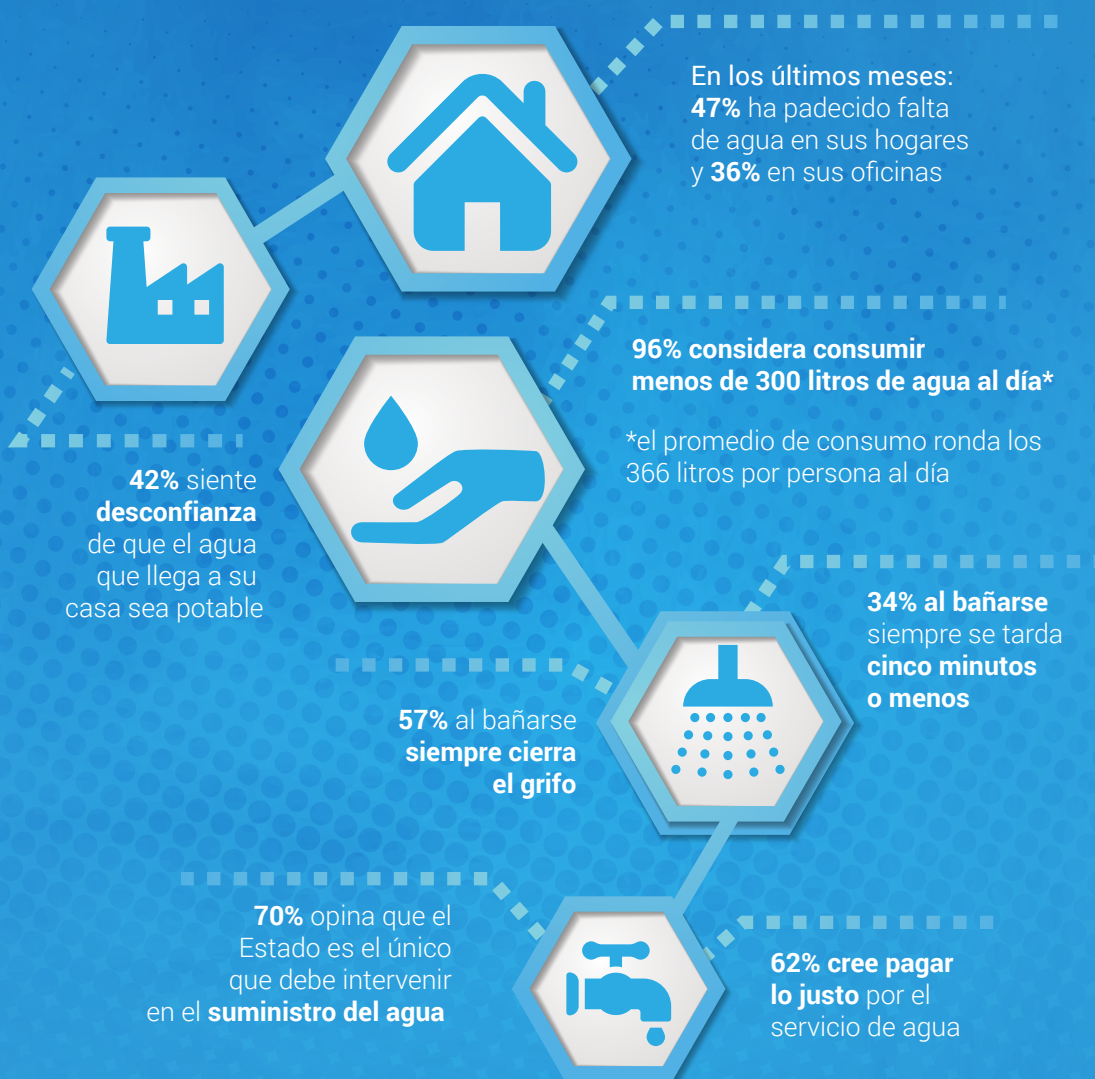
Encuesta vía internet dirigida a cibernautas mexicanos. Se obtuvieron 430 encuestas a mujeres y hombres mayores de edad.

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



Agua, *¿qué tanto la valoramos?*

En el marco de la celebración del Día mundial del agua, el Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México realizó una encuesta para conocer los hábitos y percepciones con respecto a este tema.



Metodología:

Encuesta realizada vía internet a 430 cibernautas. 59% son mujeres y 41% hombres. El promedio de edad es de 40 años.

Consumo de medios. Elección basada en ¿emoción, convivencia, costumbre o comodidad?

Antecedentes

Es innegable que las nuevas tecnologías han cambiado la forma en que la gente consume información. La capacidad de conectividad a Internet, desde el creciente número de dispositivos, determina las modalidades que conocemos para el consumo de contenidos.

Con la transformación del mundo análogo al mundo digital, las personas se enfrentan a múltiples y variadas opciones para obtener información. Esas opciones varían desde el dispositivo, hasta el contenido, el enfoque y la presentación.

Considerando que los consumidores mexicanos se ven expuestos, por un lado, a la influencia de tecnología y nuevas alternativas y, por otra parte, a la prevalencia de medios tradicionales, es relevante saber qué, cómo y por qué consumimos determinados contenidos, así como la transformación de las preferencias.

Objetivo general

Identificar los aspectos que determinan la preferencia de medios de comunicación, consumo de la información y contenido de los espectadores mexicanos.

Objetivos específicos

- Identificar qué tipo de información, programas, contenidos y medios resultan interesantes para la población.
- Explorar cuál es la percepción del consumidor sobre los medios tradicionales y medios digitales: ventajas, desventajas, áreas de oportunidad y preferencia.
- Conocer cuáles son los hábitos de exposición a medios de comunicación tradicionales y digitales (programación, horarios, formatos y preferencias para consumir información).

Metodología

Encuesta realizada a nivel nacional a 686 mexicanos mayores de edad que cuentan con una línea telefónica en su hogar.

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



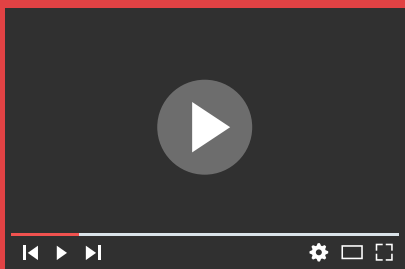
Consumo de medios, hay un nuevo rey en el vecindario

El consumo de contenido de plataformas digitales además de representar una alternativa a la TV abierta y al sistema de cable, también está generando espectadores con nuevas costumbres y formas de consumir dicho contenido.

Metodología: Encuesta telefónica realizada a nivel nacional a 686 mexicanos mayores de 18 años, sobre su consumo de medios en los últimos 6 meses.

Contenido Digital

46% Accedió principalmente a contenido digital: Netflix, Blim, Claro video, Amazon Prime.



¿Por qué lo prefieren?

 Más opciones de programación y contenido **31%**

 Decidir el momento para ver sus programas **27%**

 Poder elegir qué quieren ver **21%**

 Ver en varios dispositivos **8%**

 No hay publicidad **6%**

Televisión abierta y por cable



35%
Vio especialmente
televisión abierta

¿Por qué ya no lo prefieren?

 Muchos anuncios comerciales

 Programación

 Fallas en la señal



23%
Consumió
TV por cable

¿Y cómo es ahora el consumidor?

 Le gusta ver su programa favorito en cualquier momento

 Ver maratones de sus series o programas favoritos

 Prefiere ver sus programas acompañado

 Para él, lo más importante de un programa es la trama

 Comenta al día siguiente sobre el programa visto



Eventos culturales, alternativas y preferencias.

Antecedentes

En la actualidad, el consumo cultural ocupa un lugar preponderante en la cotidianidad. Ante la creciente oferta de actividades artísticas y culturales, y medios por los cuales podemos acceder a los mismos, resulta importante indagar cuáles son los gustos y preferencias de la población. Es por este motivo que el **Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México** buscó determinar de qué forma se constituye la oferta y demanda de consumo cultural en el país y como difieren estas preferencias de acuerdo con ciertas características demográficas.

Para el propósito de este estudio, entenderemos consumo cultural como el acceso a bienes y servicios, tales como: libros, funciones de cine, conciertos, representaciones teatrales y de danza, y exposiciones de pintura, fotografía y escultura. Es decir, los bienes y servicios producidos por el conjunto de ámbitos productivos que conforman el sector cultural.

Objetivo general

Conocer las características del consumo cultural en México y las preferencias de la población mexicana en lo referente a este sector.

Objetivos específicos

- Conocer la percepción sobre la oferta cultural en México.
- Indagar qué factores influyen en el acceso y asistencia a eventos culturales.

Metodología

Encuesta vía internet dirigida a cibernautas mexicanos. Se obtuvieron 600 encuestas a mujeres y hombres mayores de edad.

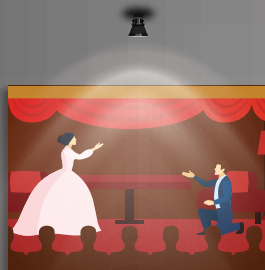
El estudio completo se puede conocer en: www.opinionpublicauvm.mx

Eventos culturales: alternativas y preferencias

El Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México realizó una encuesta para conocer la oferta y demanda de eventos culturales en el país y cómo difieren estas preferencias de acuerdo con características demográficas. ¿Aprovechamos la oferta cultural que hay? ¿Qué espectáculos preferimos? ¿Cuánto gastamos? Te compartimos algunos datos.



Sobre la oferta cultural...



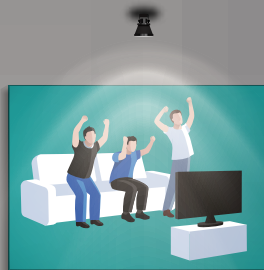
86%

opina que México es un país con mucha oferta cultural.



73%

conoce medios de comunicación o sitios donde consultar eventos culturales que ofrece su ciudad.



58%

considera que no aprovecha la oferta cultural que hay.



44%

no cuenta cerca de su domicilio con espacios o lugares donde se presenten espectáculos

¿Qué eventos consideran más atractivos?

Escala de 1 a 5 donde 1 es nada atractivo y 5 muy atractivo



4.52

Conciertos



4.45

Cine



4.43

Teatro

¿Qué eventos consideran más costosos?

Escala de 1 a 5 donde 1 es nada costoso y 5 muy costoso



4.31

Conciertos



4.29

Ópera



3.82

Teatro

Expectativas 2019.

Antecedentes

Con la consumación de un año es recurrente establecer propósitos para el ciclo venidero, así como tener una perspectiva del panorama que se enfrentará en el plano personal y comunitario. Para conocer cuál es la lectura de la población sobre el año que se aproxima, el **Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México** realizó una encuesta para conocer el estado de ánimo de la población con respecto al 2019 y la estimación que se tiene sobre el destino del país durante este año.

Objetivo general

Identificar cuáles son las expectativas de la población en relación al nuevo año en el plano personal y social.

Objetivos específicos

- Conocer el estado de ánimo de la población respecto al año 2019.
- Averiguar cuáles son los aspectos que la ciudadanía identifica como prioridades del gobierno.
- Establecer cuál es el rumbo que la población cree que se tendrá en temas como corrupción, seguridad, empleo y economía.

Metodología

Encuesta vía internet dirigida a cibernautas mexicanos. Se obtuvieron 505 encuestas durante la primera quincena de diciembre de 2018.

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

2019

¿Qué pensamos los mexicanos que nos depara?

El Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México exploró las expectativas de la población. Te compartimos los resultados.

Por un lado...



31% se siente optimista



26% esperanzado respecto a la situación del país

Sin embargo, la expectativa no es buena cuando se les pregunta sobre algunas situaciones que vive México:

¿Pobreza?

69% piensa que empeorará o se mantendrá igual de mal



¿Corrupción?

68% piensa que empeorará o se mantendrá igual de mal



¿Inseguridad?

63% piensa que empeorará o se mantendrá igual de mal



¿Economía?

58% piensa que empeorará o se mantendrá igual de mal



Y ¿de qué depende que el año que viene sea bueno para México?



37% considera que de la dirección o administración que tenga el país



32% de que la ciudadanía sea más activa

17% del cumplimiento de las promesas de gobierno



4% de la economía internacional



Estudios sobre temas tecnológicos

4ª Revolución Industrial. Una mirada desde México. Análisis cualitativo y cuantitativo del Centro de Opinión Pública

Antecedentes

La llamada 4ª. Revolución Industrial, marcada por la convergencia de varias tecnologías que fusionan los mundos físico y digital, cambiará radicalmente el entorno en que vivimos y tendrá un impacto muy importante en el empleo y en la educación en el futuro.

Para propiciar una discusión sobre los retos y las oportunidades que esta ola de cambio representa para nuestro país, Laureate International Universities y la Universidad del Valle de México convocaron a expertos en diferentes disciplinas a participar en el Foro 4ª Revolución Industrial donde se abordó la transformación de las industrias y empleos en los próximos años. Así mismo, se discutió el rol de la educación en esta transformación, haciendo énfasis en su importancia para facilitar la incorporación de nuevas tecnologías, como la inteligencia artificial y la robótica avanzada, a los procesos productivos.

Debido a que esta revolución producirá cambios significativos en el mercado laboral, la distribución del ingreso, incluso la educación y capacitación, el **Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México**, consideró fundamental conocer la percepción de la población y de expertos en la materia sobre los cambios que se avecinan con este proceso y al mismo tiempo, estar al tanto de los requerimientos indispensables para que se genere desarrollo.

Objetivo general

Conocer las posturas de los expertos sobre los cambios que se avecinan con la cuarta revolución industrial y contrastarlas con la percepción de la población general sobre cómo creen que estos cambios afectarán distintos aspectos de su vida diaria: productividad, empleo, acceso a la tecnología, educación e índices de bienestar y regulación.

Objetivos específicos

- Indagar hábitos diarios de la población en general en materia de tecnología.
- Investigar la percepción y conocimiento sobre la cuarta revolución industrial y sus implicaciones en la vida personal, educativa y laboral.
- Conocer las expectativas sobre la revolución industrial y el rumbo que tomará México dentro de este panorama.
 - Rol que juegan autoridades, industria y ciudadanos.
- Conocer la opinión de especialistas sobre los cambios que sufrirán los sectores que impactan la economía global y en específico en México.
- Conocer la opinión de especialistas sobre los retos que enfrentará el país en el marco de esta revolución, así como el rol de las autoridades, industria y ciudadanía.

Metodología

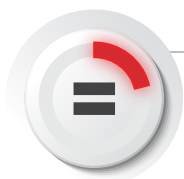
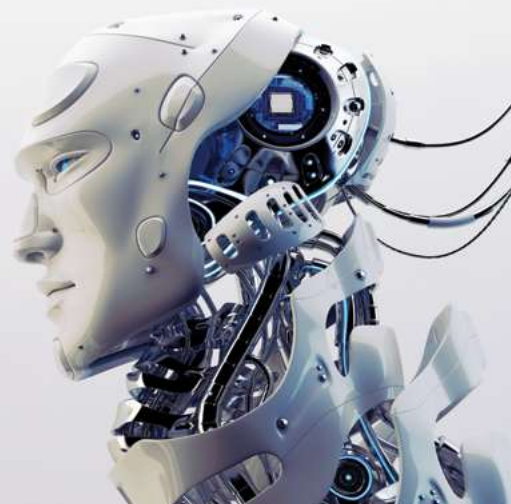
Se efectuó un estudio con una fase cuantitativa recabando 707 encuestas realizadas vía telefónica a nivel nacional con hombres y mujeres mayores de edad y una fase cualitativa con entrevistas a profundidad con expertos en el tema de 4RI del sector productivo, manufacturero e industrial, gobierno y educativo.

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

4^a REVOLUCIÓN INDUSTRIAL

UNA MIRADA DESDE MÉXICO

Ante los cambios que se avecinan con la cuarta revolución industrial, el Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México preguntó a la población cómo percibe la tecnología, su impacto en la vida cotidiana así como los retos que México enfrenta en materia tecnológica.



21%

Asocia la palabra tecnología con "mejora" o "avance"



38%

Considera que los beneficios que trae la tecnología son mayores a los perjuicios.



35%

Cree que las nuevas tecnologías jamás podrán reemplazar a las personas en sus puestos de trabajo.



73%

Se siente entusiasmado que existan máquinas que puedan hacer cada vez más actividades.



73%

Considera que la ciudadanía debe desempeñar un papel más importante en las decisiones sobre tecnología que les afecta directamente



52%

Considera que la tecnología no ayudará a reducir la desigualdad entre países ricos y pobres.

Evaluación de la Tecnología



6.8

Desarrollo tecnológico en México



6.0

Desarrollo tecnológico en el gobierno federal



7.3

Desarrollo tecnológico en las empresas



54%

Piensa que México debe diseñar carreras que respondan a las necesidades del futuro

Metodología. Fase cuantitativa: 707 encuestas realizadas a nivel nacional a población mayor de edad. Fase cualitativa: 13 entrevistas a profundidad a expertos del sector productivo, manufacturero, industrial, educativo y gobierno.



Estudios sobre temas de salud

Embarazo adolescente. Perspectiva familiar, escolar y laboral de las jóvenes en México.

Antecedentes

Según estimaciones de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) en el año 2017 México ocupó el primer lugar, entre los países miembros, de embarazos en adolescentes y jóvenes entre 15 y 19 años¹. Estudios de la Organización Mundial de la Salud (OMS), en México, refieren que 48.5% de los embarazos no planeados se da en mujeres de 15 a 19 años².

El **Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México** atento al crecimiento del fenómeno de embarazo adolescente en el país efectuó un estudio para conocer la percepción de la ciudadanía sobre las adolescentes en situación de embarazo con la intención de ayudar a diseñar programas sociales que involucren a todos los miembros de la sociedad para mitigar este fenómeno que afecta a las jóvenes (y a sus familias) en el ámbito de salud, en su educación, emocional y económicamente.

Objetivo general

Conocer las percepciones y el comportamiento de la ciudadanía hacia las adolescentes embarazadas, así como la lectura de la población sobre este fenómeno.

Objetivos específicos

- Identificar la percepción que tiene la población de las jóvenes embarazadas: causas del embarazo, apoyo de la familia y problemáticas enfrentadas.
- Conocer el comportamiento que tiene la población hacia las jóvenes embarazadas.
- Indagar la postura de la población en torno a la educación sexual y alternativas ante un embarazo a temprana edad.

Metodología

Se efectuaron 1 000 encuestas en casa habitación a nivel nacional a personas mayores de 16 años, de las cuales 50% son hombres y 50% mujeres.

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

¹ <https://www.forbes.com.mx/1-de-cada-5-embarazos-en-mexico-es-de-una-madre-adolescente/>

² <http://www.excelsior.com.mx/nacional/2017/11/21/1202660>



EMBARAZO ADOLESCENTE

PERSPECTIVA FAMILIAR, ESCOLAR Y LABORAL DE LAS JÓVENES EN MÉXICO

México ocupa el primer lugar en embarazos adolescentes (OCDE) debido a que uno de cada cinco embarazos es de jóvenes que no alcanzan la mayoría de edad. Ante este panorama, el Centro de Opinión Pública realizó una encuesta para conocer la percepción de la población mexicana.

PERCEPCIÓN SOCIAL

64% de los encuestados, al ver a una mujer embarazada genera emociones positivas

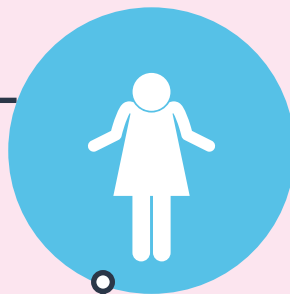


Esta percepción cambia cuando el embarazo es de una adolescente, sólo **10%** lo asocia a emociones positivas

MOTIVOS DEL EMBARAZO ADOLESCENTE

Las principales razones por las que hay embarazos a temprana edad:

- 21%** Falta de información
- 18%** Descuido de los padres
- 14%** Falta de prevención



PROBLEMAS QUE ENFRENTAN LAS ADOLESCENTES EMBARAZADAS

Durante el embarazo:

- 28%** Problemas de salud
- 16%** Rechazo de su familia
- 15%** Problemas económicos

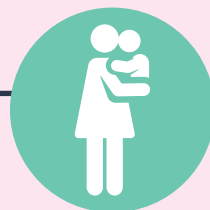
Después del embarazo:

- 26%** Problemas económicos
- 12%** Cuidados del bebé
- 15%** Falta de experiencia



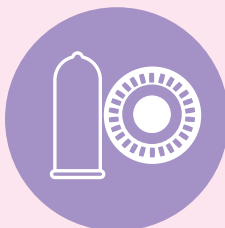
CONSECUENCIAS DEL EMBARAZO ADOLESCENTE

- 85%** Dificultad para que la joven retome sus estudios
- 71%** Sufrir discriminación en la escuela o trabajo



EDUCACIÓN SEXUAL

- 90%** Considera que la mejor medida para prevenir embarazos a temprana edad es impartir educación sexual
- 26%** Considera que interrumpir el embarazo nunca es una alternativa deseable



Metodología: 1000 encuestas en hogares realizadas a nivel nacional en la última quincena de febrero de 2018 a mayores de 16 años, 50% hombres y 50% mujeres.

Depresión y ansiedad. Reconocimiento y actitudes ante una problemática.

Antecedentes

Datos de la Encuesta Nacional de Epidemiología Psiquiátrica indican que, en México, 29% de la población ha sufrido al menos en alguna ocasión un trastorno mental. Entre los trastornos mentales más frecuentes se encuentran la depresión y la ansiedad.

Se estima que en México la depresión afecta a 8.4% de la población y 14.3% padece trastornos de ansiedad generalizada. A pesar de la prevalencia de estas enfermedades, no siempre se proporciona la atención requerida. Por lo general, las personas con estas afecciones pueden tardar hasta 14 años en recibir el tratamiento adecuado, mermando así el bienestar mental.

Ante este panorama, el **Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México**, decidió hacer una encuesta para conocer cómo se acerca y cómo se enfrenta la población a estos padecimientos en lo individual y como sociedad.

Objetivo general

Indagar qué tanto conoce la población sobre la depresión y ansiedad, así como identificar entre la población encuestada que tan común es en su círculo social la prevalencia de estos trastornos, el apoyo que reciben los afectados, y cómo lidiamos con estos trastornos a nivel personal y como sociedad.

Objetivos específicos

- Indagar en el conocimiento de la población sobre la depresión y ansiedad: naturaleza, síntomas, causas, gravedad y tratamientos.
- Identificar cómo reaccionamos ante las personas que presentan estos padecimientos (situaciones, convivencia, cotidianidad).
- Conocer la opinión de la población sobre el apoyo que reciben las personas con depresión o ansiedad por parte de su familia, sector salud, centros laborales, etc.
- Averiguar episodios de depresión o ansiedad del entrevistado.

Metodología

Se realizó una encuesta a 1000 hombres y mujeres en puntos de afluencia de 11 entidades del país. La encuesta fue levantada por estudiantes y docentes de la carrera de Psicología de la Universidad del Valle de México.

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

Depresión y ansiedad

El Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México realizó un estudio para indagar qué tanto conoce la población sobre la depresión y ansiedad, cuál es la percepción sobre estos trastornos y cuál es el trato que le damos a las personas que los presentan.



Depresión

93%

considera que la depresión es grave

79%

piensa que la depresión es una enfermedad

69%

tiene algún familiar, amigo o conocido que ha presentado ansiedad y/o depresión

Ansiedad

80%

opina que la ansiedad es grave

60%

considera que la ansiedad es una enfermedad

90%

cree que personas con ansiedad y/o depresión tienen pensamientos suicidas



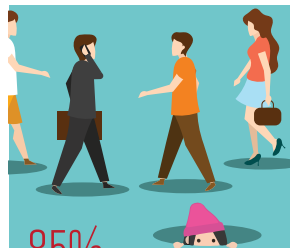
69%

cree que las personas con depresión o ansiedad pueden ser independientes en su vida



85%

opina que tendrán problemas para convivir con la gente



51%

si tuviese un familiar con algún trastorno mental procuraría que permaneciera en casa



69%

Si estuviera a cargo de una persona con depresión o ansiedad le exigiría que tome su medicamento



Metodología:

Encuesta realizada en puntos de afluencia a 1,000 hombres y mujeres mayores de 18 años durante septiembre de 2018 en colaboración con alumnos y docentes de la carrera de Psicología de UVM.

Diabetes gestacional. La perspectiva del médico y mujeres con diabetes gestacional.

Antecedentes

El **Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México** busca conocer la opinión de distintos públicos sobre temas que son de interés para la sociedad mexicana. En esta ocasión, y en alianza con la Federación Mexicana de Diabetes A.C. exploramos el tema de diabetes gestacional ya que aproximadamente entre 2% y 10% de las mujeres embarazadas pueden padecerla. Si esta condición se trata puede no tener complicaciones, sin embargo, si el cuidado no atiende las recomendaciones médicas, existe un mayor riesgo de desarrollar preclamsia, complicaciones durante el parto y que el bebé pueda tener hipoglucemia.

Objetivo general

Conocer las apreciaciones de expertos calificados sobre las características que comparten las mujeres que padecen diabetes gestacional en México y explorar cómo cambia su estilo de vida una vez que son diagnosticadas.

Objetivos específicos

- Identificar qué conocen las mujeres con diabetes gestacional sobre su condición.
- Saber los procedimientos para detectar esta condición, recomendaciones y tratamiento.
- Conocer los cuidados que las mujeres deben adoptar una vez que son diagnosticadas e identificar cuáles resultan sencillas y cuáles implican mayor reto.
- Entender cuáles son los factores emocionales, sociales, económicos y de salud que enfrentar las mujeres que tienen diabetes gestacional.

Metodología

Estudio cualitativo, a través de entrevistas a profundidad, con médicos especialistas o que tenían trato directo con pacientes que la presentan. Se realizaron también entrevistas a profundidad a mujeres embarazadas con diabetes gestacional, y se encuestaron a mujeres embarazadas para conocer los hábitos y cuidados que realizan durante esta etapa.

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

Diabetes gestacional

Con el objetivo de conocer sobre la diabetes gestacional, el **Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México** entrevistó a médicos y a mujeres embarazadas con esta condición, te compartimos sus impresiones.

La diabetes gestacional es un síndrome multisistémico que se detecta en el embarazo y se caracteriza por un aumento en las cifras de la glucosa.



¿Por qué da?



Antecedentes familiares de Diabetes Mellitus



Haber tenido DG en embarazos previos



Peso al nacer de la paciente igual o mayor a 4 Kg



Obesidad



Pacientes con tamiz alterado

Complicaciones para la mujer



Dificultades en el parto



Preclamsia



Coma diabético



Desarrollar diabetes tipo 2



Complicaciones para el bebé



Macrosomía



Hipoglucemia



Hipoxia



Mal formaciones



Muerte fetal

¿Qué recomiendan los médicos?



Dieta adecuada



Control de calorías



Realizar ejercicio



Tomar medicamento



Revisiones



Metodología: Entrevistas a profundidad con médicos y mujeres embarazadas con diabetes gestacional.

Concepciones en torno a la salud. Entre el conocimiento y la desinformación.

Introducción

En México se realizan diferentes tipos de campañas en materia de salud que pueden ser informativas o de procedimiento (vacunación), con el objetivo de concientizar a la población sobre temas de salud. Si bien un número importante de ellas son de enfermedades específicas, también existen las dedicadas a disuadir a la población a automedicarse, a adquirir e ingerir productos no autorizados por las instancias de salud y/o experimentar con métodos que no tienen respaldo científico.

A pesar de ello, existe entre la población creencias y mitos en torno a la salud que se han transmitido generacionalmente, otros que han proliferado de forma recientes debido a las redes sociales y a la facilidad con que se distribuye la información. Si bien algunas de estas concepciones sobre la salud, resultaran inocuas, en realidad podrían ser riesgosas.

Ante esta circunstancia, el **Centro de Opinión Pública de la Universidad Tecnológica de México** se ha propuesto indagar sobre mitos y prácticas en torno a la salud, así como averiguar los principales medios por los cuales se adquieren, distribuyen o refuerzan estos mitos.

Al contar con esta información, será posible buscar estrategias para concientizar a la población sobre la importancia de buscar ayuda profesional para resolver dudas y malestares de salud.

Objetivo general

Identificar el conocimiento de la población, sus prácticas y fuentes de información sobre las cuales está fincado su discernimiento en materia de salud.

Objetivos específicos

- Identificar los mitos que existen en la población respecto a la salud, enfermedades y tratamientos.
- Averiguar cómo se han adquirido y difundido estos mitos.
- Identificar la percepción de la población sobre métodos o medicina alternativa, su eficacia, adopción o rechazo de estas prácticas.

Metodología

Se realizaron 541 encuestas a personas a partir de los 16 años en puntos de afluencia. Se contó con la colaboración de docentes y alumnos de UNITEC en la aplicación de las encuestas.

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



Concepciones en torno a la salud

Entre el conocimiento y la desinformación

El Centro de Opinión Pública de la Universidad Tecnológica de México realizó una encuesta para indagar cuáles son principales mitos que existen entre los mexicanos en torno a la salud. Estos son los principales descubrimientos.

Mitos que persisten entre la población

52%

considera
cierto que
un fuerte
susto puede
originar
diabetes



70%

piensa que calentar comida
en el microondas es peligroso
para la salud

57%

considera que
inclinarse la
cabeza hacia
atrás ayuda a
detener el
sangrado nasal



46%

creer que el VIH es lo mismo
que el SIDA

Prácticas en torno a la salud

70%

ha utilizado
un remedio
casero



67%

creer que
siempre hay
que tomar
medicamentos
con el
estómago
lleno



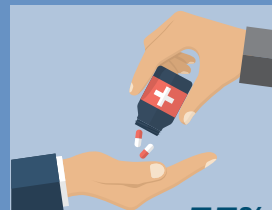
56%

busca en internet sobre su
enfermedad



55%

utilizaría un medicamento que
le sirvió a un familiar o amigo





Estudios sobre temas económicos

Excesos navideños.

Antecedentes

Las fiestas decembrinas son una temporada que para los mexicanos significa reunirse con familia, amigos o compañeros, compartir la mesa, convivencia y degustar platillos, muchos de ellos propios de la época.

El ambiente festivo favorece oportunidades de convivencia que pueden dar origen a excesos en los gastos asociados a regalos navideños, vacaciones, celebraciones, consumo de alimentos y bebidas. A fin de conocer el comportamiento de la población mexicana en esta temporada y reconocer si efectivamente existe una tendencia al exceso en esta temporada, el **Centro de Opinión Pública de la Universidad del Valle de México** realizó una encuesta al respecto.

Objetivo general

Identificar el comportamiento que tiene la población en la temporada decembrina respecto al consumo de alimentos, bebidas y gastos asociados al periodo navideño.

Objetivos específicos

- Indagar los hábitos de consumo de alimentos y bebidas.
- Identificar elementos atribuibles a los excesos de gastos en la temporada navideña.

Metodología

Encuesta vía internet dirigida a cibernautas mexicanos. Se obtuvieron 505 encuestas durante la primera quincena de diciembre de 2018.

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

Excesos Navideños

Se termina el año y en el Centro de Opinión Pública de UVM quisimos saber cómo vivimos las fiestas decembrinas.

63% considera que diciembre es un mes de excesos



¿Qué tanto consideran que se exceden en los siguientes aspectos?



52% gasta mucho en vacaciones



52% da muchos regalos



25% bebe más de lo habitual



67% come más de la cuenta



El 55% considera que vale la pena



CENTRO DE
OPINIÓN PÚBLICA
LAUREATE MÉXICO



LAUREATE
INTERNATIONAL
UNIVERSITIES®