



PERCEPCIONES SOCIALES DEL INEGI 2017

ENCUESTA EN VIVIENDA

ALGUNOS RESULTADOS DE
LA INVESTIGACIÓN

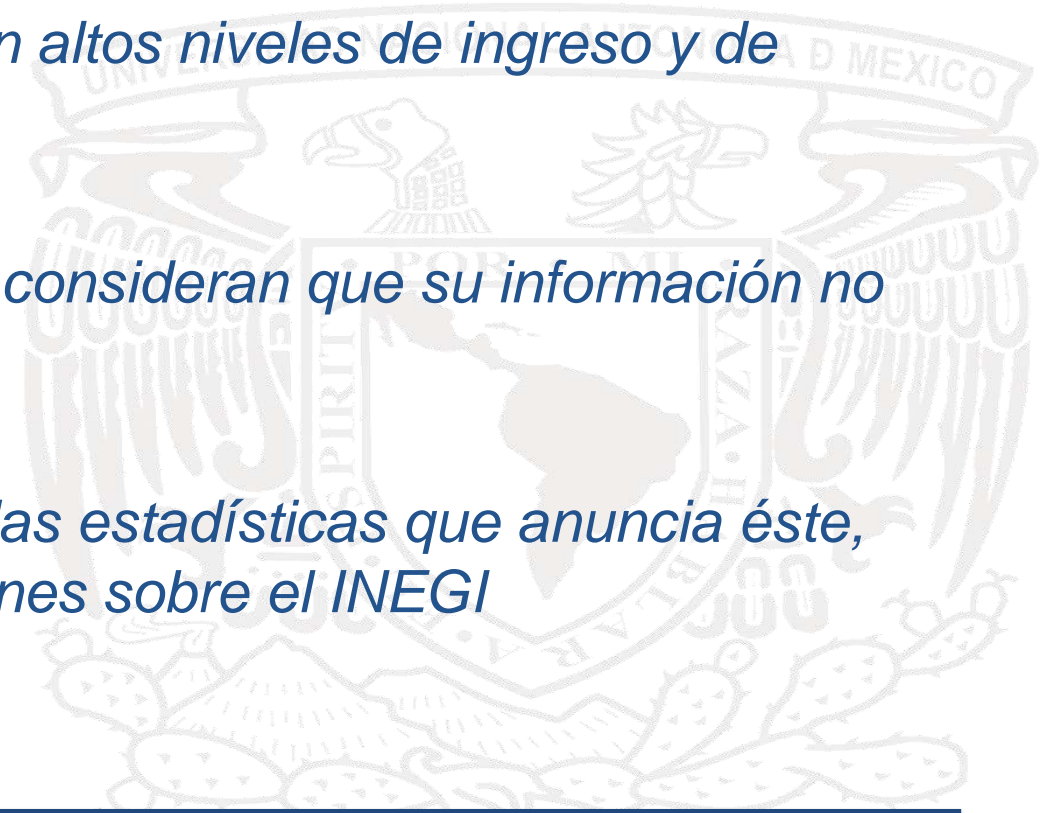
Octubre 2017





DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN SE DESPRENDEN CUATRO CLAVES PARA LA LECTURA DE LOS DATOS:

- *La existencia de una percepción pesimista sobre la situación económica y política del país.*
- *El INEGI es más conocido por las personas con altos niveles de ingreso y de escolaridad -licenciatura o posgrado.*
- *Las personas confían en la institución, aunque consideran que su información no está libre de la influencia del gobierno.*
- *La desconfianza existente en el gobierno y en las estadísticas que anuncia éste, que se manifiesta en las opiniones y percepciones sobre el INEGI*





PERCEPCIONES SOCIALES INEGI 2017 ENCUESTA EN VIVIENDA

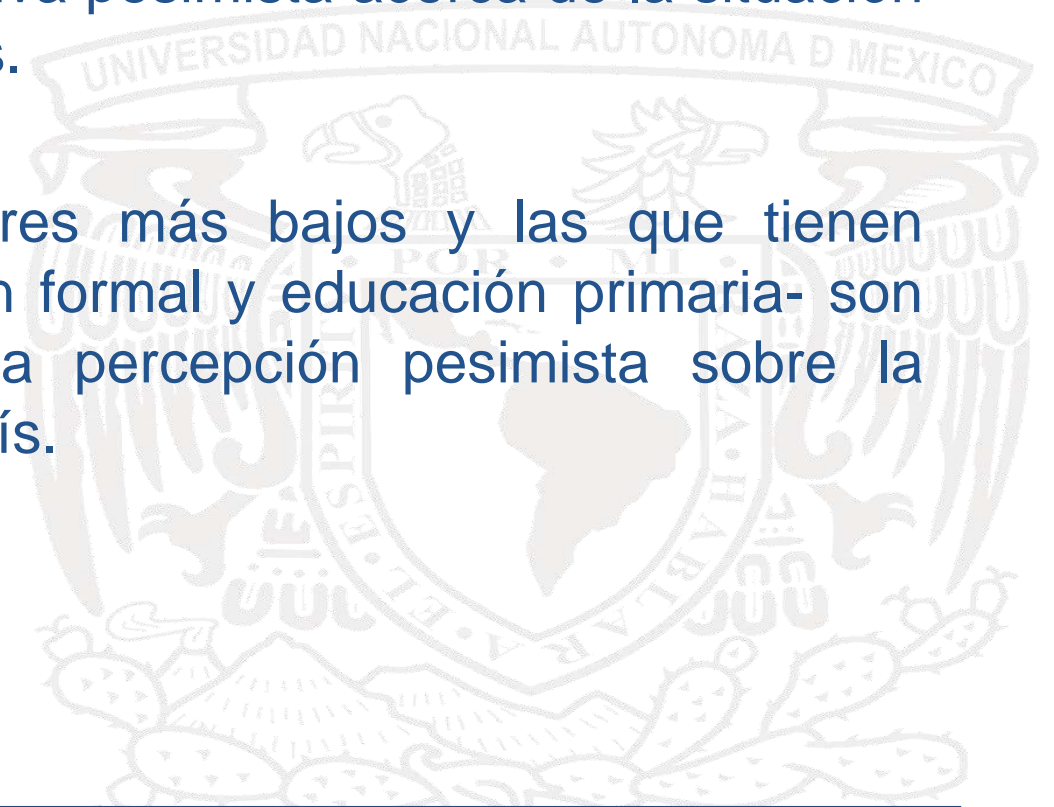
Algunos Hallazgos de la Investigación





Evaluación de la Situación del País

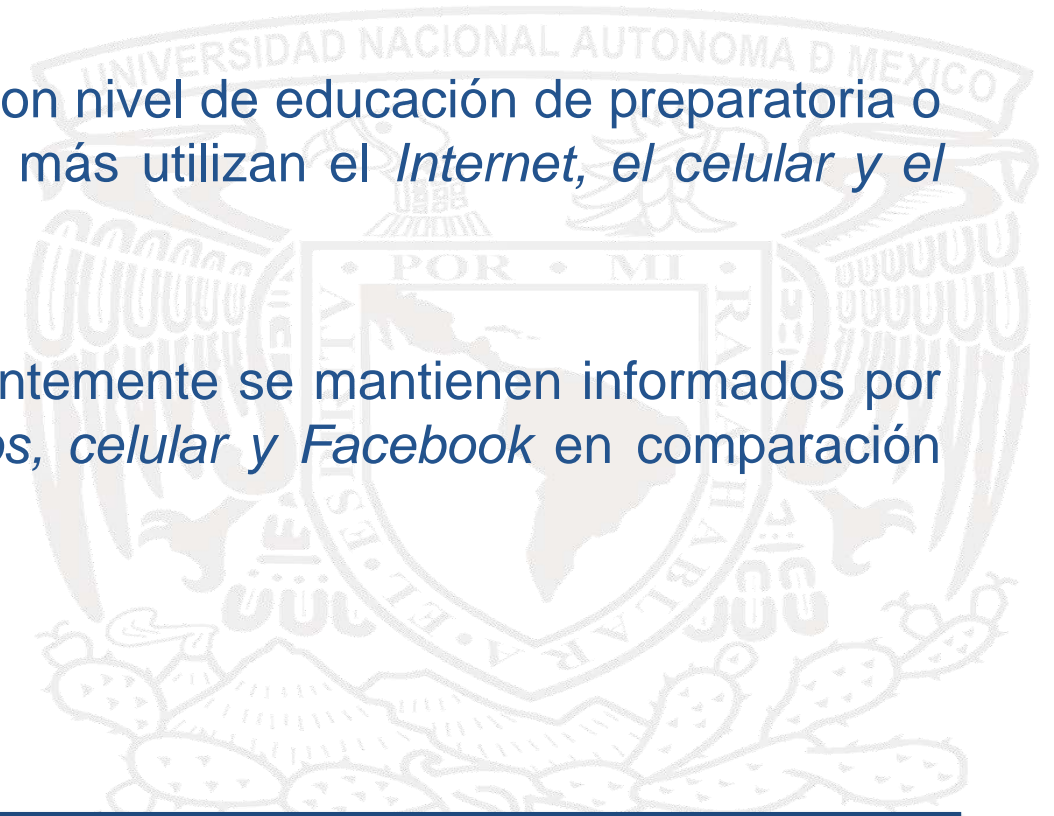
- Entre los encuestados predomina una perspectiva pesimista acerca de la situación económica -presente y futura- y política del país.
- Las personas que perciben ingresos familiares más bajos y las que tienen menores niveles de escolaridad -sin educación formal y educación primaria- son quienes más frecuentemente expresaron una percepción pesimista sobre la economía -presente y futura- y la política del país.





Nivel de Información

- Las personas se informan de lo que sucede en el país a través de *la televisión*, pero también utilizan *la radio y el Internet*.
- Los jóvenes -menores de 30 años- y las personas con nivel de educación de preparatoria o bachillerato y licenciatura o posgrado son quienes más utilizan el *Internet, el celular y el Facebook*.
- Las personas que sí conocen al INEGI más frecuentemente se mantienen informados por medio de *la televisión, la radio, Internet, periódicos, celular y Facebook* en comparación con las personas que no conocen al INEGI.





Usos de la Estadística y la Cartografía

- Las personas que sí conocen al INEGI con mayor frecuencia dijeron que *sí* suelen consultar el pronóstico del clima, calculan los gastos quincenales, calculan el tiempo promedio que tienen que esperar en el transporte público, consultan las estadísticas de su equipo deportivo favorito y utilizan los servicios de navegación de sus celulares para encontrar la mejor ruta, en comparación con quienes no conocen al INEGI.
- Para las personas es *difícil o muy difícil* leer o entender información estadística y mapas.
- En general, las personas utilizan *poco o nada* las estadísticas y cartografía en su vida cotidiana.



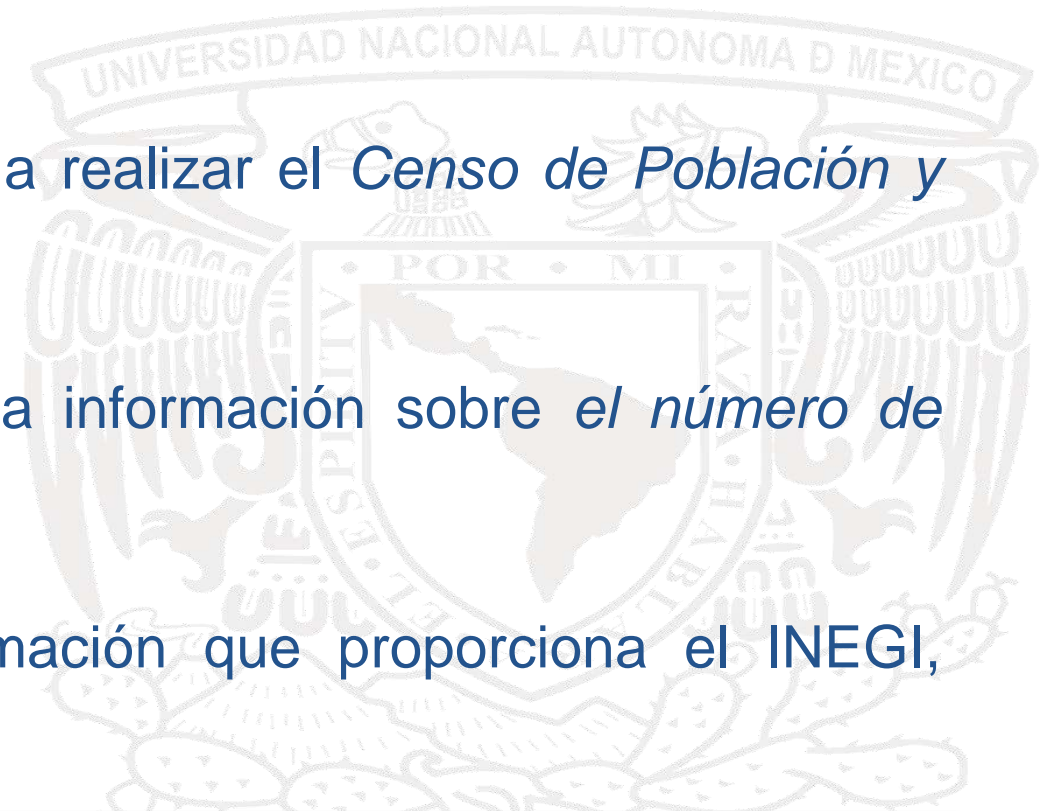
Conocimiento del INEGI

- El INEGI es una de las instituciones más conocidas. Las personas jóvenes del grupo de 25 a 29 años y las que se encuentran en la etapa adulta mediana -30 a 34 años y 35 a 39 años- y las que tienen educación de licenciatura o posgrado y preparatoria o bachillerato con mayor frecuencia mencionaron que *sí* conocen al INEGI.
- La mayoría de las personas conoce al INEGI por la realización de *censos y encuestas*.
- El principal medio por el cual la mayoría de la población entrevistada ha escuchado hablar del INEGI es *la televisión*.



Conocimiento de las funciones del INEGI

- La mayoría de las personas *sí* sabe a qué se dedica el INEGI. Los jóvenes de 20 a 29 años y los adultos de 30 a 49 años, así como las personas con nivel de educación de licenciatura o posgrado y las que perciben ingresos familiares más altos.
- El INEGI es más conocido porque se dedica a realizar el *Censo de Población y Vivienda*.
- La mayoría de las personas ha consultado la información sobre *el número de habitantes*.
- Las personas se han enterado de la información que proporciona el INEGI, principalmente, a través de *la televisión*.





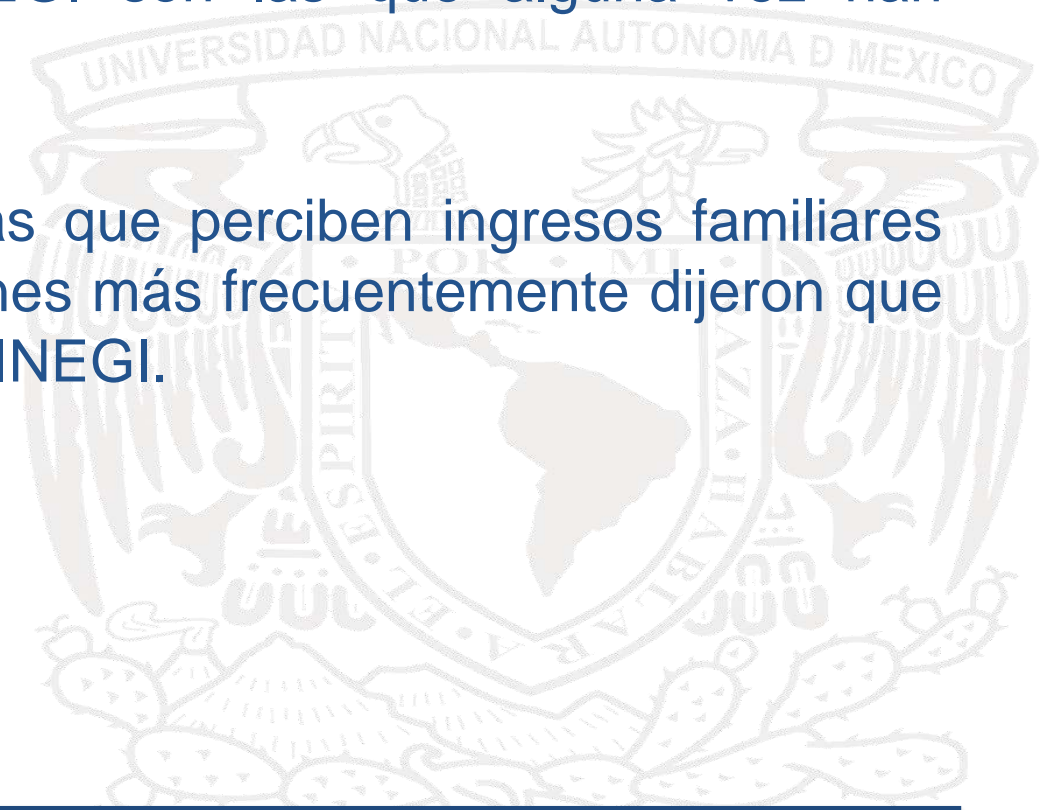
Uso directo e indirecto de la información del INEGI

- Si bien, las personas hacen uso de la información que genera el INEGI, esta proporción es significativamente menor. No obstante, los jóvenes menores de 30 años y las personas con nivel de educación de licenciatura o posgrado más frecuentemente han usado la información que produce la institución.
- La población entrevistada considera que la información que proporciona el INEGI es *útil o muy útil*.
- La información que más se ha utilizado es *el número de habitantes, los embarazos, los nacimientos, el número de hijos, matrimonios y el número de hombres y mujeres*.



Uso directo e indirecto de la información del INEGI

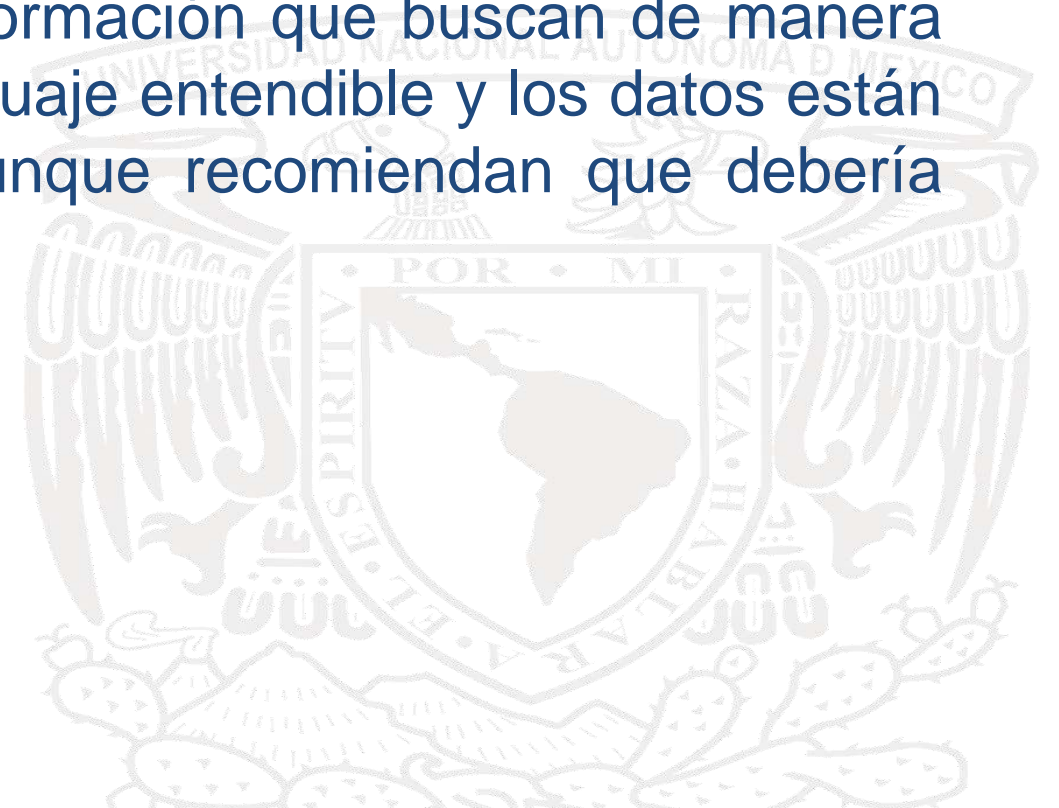
- Las personas que con mayor frecuencia mencionaron que *sí* hacen uso indirecto de la información proporcionada por el INEGI son las que alguna vez han escuchado hablar de esta institución.
- Las personas con licenciatura o posgrado, las que perciben ingresos familiares más altos y los hombres en general, son quienes más frecuentemente dijeron que *sí* usan de manera indirecta la información del INEGI.





Características de consulta de la información

- La mayoría de las personas que consultan la página del INEGI la encuentran más amigable, llegan a la información que buscan de manera fácil y rápido; consideran que usa un lenguaje entendible y los datos están presentados de una forma adecuada aunque recomiendan que debería existir un tutorial.





Confianza

- La institución en la que más confían las personas es la familia; sin embargo, el INEGI ocupa una posición importante -el cuarto lugar-, únicamente por debajo de la confianza que tiene la gente en los maestros y en las universidades públicas.





Valoraciones de la información en general

- Las personas consideran que es *muy importante o algo importante* contar con información estadística y geográfica de calidad, pero son los jóvenes -de 20 a 24 años y los de 25 a 29 años-, así como las personas con educación de licenciatura o posgrado quienes con mayor frecuencia dijeron que es *muy importante o algo importante* contar con información de calidad.
- Los jóvenes de 20 a 24 años y los de 25 a 29 años, las personas con nivel de educación de licenciatura o posgrado y las que sí conocen al INEGI más frecuentemente mencionaron que están *mucho o algo* interesadas en las estadísticas sobre nuestro país.
- Las opiniones sobre las estadísticas que anuncian las dependencias del gobierno se encuentran divididas; sin embargo, casi la mitad de los entrevistados señaló que confía *poco o nada* en ellas.



Valoraciones de la información en general

- Las personas adultas mayores -de 60 a 64 años- y las personas con bajos niveles de educación -sin educación formal y con nivel de primaria- y las que perciben bajos ingresos familiares confían *poco o nada* en las estadísticas que anuncian las dependencias del gobierno.
- La mayoría de las personas confía *mucho o algo* en la información del INEGI. Los jóvenes de 20 a 24 años y las personas con licenciatura o posgrado, las que perciben ingresos familiares altos y las que sí conocen al INEGI confían *mucho o algo* en la información del INEGI.
- Se considera que la información que proporciona el INEGI es *mucho o algo* útil para el diseño de políticas del gobierno. Los jóvenes en el grupo de edad de 20 a 24 años y de 25 a 29 años, las personas con nivel de educación de licenciatura o posgrado, las que perciben ingresos más altos y las que sí conocen al INEGI con más frecuencia mencionaron que la información es *mucho o algo* útil.



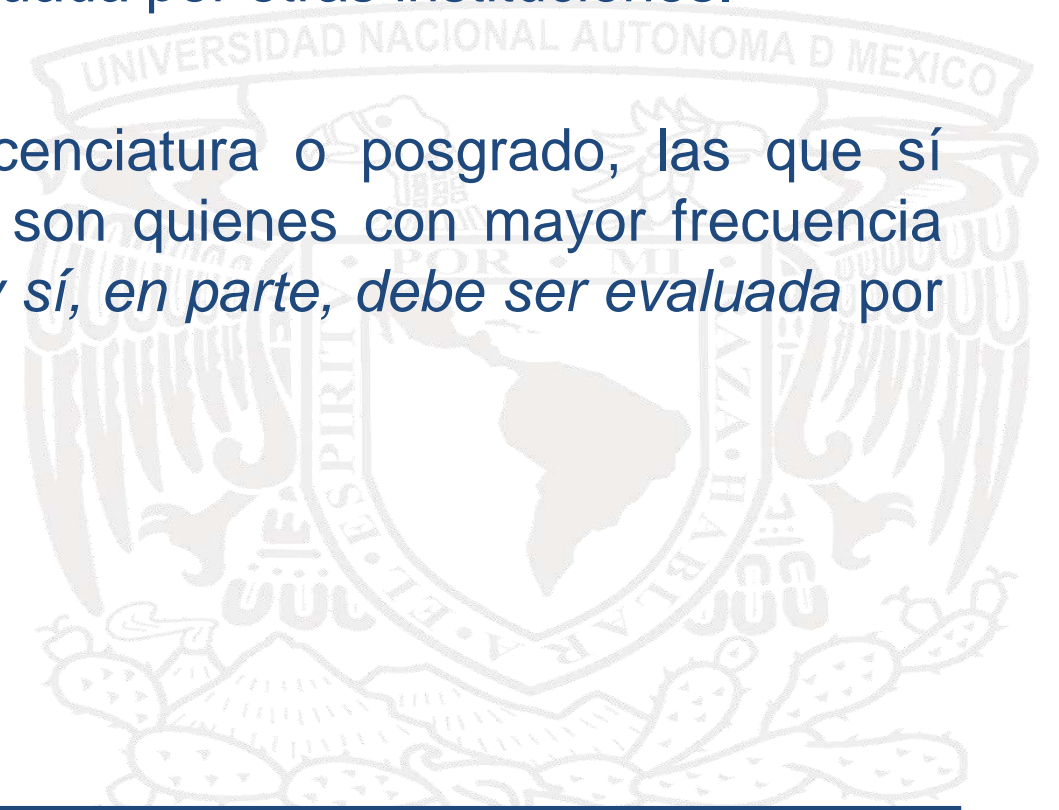
Valoraciones de la información en general

- La población considera que el INEGI es imparcial, ya que dijo que la institución *anuncia y anuncia, en parte, las cifras buenas y las malas*. Esta opinión es compartida por las personas de 30 a 34 años, por las que tienen licenciatura o posgrado, por las que perciben ingresos familiares más altos y por las que sí conocen al INEGI.
- Sin embargo, una mayor proporción de personas considera que la información que proporciona el INEGI *no está libre de la influencia del gobierno*. Esta opinión es compartida por las personas del grupo de edad de 40 a 44 años, por las que tienen educación primaria, secundaria y preparatoria o bachillerato y por las que perciben menores ingresos familiares.
- En mayor medida las personas consideraron que el INEGI es *mucho o algo independiente*. En este sentido, son los jóvenes de 20 a 24 años, las personas con nivel de licenciatura o posgrado, las que perciben ingresos familiares más altos y las que sí conocen al INEGI quienes mencionaron más frecuentemente que la institución es *mucho o algo independiente*.



Transparencia

- La mayoría de las personas estuvieron de acuerdo en que la información que genera el INEGI *sí y sí, en parte, debe ser evaluada* por otras instituciones.
- Las personas con nivel de educación de licenciatura o posgrado, las que sí conocen al INEGI y los hombres en general, son quienes con mayor frecuencia mencionaron que la información del INEGI *sí y sí, en parte, debe ser evaluada* por otras instituciones.





PERCEPCIONES SOCIALES INEGI 2017 ENCUESTA EN VIVIENDA

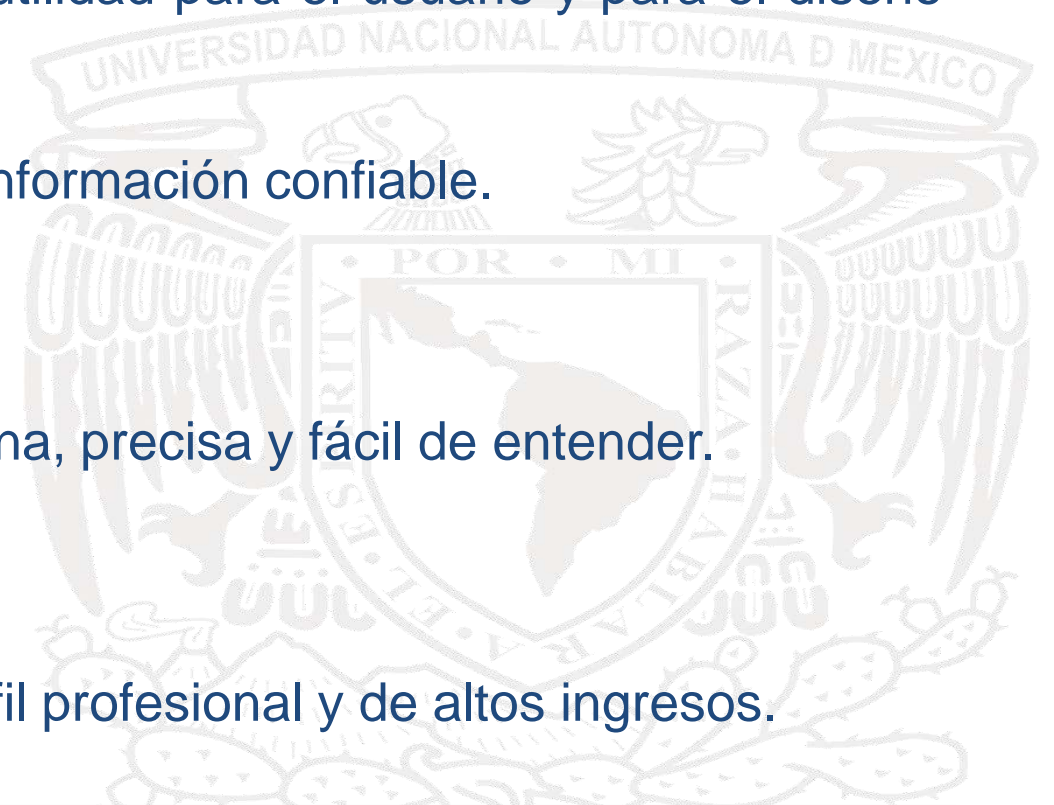
Análisis FODA





Fortalezas

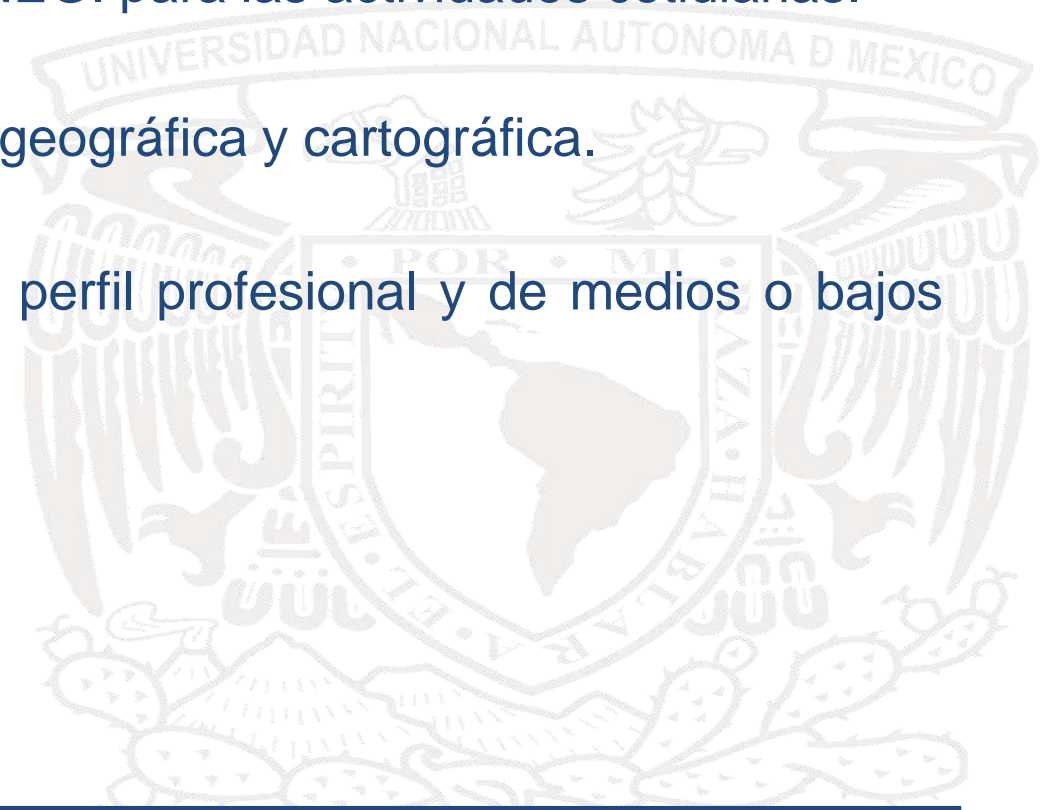
- El INEGI es una institución conocida por la población.
- El INEGI es una institución que tiene la confianza de la población.
- Se reconoce como proveedora de información de utilidad para el usuario y para el diseño de las políticas públicas del país.
- La labor del INEGI se asocia con la producción de información confiable.
- Se valora positivamente al INEGI.
- Se percibe como generadora de información oportuna, precisa y fácil de entender.
- Se percibe como una institución independiente.
- El INEGI es más conocido por personas con un perfil profesional y de altos ingresos.





Debilidades

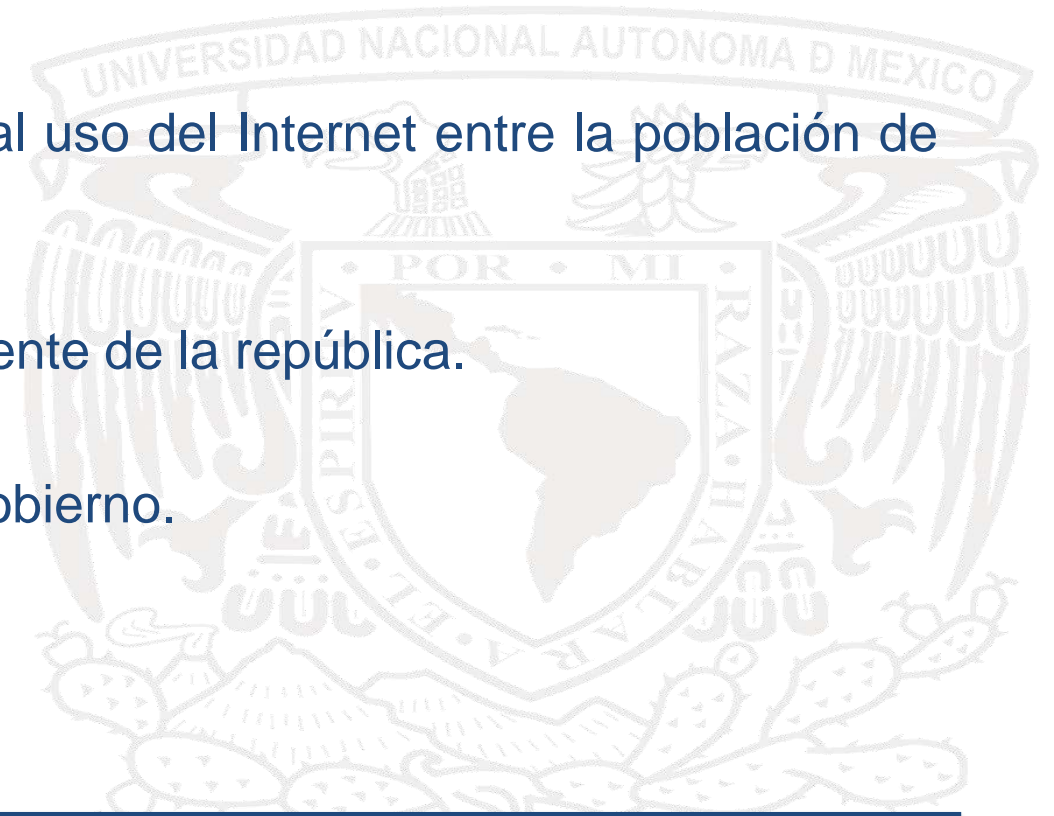
- Se percibe la influencia del gobierno en la información que proporciona el INEGI.
- Uso limitado de la información que proporciona el INEGI para las actividades cotidianas.
- Falta de identificación del INEGI con la información geográfica y cartográfica.
- El INEGI es menos conocido por personas sin un perfil profesional y de medios o bajos ingresos.





Amenazas

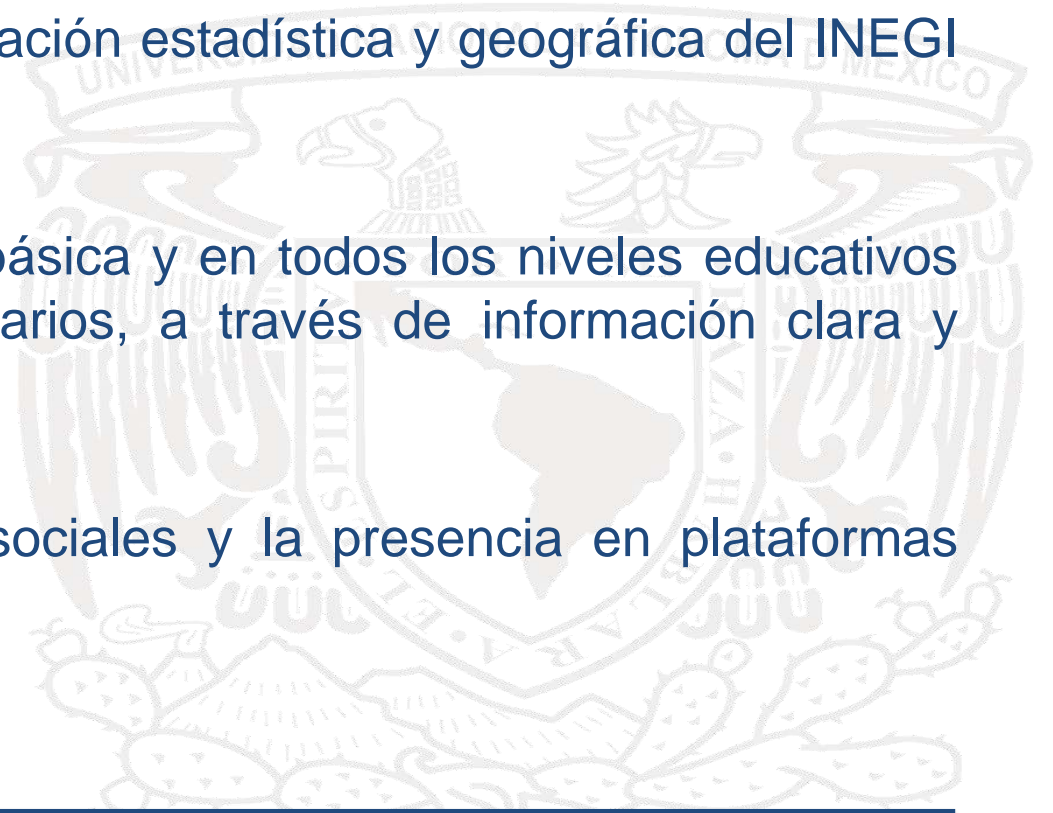
- Pesimismo sobre la situación económica y política del país.
- Poco uso de la información generada por el INEGI.
- Acceso limitado a las TIC, a las redes sociales y al uso del Internet entre la población de distintas edades.
- Desconfianza en el gobierno federal y en el presidente de la república.
- Desconfianza en las estadísticas que anuncia el gobierno.





Oportunidades

- Campaña para posicionar la autonomía e independencia del INEGI.
- Impulsar el uso de recursos estadísticos y geográficos entre la población.
- Campaña para difundir el uso y acceso a la información estadística y geográfica del INEGI en la vida cotidiana.
- Acercamiento a la población desde la educación básica y en todos los niveles educativos posteriores, así como en los diversos grupos etarios, a través de información clara y sencilla.
- Fortalecer las estrategias de difusión en redes sociales y la presencia en plataformas digitales.





UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

RECTOR

Enrique Luis Graue Wiechers

ABOGADA GENERAL

Mónica González Contró

SECRETARIO GENERAL

Leonardo Lomelí Vanegas

SECRETARIO ADMINISTRATIVO

Leopoldo Silva Gutiérrez

SECRETARIO DE DESARROLLO INSTITUCIONAL

Alberto Ken Oyama Nakagawa

SECRETARIO DE SERVICIOS A LA COMUNIDAD

Javier de la Fuente Hernández

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES JURÍDICAS

DIRECTOR

Pedro Salazar Ugarte

DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN APLICADA Y OPINIÓN

Julia Isabel Flores Dávila

INVESTIGADORES DEL DEPARTAMENTO

Azucena Rojas Parra * Agustín Morales Mena
Liliana Huerta Rodríguez * Ulises Flores Llanos

ESTADÍSTICA E INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA

Diana Jocelyn Domínguez Sánchez * Oscar Arturo Bringas López
Andrés Garduño Gómez * Julio Cesar Hernández León

INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

Eduardo Daniel Hernández Gaona * Miguel Tonatiuh Santiago
Yesenia A. García Cruz * Patricia Itzel Díaz Soto
Sandra Hernández Cortés * Carlos Zúñiga Trejo
Carlos Patiño Gutiérrez * Luis Ángel Ubaldo Fuentes

INFORMÁTICA DEL DEPARTAMENTO

Daniel Patlán Hernández

APOYO LOGÍSTICO DEL DEPARTAMENTO

Navorina Díaz Pineda * Angélica González Castañón