Instituto Belisario Domínguez

Dirección General: Análisis Legislativo

Visor Ciudadano

Opiniones y percepciones en México y el mundo

Núm. 15

abril 2014

- Expectativas de la Ley General en Materia de Trata de Personas
- Opinión de jóvenes universitarios acerca del sistema político
- Percepción sobre publicidad
- Reporte de la felicidad mundial

Instituto
Belisario Domínguez
Senado de la República

Senado de la República
Estados Unidos Mexicanos
LXII Legislatura

Visor Ciudadano

Núm 15

Visor Ciudadano tiene como objetivo brindar una visión panorámica sobre los diversos levantamientos de opinión pública y encuestas relacionadas con los temas de interés para la agenda legislativa y pública. Cabe destacar que ninguna de las encuestas reportadas en esta serie, a menos que se especifique lo contrario, fue realizada por la Dirección General de Análisis Legislativo, ni refleja la opinión del Senado, los Senadores, el Instituto Belisario Domínguez o de sus investigadores. **Visor Ciudadano** es una síntesis ordenada de los trabajos de opinión pública más reconocidos en México y otros países, mismos que reportan con rigor los resultados de estudios, así como su metodología.

Síntesis Ejecutiva

Expectativas de la Ley General en Materia de Trata de Personas

- Según una encuesta realizada por *Parametria* ocho de cada diez ciudadanos (79%) conocen qué es la trata de personas.

- Los casos más conocidos de trata entre los encuestados son: turismo sexual (18%), explotación sexual (17%), trabajos o servicios forzados (9%) y reclutamiento forzado en algún grupo armado (6%), entre otros.

- Siete de cada diez consultados (70%) estarían dispuestos a denunciar un caso de trata si lo conociera. En contraste, 14% no lo haría.

- 39% de los entrevistados opina que la trata de personas seguirá igual pese a que el Senado de la República aprobó una ley para prevenir, sancionar y erradicar este delito. Incluso, una de cada diez (9%) percibe que aumentará.

- Más de la mitad de los encuestados (55%) afirmó que el gobierno no le ha dado la importancia necesaria al tema de trata. Sólo 23% cree que sí ha tomado las medidas necesarias para combatir este ilícito.

Opinión de jóvenes universitarios acerca del sistema político

- Un sondeo realizado por el periódico *Reforma* reveló que a 28% de los estudiantes universitarios entrevistados en el Distrito Federal le interesa mucho la política. 46% opinó que le atrae algo, a 20% le interesa poco y a 6% nada.

- La mitad de los jóvenes (50%) opinó que hoy en día México es poco democrático, 25% expresó que nada y 23% que algo.

- Cuatro de cada diez jóvenes (42%) contestaron que las elecciones son poco confiables en México. 37% mencionó que nada y 18% que algo.

- 51% de los encuestados no se siente identificado con ningún partido político.

Percepción sobre publicidad

• Una encuesta publicada por Gabinete de Comunicación Estratégica (GCE) informó que 24.7% de las personas entrevistadas le pone atención al mensaje cuando ve, escucha o lee algún anuncio publicitario. Otros elementos con importantes menciones son: la imagen (16.9%), el producto o marca (16.9%) o los colores (7.5%), entre otros.

• Los elementos que menos atención reciben por parte de destinatario son: las letras pequeñas de los anuncios (13.6%), el producto o marca (9.8%), el mensaje (8.9%), la imagen (8.6%) y la música (6.4%), entre otros.

• Los consultados refieren que los productos que más se publicitan en México son: comidas (24.6%), refrescos (19.6%), artículos de belleza (9.2%), de electrónica (7.4%) o productos para el hogar (5.8%), principalmente.

• Los encuestados recibieron mayor porcentaje de publicidad por medio de la televisión (64.6%), internet (12.1%), radio (8.1%), periódicos o revistas (5.3%) y redes sociales (3.1%).

• Un tercio de los entrevistados (34.1%) prefiere que sean actores conocidos quienes participen en los anuncios. Un porcentaje similar (33.4%) sugiere que sean desconocidos.

• La mitad del público (50.6%) consideró que la publicidad en nuestro país está dirigida a los jóvenes. En tanto, una cuarta parte (24.4%) respondió que a los adolescentes; y 15.8% que a los adultos maduros.

Reporte de la felicidad mundial

• Un estudio realizado por *John Helliwell, Richard Layard and Jeffrey Sachs* mediante una encuesta mundial de *Gallup* señaló que México ocupó el lugar 16 a escala internacional en la lista de los países más felices en 2012, con 7 mil 088 puntos. Los tres primeros lugares fueron Dinamarca (7,693); Noruega (7,655) y Suiza (7,650).

Síntesis Ejecutiva

- A escala continental México obtuvo el cuarto lugar, por debajo de Canadá (7,477), Costa Rica (7,257) y Panamá (7,143); y con un puntaje mayor que Estados Unidos (7,082) o Venezuela (7,039).

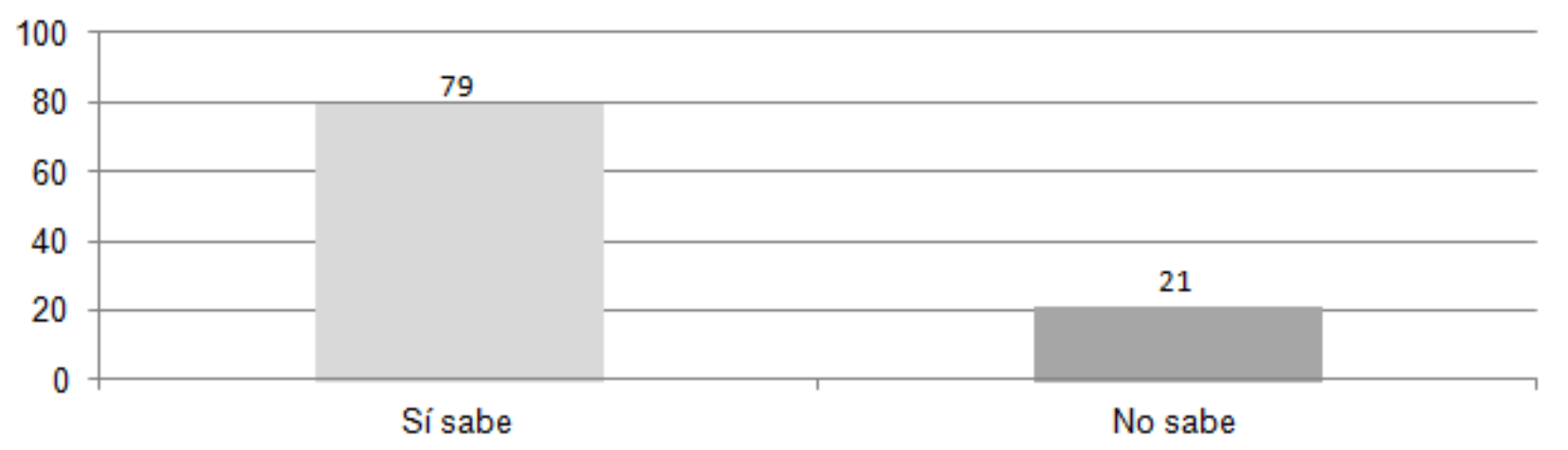
- La población mexicana se dice más feliz que las personas que opinan lo mismo en Gran Bretaña (6,883); Brasil (6,849); Francia (6,784); Alemania (6,672); Chile (6,587) o Argentina (6,562).

- En la lista de 156 naciones analizadas, los países menos felices son: Ruanda (3,715); Burundi (3,706); República Centroafricana (3,623); Benín (3,528); y Togo (2,936).

Expectativas de la Ley General en Materia de Trata de Personas

De acuerdo con una encuesta realizada por *Parametria* cuatro de cada cinco personas consultadas (79%) saben qué es la trata de personas (Gráfico 1).

Gráfico 1. Conocimiento del tema de trata.

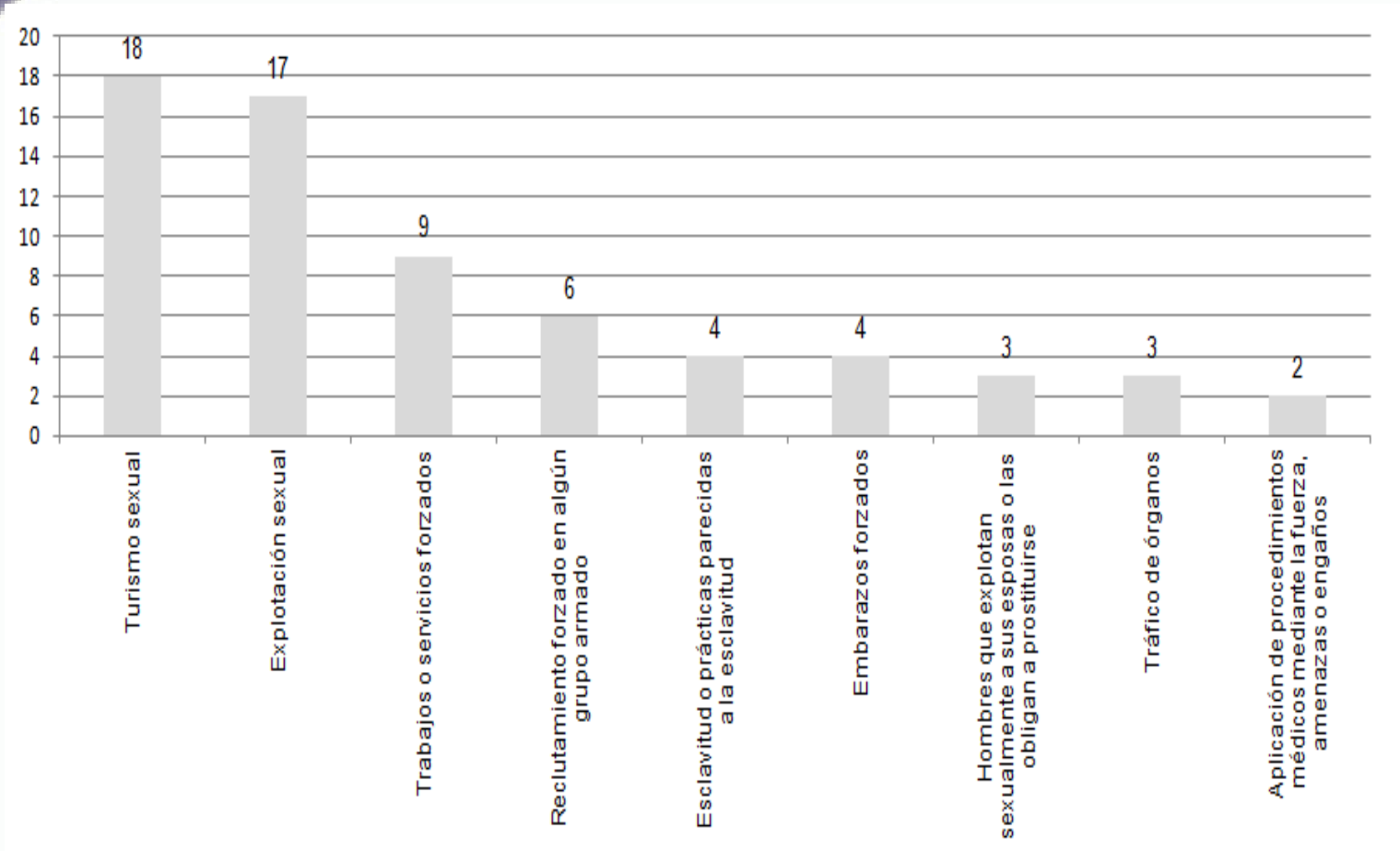


*Pocas expectativas de la Ley General en Materia de Trata de Personas.*Sondeo realizado por *Parametría* del 22 al 27 de febrero de 2014. Encuesta nacional en vivienda. Muestra de 800 casos.

Son diferentes las categorías por las cuales una persona puede ser víctima de trata. De acuerdo con esta encuesta, los casos más conocidos entre los encuestados son: turismo sexual (18%), explotación sexual (17%), trabajos o servicios forzados (9%) y reclutamiento forzado en algún grupo armado (6%), entre otros (Gráfico 2).

Expectativas de la Ley General en Materia de Trata de Personas

Gráfico 2. Conocimiento de casos de trata en su comunidad.

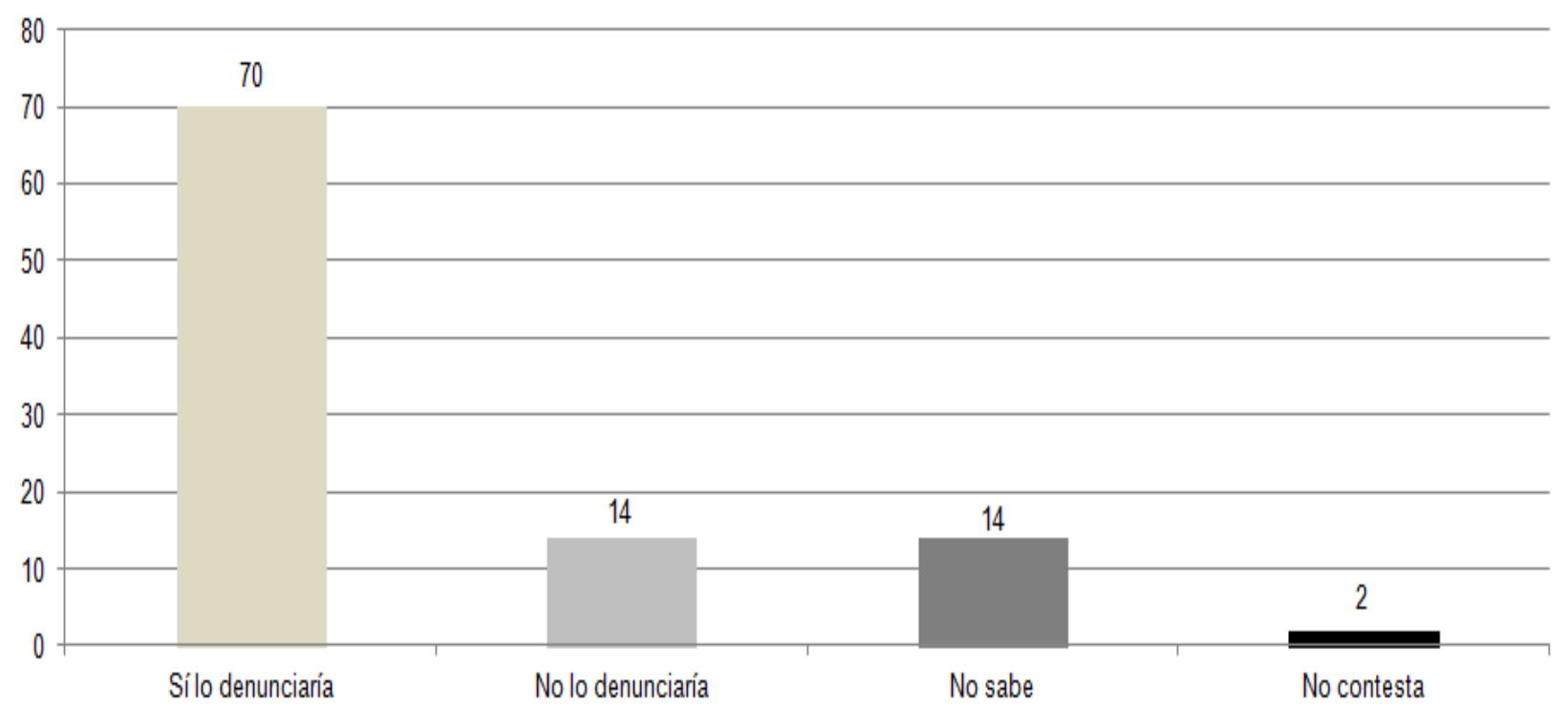


*Pocas expectativas de la Ley General en Materia de Trata de Personas.*Sondeo realizado por *Parametría* del 22 al 27 de febrero de 2014. Encuesta nacional en vivienda. Muestra de 800 casos.

Expectativas de la Ley General en Materia de Trata de Personas

Una amplia mayoría de consultados (70%) estarían dispuestos a denunciar un caso de trata si lo conociera. En contraste, 14% no lo haría (Gráfico 3).

Gráfico 3. Disposición de denunciar si conociera un caso de trata su comunidad.

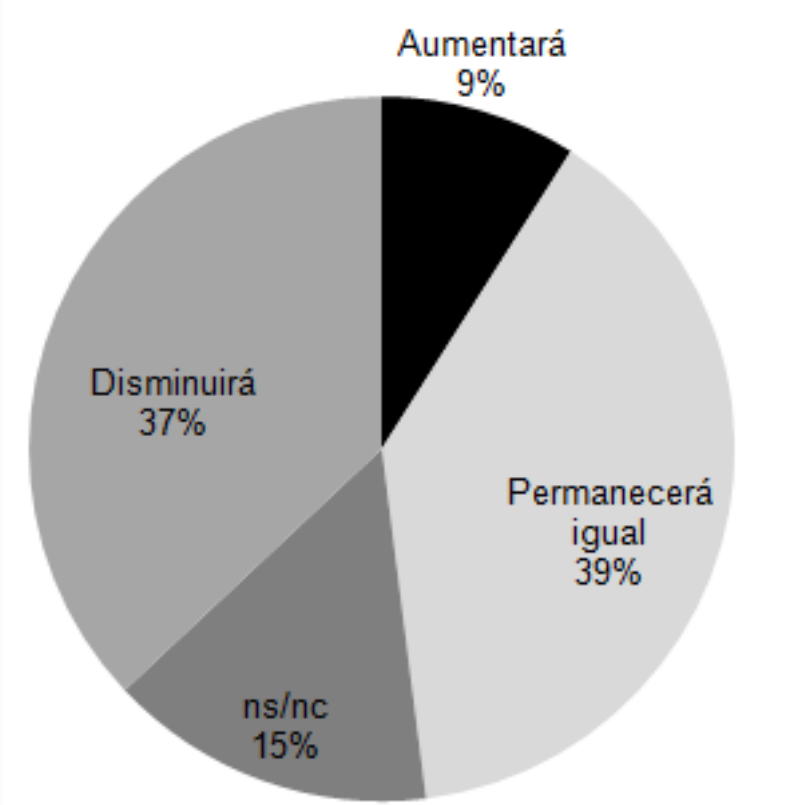


*Pocas expectativas de la Ley General en Materia de Trata de Personas.*Sondeo realizado por *Parametría* del 22 al 27 de febrero de 2014. Encuesta nacional en vivienda. Muestra de 800 casos.

Cuatro de cada diez entrevistados (39%) opinó en este estudio que la trata de personas seguirá igual pese a que el Senado de la República aprobó una ley para prevenir, sancionar y erradicar este delito. 37% percibió que disminuirá, y 9% señaló que aumentará (Gráfico 4).

Expectativas de la Ley General en Materia de Trata de Personas

Gráfico 4. Percepción de la variación del delito de trata ante las nuevas penas aprobadas por el Senado de la República.

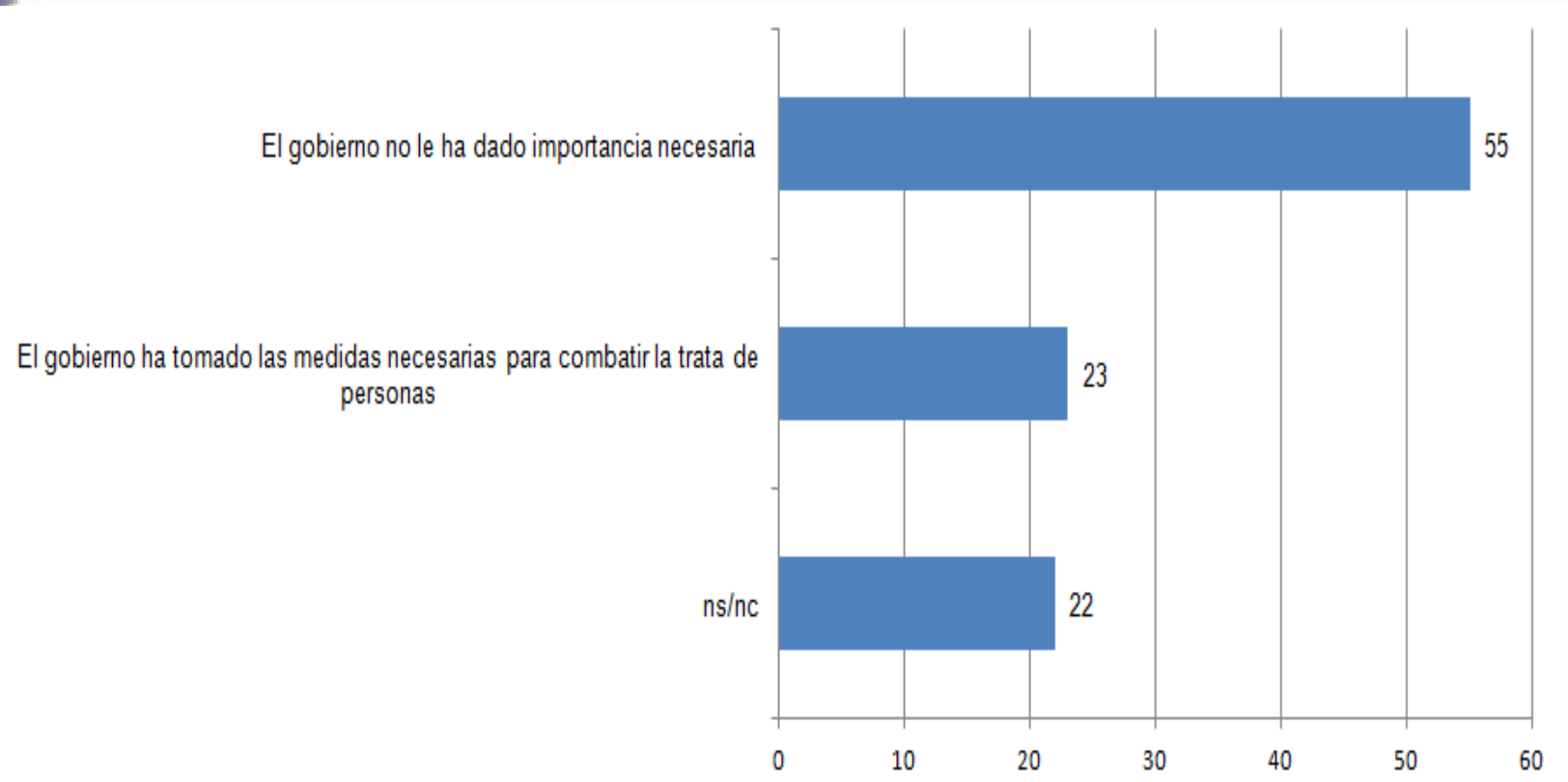


Pocas expectativas de la Ley General en Materia de Trata de Personas.Sondeo realizado por Parametría del 22 al 27 de febrero de 2014. Encuesta nacional en vivienda. Muestra de 800 casos.

La impartición de justicia en el tema de trata es un reclamo de la mayoría de los encuestados, ya que 55% contestó que el gobierno no le ha dado la importancia necesaria a este problema. En contraparte, 3% cree que sí ha tomado las medidas necesarias para combatir este ilícito (Gráfico 5).

Expectativas de la Ley General en Materia de Trata de Personas

Gráfico 5. ¿El gobierno ha tomado las medidas necesarias para combatir la trata de personas?

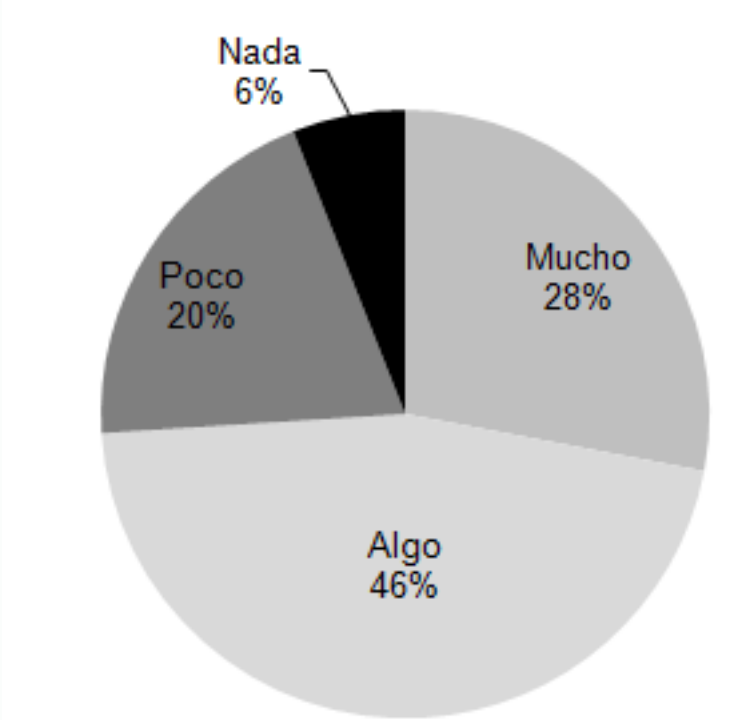


*Pocas expectativas de la Ley General en Materia de Trata de Personas.*Sondeo realizado por *Parametría* del 22 al 27 de febrero de 2014.

Opinión de jóvenes universitarios acerca del sistema político

Un sondeo realizado por el periódico *Reforma* reveló que a 28% de los estudiantes universitarios entrevistados en el Distrito Federal le interesa mucho la política. 46% opinó que le atrae algo, a 20% poco y a 6% nada (Gráfico 6).

Gráfico 6. Interés en la política por parte de los jóvenes universitarios.

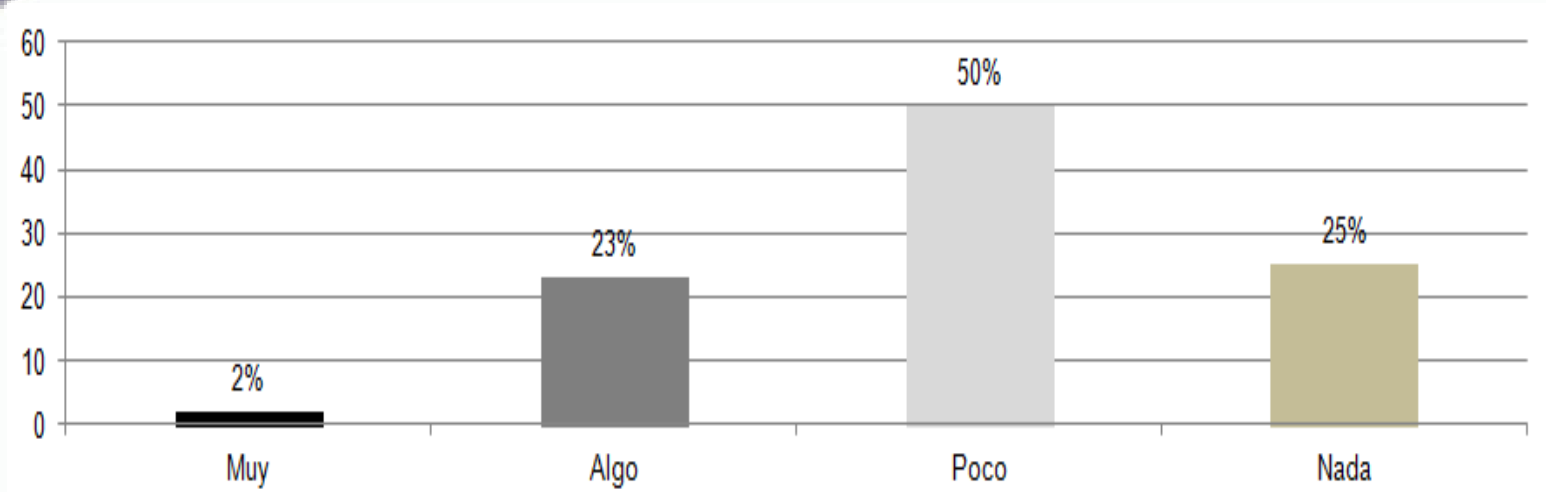


Desconfían jóvenes universitarios del sistema político. Sondeo realizado por *Reforma* del 1 de octubre al 27 de noviembre de 2013. Encuesta directa a estudiantes de educación superior. Muestra de 2,766 casos.

La mayoría de los jóvenes (50%) opinó que hoy en día México es poco democrático, 25% expresó que nada, 23% que algo y 2% mucho (Gráfico 7).

Opinión de jóvenes universitarios acerca del sistema político

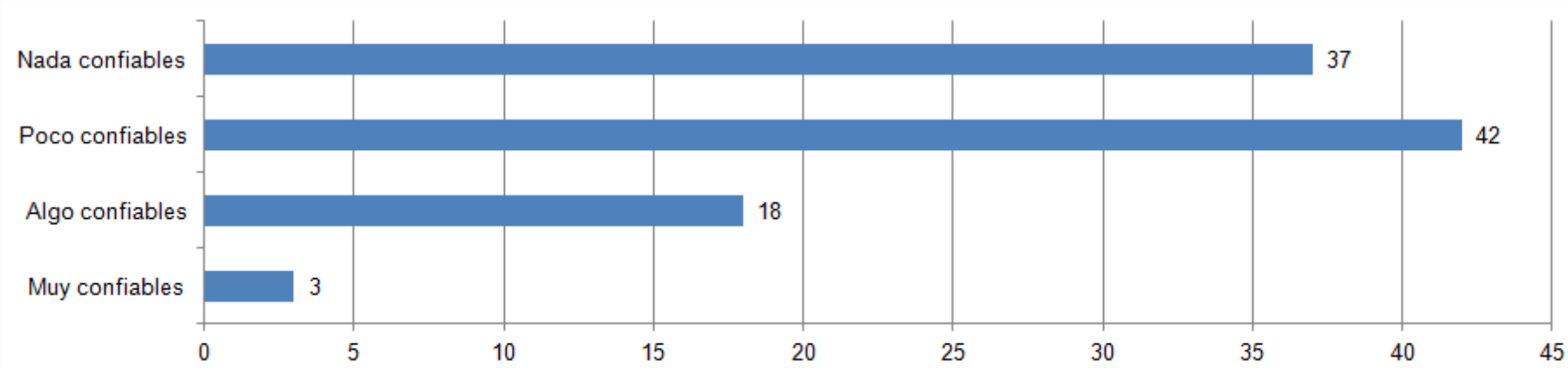
Gráfico 7. ¿Qué tan democrático consideras que es México hoy en día?



Desconfían jóvenes universitarios del sistema político. Sondeo realizado por *Reforma* del 1 de octubre al 27 de noviembre de 2013. Encuesta directa a estudiantes de educación superior. Muestra de 2,766 casos.

En cuanto a la confianza en las elecciones en México, 42% de los estudiantes afirmaron que son poco confiables en México. 37% mencionó que nada y 18% que algo (Gráfico 8).

Gráfico 8. ¿Qué tan confiables son las elecciones en México hoy en día?

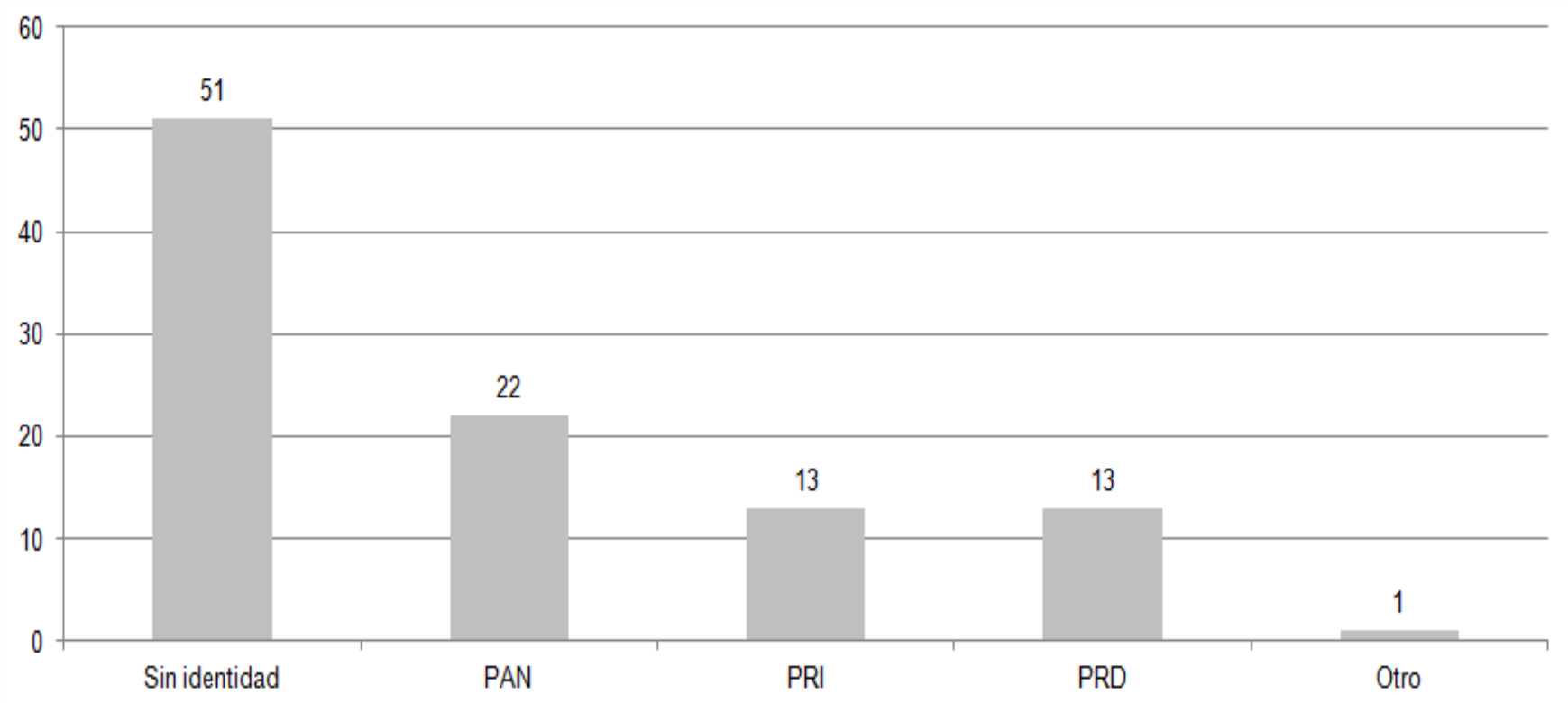


Desconfían jóvenes universitarios del sistema político. Sondeo realizado por *Reforma* del 1 de octubre al 27 de noviembre de 2013. Encuesta directa a estudiantes de educación superior. Muestra de 2,766 casos.

Opinión de jóvenes universitarios acerca del sistema político

De acuerdo con la encuesta de *Reforma*, 51% de los encuestados no se sienten identificado con ningún partido político. 22% respondió por el Partido Acción Nacional (PAN); 13% por el Partido Revolucionario Institucional (PRI); 13% por el Partido de la Revolución Democrática (PRD); y 1% por otro (Gráfico 9).

Gráfico 9. Identidad partidista.

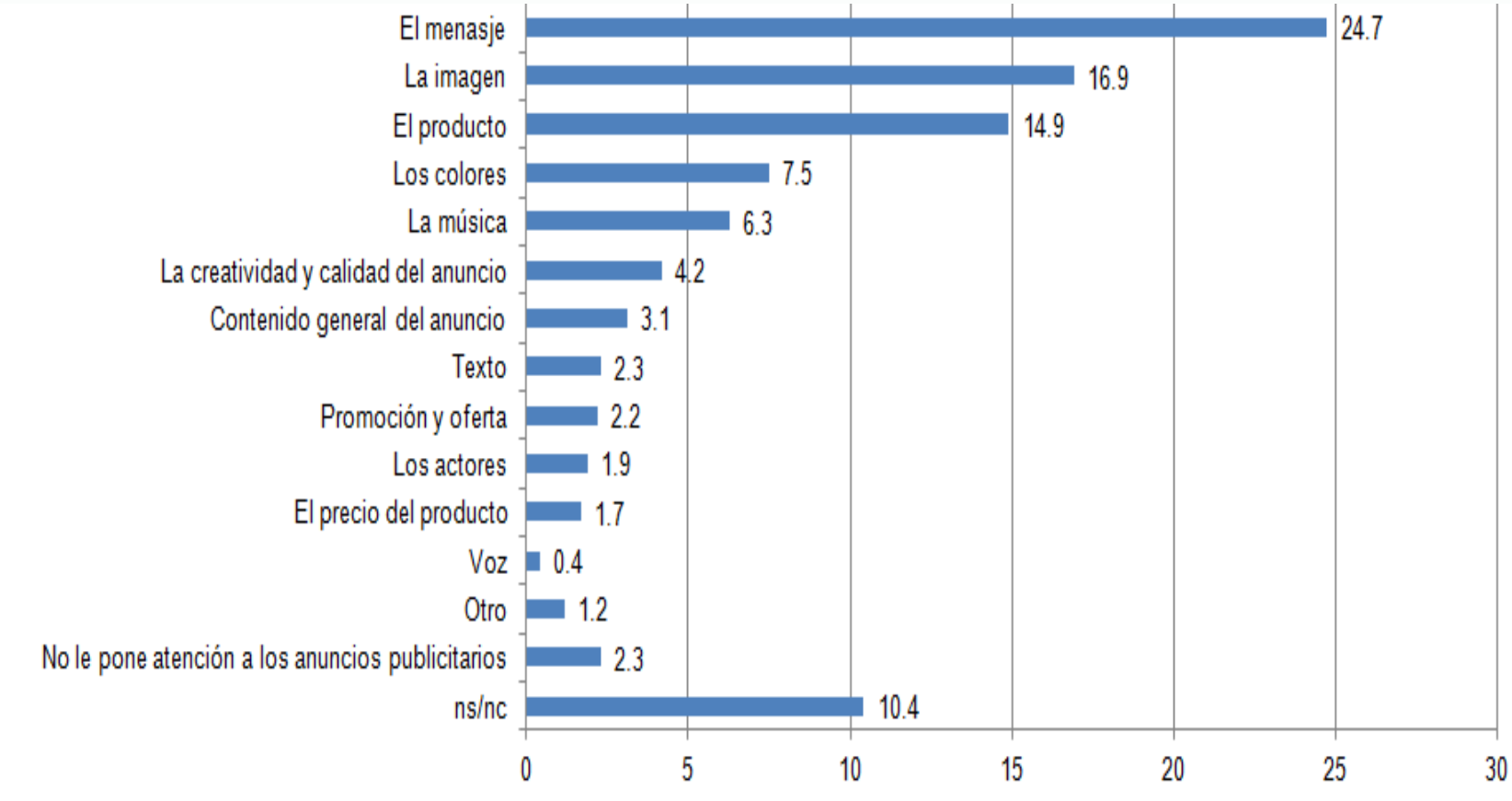


Desconfían jóvenes universitarios del sistema político. Sondeo realizado por *Reforma* del 1 de octubre al 27 de noviembre de 2013. Encuesta directa a estudiantes de educación superior. Muestra de 2,766 casos.

Percepción sobre publicidad

Una encuesta publicada por Gabinete de Comunicación Estratégica informó que 24.7% de las personas entrevistadas le pone atención al mensaje cuando ve, escucha o lee algún anuncio publicitario. Otros elementos con importantes menciones son: la imagen (16.9%), el producto o marca (16.9%) o los colores (7.5%), entre otros (Gráfico 10).

Gráfico 10. Elemento que le llama la atención de un anuncio publicitario.

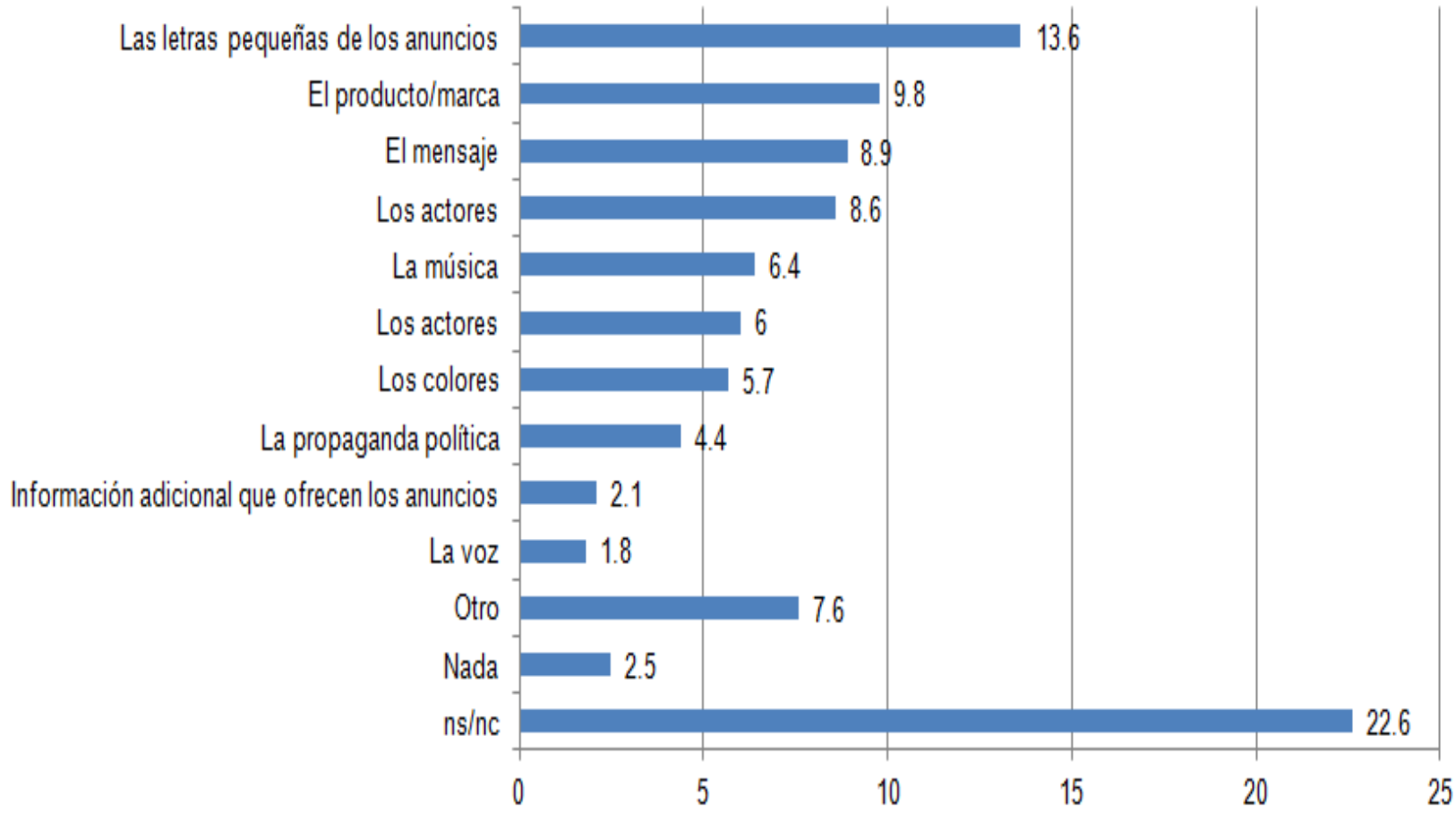


Publicidad. Sondeo realizado por Gabinete de Comunicación Estratégica (GCE) el 24 de febrero de 2014. Encuesta telefónica nacional. Muestra de 800 casos.

Percepción sobre publicidad

En contraste, los elementos que menos atención reciben por parte de destinatario son: las letras pequeñas de los anuncios (13.6%), el producto o marca (9.8%), el mensaje (8.9%), la imagen (8.6%) y la música (6.4%), entre otros (Gráfico 11).

Gráfico 11. Elemento que menos le llama la atención de un anuncio publicitario.

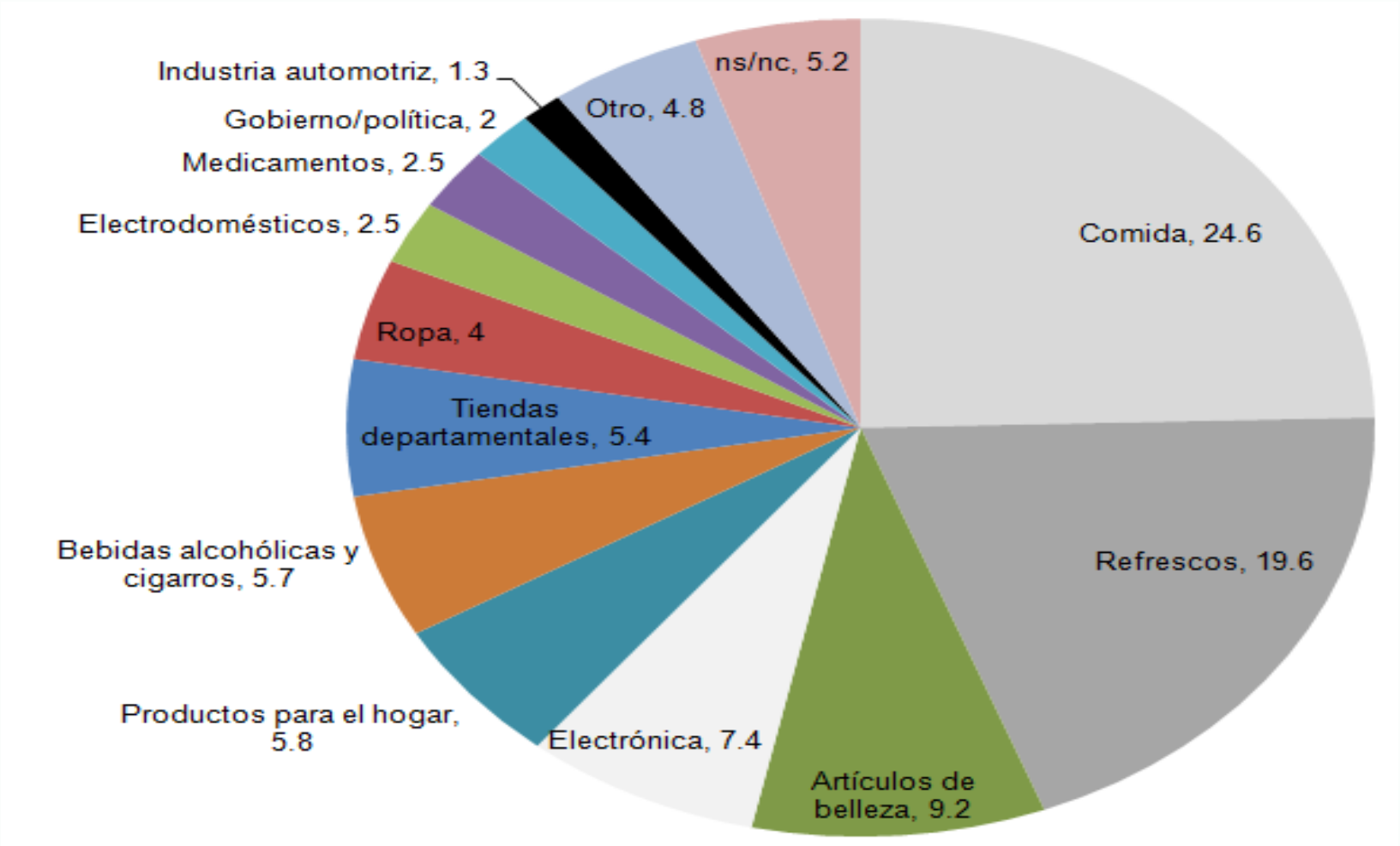


Publicidad. Sondeo realizado por Gabinete de Comunicación Estratégica (GCE) el 24 de febrero de 2014.
Encuesta telefónica nacional. Muestra de 800 casos.

Percepción sobre publicidad

De acuerdo con las respuestas de los consultados, los productos que más se publicitan en México son: comidas (24.6%), refrescos (19.6%), artículos de belleza (9.2%), de electrónica (7.4%) o productos para el hogar (5.8%), entre otros (Gráfico 12).

Gráfico 12. Productos más publicitados en México.

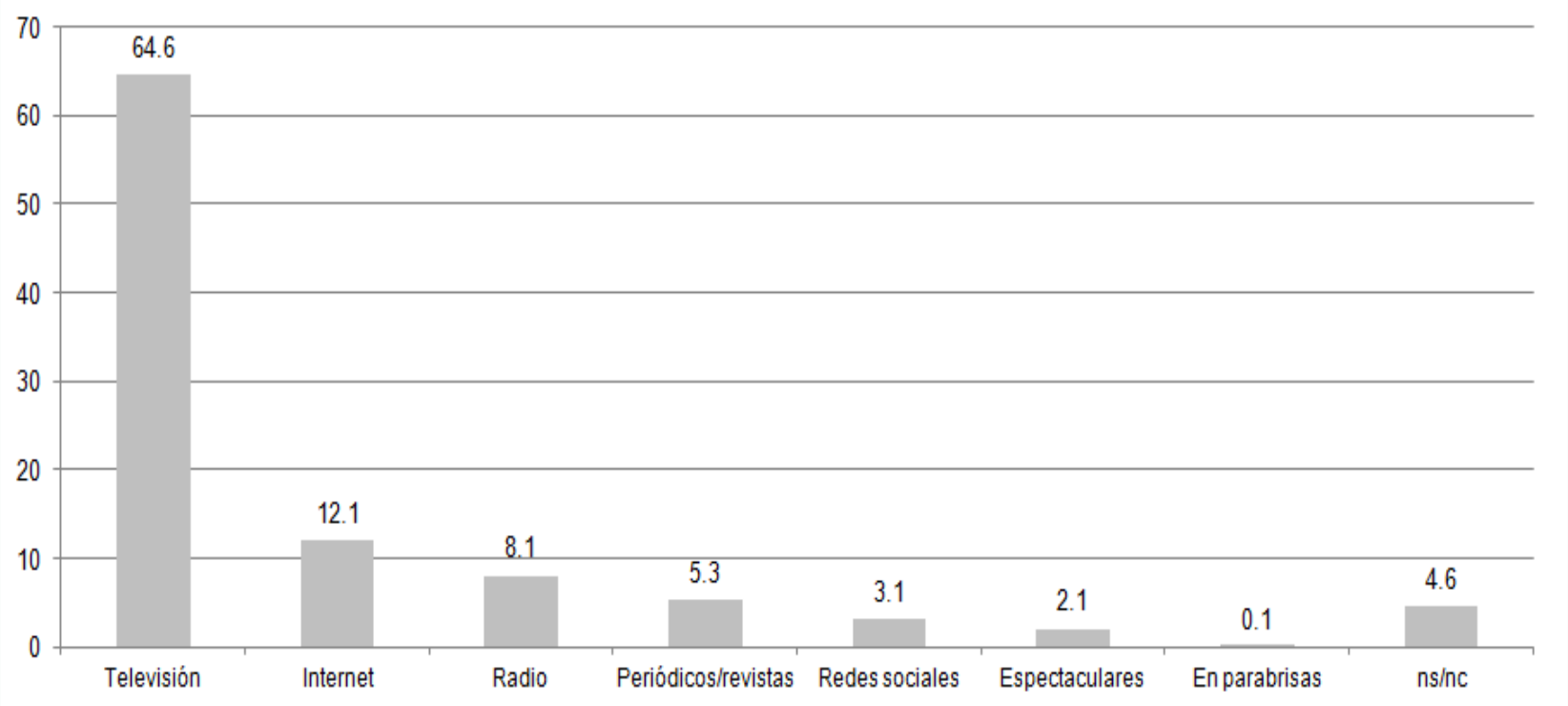


Publicidad. Sondeo realizado por Gabinete de Comunicación Estratégica (GCE) el 24 de febrero de 2014. Encuesta telefónica nacional. Muestra de 800 casos.

Percepción sobre publicidad

Los medios por los que los encuestados recibieron mayor porcentaje de publicidad fueron: televisión (64.6%), internet (12.1%), radio (8.1%), periódicos o revistas (5.3%) y redes sociales (3.1%) (Gráfico 13).

Gráfico 13. Medio de comunicación o información que más difunde publicidad para los consultados.

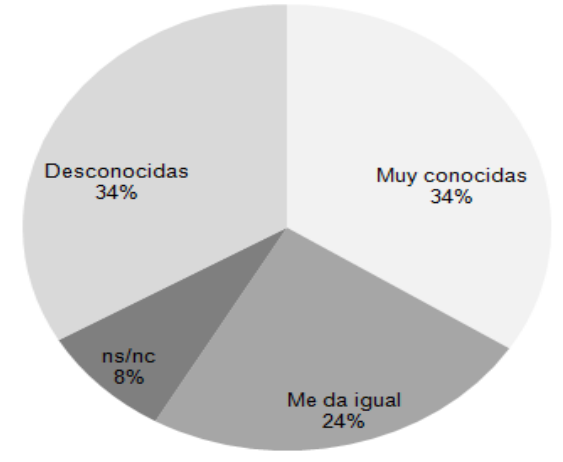


Publicidad. Sondeo realizado por Gabinete de Comunicación Estratégica (GCE) el 24 de febrero de 2014. Encuesta telefónica nacional. Muestra de 800 casos.

Una respuesta dividida fue la preferencia de actores o desconocidos como protagonistas en la publicidad. La tercera parte de los entrevistados (34.1%) prefiere que sean actores conocidos quienes participen en los anuncios. Un porcentaje similar (33.4%) sugiere que sean desconocidos (Gráfico 14).

Percepción sobre publicidad

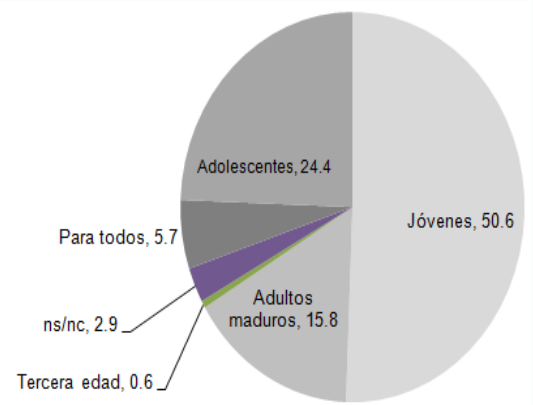
Gráfico 14. Preferencia de modelos, actores o desconocidos como protagonistas en los anuncios de publicidad.



Publicidad. Sondeo realizado por Gabinete de Comunicación Estratégica (GCE) el 24 de febrero de 2014. Encuesta telefónica nacional. Muestra de 800 casos.

La percepción del tipo de público al que está dirigida la publicidad tiene mayor porcentaje en los jóvenes (50.6%). Una cuarta parte (24.4%) respondió que a los adolescentes; y 15.8% que a los adultos maduros (Gráfico 15).

Gráfico 15. Percepción del grupo poblacional a la que va dirigida la publicidad.

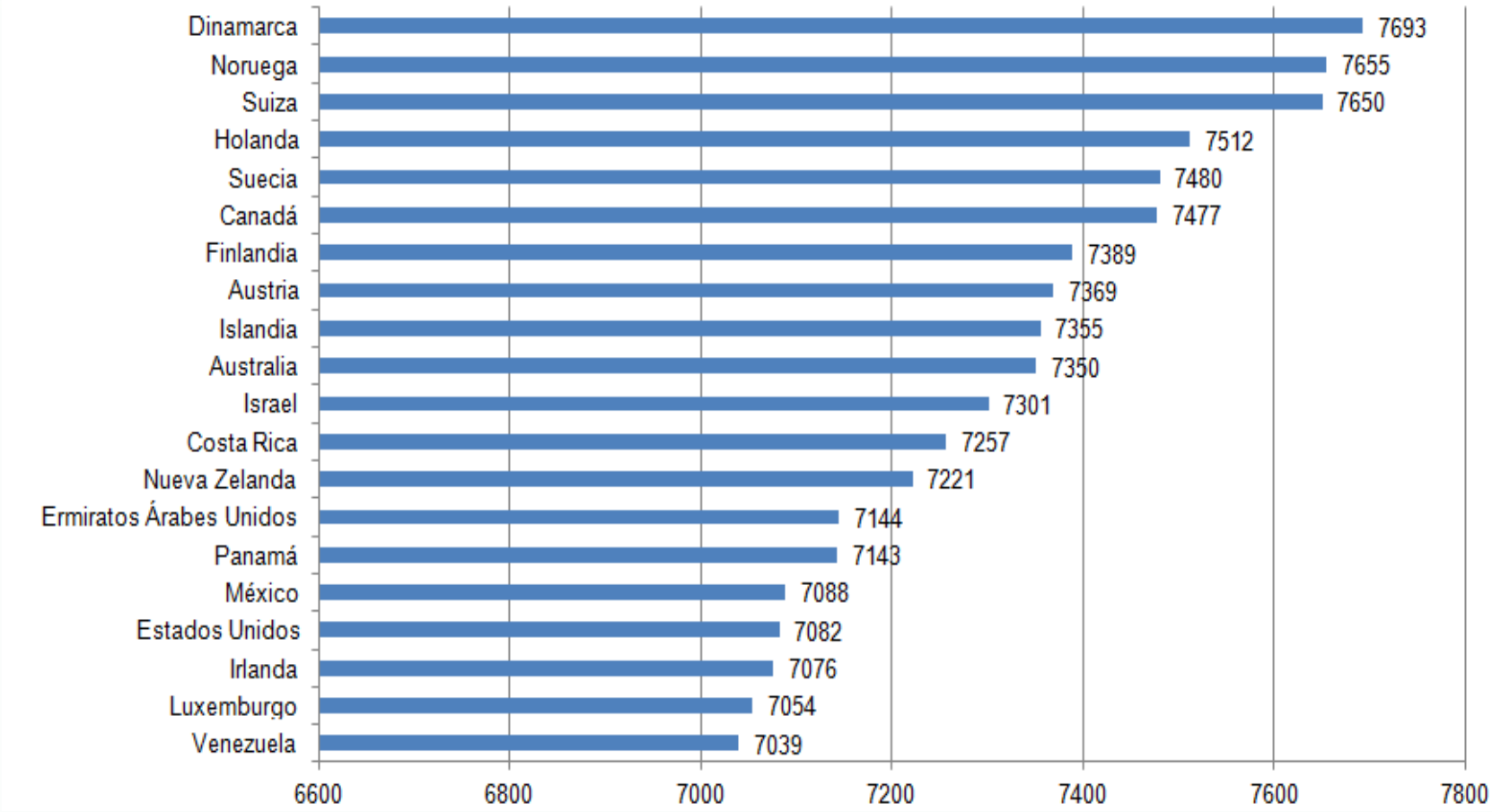


Publicidad. Sondeo realizado por Gabinete de Comunicación Estratégica (GCE) el 24 de febrero de 2014. Encuesta telefónica nacional. Muestra de 800 casos.

Reporte de la felicidad mundial

Un estudio realizado por *John Helliwell, Richard Layard and Jeffrey Sachs* mediante una encuesta mundial de *Gallup* señaló que México ocupó el lugar 16 a escala internacional en la lista de los países más felices en 2012, con 7 mil 088 puntos. Los tres primeros lugares fueron Dinamarca (7,693); Noruega (7,655) y Suiza (7,650) (Gráfico 16).

Gráfico 16. Países con la población más feliz del mundo.

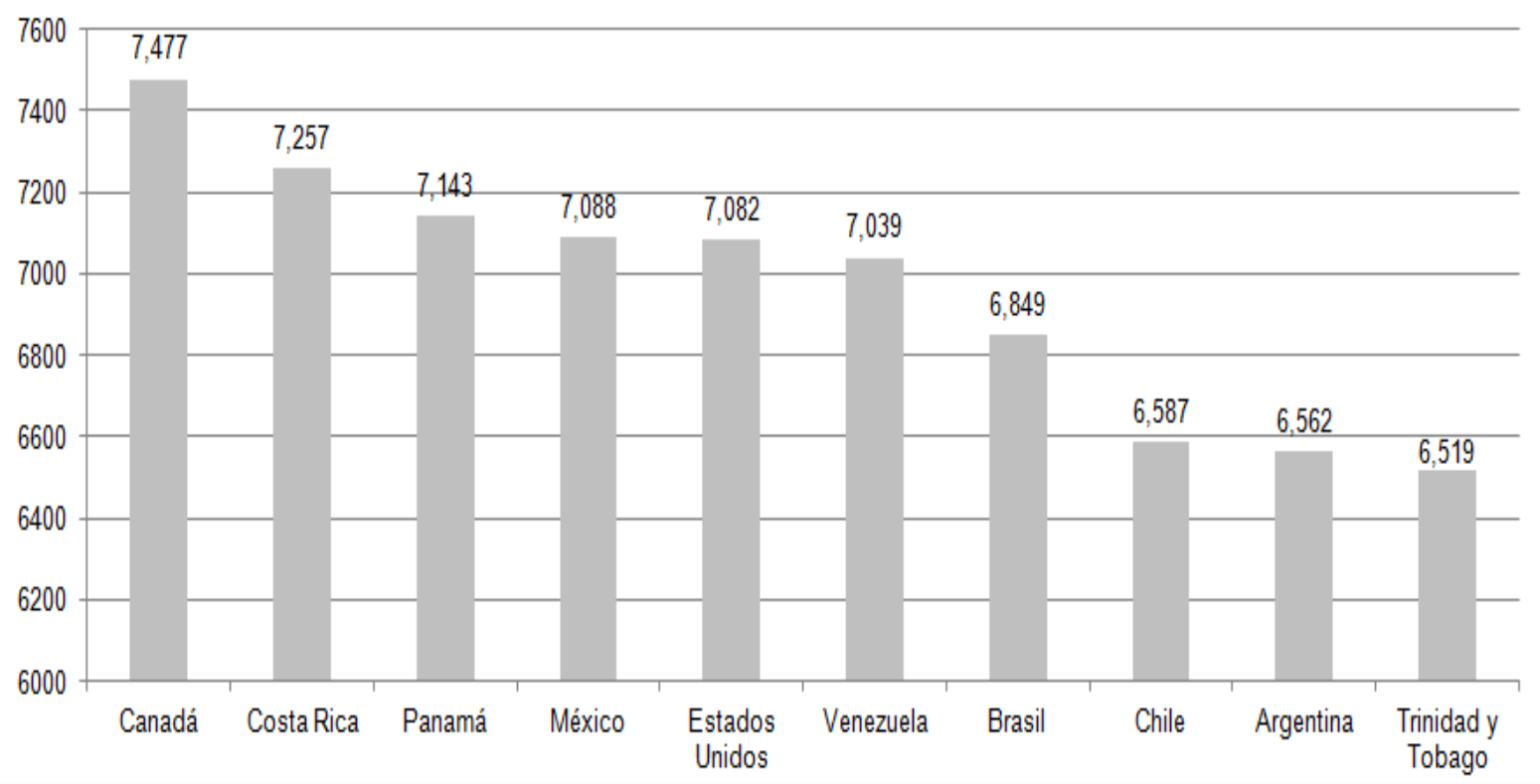


World Happiness Report 2013. Sondeo realizado por *John Helliwell, Richard Layard and Jeffrey Sachs* mediante una encuesta mundial de la firma *Gallup*. No especifica margen de error o nivel de confianza.

Reporte de la felicidad mundial

A escala continental México obtuvo el cuarto lugar, por debajo de Canadá (7,477), Costa Rica (7,257) y Panamá (7,143); y con un puntaje mayor que Estados Unidos (7,082) o Venezuela (7,039) (Gráfico 17).

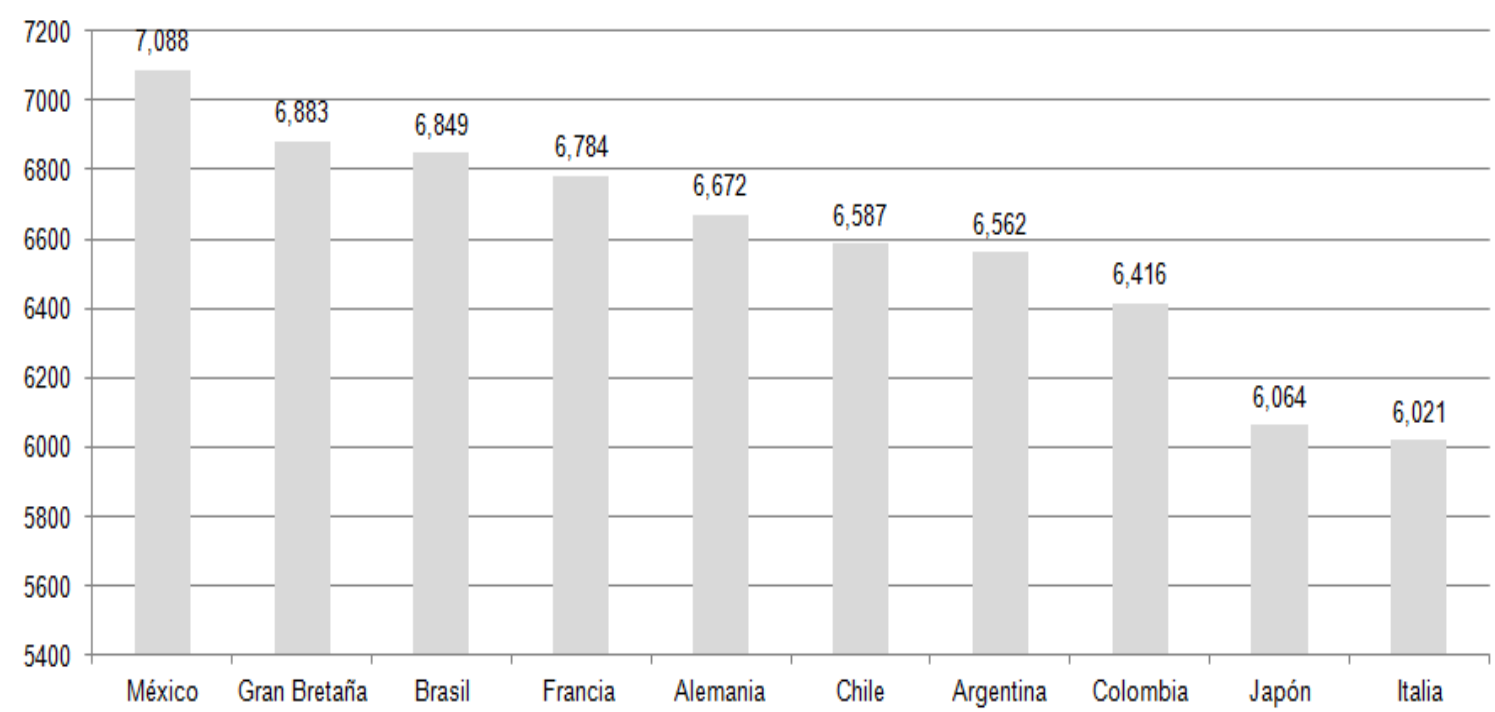
Gráfico 17. Países con la población más feliz en el continente.



World Happiness Report 2013. Sondeo realizado por *John Helliwell, Richard Layard and Jeffrey Sachs* mediante una encuesta mundial de la firma *Gallup*. No especifica margen de error o nivel de confianza

Al comparar el indicador de la población mexicana con otras naciones se puede apreciar que se dice más feliz que las personas que opinaron lo mismo en Gran Bretaña (6,883); Brasil (6,849); Francia (6,784); Alemania (6,672); Chile (6,587) o Argentina (6,562); entre otros (Gráfico 18).

Gráfico 18. Comparativo de promedio de felicidad de México con países seleccionados.

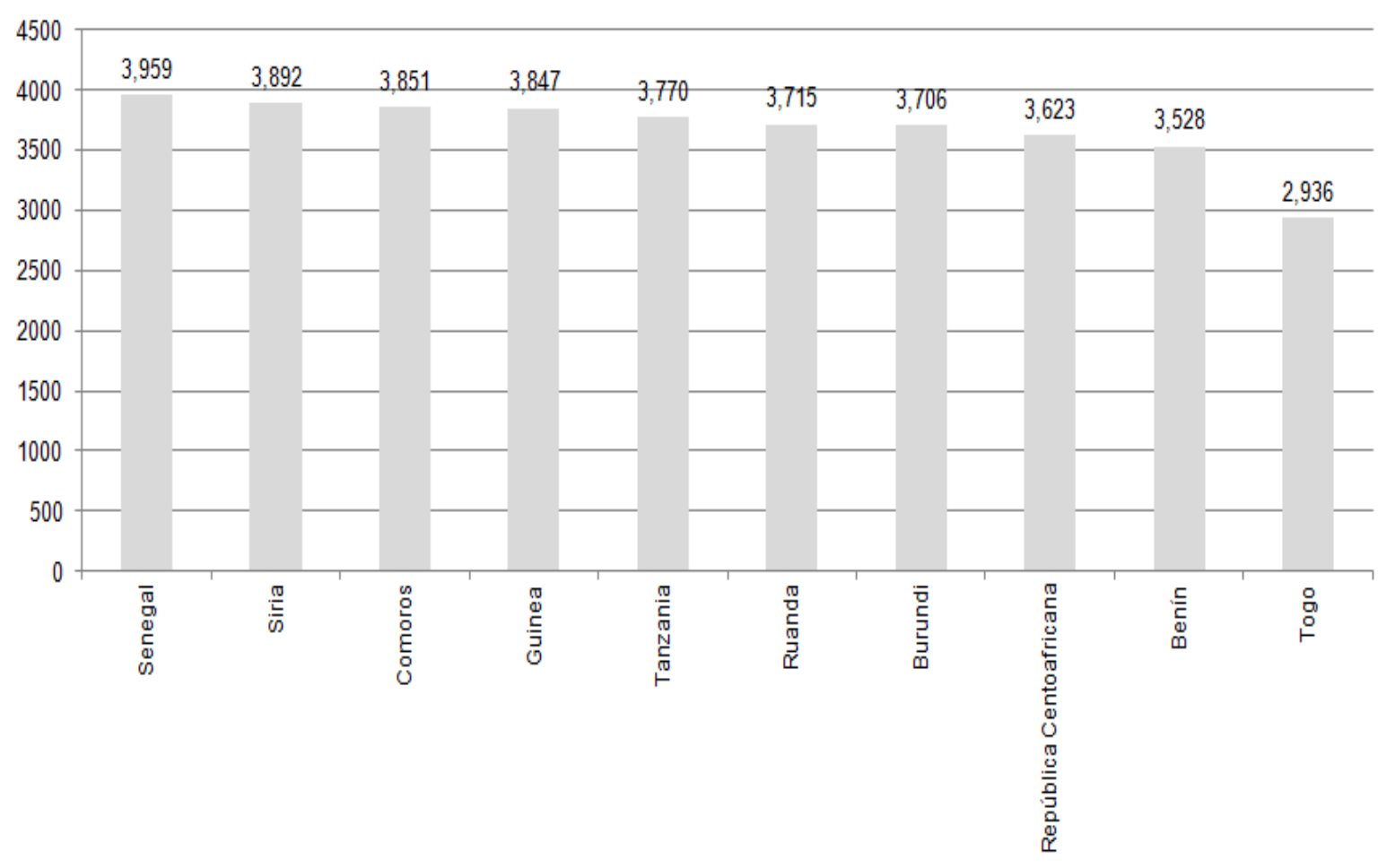


World Happiness Report 2013. Sondeo realizado por *John Helliwell, Richard Layard and Jeffrey Sachs* mediante una encuesta mundial de la firma *Gallup*. No especifica margen de error o nivel de confianza

Finalmente, de 156 naciones analizadas, los países menos felices son: Ruanda (3,715); Burundi (3,706); República Centroafricana (3,623); Benín (3,528); y Togo (2,936) (Gráfico 19).

Reporte de la felicidad mundial

Gráfico 19. Países menos felices



World Happiness Report 2013. Sondeo realizado por *John Helliwell, Richard Layard and Jeffrey Sachs* mediante una encuesta mundial de la firma *Gallup.* No especifica margen de error o nivel de confianza

Fuentes consultadas

• La encuesta *Pocas expectativas de la Ley General en Materia de Trata de Personas* fue realizada por *Parametría* del 22 al 27 de febrero de 2014 en vivienda de todo el país con una muestra de 800 casos para obtener un margen de error de 3.5 puntos porcentuales y un nivel de confianza general de 95%.
Disponible en: http://www.parametria.com.mx/carta_parametrica.php?cp=4634
(Consulta: 28 de marzo, 2014).

• El estudio *Desconfían jóvenes universitarios de sistema político* fue realizada por *Reforma* del 1 de octubre al 27 de noviembre de 2013 mediante un sondeo telefónico nacional con una muestra de 2,766 universitarios. No especifica margen de error o nivel de confianza.
Disponible en: http://www.reforma.com/encuestas/
(Consulta: 28 de marzo, 2014).

• El sondeo *Publicidad* fue realizado por Gabinete de Comunicación Estratégica (GCE) el 24 de febrero de 2014 mediante un sondeo telefónico nacional con una muestra de 800 casos para obtener un margen de error de 3.46 puntos porcentuales y un nivel de confianza general de 95%.
Disponible en: www.gabinete.mx
(Consulta: 28 de marzo, 2014).

• El estudio *World Happiness Report 2013* fue realizado por *John Helliwell, Richard Layard and Jeffrey Sachs* mediante una encuesta mundial de la firma Gallup. No especifica margen de error o nivel de confianza.
Disponible en: http://consulta.mx/web/images/mundo/2014/WorldHappinessReport2013_online.pdf
(Consulta: 28 de marzo, 2014).

Visor Ciudadano

Núm 15

Visor Ciudadano tiene como objetivo brindar una visión panorámica sobre los diversos levantamientos de opinión pública y encuestas relacionadas con los temas de interés para la agenda legislativa y pública.Cabe destacar que ninguna de las encuestas reportadas en esta serie, a menos que se especifique lo contrario, fue realizada por la Dirección General de Análisis Legislativo, ni refleja la opinión del Senado, los Senadores, del Instituto Belisario Domínguez ni de sus investigadores. Visor Ciudadano es una síntesis ordenada de los trabajos de opinión pública más reconocidos en México y otros países, mismos que reportan con rigor los resultados de estudios, así como su metodología.

Instituto Belisario Domínguez

Presidente Sen. Luis Miguel Gerónimo Barbosa Huerta

Secretario Sen. Daniel Gabriel Ávila Ruiz

Secretario Sen. Roberto Armando Albores Gleason

Secretario Sen. Ángel Benjamín Robles Montoya

Directora General de Análisis Legislativo Dra. María de los Ángeles Mascott Sánchez

Dirección General de Análisis Legislativo

Donceles 14 Piso 1
Colonia Centro
06000, México, DF

Contacto
Tel. (55) 5722-4831 exts 2044 y 4820
amascott.ibd@senado.gob.mx