

HÁBITOS DE INFORMACIÓN ENTRE JÓVENES UNIVERSITARIOS

INFORME FINAL



Noviembre, 2013

UVM

CENTRO DE
OPINIÓN PÚBLICA
LAUREATE MÉXICO

Objetivo de investigación

Conocer las necesidades, expectativas y preferencias de jóvenes estudiantes de educación media superior y superior, de la Universidad del Valle de México, sobre información acerca de los acontecimientos actuales, los medios de comunicación a través de los cuales se informan y el tipo de enfoques que prefieren.



Metodología

Se realizó una encuesta cara a cara con una muestra de alumnos de preparatoria y licenciatura UVM en los 37 campus de la Universidad. Se obtuvieron 1277 encuestas.



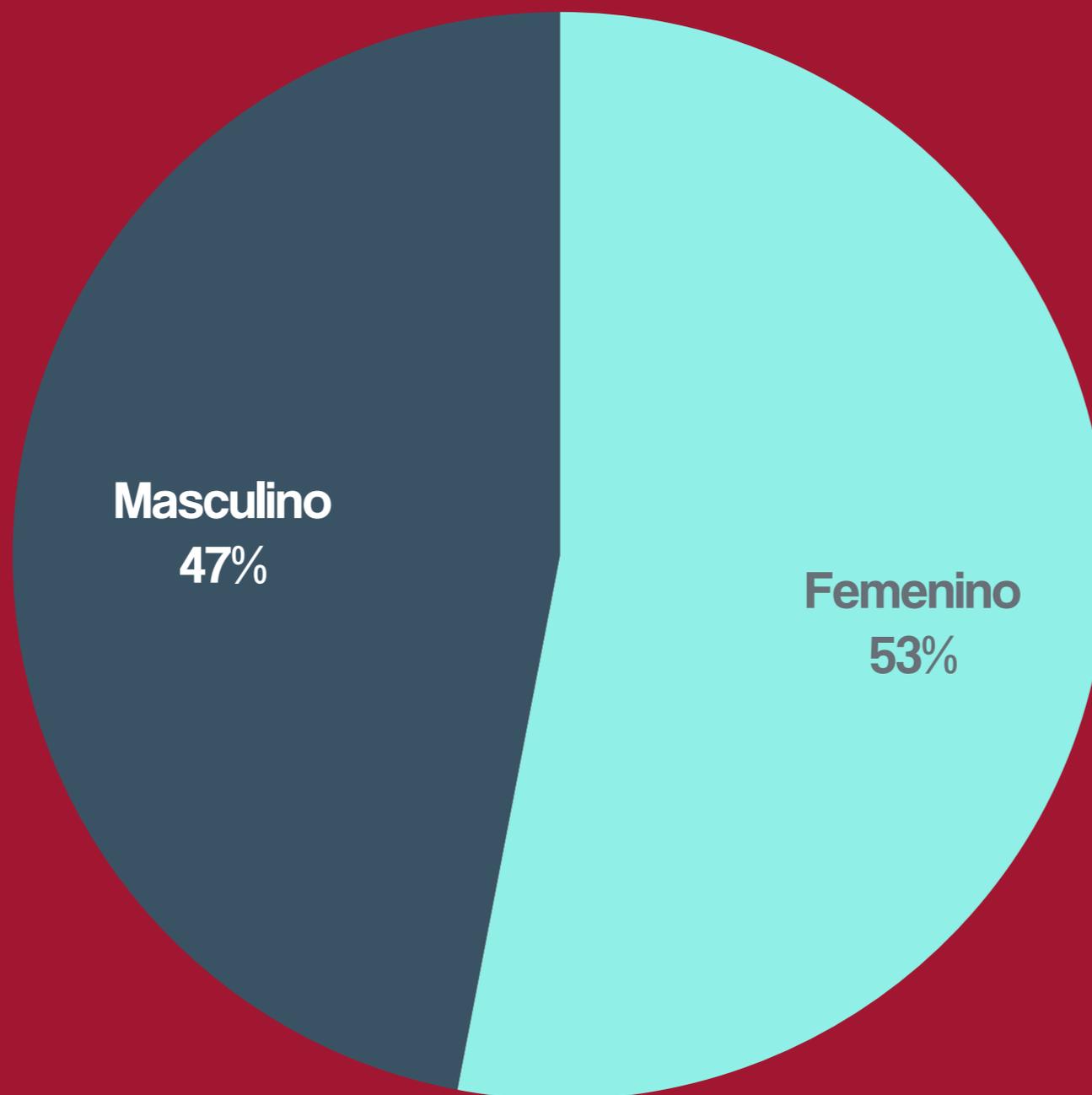
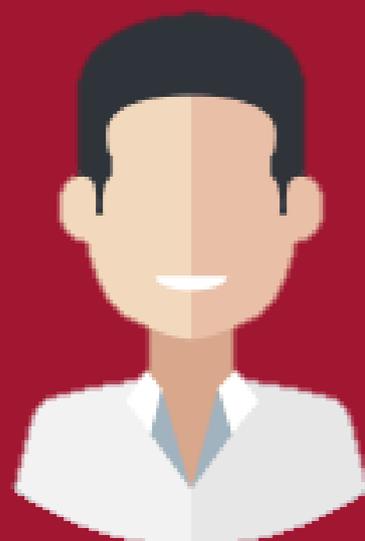
DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA



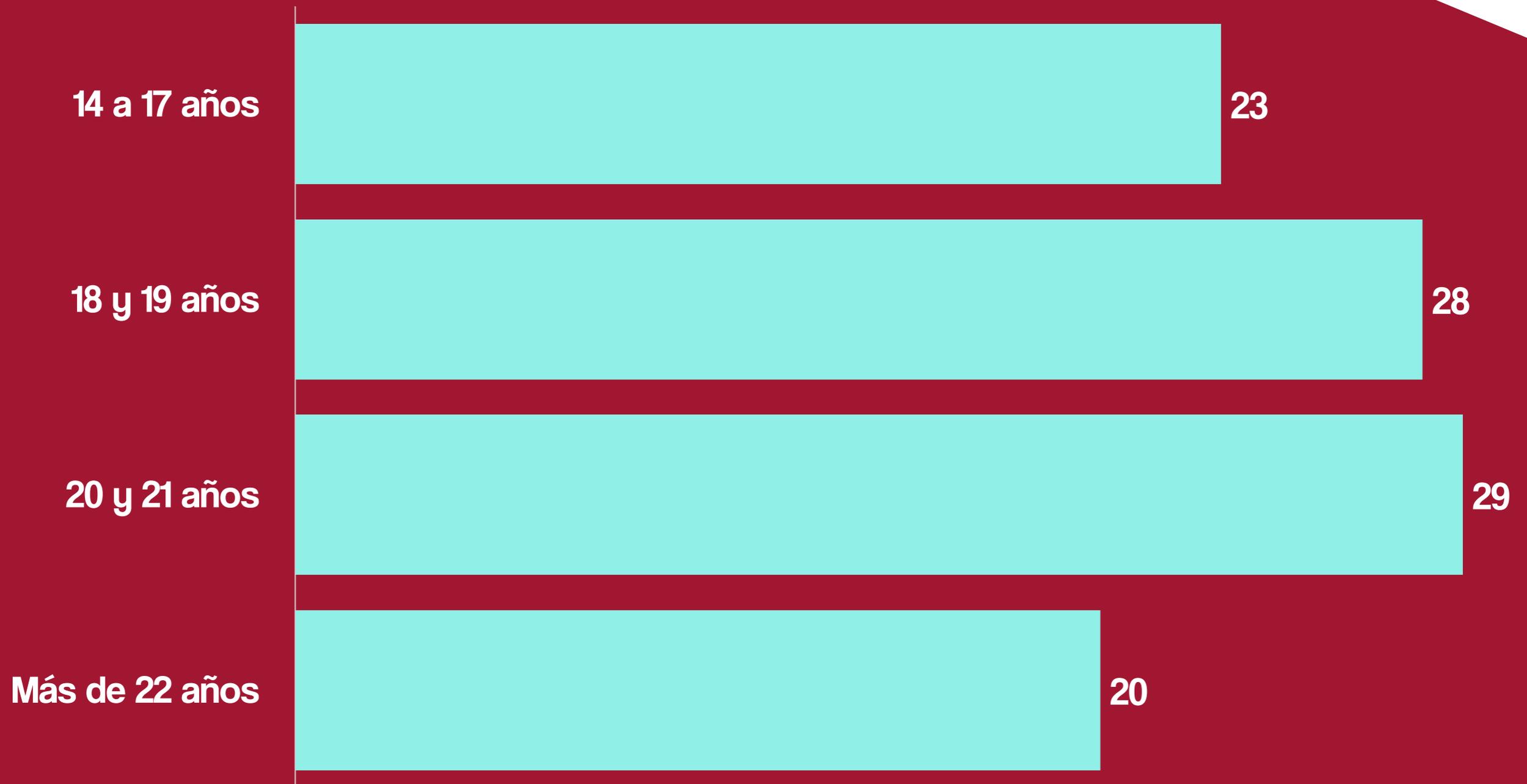
UVVM

CENTRO DE
OPINIÓN PÚBLICA
LAUREATE MÉXICO

Distribución de la muestra por género



Edad

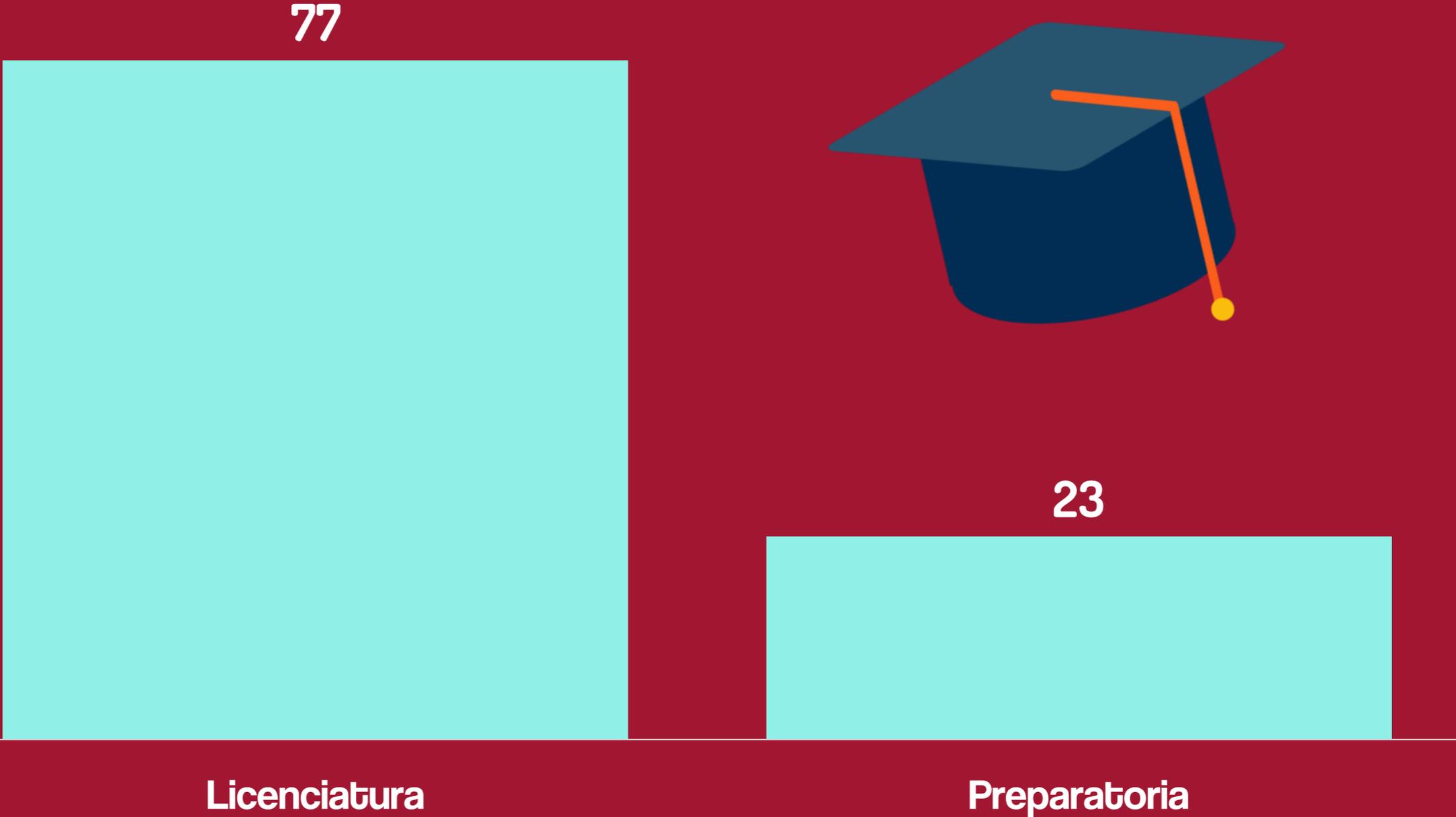


Promedio de edad: 19.5 años

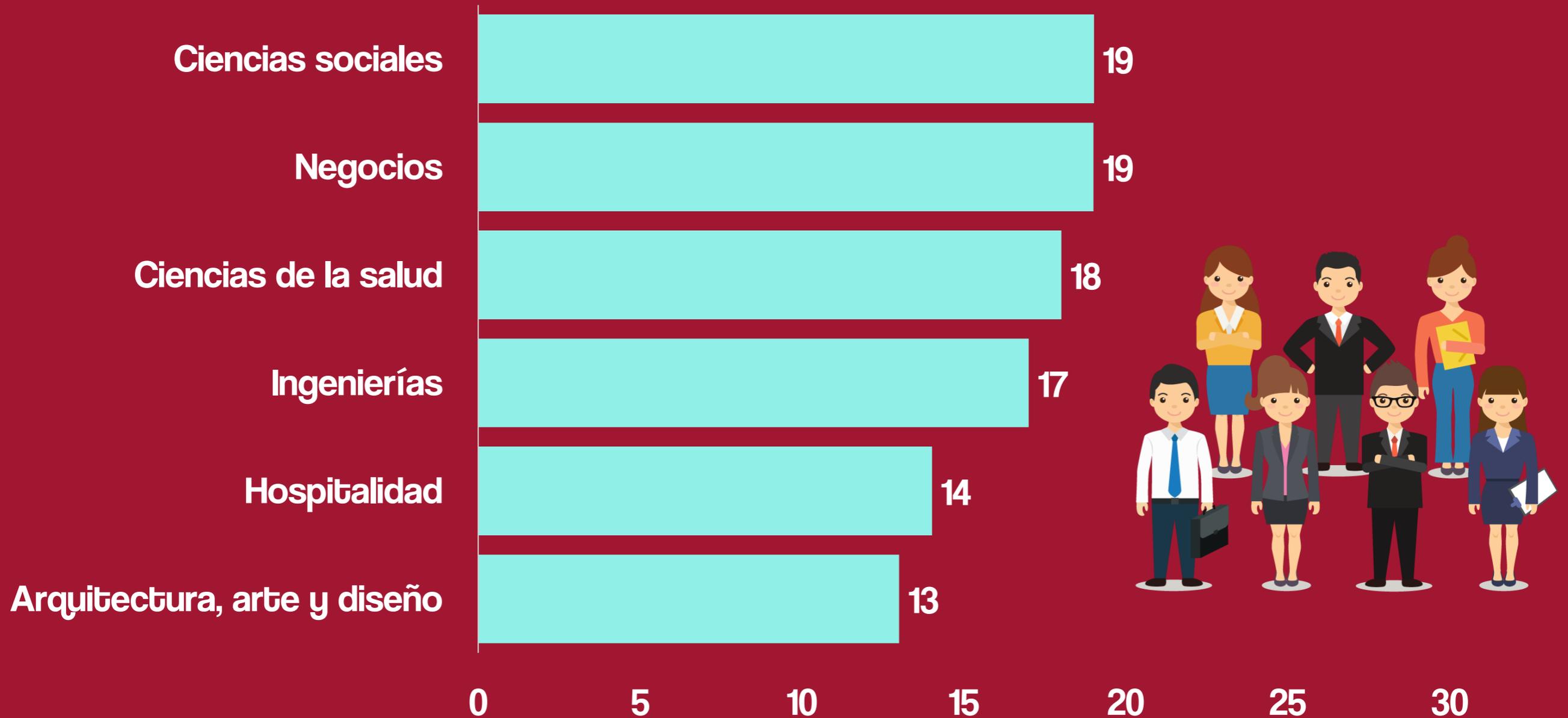
Porcentaje

n = 1277

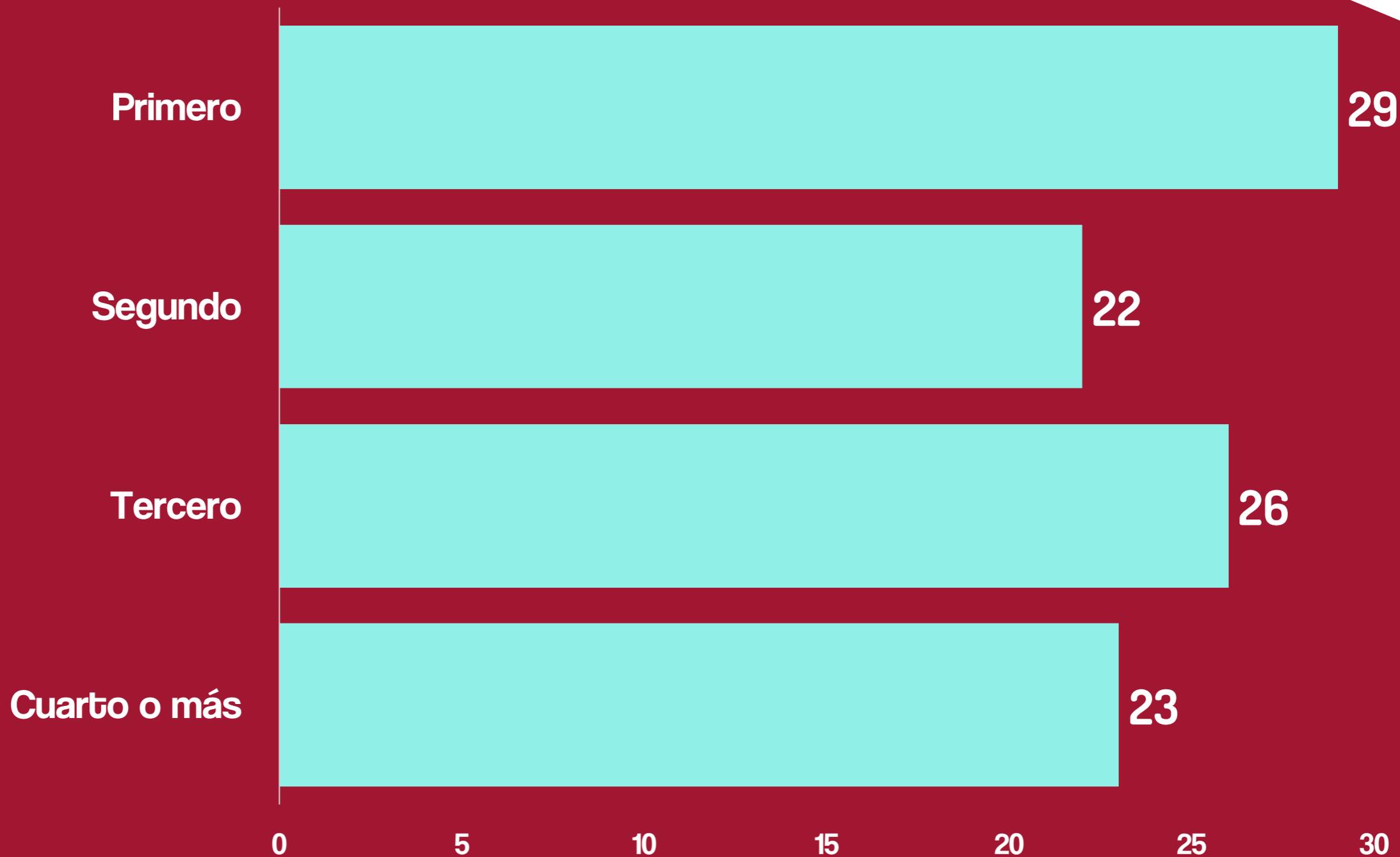
Escolaridad



División académica en nivel licenciatura



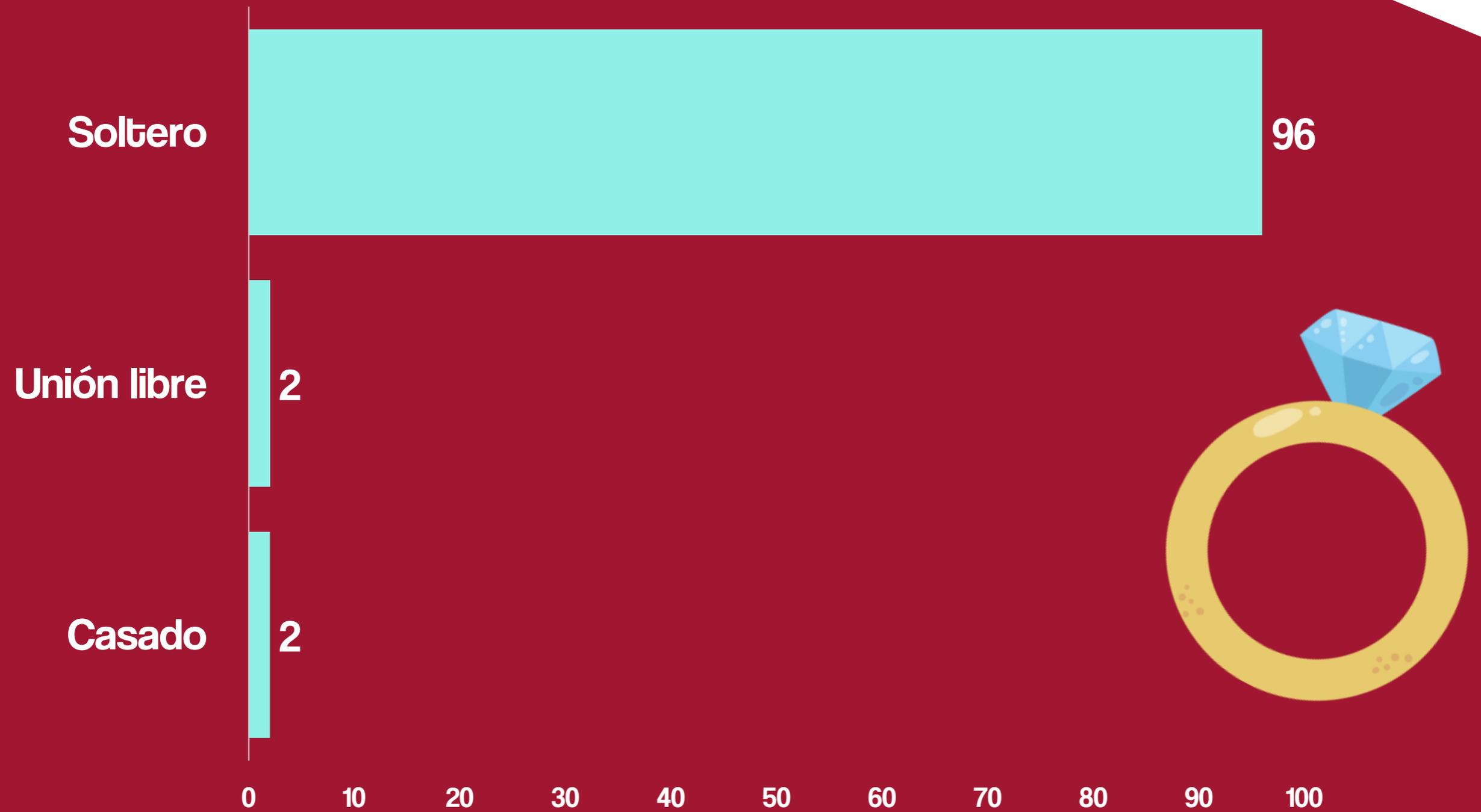
Año que cursan



Porcentaje

n = 1277

Estado civil

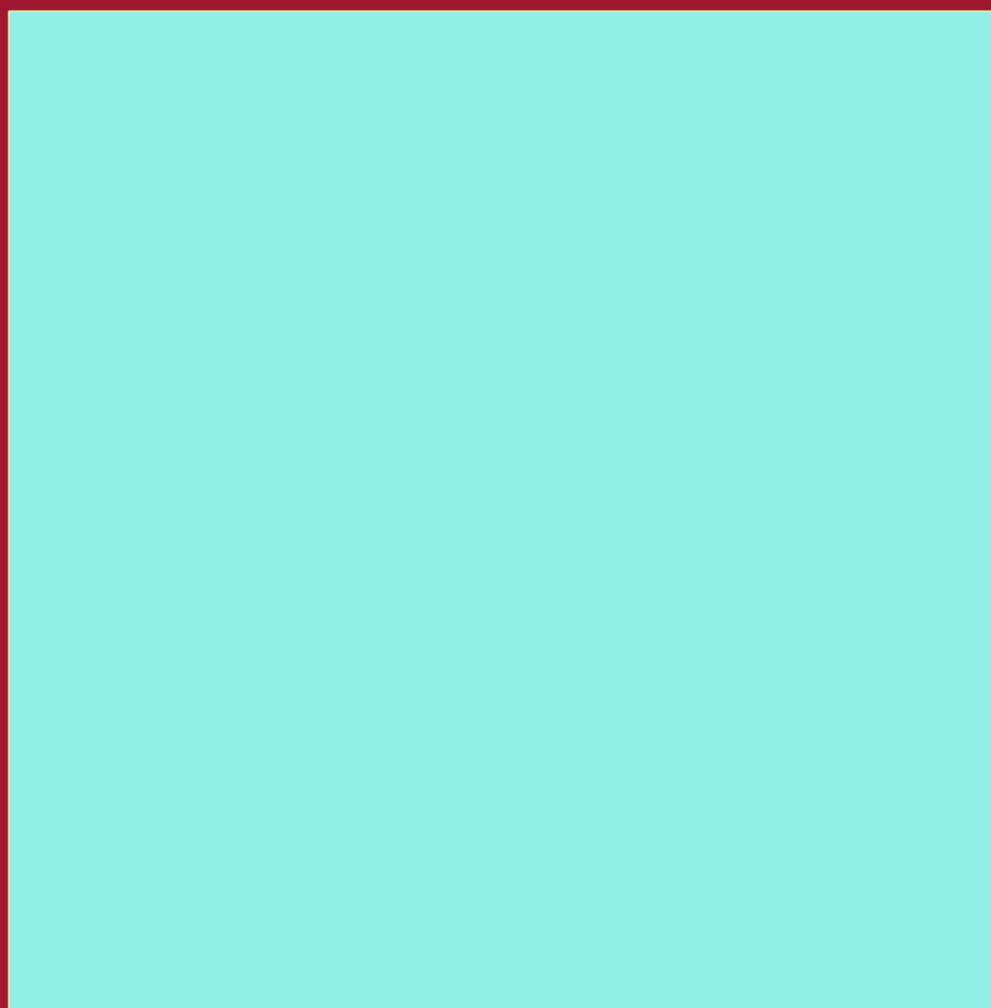


Porcentaje

n = 1277

Condición parental

97



No tiene hijos



3



Tiene hijos

TIPO DE INFORMACIÓN QUE LES RESULTA ATRACTIVA



UVVM

CENTRO DE
OPINIÓN PÚBLICA
LAUREATE MÉXICO

Tipo de información que les gusta consultar a los jóvenes por nivel educativo

Tipo de información	Licenciatura	Preparatoria	Total
Social	30	32	30
Economía	18	12	17
Deportes	18	21	19
Música	16	23	18
Otros	18	12	16

Las diferencias son estadísticamente significativas

Tipo de información que les gusta consultar a los jóvenes área de estudio

Tipo de información	Negocios	Hospitalidad	Arquitectura arte y diseño	Ciencias de la salud	Ciencias sociales	Ingenierías
Social	32	31	25	29	33	26
Economía	39	16	9	9	18	18
Deportes	12	18	14	19	15	28
Música	8	16	28	19	19	11
Otros	9	19	24	24	15	17

Las diferencias son estadísticamente significativas

Tipo de información que les gusta consultar a los jóvenes por género

Tipo de información	Femenino	Masculino
Social	37	23
Economía	14	20
Deportes	10	30
Música	22	13
Otros	17	14

Las diferencias son estadísticamente significativas

Tipo de información que les gusta consultar a los jóvenes

Tipo de información	Porcentaje
Música	51
Social	47
Deportes	35
Espectáculos	34
Acontecimientos nacionales	20
Artistas favoritos	18
Economía	17
Política	10
Telenovelas	9

- Respuestas múltiples

Temas sobre los que falta información para jóvenes por nivel

Tipo de información	Licenciatura	Preparatoria	Total
Economía	54	40	51
Acontecimientos nacionales	13	18	14
Social	11	18	13
Deportes	4	5	5
Música	3	6	4
Política	4	3	4
Otros	11	10	9

Primera mención

Las diferencias son estadísticamente significativas

Porcentaje

n = 1277

Temas sobre los que falta información para jóvenes

Tipo de información	Porcentaje
Economía	49
Acontecimientos nacionales	38
Acontecimientos mundiales	37
Política	36
Social	27
Tecnología	17
Música	12
Deportes	11
Espectáculos	11
Telenovelas	6
Artistas favoritos	4

- Respuestas múltiples

Tratamiento de la información que prefieren los jóvenes por nivel

Tratamiento preferido	Licenciatura	Preparatoria	Total
Con seriedad	41	39	41
De manera divertida	23	31	25
De manera diferente	8	9	9
De forma versátil	8	4	7
Con sarcasmo	8	6	8
Otros	12	11	10

Primera mención

No presenta diferencias estadísticamente significativa

Porcentaje

n = 1277

Tratamiento de la información que prefieren los jóvenes

Tratamiento preferido	Femenino	Masculino
Con seriedad	38	44
De manera divertida	28	22
De manera diferente	10	7
De forma versátil	4	3
Con sarcasmo	8	8
Otros	12	16

Primera mención

Diferencias estadísticamente significativa

Porcentaje

n = 1277

Tratamiento de la información que prefieren los jóvenes

Tratamiento preferido	Porcentaje
De manera diferente	45
De manera divertida	44
Con seriedad	41
De forma versátil	29
Con apoyos audiovisuales	26
Con lenguaje sencillo	22
Con muchas imágenes	20
Con sarcasmo	13
Con pocos textos	13
Con gente conocida	5

- Respuestas múltiples

Medios que utilizan para consultar la información que les gusta por nivel

Medio que utilizan	Licenciatura	Preparatoria	Total
Internet	31	42	34
Televisión	27	33	28
Periódico	27	15	25
Radio	12	8	11
Otros	3	2	2

Primer respuesta

Porcentaje

n = 1277

Medio que utilizan para consultar la información que les gusta por división académica

Medio que utilizan	Negocios	Hospitalidad	Arquitectura arte y diseño	Ciencias de la salud	Ciencias sociales	Ingenierías
Internet	26	39	37	26	24	40
Televisión	23	26	21	34	23	31
Periódico	35	27	24	24	35	23
Radio	14	7	14	14	16	7
Otros	2	1	4	2	2	0

Primer respuesta

Las diferencias son estadísticamente significativas

Porcentaje

n = 1277

Medio que prefieren para consultar la información que les gusta por nivel

Medio que utilizan	Licenciatura	Preparatoria	Total
Internet	66	68	67
Televisión	12	11	12
Periódico	5	2	5
Radio	3	2	3
Redes sociales	10	12	10
Otros	4	5	3

Respuesta inducida

Porcentaje

n = 1277

Medio que prefieren para consultar la información que les gusta por género

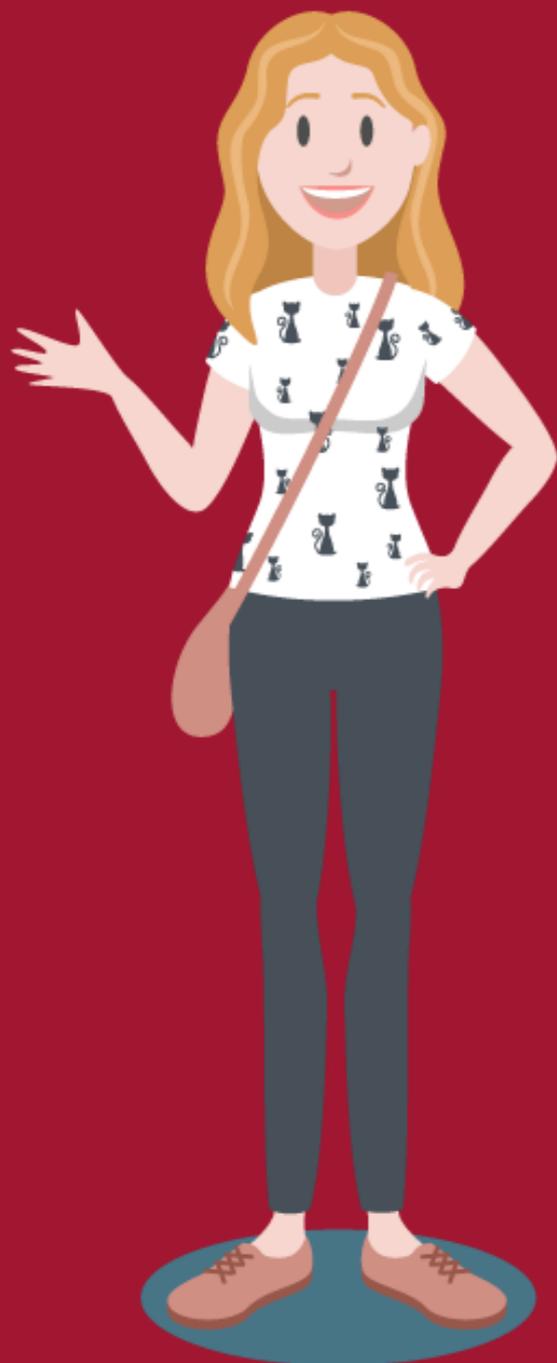
Medio que utilizan	Femenino	Masculino
Internet	66	67
Televisión	12	12
Periódico	3	10
Radio	3	2
Redes sociales	12	8
Otros	4	1

Diferencias son estadísticamente significativas

Porcentaje

n = 1277

Uso del tiempo entre los jóvenes



“...lo que más hago en la semana es navegar en Internet, para lo que sea. Ya sea para redes sociales, ver videos o escuchar música”

“Lo que más me ocupa tiempo son mis tareas, trabajo, deportes y casi vida social ya casi no tengo. Quité mis redes sociales porque me absorbe más. Si los sigo ocupando porque manejamos tareas y reportes por ahí, pero es mucho menos que antes”

“De las actividades principales que absorben mi tiempo es el estudio, mi carrera es teórica entonces tenemos que estar buscando mucha información y libros y también en internet”

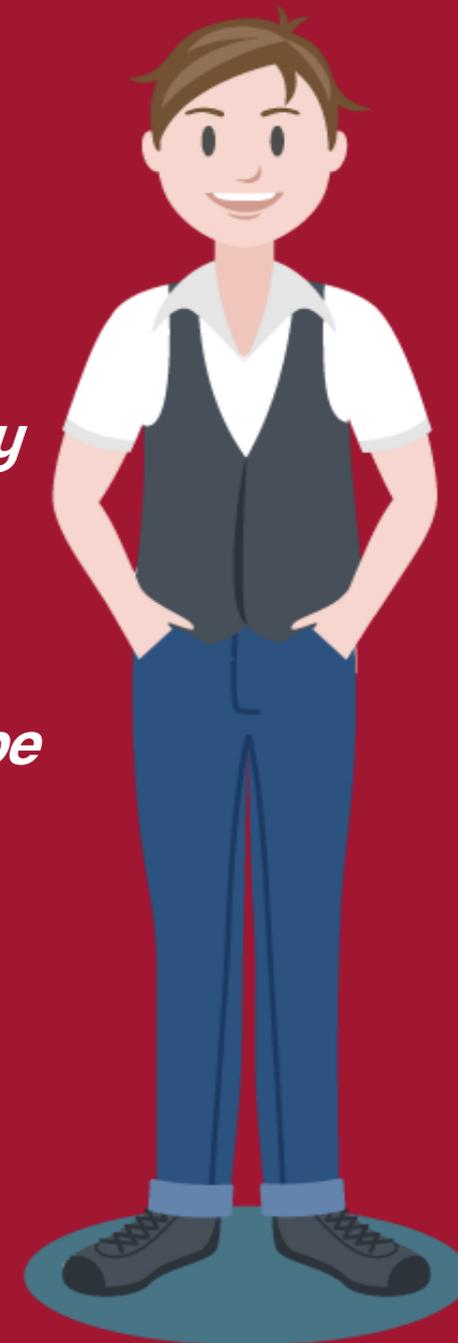


Verbalizaciones



“... teléfono móvil... para mantenerme en contacto con la gente y estar informado de todo lo que ocurre”

“celular... para estar en contacto con nuevas actualizaciones sobre mi carrera y nuevas noticias sobre el mundo”



Razones por las que prefiere ese medio por nivel

Razones	Licenciatura	Preparatoria	Total
Es más rápido	38	31	37
Me gusta	15	19	16
Tengo acceso a él	13	7	11
Es cómodo	9	11	9
Es versátil	6	7	6
Encuentro lo que busco	5	8	6
Es más claro	5	5	5
Otros	9	12	10

- Las diferencias son estadísticamente significativas

Costumbre de utilizar el mismo medio siempre para consultar información por nivel

Costumbre de utilizar el mismo medio	Licenciatura	Preparatoria	Total
Sí	62	62	62
No	38	38	38

Costumbre de utilizar el mismo medio siempre para consultar información por división académica

Costumbre de utilizar el mismo medio	Negocios	Hospitalidad	Arquitectura arte y diseño	Ciencias de la salud	Ciencias sociales	Ingenierías
Sí	59	68	63	64	50	67
No	41	32	37	36	50	33

- Las diferencias son estadísticamente significativas

HÁBITOS DE EXPOSICIÓN A MEDIOS DE COMUNICACIÓN



UVVM

CENTRO DE
OPINIÓN PÚBLICA
LAUREATE MÉXICO

Medio que prefieren para mantenerse informados por nivel

Medio	Licenciatura	Preparatoria	Total
Internet	55	61	56
Televisión	21	17	20
Redes sociales	8	12	9
Periódico	10	4	9
Radio	5	2	4
Otros	1	4	2

- Las diferencias son estadísticamente significativas

Medio que prefieren para entretenerse por nivel

Medio que prefiere para entretenerse	Licenciatura	Preparatoria	Total
Internet	45	51	47
Televisión	34	36	34
Redes sociales	9	10	9
Periódico	5	1	4
Radio	3		2
Otros	4	2	4

- Las diferencias son estadísticamente significativas

Medio que prefieren para entretenerse por género

Medio que prefiere para entretenerse	Femenino	Masculino	Total
Internet	43	50	47
Televisión	35	33	34
Redes sociales	12	7	9
Periódico	5	4	4
Radio	2	3	2
Otros	3	3	4

- Las diferencias son estadísticamente significativas

Medio que prefieren para entretenerse por división académica

Medio que prefiere para entretenerse	Negocios	Hospitalidad	Arquitectura arte y diseño	Ciencias de la salud	Ciencias sociales	Ingenierías
Internet	39	48	50	40	42	54
Televisión	37	30	33	35	38	31
Redes sociales	13	12	4	10	10	4
Periódico	7	5	5	7	5	3
Radio	4	3	2	3	1	6
Otros		2	6	5	4	2

- Las diferencias son estadísticamente significativas

EXPOSICIÓN A TELEVISIÓN



UVVM

CENTRO DE
OPINIÓN PÚBLICA
LAUREATE MÉXICO

Frecuencia de exposición a la TV por nivel

Frecuencia de exposición	Licenciatura	Preparatoria	Total
Diario	39	45	41
Entre 4 y 6 días a la semana	20	17	19
Entre 1 y 3 días a la semana	36	32	35
Nunca	6	5	6

MINUTOS PROMEDIO DE EXPOSICIÓN: 108.

Frecuencia de exposición a la TV por división académica

Frecuencia de exposición	Negocios	Hospitalidad	Arquitectura arte y diseño	Ciencias de la salud	Ciencias sociales	Ingenierías
Diario	39	31	33	43	46	40
Entre 4 y 6 días a la semana	27	24	17	16	16	23
Entre 1 y 3 días a la semana	33	38	39	38	30	35
Nunca	2	7	12	4	7	3

- Las diferencias son estadísticamente significativas

Tipo de programas que prefiere ver en televisión por nivel

Tipo de programas	Licenciatura	Preparatoria	Total
Noticieros	30	17	27
Series de suspenso	27	28	27
Series juveniles	19	29	21
Películas	9	8	9
Programas musicales	6	6	6
Documentales	6	5	6
Otros	3	7	4

Primera mención

Las diferencias son estadísticamente significativas

Tipo de programas que prefiere ver en televisión por género

Tipo de programas	Femenino	Masculino	Total
Noticieros	23	32	27
Series de suspenso	28	27	27
Series juveniles	25	17	21
Películas	7	11	9
Programas musicales	5	7	6
Documentales	5	7	6
Otros	7		4

Primera mención

Diferencias son estadísticamente significativas

Porcentaje

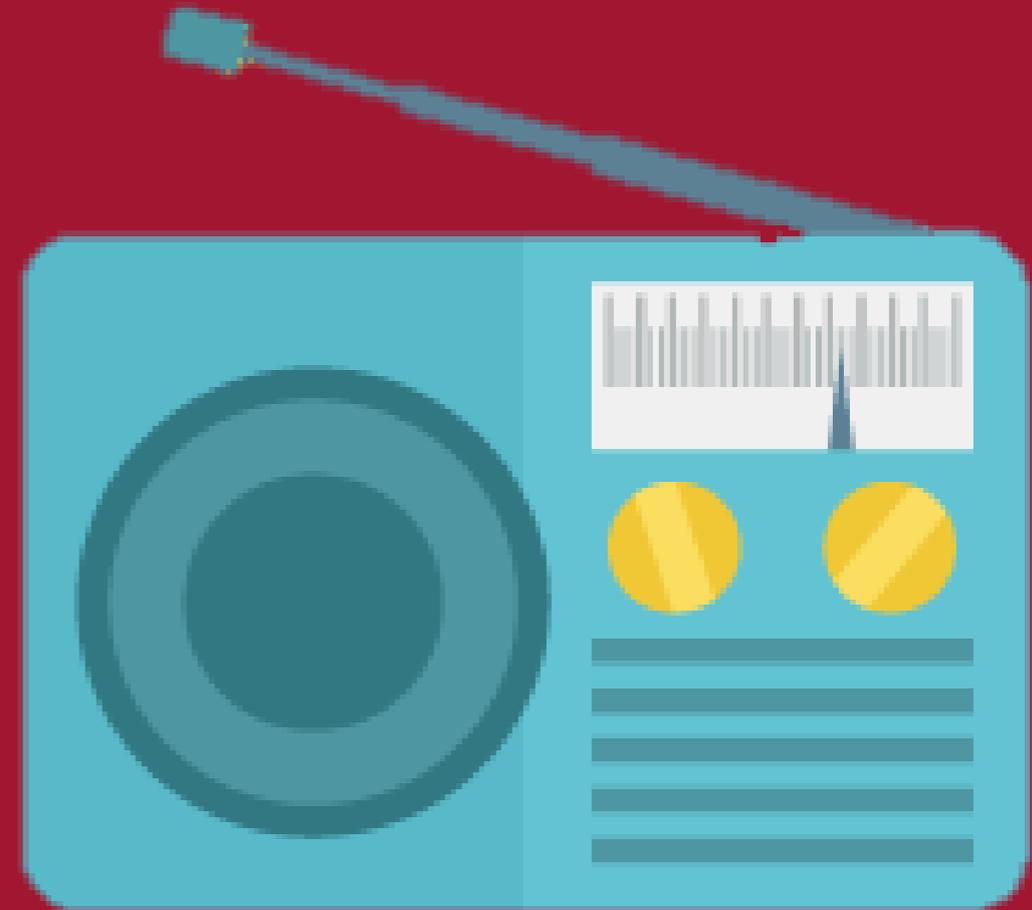
n = 1277

Tipo de programas que prefiere ver en televisión por género

Tipo de programas	Porcentaje
Películas	51
Series juveniles	39
Series de suspenso	36
Documentales	31
Noticieros	27
Programas musicales	23

- Respuestas múltiples

EXPOSICIÓN AL RADIO



UVVM

CENTRO DE
OPINIÓN PÚBLICA
LAUREATE MÉXICO

Frecuencia de exposición al radio por nivel

Frecuencia de exposición	Licenciatura	Preparatoria	Total
Diario	41	46	42
Entre 4 y 6 días a la semana	15	15	14
Entre 1 y 3 días a la semana	31	23	30
Nunca	14	14	14

- **MINUTOS PROMEDIO DE EXPOSICIÓN: 52.3**

Tipo de programación que transmite su estación de radio preferida por nivel

Tipos de programas	Licenciatura	Preparatoria	Total
Música en inglés	37	43	39
Noticieros	32	22	30
Música en inglés y español	18	24	19
Música en español	10	10	10
Otros	3	1	2

Primera mención

Las diferencias son estadísticamente significativas

Porcentaje

n = 1277

Tipo de programación que transmite su estación de radio preferida por género

Tipos de programas	Femenino	Masculino	Total
Música en inglés	39	39	39
Noticieros	28	32	30
Música en inglés y español	21	17	19
Música en español	10	10	10
Otros	2	2	2

Primera mención

Las diferencias son estadísticamente significativas

Porcentaje

n = 1277

Tipo de programación que transmite su estación de radio preferida por género

Tipo de programas	Porcentaje
Música en inglés	49
Música en inglés y español	39
Música en español	34
Noticieros	29
Entrevistas	12
Música clásica	8

Respuestas múltiples

Porcentaje

n = 1277

EXPOSICIÓN A MEDIOS IMPRESOS



UVVM

CENTRO DE
OPINIÓN PÚBLICA
LAUREATE MÉXICO

Costumbre de leer el periódico más de tres veces por semana por nivel

Costumbre de leer el periódico	Licenciatura	Preparatoria	Total
Sí	22	14	20
No	78	86	80

- Las diferencias son estadísticamente significativas

Costumbre de leer el periódico más de tres veces por semana por género

Costumbre de leer el periódico	Femenino	Masculino	Total
Sí	15	26	20
No	85	74	80

- Las diferencias son estadísticamente significativas

Costumbre de leer el periódico más de tres veces por semana por división académica

Costumbre de leer el periódico	Negocios	Hospitalidad	Arquitectura arte y diseño	Ciencias de la salud	Ciencias sociales	Ingenierías
Sí	24	17	18	20	32	17
No	76	83	82	80	68	83

- Las diferencias son estadísticamente significativas

Costumbre de leer alguna revista de forma mensual por nivel

Costumbre de leer el alguna revista	Licenciatura	Preparatoria	Total
Sí	39	41	40
No	61	59	60

Temas que aborda la revista que leen regularmente por nivel

Temas revista	Licenciatura	Preparatoria	Total
Tecnología	19	11	17
Automóviles	16	20	17
Música en inglés	13	20	15
Moda	14	17	15
Chismes	12	13	12
Ciencias	9	3	7
Otros	17	16	17

Temas que aborda la revista que leen regularmente por género

Temas revista	Femenino	Masculino	Total
Tecnología	12	23	17
Automóviles	4	31	17
Música en inglés	17	13	15
Moda	25	3	15
Chismes	19	4	12
Ciencias	8	7	7
Otros	15	19	17

Primera mención

Porcentaje

n = 1277

Temas que aborda la revista que leen regularmente por división académica

Temas revista	Negocios	Hospitalidad	Arquitectura arte y diseño	Ciencias de la salud	Ciencias sociales	Ingenierías
Tecnología	11	20	18	14	19	28
Automóviles	21	18	15	12	5	27
Música en inglés	17	4	15	5	19	15
Moda	19	18	7	17	16	5
Chismes	15	13	6	19	13	2
Ciencias	4	4	11	22	10	3

Primera mención

Diferencias son estadísticamente significativas

Porcentaje

n = 979

EXPOSICIÓN A INTERNET



UVVM

CENTRO DE
OPINIÓN PÚBLICA
LAUREATE MÉXICO

Exposición a Internet por nivel

Días de navegación	Licenciatura	Preparatoria	Total
Más de una vez al día	15	13	14
Diario	67	66	67
Entre 3 y 6 días	9	11	9
Entre 1 y 3 días	8	10	9
No navegué	2		1

Tiempo de exposición a Internet cuando se conecta por nivel

Días de navegación	Licenciatura	Preparatoria	Total
Más de cuatro horas	36	34	35
Entre dos y cuatro horas	32	33	32
Entre una y dos horas	24	28	25
Menos de una hora	9	6	8

- Las diferencias son estadísticamente significativas

Horarios de exposición a Internet por nivel

Horario de navegación	Licenciatura	Preparatoria	Total
De 6 a 8 hrs.	13	19	14
De 8 a 10 hrs.	10	8	10
De 10 a 12 hrs.	10	3	8
De 12 a 14 hrs.	5	2	4
De 14 a 16 hrs.	7	14	8
De 16 a 18 hrs.	14	22	16
De 18 a 20 hrs.	16	15	16
De 20 a 22 hrs.	16	13	15
De 22 a 24 hrs.	8	1	6
Entre 24 a 6 hrs.	3	2	3

- Las diferencias son estadísticamente significativas

Uso que le da al Internet por nivel

Uso	Licenciatura
Entretenimiento	69
Hacer la tarea	51
Compartir infoRmación	29
Enviar mensajes	26
Compartir fotos/videos	16
Ver videos	15
Trabajar	12
Conocer gente nueva	11
Jugar online	8
Buscar información	7

- Respuestas múltiples

Verbalizaciones

“...utilidad para investigaciones, como artículos científicos...”

“...herramienta útil en la solución de problemas”

“Rápido, cómodo, fácil de usar”

“Diversidad de información y enfoques”

“Es información que constantemente se está actualizando”

“Información a la mano”

“Me parecería bueno que de repente se dieran asesorías de cómo usar los portales, por qué usarlos y no simplemente verlos como pérdida de tiempo como la mayoría de las personas lo hacemos, sacarles un mayor provecho”



PORTALES PARA JÓVENES



UVM

CENTRO DE
OPINIÓN PÚBLICA
LAUREATE MÉXICO

Atributos de un portal atractivo por nivel

Atributos	Licenciatura	Preparatoria	Total
Que tenga muchas imágenes	44	47	44
Información novedosa	26	24	25
Que incluya videos	12	14	13
Información que necesito para la escuela	4	4	4
Que incluya juegos	3	3	3
Que tenga colores	2	2	2
Que incluya música	2	3	2
Otros	7	3	7

Primera mención

Porcentaje

n = 1277

Lo que les gustaría encontrar en un portal para jóvenes por nivel

Atributos	Licenciatura	Preparatoria	Total
Música gratis	47	50	48
Todo tipo de información	41	36	40
Noticias con un enfoque divertido	5	3	5
Chismes	2	3	3
Videojuegos	2	3	2
Links a páginas de interés	2	2	2

Primera mención

Porcentaje

n = 1277

Portal que conocen y prefieren

Portal	Conoce	Le gusta más
Facebook	51	41
Youtube	6	10
Twitter	6	10
Ninguno	9	14
Yahoo	1	
Wikipedia	1	
Tumblr	1	3
Portal UVM	1	
Pinterest	1	1
Google	1	1
MTV	1	
Instagram		2
148 menciones (con frecuencias menores a 10)	21	

Ejemplo de un portal atractivo

Facebook tiene el 27 % de las menciones

Twitter el 9 %

El resto tienen menos del 1% de menciones

236 menciones diferentes
Respuesta espontánea

Porcentaje

n = 1277

CONCLUSIONES



UVVM

CENTRO DE
OPINIÓN PÚBLICA
LAUREATE MÉXICO

Conclusiones

- Los jóvenes eligen Internet como uno de sus principales medios para obtener información y entretenimiento.
- Los jóvenes tienen necesidades de información importantes y consideran que el enfoque de la información orientada hacia ellos debe ser serio, pero diferenciado y divertido.
- En términos generales, les gusta todo tipo de información , particularmente aquella información relacionada con música, deportes, información con contenido social y espectáculos. Consideran que hace falta información sobre temas económicos.
- En términos generales los jóvenes utilizan siempre el mismo medio para consultar la información que les gusta o interesa y buscan preponderantemente rapidez, confiabilidad y variedad.

Conclusiones

- Excepto por Facebook los jóvenes no identifican algún portal especialmente diseñado para ellos. No existe en el mercado un portal que pueda ser referente para ellos.
 - Buscan colores, imágenes, versatilidad e innovación en un portal para ellos.
-

Síguenos en:



@COPUVM



Centro de Opinión Pública UVM

www.opinionpublicauvm.mx
