

# Percepciones Sociales del Instituto Nacional de Estadística y Geografía **2021**

Informes con principales hallazgos de  
la investigación de las encuestas en  
viviendas



INSTITUTO DE  
INVESTIGACIONES  
SOCIALES



COORDINACIÓN  
DE HUMANIDADES



INEGI

## Índice

I. Introducción.....	i
II. Metodología de la investigación.....	1
III. Análisis cuantitativo de la información .....	7
1. Evaluación de la situación del país.....	7
2. Evaluación de la situación con la pandemia .....	16
3. Uso de computadoras y tecnología de la información .....	38
4. Nivel de información.....	43
5. Usos de la estadística, geografía y cartografía .....	48
6. Conocimiento del INEGI .....	72
7. Conocimiento de las funciones del INEGI .....	79
8. Usos de la información del INEGI.....	89
9. Características de la consulta de la información .....	100
10. Confianza.....	112
11. Confianza social.....	116
12. Valoraciones de la información en general .....	118
13. Valoración de la información del INEGI .....	131
14. Transparencia.....	144
IV. Sociodemográficas .....	147
V. Conclusiones.....	163

## I. Introducción

En la configuración democrática de México las instituciones funcionan como órganos pilares que fundan, reglamentan y concilian la vida pública. En este paradigma, las instituciones no solo se deben ver como parte de la burocracia, sino como el puente para establecer diálogos entre los ciudadanos y el gobierno. Es por eso que, para lograr que la vinculación entre los actores funcione se requiere de la rendición de cuentas, la confianza, la autonomía, la publicidad y la transparencia en la toma de decisiones entre otros factores.

Por lo que las personas en la esfera pública, privada, política y económica necesitan información sobre su entorno y contexto, así como las organizaciones de la sociedad civil e incluso el sector gubernamental. Asimismo, tanto la sociedad civil como las mismas instituciones requieren de datos para la solución de problemas. De la misma manera, el gobierno formula las políticas públicas que impactan y buscan mejorar la vida cotidiana de las personas a partir de la información oficial que produce, registra y emite las instituciones especializadas en la materia, además de permitir la evaluación y lograr la gobernanza.

Actualmente los gobiernos y las organizaciones internacionales tienen el objetivo de que la información emitida sea de calidad, pública, verificable y que cuente con estándares para que no solo sea útil a los ciudadanos, sino a entidades académicas y estatales en su quehacer profesional y en beneficio de la población.

En México el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) es el organismo público autónomo encargado de registrar, contabilizar, sistematizar y producir información estadística y geográfica de diversos temas nacionales. Por ello, es fundamental que la sociedad tenga una percepción de confianza y conocimiento sobre ellos y sus diligencias.

En este marco, esta investigación denominada *“Percepciones sociales del Instituto Nacional de Estadística y Geografía 2021”*, realizada por la Universidad Nacional Autónoma de México tiene el objetivo de evaluar las percepciones sociales y la confianza de la ciudadanía sobre el INEGI, con base en las opiniones, actitudes, utilidad y valoraciones de la información mediante un método cualitativo y cuantitativo que permitiera explorar

diferentes aspectos. Se trata de un estudio que integra datos cualitativos y cuantitativos para una observación integral que no solo identifique tendencias, sino que distinga las características de la visión de los usuarios.

En el informe que se presenta se detallan los resultados con base en la *Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI 2021* aplicada en viviendas a nivel nacional, en población de 15 años y más. Es importante destacar que el análisis contenido en este informe se construyó a partir de distintas dimensiones, en los cuales se tomaron en cuenta aspectos sociales, valoraciones y opiniones sobre INEGI, así como de la exploración de la cultura estadística y geográfica que tienen los mexicanos encuestados a partir de la educación formal en el país.

Además, se tiene el objetivo de comparar de forma breve y focalizada los resultados con la *Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI 2017* para explorar los cambios, las opiniones negativas y positivas respecto al estudio anterior, con la finalidad de observar y encontrar las oportunidades, mejoras, fortalezas y debilidades del INEGI a lo largo de este periodo.

Es importante destacar, que la encuesta del año 2021 se tiene que leer y analizar a partir del contexto inédito de la pandemia por COVID-19, ya que el suceso modificó los hábitos de consumo, así como las prioridades y percepciones de las personas. Además, esta situación puso en crisis e incertidumbre aspectos económicos y sociales de las familias, lo que desencadenó en un clima de opinión específico que se caracteriza por admitir una situación pesimista, pero con expectativas a futuro positivas. Estas peculiaridades influyen en la mayoría de las opiniones y valoraciones que manifestaron durante todo el estudio.

## II. Metodología de la investigación

### Diseño Muestral

La encuesta nacional en vivienda tiene como objetivo obtener información acerca de los niveles de conocimiento, la utilización y la confianza que tienen los habitantes del país sobre la información que recopila y produce el **Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)**. Se diseñará una encuesta que permita captar información a nivel nacional.

### Población objetivo

La población objetivo la constituyen las personas de 15 años o más que habitan en el país al momento del levantamiento.

### Marco de la Encuesta

Como marco de muestreo se empleará el Marco Nacional de Viviendas 2012 del INEGI, construido con la información cartográfica y demográfica del Censo Nacional de Población y Vivienda 2020.

El Marco Nacional de Viviendas 2012 es una muestra maestra elaborada por el INEGI, y de la cual se diseñan todas las muestras de las encuestas en vivienda que realiza el Instituto. Para ello, se generan Unidades Primarias de Muestreo (UPM) de la siguiente manera:

#### *1. Formación de las Unidades Primarias de Muestreo (UPM)*

Las Unidades Primarias de Muestreo (UPM) están constituidas por agrupaciones de viviendas con características diferenciadas, dependiendo del ámbito al que pertenecen, como a continuación se especifica:

### **A) En Urbano Alto**

El tamaño mínimo de una UPM es de 80 viviendas habitadas y el máximo es de 160. Pueden estar formadas por:

- Una manzana
- La unión de dos o más manzanas contiguas del mismo AGEB

### **B) En Complemento Urbano**

El tamaño mínimo de una UPM es de 160 viviendas habitadas y el máximo es de 300. Pueden estar formadas por:

- Una manzana
- La unión de dos o más manzanas del mismo AGEB

### **C) En Rural**

El tamaño mínimo de una UPM es de 160 viviendas habitadas y el máximo es 300. Pueden estar formadas por:

- Una localidad de un municipio.
- Una unión de dos o más localidades de un municipio.

## **Estratificación**

En una primera etapa, las UPM están asociadas a un estrato geográfico conformado por tres niveles (Entidad-Ámbito-Zona).

La división política del país y la conformación de localidades diferenciadas por su tamaño, forman de manera natural una primera estratificación geográfica. En cada entidad federativa se distinguen tres ámbitos de estudio: urbano alto, complemento urbano y rural, los cuales a su vez se dividen en zonas, determinadas por criterios de tamaño de la población.

En una segunda etapa se formarán cuatro estratos, en donde se agruparán todas las UPM del país. Esta estratificación considera las características sociodemográficas de los habitantes de las viviendas, las características físicas y equipamiento de las mismas, a través de 34 indicadores (*véase Anexo 1*) contruidos con información del Censo de Población y Vivienda 2010.

## Esquema de muestreo

La selección de unidades se realizará bajo un diseño probabilístico, polietápico, estratificado y por conglomerados, donde cada unidad de muestreo tendrá una probabilidad conocida y diferente de cero de ser seleccionada.

Para cada estrato, se consideran las siguientes unidades de muestreo:

- a) *Unidades Primarias de muestreo (UPM)*: Se seleccionan k UPM del Marco Nacional de Viviendas 2012 bajo un diseño de muestreo aleatorio simple (MAS)<sup>1</sup>.
- b) *Unidades Secundarias de muestreo (USM)*: Se seleccionan 7 viviendas de cada UPM, de forma sistemática, con arranque aleatorio.
- c) *Unidades Últimas de muestreo (UUM)*: Se selecciona de manera aleatoria (MAS) a un individuo de 15 años y más dentro de la vivienda.

## Tamaño de la Muestra

El tamaño de muestra obtenido será de 5,650 casos, los cuales serán distribuidos entre los diferentes estratos. Para obtener el tamaño de muestra se empleó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z_{1-\alpha/2}^2(1-p)DEFF}{d^2p(1-TNR)}$$

---

<sup>1</sup> La selección de UPM será elaborada por el INEGI.

Donde:

$n$  = Tamaño de muestra.

$p$  =proporción de interés a estimar.

$d$ =Error relativo máximo posible.

$z_{1-\alpha/2}^2$  = Es el valor en tablas de valores de probabilidad acumulada para la distribución normal estándar. Este valor depende del nivel de confianza asignado  $(1-\alpha)*100\%$ .

$DEFF$  = Efecto de Diseño. Calculado como el cociente de la varianza en la estimación del diseño utilizado, entre la varianza obtenida considerando un muestreo aleatorio simple para un mismo tamaño de muestra.

$TNR$  = Tasa de no respuesta máxima esperada

Considerando un efecto de diseño de 3.5, una proporción de 14%<sup>2</sup> un error relativo de 15% y una tasa de no respuesta máxima esperada del 35% con un nivel de confianza del 95%, el tamaño de muestra fue de 5,650 casos.

## Afijación de la muestra

La distribución de la muestra se realiza de forma proporcional al número de viviendas habitadas dentro de cada estrato, como se muestra en la siguiente expresión:

$$n_{e,d,h} = \frac{N_{e,d,h}}{N} n$$

donde:

$n$  es el número de viviendas habitadas en muestra.

---

<sup>2</sup> La proporción se consideró con base en los resultados de la Encuesta Nacional en Vivienda del estudio Percepciones Sociales del INEGI 2017 para la variable de *uso de la información proporcionada por el INEGI*.

$n_{e,d,h}$  es el número de viviendas habitadas en muestra en el h-ésimo estrato, en el d-ésimo dominio, en la e-ésima entidad.

$N$  es el número total de viviendas habitadas en el marco muestral.

$N_{e,d,h}$  es el número total de viviendas habitadas en el h-ésimo estrato en el d-ésimo dominio, en la e-ésima entidad.

### Cálculo de los factores de expansión

Para obtener los factores de expansión utilizados en el cálculo de los estimadores de los parámetros, tanto para individuos como para viviendas, se utiliza la probabilidad de selección de cada etapa de muestreo.

La probabilidad de selección del k-ésimo individuo, de la j-ésima vivienda, de la i-ésima UPM, del h-ésimo estrato y de la e-ésima entidad es:

$$P[x_{e,h,i,j,k}] = \frac{n_{e,h} m_{e,h,i}}{m_{e,h}} \frac{n_{e,h}^*}{n_{e,h}} \frac{7}{m_{e,h,i}} \frac{1}{I_{e,h,i,j}} = \frac{7 n_{e,h}^*}{m_{e,h} I_{e,h,i,j}}$$

donde:

$x_{e,h,i,j,k}$  es el k-ésimo individuo en la j-ésima vivienda, en la i-ésima UPM, en el h-ésimo estrato y e-ésima entidad.

$n_{e,h}$  es el número de UPM seleccionadas en el h-ésimo estrato, en la e-ésima entidad dentro del Marco Nacional de Viviendas 2012.

$n_{e,h}^*$  es el número de UPM seleccionadas aleatoriamente, a partir de las primeras  $n_{e,h}$ , en el h-ésimo estrato, en la e-ésima entidad.

$m_{e,h}$  es el número de viviendas en el h-ésimo estrato, en la e-ésima entidad.

$m_{e,h,i}$  es el número de viviendas en la i-ésima UPM, en el h-ésimo estrato, en la e-ésima entidad.

$I_{e,h,i,j}$  es el número de personas de 15 años y más, en la  $j$ -ésima vivienda, en la  $i$ -ésima UPM, en el  $h$ -ésimo estrato, en la  $e$ -ésima entidad.

El recíproco de la probabilidad de selección del  $k$ -ésimo individuo es el factor de expansión correspondiente, es decir:

$$F_{e,h,i,j,k} = \frac{1}{P[x_{e,h,i,j,k}]} = \frac{m_{e,h} I_{e,h,i,j}}{7 n_{e,h}^*}$$

La probabilidad de selección de la  $j$ -ésima vivienda, de la  $i$ -ésima UPM, del  $h$ -ésimo estrato y de la  $e$ -ésima entidad es:

$$P[x_{e,h,i,j}] = \frac{n_{e,h} m_{e,h,i}}{m_{e,h}} \frac{n_{e,h}^*}{n_{e,h}} \frac{7}{m_{e,h,i}} = \frac{7 n_{e,h}^*}{m_{e,h}}$$

El factor de expansión correspondiente se obtiene de la misma manera que el anterior, es decir:

$$F_{e,h,i,j} = \frac{1}{P[x_{e,h,i,j}]} = \frac{m_{e,h}}{7 n_{e,h}^*}$$

Los factores de expansión descritos anteriormente se calibran con base en la información obtenida durante el levantamiento, así como los datos poblacionales del Censo de Población y Vivienda 2010 y proyectados por el Consejo Nacional de Población (CONAPO), con el fin de expandir a la población en las proporciones que se presentan en el país.

### III. Análisis cuantitativo de la información

#### 1. Evaluación de la situación del país

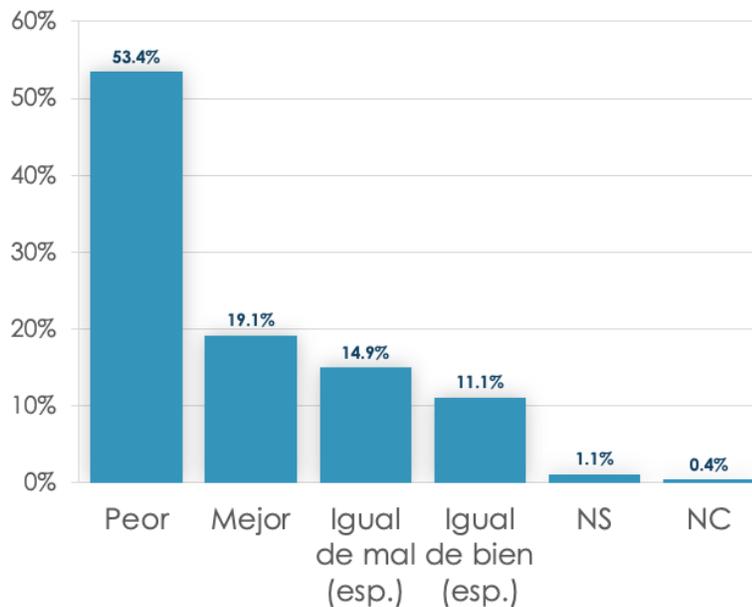
Este apartado describe las preguntas sobre la percepción de los encuestados en temas de aspectos políticos y económicos del país. El conocimiento que tienen los encuestados acerca de la percepción de la situación del país en una encuesta es importante, dado que permite establecer contextos precisos que posibiliten situar la opinión emitida en relación con hechos y acontecimientos que afectan la vida de los entrevistados. Es en este sentido, que se evalúa la situación política y económica de México en el contexto de la pandemia, así como las expectativas con respecto a sus mejoras en el futuro. Estos elementos pueden ayudar a contextualizar el optimismo y el pesimismo que se vive en el momento del levantamiento de la información. La información que se obtiene en este apartado funge como punto de referencia hacia la evaluación del gobierno en función del contexto social y económico que puede asociarse posteriormente con la percepción observada del trabajo de las instituciones.

*Comparada con la situación económica que tenía el país antes de la pandemia (confinamiento), ¿cómo diría usted que es la situación económica actual del país: mejor o peor?*

En función de lo anterior, sobre la situación económica que tenía el país antes de la pandemia por Covid-19 se realizó la siguiente pregunta: *Comparada con la situación económica que tenía el país antes de la pandemia (confinamiento), ¿cómo diría usted que es la situación económica actual del país: mejor o peor?* El 53.4% de los encuestados tiene una opinión negativa, ya que mencionaron que la situación económica actual está *peor*; aquellas personas que consideran que la situación sigue *igual de mal* que la que se tenía antes de la pandemia representan el 14.9%. De manera contraria, el 11.1% de los entrevistados muestra una opinión optimista, respondiendo la opción *igual de bien*; por

último, el 19.1% considera que la situación económica del país está *mejor* que antes de la pandemia (véase gráfica 1).

**Gráfica 1. Comparada con la situación económica que tenía el país antes de la pandemia (confinamiento), ¿cómo diría usted que es la situación económica actual del país: mejor o peor?**



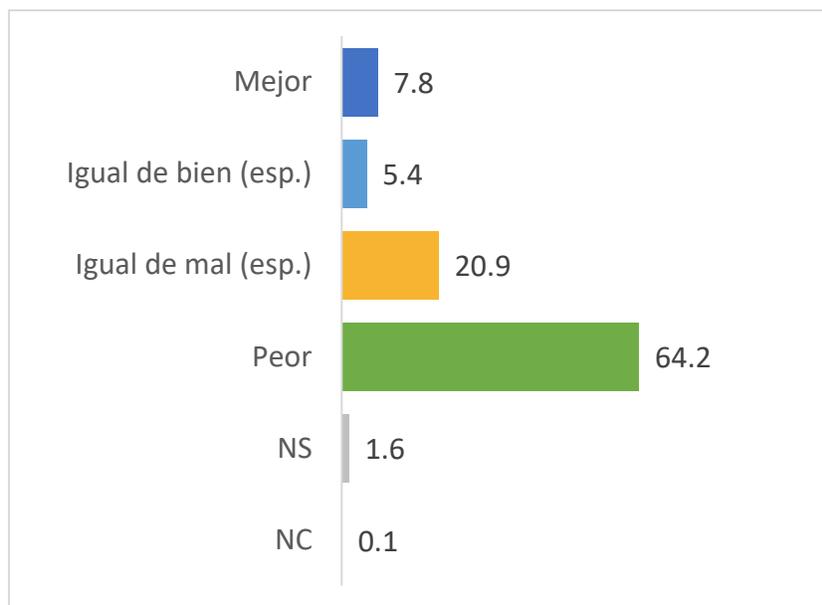
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Del análisis sociodemográfico, se puede observar que principalmente las mujeres tienen una percepción pesimista, ya que respondieron en mayor medida que la situación económica actual del país está *peor*. Asimismo, destaca que las personas más jóvenes (de 15 a 24 años) y las de mayor edad (de 65 años y más), así como las personas de escolaridad básica mencionaron como *peor* la situación económica.

En comparación con la Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017, se percibió que la perspectiva era pesimista, ya que el 64.2% de los encuestados observaron estar *peor* las condiciones económicas, el 20.9% no advierte cambios pero considera que la situación económica sigue *igual de mal*, mientras que aquellos que muestran una opinión más optimista, y evalúan la situación económica del

país como *igual de bien o mejor*, representa el 5.4% y 7.8%, respectivamente (véase gráfica 2).

**Gráfica 2. Comparada con la situación económica que tenía el país hace un año, ¿cómo diría usted que es la situación económica actual del país: mejor o peor? (porcentajes).**



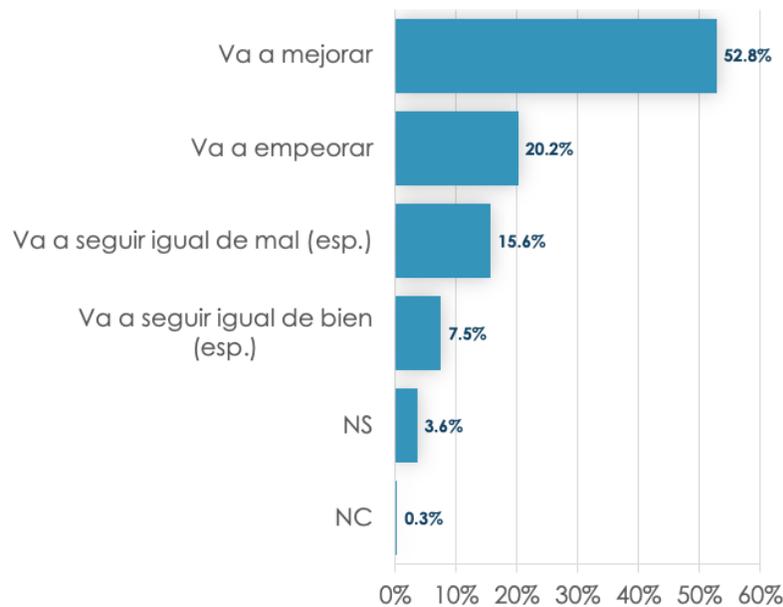
Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-IIIJ. Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

Los resultados entre ambas encuestas son similares, los encuestados respondieron de forma pesimista que la situación económica del país ha sido *peor o igual del mal*, se puede observar que, para la encuesta del 2017, las personas ligeramente consideraban que la situación económica se encontraba mucho *peor*, ya que tiene una diferencia de casi 11% con la encuesta actual. Respecto a las opiniones optimistas, destaca que la presente encuesta tiene porcentajes más altos que la realizada en 2017, ya que para la opción *igual de bien* la diferencia entre ambas es de 5.7% y de la opción *mejor* la diferencia se representa en 11.3%. El contexto que se presentó a partir de la pandemia por Covid-19 trajo como consecuencia incertidumbre frente a la situación económica, lo que nos permite identificar que los porcentajes de la encuesta actual refleja un optimismo hacia un fin próximo de la pandemia.

*En general, ¿cree usted que en el próximo año la situación económica del país...?*

Para el análisis de la evaluación sobre la situación económica del país, es importante conocer la expectativa a futuro que tienen los encuestados. En este sentido se preguntó: *En general, ¿cree usted que en el próximo año la situación económica del país...?* Respecto al tema, la mitad de los encuestados (52.8%) respondió de manera positiva que *va a mejorar*; la segunda opción más mencionada es totalmente opuesta ya que consideran que *va a empeorar* (con 20.2%) y de manera espontánea un 15.6% respondió que *va a seguir igual de mal* y un 7.5% dijo que *va a seguir igual de bien* (véase gráfica 3).

**Gráfica 3. En general, ¿cree usted que en el próximo año la situación económica del país...?**



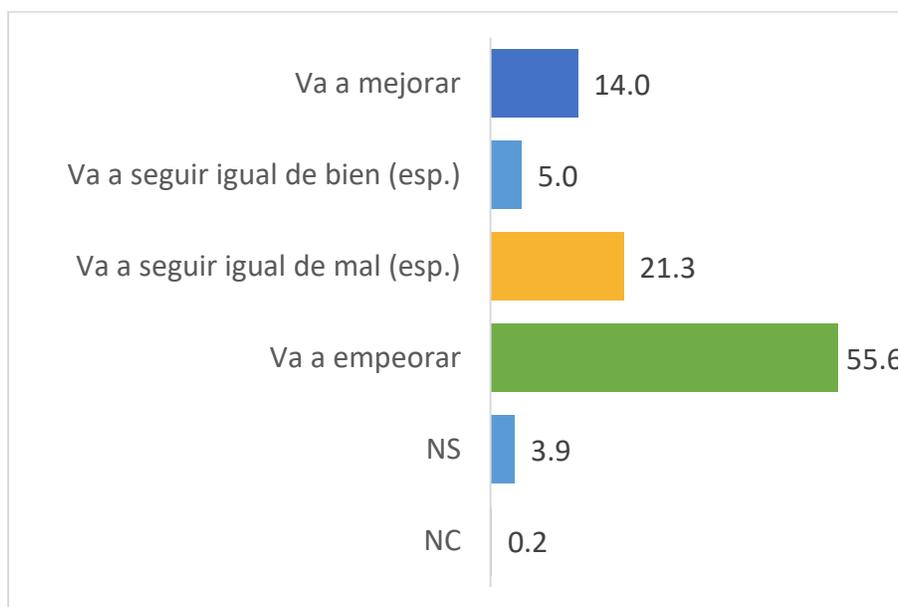
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Del cruce sociodemográfico, se puede observar que principalmente son los hombres, las personas más jóvenes de 15 a 19 años, aquellas personas con escolaridad de carrera técnica con preparatoria terminada y licenciatura o profesional son las que tienen una expectativa de que la situación económica del país el próximo año *va a mejorar*. En contraste, aquellas

personas que consideran que *va a empeorar* la situación económica del país son las mujeres y las personas de entre 60 a 64 años.

En contraste, se observó respecto a los resultados de la Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017 que los entrevistados tenían una perspectiva pesimista. Más de la mitad (55.6%) opinaba que la situación económica *va a empeorar*, mientras que en un menor porcentaje las personas encuestadas dijeron que *va a seguir igual de mal* (21.3%). Solo el 19% de éstos tenía una perspectiva positiva de que la situación económica *va a seguir igual de bien* o que *va a mejorar* (véase gráfica 4).

**Gráfica 4. En general, ¿cree usted que en el próximo año la situación económica del país...? (porcentajes)**



Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-IIIJ. Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

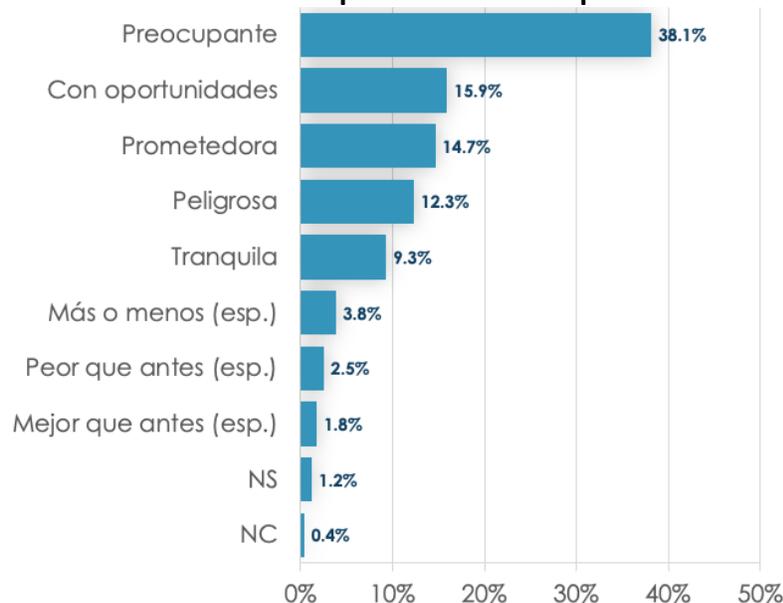
De ambas encuestas podemos observar que la expectativa a futuro es positiva en la encuesta actual, ya que la opinión más mencionada en el 2021 es que la situación económica *va a mejorar* en comparación con la encuesta de 2017, donde la diferencia de porcentaje entre ambas es de 38.8%. En sentido negativo, la opción *va a empeorar* fue mencionada en mayor medida en la encuesta de 2017 con una diferencia porcentual de 35.4%. El cambio de las opiniones entre ambas encuestas puede obedecer al contexto

actual de la pandemia teniendo como esperanza en las personas una expectativa optimista a futuro.

*De las siguientes palabras, ¿con cuál está usted más de acuerdo para describir la situación política actual del país?*

Para el caso de la situación política del país, se preguntó: *De las siguientes palabras, ¿con cuál está usted más de acuerdo para describir la situación política actual del país?* La opinión más mencionada fue *preocupante* ya que casi cuatro de cada 10 personas consideran esta situación. La opción *con oportunidades* se mencionó en segundo lugar, representando el 15.9% de los encuestados. Opciones optimistas como *prometedora* y *tranquila* registraron el 14.7% y 9.3% respectivamente de las opiniones, en contraste con el 12.3% de los encuestados que dijeron de forma pesimista ser una situación *peligrosa*. Finalmente, las opciones menos mencionadas fueron: *más o menos* (con 3.8%), *peor que antes* (con 2.5%) y *mejor que antes* (con 1.8%) (véase gráfica 5).

**Gráfica 5. De las siguientes palabras, ¿con cuál está usted más de acuerdo para describir la situación política actual del país?**

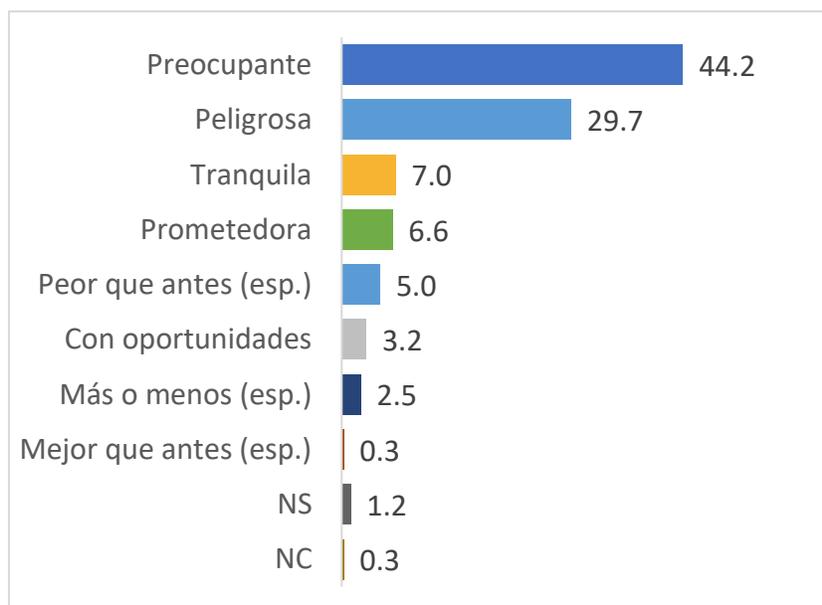


Fuente: "Percepciones Sociales del INEGI", UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Las personas que perciben como *preocupante* la situación política actual del país fueron principalmente las mujeres, las personas de 55 a 59 años, aquellas personas con nivel de escolaridad de licenciatura o profesional y aquellas con mayor ingreso individual (Más de 14 SM (\$51,753 o más mensuales). Por el contrario, se observa que los hombres, las personas de mayor edad (65 años y más) y aquellos con escolaridad de Normal básica considera una situación *prometedora* para la política actual en el país.

Para los resultados de la Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017, se registró entre las diversas categorías de respuestas, que la que concentró el mayor porcentaje de respuestas que comparten esa opinión es la que describe la situación política como *preocupante*, con un 44.2%, seguida por aquellos que la consideran *peligrosa*, con un 29.7%; el 5% tiene una opinión negativa y considera la situación como *peor que antes*. Asimismo, los encuestados con una opinión más optimista concentran porcentajes menores. Por ejemplo, el 7% y el 6.6% consideraron que la situación política del país era *tranquila* o *prometedora*, respectivamente (véase gráfica 6).

**Gráfica 6. De las siguientes palabras, ¿con cuál está usted más de acuerdo para describir la situación política del país? (porcentajes)**



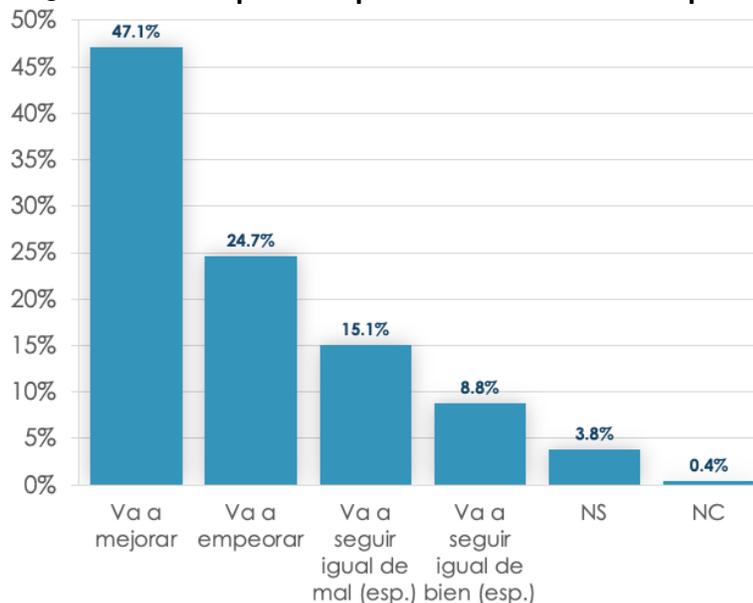
Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-IIIJ. Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

El panorama de la situación política en ambas encuestas fue la mención *preocupante*, ya que fue la más mencionada; para el 2017 se respondió en mayor medida con un 6.1% de diferencia. Cabe resaltar que para el 2021 la opción *peligrosa* disminuyó considerablemente en 17.4%, en su lugar, la opción *con oportunidades* tuvo un incremento de 12.7% en comparación con la de 2017. La opinión sobre la situación política del país presenta un contraste, ya que a pesar de que la primera mención que se dijo fue *preocupante*, también se puede observar que los encuestados afirmaron ver *con oportunidades* y *prometedora* la situación política del país.

*¿Y cree usted que en el próximo año la situación política del país...?*

De la misma manera, se preguntó acerca de la expectativa a futuro de la situación política del país: *¿Y cree usted que en el próximo año la situación política del país...?* Casi la mitad (47.1%) considera que la situación política *va a mejorar*. Por otro lado, se registra que casi dos de cada diez personas consideran que *seguirá igual de mal* y solo una de cada diez entrevistados cree que *va a seguir igual de bien*. El 24.7% de los encuestados respondió que *va a empeorar* (véase gráfica 7).

**Gráfica 7. ¿Y cree usted que en el próximo año la situación política del país...?**

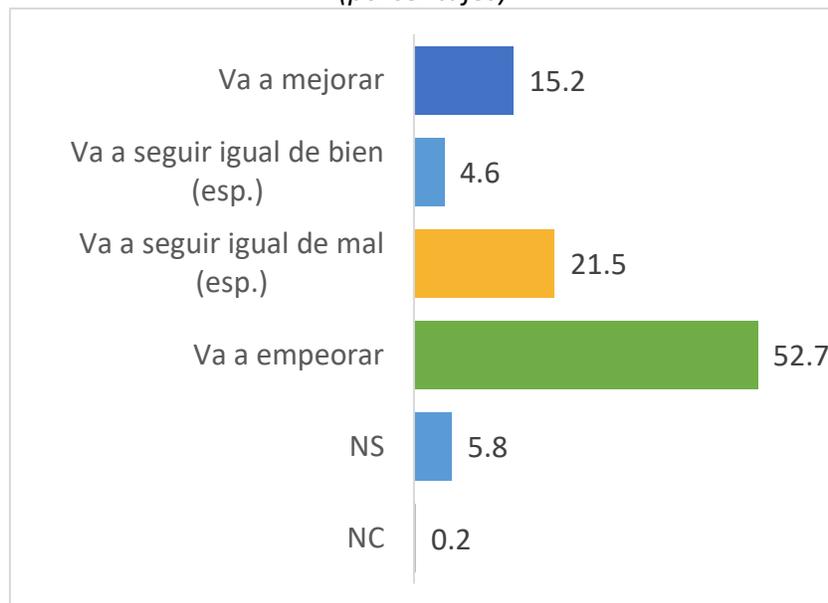


Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Se observa, de acuerdo con el análisis de las tablas de contingencia, que son los hombres, las personas más jóvenes de 15 a 19 años y aquellas personas con escolaridad de carrera técnica con preparatoria terminada que tienen una expectativa positiva de que *va a mejorar* la situación política del país. En cambio, son las mujeres y las personas de 60 a 64 años quienes consideran en un sentido negativo que *va a empeorar* la situación política del país en el próximo año.

En los resultados de la Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017 se registró que el 52.7% de los encuestados expresó que la situación política del país *va a empeorar*, mientras que el 21.5% de ellos indicó que seguirá *igual de mal*. El 19.8% expresa una opinión más positiva; es decir, cree que la situación política va a *mejorar* o a seguir *igual de bien* (véase gráfica 8).

**Gráfica 8. ¿Y usted cree que en el próximo año la situación política del país...?**  
(porcentajes)



Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-IIIJ. Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

En el sentido de la expectativa a futuro se presenta un cambio en la percepción de los encuestados, para el 2021 la principal mención fue que *va a mejorar*, teniendo un incremento de 31.9% en comparación con la de 2017. En cambio, para la encuesta de 2017

la mención con mayor respuesta fue *va a empeorar*, teniendo un 28% de diferencia entre ambas. Se puede observar que de la encuesta de 2017 a la de 2021 las menciones cambiaron de extremo, porque en mayor medida, la percepción política se basa en los cambios de gobierno registrados en el país.

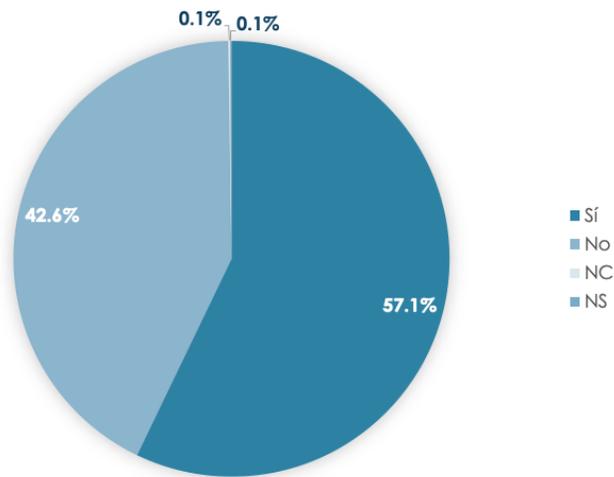
## 2. Evaluación de la situación con la pandemia

La pandemia por Covid-19 ha traído como consecuencia precariedad estructural, salarios más bajos y la amenaza de despidos en empleos, que trae consigo desequilibrio en el mercado laboral. En este escenario, se impulsaron actividades emergentes que procuran la recuperación económica de las familias; estas actividades no solo tuvieron el apoyo familiar para el impulso, sino que a través de las herramientas digitales encontraron la forma de llevar sus productos a la venta. La aportación de información digital que se proporciona a través de las instituciones ha sido de gran apoyo para el impulso de estas actividades económicas.

### *Actualmente, ¿usted está trabajando?*

En este mismo sentido, a partir de la crisis sanitaria por Covid-19, diversas empresas, negocios y/o personas se encuentran en una situación de incertidumbre. Por ello, se realizó la pregunta: *Actualmente, ¿usted está trabajando?* Más de la mitad de los encuestados (57.1%) afirmó contar con trabajo actualmente, sin embargo, un 42.6% de las personas respondieron de forma negativa (véase gráfica 9).

**Gráfica 9. Actualmente, ¿usted está trabajando?**



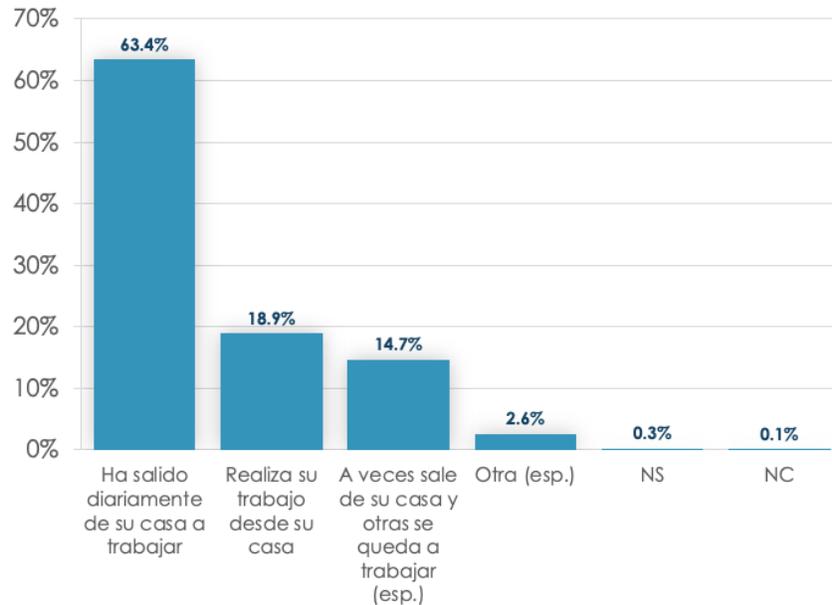
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Principalmente, se puede observar que son los hombres y aquellas personas de 35 a 39 años, así como aquellas personas que tienen escolaridad más avanzada (licenciatura o profesional y maestría o doctorado) quienes afirmaron estar trabajando actualmente. De las personas que respondieron en forma negativa no contar con trabajo fueron principalmente las mujeres y las personas más jóvenes (de 15 a 19 años).

***Desde que inició la pandemia, usted...***

La gravedad de la situación económica por la pandemia y la escasa posesión de ahorros propició una considerable disminución de ingresos. En este sentido, se preguntó: *Desde que inició la pandemia, usted...* El 63.4% de los encuestados respondió con mayor frecuencia que *ha salido diariamente de su casa a trabajar*, en comparación con el 18.9% de las personas que respondieron *realizar su trabajo desde su casa*. Las opciones que tuvieron menor frecuencia de respuestas fueron *a veces sale de su casa y otras se queda a trabajar* con un 14.7% (véase gráfica 10).

**Gráfica 10. Desde que inició la pandemia, usted...**



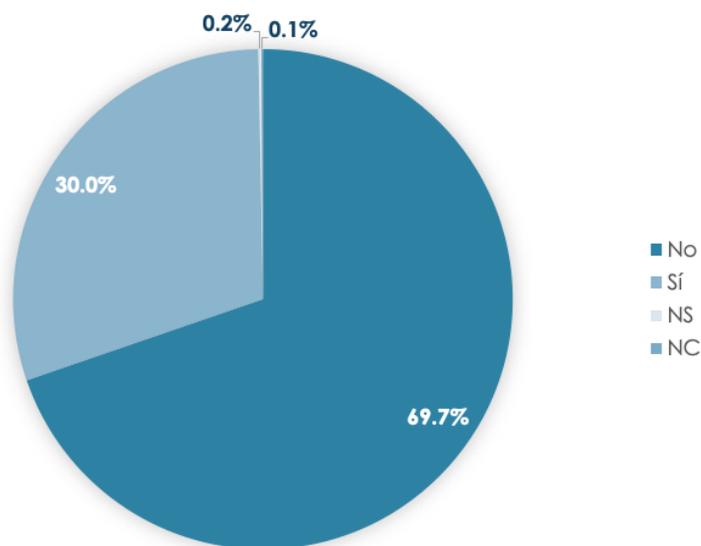
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Cabe destacar que, del análisis sociodemográfico se puede identificar que son principalmente los hombres, las personas de 55 a 59 años y los de escolaridad de preparatoria o bachillerato los que respondieron que han salido diariamente de su casa a trabajar desde que inició la pandemia. Adicionalmente, son las mujeres y las personas más jóvenes (15 a 19 años) las que dijeron realizar su trabajo desde su casa.

*Usted, ¿ha emprendido algún negocio o actividad para mejorar su situación económica?*

Para conocer cómo han mejorado su situación económica durante la pandemia se cuestionó lo siguiente: *Usted, ¿ha emprendido algún negocio o actividad para mejorar su situación económica?* Más de la mitad de las personas entrevistadas (69.7%) negaron emprender algún negocio o actividad para mejorar su situación económica, en comparación con el 30% quienes respondieron en forma positiva (véase gráfica 11).

**Gráfica 11. Usted, ¿ha emprendido algún negocio o actividad para mejorar su situación económica?**



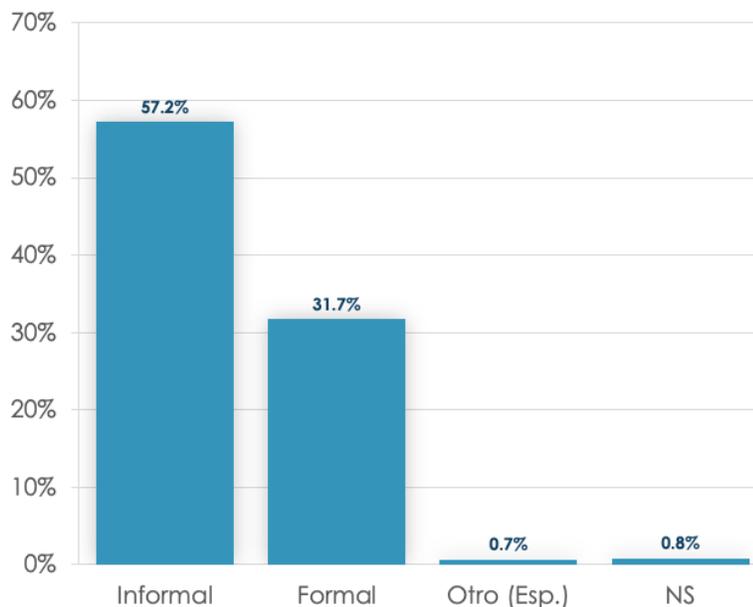
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

El principal hallazgo sociodemográfico que se puede observar para las personas que emprendieron algún negocio o actividad para mejorar su situación económica, fueron aquellas personas de 30 a 34 años que respondieron, en mayor medida.

### ¿Qué tipo de negocio?

Adicional a la actividad o negocio que han emprendido se preguntó: *¿Qué tipo de negocio?* Destaca que el primer tipo de negocio es *informal*, respondida por el 57.2% de los encuestados y un 31.7% de las personas respondió tener un negocio de tipo *formal* (véase gráfica 12).

**Gráfica 12. ¿Qué tipo de negocio?**



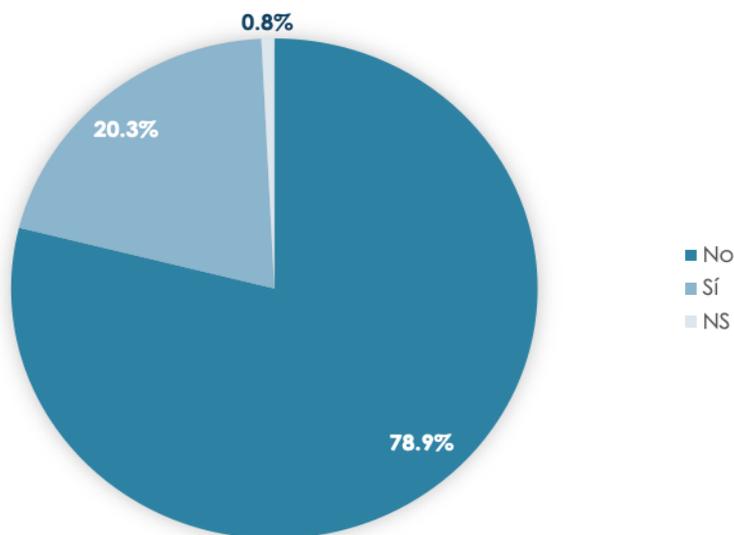
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

De los negocios que se emprendieron durante la pandemia, cabe destacar que para aquellos de tipo *informal* fueron principalmente las mujeres, aquellas personas de 55 a 59 años y las de escolaridad más básica como la primaria, que se situaron dentro de este tipo de negocio. Por su parte, fueron los hombres y las personas de 65 años y más quienes respondieron que el tipo de negocio que emprenden es *formal*.

*¿Ha utilizado información del INEGI para el emprendimiento de su negocio?*

En torno a las herramientas que pueden utilizar los encuestados en el emprendimiento de sus negocios o actividades se realizó la pregunta *¿Ha utilizado información del INEGI para el emprendimiento de su negocio?* El 78% de los encuestados *no* ha utilizado información del INEGI, solo el 21.6% de las personas afirmó *sí* utilizar algún tipo de información del Instituto (véase gráfica 13).

**Gráfica 13. ¿Ha utilizado información del INEGI para el emprendimiento de su negocio?**



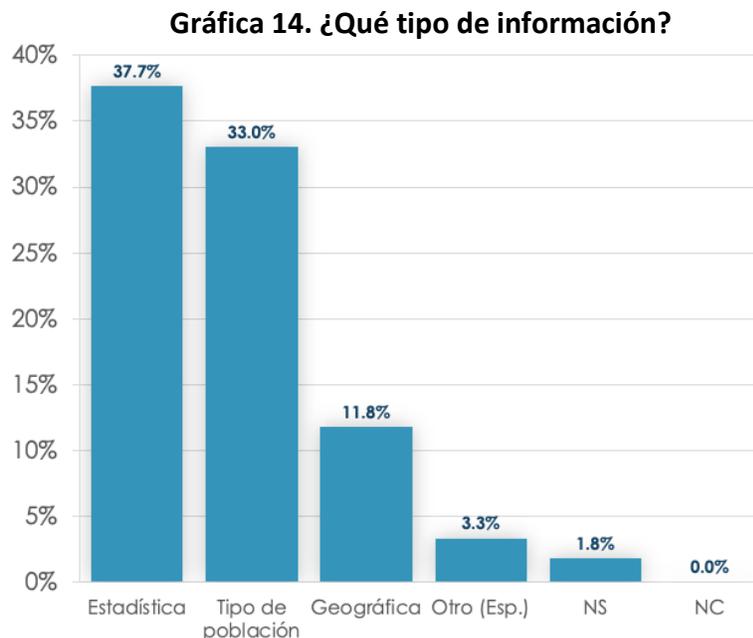
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

En cuanto al análisis del cruce sociodemográfico, los individuos que respondieron con mayor frecuencia negativamente sobre el uso de la información del INEGI para el emprendimiento de su negocio fueron las mujeres, los jóvenes de 20 a 24 años, las personas de escolaridad más básica (primaria) y aquellas con un ingreso individual más bajo (De 0 a 2 SM (\$0 hasta \$7,396 al mes). En cambio, fueron los hombres, las personas de 35 a 39 años y las personas de escolaridad de maestría o doctorado que afirmaron utilizar información del Instituto.

*¿Qué tipo de información?*

Asimismo, como complemento a la afirmación de utilizar algún tipo de información del INEGI para el emprendimiento de su negocio se preguntó: *¿Qué tipo de información?* Principalmente la información que utilizan es información *estadística*, con el 37.7% de

afirmación, el 33% dijo utilizar el *tipo de población* y solo el 11.8% utiliza información *geográfica* (véase gráfica 14)



Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

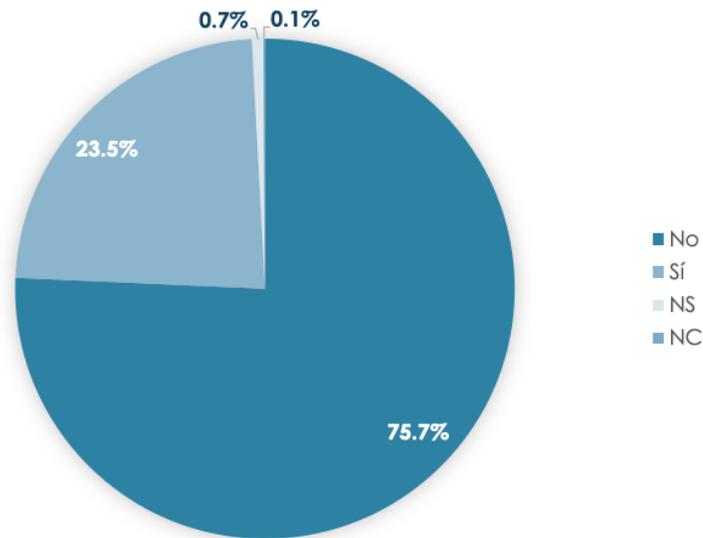
Se puede observar, principalmente, que las personas de 30 a 34 años son las que mencionaron consultar la información *estadística*. De igual manera, principalmente son los hombres y las personas de 35 a 39 años quienes consultan información sobre el *tipo de población*.

*Alguna de las personas que viven en esta casa, ¿ha emprendido algún negocio o actividad para mejorar su situación económica?*

Por otra parte, para conocer la situación económica que tienen las personas que viven en la vivienda del encuestado respecto al emprendimiento o a las actividades económicas, se realizó la siguiente pregunta: *Alguna de las personas que viven en esta casa, ¿ha emprendido algún negocio o actividad para mejorar su situación económica?* Tres cuartas partes de las personas entrevistadas (75.7%) dijeron que ninguna persona de la vivienda ha

emprendido algún negocio o actividad para mejorar su situación económica; solo el 23.5% respondió de forma positiva (véase gráfica 15).

**Gráfica 15. Alguna de las personas que viven en esta casa, ¿ha emprendido algún negocio o actividad para mejorar su situación económica?**



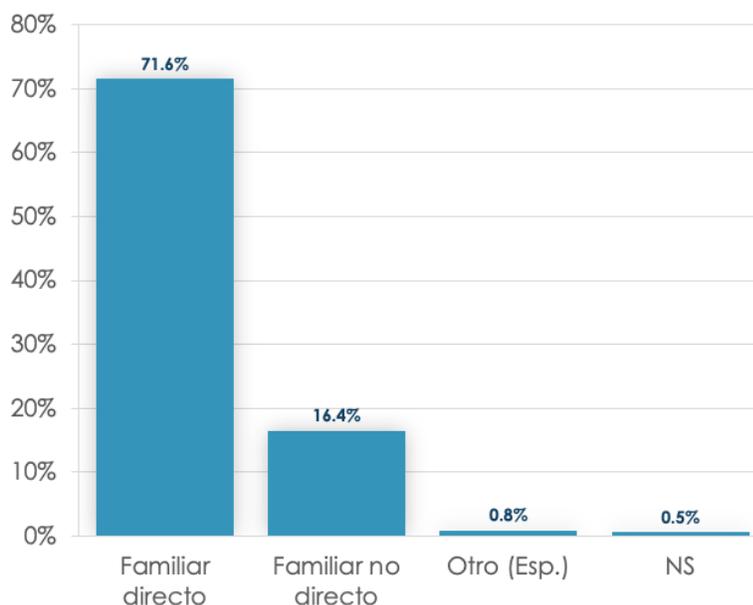
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Las personas que negaron que alguien de la casa ha emprendido algún negocio o actividad para mejorar su situación económica fueron principalmente las personas de 65 años y más y aquellas que no cuentan con ninguna escolaridad. En cambio, solo las personas de menor edad de 15 a 19 años respondieron tener algún miembro que habita en la casa emprendiendo un negocio o actividad económica.

### *¿Quién o quiénes?*

Con el objeto de saber qué personas de la vivienda han emprendido algún negocio o actividad para mejorar su situación económica se preguntó: *¿Quién o quiénes?* Destaca que el 71.6% dijo que era un *familiar directo* el que emprendió y el 16.4% afirmó ser de un *familiar no directo* (véase gráfica 16).

**Gráfica 16. ¿Quién o quiénes?**



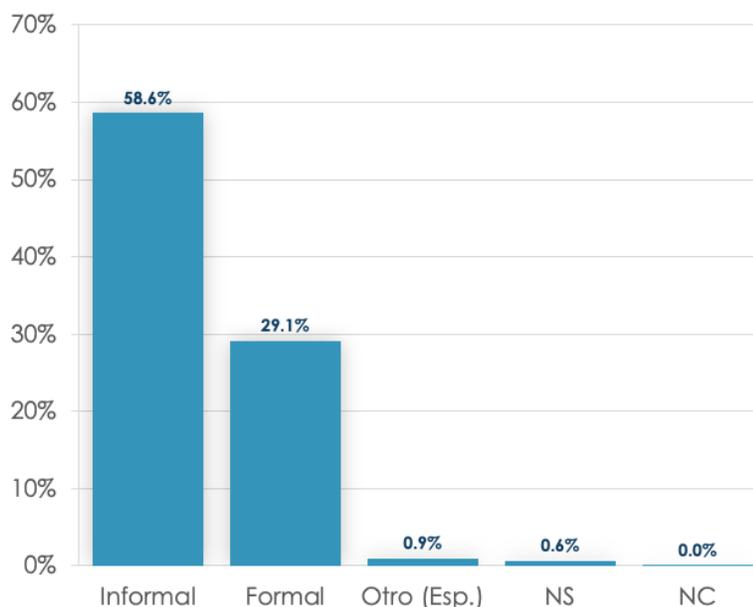
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

El análisis sociodemográfico nos permite observar que los hombres, las personas de 55 a 59 años y aquellas con escolaridad maestría o doctorado son las que dijeron que un familiar directo es el que emprendió algún negocio o actividad económica.

### *¿Qué tipo de negocio?*

También se preguntó: *¿Qué tipo de negocio?* con la finalidad de conocer las principales actividades que han desarrollado las personas para mejorar su situación económica. De las respuestas destaca que el 58.6% de los encuestados tiene un negocio de tipo *informal*, mientras que el 29.1% su negocio es de tipo *formal* (véase gráfica 17).

**Gráfica 17. ¿Qué tipo de negocio?**



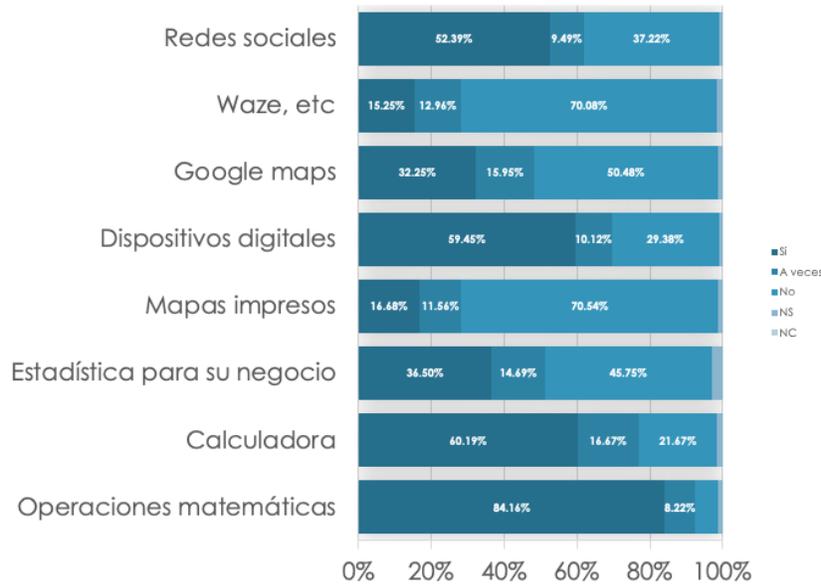
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

De acuerdo con el resultado de las tablas de contingencia, se puede observar que las mujeres, las personas de 40 a 49 años y aquellas con escolaridad secundaria o carrera técnica con secundaria terminada respondieron que el tipo de negocio es *informal*. Solo los hombres y las personas de 50 a 54 años mencionaron que es de tipo *formal*.

*Y para su negocio usted utiliza las siguientes herramientas...*

Como complemento a las actividades económicas que realizan, se cuestionó: *Y para su negocio usted utiliza las siguientes herramientas...* La principal herramienta que mencionaron los encuestados fue *operaciones matemáticas* representada con el 84.2%, con un 60.2% respondieron utilizar *calculadora*, un 59.4% dijo utilizar *dispositivos digitales*, las *redes sociales* fueron mencionadas por un 52.4% y un 36.5% respondió *estadísticas para su negocio*. Entre las opciones con menos mención se encuentran: *Google Maps* con un 32.2%, *mapas impresos* con 16.7% y *Waze* con 15.2% (véase gráfica 18).

**Gráfica 18. Y para su negocio usted utiliza las siguientes herramientas...**



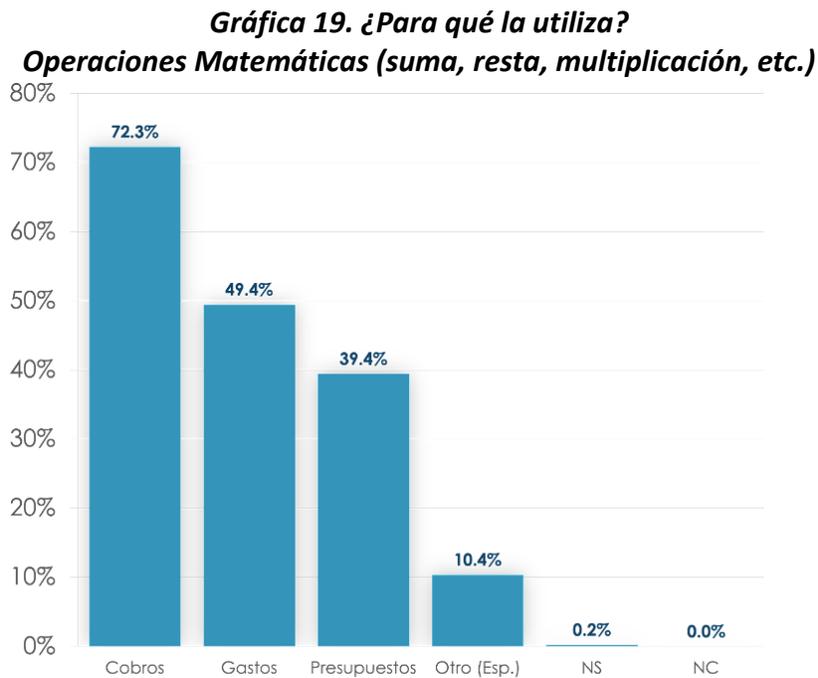
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

De acuerdo con los resultados, respondieron en mayor medida los hombres, las personas de 50 a 54 años y aquellas con escolaridad de carrera técnica con preparatoria terminada utilizar las *operaciones matemáticas* para su negocio. Los *dispositivos digitales* fueron respondidos en mayor medida por los hombres, los más jóvenes (de 15 a 19 años), los más adultos (de 65 años y más) y aquellos que tienen escolaridad de Licenciatura o Maestría o doctorado. Para el uso de la *calculadora* como herramienta para el negocio, se mencionó con mayor frecuencia por hombres y personas de 45 a 49 años. Por último, las *redes sociales* tuvieron mayor respuesta por los hombres y las personas de 20 a 24 años.

### ¿Para qué la utiliza?

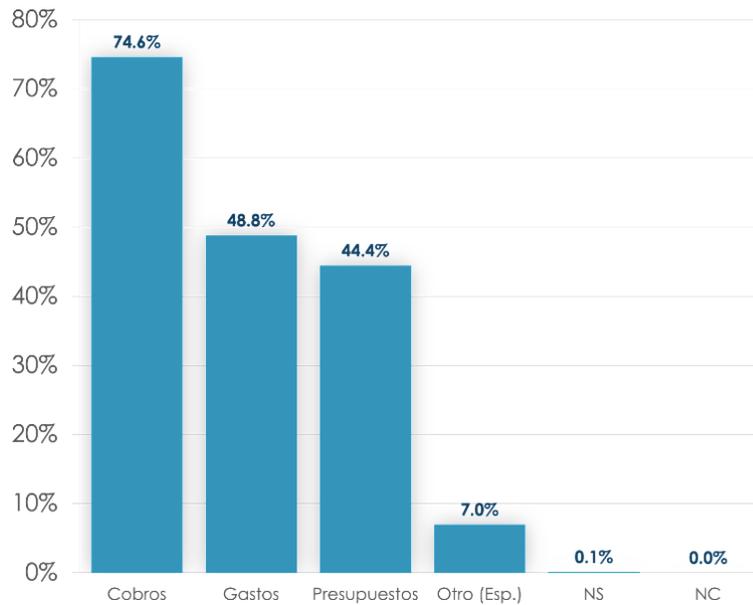
De las herramientas que mencionaron utilizar en su negocio, también se preguntó: *¿Para qué la utiliza?* Las *operaciones matemáticas* las utilizan principalmente para *cobros* (72.3%), *gastos* (49.4%) y *presupuestos* (39.4%). De la opción *dispositivos digitales* mencionaron utilizarlos para *publicidad* (56.2%), *cobros* (37.2%) y *pagos* (35.4%). La *calculadora* la utilizan

para *cobros* (74.6%), *gastos* (48.8%) y *presupuestos* (44.4%). Las *redes sociales* dijeron utilizarlas para *publicidad* (84.3%) y para *ventas* (49.6%). Por su lado, las *estadísticas para su negocio* las utilizan para *presupuestos* (55.2%), *gastos* (54.9%) y *cobros* (49.4%). De *Google Maps* su uso es para *ubicación* (90.9%) y para *competencia* (16.2%). De los *mapas impresos* se mencionó utilizarse para *mejor ubicación* (78.2%) y *mercado* (40%). Por último, para *Waze* lo utilizan principalmente para *ubicación o llegar a un lugar* (86.3%) y *competencia* (19.8%) (véase gráfica 19).



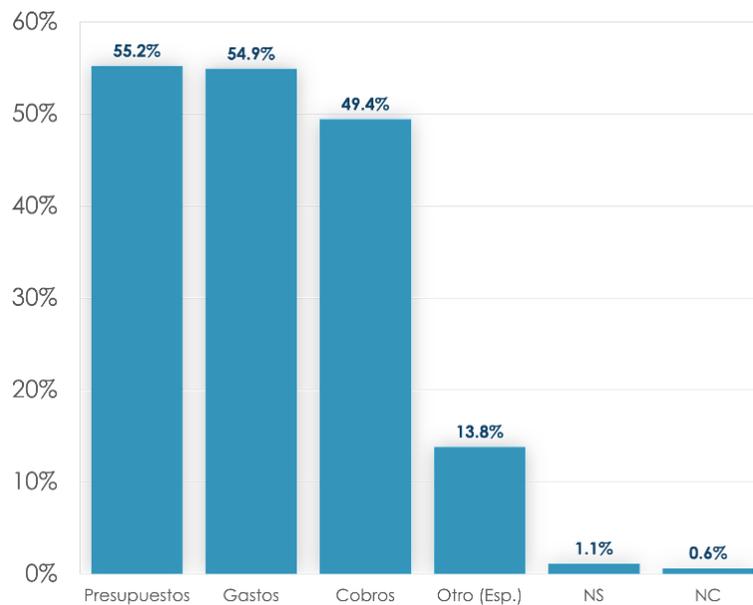
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

**Gráfica 19. ¿Para qué la utiliza?  
Calculadora**



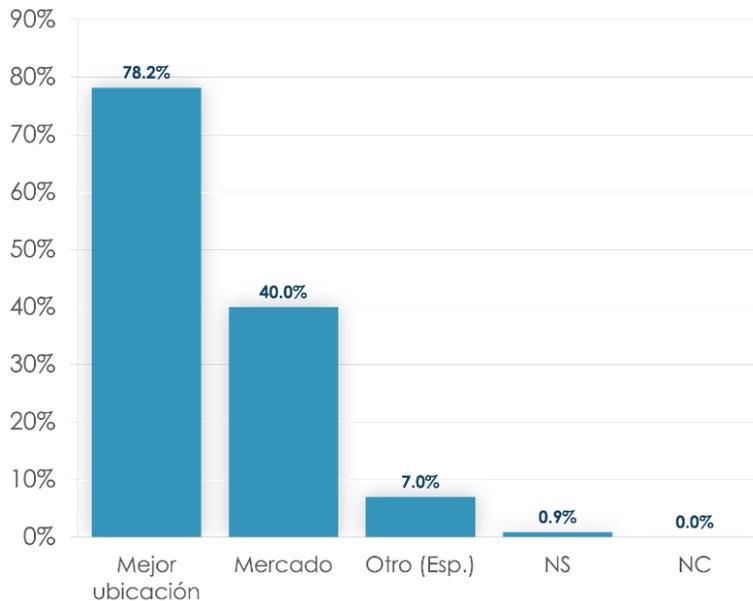
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

**Gráfica 19. ¿Para qué la utiliza?  
Estadísticas**



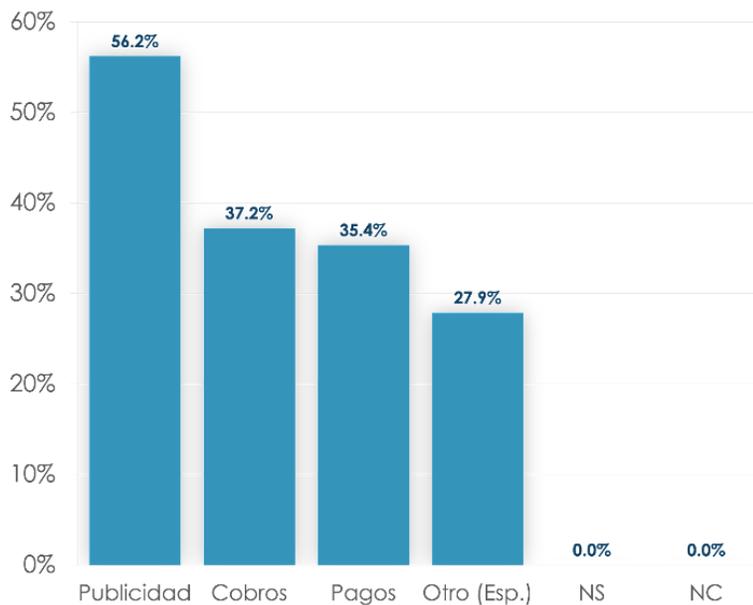
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

**Gráfica 19. ¿Para qué la utiliza?  
Mapas impresos**



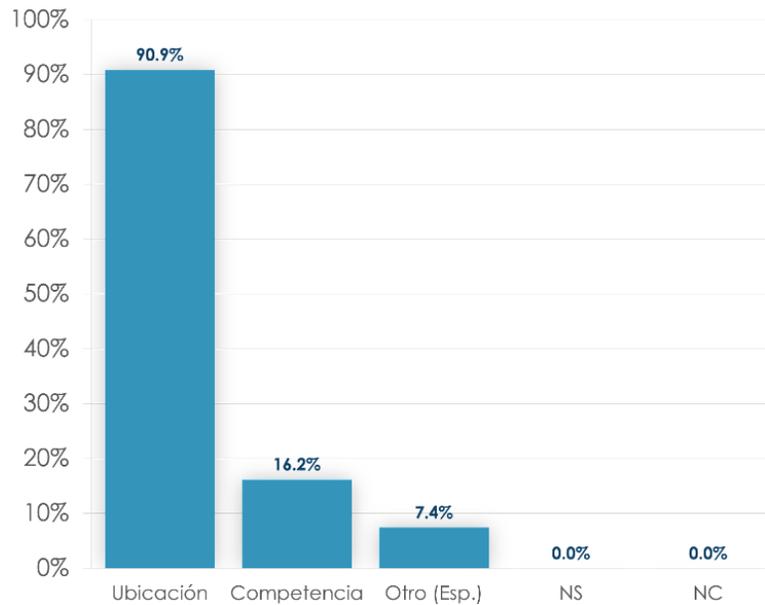
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

**Gráfica 19. ¿Para qué la utiliza?  
Dispositivos digitales (computadora, tablet, celular)**



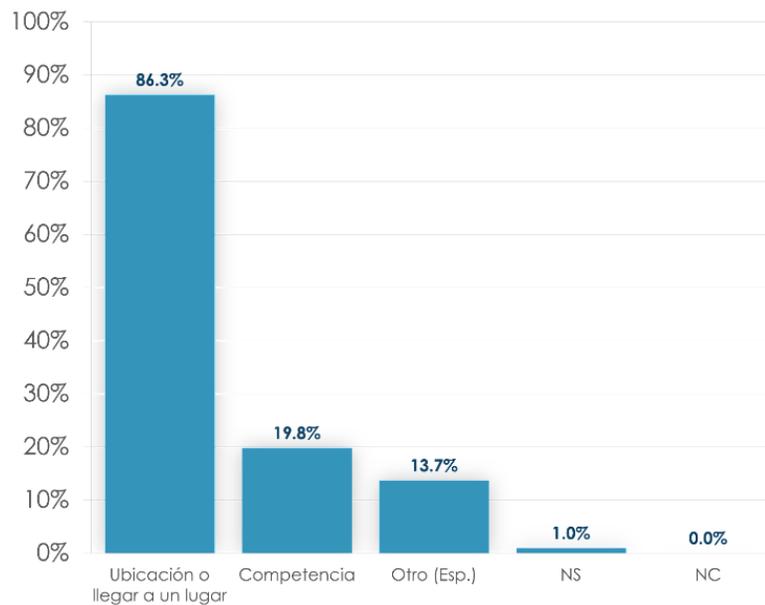
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

**Gráfica 19. ¿Para qué la utiliza?  
Google Maps**



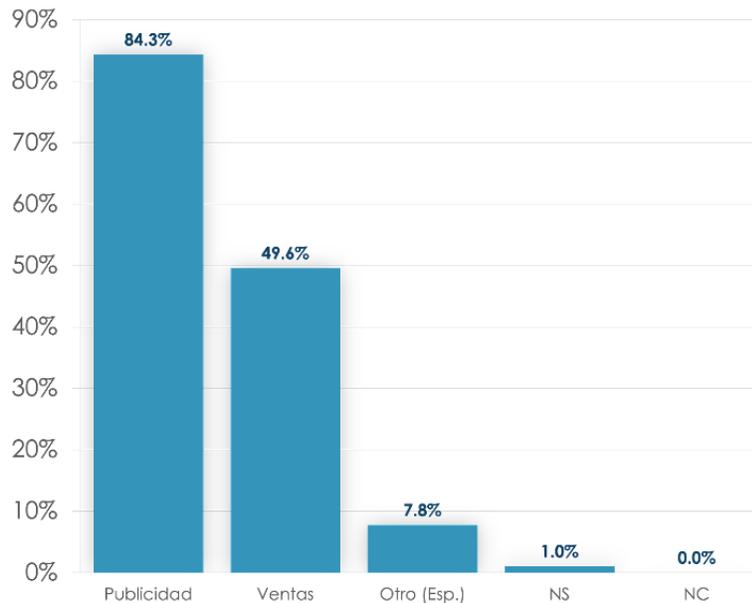
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

**Gráfica 19. ¿Para qué la utiliza?  
Waze**



Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

**Gráfica 19. ¿Para qué la utiliza?  
Redes sociales**



Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

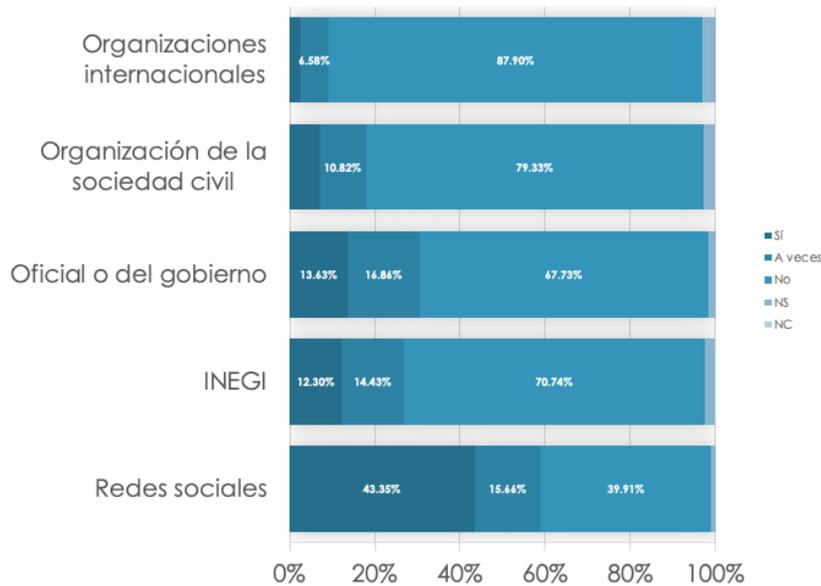
De las tres principales herramientas que se utilizan en el negocio, destaca que para la opción operaciones matemáticas, principalmente la utilizan para *cobros*, mencionada en mayor medida por los hombres y las personas más jóvenes de 15 a 19 años. De la opción dispositivos digitales, el principal uso es para *publicidad*, la cual fue respondida por hombres y personas de 15 a 19 años. Por último, el principal uso que le dan a la calculadora es para *cobros* y se mencionó principalmente por hombres y personas de 15 a 19 años.

***Y para su negocio usted utiliza información de...***

El uso de la información mejora la utilización de las herramientas digitales, de la pregunta *Y para su negocio usted utiliza información de...* Los encuestados respondieron principalmente utilizar la información de *redes sociales* con un 43.3%, con un 13.6% se ubicó la *información oficial o de gobierno*, el 7% utiliza la información de *organizaciones de la*

*sociedad civil* y solo el 2.5% de *organizaciones internacionales*. Destaca que el 70.7% de los encuestados respondió en forma negativa utilizar información del *INEGI* (véase gráfica 20).

**Gráfica 20. Y para su negocio usted utiliza información de...**



Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

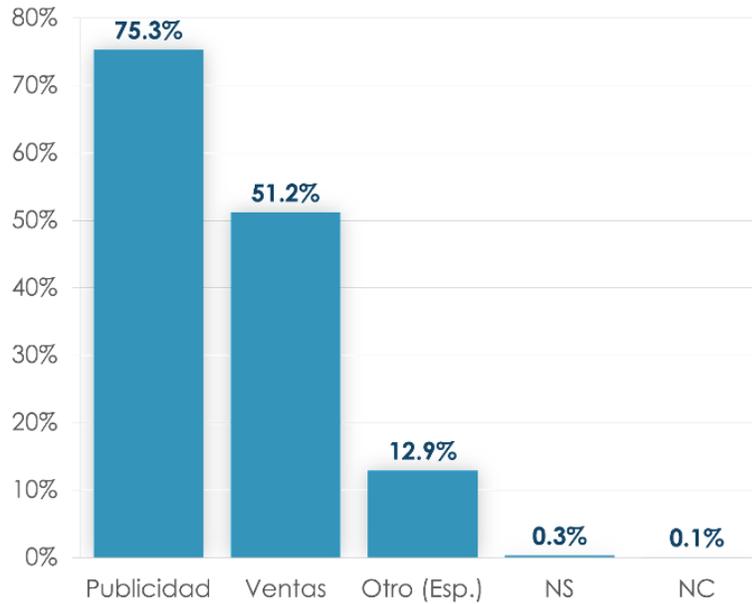
El análisis sociodemográfico arroja que, de la información utilizada en el negocio, las *redes sociales* fueron mencionadas principalmente por los hombres y las personas de 35 a 39 años. De la *información oficial o de gobierno* destaca que las mujeres y las personas de 30 a 34 años respondieron en mayor medida. Finalmente, destaca que las menciones negativas en el uso de la información del *INEGI* fueron respondidas en su mayoría por los más jóvenes de 15 a 19 años y aquellas de escolaridad primaria.

**¿Para qué la utiliza?**

Además de conocer la información utilizada, se preguntó: *¿Para qué la utiliza?* Destaca que de la opción *redes sociales* la utilizan para *publicidad* el 75.3% y para *ventas* un 51.2%, de la opción *INEGI* se utiliza principalmente para *estadísticas* con 81% y para *población* 47.5%.

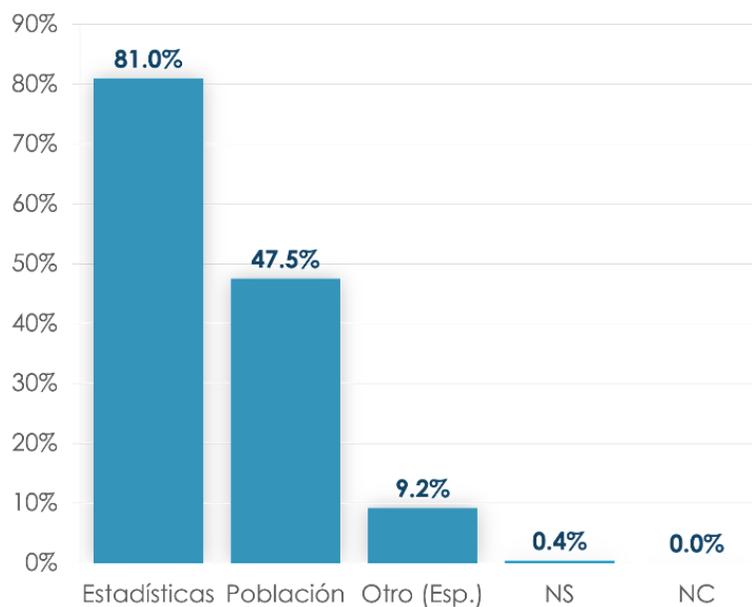
Por último, para la opción *información oficial o del gobierno* solo la utilizan para *salud* con 58.6% (véase gráfica 21).

**Gráfica 21. ¿Para qué la utiliza?  
Redes Sociales**



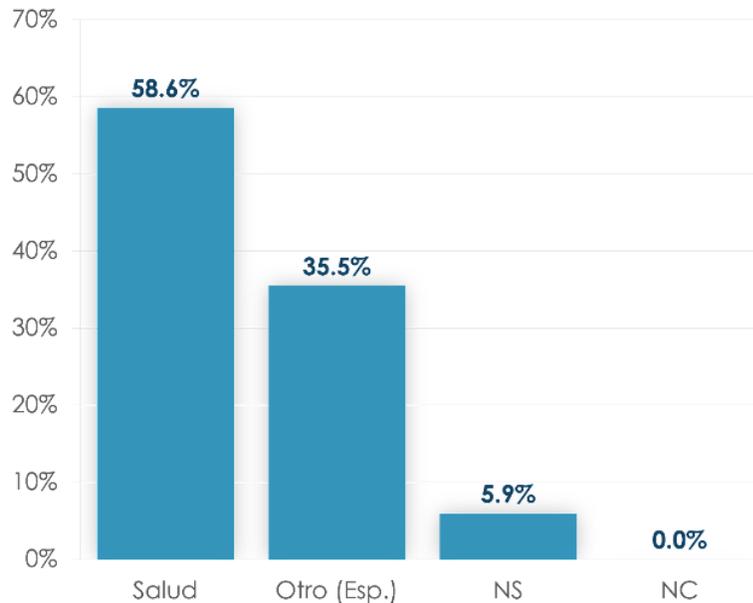
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

**Gráfica 21. ¿Para qué la utiliza?  
INEGI**



Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

**Gráfica 21. ¿Para qué la utiliza?  
Oficial o del gobierno**



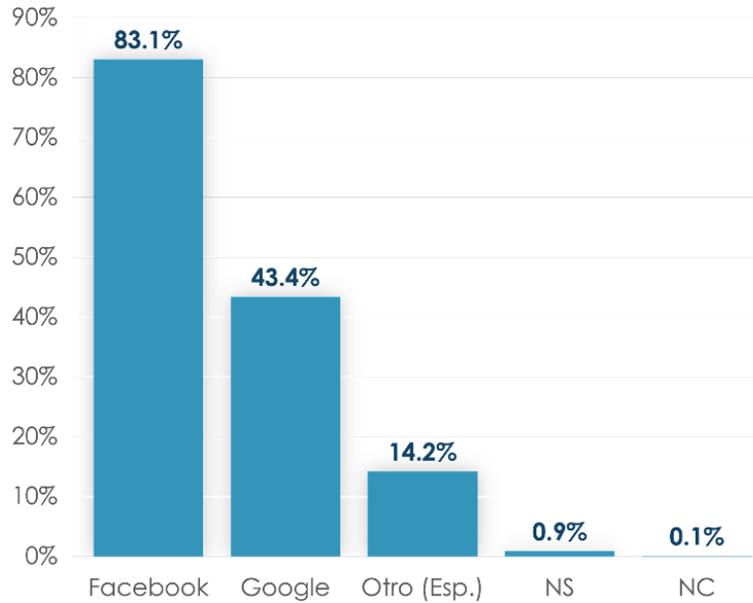
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Se observa que de la opción redes sociales en el uso de la *publicidad*, las personas que respondieron en mayor medida fueron los hombres, las personas de 35 a 39 años y aquellas con escolaridad de carrera técnica con preparatoria terminada. Para la opción dispositivos digitales que son utilizados principalmente para *publicidad*, se mencionó principalmente por hombres y personas de 15 a 19 años. Por último, la información que se utiliza del INEGI son las *estadísticas*, respondida en su mayoría por personas de 30 a 34 años, quienes se pueden relacionar con el uso laboral.

### ¿Y dónde la consulta?

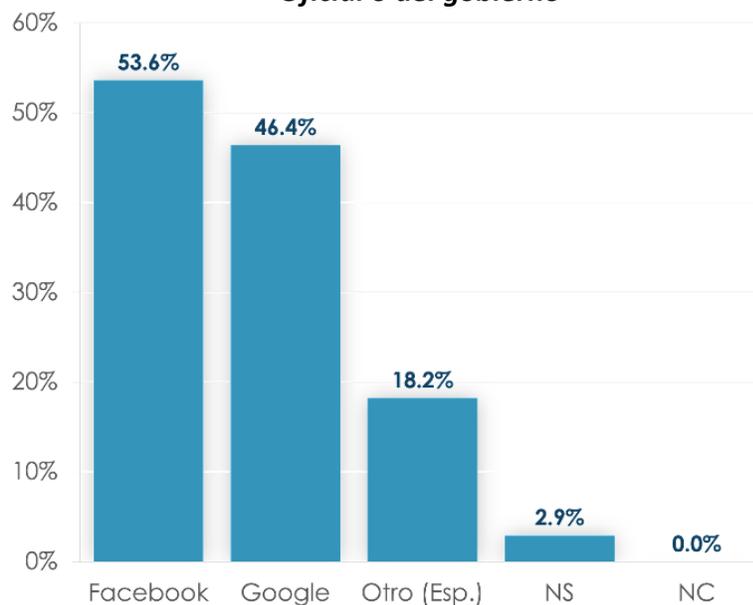
Finalmente, se preguntó: ¿Y dónde la consulta? Principalmente, de la opción redes sociales, los encuestados la consultan principalmente en *Facebook* con 83.1% y con un 43.4% en *Google*. Para la opción de información oficial o del gobierno la consulta la realizan a través de *Facebook* con el 53.6% y con un 46.4% *Google* (véase gráfica 22).

**Gráfica 22. ¿Y dónde la consulta?**  
**Redes Sociales**



Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

**Gráfica 22. ¿Y dónde la consulta?**  
**Oficial o del gobierno**



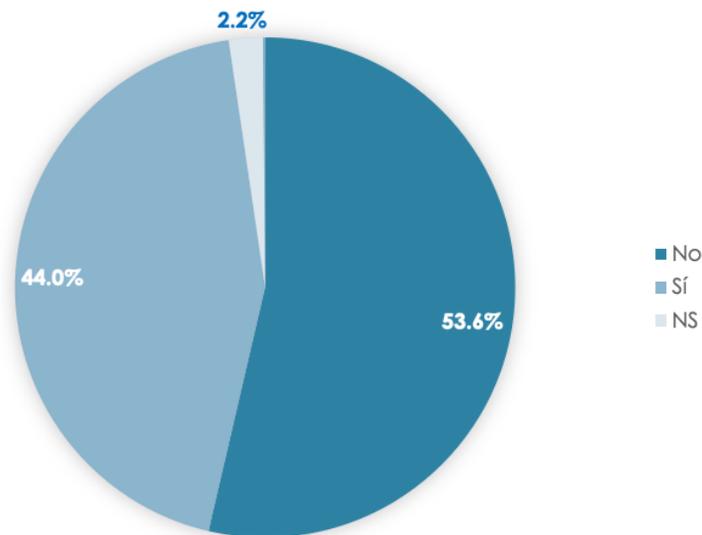
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Del uso de las redes sociales que se consultan a partir de *Facebook*, son los hombres y las personas de 35 a 39 años quienes lo mencionaron con mayor frecuencia. Asimismo, en el uso de información oficial o del gobierno que realizan la consulta a través de *Facebook* fue respondida principalmente por las personas de 30 a 34 años.

*Y durante los últimos doce meses, ¿ha llevado a cabo ventas por internet?*

Por otra parte, también se cuestionó sobre las actividades económicas que se realizan a través del internet, para ello se cuestionó lo siguiente: *Y durante los últimos doce meses, ¿ha llevado a cabo ventas por internet?* Destaca que solo el 44% afirmó que, sí realizó ventas por internet, en contraste con el 53.6% que comentó no haber llevado a cabo ventas por internet (véase gráfica 23).

**Gráfica 23. Y durante los últimos doce meses, ¿ha llevado a cabo ventas por internet?**



Fuente: "Percepciones Sociales del INEGI", UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

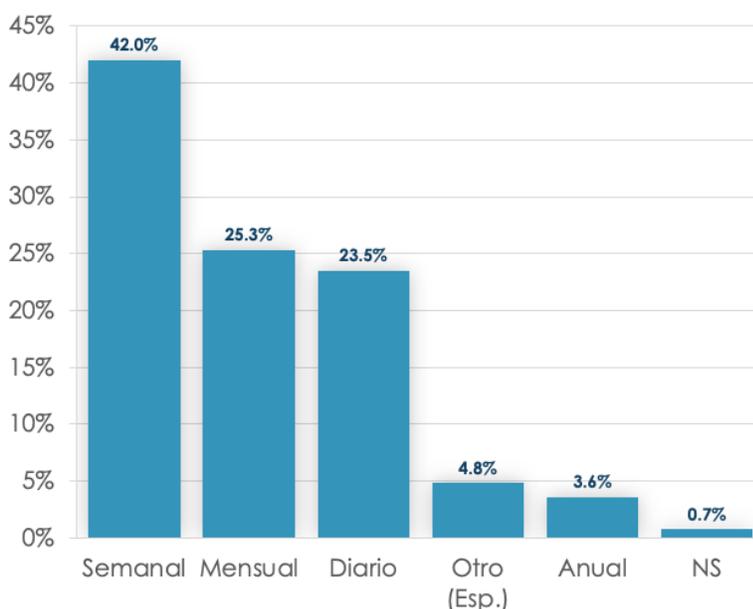
Sobre el mismo tema, se observó en el análisis sociodemográfico, que son principalmente los hombres y las personas con ningún nivel de escolaridad los que mencionaron que habían

llevado a cabo ventas por internet durante los últimos doce meses. Por el contrario, son las mujeres y personas con escolaridad de primaria las que mencionaron no haber tenido alguna venta por internet.

*Y usted, ¿con qué frecuencia realiza estas ventas?*

Asimismo, de los encuestados que realizan esas actividades económicas por internet, se realizó la pregunta: *Y usted, ¿con qué frecuencia realiza estas ventas?* Principalmente un 42% de las personas dijo hacerlo *semanalmente*, mientras que un 25.3% respondió hacerlo *mensual*. El 23.5% dijo hacerlo *diario* y solo el 3.6% comentó hacerlo *anual* (véase gráfica 24).

**Gráfica 24. Y usted, ¿con qué frecuencia realiza estas ventas?**



Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

El análisis de acuerdo con las variables sociodemográficas indica que los individuos que expresaron más frecuentemente que realiza sus ventas *semanalmente* fueron las mujeres, las personas de 40 a 44 años, aquellos con escolaridad de carrera técnica con secundaria

terminada y quienes trabajan sin pago ayudando en el negocio o actividad que desempeña una persona no familiar.

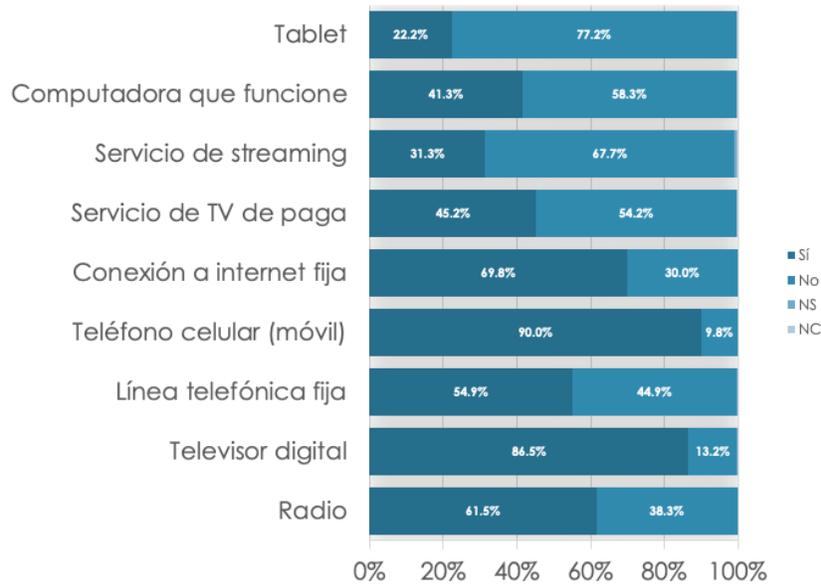
### 3. Uso de computadoras y tecnología de la información

En el panorama de la pandemia por Covid-19 fue necesario adaptar el uso de las tecnologías a las actividades cotidianas de las personas como asistir a clases o a una junta de trabajo, además de que las habilidades tecnológicas para consultar datos estadísticos en línea y disponer de herramientas digitales ofrecen bastante información en el desarrollo de la investigación. Es por ello, que es importante explorar las condiciones físicas y la capacidad que tienen las personas para utilizar los dispositivos.

#### *¿En esta vivienda cuentan con...?*

Para conocer el panorama respecto al uso de computadoras y tecnología de la información se preguntó: *¿En esta vivienda cuentan con...?* De las opciones que más afirmaron tener fue *teléfono celular inteligente (móvil)* con 90%, seguido de *televisor digital* con 86.5%, la *conexión internet fija* registró un 69.8%, la *radio* fue mencionada por un 61.5%, con un 54.9% se dijo la *línea telefónica fija*. El *servicio de tv de paga* con un 45.2%, la *computadora que funcione* registró 41.3%, el *servicio de streaming* fue mencionado por un 31.3% de las personas y la *tablet* solo por un 22.2% (véase gráfica 25).

**Gráfica 25. ¿En esta vivienda cuentan con...?**

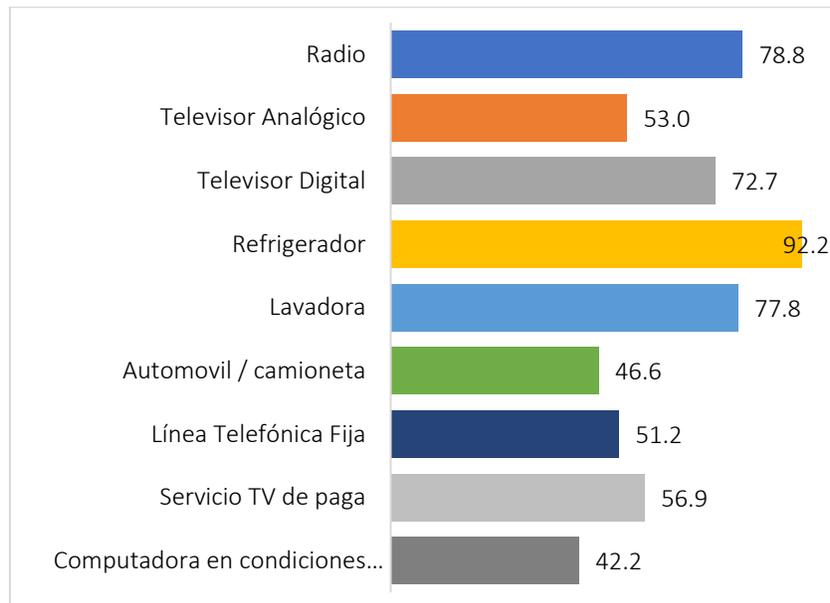


Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

De acuerdo con las variables sociodemográficas se puede observar que las personas que respondieron contar con *teléfono celular inteligente (móvil)* fueron principalmente los hombres, las personas más jóvenes de 15 a 19 años, las personas que cuentan con mayor escolaridad (Licenciatura o Posgrado) y las que su actividad es estudiante. El *televisor digital*, en segundo lugar, fue respondida en mayor medida por las personas más jóvenes de 15 a 19 años, las de escolaridad con normal básica y aquellos que son jubilados o pensionados. La opción correspondiente a la *conexión internet fija* fueron principalmente los hombres, las personas de 20 a 24 años y aquellos que su actividad es ser estudiante.

Para la Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017 se registró que, de la disponibilidad de algunos bienes, se observó que el 92.2% tenía *refrigerador*, 78.8% tenía *radio*, el 72.7% tenía *televisión digital*, el 53% tenía *televisión analógica*, el 77.8% contaba con *lavadora*, el 46.6% poseía *automóvil o camioneta*, el 51.2% tenía *línea fija*, un 56.9% tenía *televisión de paga* y, con el porcentaje más bajo, un 42.2% tenía alguna *computadora* en condiciones de uso (véase gráfica 26).

**Gráfica 26. ¿En su vivienda cuenta con...? (porcentajes)**



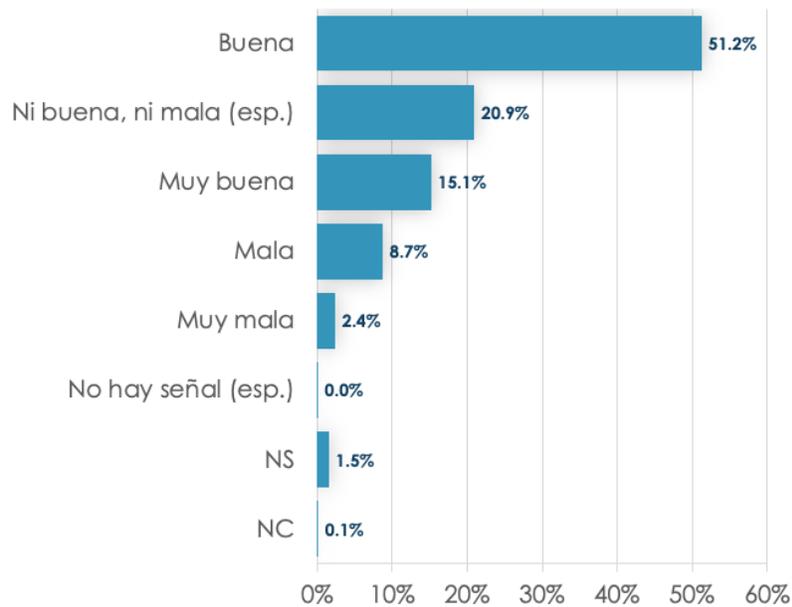
Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-IJ. Departamento de Investigación Aplicada y Opinión. 2017.

De los bienes registrados en ambas encuestas, los cambios que destacan son: para la encuesta de 2021 se registran como nuevas opciones la *conexión a internet fija*, *teléfono celular inteligente (móvil)* y *servicio de streaming*. Asimismo, las opciones que coinciden en ambas encuestas fueron: *televisor digital*, la *radio*, *línea telefónica fija*, *computadora que funcione* y una disminución en el *servicio de tv de paga*. Las opciones corresponden a un cambio en las tecnologías, así como de la forma en que las personas se comunican y consumen información.

***Aquí donde usted vive, ¿qué tan buena o mala es la señal de celular?***

Adicional, se preguntó acerca de la calidad de la señal de celular, *Aquí donde usted vive, ¿qué tan buena o mala es la señal de celular?* A lo que el 66.3% de los encuestados considera tener *muy buena* o *buena* señal y el otro 11.1% respondió que es *mala* o *muy mala*. Un 20.9% considera que la señal de celular en donde viven no es *ni buena, ni mala* (véase gráfica 27).

**Gráfica 27. Aquí donde usted vive, ¿qué tan buena o mala es la señal de celular?**



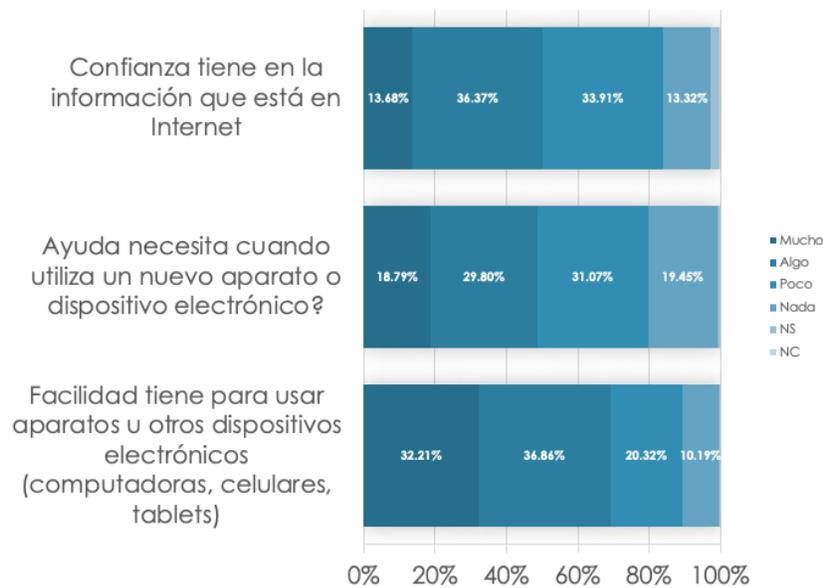
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

De acuerdo con el análisis sociodemográfico se puede observar que para valorar la señal de celular no se registró algún hallazgo importante, ya que la distribución de las opiniones de las personas entrevistadas fue dispersa.

***Me podría decir por favor, ¿cuánta...?***

A la pregunta, *Me podría decir por favor, ¿cuánta...?* Se puede observar que el 69% respondió tener mucho o algo *facilidad para usar aparatos u otros dispositivos electrónicos (computadoras, celulares, tablets)*, mientras que el 48.6% dijo necesitar mucha o algo de *ayuda cuando utiliza un nuevo aparato o dispositivo electrónico*. Por su parte, el 47.2% de los encuestados afirmó tener poco o nada de *confianza en la información que está en internet* (véase gráfica 28).

**Gráfica 28. Me podría decir por favor, ¿cuánta...?**

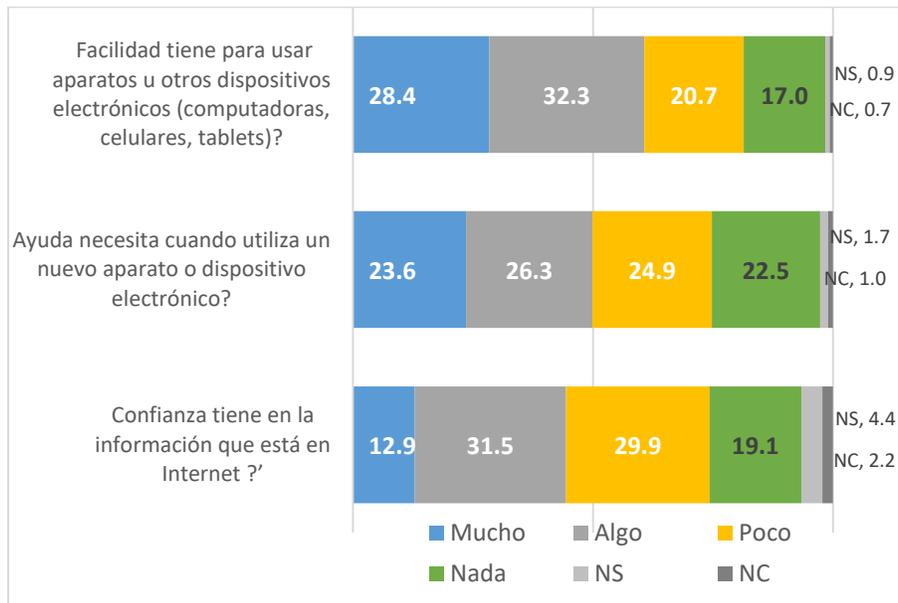


Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

De la observación de las tablas de contingencia se puede identificar que, de las tres opciones, la primera opción que corresponde a usar aparatos u otros dispositivos electrónicos son las personas jóvenes (de 15 a 24 años) los que mencionaron tener mucha facilidad. De la opción de la ayuda al utilizar un nuevo aparato o dispositivo electrónico son las mujeres y las personas de 60 a 64 años las que mencionaron que necesitan mucha ayuda. Por último, son aquellas personas de 20 a 24 años y estudiantes aquellas que afirmaron tener mucha confianza en la información que está en internet.

A diferencia de los resultados de la Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017 se registró que el 60.7% manifestó tener mucha o algo de *facilidad para usar aparatos o dispositivos electrónicos*, mientras que el 49% dijo necesitar mucha o algo de *ayuda cuando utiliza algún nuevo dispositivo electrónico*. Por último, casi el 50% de los encuestados afirmó tener poca o nada de *confianza en la información que está en internet* (véase gráfica 29).

**Gráfica 29. Me podría decir por favor, ¿cuánta...? (porcentajes).**



Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-IIIJ. Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

La diferencia entre ambas encuestas se puede observar principalmente en dos opciones; la primera, corresponde a la *facilidad que se tiene para usar aparatos u otros dispositivos electrónicos (computadoras, celulares, tablets)*, teniendo un aumento de 8.3% para la encuesta de 2021. En cambio, para la segunda opción tener *confianza en la información que está en internet* descendió un 2.8% comparada con la de 2017. De la primera opción, refleja el aprendizaje y el uso continuo de los aparatos electrónicos; por otra parte, de la segunda opción se observa ligeramente el aumento de la confianza de la información que se encuentra en internet.

#### 4. Nivel de información

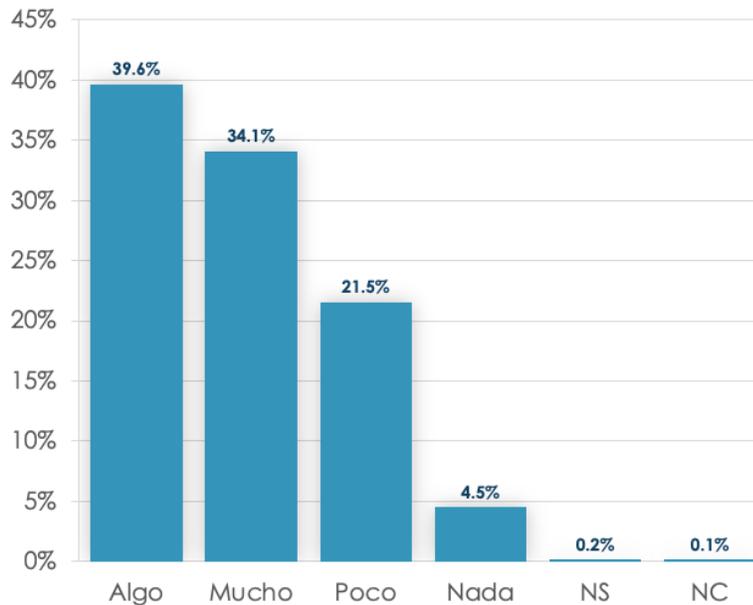
En el presente apartado se analizan los porcentajes de las preguntas referentes a captar los niveles de información del individuo, sobre todo los medios por los cuales estos adquieren información, se forma una opinión del contexto y cuánta confianza tienen en algunos de

estos medios. Conocer la forma en la que las personas se hacen de información es relevante en la medida en que al propio INEGI le interesa llegar a más personas y de mejor forma.

*¿Qué tanto se interesa usted en lo que sucede en el país?*

Para lo anterior se realizó la pregunta: *¿Qué tanto se interesa usted en lo que sucede en el país?* La principal opción a la que respondieron los encuestados fue *algo*, representado con el 39.6%, mientras que el 34.1% respondió tener *mucho* interés. El 21.5% mostró tener *poco* interés y el 4.5% *nada* de interés de lo que sucede en el país (véase gráfica 30).

**Gráfica 30. ¿Qué tanto se interesa usted en lo que sucede en el país?**

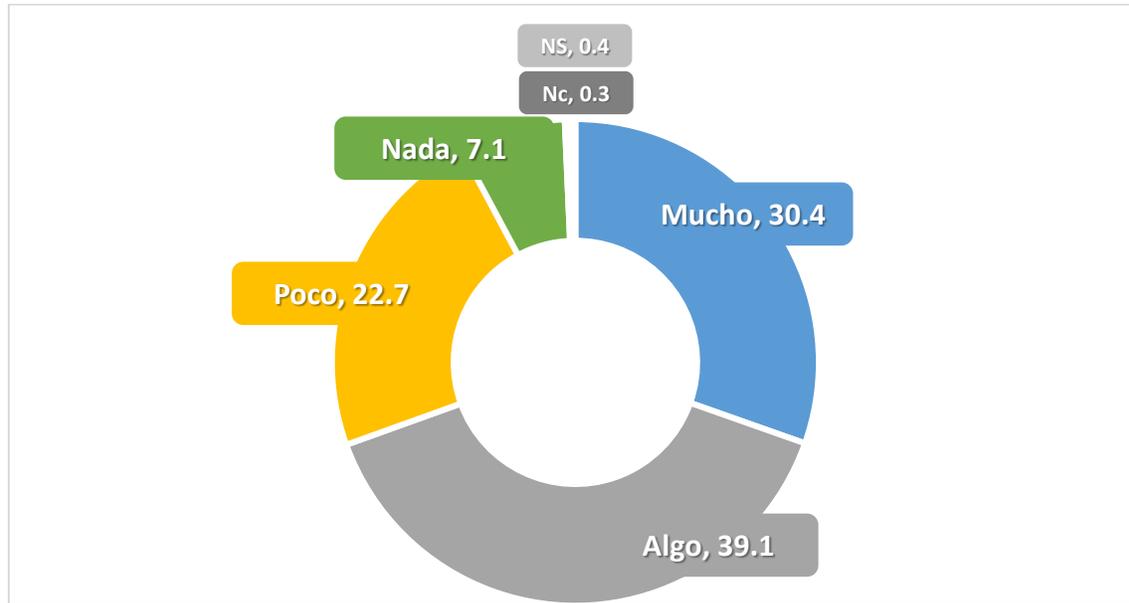


Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Con respecto al interés que se tiene con lo que sucede en el país fueron las personas más jóvenes de 15 a 19 años, aquellas con escolaridad de carrera técnica con secundaria terminada y las personas que tienen de actividad ser estudiante que respondieron tener *algo* de interés. Por su parte, para las personas que respondieron no tener *nada* de interés de lo que sucede en el país fueron principalmente las de 65 años y más y aquellas que no cuentan con ninguna escolaridad.

En los resultados de la Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017, se observó que un 39.1% de los encuestados mostró *algo* de interés por lo que sucede en el país, mientras que el 30.4% manifestó tener *mucho* interés. Por su parte, el 22.7% mostró *poco* interés en los sucesos del país y por último sólo el 7.1% expresó no tener *ningún* interés en estos sucesos (véase gráfica 31).

**Gráfica 31. ¿Qué tanto se interesa usted de lo que sucede en el país? (porcentajes)**



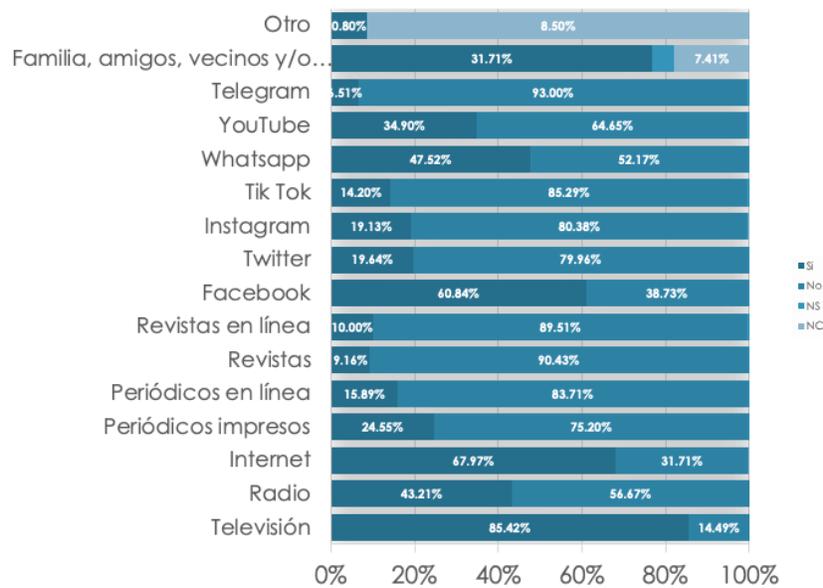
Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-IIIJ. Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

El interés que se mostró en ambas encuestas respecto a lo que sucede en el país es similar, para la encuesta de 2021 el aumento para la opción *algo* fue de 2.1%, de la opción *mucho* el aumento fue de 3%. En el caso de las opciones restantes, la disminución para la opción *poco* fue de 2% y para la opción *nada* de 2.8%. Se puede observar que el interés de lo que sucede en el país ha aumentado de manera mínima, este aumento, puede deberse al acceso a la información a través de las tecnologías.

**De los siguientes medios que le voy a leer, ¿por cuál(es) se informa de lo que sucede en el país?**

Asimismo, adicional a conocer el interés que tienen los encuestados sobre lo que sucede en el país, se preguntó: *De los siguientes medios que le voy a leer, ¿por cuál(es) se informa de lo que sucede en el país?* Entre las respuestas se puede observar que las personas usan primordialmente la *televisión* con un 85.4%. También se puede observar que los medios con mayor porcentaje en los que se informan son: el *internet* con un 68%; *Facebook*, con un 60.8%; *WhatsApp*, con un 47.5%; la *radio* con un 43.2%; *YouTube* con un 34.9% y la *familia, amigos, vecinos y/o conocidos* con un 31.7%. Entre las opciones con menos menciones fueron: *periódicos impresos*, con un 24.6%; *Twitter*, con 19.6%; *Instagram*, con 19.1%; *periódicos en línea*, con 15.9%; *Tik Tok*, con un 14.2%; *revistas en línea*, con 10%; *revistas*, con un 9.2% y *Telegram*, con 6.5% (véase gráfica 32).

**Gráfica 32. De los siguientes medios que le voy a leer, ¿por cuál(es) se informa de lo que sucede en el país?**



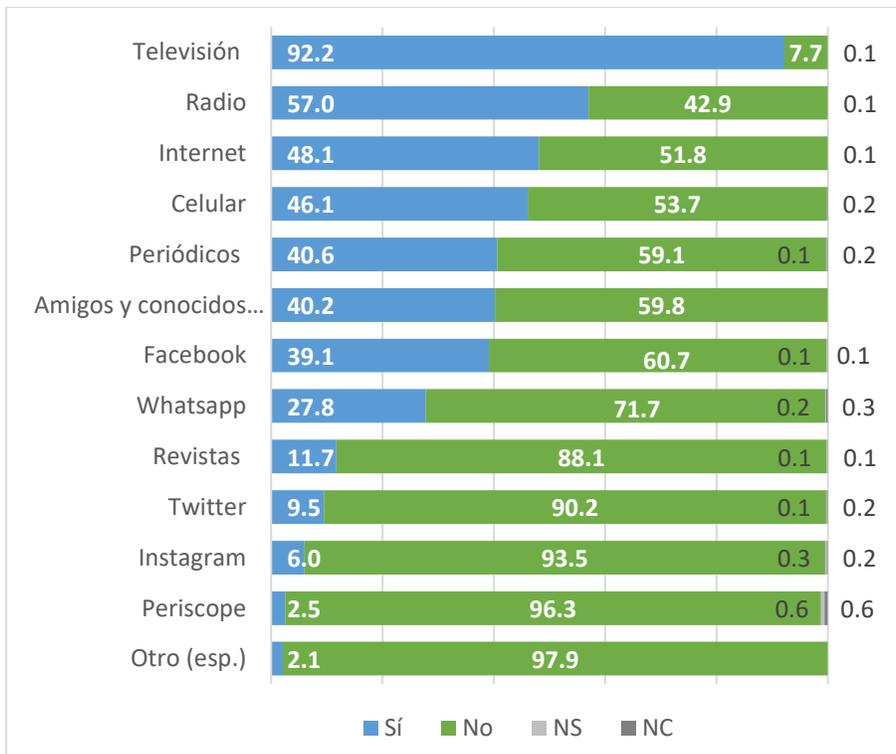
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Del análisis sociodemográfico se puede observar que de los tres principales medios en los que se informan los encuestados de lo que sucede en el país, la *televisión* fue respondida

en mayor medida por las personas de 40 a 44 años, aquellas que tienen escolaridad en la Normal básica y las personas que son jubiladas o pensionadas. Para la opción de *internet* se puede observar que fue mencionada por los hombres, las personas más jóvenes de 15 a 19 años y las que tienen como actividad ser estudiante. Por último, el *Facebook* destaca al ser respondida principalmente por las personas de 20 a 24 años y las que son estudiantes.

De la Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017, destacó que el medio principal de información fue predominantemente la *televisión*, con un 92%. En términos de mayor a menor porcentaje de utilización del medio, le sigue el *radio*, con un 57%; *internet*, con un 48.1%; el *celular*, con un 46.1%; los *periódicos* con un 40.6%, y los *amigos* con un 40.2% (véase gráfica 33).

**Gráfica 33. De los siguientes medios que le voy a leer ¿por cuál o cuáles se informa de lo que sucede en el país? (porcentajes)**



Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-IIIJ. Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

El principal medio que se utiliza para informarse de lo que sucede en el país es la televisión. De los resultados de ambas encuestas se puede observar claramente la disminución de la radio como medio de información. Asimismo, los medios impresos han sido sustituidos por medios virtuales, posicionándose en los primeros lugares aplicaciones como Facebook, WhatsApp y YouTube. Las redes sociales y los medios digitales han facilitado la manera de acceder y consultar la información de lo que sucede en el país.

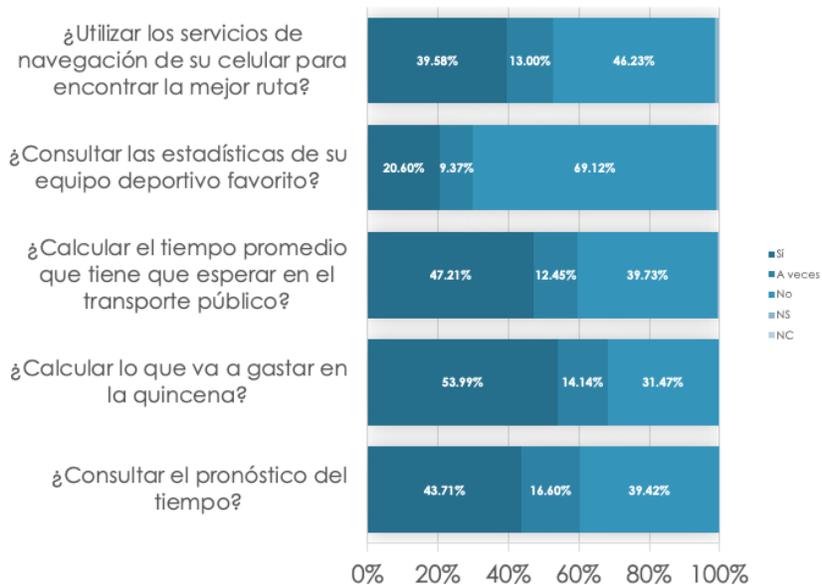
## 5. Usos de la estadística, geografía y cartografía

El INEGI tiene como objetivo principal el de brindar información estadística confiable de las características sociodemográficas y espaciales de México. Conocer qué uso se le da a la información generada por el INEGI es crucial para evaluar el ámbito de repercusión de su labor y la utilidad que representa para el público general y especializado. En este apartado de preguntas de la encuesta se plantea como objetivo conocer qué tanto los encuestados aseveran usar la información de tipo estadístico y cartográfico.

### *¿Y usted acostumbra...?*

Para conocer la percepción de lo anterior se cuestionó sobre lo siguiente: *¿Y usted acostumbra...?* Se observan distintos hábitos cotidianos del uso de información, transformada en criterios de toma de decisiones el principal hábito es el de *calcular lo que se va a gastar en la quincena*, respondida por poco más de la mitad de los encuestados (54%). Otro de los hábitos que se mencionó con mayor frecuencia es el de *calcular el tiempo promedio que tiene que esperar en el transporte público*, mencionado por casi la mitad de los entrevistados (47.2%). Un 43.7% tiene como hábito *consultar el pronóstico del tiempo*. Destaca que el 46.2% de los encuestados *no utiliza los servicios de navegación de su celular para encontrar la mejor ruta* y finalmente, tampoco se *consultan las estadísticas deportivas* que fueron mencionadas por 69.1% de los entrevistados (véase gráfica 34).

**Gráfica 34. ¿Y usted acostumbra...?**



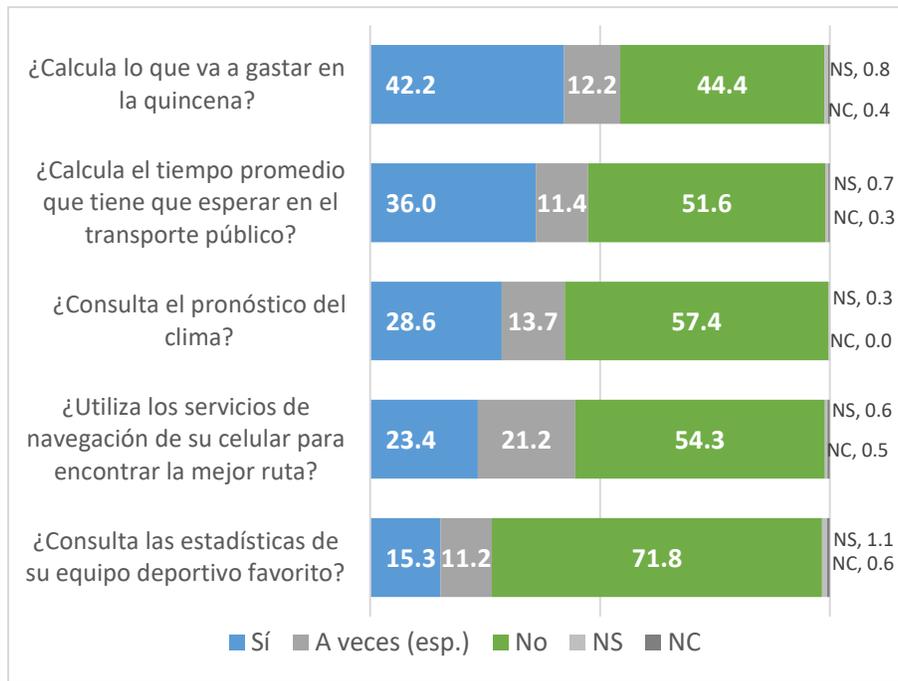
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Del principal hábito que tuvo mayor mención que es el de *calcular lo que se va a gastar en la quincena*, se puede observar que respondieron en mayor parte las personas de 45 a 49 años, aquellos que cuentan con escolaridad de Licenciatura o profesional y las personas que son jubilados o pensionados. En cambio, para la mención *calcular el tiempo promedio que tiene que esperar en el transporte público* se respondió en mayor medida por las personas de 15 a 19 años y aquellas personas están en espera de que le resuelvan una solicitud de trabajo al que acudió.

Resultados similares se encontraron en la Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017, en el que se observó que para la mayoría de los encuestados, en cada pregunta, salvo para el cálculo de los *gastos quincenales*, no se tiene el hábito de elaborar un criterio informado de decisión: no se *calcula el tiempo promedio de espera del transporte público* o se *consulta el pronóstico del clima*, ni se *utilizan en su mayoría los servicios de navegación para el trazo de rutas de trayecto entre destinos*, ni

siquiera se revisan las *estadísticas deportivas*. Parecen ser hábitos más ligados al conocimiento intuitivo que al cálculo informado. Esto da una idea que el uso de la información para establecer criterios de decisión informada no constituye un hábito de la mayoría (véase gráfica 35).

**Gráfica 35. Usted en su vida diaria (en su trabajo o en la escuela)... (porcentajes)**



Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-IIIJ. Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017. Nota: NS: no sabe; NC: no contesta.

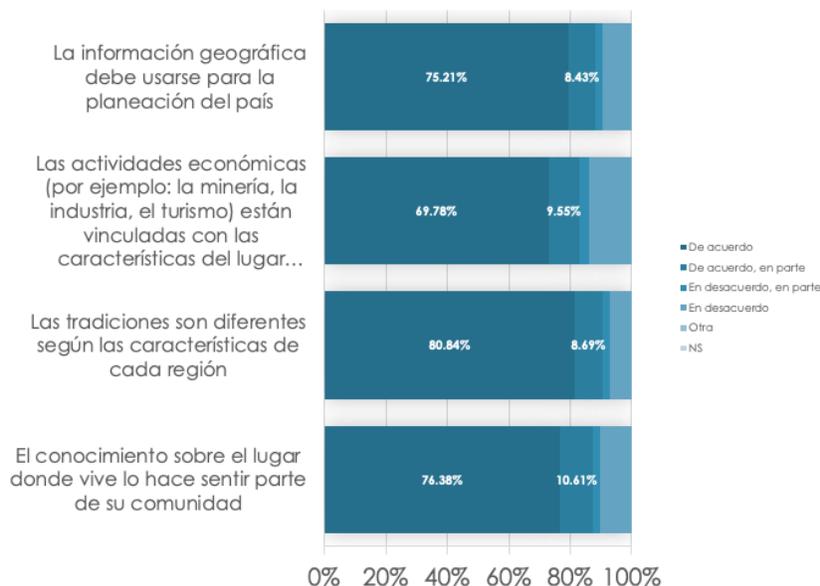
Los encuestados dijeron respuestas similares para ambas encuestas, el principal hábito es *calcular lo que va a gastar en la quincena*, presentando la encuesta actual un aumento de 12.5% respecto a la encuesta de 2017. Otro aumento considerable es la opción de *calcular el tiempo promedio que tiene que esperar en el transporte público*, teniendo un aumento de 11.6% respecto a la de 2017. Resalta un aumento de 16.1% en el *uso de los servicios de navegación de celular para encontrar la mejor ruta*. Las *estadísticas deportivas* también tuvieron un aumento respecto al 2017 de 4.8%. Los hábitos en la consulta estadística y geográfica han sido más accesibles debido a la facilidad de las aplicaciones tecnológicas que

permiten no solo la organización de las actividades cotidianas sino la búsqueda específica de la información que necesita el usuario.

*¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está usted con las siguientes frases...?*

De la misma manera, para la pregunta *¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está usted con las siguientes frases...?* Para la opción *Las tradiciones son diferentes según las características de cada región*, el 89.5% respondió estar *de acuerdo* o *de acuerdo, en parte*. De la opción *El conocimiento sobre el lugar donde vive lo hace sentir parte de su comunidad*, el 87% de los encuestados afirmó estar *de acuerdo* o *de acuerdo, en parte*. Por otro lado, de la opción *La información geográfica debe usarse para la planeación del país*, destaca que el 83.6% está *de acuerdo* o *de acuerdo, en parte*. Finalmente, para la opción *Las actividades económicas (por ejemplo: la minería, la industria, el turismo) están vinculadas con las características del lugar donde se llevan a cabo*, el 79.3% de las personas afirmó estar *de acuerdo* o *de acuerdo, en parte* (véase gráfica 36).

**Gráfica 36. ¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está usted con las siguientes frases...?**



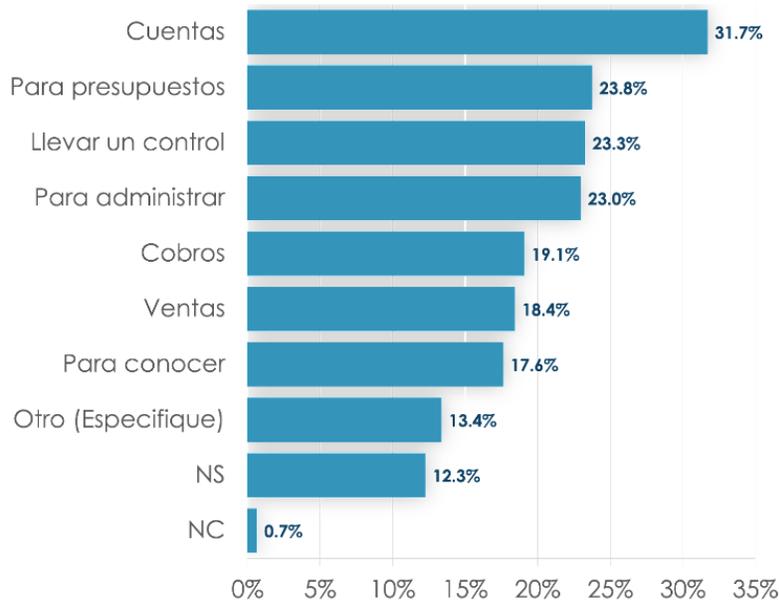
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

De acuerdo con el análisis sociodemográfico, se puede observar que para la afirmación *El conocimiento sobre el lugar donde vive lo hace sentir parte de su comunidad* mencionaron las personas de 50 a 59 años estar de acuerdo. Para la afirmación *Las actividades económicas (por ejemplo: la minería, la industria, el turismo) están vinculadas con las características del lugar donde se llevan a cabo* son aquellas personas de 40 a 49 años las que mencionaron estar de acuerdo.

### ¿Para qué sirve la estadística/matemáticas?

Sobre la pregunta, *¿Para qué sirve la estadística/matemáticas?* Podemos observar que el 31.7% de los encuestados considera que principalmente sirve para hacer *cuentas*, con menciones similares se ubica para *presupuestos y llevar un control* (con un 23.8% y 23.3% respectivamente). Otro 23% respondió en sentido de que sirve para *administrar*, un 19.1% dijo que sirven para *cobros*, el 18.4% para *ventas* y con 17.6% para *conocer* (véase gráfica 37).

**Gráfica 37. ¿Para qué sirve la estadística/matemáticas?**



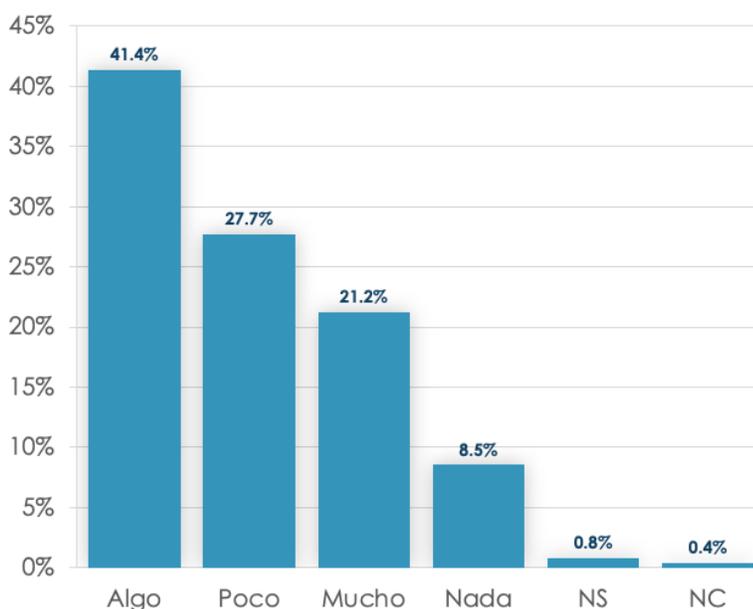
Fuente: "Percepciones Sociales del INEGI", UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

De la observación de las tablas de contingencia se puede identificar que los encuestados que respondieron que la estadística/matemáticas sirve para hacer cuentas fueron principalmente las personas de 45 a 49 años y aquellos que trabajan sin pago ayudando en el negocio o actividad que desempeña un familiar.

*¿Qué tanto interés tiene usted en las (matemáticas/estadística)?*

Adicional a conocer la utilidad se cuestionó lo siguiente: *¿Qué tanto interés tiene usted en las (matemáticas/estadística)?* El 62.6% de las personas encuestados respondió tener *mucho* o *algo* de interés. En cambio, el 36.2 % dijo tener *poco* o *nada* de interés (véase gráfica 38).

**Gráfica 38. ¿Qué tanto interés tiene usted en las (matemáticas/estadística)?**



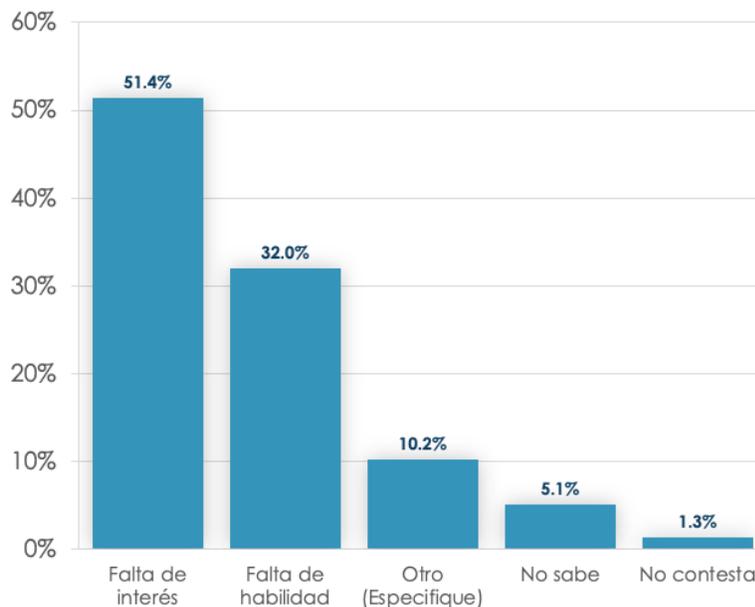
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

De acuerdo con las tablas de contingencia, destaca que de la mención *algo* fue respondida en mayor frecuencia por personas de 25 a 29 años y las que buscan trabajo. En comparación con la mención *nada* que se respondió principalmente por las mujeres, las personas de 65 años y más y las que no cuentan con ninguna escolaridad.

### ¿Por qué no tiene interés en la estadística/matemáticas?

De las personas que respondieron en forma negativa hacia el interés en las matemáticas/estadística, se realizó la pregunta *¿Por qué no tiene interés en la estadística/matemáticas?* El principal motivo que respondieron los encuestados fue *falta de interés* con un 51.4% y el 32% dijo que no tiene interés por *falta de habilidad* (véase gráfica 39).

**Gráfica 39. ¿Por qué no tiene interés en la estadística/matemáticas?**



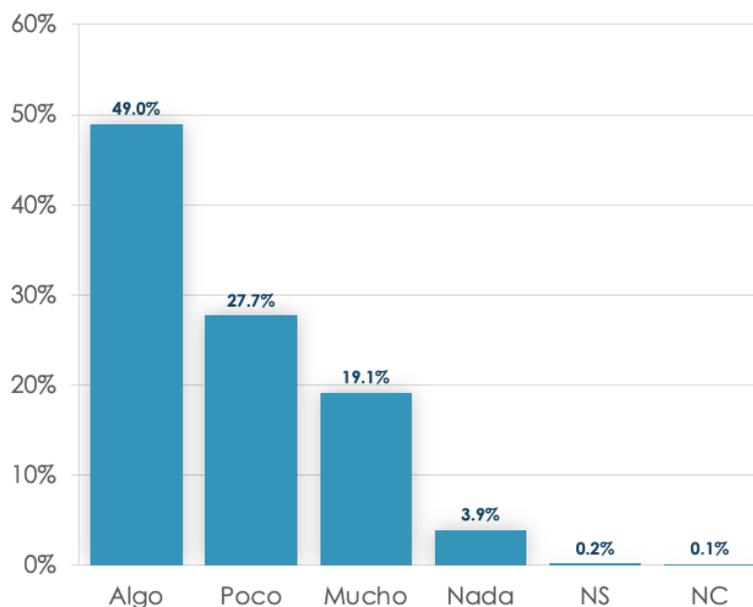
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Respecto a la mención *falta de interés*, se puede observar que fue respondida en mayor parte por los hombres, las personas de 30 a 34 años y aquellos que trabajan sin pago ayudando en el negocio o actividad que desempeña un familiar.

*¿Cuánta facilidad diría que tiene usted para los números o para hacer cálculos?*

Por otra parte, también se pretende conocer la facilidad en el uso de las matemáticas, de esta manera se cuestionó, *¿Cuánta facilidad diría que tiene usted para los números o para hacer cálculos?* El 68.1% de los encuestados mencionó tener *mucha* o *algo* de facilidad, en contraste con el 31.6% quienes respondieron tener *poco* o *nada* de facilidad (véase gráfica 40).

**Gráfica 40. ¿Cuánta facilidad diría que tiene usted para los números o para hacer cálculos?**



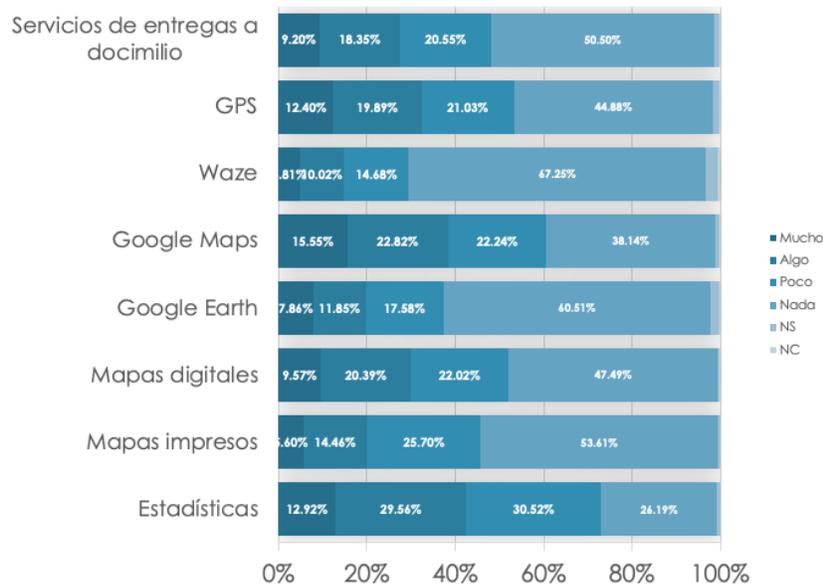
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Del análisis de las tablas de contingencia, se observó que son los estudiantes aquellos que dijeron tener mucha facilidad para los números o para hacer cálculos. Por otro lado, son los hombres, y las personas con escolaridad de carrera técnica con preparatoria terminada los que mencionaron contar con algo de facilidad para los números o para hacer cálculos.

**Usted en su vida diaria (en su trabajo o en la escuela) ¿qué tanto utiliza o consulta...?**

De manera adicional se realizó la pregunta, *Usted en su vida diaria (en su trabajo o en la escuela) ¿qué tanto utiliza o consulta...?* Principalmente se respondió que, de la opción *estadísticas*, el 42.4% de encuestados considera utilizarlo *mucho* o *algo* en su vida diaria, para la opción *Google Maps* el 38.3% respondió usarlo *mucho* o *algo* y el 32.2% dijo usar *mucho* o *algo* la herramienta *GPS*. De los *mapas digitales*, el 29.9% comentó usarlo *mucho* o *algo*, los *servicios de entregas a domicilio* registraron el 27.5% de menciones. De las opciones con menor mención se encuentran: *mapas impresos* con 20%, *Google Earth* con 19.7% y la aplicación *Waze* con 14.8% quienes dijeron utilizarlos *mucho* o *algo* (véase gráfica 41).

**Gráfica 41. Usted en su vida diaria (en su trabajo o en la escuela) ¿qué tanto utiliza o consulta...?**



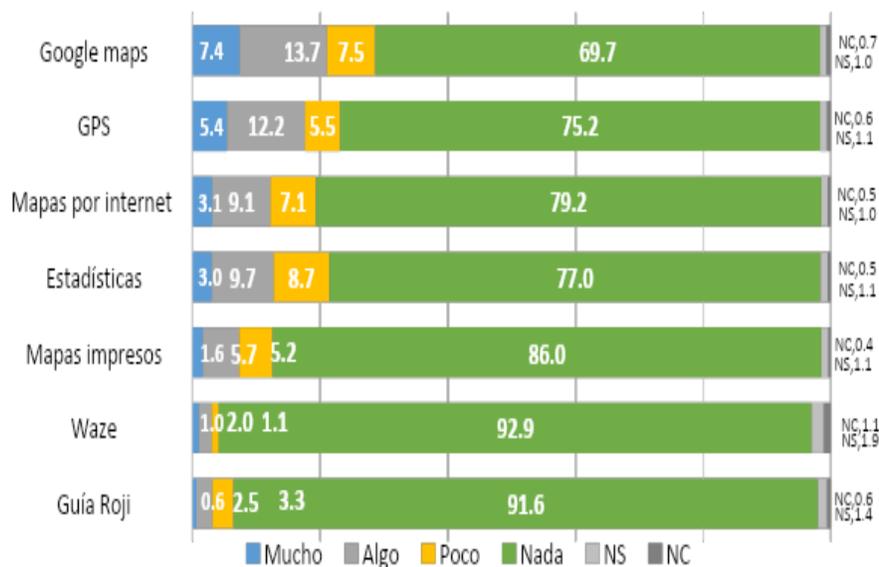
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

En el análisis sociodemográfico se encontró que los sujetos que respondieron con mayor frecuencia que utilizan *mucho* la mención estadísticas fueron los más jóvenes de 15 a 19 años y aquellos que son estudiantes. La herramienta de Google Maps que fue mencionada

como *algo* de uso en la consulta se respondió por los hombres, las personas de 35 a 39 años y aquellas que están en espera de que le resuelvan una solicitud de trabajo al que acudió.

En tanto, para la Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017, los porcentajes de los que utilizaron *poco* y *nada* fueron los servicios de georreferenciación, así como las estadísticas como parte de su vida diaria. En este sentido, resulta importante volver a destacar la labor del INEGI en la producción de información estadística y cartográfica, que es útil para el conocimiento del país y como apoyo para la toma de decisiones cotidianas y de carácter especializado (véase gráfica 42).

**Gráfica 42. En su vida diaria, en su trabajo o en la escuela, ¿qué tanto utiliza o consulta...? (porcentajes)**



Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-IIIJ. Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017. Nota: NS: no sabe; NC: no contesta.

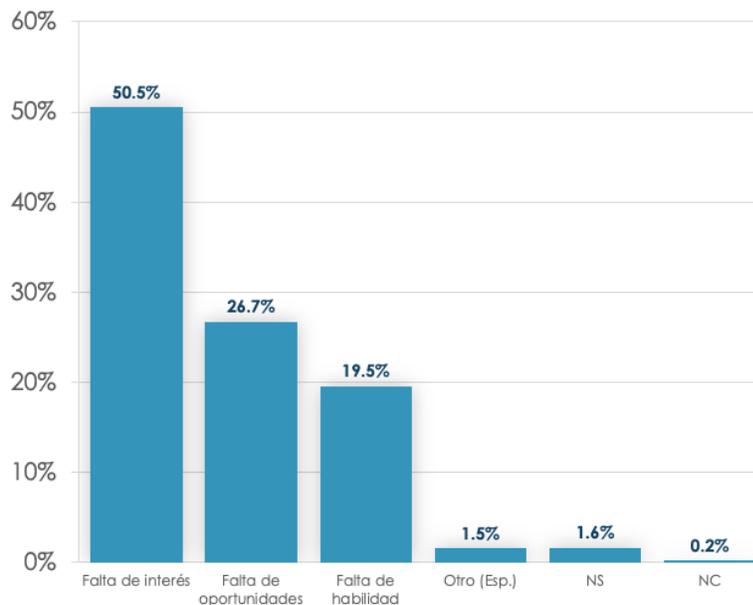
Se puede observar que los encuestados en su vida diaria, en su trabajo o en la escuela en la encuesta 2021 utilizan principalmente *estadísticas*, aumentando 30.2% respecto a la encuesta de 2017. Las herramientas como *Google Maps* y el *GPS* casi duplicaron menciones respecto al 2017. De las opciones faltantes también se puede observar un aumento de menciones en el uso o consulta de la vida diaria, trabajo o escuela. El aumento de

porcentajes puede reflejar el uso frecuente y continuo de las herramientas digitales para actividades cotidianas.

**¿Cuál considera que es el principal problema que enfrentan hoy las personas para aprender estadística y manejar números?**

También se preguntó: *¿Cuál considera que es el principal problema que enfrentan hoy las personas para aprender estadística y manejar números?* La mitad de las personas entrevistadas (50.5%) considera que el principal problema para aprender estadísticas y manejar números es por *falta de interés*, por otro lado, uno de cada cuatro personas respondió que es por *falta de oportunidades*. Por último, un 19.5% de los encuestados dijo que por *falta de habilidad* (véase gráfica 43).

**Gráfica 43. ¿Cuál considera que es el principal problema que enfrentan hoy las personas para aprender estadística y manejar números?**



Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

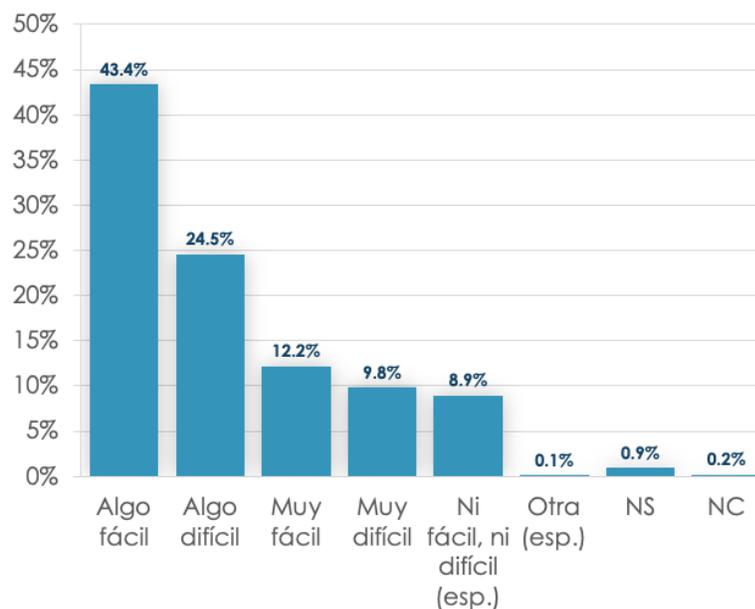
Del principal problema que mencionaron los encuestados para aprender estadística y manejar números respecto a la falta de interés, se respondió en mayor medida por los

hombres, las personas de 25 a 29 años y aquellos que trabajan sin pago ayudando en el negocio o actividad que desempeña un familiar.

*En general, ¿qué tan fácil o difícil es para usted entender información estadística?*

A la pregunta, *En general, ¿qué tan fácil o difícil es para usted entender información estadística?* Se puede observar que el 55.6% considera que es *muy fácil* o *algo fácil*, en cambio, un 34.3% respondió que es *algo difícil* o *muy difícil* leer o entender información estadística. Solo un 8.9% de las personas encuestadas considera que no es *ni fácil, ni difícil* entender este tipo de información (véase gráfica 44).

**Gráfica 44. En general, ¿qué tan fácil o difícil es para usted entender información estadística?**

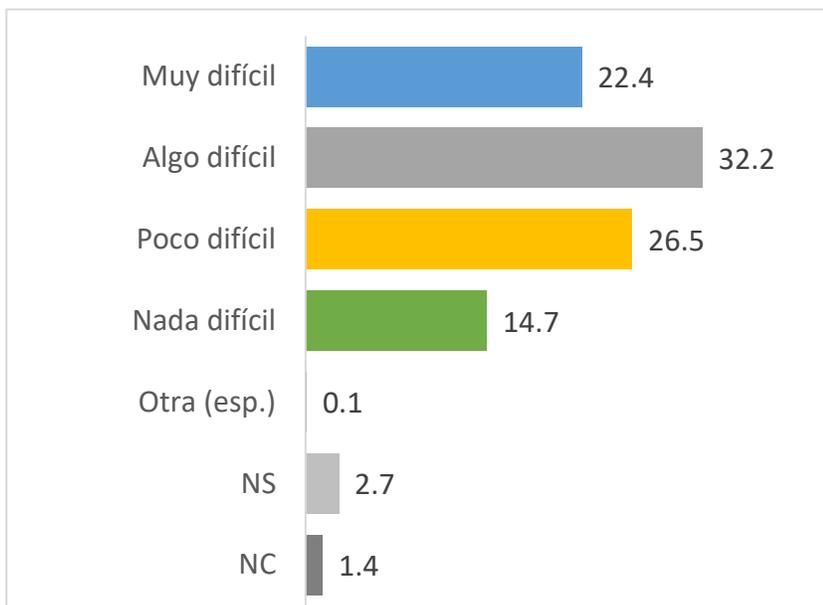


Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Se observa del análisis sociodemográfico que para los individuos que es *algo fácil* entender la información estadística opinaron en mayor proporción los hombres y las personas más jóvenes de 15 a 19 años. Por último, destaca que las mujeres y las personas de 55 a 59 años consideran *algo difícil* entender información estadística.

En comparación con la Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017 se observó que más de la mitad de las personas en la muestra, el 54.6%, consideró que la lectura de información estadística resulta *algo* o *muy difícil*. Sólo a un 14.7% le resulta *nada difícil* entender este tipo de información (véase gráfica 45).

**Gráfica 45. En general, ¿qué tan difícil es para usted leer o entender información estadística? (porcentajes)**



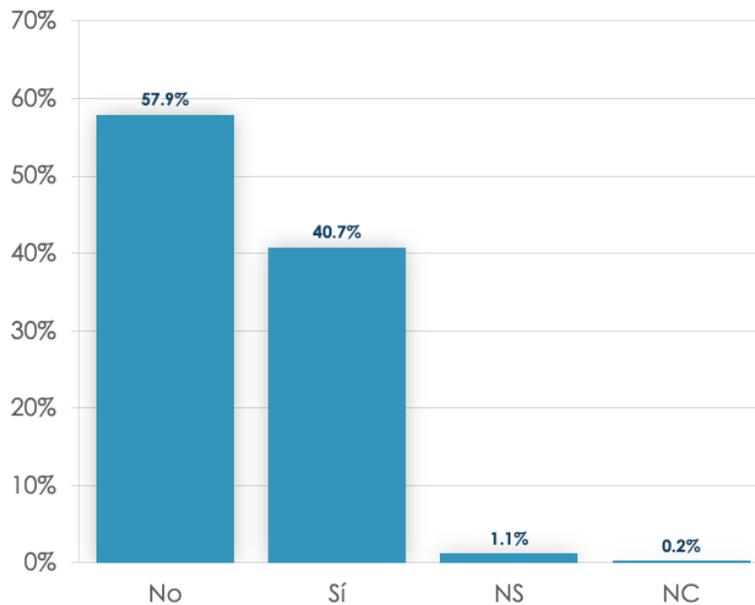
Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-IIIJ. Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017. Nota: NS: no sabe; NC: no contesta.

Principalmente, para la encuesta de 2021 las personas encuestadas respondieron que es *muy fácil* o *algo fácil* leer o entender información estadística, en cambio, se presentó un mayor porcentaje de mención en la encuesta de 2017 para la opción *muy difícil* o *algo difícil*. Asimismo, se puede observar que la percepción sobre la dificultad para entender estadísticas ha cambiado, esto se puede deber a que la información tuvo un aumento en la presentación de datos estadísticos.

**En los últimos seis meses, ¿ha visto (escuchado) estadísticas?**

Para conocer la frecuencia con la que los encuestados se relacionan con las estadísticas se realizó la pregunta: *En los últimos seis meses, ¿ha visto (escuchado) estadísticas?* Destaca que más de la mitad de los encuestados (57.9%) respondió negativamente, mientras que el 40.7% dijo de manera afirmativa ver o escuchar estadísticas (véase gráfica 46).

**Gráfica 46. En los últimos seis meses, ¿ha visto (escuchado) estadísticas?**



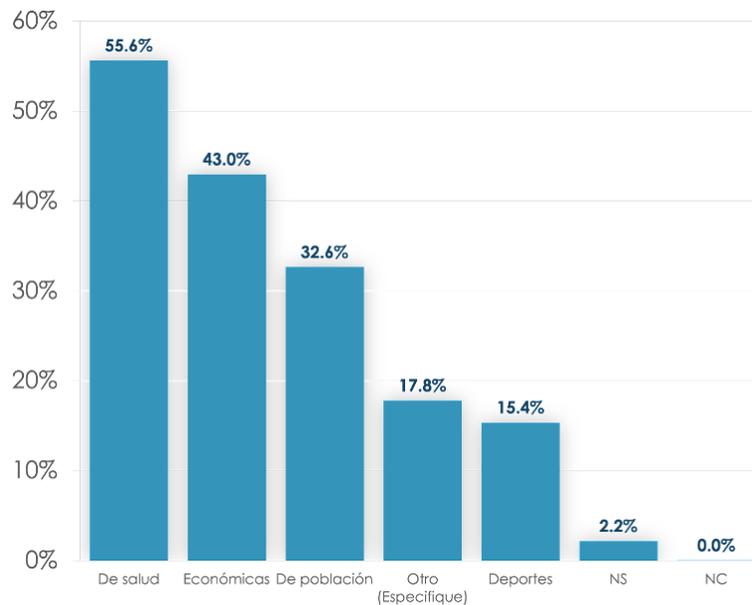
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

También, se identificó que son los hombres y los encuestados más jóvenes de 15 a 19 años los que afirmaron haber visto estadísticas en los últimos seis meses. Por el contrario, son las mujeres, las personas de 60 a 64 años y las personas que no tienen ningún nivel de escolaridad las que dijeron no haber visto estadísticas.

### ¿Cuáles?

Asimismo, se preguntó *¿cuáles?* Principalmente, la mitad de las personas (55.6%) respondieron que ve o escucha estadísticas de *salud*, el 43% de los encuestados mencionó estadísticas *económicas*, otro 32.6% dijo estadísticas de *población* y solo el 15.4% respondió ver o escuchar estadísticas de *deportes* (véase gráfica 47).

**Gráfica 47. ¿Cuáles?**



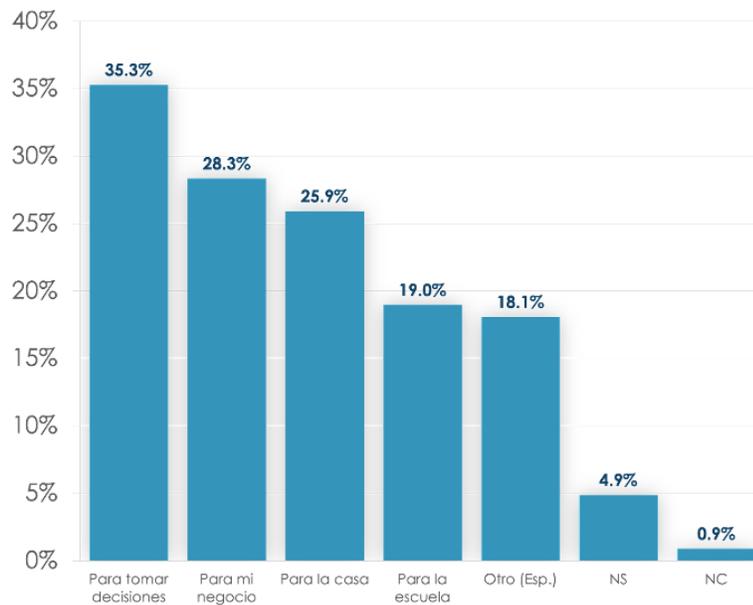
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Cabe destacar que, del análisis de las tablas de contingencia, se puede observar que para la opción de estadísticas de salud son las personas de 25 a 29 años. De acuerdo con las opiniones de los encuestados son los hombres, las personas de 35 a 39 años y de 45 a 49 años las que dijeron ver estadísticas de población.

*Y en su vida diaria (en su trabajo o en la escuela) ¿para qué las utiliza principalmente?*

Para conocer qué tipo de herramientas utilizan en su vida cotidiana en función de las fuentes de información se realizó la siguiente pregunta: *Y en su vida diaria (en su trabajo o en la escuela) ¿para qué las utiliza principalmente?* Entre las primeras dos opciones que destacan en el uso de su vida diaria son *para tomar decisiones* con 35.3% de las menciones y *para mi negocio* con un 28.3%. Con menor porcentaje de menciones se encuentra la opción *para la casa* con 25.9% y, por último, *para la escuela* con un 19% (véase gráfica 48).

**Gráfica 48. Y en su vida diaria (en su trabajo o en la escuela) ¿para qué las utiliza principalmente?**



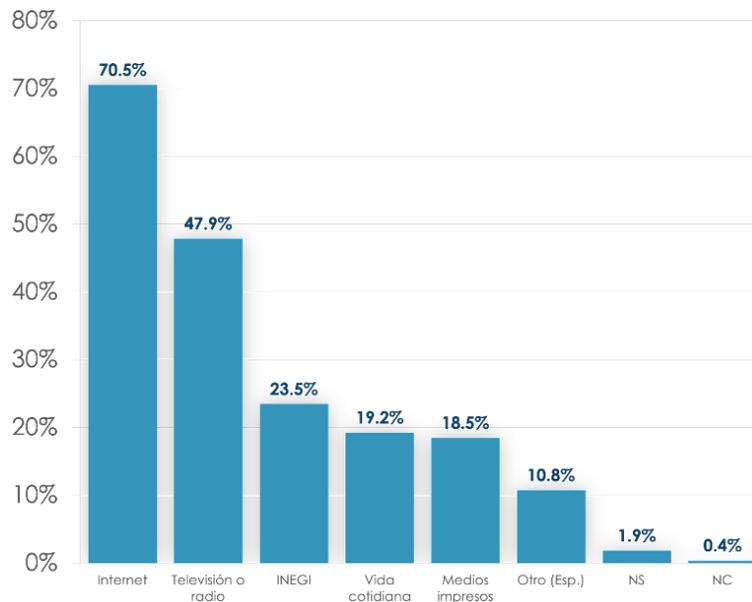
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Se registra principalmente que los hombres, las personas de 35 a 39 años y aquellos con escolaridad Maestría o doctorado describe que en su vida diaria son *para tomar decisiones*. Por otro lado, los hombres y las personas de 15 a 19 años mencionaron que las utilizan *para la casa*.

### Y, ¿dónde las consulta?

Como complemento a la pregunta anterior se preguntó, *Y, ¿dónde las consulta?* Principalmente, los encuestados respondieron que las consulta en *internet*, el cual representan el 70.5%, la *televisión o radio* fue la segunda mención con 47.9% de las respuestas, un 23.5% lo realiza a través del *INEGI*, la *vida cotidiana* registró un 19.2% de menciones y, por último, con un 18.5% fueron los *medios impresos* (véase gráfica 49).

**Gráfica 49. Y, ¿dónde las consulta?**



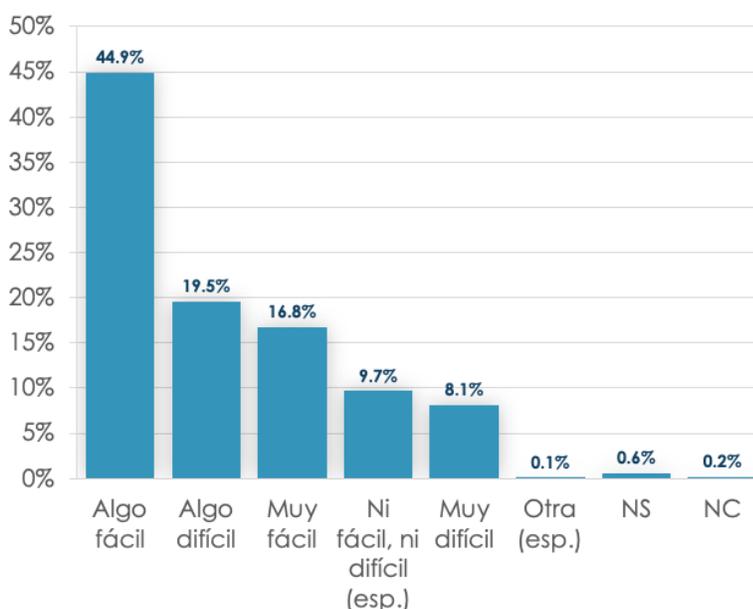
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Para la consulta en internet fueron principalmente los hombres y las personas más jóvenes las que lo hacen a través de este medio. En el medio de televisión o radio fueron los hombres, las personas de 35 a 39 años y las de escolaridad de Licenciatura o profesional. Por su parte, la consulta a través del INEGI la realizan principalmente los hombres, las personas de 35 a 39 años y las de mayor escolaridad (Maestría o Doctorado).

### Y, ¿qué tan fácil o difícil es para usted entender un mapa?

En la encuesta también se preguntó acerca del conocimiento y uso cartográfico, en este sentido se realizó la pregunta *Y, ¿qué tan fácil o difícil es para usted entender un mapa?* Se puede observar que el 61.7% considera que es *muy fácil* o *algo fácil*, en cambio, un 27.6% respondió que es *algo difícil* o *muy difícil* entender un mapa. Solo un 9.7% de las personas encuestadas considera que no es *ni fácil, ni difícil* entender este tipo de información (véase gráfica 50).

**Gráfica 50. Y, ¿qué tan fácil o difícil es para usted entender un mapa?**



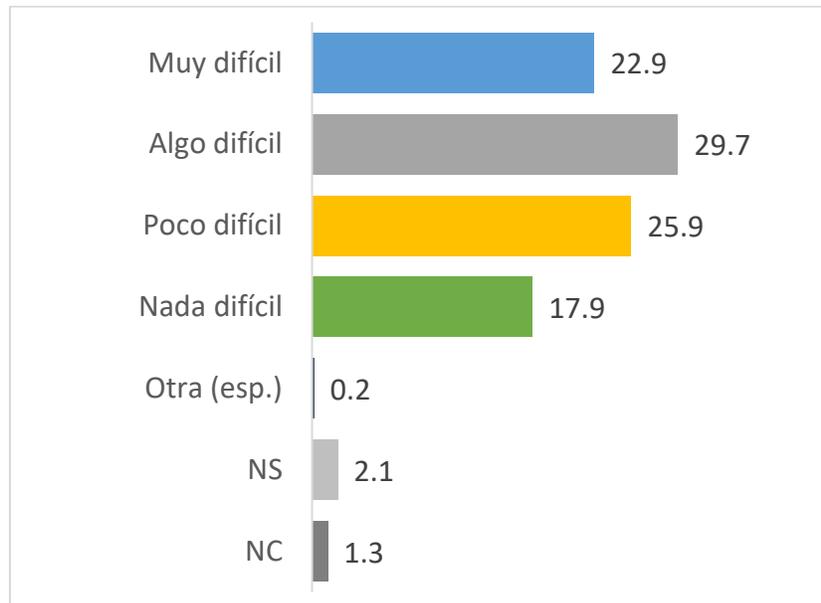
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Cabe destacar que las personas que consideran *algo fácil* entender un mapa fueron los hombres, las personas de 15 a 19 años y aquellos con escolaridad de Carrera técnica con secundaria terminada. En contraste, los encuestados que consideran *algo difícil* entender un mapa fueron las mujeres, las personas de 55 a 59 años y aquellos con escolaridad primaria.

Por su parte, el registro que se obtuvo en la Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017 fue que el 50.6% de los encuestados consideró que la

actividad de leer un mapa es *algo difícil o muy difícil*; es decir, la mitad de los encuestados declara tener dificultades para llevar a cabo esta actividad. Por su parte, el 43.8% afirma que es una actividad *poco o nada difícil*. De forma esperada, aquellas personas con un mayor grado de escolaridad muestran menores dificultades para el entendimiento de mapas (véase gráfica 51).

**Gráfica 51. Y ¿qué tan difícil es para usted entender o leer un mapa? (porcentajes)**



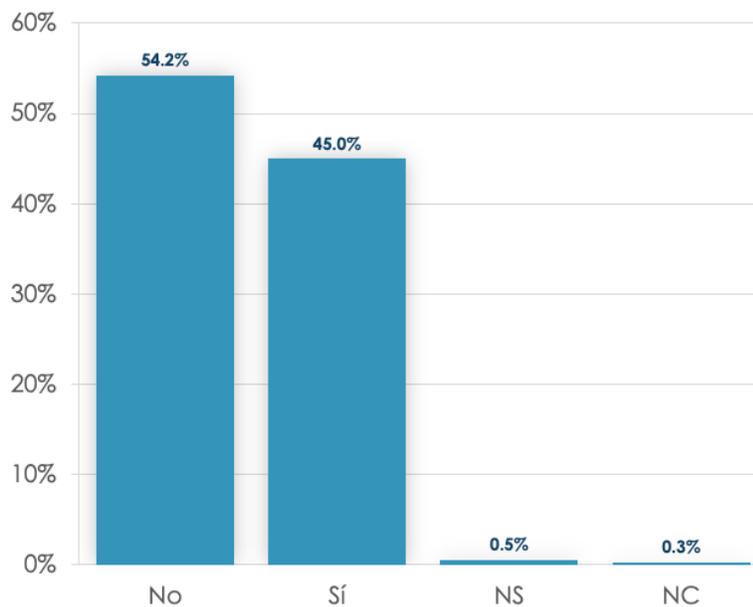
Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-IIIJ. Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017. Nota: NS: no sabe; NC: no contesta.

Se observa que para la encuesta de 2021 la respuesta principal fue que era *muy fácil o algo fácil* entender mapas en contraste con la encuesta de 2017, la cual tuvo como principal mención que era *muy difícil o algo difícil*. Actualmente, las aplicaciones utilizadas en la vida cotidiana como *Google Maps* o *Waze* han permitido que las personas tengan mayor acceso y facilidad en el uso de la cartografía.

### En los últimos seis meses, ¿ha visto algún mapa?

Del conocimiento que los encuestados tienen sobre la cartografía, se preguntó la frecuencia con la que lo realizan, para ello se preguntó: *En los últimos seis meses, ¿ha visto algún mapa?* El 45% de los encuestados respondió de forma positiva y el 54.2% contestó de forma negativa (véase gráfica 52).

**Gráfica 52. En los últimos seis meses, ¿ha visto algún mapa?**



Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

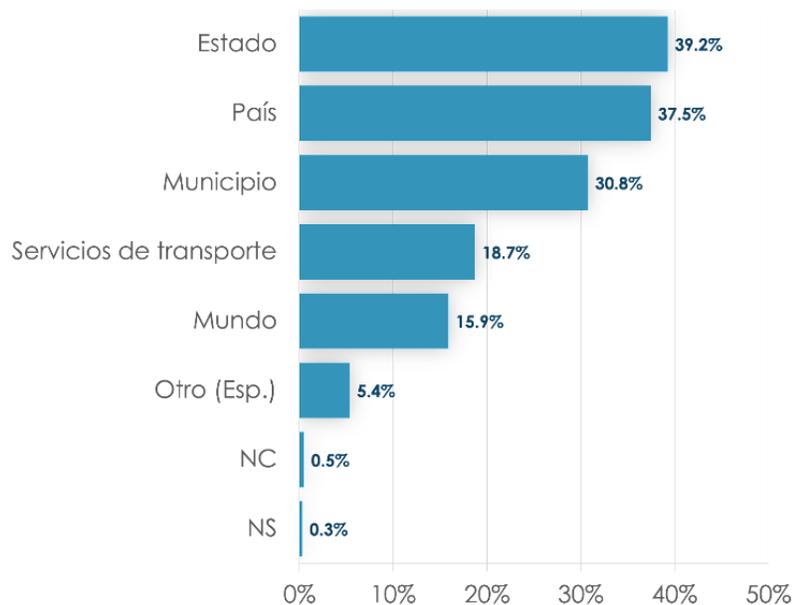
Las personas que contestaron con mayor frecuencia afirmativamente que han visto algún mapa en los *últimos seis meses* son los hombres, las personas más jóvenes de 15 a 19 años y los que son estudiantes. En cambio, son las mujeres y las personas de 60 a 64 años las que mencionaron *negativamente* que han visto un mapa.

### ¿Cuál(es)?

Como complemento a la frecuencia que revisan mapas, se realizó la pregunta *¿Cuál(es)?* Las respuestas que se obtuvieron fueron que principalmente el mapa que utilizan es correspondiente al *estado*, respondida por un 39.2% de los encuestados, otro 37.5%

respondió un mapa del *país*, seguido del mapa de *municipio* con un 30.8%, el mapa de *servicios de transporte* tuvo un 18.7% de menciones y mapa que corresponde al *mundo* un 15.9% (véase gráfica 53).

**Gráfica 53. ¿Cuál(es)?**



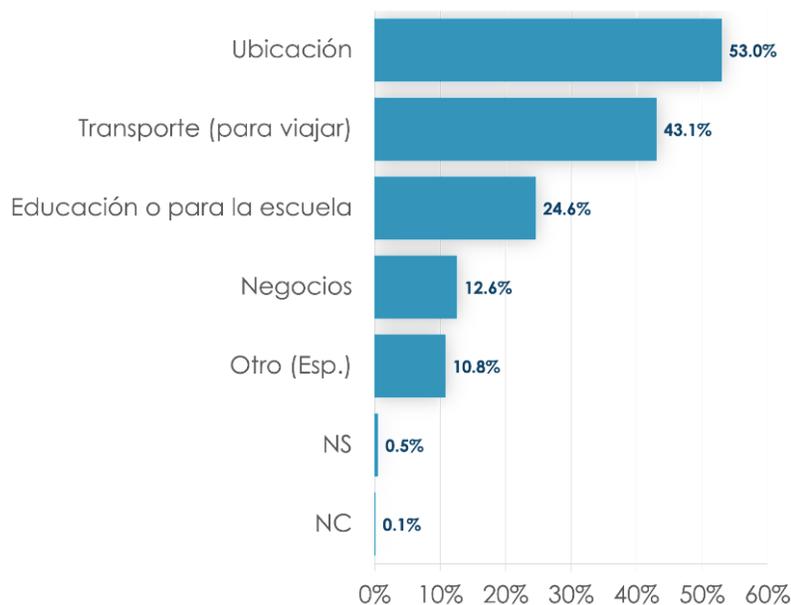
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Los hombres, las personas de 25 a 29 años y aquellos que trabajaron para obtener ingresos respondieron en mayor medida utilizar un mapa del *estado*. De manera similar, fueron los hombres y las personas de 15 a 19 años quienes respondieron utilizar un mapa del *país*.

### *Y, ¿para qué los utiliza principalmente?*

Continuando con el conocimiento cartográfico de los encuestados, se realizó la pregunta: *Y, ¿para qué los utiliza principalmente?* La opción *ubicación* registró el 53% de menciones, un 43.1% los utiliza para *transporte (viajar)*. Para el uso en la *educación o la escuela* lo dijeron el 24.6% de los encuestados y solo el 12.6% utiliza la cartografía para *negocios* (véase gráfica 54).

**Gráfica 54. Y, ¿para qué los utiliza principalmente?**



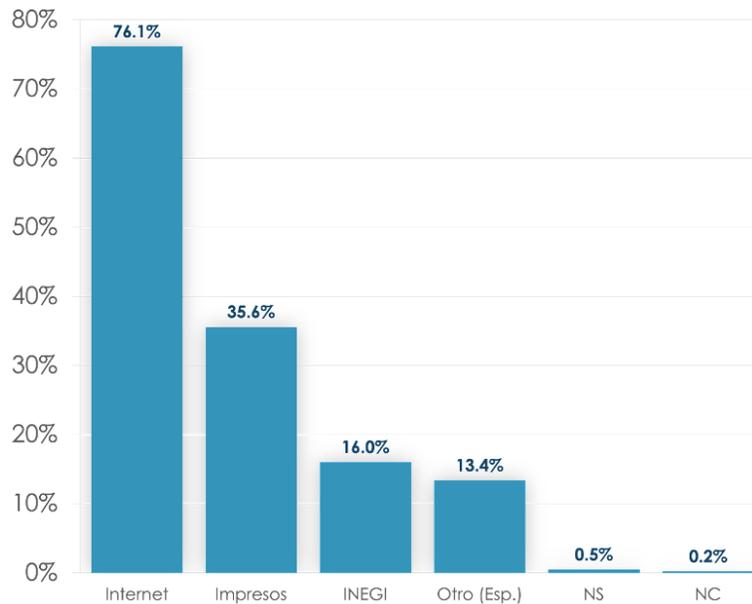
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Del análisis de las tablas de contingencia, se observó que los hombres y las personas más jóvenes de 15 a 19 años son quienes utilizan principalmente los mapas para la *ubicación*. Por su parte, quienes utilizaron los mapas para el *transporte (viajar)* fueron los hombres, las personas de 25 a 29 años y aquellas que son jubiladas o pensionadas. Por último, las personas más jóvenes de 15 a 19 años y aquellos que son estudiantes mencionaron utilizar principalmente los mapas para la *escuela*.

**Y, ¿dónde los consulta?**

Asimismo, se pretendió conocer el principal medio donde los encuestados consultan la cartografía. En este sentido, se preguntó: *Y, ¿dónde los consulta?* Principalmente las personas consultan mapas a través de *internet*, ya que un 76.1% respondió este medio, un 35.6% los consulta *impresos* y solo un 16% de los encuestados dijo hacerlo a través del *INEGI* (véase gráfica 55).

**Gráfica 55. Y, ¿dónde los consulta?**



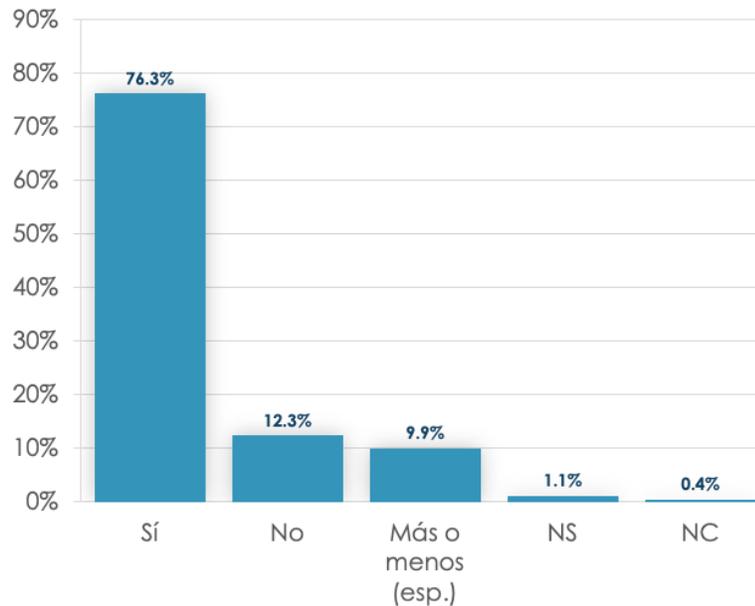
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

De la principal mención, cabe destacar que son los hombres, las personas de 15 a 19 años y aquellas que son estudiantes quienes realizan la consulta a través de *internet*. Aquellas personas que consultan la información del *INEGI* son principalmente las que cuentan con nivel de escolaridad avanzado (Licenciatura o Posgrado).

**¿Podría localizar el estado en el que habita en un mapa de México?**

De la pregunta, *¿Podría localizar el estado en el que habita en un mapa de México?* Destaca que la mayoría de los encuestados (76.3%) respondió afirmativamente, en contraste con el 12.3% que respondió negativamente. Solo el 9.9% dijo que *más o menos* podría localizar el estado en el que habita (véase gráfica 56).

**Gráfica 56. ¿Podría localizar el estado en el que habita en un mapa de México?**



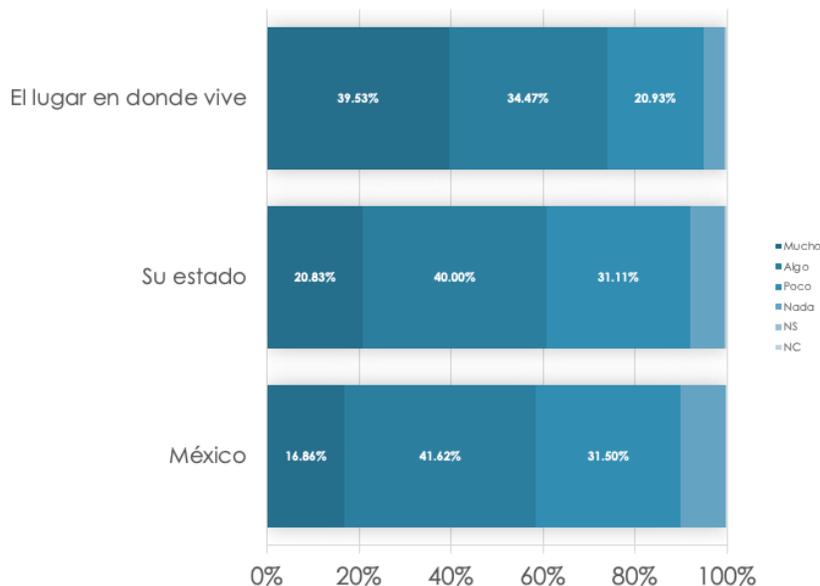
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Igualmente, se observa que fueron los hombres, aquellas personas de 15 a 19 años y las personas que cuentan con un alto grado de escolaridad (licenciatura, maestría o doctorado) las que mencionaron con mayor frecuencia que podrían localizar el estado en el que habita en un mapa del país.

### ¿Qué tanto conoce usted la geografía de...?

También se trató de identificar el conocimiento general que tienen los encuestados con relación a su ubicación geográfica, para ello se realizó la pregunta, *¿Qué tanto conoce usted la geografía de...?* Para la opción *México*, más de la mitad de los encuestados (58.4%) respondió conocerla *mucho* o *algo*; para la geografía de *su estado*, el 60.8% mencionó conocerla *mucho* o *algo*. Por último, el 74% dijo conocer *mucho* o *algo* la geografía del *lugar donde vive* (véase gráfica 57).

**Gráfica 57. ¿Qué tanto conoce usted la geografía de...?**



Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Las personas que mencionaron conocer algo la geografía de *México* fueron los hombres, las personas de 20 a 24 años y aquellos que están en busca de trabajo. Por otro lado, los que respondieron conocer algo la geografía de su *estado* fueron principalmente las personas de 25 a 29 años y aquellos que están buscando trabajo. Del conocimiento de la geografía del *lugar donde vive* son en su mayoría las personas adultas.

## 6. Conocimiento del INEGI

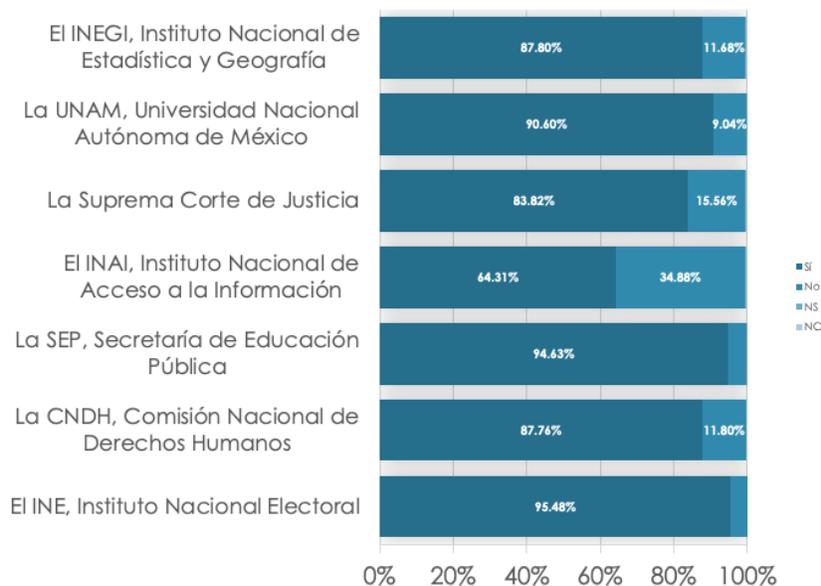
En esta sección se muestran los porcentajes relacionados con el conocimiento del INEGI, sus actividades y funciones por parte del encuestado. En general, se observa que los encuestados dicen conocer al INEGI y que la mayoría de ellos lo asocia con la realización del censo. El conocimiento del INEGI parece ser derivado de una de sus actividades principales: la realización del censo y campañas por televisión. Sin embargo, no parece que la mayoría de la población conozca otro tipo de funciones más especializadas. Esto ofrece pautas para

establecer otro tipo de estrategia de posicionamiento del INEGI con el fin de aumentar el grado de conocimiento de la institución, así como la confianza en la realización de sus actividades.

*¿Alguna vez ha escuchado hablar de estas instituciones?*

Para comenzar acerca del conocimiento de las instituciones durante la encuesta se preguntó: *¿Alguna vez ha escuchado hablar de estas instituciones?* Los resultados se distribuyen entre las diversas instituciones, siendo el *Instituto Nacional Electoral (INE)* la institución más conocida por los encuestados con un 95.5%, seguido de la *Secretaría de Educación Pública (SEP)* con un 94.6%, la *Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)* se ubica en tercer lugar con un 90.6%, el *Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)* fue mencionado con un 87.8% de afirmaciones, otro 87.8% escucho hablar de la *Comisión Nacional de Derechos Humanos (CNDH)*, un 83.8% dijo haber escuchado de la *Suprema Corte de Justicia (SCJ)* y con un 64.3% se ubicó el *Instituto Nacional de Acceso a la Información (INAI)* (véase gráfica 58).

**Gráfica 58. ¿Alguna vez ha escuchado hablar de estas instituciones?**

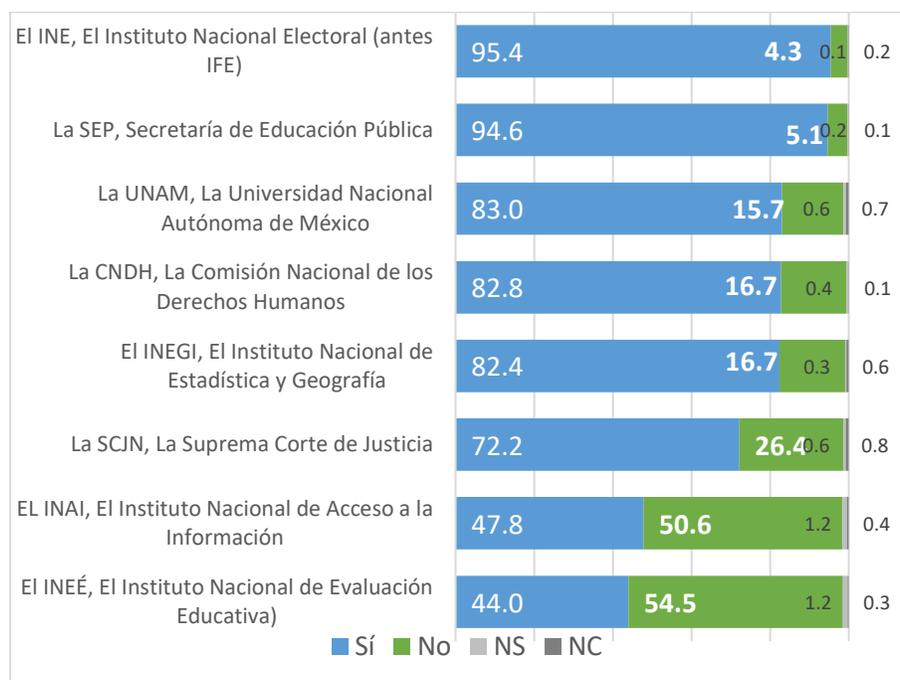


Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

De las tres principales menciones, los que mencionaron conocer el *INE* fueron las personas de 45 a 49 años y de escolaridad avanzada (Licenciatura o Posgrado), para aquellos que respondieron conocer la *SEP* fueron las personas de 35 a 39 años y de escolaridad avanzada (Licenciatura o Posgrado) y son hombres, aquellas personas de 35 a 39 años y que son estudiantes que dijeron conocer la *UNAM*. Cabe destacar que son principalmente los hombres, las personas de 35 a 39 años y que están buscando trabajo quienes han escuchado hablar del *INEGI*.

En cambio, los resultados que se obtuvieron en la Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017 fue que la institución más conocida era el *INE*, con un 95% de personas que afirmó conocerla, mientras que el *INEGI* era conocida por el 82.4% de las personas en la muestra. Se consideró que otras instituciones, como el *Instituto Nacional de Evaluación Educativa (INEE)*, podrían generar cierto grado de confusión con el INEGI. El INEE fue la institución menos conocida de la lista, con sólo un 44% de reconocimiento (véase gráfica 59).

**Gráfica 59. ¿Alguna vez ha escuchado hablar de estas instituciones? (porcentajes)**



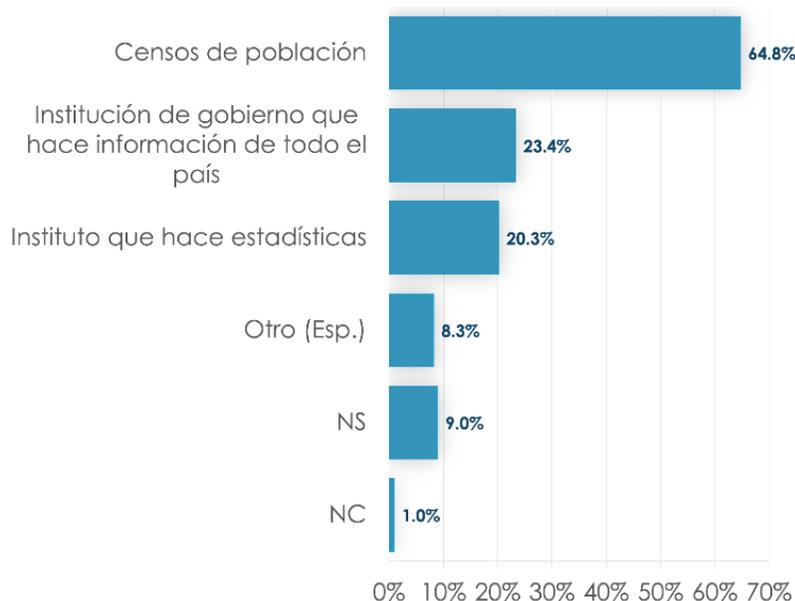
Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-IIIJ. Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017. Nota: NS: no sabe; NC: no contesta.

El *INE* se ubica como principal institución que los encuestados identifican, los dos siguientes lugares que corresponden a la *SEP* y a la *UNAM* mantuvieron su lugar de mención. El *INEGI* es la institución que aumentó 5.7% de menciones respecto a la encuesta de 2017. El *INEÉ* que aparece en la encuesta de 2017 desaparece para la encuesta de 2021. Se destaca que entre la primera y la segunda encuesta el *INEGI* fue la institución que mejoró su lugar de mención, además de que las tres primeras instituciones no tuvieron cambios.

### ¿Qué ha escuchado del INEGI?

Posteriormente, se planteó conocer específicamente del INEGI y se comenzó preguntando *¿Qué ha escuchado del INEGI?* Los resultados fueron los siguientes, el 64.8% mencionó que ha escuchado de los *censos de población*, con un 23.4% que es la *institución de gobierno que hace información de todo el país* y con 20.3% fue mencionada la opción que es el *instituto que hace estadísticas* (véase gráfica 60).

**Gráfica 60. ¿Qué ha escuchado del INEGI?**

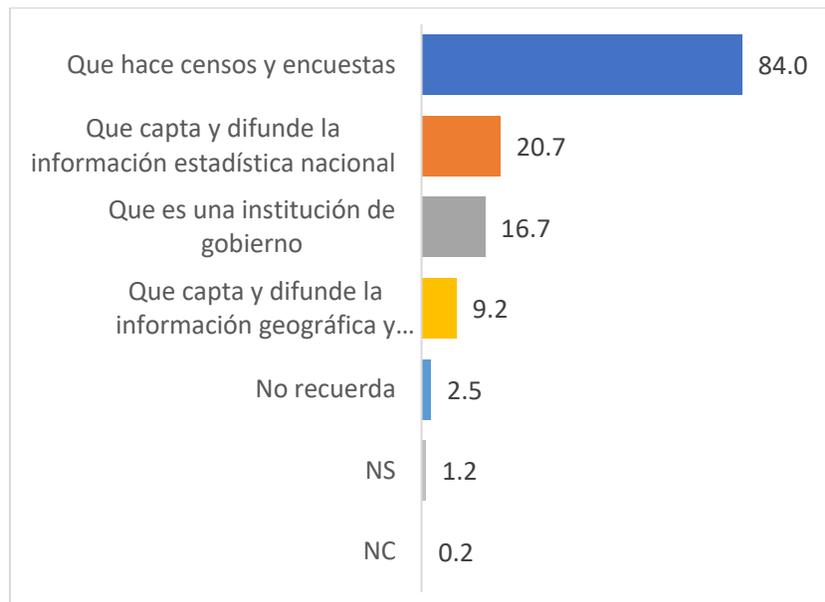


Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Principalmente, son las personas de 25 a 29 años y aquellas que están buscando trabajo quienes respondieron escuchar del INEGI a partir de los censos de población.

En cambio, durante la Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017 se observó que la actividad más conocida del Instituto era la de la realización de *censos y encuestas*, con un 84%. De esta actividad le siguió en porcentaje la de *captación y difusión de información estadística nacional* con un 20.7%. El 16.7% declaró saber que el INEGI es una *institución de gobierno*. Solo 9.2% dijo haber escuchado que el INEGI *capta y difunde información geográfica y cartográfica* (véase gráfica 61).

**Gráfica 61. ¿Qué ha escuchado del INEGI? (porcentajes)**



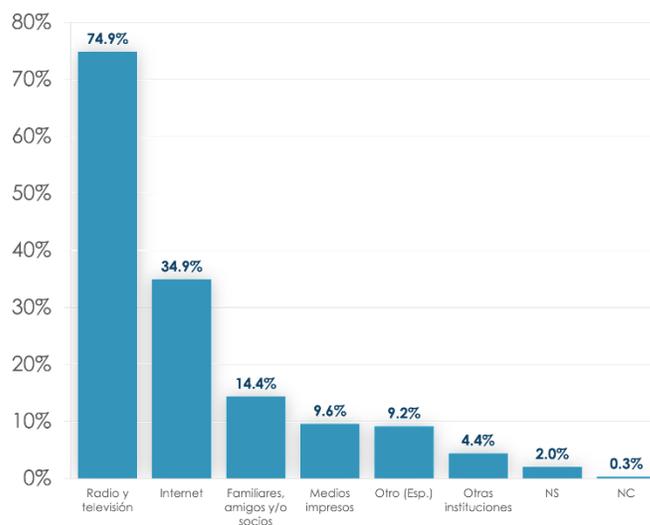
Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-IIIJ. Departamento de Investigación Aplicada y Opinión. 2017. NS: no sabe; NC: no contesta.

De las principales actividades que se registraron para ambas encuestas destaca que para la encuesta 2021 hubo una disminución de 24.5% en la primera mención que dijeron *censos de población*. A pesar de que en el año 2020 se realizó el levantamiento nacional del censo, el porcentaje de las personas encuestados que identifica al INEGI por esa actividad disminuyó, sin embargo, se identificó el conocimiento del Instituto a la realización de otras estadísticas.

### ¿En dónde ha escuchado hablar del INEGI?

Adicional, se preguntó *¿En dónde ha escuchado hablar del INEGI?* El principal medio en el que las personas escuchan hablar del INEGI es la *radio y televisión* representado con el 74.9% de las menciones, seguido por el *internet* con el 34.9%, con 14.4% los encuestados dijeron haber escuchado por sus *familiares, amigos y/o socios*, los *medios impresos* registraron 9.6% de las menciones y solo el 4.4% dijeron por *otras instituciones* (véase gráfica 62).

**Gráfica 62. ¿En dónde ha escuchado hablar del INEGI?**



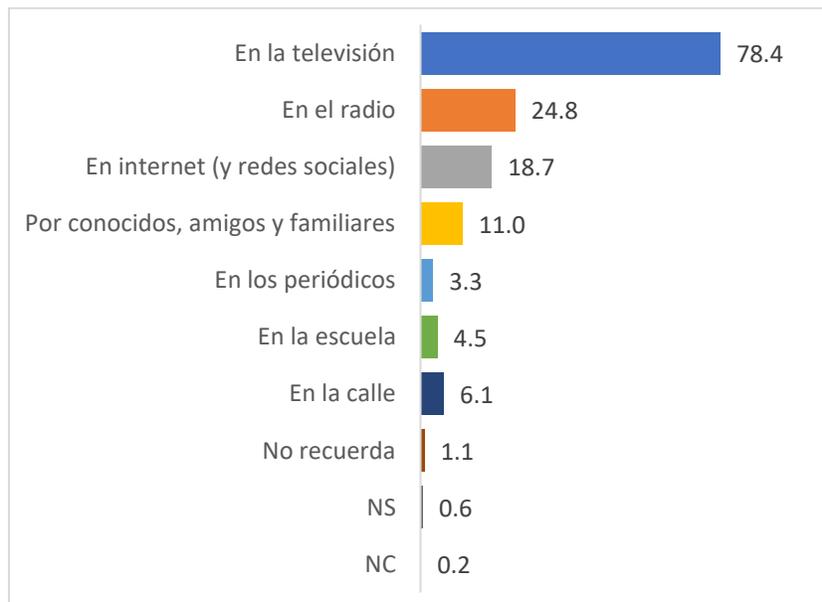
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Quienes más afirmaron haber escuchado hablar del INEGI a través de la *radio y televisión* fueron los hombres, las personas de 35 a 39 años, las de mayor escolaridad (Licenciatura o Posgrado) y aquellas que están en busca de trabajo). Asimismo, fueron los hombres, las personas de 25 a 29 años y aquellos con escolaridad de carrera técnica con preparatoria terminada quienes mencionaron que escuchan del INEGI a través de *internet*.

Los resultados que se observaron en la Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017 en la cual, la *televisión* fue el principal medio por el que han escuchado hablar del instituto, con un 78.4%. El segundo medio en importancia

porcentual fue la *radio*, con un 24.8% de los que conocen la existencia del INEGI. *Internet* y *las redes sociales* constituyeron el tercer medio en importancia para tener conocimiento del instituto, con un 18.7%; mientras que el 11% de los encuestados indicó que ha sabido de esta institución por *contactos personales, amigos y familiares*. Finalmente, un 13.9% ha escuchado hablar del instituto por medio de los *periódicos, la escuela o la calle* (véase gráfica 63).

**Gráfica 63. ¿En dónde ha escuchado hablar del INEGI? (porcentajes)**



Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-IIIJ. Departamento de Investigación Aplicada y Opinión. 2017.

El medio principal en el que los encuestados han escuchado del INEGI sigue siendo la *televisión o radio*, no obstante, el *internet* tuvo un incremento de 13.8% con relación a la encuesta de 2017. Los medios digitales se han posicionado como referentes en la consulta de información del INEGI, desplazando en su mayoría a los medios impresos.

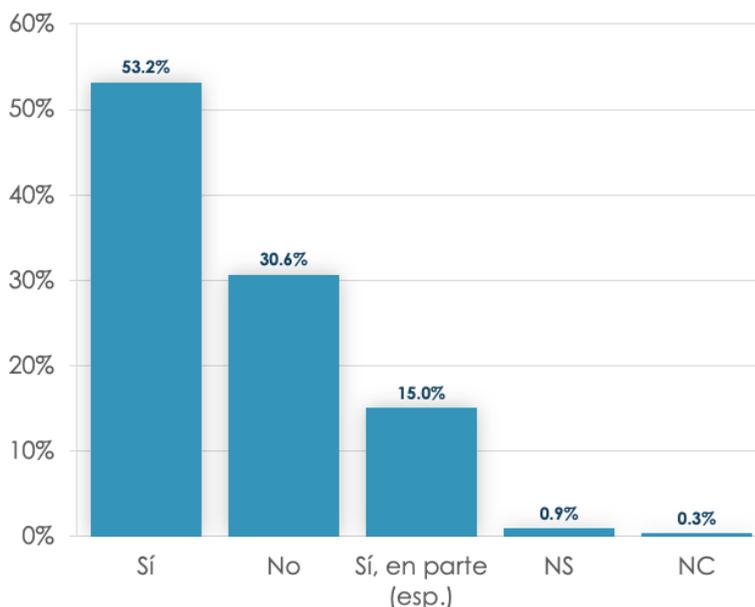
## 7. Conocimiento de las funciones del INEGI

La sección anterior da cuenta del conocimiento del INEGI de los encuestados y los medios por los cuales saben de esta institución. En esta sección se busca saber si los entrevistados conocen las funciones a las que se dedica el Instituto. Particularmente, identificar si las funciones del INEGI se ubican de forma correcta y si existe alguna que se asocia de forma importante con sus actividades, así como ciertas características del perfil de personas que lo identifican correcta e incorrectamente.

### ¿Sabe usted a qué se dedica el INEGI?

A la pregunta, *¿Sabe usted a qué se dedica el INEGI?* Resalta que un poco más de la mitad de los encuestados (53.2%) afirma que *Sí* saben a qué se dedica el INEGI, en contraparte con el 30.6% quien comentó *No* saber a qué se dedica. Por último, el 15% de los encuestados afirmó saber a qué se dedica *en parte* (véase gráfica 64).

**Gráfica 64. ¿Sabe usted a qué se dedica el INEGI?**



Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Del análisis sociodemográfico se puede observar que principalmente los hombres, las personas de 35 a 39 años y aquellas que son jubilados o pensionados respondieron en

mayor medida afirmar a qué se dedica el INEGI. En contraste con las mujeres y las personas más jóvenes de 15 a 19 años quienes dijeron no saber a qué se dedica.

Para la Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017 se observa que el 64.6% de los entrevistados afirma saber a qué se dedica el INEGI, mientras que el 18% de ellos dice claramente no conocer sus funciones. Resalta un 16.9% de entrevistados que afirman que lo saben en parte (véase gráfica 65).

**Gráfica 65. ¿Sabe usted a qué se dedica el INEGI? (porcentajes)**



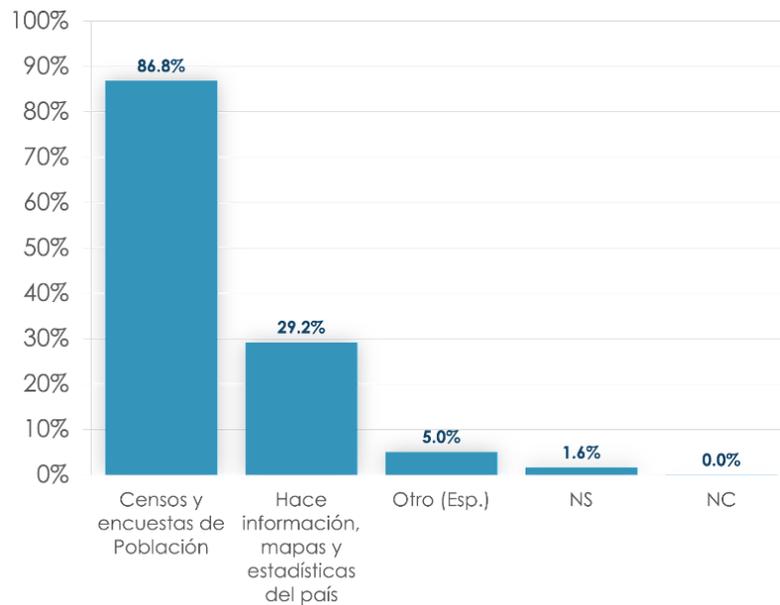
Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-IIIJ. Departamento de Investigación Aplicada y Opinión. 2017. Nota: NS: no sabe; NC: no contesta.

Principalmente las personas respondieron en mayor medida conocer a qué se dedica el INEGI para la encuesta 2021, sin embargo, en comparación con la encuesta de 2017 la afirmación disminuyó 11.4% y la negación aumentó 12.6%. Los encuestados identifican a qué se dedica el INEGI, esto se puede relacionar a la principal actividad identificada por el instituto que son los censos, no obstante, se puede observar un aumento en el porcentaje que dijo no saber a qué se dedica el INEGI.

### ¿Cuáles actividades realiza?

Como complemento al conocimiento del INEGI se cuestionó respecto a, ¿*Cuáles actividades realiza?* Destaca que un 86.8% lo relaciona inmediatamente con *censos y encuestas de población* y otro 29.2% lo relaciona con que *hace información, mapas y estadísticas del país* (véase gráfica 66).

**Gráfica 66. ¿Cuáles actividades realiza?**



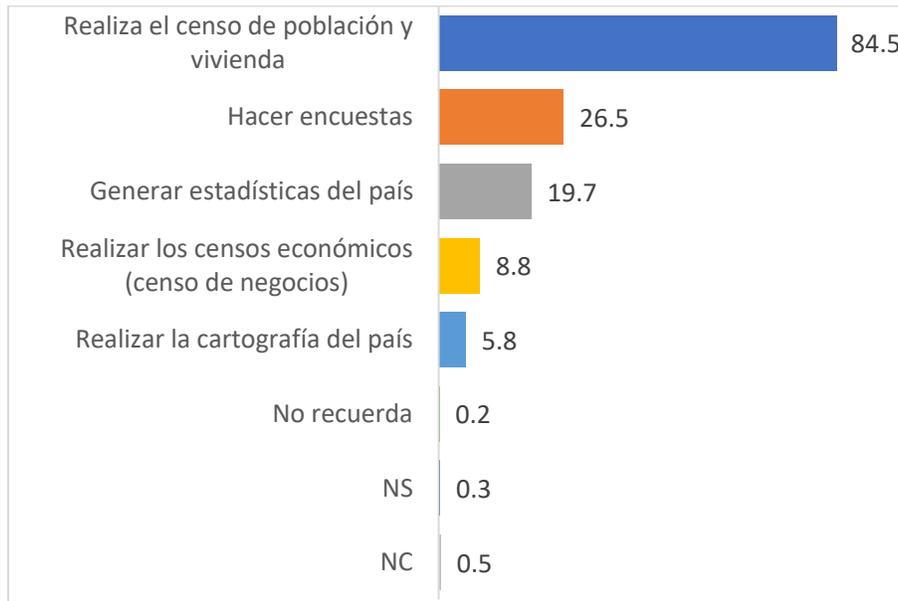
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Las personas que principalmente relacionan al INEGI con *censos y encuestas de población* fueron los hombres, las personas de 35 a 39 años y aquellos con nivel de escolaridad avanzado (Posgrado). Por su parte, las que relacionaron al INEGI con *hacer información, mapas y estadísticas del país* fueron los hombres y las personas de 35 a 39 años.

En la Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017 se observaron resultados similares a las actividades que realiza el Instituto. Un 84.5% de los encuestados reconoce como actividad la relacionada con la *realización del censo de población y vivienda*; un distante 26.5% reconoce la actividad de *realizar encuestas*, seguida de *realizar estadísticas del país* con un 19.7%. Otro tipo de actividades tales como la

realización de censos económicos o bien la realización de cartografía son labores reconocidas por un 8.8% y un 5.8% de los entrevistados, respectivamente (véase gráfica 67).

**Gráfica 67. ¿Cuáles actividades realiza? (porcentajes).**



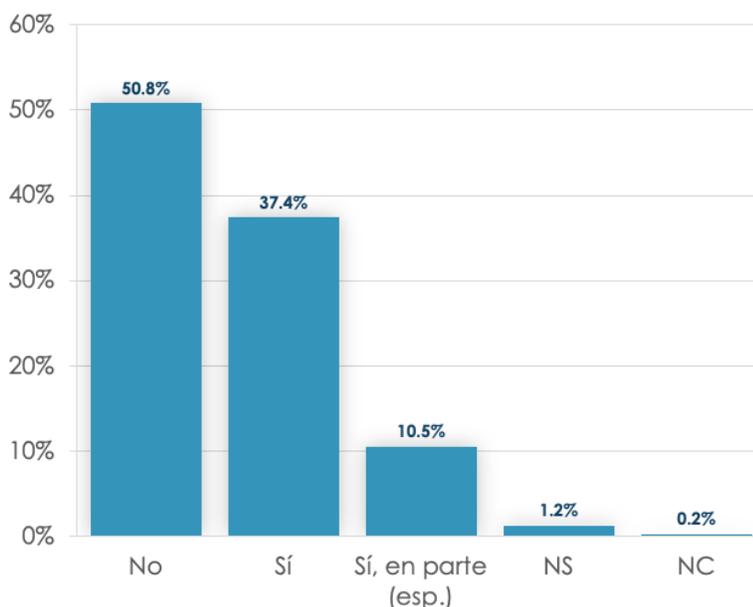
Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-IIIJ. Departamento de Investigación Aplicada y Opinión. 2017. NS: no sabe; NC: no contesta.

En ambas encuestas las personas entrevistadas identifican como principal actividad la realización de censos y encuestas de población, además, los encuestados identifican la producción de información, estadísticas y cartografía. El censo puede ser la actividad más identificada por los entrevistados, ya que esta actividad comprende a todo el país e involucra la participación de la mayoría de la población.

**¿Se ha enterado de alguna información que proporcione el INEGI?**

Además, para explorar el nivel de conocimiento que tienen las personas entrevistadas en el INEGI se preguntó: ¿Se ha enterado de alguna información que proporcione el INEGI? El 50.8% de los encuestados dijeron que *no*, mientras que un 37.4% dijo que *si* y solo el 10.5% dijo que *si, en parte* (véase gráfica 68).

**Gráfica 68. ¿Se ha enterado de alguna información que proporcione el INEGI?**



Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Del análisis de las tablas de contingencia se puede observar que de las personas que afirmaron Sí estar enterado de alguna información que proporcione el INEGI fueron principalmente los hombres, las personas de 35 a 39 años y aquellos que son jubilados o pensionados quienes respondieron en mayor medida. En cambio, para aquellas personas que respondieron en sentido negativo se ubican las mujeres y las personas más jóvenes.

De la Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017 se puede observar que menos de la mitad (42%) de los encuestados afirmó tener información proporcionada por el INEGI. Asimismo, casi la mitad (49.3%) de los encuestados dijeron no estar enterados de la información que proporciona el instituto, mientras que solo el 7.8% de los entrevistados afirmó conocer esta información de forma parcial (véase gráfica 69).

**Gráfica 69. Se ha enterado de alguna información que proporcione el INEGI (porcentajes)**



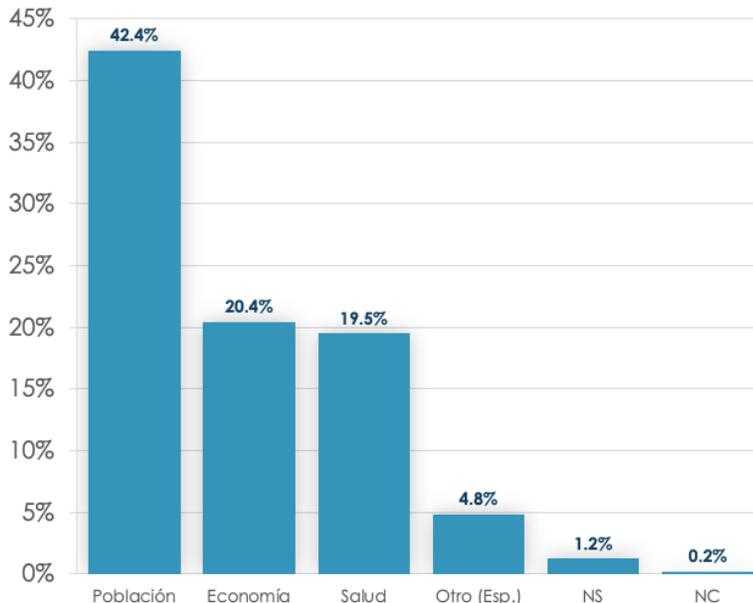
Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-IIIJ. Departamento de Investigación Aplicada y Opinión. 2017. Nota: NS: no sabe; NC: no contesta.

Se aprecia que, de ambas encuestas, la respuesta con mayor mención fue en sentido negativo, respondiendo que no se enteran de alguna información que proporciona el INEGI. Esta respuesta se puede dar por diversos factores, como la falta de divulgación de información por parte del INEGI, la falta de interés de las personas por conocer datos estadísticos o que las personas desconocen qué información genera el INEGI.

### *¿De qué información se enteró?*

También se pretendió conocer acerca de la información preguntando lo siguiente: *¿De qué información se enteró?* La mayoría de las personas afirmaron enterarse sobre la población, representado con el 42.4% de los encuestados. En segundo lugar, se ubicó la opción de economía con un 20.4% de las respuestas. Y un 19.5% dijeron que se enteró de información sobre salud (véase gráfica 70).

**Gráfica 70. ¿De qué información se enteró?**



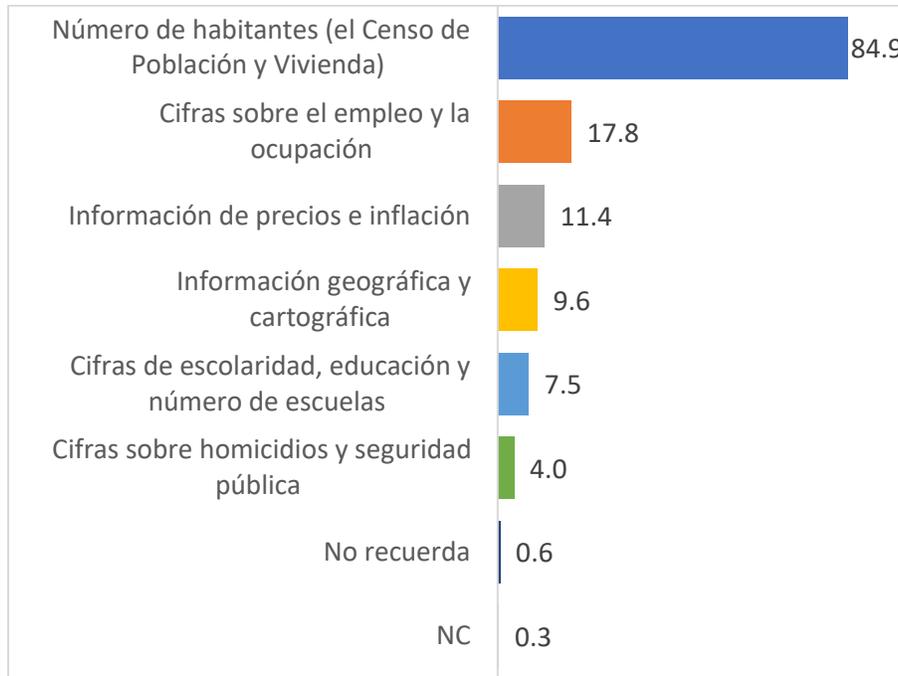
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Destaca que de los principales temas de información de la que se enteraron los encuestados sobre la *población* y *economía*, son principalmente los hombres, las personas de 35 a 39 años y aquellos que son jubilados o pensionados quienes respondieron en mayor frecuencia.

Por otro lado, en la Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017 se observó que el mayor porcentaje de personas dijo haberse enterado de información del número de habitantes, es decir, de *información sobre el Censo de Población y Vivienda*, con un 84.9%. Con un porcentaje menor, la información en segundo lugar de importancia por el porcentaje de entrevistados que declararon haberse enterado por el INEGI es la relacionada con las *cifras de empleo y ocupación*, con un 17.8%. El 11.4% y el 9.6%, respectivamente, afirmaron tener información más específica sobre la *inflación* o la de *carácter geográfico y cartográfico*, mientras que un 11.5% dijo tener información más

específica, como la relativa a la *educación o a los homicidios y seguridad pública* (véase gráfica 71).

**Gráfica 71. ¿De qué información se enteró? (porcentajes)**



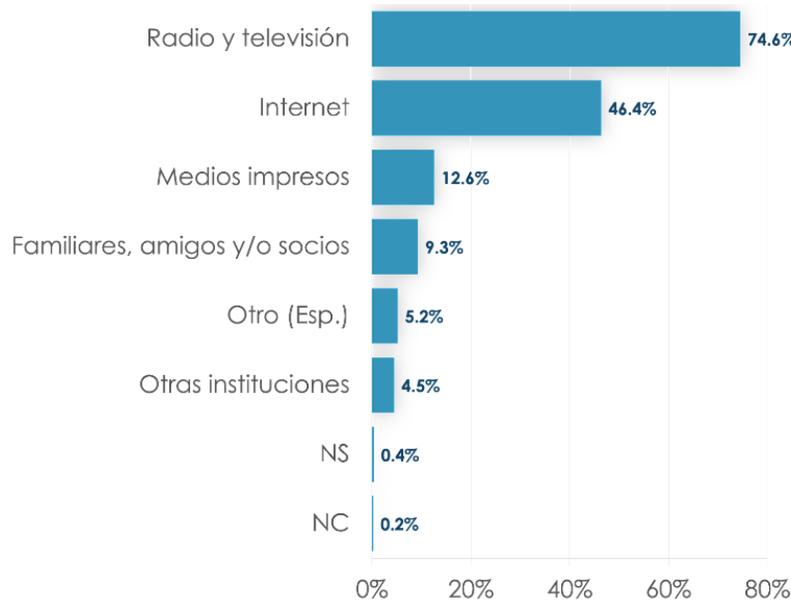
Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-IIIJ. Departamento de Investigación Aplicada y Opinión. 2017. NS: no sabe; NC: no contesta.

Destaca que de ambas encuestas la principal información que mencionaron los encuestados fue la *población*, principalmente relacionada a la actividad del censo. También se identifica un aumento de porcentaje en la información de *economía*, pero principalmente destaca que los encuestados mencionaron informarse sobre datos de *salud*. La incorporación de la mención de *salud* se debe principalmente al contexto actual de la pandemia por Covid-19, respondiendo al interés que tienen las personas sobre los datos estadísticos de la actual contingencia.

### ¿Cómo se enteró de esa información?

Como complemento a la información que proporciona el INEGI se preguntó: ¿Cómo se enteró de esa información? Siete de cada diez personas afirmaron hacerlo a través de la *radio y televisión*, un 46.4% lo hizo a partir de *internet*, otro 12.6% dijo hacerlo a partir de *medios impresos*, el 9.3% respondió enterarse por *familiares, amigos y/o socios* y solo el 4.5% dijo enterarse por *otras instituciones* (véase gráfica 72).

**Gráfica 72. ¿Cómo se enteró de esa información?**



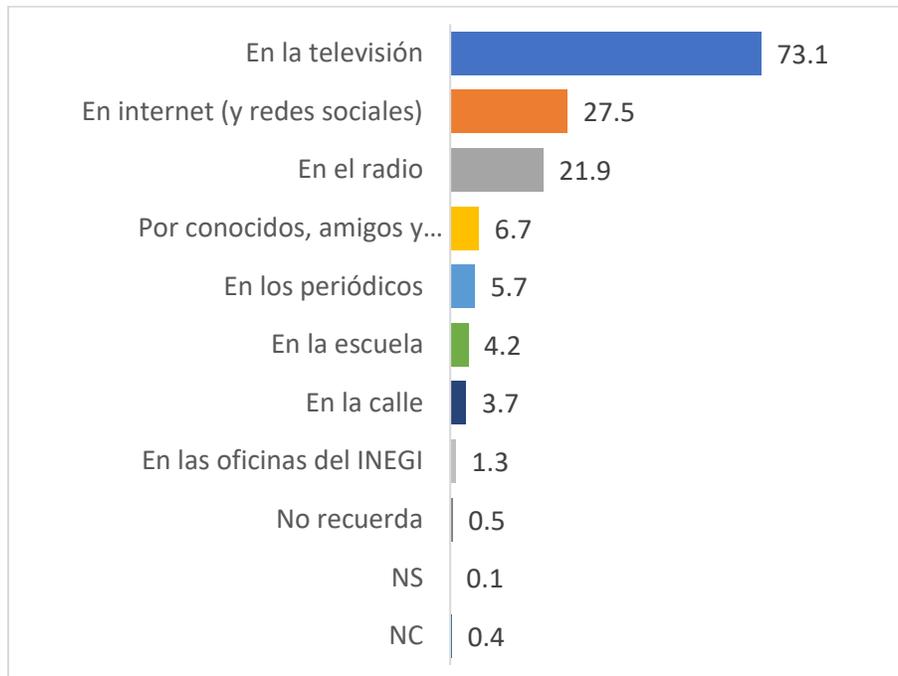
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

A partir del análisis sociodemográfico se puede observar que los encuestados que mencionaron enterarse de la información a través de la *radio y televisión* principalmente fueron los hombres, las personas de 35 a 39 años y aquellos que están jubilados o pensionados. Asimismo, destaca que el enterarse a través del *internet* fue respondido en su mayoría por los hombres y las personas de 35 a 39 años.

En cambio, para la Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017 se observó que la *televisión* mostró el mayor porcentaje (73.1%) por el

cual la gente se enteró de la información que dice conocer del instituto. Como segundo medio en importancia destacó *internet y las redes sociales*, con un 27.5%, 5.6 puntos porcentuales más que en aquellos que declaran haberse enterado por la *radio*. Esto le da un papel cada vez más importante al internet como medio de difusión y conocimiento de las actividades del INEGI y la información que genera (véase gráfica 73).

**Gráfica 73. Y, ¿en dónde se enteró de esa información? (porcentajes)**



Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-IIIJ. Departamento de Investigación Aplicada y Opinión. 2017. NS: no sabe; NC: no contesta.

El medio que fue respondido en mayor medida por los encuestados en ambas encuestas fue la *televisión* y el *internet* mantuvo su lugar de mención. Las menciones respondidas son reflejo de los principales medios de comunicación en los cuales no solo se realiza difusión del INEGI, sino que son los principales medios de acceso a la información.

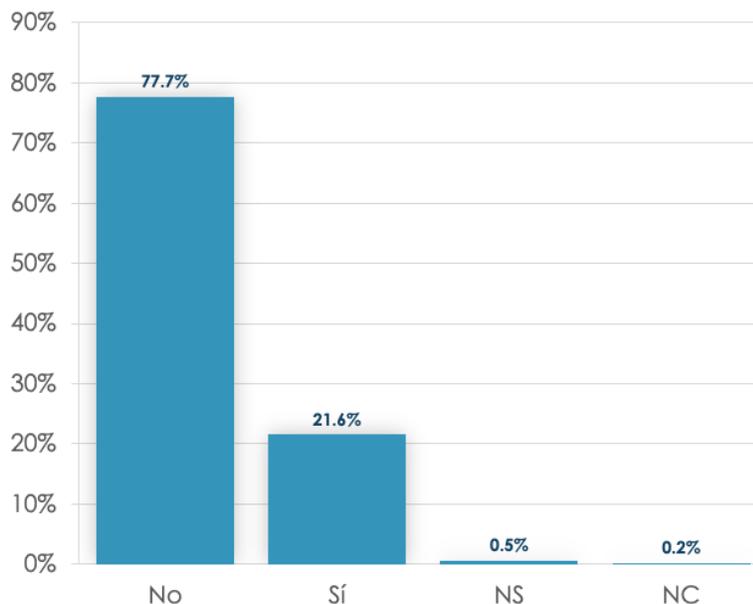
## 8. Usos de la información del INEGI

En esta sección se señala qué información se tiene del INEGI, qué uso se le da, qué periodicidad tiene y qué utilidad tiene. Es importante identificar no solo si las personas conocen al INEGI, el medio a través del cual lo conocen y qué tipo de información es más conocida, sino también qué utilidad le otorgan a esa información.

### *¿Alguna vez ha consultado información del INEGI?*

Asimismo, se preguntó: *¿Alguna vez ha consultado información del INEGI?* La mayoría de las personas encuestadas mencionó que no ha consultado información (77.7%) y solo el 21.6% dijo haber consultado información del INEGI (véase gráfica 74).

**Gráfica 74. ¿Alguna vez ha consultado información del INEGI?**



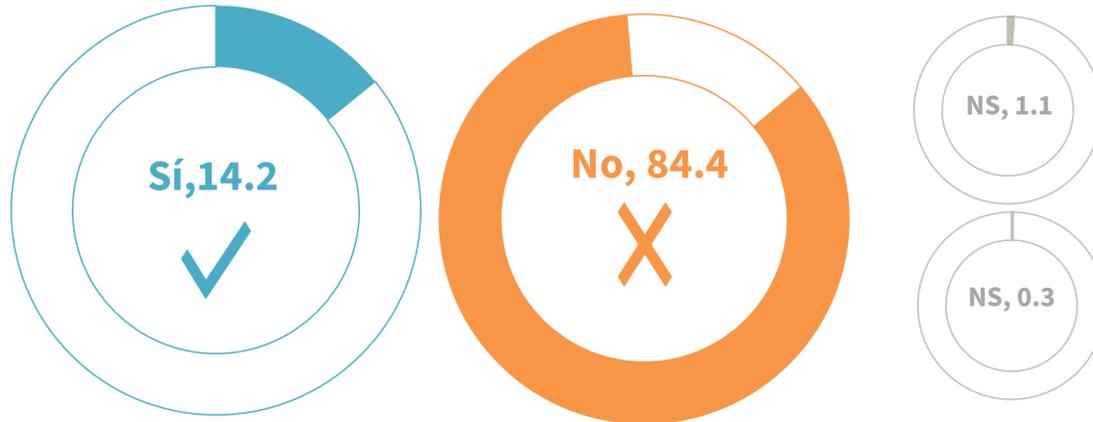
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

De las personas que afirmaron haber consultado la información del INEGI, destaca que principalmente fueron los hombres, las personas de 35 a 39 años y aquellos que trabajan

para obtener ingresos quienes respondieron en mayor medida. En contraste con los individuos que respondieron de forma negativa, los cuales fueron principalmente las mujeres, las personas de mayor edad (de 65 años y más) y aquellos que están incapacitados(as) permanentemente para trabajar.

Igualmente, se observó en la Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017 un panorama más pesimista, el 14.2% le han dado una utilidad a la información del INEGI, mientras que un 84.4% dijo no haberle dado una utilidad a la información del instituto (véase gráfica 75).

**Gráfica 75. ¿Alguna vez ha utilizado información del INEGI? (porcentajes)**



Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-IJ. Departamento de Investigación Aplicada y Opinión. 2017. NS: no sabe; NC: no contesta.

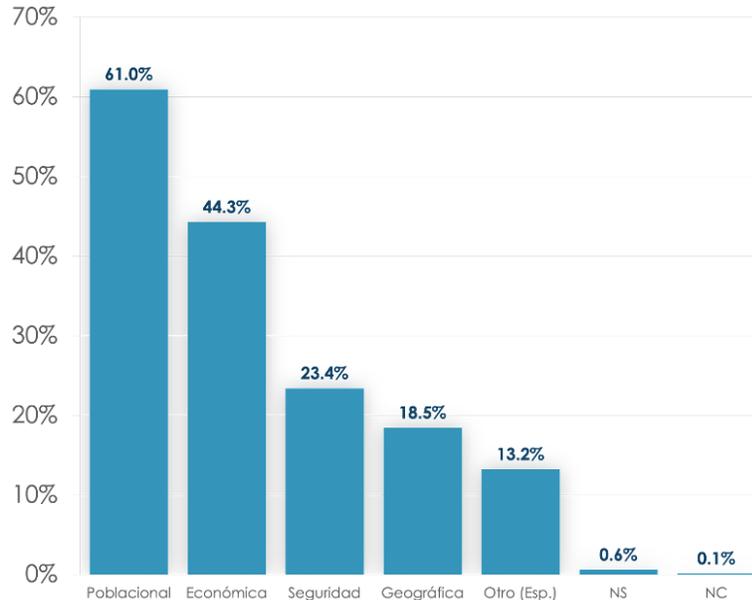
Se puede observar que de la encuesta de 2021 ha aumentado la utilidad de información del INEGI un 7.4% comparada con la encuesta de 2017.

*¿Cuál (o cuáles) información (es) del INEGI ha utilizado?*

De igual modo, para las personas que afirmaron consultar información del INEGI, se realizó la pregunta, *¿Cuál (o cuáles) información (es) del INEGI ha utilizado?* Se exploró el tipo de información que han usado las personas entrevistadas; dentro de las principales opciones dijeron información *poblacional* con el 61%, con el 44.3% dijeron información *económica*.

Con menor mención dijeron que han utilizado información sobre *seguridad* 23.4% y *geográfica* 18.5% (véase gráfica 76).

**Gráfica 76. ¿Cuál (o cuáles) información (es) del INEGI ha utilizado?**

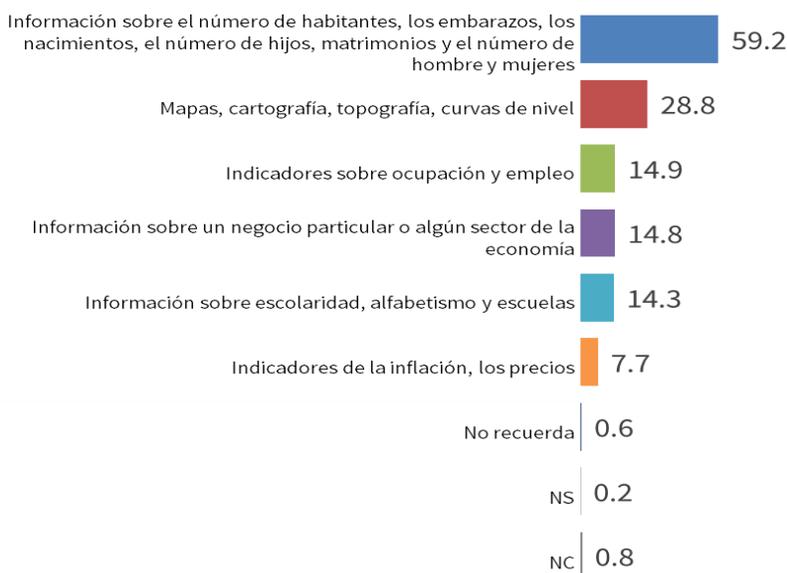


Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Del análisis sociodemográfico se puede observar que de la principal información que consultan del INEGI correspondiente a la *población* fueron principalmente los hombres y las personas de 20 a 24 años quienes respondieron con mayor frecuencia. Por otro lado, fueron los hombres y las personas de 25 a 29 años quienes mencionaron en mayor parte consultar información *económica*.

Para la Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017 se registró que la información más utilizada por los encuestados es la relativa al número de habitantes, los embarazos, los nacimientos, el número de hijos, el número de matrimonios y el número de hombres y mujeres, con el 59.2%. Con una diferencia considerable, en segundo lugar, en importancia se encontraron los mapas, cartografía, topografía y curvas de nivel, con un 28.8%. La información sobre indicadores de ocupación y empleo se presentó con un 14.9% (véase gráfica 77).

**Gráfica 77. ¿Qué información del INEGI ha utilizado más? (porcentajes)**



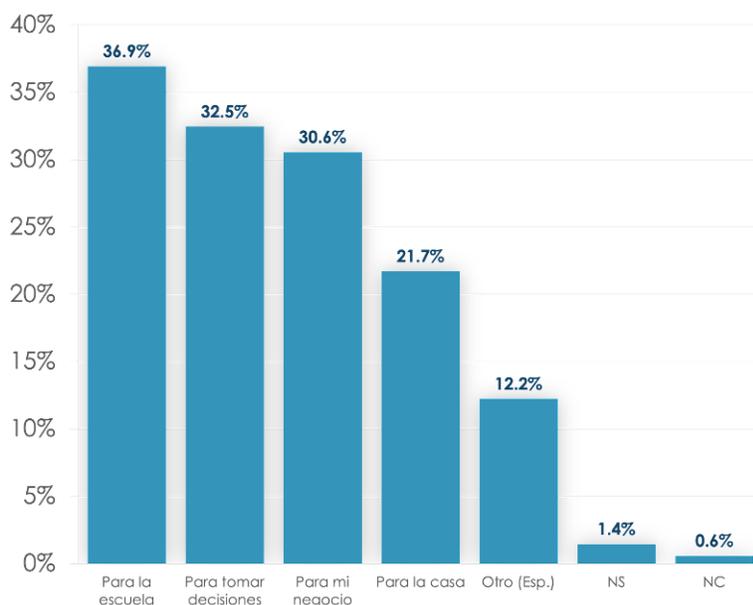
Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-IIIJ. Departamento de Investigación Aplicada y Opinión. 2017. NS: no sabe; NC: no contesta.

La información del INEGI que mencionaron los encuestados en ambas encuestas se refiere principalmente a la información *poblacional*. De la encuesta 2021, las personas utilizaron la información *económica* y *geográfica*, además, destaca como nueva mención el uso de la información de *seguridad*.

**¿Para qué la ha utilizado?**

También se preguntó como complemento, *¿Para qué la ha utilizado?* Se afirmó que un 36.9% la ha utilizado principalmente *para la escuela*, el 32.5% para *tomar decisiones*, un 30.6% la utiliza *para su negocio* y solo un 21.7% *para su casa* (véase gráfica 78).

**Gráfica 78. ¿Para qué la ha utilizado?**



Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Las personas más jóvenes afirmaron utilizar la información del INEGI *para la escuela*, en cambio, las personas de 35 a 44 años dijeron utilizarla *para tomar decisiones* y los jóvenes de 25 a 29 años mencionaron ocupar la información *para su negocio*.

En cambio, para la Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017 se observó que un 26% de los encuestados señalaron que la información que han utilizado del INEGI la han usado *para realizar un trabajo de la escuela*, un 20.6% la ha usado en el *trabajo*, mientras que un 17.5% la ha usado *para trasladarse de un lugar a otro* y un 11.5% *para conocer su ubicación* (véase gráfica 79).

**Gráfica 79. ¿Para qué la ha utilizado? (porcentajes)**



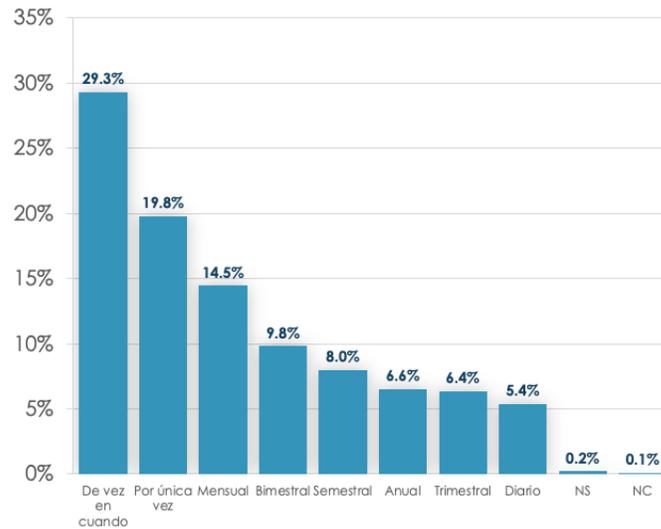
Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-IIIJ. Departamento de Investigación Aplicada y Opinión. 2017. NS: no sabe; NC: no contesta.

El uso que se le da principalmente a la información que consultan del INEGI es para la *escuela*. La encuesta realizada en el 2021 en comparación con la de 2017 presenta tres menciones distintas que son: *para tomar decisiones, para el negocio y para la casa*. La información del INEGI es importante porque es utilizada en su mayoría para actividades escolares.

*¿Con qué frecuencia ha utilizado la información del INEGI que me acaba de mencionar?*

No solo es importante conocer el tipo de información que utilizan sino también la frecuencia con la que lo realizan, para ello se realizó la pregunta *¿Con qué frecuencia ha utilizado la información del INEGI que me acaba de mencionar?* La consulta de información no se realiza de manera regular, predominando la opción *de vez en cuando* con un 29.3% de los usuarios. El 19.8% dijo hacerlo *por única vez* y el 14.5% lo realiza *mensualmente*. Las opciones con menor mención fueron: *bimestral* con 9.8%, *semestral* con 8%, *anual* con 6.6%, *trimestral* con 6.4% y *diario* con un 5.4% (véase gráfica 80).

**Gráfica 80. ¿Con qué frecuencia ha utilizado la información del INEGI que me acaba de mencionar?**

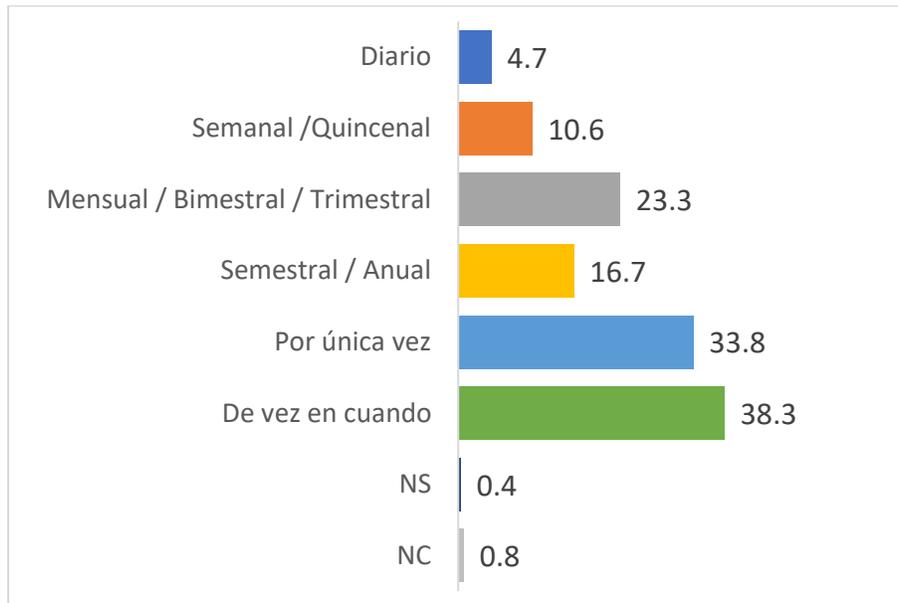


Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

La frecuencia con la que se utiliza la información del INEGI no es recurrente principalmente, aquellas personas que mencionaron hacerlo *de vez en cuando* fueron los hombres y las personas de 50 a 54 años. De la frecuencia de hacerlo *por única vez* resalta que respondieron en mayor medida las mujeres y las personas más adultas (de 65 años y más). Por último, los porcentajes muestran que las mujeres y las personas de 50 a 54 años utilizan la información del INEGI *diario*.

La Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017 registró que el 38.3% usó esta información *de vez en cuando*, el 33.8% usó la información *por única vez*. El uso más sistemático fue el *mensual/bimestral/trimestral*, con un 23.3%, mientras que, en contraste, con el uso *diario* es el menos frecuente, sólo lo realizó el 4.7% de los encuestados (véase gráfica 81).

**Gráfica 81. ¿Con qué frecuencia ha utilizado la información del INEGI que me acaba de mencionar? (porcentajes)**



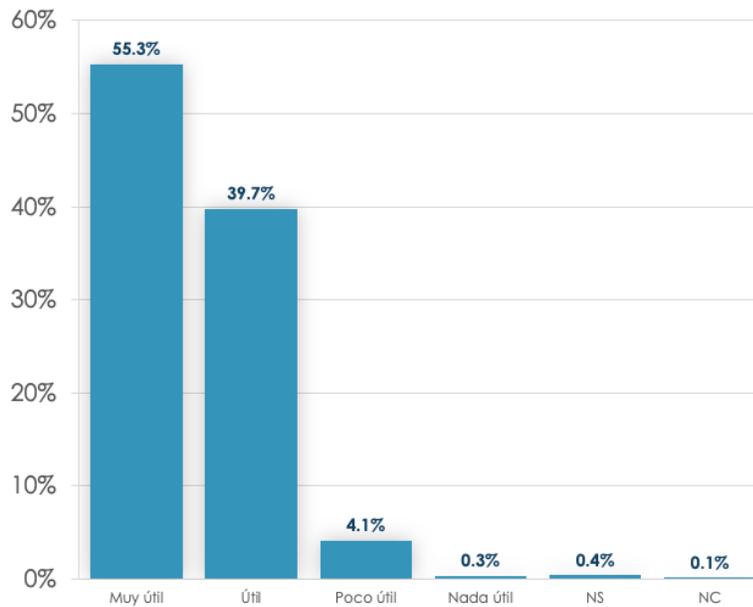
Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-IIIJ. Departamento de Investigación Aplicada y Opinión. 2017. NS: no sabe; NC: no contesta.

La frecuencia con que los encuestados respondieron utilizar la información del INEGI fue *de vez en cuando* y *por única vez* con mayor mención para ambas encuestas. Se puede observar que la información del INEGI solo es consultada con muy poca frecuencia, ya que en su mayoría es utilizada para trabajos escolares por lo que no es solicitada con regularidad.

### *¿Qué tan útil le ha resultado la información?*

En la pregunta, *¿Qué tan útil le ha resultado la información?* Destaca que un 95% de los encuestados afirmaron que es *muy útil* o *útil*, en contraste con el 4.4% que comentó de manera negativa que es *poco útil* o *nada útil* (véase gráfica 82).

**Gráfica 82. ¿Qué tan útil le ha resultado la información?**

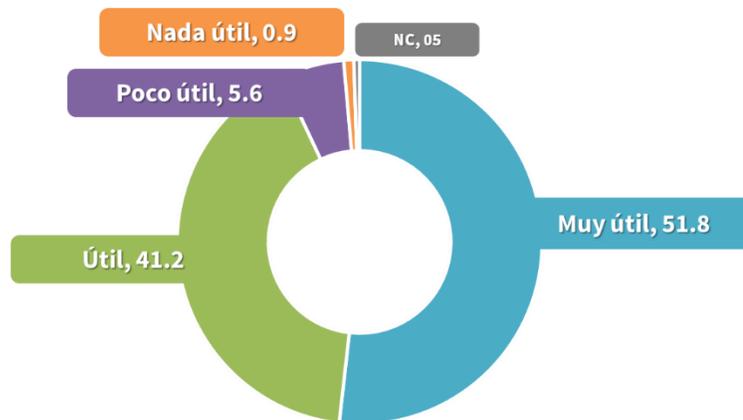


Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

En su mayoría, las mujeres, las personas de 40 a 44 años y aquellos que son jubilados o pensionados respondieron que al utilizar la información del INEGI ha sido *muy útil*. En contraste con las mujeres y las personas de 60 a 64 años quienes mencionaron ser *poco útil* la consulta de esa información.

De manera similar para la Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017 se observó que casi la totalidad de los encuestados (93%) consideró que fue *muy útil* o *útil* la información que utilizó. Solo el 6.5% respondió que la información utilizada fue *poco útil* o *nada útil* (véase gráfica 83).

**Gráfica 83. ¿Qué tan útil le ha resultado la información? (porcentajes).**



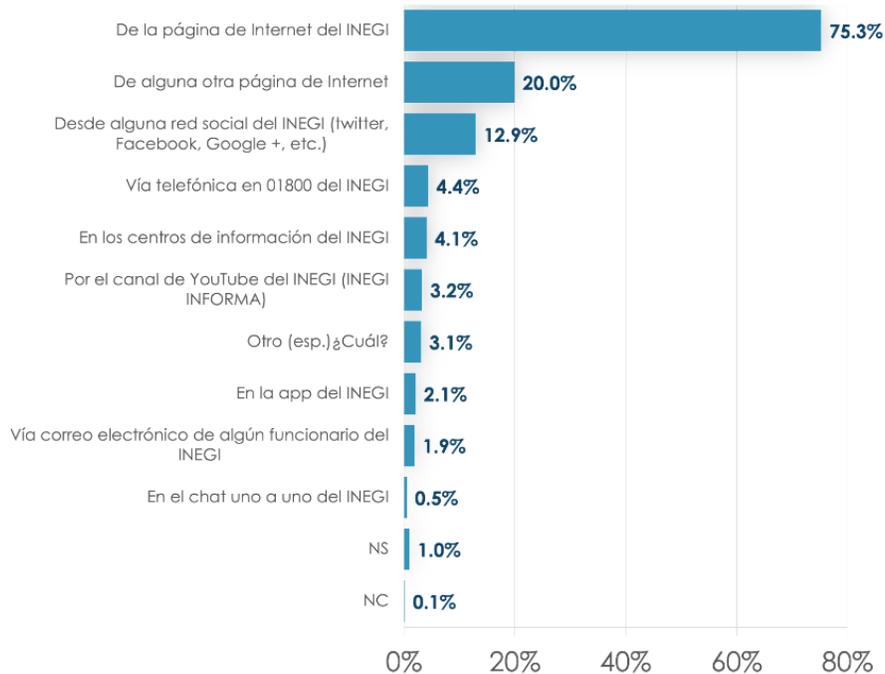
Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-IIIJ. Departamento de Investigación Aplicada y Opinión. 2017. NC: no contesta.

Los resultados en ambas encuestas fueron similares, ya que se puede observar que la mayoría de las personas dijeron en ambas encuestas que la información del INEGI es *muy útil* o *útil*. En este sentido, la información generada por el instituto es evaluada positivamente por los usuarios ya que ha mantenido desde el 2017 una valoración favorable.

#### *¿Dónde la(s) consultó?*

De la información consultada del INEGI por los encuestados se pretende conocer la fuente en la que principalmente la obtiene, para ello se preguntó: *¿Dónde la(s) consultó?* El 75.3% dijo que de la *página de internet del INEGI*, el 20% dijo de *alguna otra página de internet*, otro 12.9% respondió hacerlo *desde alguna red social del INEGI* y solo el 4.1% mencionó que en *los centros de información del INEGI*. Con menor mención se ubicaron las opciones: por *vía telefónica en 01800 del INEGI* con 4.4%, por *el canal de YouTube del INEGI* con 3.2%, por *vía correo electrónico de algún funcionario del INEGI* con 1.9%, en la *App del INEGI* con 2.1% y por último, en el *chat uno a uno del INEGI* con 0.5% (véase gráfica 84).

**Gráfica 84. ¿Dónde la(s) consultó?**

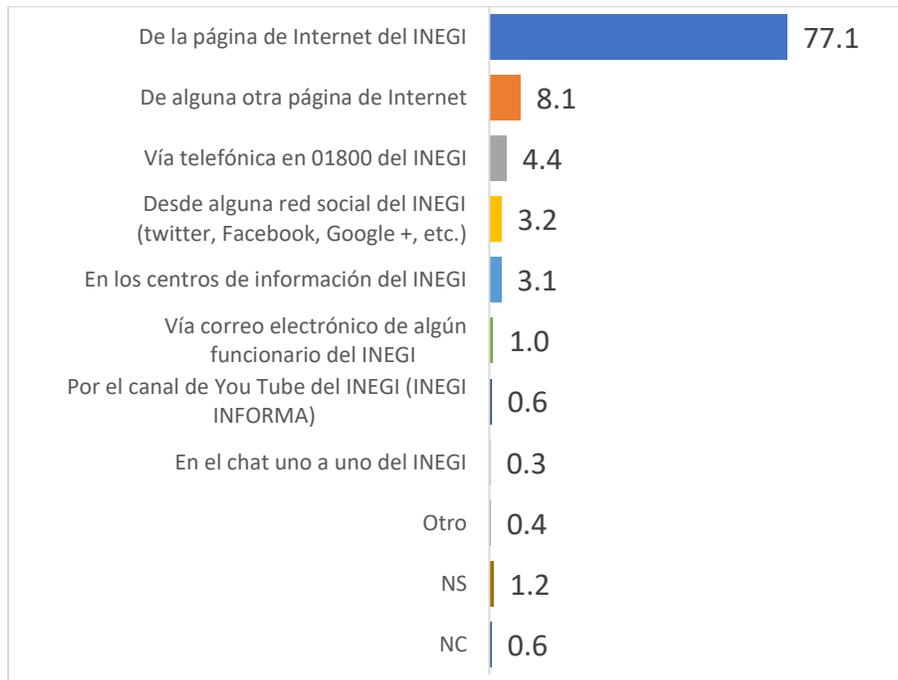


Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Al realizar el cruce sociodemográfico se puede observar que quienes consultan la información del INEGI a través de la *página de internet* del Instituto son principalmente los hombres, las personas jóvenes de 20 a 24 años y aquellas con escolaridad de posgrado (Maestría o Doctorado). En contraste, con aquellas personas que realizan la consulta de información a partir de *alguna otra página de internet* ajena al INEGI fueron principalmente los hombres y las personas de 25 a 29 años.

En la Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017 se registró que el 77.1% de los entrevistados usó la información del Instituto en consulta directa a través de la *página de internet*. Sólo el 8.1% consultó la información del INEGI a través de *otras páginas de internet*, y el 4.4%, por *vía telefónica* (véase gráfica 85).

**Gráfica 85. ¿Dónde las consultó? (porcentajes).**



Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-IIIJ. Departamento de Investigación Aplicada y Opinión. 2017. NS: no sabe; NC: no contesta.

Como principal fuente de información del INEGI, los encuestados respondieron en mayor medida, que consultan a través de *la página de internet del INEGI*, seguido de *alguna otra página de internet*. La página de internet del INEGI es la principal herramienta que las personas utilizan para consultar algún tipo de información del instituto.

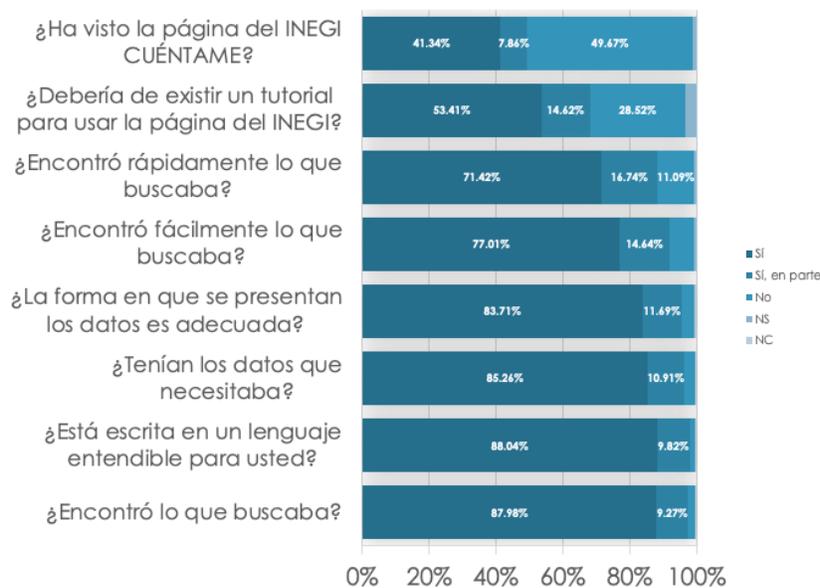
## 9. Características de la consulta de la información

En esta sección se evalúa la experiencia del encuestado al hacer uso de la información del INEGI y realizar consultas de la misma, o bien, de algún otro servicio proporcionado por el Instituto. Se observa en general una evaluación positiva de la experiencia, con algunos elementos que deben considerarse para la mejora de la experiencia de los usuarios.

### Y al consultar la página del INEGI...

Para conocer la experiencia que tuvieron los encuestados en la visita a la página de internet del INEGI, se preguntó: *Y al consultar la página del INEGI...* Adicional a esta pregunta, se realizaron opciones que permiten conocer la consulta de la información, el 88% afirmó que *sí encontró lo que buscaba y está escrita en un lenguaje entendible*, mientras que un 85.3% señaló que *la página del INEGI tenía los datos que necesitaba*. Con un 83.7% afirmó que *la forma en que se presentan los datos es adecuada*, un 77% opinó *encontrar fácilmente lo que buscaba* y el 71.4% encontró lo que *buscaba rápidamente*. El 53.4% de los encuestados considera que *debería de existir un tutorial para usar la página del INEGI* y solo el 41.3% *ha visto la página del INEGI Cuéntame* (véase gráfica 86).

**Gráfica 86. Y al consultar la página del INEGI...**



Fuente: "Percepciones Sociales del INEGI", UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

De acuerdo con el análisis de las tablas de contingencia se puede observar que las personas que afirmaron que *sí encontró lo que buscaba* fue respondida en su mayoría por hombres y personas de mayor edad (de 65 años y más). Asimismo, aquellas que mencionaron que *está escrita en un lenguaje entendible*, principalmente fueron los hombres y las personas de 20

a 24 años. También se puede observar que las personas que dijeron que *debería de existir un tutorial para usar la página del INEGI* fueron principalmente los más jóvenes. Por último, cabe destacar que las mujeres y las personas de 25 a 29 años mencionaron, en mayor medida, *haber visto la página del INEGI Cuéntame*.

Resultados similares se observaron en la Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017, en donde se observó que el 92.8% señaló que *sí encontró lo que buscaba*, el 86.3% mencionó que *estaba escrita en un lenguaje claro*, el 84.7% señaló que *la página sí contenía los datos que necesitaba*, con un 79.1% de ellos opinó que *los datos se presentan de manera adecuada*. Un 73.7% *encontró de manera fácil lo que buscaba* y el 71.9% *lo hizo de manera rápida*. Como se observó, la evaluación negativa fue mínima. Por ejemplo, solo el 10.9% de los usuarios entrevistados señaló que *no encontró fácilmente lo que buscaba*; un 11.4% de ellos *no encontró rápidamente la información*. El 80% considera que *debe existir un tutorial para usar la página del INEGI* (véase gráfica 87).

**Gráfica 87. Y al consultar la página del INEGI... (porcentajes)**



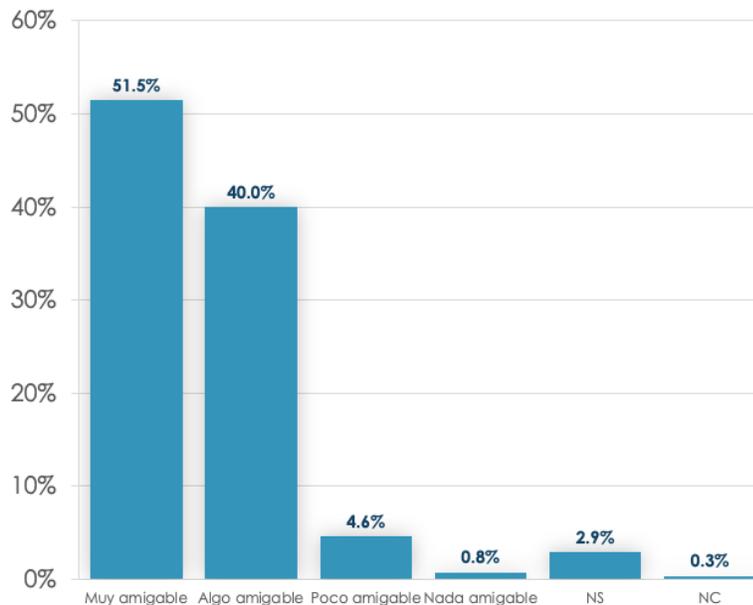
Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-IIIJ. Departamento de Investigación Aplicada y Opinión. 2017. NS: no sabe; NC: no contesta.

Al consultar la página del INEGI se puede observar que en ambas encuestas las personas entrevistadas consideran que sí encontraron lo que buscaban, de la misma manera consideran que tiene un lenguaje entendible y que además tiene los datos que necesitaba. Además, al consultar la página del INEGI los encuestados dijeron que los datos son adecuados y que se encontraron con facilidad, sin embargo, a pesar de la simplicidad expresada al utilizar la página, las personas entrevistadas afirmaron que debe de existir un tutorial para usar la página. Por último, en la encuesta 2021 se observa que muy poca gente conoce *la página de INEGI Cuéntame*.

*Y, ¿Qué tan amigable considera usted que es la página de Internet del INEGI?*

Cuando a los entrevistados se les realizó la pregunta, *Y, ¿Qué tan amigable considera usted que es la página de Internet del INEGI?* El 91.5% considera que la página es *muy amigable* o *algo amigable*, en contraste con el 5.4% quienes respondieron que la página es *poco amigable* o *nada amigable* (véase gráfica 88).

**Gráfica 88. Y, ¿Qué tan amigable considera usted que es la página de Internet del INEGI?**

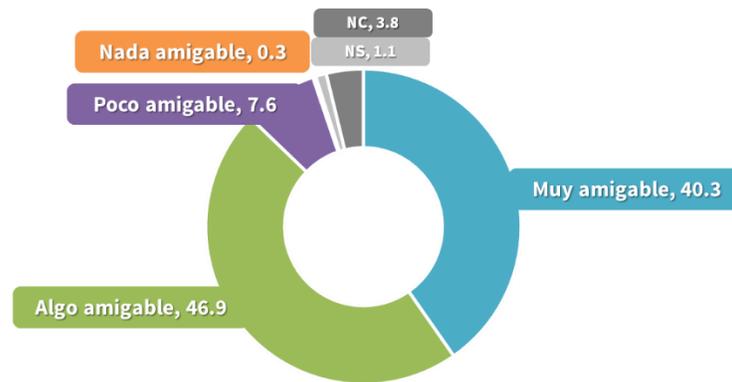


Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Las personas que respondieron en mayoría que la página de internet del INEGI es muy amigable fueron las mujeres y las personas de 45 a 49 años. En cambio, fueron los hombres y las personas de mayor edad (de 65 años y más) quienes dijeron que la página del Instituto es poco amigable.

Por su parte, la Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017 registró que casi la totalidad de los encuestados (87.2%) consideró que la página del INEGI era *muy amigable* o *algo amigable* y solo el 7.9% opinó lo contrario siendo la página *poco amigable* o *nada amigable* (véase gráfica 89).

**Gráfica 89. Y ¿qué tan amigable considera usted que es la página de Internet del INEGI?**  
(porcentajes)



Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-IIIJ. Departamento de Investigación Aplicada y Opinión. 2017.

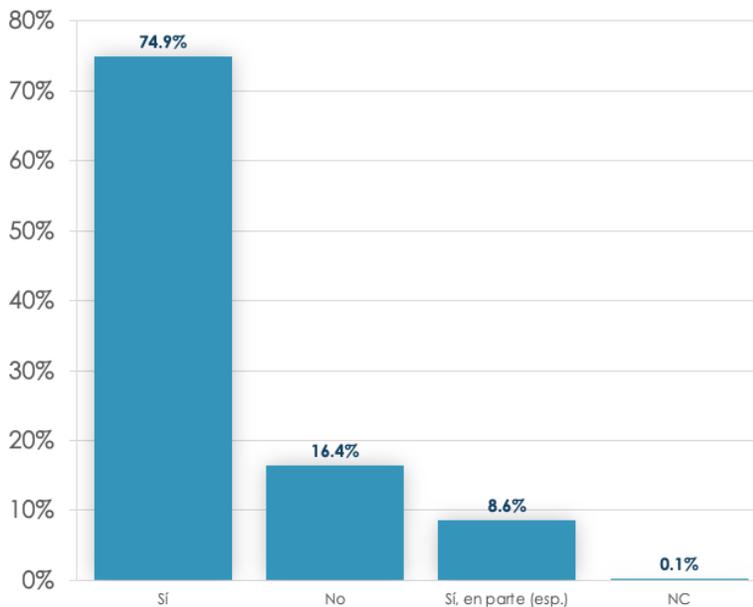
Como principal resultado de ambas encuestas destaca que los encuestados consideran que la página de internet del INEGI es muy amigable o algo amigable. Este resultado se ha mantenido positivo y es un factor importante para que las personas acudan a la página del Instituto como principal medio de consulta de su información.

*¿Usted ha proporcionado información para algún censo o encuesta del INEGI?*

Sobre la participación que han tenido los encuestados al haber proporcionado información al INEGI, se preguntó: *¿Usted ha proporcionado información para algún censo o encuesta*

del INEGI? El 74.9% comentó *Sí* haber proporcionado información para algún censo o encuesta. En contraste con el 16.4% que respondió *No* haberlo hecho (véase gráfica 90).

**Gráfica 90. ¿Usted ha proporcionado información para algún censo o encuesta del INEGI?**

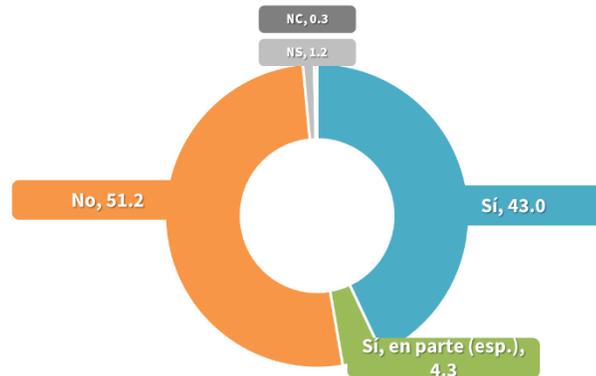


Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Del análisis sociodemográfico, se puede observar que principalmente las mujeres y las personas que tienen de 65 años y más, así como las que tienen de 35 a 39 años respondieron en mayor frecuencia que *Sí* han proporcionado información para algún censo o encuesta del INEGI. En cambio, los hombres y los más jóvenes mencionaron *No* haber proporcionado algún tipo de información.

De manera similar, la Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017 registró que el 51.2% *no* proporcionó información al INEGI para algún censo o encuesta, mientras que el 43% *sí* lo hizo. Sólo un 4.3% declaró haber proporcionado información *en parte* (véase gráfica 91).

**Gráfica 91. ¿Usted ha proporcionado información para algún censo o encuesta del INEGI? (porcentajes)**



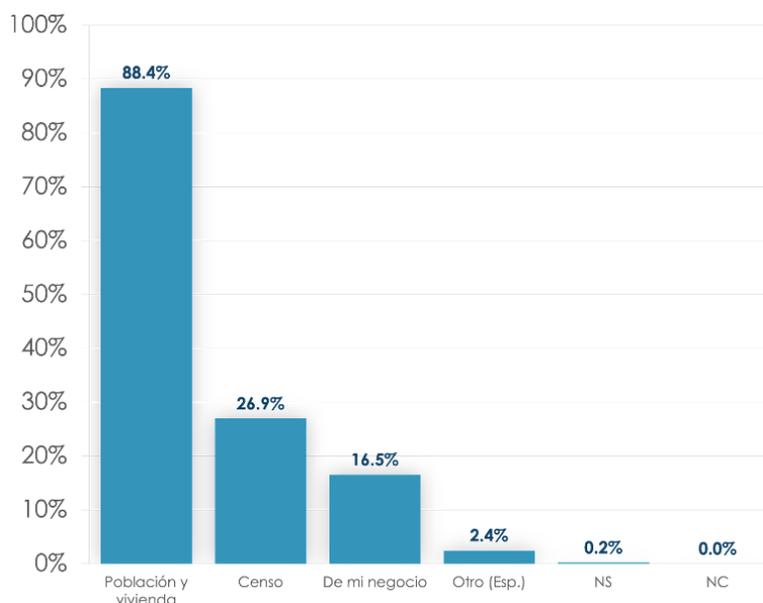
Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-IJ. Departamento de Investigación Aplicada y Opinión. 2017. NS: no sabe; NC: no contesta.

Respecto a la participación que los encuestados han tenido durante algún censo o encuesta del INEGI, se puede observar que en la encuesta de 2017 en su mayoría no proporcionaba información para dicha actividad, sin embargo, para la encuesta de 2021 las personas que sí proporcionan información son mayor que las que no lo hacen.

**¿Cuál (es)?**

De la afirmación que los encuestados respondieron al proporcionar información para algún censo o encuesta del INEGI también se preguntó *¿Cuál (es)?* Principalmente el 88.4% comentó haber proporcionado información sobre *población y vivienda*, otro 26.9% dijo que para el *censo* y solo el 16.5% dijo que proporcionó información de *su negocio* (véase gráfica 92).

**Gráfica 92. ¿Cuál (es)?**



Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

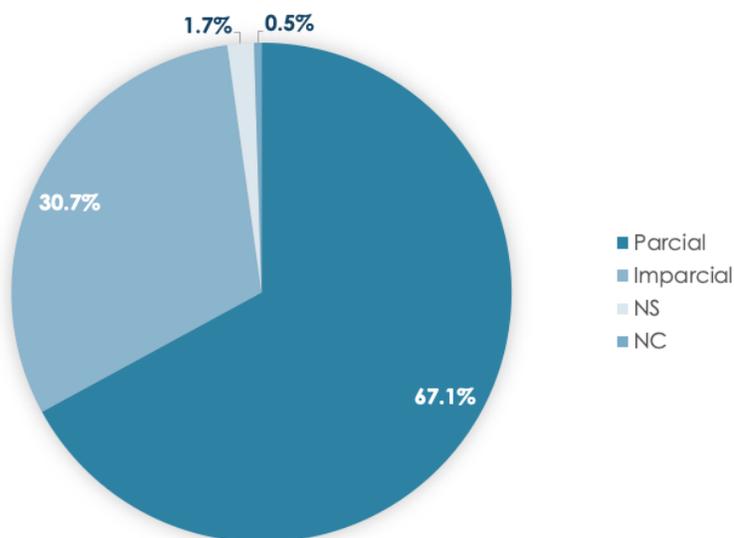
La principal información que proporcionan los encuestados para algún censo o encuesta del INEGI es sobre *población y vivienda*, respondida en mayor medida por los hombres, las personas de 50 a 54 años y aquellos que trabajan para obtener ingresos. De la misma manera, los hombres y las personas adultas mencionaron brindar información de su *negocio*.

*¿Usted cree que la información que brinda el INEGI es...?*

Para evaluar la información que brinda el INEGI se realizó la pregunta *¿Usted cree que la información que brinda el INEGI es...?* El 67.1% de las personas encuestadas considera que la información del Instituto es *parcial*. En contraste, solo el 30.7% dijo que la información del INEGI es *imparcial* (véase gráfica 93).

**Gráfica 93. ¿Usted cree que la información que brinda el INEGI es...?**

**Parcial o Imparcial**



Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Las mujeres y las personas más adultas (de 65 años y más) consideran en mayor medida que la información que brinda el INEGI es *parcial*, en cambio, los hombres y aquellas personas de 35 a 39 años dijeron creer que la información que brinda el Instituto es *imparcial*.

En la Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017 se encontró un poco más dividida, el 40.6% de ellos consideró que la información era *imparcial*, mientras que un 35% consideró *parcial* la información del Instituto. De esta pregunta llamó la atención el alto porcentaje de aquellos que no sabían cómo evaluar en términos de estas dos opciones la información del INEGI (véase gráfica 94).

**Gráfica 94. ¿Usted cree que la información que brinda el INEGI es...? (porcentajes).**



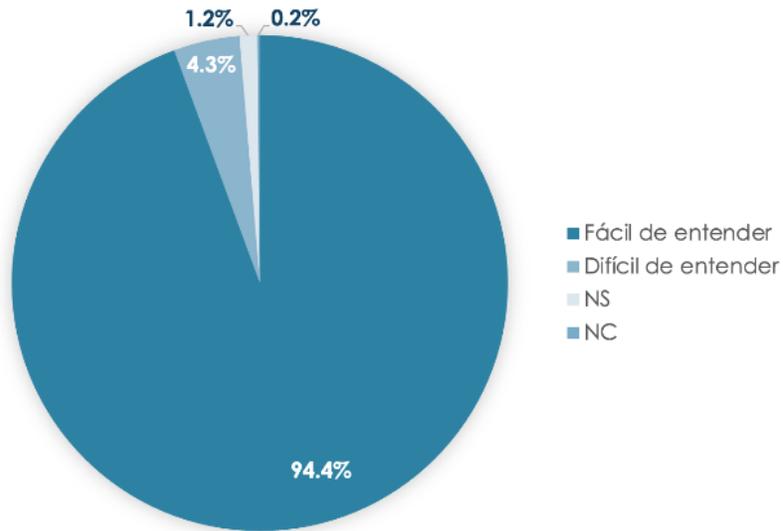
Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-IIJ. Departamento de Investigación Aplicada y Opinión. 2017. NS: no sabe; NC: no contesta.

De la información que brinda el INEGI, los encuestados en la encuesta de 2017 respondieron en mayor medida creer que es imparcial, en contraste con los resultados que se obtuvieron de la encuesta 2021 quienes respondieron en su mayoría que la información del Instituto es parcial.

*¿Usted cree que la información que brinda el INEGI es...?*

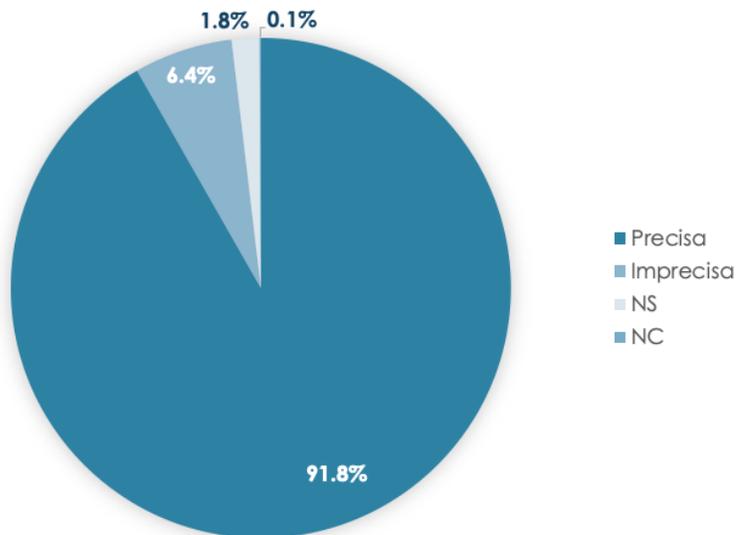
Cuando a los encuestados se les preguntó en términos del criterio de facilidad para entender la información, se observa que un 94.4% afirmó que es *fácil de entender*, mientras que un 4.3% respondió que la información es *difícil de entender* (véase gráfica 95). De la misma manera, cuando se preguntó respecto a la precisión de la información, destaca que el 91.8% respondió que es *precisa*. Solo un porcentaje muy bajo (6.4%) considera que es *imprecisa* (véase gráfica 96). Finalmente, el 96.2% dijo que la información que brinda el INEGI es *oportuna* (véase gráfica 97).

**Gráfica 95. ¿Usted cree que la información que brinda el INEGI es...? Fácil o Difícil de entender**



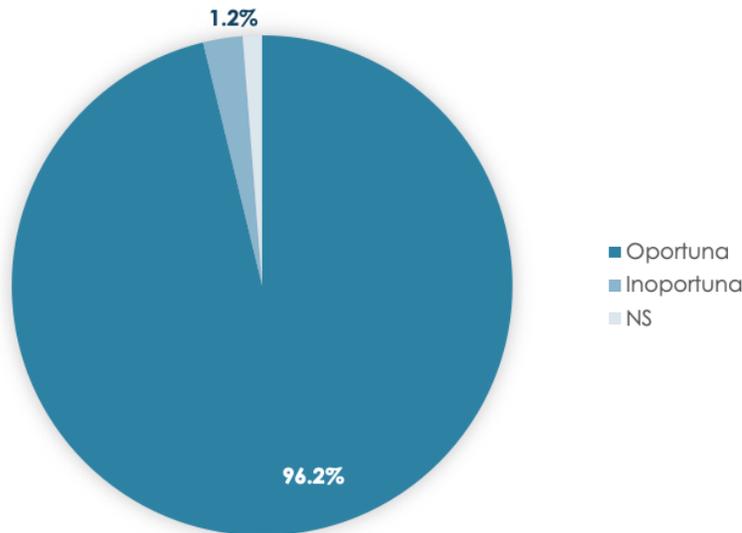
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

**Gráfica 96. ¿Usted cree que la información que brinda el INEGI es...? Precisa o Imprecisa**



Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

**Gráfica 97. ¿Usted cree que la información que brinda el INEGI es...? Oportuna o Inoportuna**

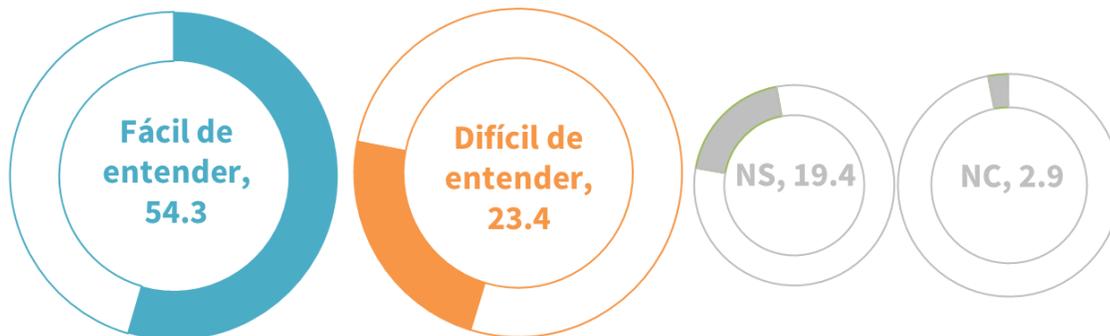


Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

De la facilidad con la que el INEGI brinda la información fueron principalmente las mujeres y las personas de 50 a 54 años quienes consideran que es *fácil de entender*. Por otro lado, destaca que son los hombres y las personas más jóvenes (de 15 a 19 años) y más adultas (de 65 años y más) quienes dijeron que la información que brinda el INEGI es *difícil de entender*. Para los hombres y las personas de 40 a 44 años la información del Instituto es *precisa y oportuna*.

Los resultados que se obtuvieron en la Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017 fue que el 54.3% lo consideró *fácil de entender* mientras que un 23.4% lo consideró *difícil de entender*. Los que no supieron cómo evaluar la información con estos criterios representaron el 19.4% (véase gráfica 98).

**Gráfica 98. ¿Usted cree que la información que brinda el INEGI es...? (porcentajes).**



Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-IIIJ. Departamento de Investigación Aplicada y Opinión. 2017. NS: no sabe; NC: no contesta.

El criterio de facilidad que se obtuvo en ambas encuestas es principalmente que la información que proporciona el INEGI es fácil de entender. Para la encuesta de 2021 se realizó de manera distinta la pregunta en lo que se puede observar que los encuestados consideran que el Instituto brinda una información precisa y oportuna.

## 10. Confianza

La confianza es un elemento de primera importancia en la estructuración de expectativas mutuas de comportamiento, permitiendo estabilizar y reducir la incertidumbre en las relaciones sociales. Si la confianza refuerza el cumplimiento de compromisos y la reciprocidad de los actores facilita la creación de redes sociales y la acción colectiva que, a su vez, si se desarrollan con éxito vuelven a influir positivamente sobre la confianza social. Distinguimos dos tipos de confianza relevantes para la vida social: la confianza interpersonal y la confianza institucional. La primera favorece los lazos fuertes y débiles de las personas, posibilitando una mejor circulación de recursos disponibles, así como favorece la organización y la vida asociativa de las comunidades.

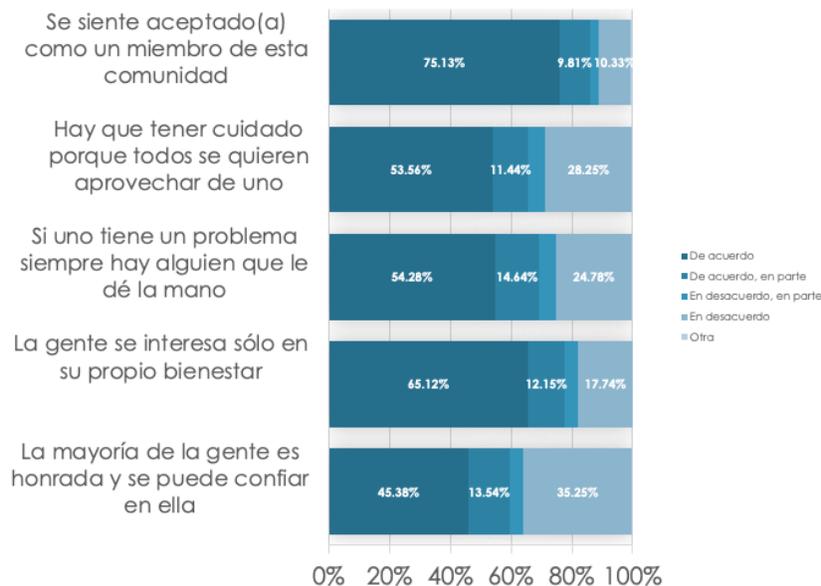
En esta sección se evalúa la confianza interpersonal social para posteriormente evaluar la confianza en función del contexto institucional para conectar con la confianza que tienen

hacia el INEGI. Las características de la confianza social e institucional suelen ir conectadas de las vivencias cotidianas de las personas, las cuales interpretan un momento determinado de condiciones sobre las cuales pueden actuar con certidumbre para tomar decisiones. La confianza de las instituciones, como el INEGI, se conecta directamente con diversas evaluaciones de contexto de los individuos que se enlazan directamente con el desempeño gubernamental.

*¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está usted con las siguientes afirmaciones? Aquí donde vive ...*

Cuando se le pregunta a los entrevistados sobre su sentimiento de aceptación hacia su comunidad a partir de la pregunta: *¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está usted con las siguientes afirmaciones? Aquí donde vive...* El 84.9% de los encuestados dijo estar *de acuerdo o de acuerdo, en parte con sentirse aceptado como un miembro de esta comunidad*, el 77.3% dijo estar *de acuerdo o de acuerdo, en parte en que la gente se interesa solo en su propio bienestar*. El 68.9% dijo estar *de acuerdo o de acuerdo, en parte con que si uno tiene un problema siempre hay alguien que le dé la mano*, otro 65% menciono estar *de acuerdo o de acuerdo, en parte con que hay que tener cuidado porque todos de quieren aprovechar de uno* y un 58.9% dijo estar *de acuerdo o de acuerdo, en parte con que la mayoría de la gente es honrada y se puede confiar en ella* (véase gráfica 99).

**Gráfica 99. ¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está usted con las siguientes afirmaciones? Aquí donde vive ...**



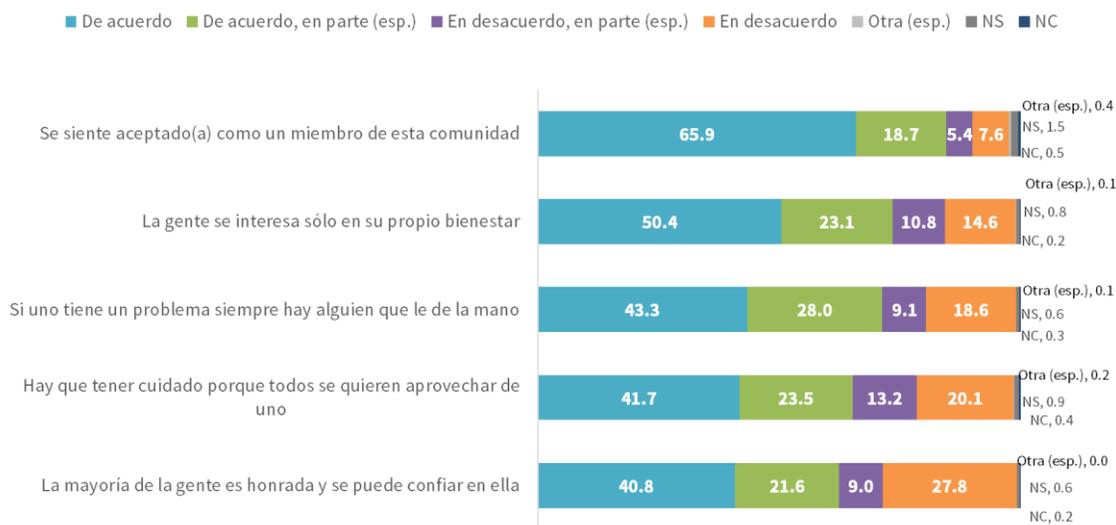
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

De acuerdo con el análisis sociodemográfico, se puede identificar que para las personas que dijeron estar de acuerdo con *sentirse aceptado como un miembro de esta comunidad*, fueron principalmente los hombres y los más jóvenes quienes respondieron en mayor medida. Para aquellos que respondieron estar de acuerdo en que *la gente se interesa solo en su propio bienestar*, se puede observar que fueron las mujeres y los más jóvenes quienes mencionaron con mayor frecuencia. Los hombres y las personas más adultas (de 65 años y más) dijeron en mayor medida estar de acuerdo con que *si uno tiene un problema siempre hay alguien que le dé la mano*.

Por su parte, la Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017 registró en su momento que el 65.9% dijo estar de acuerdo en *sentirse aceptados*. Por su parte, cuando el entrevistado evaluó el individualismo de las personas en la frase: *la gente se interesa solo en su propio bienestar*, la mitad de ellos percibió estar de acuerdo con ella, por lo que un gran porcentaje percibió *una sociedad con tintes egoístas*. Sin embargo, se observó también que un alto porcentaje de entrevistados mostró cierto grado

de solidaridad. Por ejemplo, a las frases de *“Si uno tiene un problema siempre hay alguien que le dé la mano”* el 43.3% de los entrevistados señaló estar de acuerdo y solo un 18.6% dijo estar en desacuerdo. En conexión con este sentido solidario que se percibió en las personas, se pregunta por el nivel de confianza que se puede tener en la gente en la frase de *“La mayoría de la gente es honrada y se puede confiar en ella”*, donde el 40.8% dijo estar de acuerdo con la frase, en contraste con un 27.8% que opinó estar en desacuerdo. El porcentaje restante tuvo una opinión más ambigua, donde no estableció un criterio claro de confianza o desconfianza de la gente, sino que simplemente tuvo reservas al respecto (véase gráfica 100).

**Gráfica 100. ¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está usted con las siguientes afirmaciones? Aquí donde vive...**



Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-IIIJ. Departamento de Investigación Aplicada y Opinión. 2017. NS: no sabe; NC: no contesta.

La afirmación que mantuvo su lugar de mención durante las dos encuestas es que los encuestados se sienten aceptados como miembros de esta comunidad, incluso aumentó su mención en la encuesta del 2021. Aunque también es importante destacar que respecto a las demás afirmaciones no hubo un cambio considerable sobre las proporciones de respuesta de los encuestados. Aunque el contexto de la pandemia por Covid-19 puso en

incertidumbre y crisis la situación económica de las familias, eso no cambió la percepción de confianza.

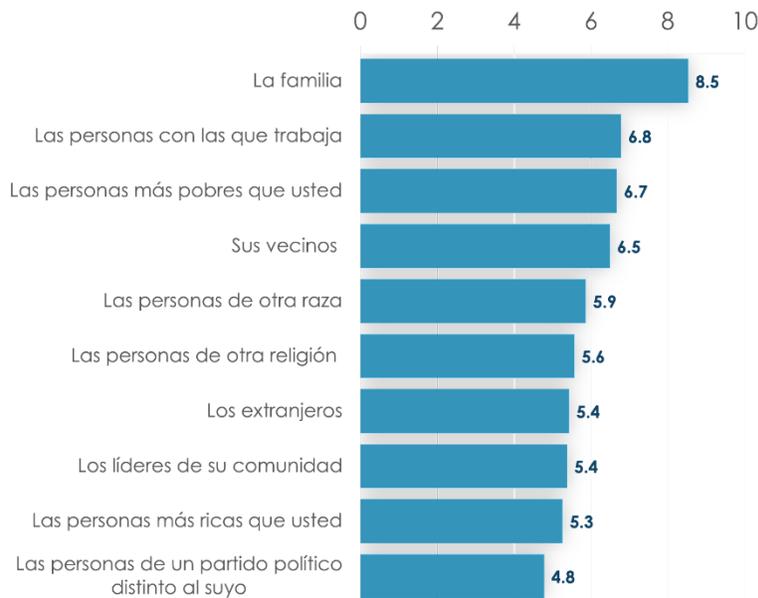
## 11. Confianza social

De la misma manera, es importante explorar la confianza de las personas respecto a los actores cercanos con los que se relacionan, como sus vecinos, su familia, etc., para poder entender los niveles y la intensidad de las relaciones.

*En una escala del 0 al 10, como en la escuela donde 0 es nada y 10 es completa confianza, dígame ¿Qué tanta confianza le tiene a ...?*

Respecto al tema de la confianza social, las personas encuestadas evaluaron *En una escala del 0 al 10, como en la escuela donde 0 es nada y 10 es completa confianza, dígame ¿Qué tanta confianza le tiene a ...?* La *familia* es la única mejor evaluada con 8.5. De las opciones con una calificación aprobatoria se ubicaron: *las personas con las que trabaja* con 6.8, *las personas más pobres que usted* con 6.7 y *sus vecinos* con 6.5. Con calificación reprobatoria se ubican: *las personas de otra raza* con 5.9, *las personas de otra religión* con 5.6, *los extranjeros* con 5.4, *los líderes de su comunidad* con 5.4, *las personas más ricas que usted* con 5.3. Finalmente, *las personas de un partido político distinto al suyo* fue la opción peor evaluada con 4.8 (véase gráfica 101).

**Gráfica 101. En una escala del 0 al 10, como en la escuela donde 0 es nada y 10 es completa confianza, dígame ¿Qué tanta confianza le tiene a ...?**



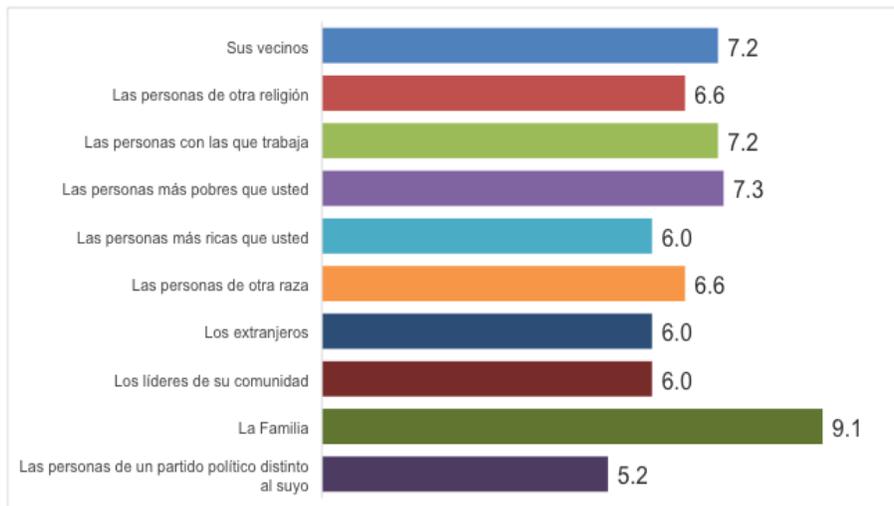
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Las características sociodemográficas de los encuestados que calificaron a la *familia* con 10 fueron principalmente los hombres y los más jóvenes. Para la calificación de 8 que le tienen a los *vecinos*, fue respondida en mayor medida por los hombres y las personas de mayor edad (65 años y más). Destaca que de la evaluación que le dieron a *las personas con las que trabaja* fueron en su mayoría evaluadas por los más jóvenes.

De manera similar se observó que, en la Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017, los encuestados señalaron tener distintos niveles de confianza hacia otras personas con características diversas. La confianza hacia las *personas que constituyen la familia* fue evaluada con el valor más alto, que en promedio se situó con un puntaje de 9.1. La confianza hacia las *personas en condición de mayor pobreza* según los encuestados tuvo la mayor calificación después de la familia, con 7.3 puntos, a la cual le siguen los *vecinos* y los *compañeros de trabajo* con 7.2 puntos de la escala. Las *personas de otra religión* y de *otra raza* empatan con un puntaje de 6.6, mientras que con 6 puntos de confianza se ubican las *personas en condición de mayor riqueza* que el entrevistado, los

*extranjeros* y los *líderes de la comunidad*. Quienes reciben el peor puntaje en la escala de confianza son aquellos que son de un *partido político distinto* al del entrevistado, obtuvieron 5.2 puntos en la escala de confianza (véase gráfica 102).

**Gráfica 102. En una escala de 0 al 10, como en la escuela donde 0 es nada de confianza y 10 es completa confianza, dígame ¿Qué tanta confianza le tiene a...? (promedio.)**



Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-IIIJ. Departamento de Investigación Aplicada y Opinión. 2017.

Desde la encuesta de 2017, la familia ha obtenido la calificación más alta. Aunque no es determinante, se puede observar un incremento de la confianza hacia grupos ajenos a las personas encuestadas como personas de otra raza, personas de otra religión o personas de un partido político distinto al tuyo.

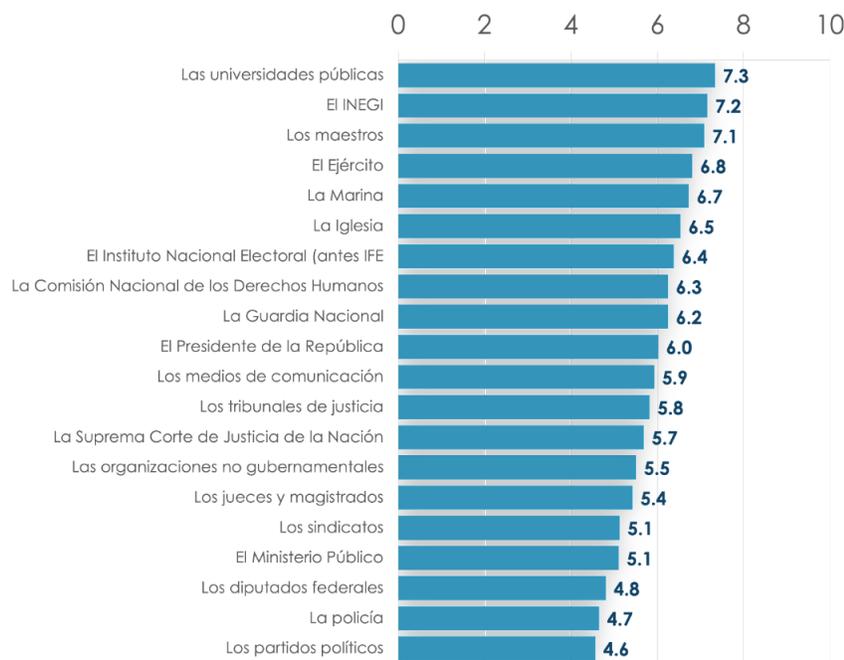
## 12. Valoraciones de la información en general

*Y siguiendo con esta misma escala del 0 al 10 como en la escuela, donde 0 es nada de confianza y 10 es completa confianza ¿Dígame qué tanta confianza le tiene a ...?*

Se observa dentro de la misma escala de confianza la evaluación realizada hacia diversas instituciones cuestionando sobre lo siguiente: *Y siguiendo con esta misma escala del 0 al 10 como en la escuela, donde 0 es nada de confianza y 10 es completa confianza ¿Dígame qué tanta confianza le tiene a ...?* Las tres principales instituciones que fueron evaluadas con la

mejor calificación fueron: las Universidades Públicas con 7.3, el INEGI con 7.2 y los maestros con 7.1. Posteriormente, se puede observar que las instituciones que fueron evaluadas con una calificación apenas aprobatoria fueron: el Ejército con 6.8, la Marina con 6.7, la iglesia con 6.5, el INE con 6.4, la CNDH con 6.3, la Guardia Nacional con 6.2 y el Presidente de la República con 6.0. Finalmente, las opciones con calificación reprobatoria fueron: los medios de comunicación con 5.9, los Tribunales de Justicia con 5.8, la Suprema Corte de Justicia de la Nación con 5.7, las Organizaciones no gubernamentales con 5.5, los Jueces y Magistrados con 5.4, los Sindicatos y el Ministerio Público con 5.1. Las opciones peores evaluadas fueron: los diputados federales con 4.8, la policía con 4.7 y los Partidos Políticos 4.6 (véase gráfica 103).

**Gráfica 103. Y siguiendo con esta misma escala del 0 al 10 como en la escuela, donde 0 es nada de confianza y 10 es completa confianza ¿Dígame qué tanta confianza le tiene a ...?**



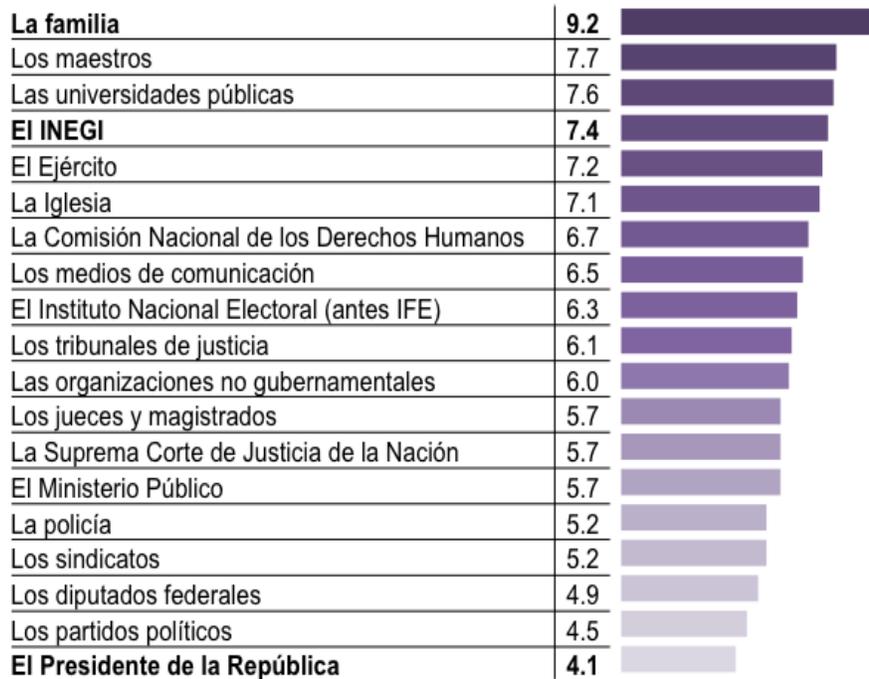
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Del análisis sociodemográfico para la evaluación de los *maestros* se puede observar que fueron las personas con mayor edad (de 65 años y más) quienes evaluaron principalmente

esta mención. El *INE* fue evaluado de manera aprobatoria en mayor medida por los más jóvenes, en comparación con la *iglesia* que fue evaluada principalmente por mujeres y las personas con mayor edad. Las *universidades públicas* se evaluaron con mayor frecuencia por los hombres, las personas de 50 a 54 años y aquellos con nivel educativo más alto (Licenciatura o Posgrado). Cabe destacar que principalmente son las personas con mayor edad las que evaluaron de manera aprobatoria al *INEGI*.

La evaluación que se tuvo a las mismas instituciones en la Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017 fue que la *familia* presentó el mayor nivel de confianza otorgado con 9.2 puntos. De ahí llamó la atención que en la diferencia entre la primera y segunda evaluación de confianza implicó una pérdida de 1.5 puntos. Los *maestros* y las *universidades públicas* siguieron como figuras institucionales de mayor confianza en el país. El *INEGI* apareció con la cuarta mejor evaluación de confianza con 7.4 puntos. Esto lo convirtió en la institución con mayor confianza otorgada por los encuestados en comparación con cualquier otra institución del país, incluso por arriba del *ejército* (7.2) y de la *iglesia* (7.1). En orden descendente y superando la evaluación de los seis puntos en la escala de confianza se encontraron la *Comisión Nacional de los Derechos Humanos* (6.7), los *medios de comunicación* (6.5), el *Instituto Nacional Electoral* (6.3), los *tribunales de justicia* (6.1) y las *organizaciones no gubernamentales* (6.0). Quienes se encontraron por debajo de los seis puntos en la evaluación de confianza pero por arriba de cinco puntos se encontraron los *jueces y magistrados* (5.7), la *Suprema Corte de Justicia de la Nación* (5.7), los *ministerios públicos* (5.7), la *policía* (5.2) y los *sindicatos* (5.2). Por último, los peor evaluados fueron aquellos que tienen una vinculación directa con las actividades políticas: los *diputados federales* (4.9), los *partidos políticos* (4.5) y el *Presidente de la República* (4.1) (véase gráfica 104).

**Gráfica 104. Y siguiendo con esta misma escala del 0 al 10, como en la escuela, donde 0 es nada de confianza y 10 es completa confianza, dígame ¿Qué tanta confianza le tiene a...? (promedio)**



Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-IIIJ. Departamento de Investigación Aplicada y Opinión. 2017.

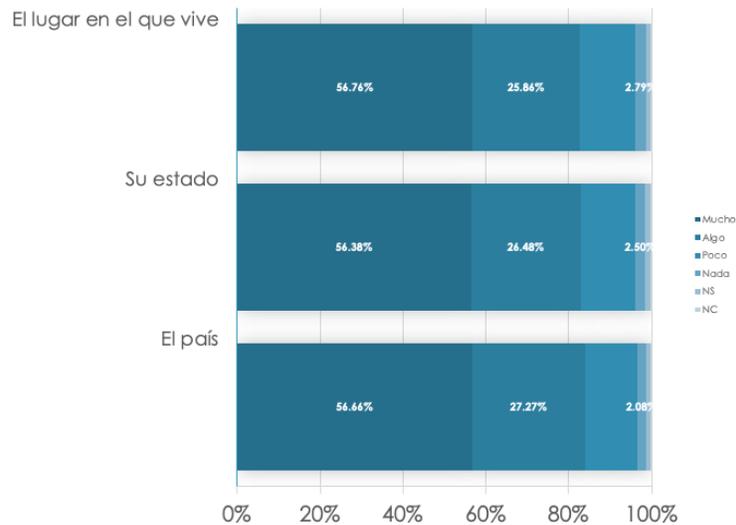
La evaluación de las instituciones en la encuesta del 2021 aumentó con respecto a los resultados del 2017. En el caso del INEGI, en particular elevó su calificación pasando de 7.4 a 8 derivada a partir de sus características que se relacionan principalmente con su autonomía. Es preciso destacar que como instituto autónomo toma decisiones independientes del gobierno, lo que de cierta manera contribuye a una mejor evaluación por parte de los encuestados.

*Por lo que usted piensa, ¿qué tan importante es para (LEER OPCIONES) contar con información estadística y geográfica de calidad?*

Asimismo, para evaluar el interés y la confianza en la información estadística y geográfica se preguntó: *Por lo que usted piensa, ¿qué tan importante es para (LEER OPCIONES) contar con información estadística y geográfica de calidad?* De la opción *país*, el 84% dijo ser *mucho* o *algo* importante la información estadística y geográfica. Para la opción *estado*, el 82.9%

mencionó ser *mucho* o *algo* importante. Finalmente, de la opción el *lugar donde vive*, el 82.7% respondió ser *mucho* o *algo* importante la información (véase gráfica 105).

**Gráfica 105. Por lo que usted piensa, ¿qué tan importante es para (LEER OPCIONES) contar con información estadística y geográfica de calidad?**

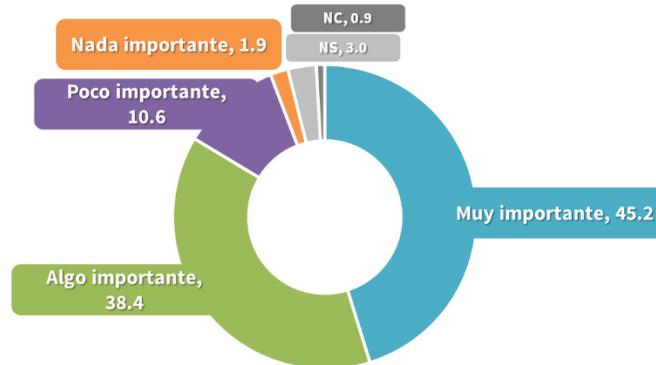


Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Principalmente, fueron los hombres y las personas con mayor edad (de 65 años y más) que respondieron en mayor frecuencia que es muy importante para el *país* contar con información estadística y geográfica de calidad. Por otro lado, quienes consideran que es muy importante para el *estado* fueron las personas con mayor edad (de 65 años y más) y aquellos que son jubilados y pensionados que respondieron en mayor medida. Por último, también son las personas con mayor edad las que dijeron ser muy importante contar con información del *lugar donde vive*.

En la Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017 se observó que el 38.4% de los encuestados consideró que contar con información estadística y geográfica de calidad es *algo importante* mientras que el 45.2% lo señaló como un aspecto *muy importante*. Sólo 12.5% señaló que contar con esta información es *poco o nada importante* (véase gráfica 106).

**Gráfica 106. Por lo que usted piensa, ¿Qué tan importante es para el país contar con información estadística y geográfica de calidad? (porcentajes)**



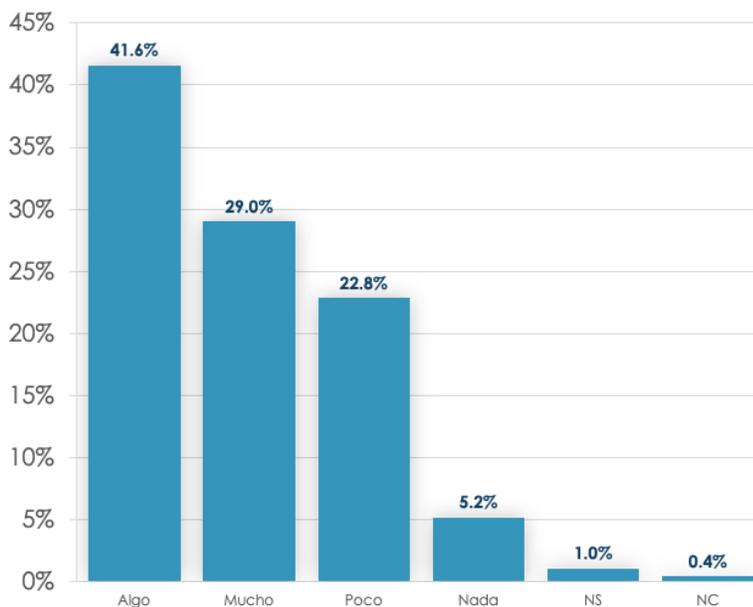
Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-IIIJ. Departamento de Investigación Aplicada y Opinión. 2017. NS: no sabe; NC: no contesta.

La importancia de la estadística y la geografía se percibe como muy importante en ambas encuestas para la información del país. Cabe destacar, que para la encuesta de 2021 se presentan nuevas opciones referidas al estado y al lugar donde vive, teniendo como menciones para ambas que es muy importante contar con información estadística y geográfica.

*¿Qué tanto le interesa a usted las estadísticas sobre nuestro país?*

Adicionalmente, para evaluar en los encuestados su interés por la información estadística del país, se realiza la pregunta, *¿Qué tanto le interesa a usted las estadísticas sobre nuestro país?* El 70.6% de los encuestados considera que le interesa la estadística *mucho* o *algo*, solo el 28% de las personas consideran que le interesa *poco* o *nada* las estadísticas sobre nuestro país (véase gráfica 107).

**Gráfica 107. ¿Qué tanto le interesa a usted las estadísticas sobre nuestro país?**

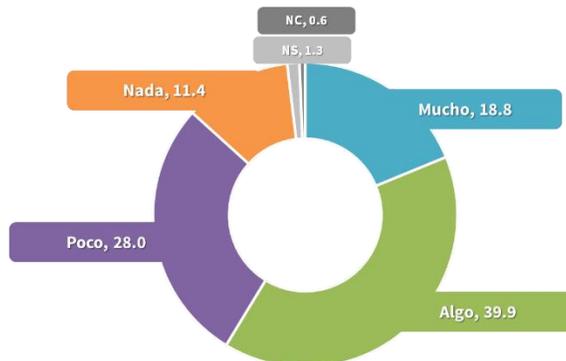


Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Del análisis de las tablas de contingencia se puede observar que fueron las personas de 25 a 29 años, las de escolaridad de carrera técnica con secundaria terminada y aquellos que son estudiantes quienes respondieron tener algo de interés de las estadísticas sobre nuestro país. En contraste, fueron las personas de 60 a 64 años que dijeron no ser nada interesantes las estadísticas.

La Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017 registró que el 58.7% de los encuestados lo consideraron *algo importante* o *muy importante*. Solo el 28% lo consideró un aspecto *poco importante* y un 11.4% señaló que no es *nada importante* (véase gráfica 108).

**Gráfica 108. ¿Qué tanto le interesan a usted las estadísticas sobre nuestro país? (porcentajes).**



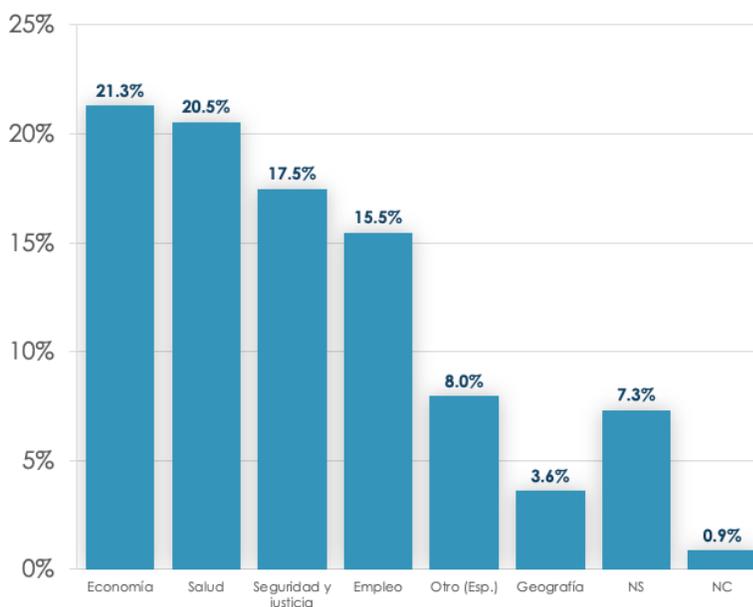
Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-IIIJ. Departamento de Investigación Aplicada y Opinión. 2017. NS: no sabe; NC: no contesta.

Sobre el interés en la información estadística del país, se observa que se considera muy o algo importante. También se puede observar que para la encuesta 2021 el aumento fue de 13%.

*¿Sobre qué temas del país le gustaría conocer la información estadística?*

Para complementar la opinión de los entrevistados se preguntó, *¿Sobre qué temas del país le gustaría conocer la información estadística?* De las opciones más mencionadas en primer lugar se encuentra *economía* con 21.3% de las menciones, en segundo dijeron *salud* con 20.5% de las respuestas, un 17.5% dijo *seguridad y justicia*, otro 15.5% la información de *empleo* y por último, con 3.6% el tema de *geografía* (véase gráfica 109).

**Gráfica 109. ¿Sobre qué temas del país le gustaría conocer la información estadística?**

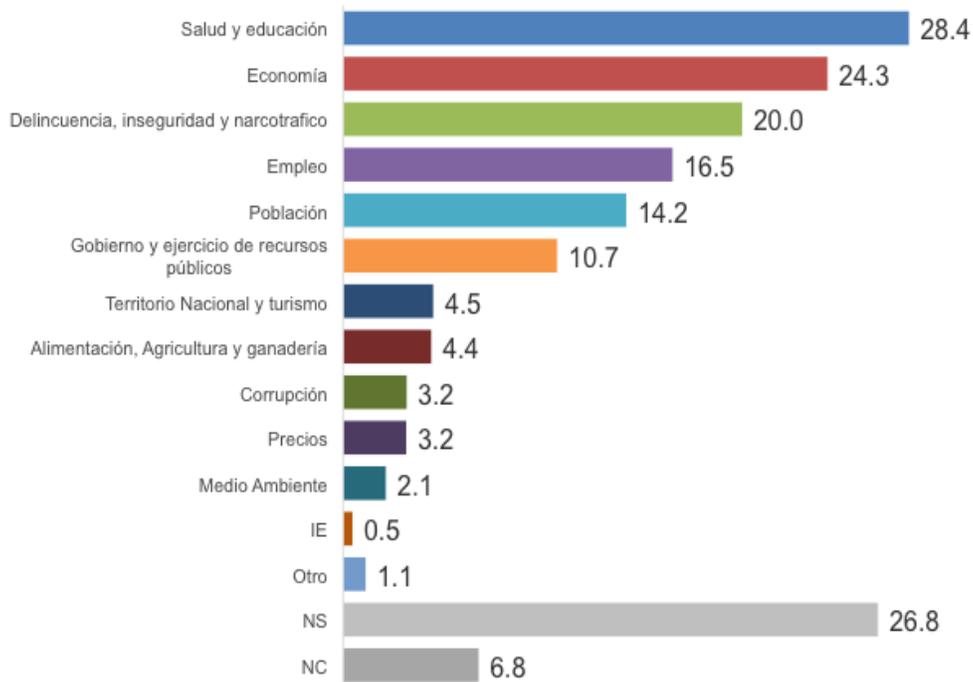


Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Respecto al tema que le gustaría conocer la información estadística, fueron principalmente los hombres y las personas de 35 a 39 años quienes mencionaron a la economía. En el tema de salud destaca que son las personas de 30 a 34 años quienes les gustaría conocer estadísticas sobre esto. Sobre seguridad y justicia fueron las personas de 35 a 39 años quienes respondieron en mayor medida.

Por otra parte, en la Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017 la lista de temas que los entrevistados señalan que les gustaría conocer, los que concentran mayor porcentaje son: los temas de *salud y educación* con un 28.4%, *economía* con un 24.3%, *delincuencia, inseguridad y narcotráfico* con un 20%, *empleo* con un 16.5%, *población* con un 14.2%, *gobierno y ejercicio de recursos públicos* con 10.7%. Otros temas presentan porcentajes menores al 5%. Además, hay un alto porcentaje de encuestados que dicen no saber sobre qué temas de información estadística preferir (véase gráfica 110).

**Gráfica 110. ¿Sobre qué temas del país le gustaría conocer información estadística? (porcentajes)**



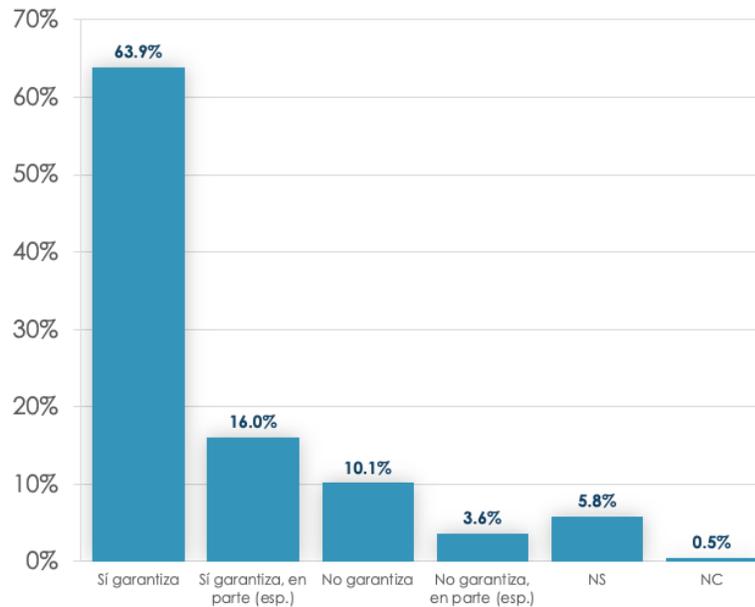
Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-IIIJ. Departamento de Investigación Aplicada y Opinión. 2017. NS: no sabe; NC: no contesta.

En los temas que les gustaría conocer información estadística a los encuestados destaca principalmente el cambio de posición de economía entre ambas encuestas, ya que para la de 2021 se posiciona en primer lugar. El tema de salud sigue posicionándose como de gran interés ubicándose en el segundo lugar.

*Por lo que usted ha visto, ¿el INEGI garantiza o no garantiza contar con información confiable?*

Respecto a la confianza que los encuestados tienen sobre la información que proporciona el INEGI se preguntó lo siguiente: *Por lo que usted ha visto, ¿el INEGI garantiza o no garantiza contar con información confiable?* Destaca que el 79.9% respondió que *sí garantiza* y *sí garantiza, en parte* y solo el 13.7% dijo que *no garantiza* o *no garantiza, en parte* (véase gráfica 111).

**Gráfica 111. Por lo que usted ha visto, ¿el INEGI garantiza o no garantiza contar con información confiable?**



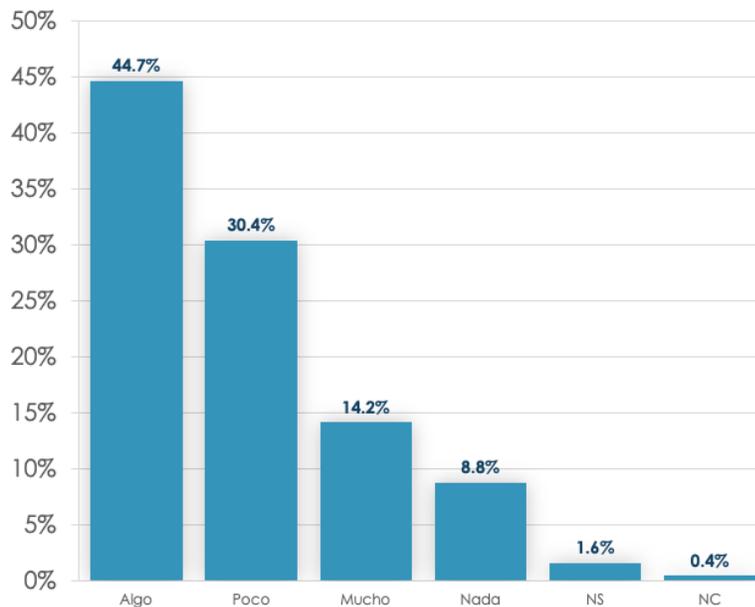
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Además, son las personas de 20 a 24 años y de 40 a 44 años quienes dijeron que la información del INEGI garantiza contar con información confiable. En contraste, son aquellas personas con edad de 55 a 59 años y de 60 a 64 años, así como las personas que no cuentan con ningún nivel de escolaridad las que mencionaron que el Instituto no garantiza contar con información confiable.

*¿Qué tanto confía usted en las estadísticas que anuncian las dependencias del gobierno?*

Para la pregunta, *¿Qué tanto confía usted en las estadísticas que anuncian las dependencias del gobierno?* Más de la mitad de los encuestados (58.9%) respondió afirmativamente que confía *mucho* o *algo*, en contraste con el 39.2% quienes consideran que confían *poco* o *nada* en las estadísticas que anuncian las dependencias de gobierno (véase gráfica 112).

**Gráfica 112. ¿Qué tanto confía usted en las estadísticas que anuncian las dependencias del gobierno?**

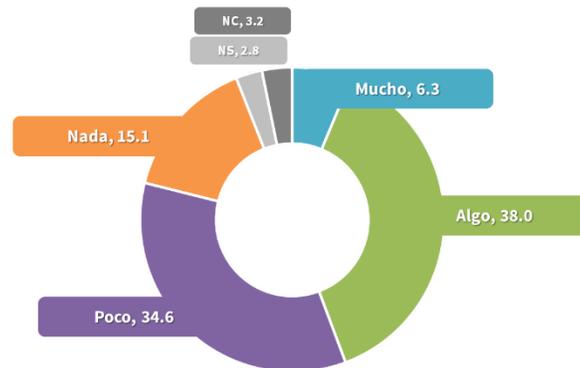


Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

En este sentido, se puede observar que quienes respondieron que confían *algo* en las estadísticas que anuncian las dependencias del gobierno fueron principalmente las personas más jóvenes. En cambio, las personas con mayor edad dijeron confiar *nada* en esas estadísticas.

Se observó en la Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017, el 34.6% señaló confiar *poco* en este tipo de información y un 15.1% dijo confiar *nada*. El 38% respondió que confía *algo* en la información que anuncian las dependencias de gobierno y solo el 6.3% mencionó tener *mucha* confianza (véase gráfica 113).

**Gráfica 113. ¿Qué tanto confía en las estadísticas que anuncian las dependencias de gobierno? (porcentajes)**



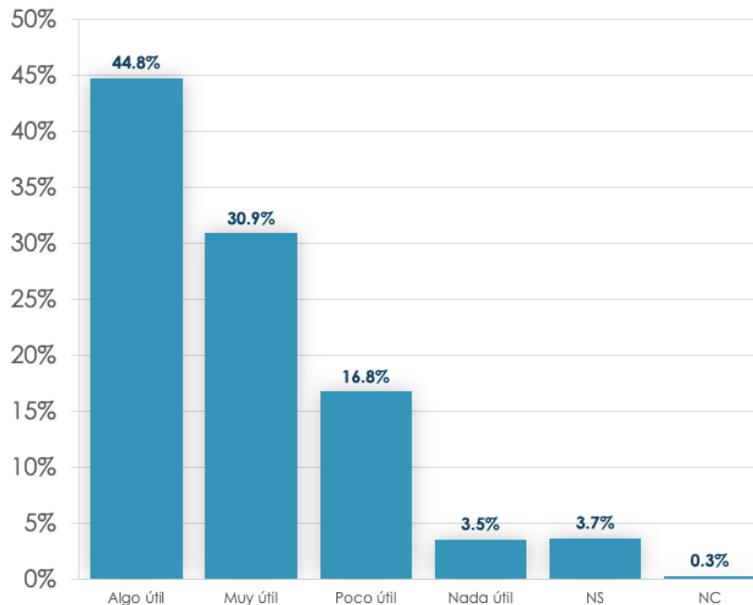
Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-IIIJ. Departamento de Investigación Aplicada y Opinión. 2017. NS: no sabe; NC: no contesta.

Las estadísticas que proporcionan las dependencias de gobierno aumentaron su valoración entre la encuesta del 2017 en comparación con la encuesta de 2021. Esto se debe, en parte, a que las personas escuchan y ven estadísticas con mayor frecuencia y que en su mayoría son generadas por entidades gubernamentales.

*En su opinión, ¿qué tan útil es la información que aporta el INEGI para diseñar las políticas de gobierno?*

Respecto a la utilidad que se presenta en la información, se realizó la pregunta, *En su opinión, ¿qué tan útil es la información que aporta el INEGI para diseñar las políticas de gobierno?* El 75.7% de los encuestados afirmó que es *muy útil* o *algo útil*, en contraste con el 20.3% que respondió que es *poco* o *nada útil* la información que aporta el INEGI para el diseño de políticas de gobierno (véase gráfica 114).

**Gráfica 114. En su opinión, ¿qué tan útil es la información que aporta el INEGI para diseñar las políticas de gobierno?**



Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Se puede observar bajo el análisis de las tablas de contingencia que quienes cuentan con escolaridad de preparatoria o bachillerato, de licenciatura, maestría o doctorado dijeron que era *muy útil* la información. En cambio, son las personas de mayor edad (de 60 a 64 años y de 65 años y más) y personas con ningún nivel de escolaridad las que mencionaron que la información del INEGI es *nada útil* para diseñar las políticas de gobierno.

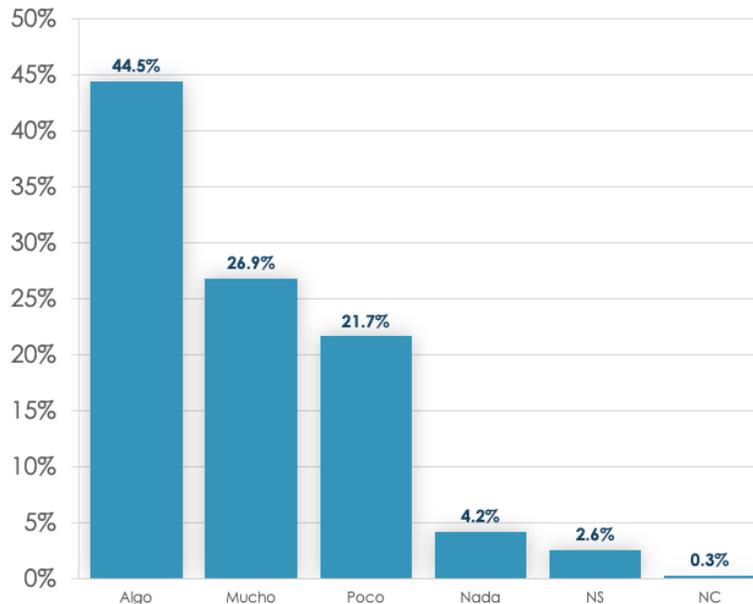
### 13. Valoración de la información del INEGI

*Y, ¿qué tanta confianza tiene usted en la información del INEGI?*

La información tiene un valor. Puede ser confiable, imparcial, útil o poseer por el contrario una serie de cualidades negativas. La información generada por el INEGI debe ser evaluada para observar qué tanto uno de los principales objetivos del Instituto se cumple. En este sentido se preguntó: *Y, ¿qué tanta confianza tiene usted en la información del INEGI?* El

71.4% dijo confiar *mucho* o *algo* en la información del INEGI, mientras que el 25.9% afirmó solo confiar *poco* o *nada* en la información del INEGI (véase gráfica 115).

**Gráfica 115. Y, ¿qué tanta confianza tiene usted en la información del INEGI?**

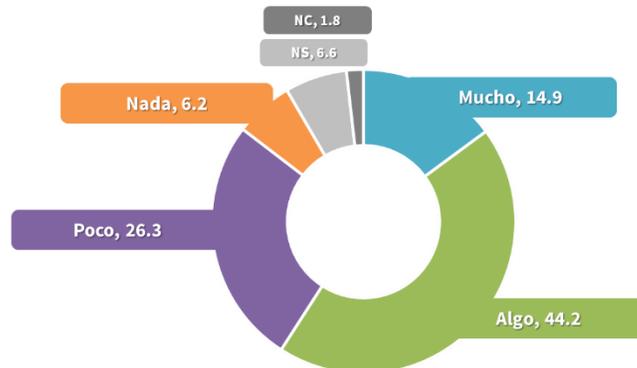


Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Principalmente, se puede observar que las personas más jóvenes y aquellos que están en busca de trabajo son quienes confían *algo* en la información del INEGI. En cambio, las personas con mayor edad y aquellos que están incapacitados permanentemente para trabajar son los que dijeron confiar muy *poco* o *nada* en esa información.

De la Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017 casi un 15% dijo confiar *mucho* en la información del INEGI, mientras que un 44.2% afirmó confiar *algo*. Aunque esta evaluación positiva de la confianza representó el 59.1% de los entrevistados, un 26.3% dijo que confían *poco* en la información del INEGI y un 6.2% afirmó confiar *nada*. Hay que señalar que del total de entrevistados que dijeron conocer al INEGI, un 5% confió *nada* en su información, mientras que un 24.7% confió *poco*. (véase gráfica 116).

**Gráfica 116. ¿Y qué tanta confianza tiene usted en la información del INEGI?**  
(porcentajes)



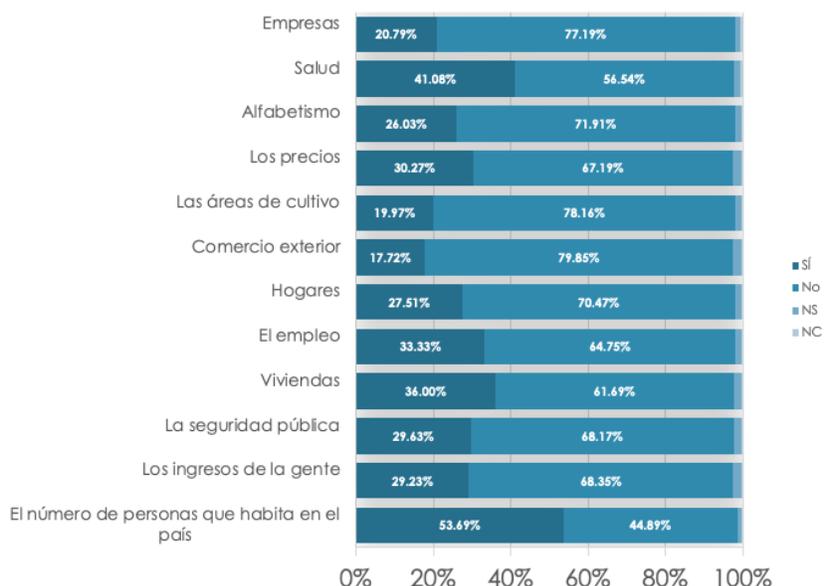
Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-IIIJ. Departamento de Investigación Aplicada y Opinión. 2017. NS: no sabe; NC: no contesta.

Al evaluar directamente la confianza en la información del INEGI, se puede observar que los porcentajes son distintos a los de las dependencias de gobierno. Principalmente son las personas más jóvenes quienes respondieron tener confianza en la información generada por el instituto. La encuesta de 2021 presenta un aumento en la confianza de 14.1% respecto a la de 2017.

*¿Alguna vez ha visto las cifras que anuncia el INEGI sobre...?*

Para explorar sobre la información que los encuestados consultan en el INEGI se cuestionó lo siguiente, *¿Alguna vez ha visto las cifras que anuncia el INEGI sobre...?* Principalmente el 53.7% vio datos sobre el número de personas que habitan el país, el 41.1% de los encuestados dijo que ha visto datos sobre salud, el 36% dijo ver información sobre viviendas, el 33.3% vio cifras sobre empleo, otro 30.3% dijo ver cifras sobre los precios, el 29.2% mencionaron ver cifras sobre los ingresos de la gente, otro 29.6% dijo ver cifras sobre la seguridad pública. Con menos menciones las personas encuestadas dijeron ver cifras sobre hogares (con 27.5%), alfabetismo (con 26%), sobre las áreas de cultivo (con 20%), de empresas (con 20.8%) y de comercio exterior (con 17.7%) (véase gráfica 117).

**Gráfica 117. ¿Alguna vez ha visto las cifras que anuncia el INEGI sobre...?**

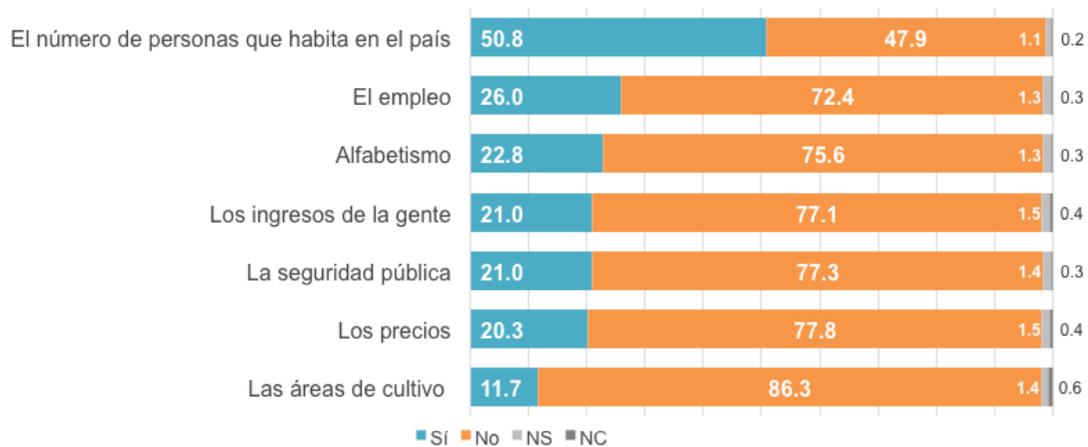


Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Del análisis sociodemográfico se puede observar que respondieron con mayor frecuencia los hombres, las personas de 35 a 39 años y las de escolaridad más alta que sí han visto las cifras que anuncia el gobierno respecto al *número de personas que habitan el país*. Sobre los datos de *salud*, fueron en su mayoría los hombres y los más jóvenes quienes afirmaron haber visto cifras de este tema. Respecto al tema de *empleo*, los que mencionaron con mayor frecuencia fueron los hombres, las personas de 35 a 39 años y aquellos que trabajan sin pago ayudando en el negocio o actividad que desempeña una persona no familiar.

En la Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017 se registró que el porcentaje de los que no conocen dicha información es muy alto. La mitad de los encuestados (50.8%) dice conocer el *número de personas que habita en el país*. Sin embargo, otro tipo de información es menos conocida. El 72.4% de los entrevistados señala no conocer cifras sobre *el empleo*, el 75.6% dice no tener datos sobre *analfabetismo*, 77.1% dicen no conocer cifras sobre el *ingreso de la gente*, el 77.3% no tiene conocimiento de indicadores sobre *seguridad pública*, el 77.8% no tiene información sobre cifras de los *precios* y un 88.3% no conoce cifras sobre las *áreas de cultivo* (véase gráfica 118).

**Gráfica 118. ¿Alguna vez ha visto las cifras que anuncia el INEGI sobre... (porcentajes)**



Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-IIIJ. Departamento de Investigación Aplicada y Opinión. 2017. NS: no sabe; NC: no contesta.

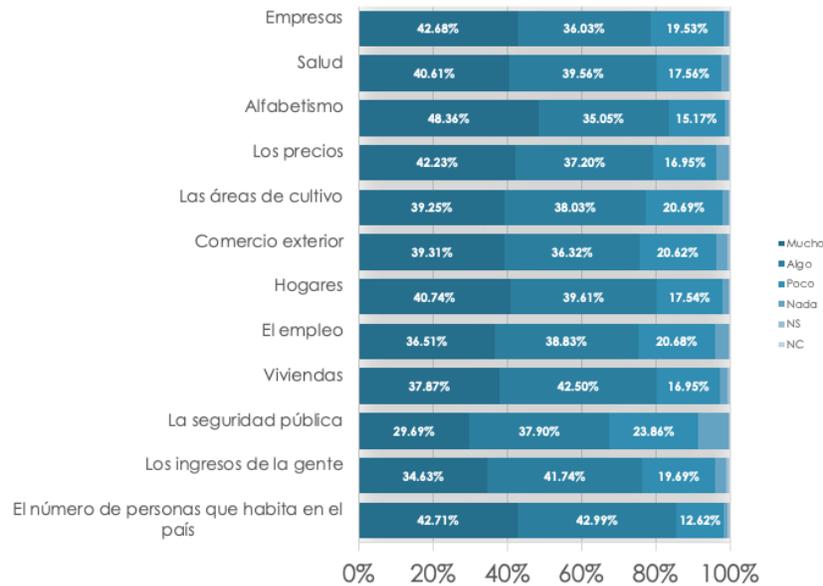
De ambas encuestas se puede observar que al preguntar sobre la información específica que produce el INEGI, el número de personas que habita en el país es respondida en mayor medida. Cabe destacar que para la encuesta 2021 se hace presente el contexto actual de la pandemia por Covid-19, posicionando el tema de salud como segunda mención.

*¿Qué tanto cree que son ciertas las cifras que anuncia el INEGI sobre...?*

Cuando se evalúa la credibilidad de las cifras que reporta el INEGI respecto de algunos temas el resultado es un poco contrastante, a la pregunta: *¿Qué tanto cree que son ciertas las cifras que anuncia el INEGI sobre...?* De las personas que mencionaron ver las cifras del INEGI, se observa que para la opción *el número de personas que habita en el país*, el 85.7% cree que estas cifras son ciertas *mucho* o *algo*, para las cifras de *salud* el 80.2% cree que son ciertas *mucho* o *algo*, un 80.4% de las personas entrevistadas dijo sobre las cifras de *viviendas* son ciertas *mucho* o *algo*, el 75.3% dijo las cifras de *empleo* con ciertas *mucho* o *algo*, el 79.4% dijeron que las cifras de los *precios* son ciertas *mucho* o *algo*, un 76.3% de los encuestados opinaron que las cifras acerca de *los ingresos de la gente* son ciertas *mucho* o *algo* y un 80.3% dijo que las cifras de *hogares* son ciertas *mucho* o *algo*. Con menos menciones los encuestados mencionaron que las cifras sobre *alfabetismo* son ciertas *mucho* o *algo* (con 83.5%), sobre la *seguridad pública* dijeron las cifras son ciertas *mucho* o *algo*

(con 67.6%) y solo el 75.6% dijo que las cifras de *comercio exterior* son ciertas *mucho o algo* (véase gráfica 119).

**Gráfica 119. ¿Qué tanto cree que son ciertas las cifras que anuncia el INEGI sobre...?**



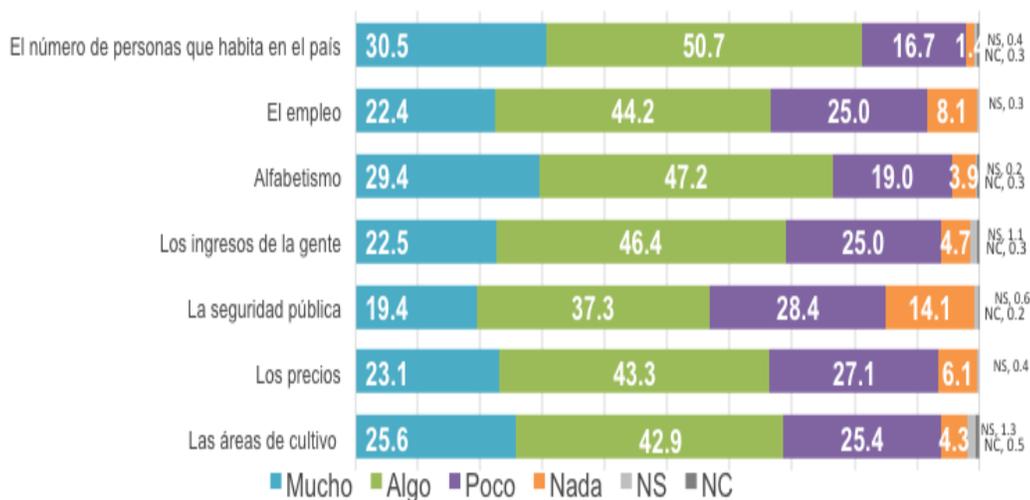
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Del tema del número de personas que habita el país, se puede observar que los hombres y las personas de 40 a 44 años cree *mucho* en las cifras que anuncia el INEGI. Asimismo, para el tema de salud fue respondida en mayor medida a creer *mucho* en las cifras por los hombres y las personas de 60 a 64 años. Y en lo que respecta del tema de empleo se observa que fueron las personas de 40 a 44 años y aquellos que son jubilados o pensionados quienes dijeron creer *mucho* en las cifras que anuncia el instituto.

De manera breve, para la Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017 aquí un gran porcentaje de encuestados dijeron confiar *algo o mucho* en dichos datos. Por ejemplo, más del 80% dijo confiar *algo o mucho* en la cifra de habitantes del país, o bien, 66% señalaron confiar *algo o mucho* en las cifras de empleo. Probablemente el entrevistado en esta pregunta más que evaluar la credibilidad de la cifra como tal, evaluó

la credibilidad del INEGI, aun cuando este desconozca la información que se elabora sobre dichos temas (véase gráfica 120).

**Gráfica 120. ¿Qué tanto cree que son ciertas las cifras que anuncia el INEGI sobre...? (porcentajes)**



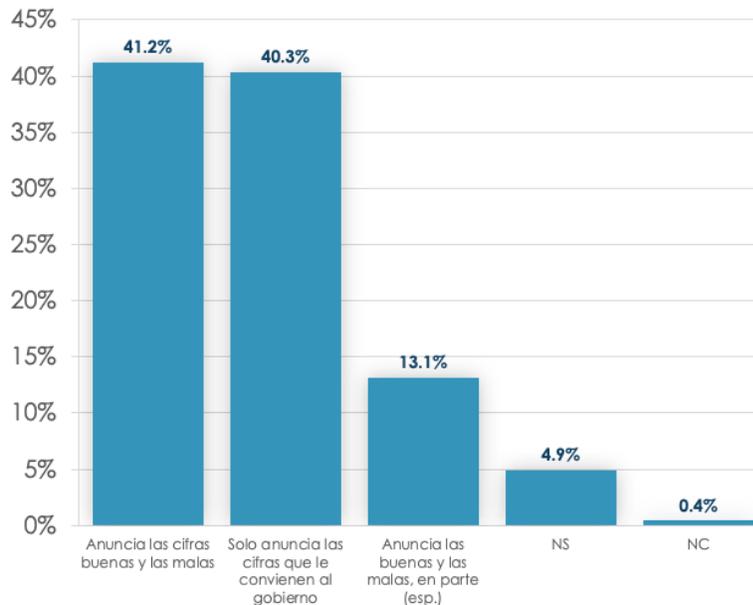
Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-IIIJ. Departamento de Investigación Aplicada y Opinión. 2017. NS: no sabe, NC: no contesta.

Al evaluar la credibilidad de las cifras que se reportan en el INEGI, en ambas encuestas se puede observar que los encuestados creen mucho o algo en la mayoría de las cifras que proporciona el instituto en los diferentes temas.

*Por lo que usted ha visto, ¿el INEGI anuncia las cifras buenas y también las cifras malas, o sólo anuncia las cifras que le convienen al gobierno?*

Para evaluar la imparcialidad de las cifras que anuncia el INEGI se realizó la pregunta *Por lo que usted ha visto, ¿el INEGI anuncia las cifras buenas y también las cifras malas, o sólo anuncia las cifras que le convienen al gobierno?* El 41.2% considera que el INEGI *anuncia las cifras buenas y las malas* mientras que un 40.3% señala que *anuncia las cifras que le convienen al gobierno*. Solo un 13.1% respondió que el INEGI *anuncia las cifras buenas y las malas, en parte* (véase gráfica 121).

**Gráfica 121. Por lo que usted ha visto, ¿el INEGI anuncia las cifras buenas y también las cifras malas, o sólo anuncia las cifras que le convienen al gobierno?**

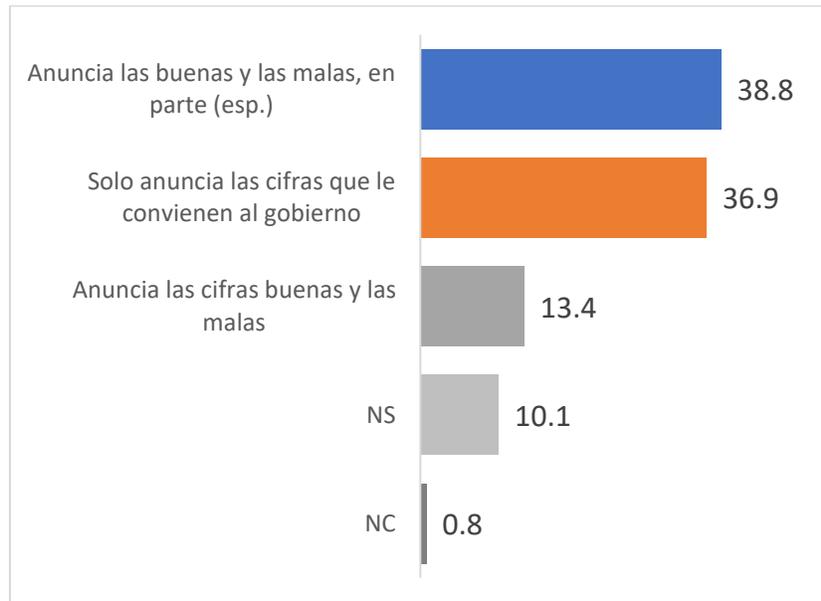


Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Los individuos que respondieron en mayor frecuencia que el INEGI *anuncia las cifras buenas y también cifras malas*, fueron principalmente los hombres, las personas de 40 a 44 años y aquellos que son jubilados o pensionados. Por otro lado, las mujeres y las personas de 55 a 59 años consideran que el Instituto solo *anuncia las cifras que le conviene al gobierno*.

Para la Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017 la opinión también estuvo dividida entre quienes observaron una conducta parcial del Instituto y aquellos que se mostraron más ambiguos al establecer que solo en parte anuncia con imparcialidad. Un 38.8% consideró que el Instituto *anuncia las cifras buenas y malas en parte*, mientras que un 36.9% señaló una actuación por conveniencia del INEGI. Solo un 13.4% afirmó que sí se anuncian las cifras *buenas y malas* con lo que se consideraría una actuación imparcial y un 10% dijo *no saber* cómo anuncia el INEGI las cifras que produce (véase gráfica 122).

**Gráfica 122. Por lo que usted ha visto, ¿El INEGI anuncia las cifras buenas y también las cifras malas, o sólo anuncia las cifras que le conviene al gobierno? (porcentajes)**



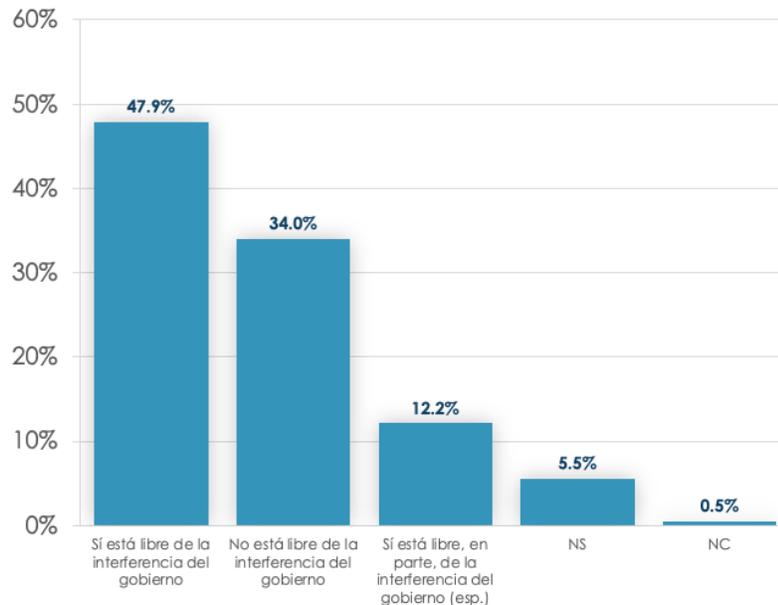
Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-IIIJ. Departamento de Investigación Aplicada y Opinión. 2017. NS: no sabe; NC: no contesta.

Cuando se evalúa la imparcialidad de las cifras que anuncia el INEGI se puede observar que en su mayoría las personas consideran que el INEGI anuncia las cifras buenas y también las cifras malas. Sin embargo, es preciso indicar que en ambas encuestas la percepción de que el instituto anuncia las cifras que le conviene al gobierno se ha mantenido con una frecuencia similar.

***Por lo que usted piensa, ¿la información que proporciona el INEGI está libre o no lo está de la influencia del gobierno?***

En un aspecto importante, cuando el entrevistado evalúa la influencia del gobierno en la información que el INEGI proporciona a través de la pregunta, *Por lo que usted piensa, ¿la información que proporciona el INEGI está libre o no lo está de la influencia del gobierno?* El 47.9% de los encuestados considera que la información *sí está libre de la interferencia del gobierno*, el 34% respondió que *no está libre de la interferencia del gobierno* y solo el 12.2% dijo que *sí está libre, en parte de la interferencia del gobierno* (véase gráfica 123).

**Gráfica 123. Por lo que usted piensa, ¿la información que proporciona el INEGI está libre o no lo está de la influencia del gobierno?**

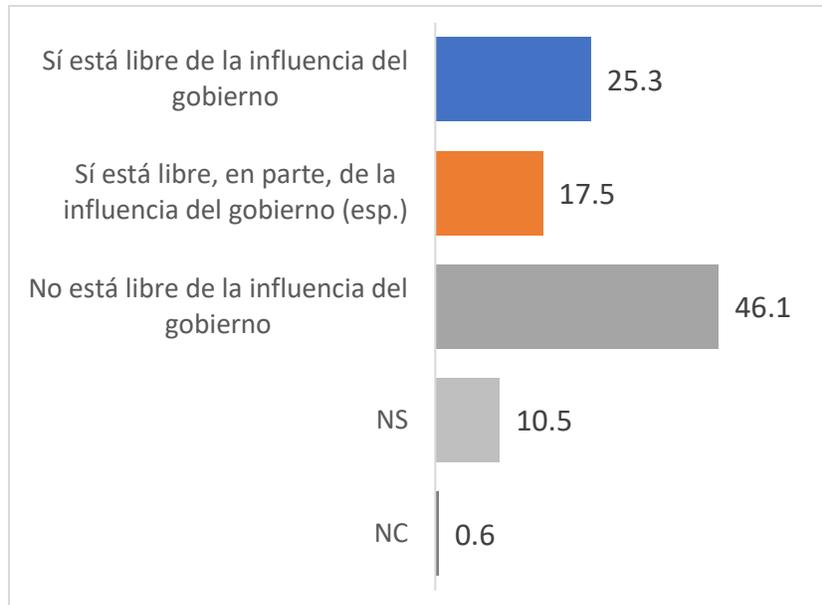


Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Principalmente, las personas de 40 a 44 años consideran que la información que proporciona el INEGI *está libre de la interferencia del gobierno*. Sin embargo, son las mujeres, las personas de 45 a 49 años y las de escolaridad más baja quienes dijeron que dicha información que proporciona el Instituto *no está libre de la interferencia del gobierno*.

Asimismo, en la Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017 se registró que el 46.1% señaló que no está libre de esta influencia, un 17.5% opinó que sí está libre de esta influencia pero sólo en parte, mientras que un 25.3% de los entrevistados dijo que sí está libre de esta influencia. Un 10.5% afirmó no saber si el INEGI está libre o no de la influencia gubernamental en la información que proporciona (véase gráfica 124).

**Gráfica 124. Por lo que usted piensa, la información que proporciona el INEGI ¿está libre o no está libre de la influencia del gobierno? (porcentajes)**



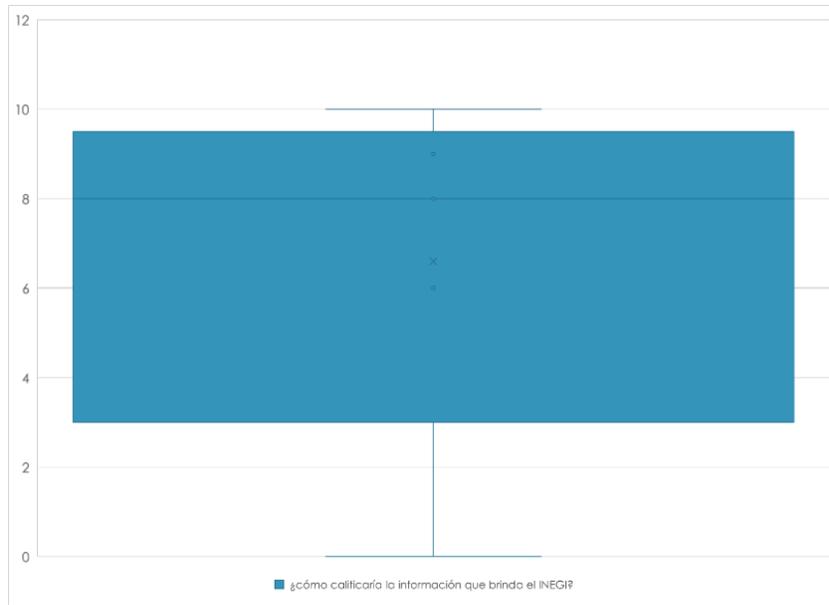
Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-IIIJ. Departamento de Investigación Aplicada y Opinión. 2017. NS: no sabe; NC: no contesta.

Cuando se preguntó acerca de la independencia del INEGI para tomar sus propias decisiones, se puede observar principalmente que en la encuesta de 2017 los encuestados consideraban en mayor parte que la información no estaba libre de la influencia del gobierno, sin embargo, para la encuesta de 2021 la primera mención se refirió a que la información sí está libre de la influencia del gobierno.

*En una escala de calificación de 0 a 10 como en la escuela, en donde 0 es nada y 10 es mucho, ¿cómo calificaría la información que brinda el INEGI?*

Para evaluar la información que brinda el INEGI se preguntó: *En una escala de calificación de 0 a 10 como en la escuela, en donde 0 es nada y 10 es mucho, ¿cómo calificaría la información que brinda el INEGI?* Los encuestados respondieron manera aprobatoria con calificación de 7.4 (véase gráfica 125).

**Gráfica 125. En una escala de calificación de 0 a 10 como en la escuela, en donde 0 es nada y 10 es mucho, ¿cómo calificaría la información que brinda el INEGI?**



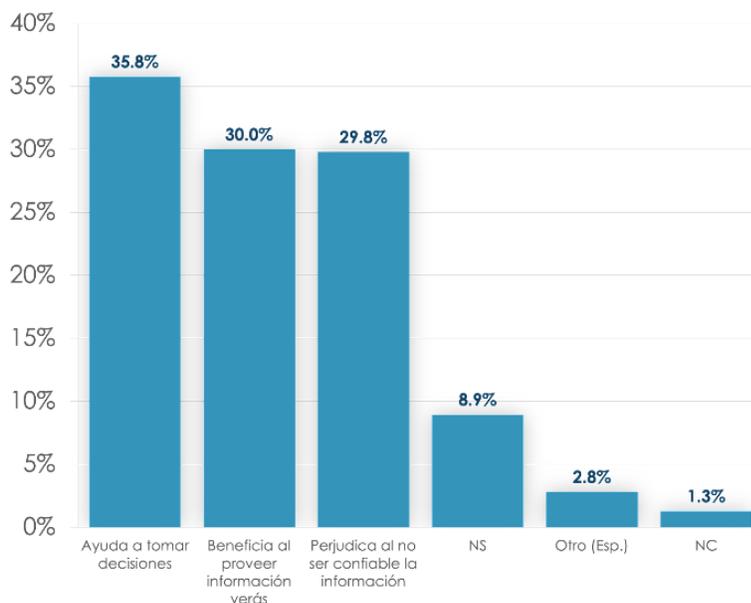
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

El principal hallazgo de las tablas de contingencia se puede observar que las personas que dieron la más alta evaluación fueron las personas de mayor edad, seguido de los más jóvenes. Asimismo, por aquellas personas con ingreso individual más bajo (De 0 a 2 SM (\$0 hasta \$7,396 al mes)).

***Y esta situación ¿cómo diría usted que beneficia o perjudica a la información que genera el INEGI?***

Por otra parte, cuando se preguntó acerca de: *Y esta situación ¿cómo diría usted que beneficia o perjudica a la información que genera el INEGI?* El 35.8% de los encuestados considera que *ayuda a tomar decisiones*, el 30% respondió que *beneficia al proveer información veraz* y el 29.8% dijo que *perjudica al no ser confiable la información* (véase gráfica 126).

**Gráfica 126. Y esta situación ¿cómo diría usted que beneficia o perjudica a la información que genera el INEGI?**



Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Del análisis sociodemográfico se puede observar que de los encuestados que consideran que la información del INEGI ayuda a tomar decisiones, fueron principalmente los hombres, personas de 30 a 34 años y aquellos que son jubilados o pensionados los que respondieron con mayor frecuencia. Por otro lado, solo las personas jóvenes respondieron que la información del Instituto perjudica al no ser confiable la información.

En el caso de la Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017, el 31.9% consideró que la condición de independencia le *beneficia*, un 32.5% considera que le *perjudica* mientras que un 21.9% dice que *no le beneficia ni le perjudica* (véase gráfica 127).

**Gráfica 127. Y esta situación, ¿diría usted que beneficia o perjudica a la información que genera el INEGI? (porcentajes)**



Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-IIIJ. Departamento de Investigación Aplicada y Opinión. 2017. NS: no sabe; NC: no contesta.

La información que genera el INEGI se presenta en ambas encuestas como un beneficio al proveer información veraz. En cambio, a pesar de que el porcentaje de aquellas personas que consideran que perjudica la información ha disminuido, sigue estando presente en ambas encuestas.

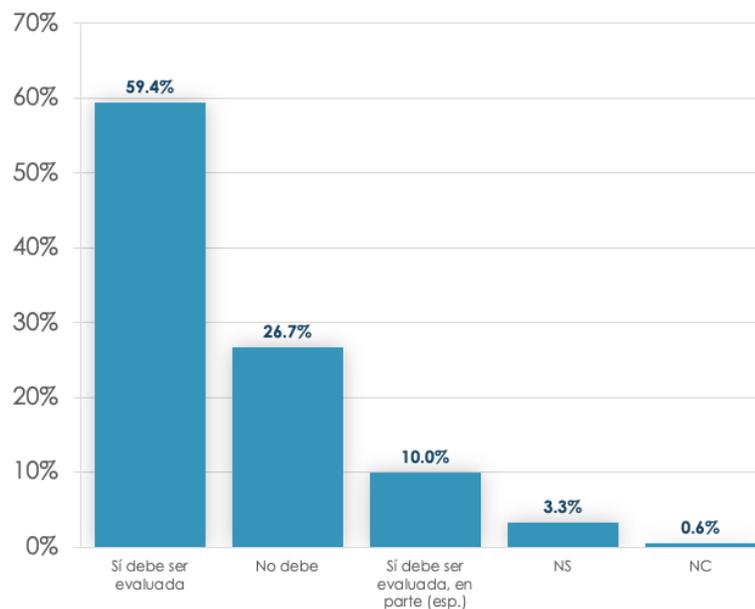
## 14. Transparencia

En la actualidad, los ciudadanos se interesan cada vez más en las instituciones, por ejemplo, en que gastan sus recursos o que actividades desempeñan. Es por ello por lo que una característica importante es que manifiesten transparencia y calidad en el quehacer de sus obligaciones. En el caso específico del INEGI es de vital importancia que ejerza su facultad autónoma al momento de producir información, pero que también pueda ser verificable por otras instituciones o entidades académicas para que pueda ser garantizada su calidad.

***En su opinión, la información que genera el INEGI ¿debe o no debe ser evaluada por otras instituciones?***

Para conocer la transparencia que perciben los encuestados hacia el INEGI se preguntó: *En su opinión, la información que genera el INEGI ¿debe o no debe ser evaluada por otras instituciones?* El 59.4% de los encuestados considera que *sí debe de ser evaluado* por otras instituciones, esto abona al hecho de buscar en el acto de la evaluación una mirada imparcial a las acciones elaboradas por las instituciones, particularmente a la información generada por el organismo. En cambio, el 26.7% respondió que *no debe ser evaluado*, esto podría implicar que una de las actividades fundamentales del INEGI que es generar información, se ubicaría en un lugar opaco, sin necesidad de esclarecer sus metodologías o demás estándares de calidad que permiten al INEGI ubicarse como una institución confiable y transparente. Y el 10% dijo que *sí debe de ser evaluada, en parte* (véase gráfica 128).

**Gráfica 128. En su opinión, la información que genera el INEGI ¿debe o no debe ser evaluada por otras instituciones?**



Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Cabe destacar que, del análisis de las tablas de contingencia, se puede observar que los hombres y las personas más jóvenes consideran que la información que genera el INEGI *sí debe* ser evaluada. En contraste con las personas de mayor edad (de 60 a 64 años) quienes respondieron que *no debe* ser evaluada la información por otras instituciones.

Caso similar se observó en la Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017 que el 62.8% de las personas en la encuesta consideraron que *sí debe ser evaluado* por otras instituciones. Asimismo, se observó un 17.6% de las personas que consideró que la información elaborada por el INEGI *no debe ser evaluada* (véase gráfica 129).

**Gráfica 129. En su opinión, la información que genera el INEGI, ¿Debe o no ser evaluada por otras instituciones? (porcentajes)**



Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-IIIJ. Departamento de Investigación Aplicada y Opinión. 2017. NS: no sabe, NC: no contesta.

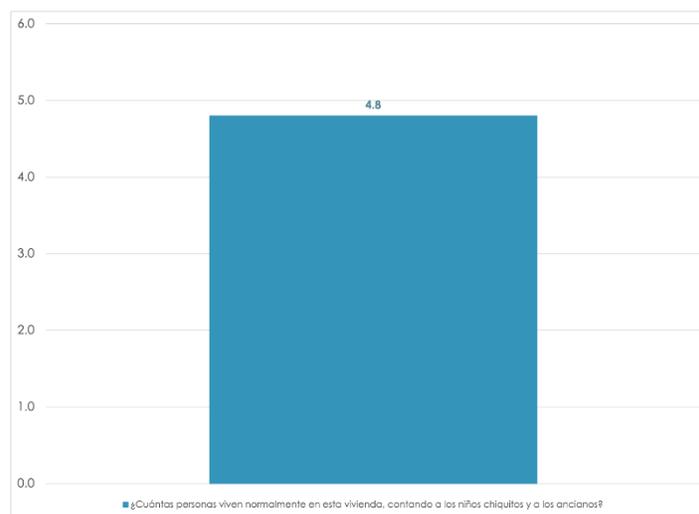
Las personas entrevistadas consideraron que la información sí debe de ser evaluada por otras instituciones, siendo la primera opción para ambas encuestas. La encuesta de 2021 registra un aumento de 9.1% para aquellas personas que respondieron que la información no debe ser evaluada por otras instituciones.

## IV. Sociodemográficas

*¿Cuántas personas viven normalmente en esta vivienda, contando a los niños chiquitos y a los ancianos? No olvide contarse usted.*

Para conocer el número de personas que viven normalmente en la vivienda se preguntó: *¿Cuántas personas viven normalmente en esta vivienda, contando a los niños chiquitos y a los ancianos? No olvide contarse usted.* El promedio de personas que viven en una vivienda es de 5 personas (véase gráfica 130).

**Gráfica 130. ¿Cuántas personas viven normalmente en esta vivienda, contando a los niños chiquitos y a los ancianos? No olvide contarse usted.**

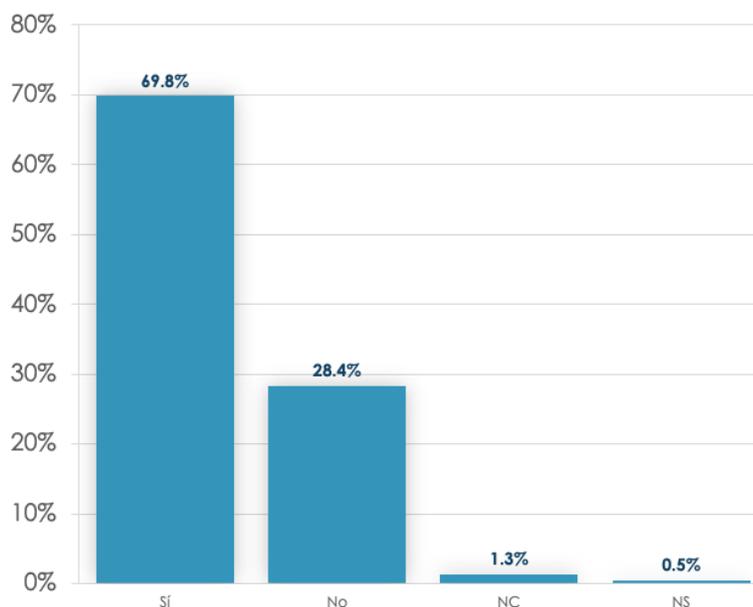


Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

*¿En este hogar tiene conexión a internet?*

Respecto a la conexión a internet que tienen los hogares, se puede observar que siete de cada diez hogares cuentan con conexión a internet, solo el 28.4% respondió de forma negativa (véase gráfica 131).

**Gráfica 131. ¿En este hogar tiene conexión a internet?**

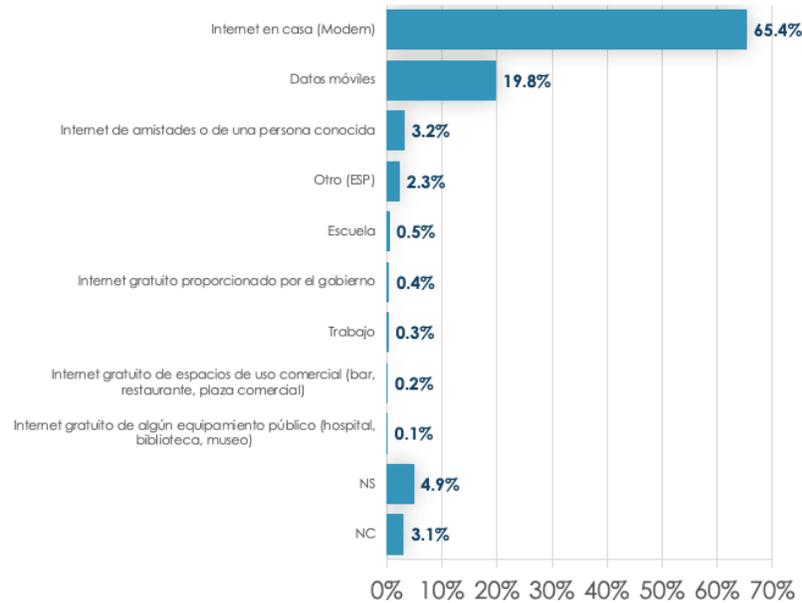


Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

*Principalmente, ¿por cuál medio se conecta a Internet?*

Como complemento a las características del Internet que utilizan comúnmente los encuestados, se realizó la pregunta, *Principalmente, ¿por cuál medio se conecta a Internet?* Destaca que el 65.4% respondió hacerlo a través de *internet en casa (Modem)*, un 19.8% lo realiza a partir de *datos móviles* y con 3.2% mencionó conectarse en el *internet de amistades o de una persona conocida*. Otras opciones con menor menciones fueron: la *escuela* con 0.5%, con porcentajes iguales se ubicaron en el *trabajo* y el *internet gratuito proporcionado por el gobierno* con 0.4%, así como, el *internet gratuito de espacios de uso comercial (bar, restaurante, plaza comercial)* con 0.2% y el *internet gratuito de algún equipamiento público (hospital, biblioteca, museo)* con 0.1% (véase gráfica 132).

**Gráfica 132. Principalmente, ¿por cuál medio se conecta a Internet?**



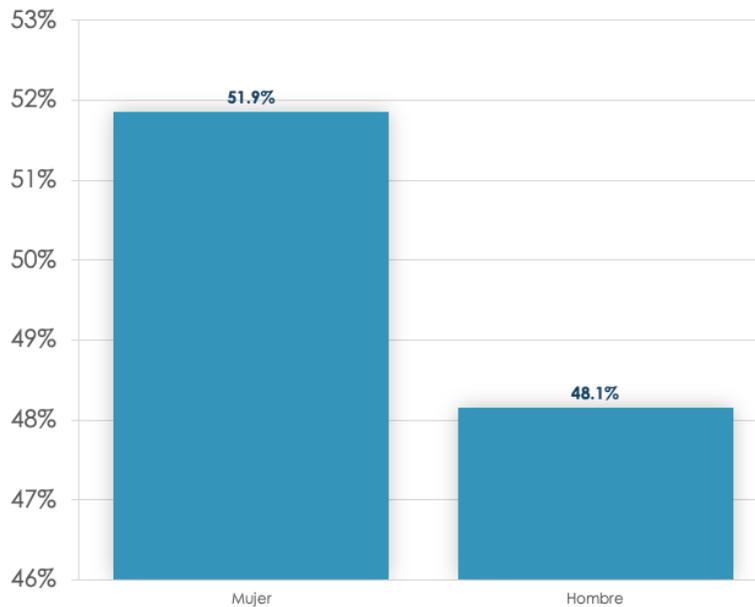
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

De la forma en que los encuestados se conectan a internet destaca que principalmente son los hombres y los más jóvenes quienes se conectan a través de *internet en casa (Modem)* y son las personas con mayor edad quienes lo hacen a partir de *internet de amistades o de una persona conocida*.

### Sexo

Para conocer la representatividad de las personas en la encuesta, se puede observar que el 51.9% fueron *mujeres*, mientras que el 48.1% de los encuestados fueron *hombres* (véase gráfica 133).

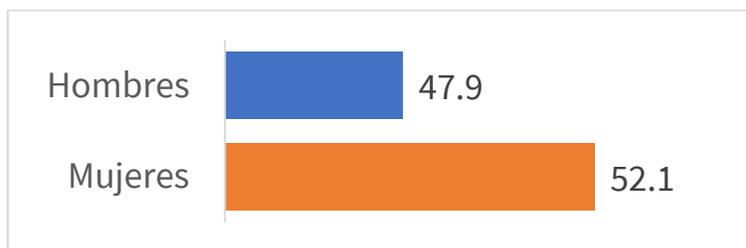
**Gráfica 133. Sexo**



Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

Por su parte, la Encuesta Nacional en Vivienda de Percepciones Sociales del INEGI realizada en 2017 registró la participación de 52.1% de mujeres y el 47.9% de hombres (véase gráfica 134).

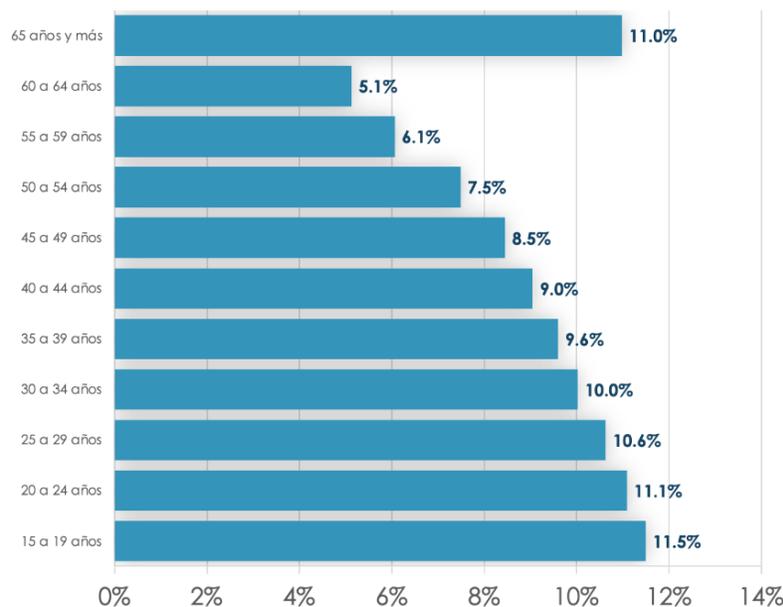
**Gráfica 134. Sexo**



## Edad

Las edad de las personas que respondieron con mayor frecuencia la encuesta fue de *15 a 19 años* con 11.5% de respuestas, un 11.1% de las menciones se concentró en las edades de *20 a 24 años*, el 11% fue respondida por personas de *65 años y más*, otro 10.6% corresponde a las personas de *25 a 29 años*, las personas de *30 a 34 años* tuvieron un 10% de respuestas, el 9.6% se ubicó en el rango de *35 a 39 años*, el 9% en edades de *40 a 44 años*, un 8.5% fue respondida por personas de *45 a 49 años*, los encuestados de *50 a 54 años* tuvieron un 7.5%, el 6.1% corresponde a las personas de *55 a 59 años* y por último, las personas de *60 a 64 años* con un 5.1% (véase gráfica 135).

**Gráfica 135. Edad**



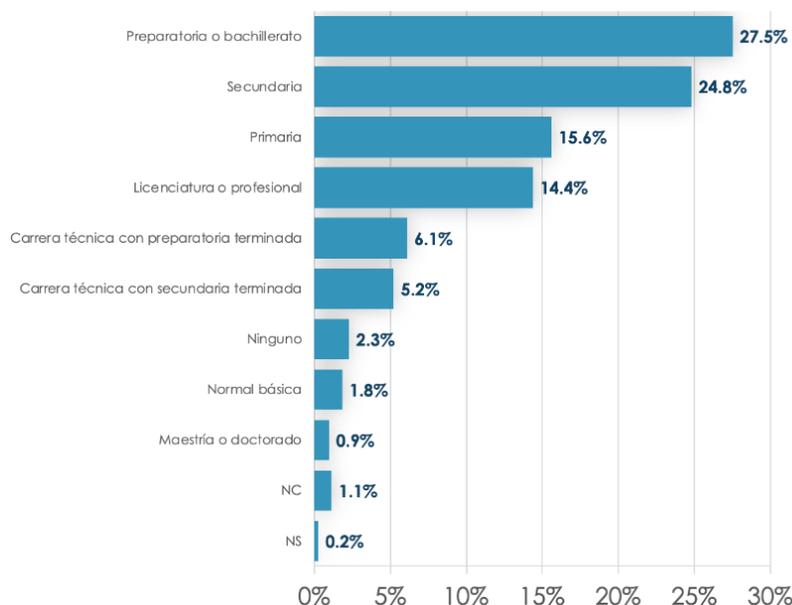
Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

## ¿Hasta qué nivel aprobó en la escuela?

El principal nivel de escolaridad que respondieron la encuesta fue *preparatoria o bachillerato* con 27.5% de las menciones, seguido de la opción *secundaria* con 24.8%, un 15.6% dijo haber estudiado hasta la *primaria*, otro 14.4% respondió con la opción *licenciatura profesional*, quienes dijeron aprobar la *carrera técnica con secundaria*

terminada fueron el 5.2% de las personas entrevistadas y el 6.1% aprobó la *carrera técnica con preparatoria terminada*. Las opciones con menor frecuencia fueron: la *Normal básica* con 1.8%, la opción *ninguna* con 2.3% y *maestría o doctorado* con el 0.9% de menciones (véase gráfica 136).

**Gráfica 136. ¿Hasta qué nivel aprobó en la escuela?**

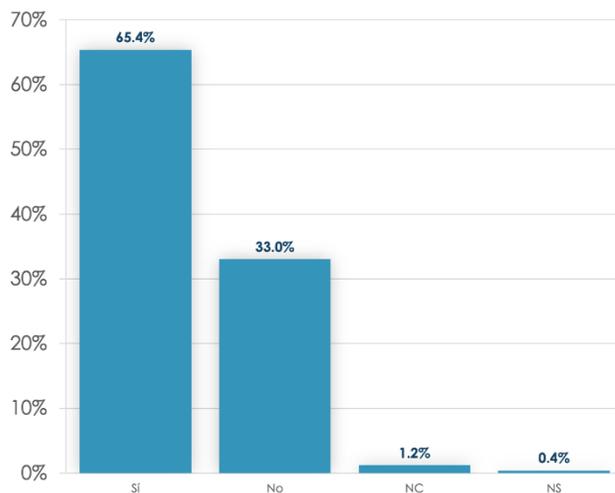


Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

*Antes de que iniciara el confinamiento por el Coronavirus, ¿estaba trabajando para sostener a su familia o cubrir alguno de sus propios gastos, al menos una hora o un día?*

Para conocer la situación laboral que tenían los encuestados antes de que iniciara la pandemia por Covid-19, se realizó la pregunta: *Antes de que iniciara el confinamiento por el Coronavirus, ¿estaba trabajando para sostener a su familia o cubrir alguno de sus propios gastos, al menos una hora o un día?* Casi siete de cada diez personas afirmaron tener trabajo antes del confinamiento, en contraste con el 33% que respondió de forma negativa no haber tenido trabajo para sostener a su familia o cubrir alguno de sus propios gastos (véase gráfica 137).

**Gráfica 137. Antes de que iniciara el confinamiento por el Coronavirus, ¿estaba trabajando para sostener a su familia o cubrir alguno de sus propios gastos, al menos una hora o un día?**

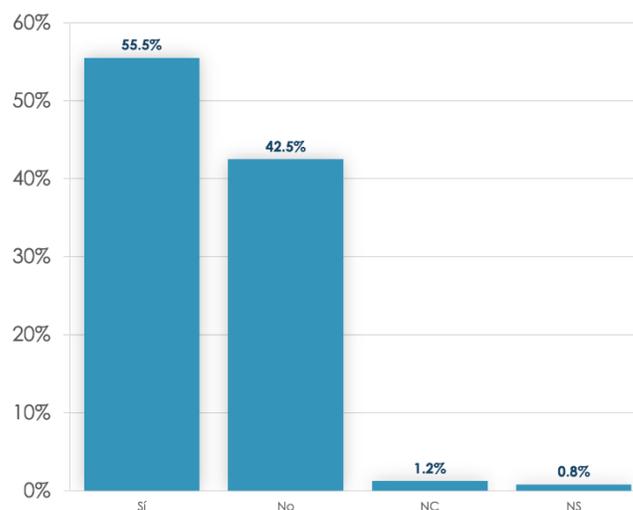


Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

**Actualmente, ¿tiene usted trabajo?**

Asimismo, se preguntó: *Actualmente, ¿tiene usted trabajo?* Un poco más de la mitad de las personas encuestadas (55.5%) respondió que *Sí* tiene trabajo actualmente, en cambio, el 42.5% de los entrevistados dijo de forma negativa *No* tener trabajo (véase gráfica 138).

**Gráfica 138. Actualmente, ¿tiene usted trabajo?**

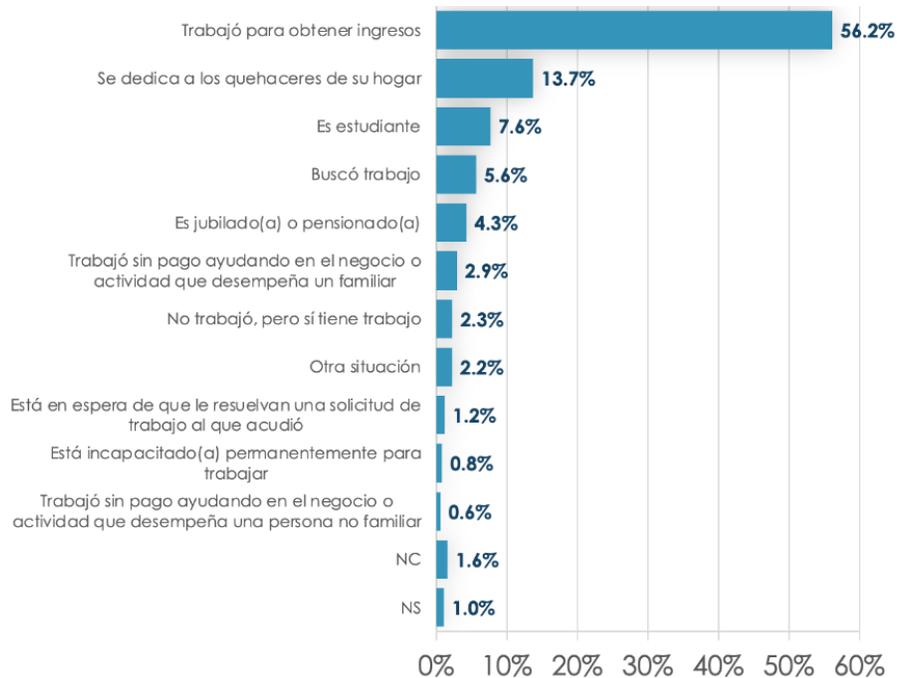


Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

### *¿La semana pasada usted...?*

Como complemento a la actividad laboral que desempeñan los encuestados se cuestionó lo siguiente: *¿La semana pasada usted...?* Poco más de la mitad de los encuestados (56.2%) dijo *trabajar para obtener ingresos*, el 13.7% respondió que se *dedica a los quehaceres de su hogar*, un 7.6% afirmó ser *estudiante*, el 5.6% de las personas comentó *estar buscando trabajo*, otro 4.3% de los encuestados mencionó ser *jubilado(a) o pensionado(a)*, un 2.9% *trabajó sin pago ayudando en el negocio o actividad que desempeña un familiar* y un 2.3% respondió *no trabajó, pero sí tiene trabajo*. Las opciones con menor mención fueron: *está en espera de que le resuelvan una solicitud de trabajo al que acudió* con 1.2%, *está incapacitado(a) permanente para trabajar* con 0.8% y *trabajó sin pago ayudando en el negocio o actividad que desempeña una persona no familiar* con 0.6% (véase gráfica 139).

**Gráfica 139. ¿La semana pasada usted...?**

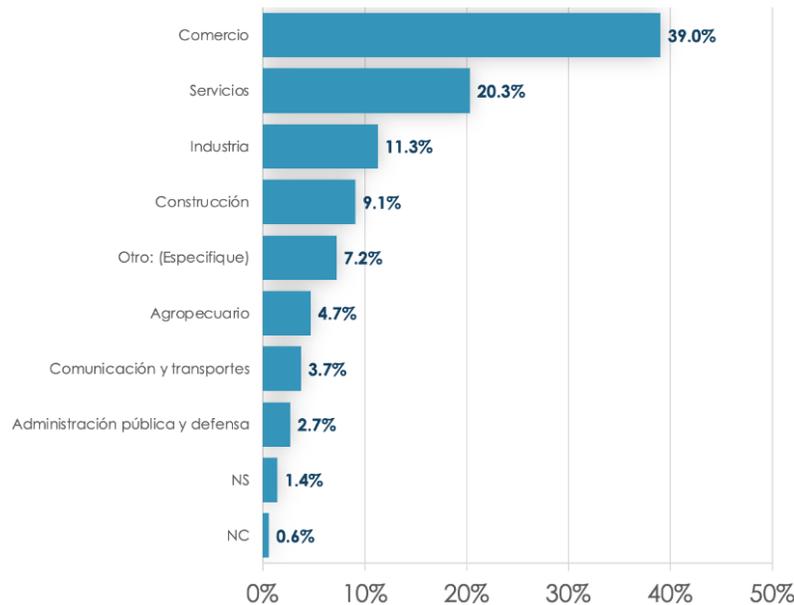


Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

**¿A qué se dedica la empresa, negocio o institución para la que usted trabajó o ayudó la semana pasada?**

Para la pregunta, *¿A qué se dedica la empresa, negocio o institución para la que usted trabajó o ayudó la semana pasada?* De las opciones con mayor mención fue que su empresa se dedica al *comercio y servicios* (con 39% y 20.3% respectivamente). El 11.3% dijo que la empresa, negocio o institución se dedica a la *industria*, el 9.1% mencionó que se dedica a la *construcción*, otro 4.7% respondió el sector *agropecuario*, el 3.7% a *comunicación y transportes*, y, por último, el 2.7% dijo dedicarse a la *administración pública y defensa* (véase gráfica 140).

**Gráfica 140. ¿A qué se dedica la empresa, negocio o institución para la que usted trabajó o ayudó la semana pasada?**

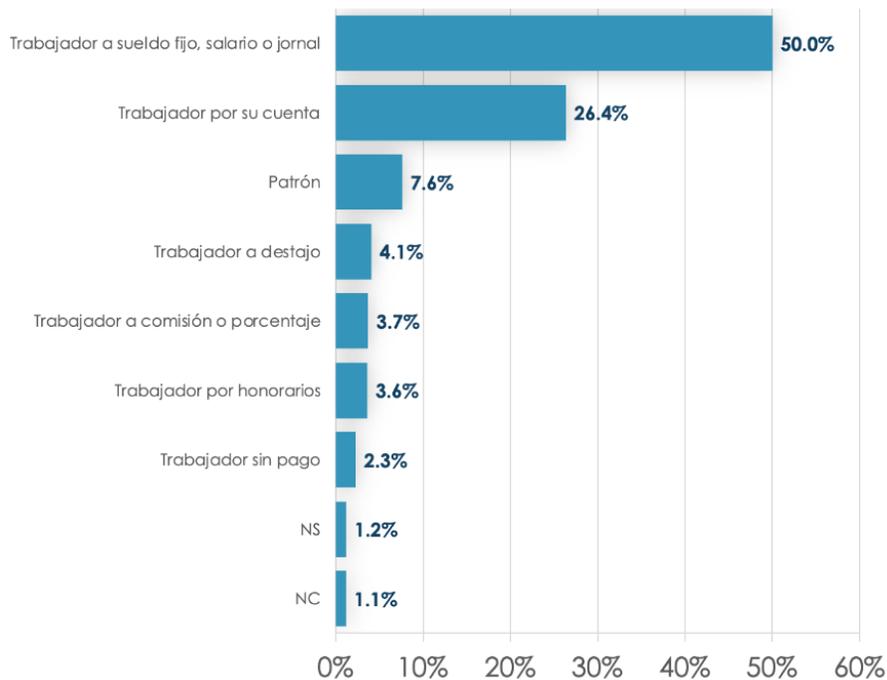


Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

**¿En su trabajo de la semana pasada usted fue...?**

Para conocer la situación laboral del encuestado se realizó la pregunta: *¿En su trabajo de la semana pasada usted fue...?* La mitad de los encuestados (50%) dijo ser *trabajador a sueldo fijo, salario o jornal*, el 26.4% respondió ser *trabajador por su cuenta*, un 7.6% mencionó ser *patrón*, el 4.1% dijo ser *trabajador a destajo*, con un 3.7% se respondió *trabajador a comisión o porcentaje*, el 3.6% de los encuestados son *trabajadores por honorarios* y solo el 2.3% mencionó ser *trabajador sin pago* (véase gráfica 141).

**Gráfica 141. ¿En su trabajo de la semana pasada usted fue...?**

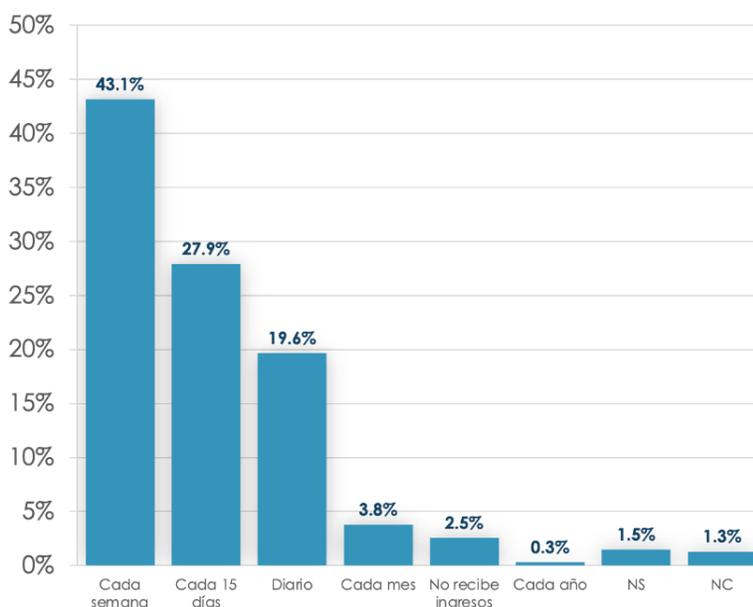


Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

*¿Cada cuándo obtiene usted sus ingresos o le pagan?*

De la periodicidad en el que obtienen sus ingresos los encuestados se preguntó: *¿Cada cuándo obtiene usted sus ingresos o le pagan?* El 43.1% de los encuestados dijo que sus ingresos los obtiene *cada semana*, un 27.9% comentó que *cada 15 días*, el 19.6% respondió que sus ingresos son *diarios*, otro 3.8% lo recibe *cada mes*, el 2.5% de los encuestados *no recibe ingresos* y con un porcentaje muy bajo de 0.3% dijo recibirlo cada año (véase gráfica 142).

**Gráfica 142. ¿Cada cuándo obtiene usted sus ingresos o le pagan?**

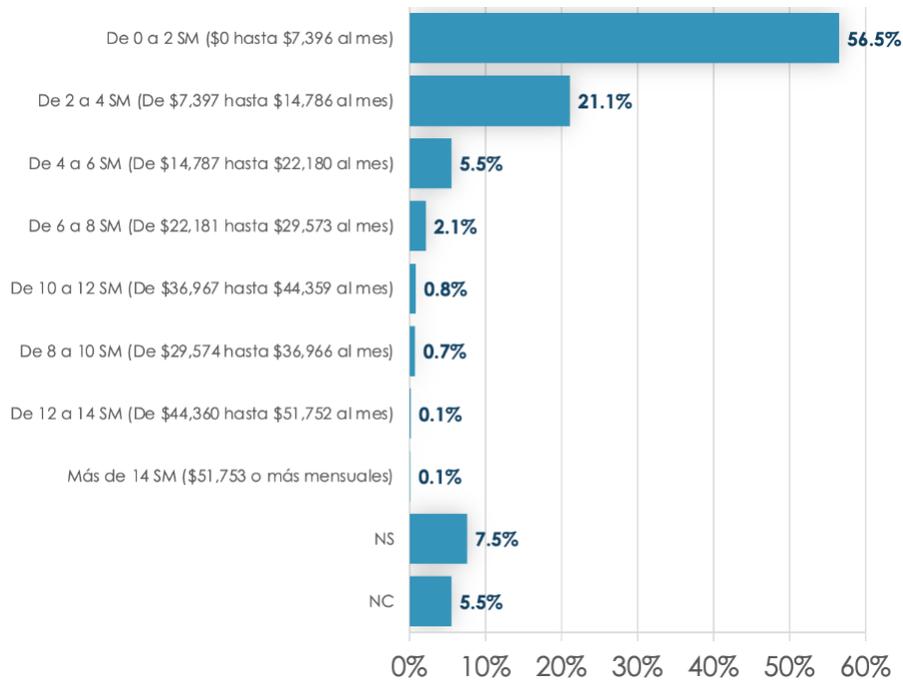


Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

*El ingreso que obtuvo o le pagaron en el último/los últimos (Hacer referencia al periodo referido en la pregunta anterior) ¿En cuál de los siguientes grupos de ingreso se encuentra?*

Como complemento al conocimiento de la periodicidad en que los encuestados obtienen sus ingresos, se pregunta: *¿En cuál de los siguientes grupos de ingreso se encuentra?* El 56.5% dijo estar entre los 0 a 2 SM (*\$0 hasta \$7,396 al mes*), el 21.1% respondió estar entre los 2 a 4 SM (*De \$7,397 hasta \$14,786 al mes*), con un 5.5% mencionó ubicarse entre los 4 a 6 SM (*De \$14,787 hasta \$22,180 al mes*) y con un 2.1% los encuestados respondieron estar entre los 6 a 8 SM (*De \$22,181 hasta \$29,573 al mes*). Los grupos de ingreso restantes se distribuyen de la siguiente manera: *De 8 a 10 SM (De \$29,574 hasta \$36,966 al mes)* con 0.7%, *De 10 a 12 SM (De \$36,967 hasta \$44,359 al mes)* con 0.8% y *De 12 a 14 SM (De \$44,360 hasta \$51,752 al mes)* el 0.1% (véase gráfica 143).

**Gráfica 143. El ingreso que obtuvo o le pagaron en el último/los últimos (Hacer referencia al periodo referido en la pregunta anterior) ¿En cuál de los siguientes grupos de ingreso se encuentra?**

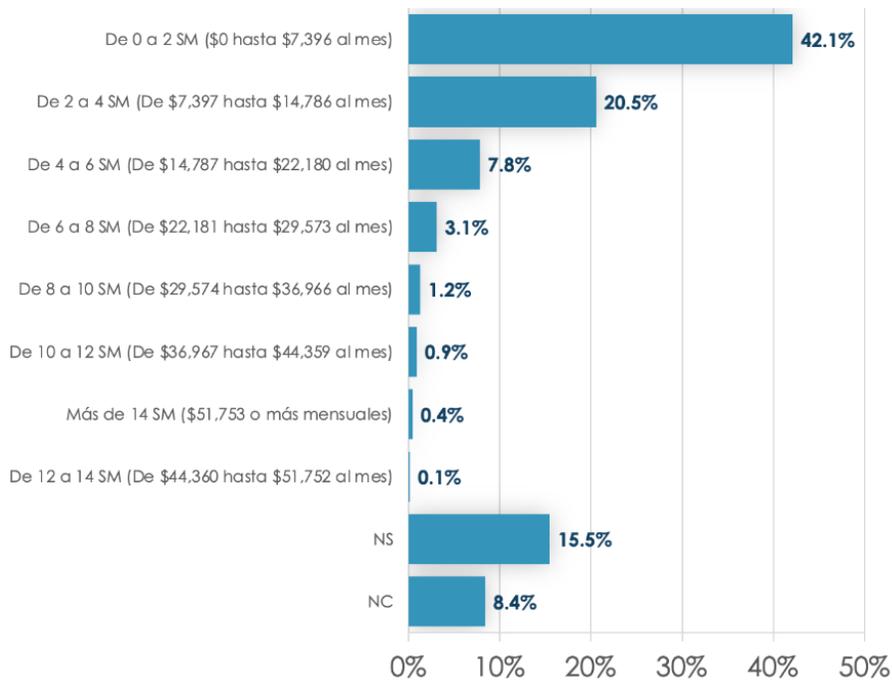


Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

***Ahora, pensando en todo el dinero que ganan en un mes todos los integrantes de su hogar, ¿me podría decir cuánto fue el ingreso total del hogar el mes pasado?***

Además, también se preguntó por el ingreso total del hogar a través de la pregunta: *Ahora, pensando en todo el dinero que ganan en un mes todos los integrantes de su hogar, ¿me podría decir cuánto fue el ingreso total del hogar el mes pasado?* El 42.1% se ubica de 0 a 2 SM (\$0 hasta \$7,396 al mes), el 20.5% respondió que tener entre 2 a 4 SM (De \$7,397 hasta \$14,786 al mes), el 15.5% de los encuestados afirmó *no saber*, otro 7.8% dijo que su ingreso total era de 4 a 6 SM (De \$14,787 hasta \$22,180 al mes) y del grupo de 6 a 8 SM (De \$22,181 hasta \$29,573 al mes) se ubicó el 3.1%. Para los grupos de ingresos totales restantes se dijeron: De 8 a 10 SM (De \$29,574 hasta \$36,966 al mes) con 1.2%, De 10 a 12 SM (De \$36,967 hasta \$44,359 al mes) con 0.9%, De 12 a 14 SM (De \$44,360 hasta \$51,752 al mes) con 0.1% y Más de 14 SM (\$51,753 o más mensuales) con 0.4% (véase gráfica 144).

**Gráfica 144. Ahora, pensando en todo el dinero que ganan en un mes todos los integrantes de su hogar, ¿me podría decir cuánto fue el ingreso total del hogar el mes pasado?**

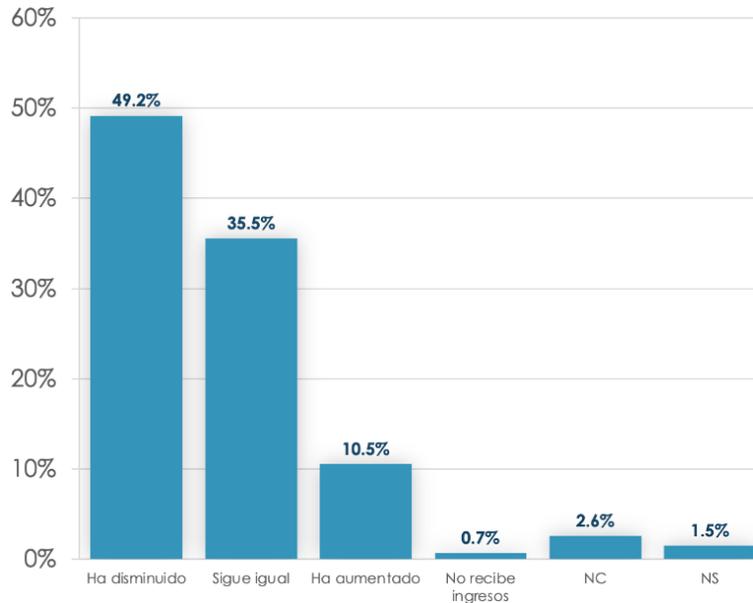


Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

*Y en el ingreso del hogar, ¿ha aumentado o ha disminuido durante la pandemia?*

Respecto al ingreso total del hogar que mencionaron los encuestados se realizó como complemento la pregunta: *Y en el ingreso del hogar, ¿ha aumentado o ha disminuido durante la pandemia?* Casi la mitad de los encuestados (49.2%) respondieron que sus ingresos *han disminuido*, el 35.5% dijo que sus ingresos *siguen igual*, un 10.5% mencionaron que *ha aumentado* y solo el 0.7% respondió *no recibir ingresos* (véase gráfica 145).

**Gráfica 145. Y en el ingreso del hogar, ¿ha aumentado o ha disminuido durante la pandemia?**

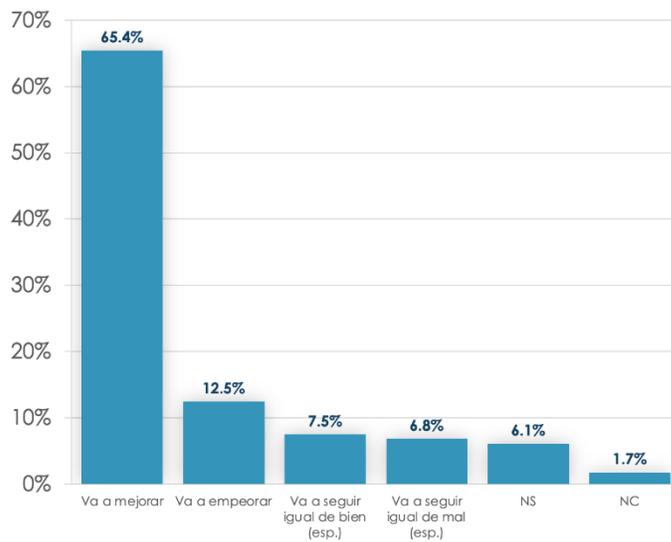


Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

*Y por lo que usted piensa, el próximo año su situación económica personal ¿va a mejorar o va a empeorar?*

Para la expectativa a futuro que tienen los encuestados sobre su situación económica personal se realizó la pregunta: *Y por lo que usted piensa, el próximo año su situación económica personal ¿va a mejorar o va a empeorar?* Seis de cada diez personas (65.4%) considera que su situación *va a mejorar*, el 12.5% respondió en sentido negativo a la opción *va a empeorar*. Con una opinión dividida se encuentra que *va a seguir igual de bien* con un 7.5% y *va a seguir igual de mal* con un 6.8% (véase gráfica 146).

**Gráfica 146. Y por lo que usted piensa, el próximo año su situación económica personal ¿va a mejorar o va a empeorar?**



Fuente: “Percepciones Sociales del INEGI”, UNAM-Coordinación de Humanidades-IIS. Encuesta Nacional en Vivienda, 2021.

## V. Conclusiones

### ***Evaluación de la situación del país***

- Los encuestados tienen una percepción pesimista respecto a la situación económica del país, ya que en mayor medida se mencionó que la economía está peor que la que se tenía antes de la pandemia por Covid-19.
- La evaluación a futuro sobre la situación económica del país tiene una visión positiva, principalmente las personas consideran que va a mejorar la economía el próximo año.
- De la situación política actual del país destaca que la principal mención para describirla es preocupante. De este sentimiento negativo resalta que principalmente respondieron las mujeres y las personas de escolaridad avanzada (Licenciatura y Posgrado).
- La expectativa a futuro de la situación política del país se describe en un sentido optimista que se asocia a que va a mejorar.

### ***Evaluación de la situación con la pandemia***

- Desde que inició la pandemia las personas afirmaron que han salido diariamente de su casa a trabajar, principalmente son los hombres y las personas de 55 a 59 años quienes tienen que salir.
- Como consecuencia de la pandemia por Covid-19 se impulsaron actividades para la recuperación económica. Estas actividades fueron realizadas principalmente por las personas de 30 a 34 años.
- Las personas afirmaron utilizar información del INEGI para el emprendimiento de sus negocios. Destaca que los jóvenes acuden con mayor frecuencia el uso de la información.
- La principal información que mencionaron utilizar en sus negocios es la estadística, utilizada en su mayoría por las personas de 30 a 34 años.

### ***Uso de computadoras y tecnología de la información***

- El teléfono celular inteligente (móvil) es el principal bien que mencionaron los encuestados, siendo respondido en su mayoría por los más jóvenes de 15 a 19 años.
- Los más jóvenes respondieron que tienen mucha facilidad para usar aparatos u otros dispositivos electrónicos (computadoras, celulares, tablets). En cambio, las personas

con mayor edad son las que mencionaron necesitan mucha ayuda cuando utilizan un nuevo aparato o dispositivo electrónico.

### ***Nivel de información***

- Principalmente son los más jóvenes que afirmaron tener algo de interés en lo que sucede en el país.
- La televisión destaca como el principal medio en el cual se informa de lo que sucede en el país. En segundo lugar, resalta el internet y en tercer lugar el Facebook. Estas dos últimas opciones son utilizadas principalmente por las personas más jóvenes.
- La radio fue desplazada por aquellos medios que utilizan el internet como el Facebook y el WhatsApp.

### ***Usos de la estadística, geografía y cartografía***

- Más de la mitad de las personas acostumbra a calcular lo que se va a gastar en la quincena como un hábito cotidiano. Las personas que respondieron en mayor medida fueron las personas de 45 a 49 años y aquellos que cuentan con escolaridad de licenciatura o posgrado.
- El uso de la estadística/matemáticas resultó ser asociada con cuentas principalmente por las personas de 45 a 49 años. También resultó ser utilizada para llevar un control.
- Las personas de 25 a 29 años fueron quienes mencionaron que tienen algo de interés en el uso de la estadística/matemáticas. En contraste con las personas de mayor edad que dijeron no tener nada de interés.
- Las estadísticas se ubicaron como principal herramienta en la vida diaria, seguida de Google Maps, la cual fue mencionada principalmente por los hombres y por las personas de 35 a 39 años.
- El principal problema que se identificó al que se enfrentan hoy las personas para aprender estadística y manejar números fue la falta de interés, respondida en su mayoría por los hombres.
- Más de la mitad de los encuestados dijo haber visto o escuchado algún tipo de estadística en los últimos seis meses. Destaca principalmente que fueron los más jóvenes quienes afirmaron esto.
- El uso de las estadísticas en la vida diaria (en su trabajo o en la escuela) se ocupa principalmente para tomar decisiones, seguida de para la casa.
- Las personas más jóvenes son quienes respondieron que es algo fácil entender un mapa, en contraste con las personas de 55 a 59 años que dijeron ser algo difícil.

- Solo la mitad de los encuestados afirmó haber visto algún mapa en los últimos seis meses.

### ***Conocimiento del INEGI***

- El INEGI es una de las principales instituciones que han escuchado hablar los encuestados, se encuentra ubicada por debajo de la UNAM y la SEP.
- La actividad más conocida del instituto son los censos de población, entre otras actividades que han escuchado del INEGI son: que hace estadísticas y que es la institución de gobierno que hace información de todo el país.
- Principalmente han escuchado hablar del INEGI a través de la radio y televisión. El internet se ubica como el segundo medio en el cual las personas llegan a escuchar del instituto.

### ***Conocimiento de las funciones del INEGI***

- Las personas de 35 a 39 años son quienes sí saben a qué se dedica el INEGI, en comparación con las personas más jóvenes que dijeron no saber.
- Entre las principales actividades que identifican que realiza el INEGI se encuentra censo y encuesta de población y hace información, mapas y estadísticas del país.
- De las actividades que comúnmente realiza el INEGI, la que identifican principalmente es la realización del censo de población y vivienda.
- La radio y televisión son el principal medio para enterarse de la información que proporciona el INEGI.

### ***Usos de información del INEGI***

- Destaca que casi tres de cada cuatro personas no han consultado información del INEGI. Respondiendo con mayor frecuencia en sentido negativo las personas con mayor edad.
- De las personas que afirmaron utilizar algún tipo de información, la principal que usan es la poblacional, seguida de la económica y en tercer lugar sobre seguridad.
- La frecuencia con la que utilizan la información del INEGI es de vez en cuando, respondida en su mayoría por personas de 50 a 54 años. Muy poca gente mencionó utilizarla a diario.

### ***Características de la consulta de información***

- Al realizar la experiencia que tiene el usuario al utilizar la página de internet, se observa que la página se considera ser muy o algo amigable para su uso.
- Las personas con mayor edad son las que respondieron con mayor frecuencia haber proporcionado información para algún censo o encuesta del INEGI. La principal información que han brindado los encuestados es sobre población y vivienda.
- De la información que brinda el INEGI, los encuestados consideran que es parcial, esta opinión es respondida en su mayoría por las personas con mayor edad y las mujeres.

### ***Confianza***

- La principal institución en que confían los encuestados es la familia.
- El INEGI se destaca por ser una de las instituciones con mayor confianza en el país, su resultado es similar a la de las universidades públicas.
- Las personas con mayor edad son las que principalmente confían en el INEGI.
- Más de la mitad de los encuestados respondió confiar algo o mucho en las estadísticas que anuncian las dependencias del gobierno. Principalmente, son las personas más jóvenes quienes confían en estos datos.
- Las personas que cuentan con una escolaridad media superior o superior consideran que la información que aporta el INEGI es muy útil para el diseño de las políticas del gobierno.

### ***Valoración de la información del INEGI***

- Los encuestados afirman que es muy importante contar con la información estadística y geográfica que genera el INEGI.
- Destaca que principalmente los más jóvenes son quienes más confianza le tienen a la información del INEGI.
- Casi la mitad de los entrevistados mencionó creer que son ciertas las cifras que anuncia el INEGI sobre el número de personas que habita en el país. Las personas de mayor edad dijeron creer mucho sobre las cifras de salud.

### ***Transparencia***

- La mayoría de las personas consideran que sí debe de ser evaluada la información que genera el INEGI por otras instituciones. Principalmente, fueron los más jóvenes que respondieron en mayor medida.