

UNIVERSIDAD VERACRUZANA

DIRECCIÓN GENERAL DE
INVESTIGACIONES



Universidad Veracruzana

CENTRO DE ESTUDIOS DE OPINIÓN Y
ANÁLISIS

REGIÓN: XALAPA

PLAN DE DESARROLLO 2013- 2017
(PlaDEA)

TITULAR: DR. CLAUDIO RAFAEL CASTRO LÓPEZ

MARZO 2015




1. Presentacion	2
2. Antecedentes.....	6
3. Misión, Visión, Valores y Líneas de Investigación.....	8
4. CEOA y su Modelo de Gestión.....	9
5. Áreas de Desarrollo.....	10
6. Algunos estudios realizados por el Centro de Estudios de Opinión y Análisis.....	11
7. Docencia, La Especializacion en Estudios de Opinion.....	16
8. Recursos Humanos del CEOA.....	18
9. Planta física de operación del CEOA.....	20
10. Recursos materiales y financieros con que se operan los estudios.....	20
11. Convenio con Instituciones.....	21
12. Metodología para la Elaboración del PlaDEA.....	22
13. Autoevaluación.....	22
14. Fortalezas y Debilidades.....	23
15. Los Planes de Desarrollo del CEOA armonizados con el Plan de Trabajo 2013 - 2017.....	26
16. Cronograma de Metas.....	35
17. Criterios de Seguimiento y Evaluación.....	37
18. Fuentes de Información.....	39

PRESENTACIÓN

El plan de desarrollo del Centro de Estudios de Opinión y Análisis de la universidad Veracruzana, presenta información de su PLADEA Plan de desarrollo 2013-2017, el cual se apega al Programa de Trabajo de la rectora Dra. Sara Ladrón de Guevara González y a los tres Ejes estratégicos y líneas de acción, los cuales son: Innovación académica con calidad, presencia en el entorno con pertinencia e impacto social, gobierno y gestión, con responsabilidad y con transparencia, con el objeto de continuar con la transformación de la Universidad veracruzana. En este sentido también toma como referencia en lo estatal al Plan Veracruzano de Desarrollo, al Programa Sectorial de Educación, al Plan Nacional de Desarrollo y al Programa Sectorial de Educación del Contexto Nacional.

El CEOA se apega a la innovación académica con calidad, ya que busca propiciar la transformación de la Universidad Veracruzana, mostrando progreso en las capacidades de su trabajo emprendido por sus profesores adscritos y colaboradores y personal de apoyo especializado, que hace uso constante de la actualización de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación. De manera particular el CEOA emplea diversas metodologías de análisis por medio de sofisticados softwares de análisis e interpretación de la información, ya que busca proporcionar informes serios y confiables de diversos proyectos de investigación y estudios de opinión, su validez y veracidad cubren los estándares de calidad nacional e internacional. La base primordial del trabajo emprendido por el CEOA, es fortalecer y consolidar el trabajo de la Universidad Veracruzana, una de sus fortalezas, es que se encuentra alineado con los lineamientos de Posgrado a través de su Programa de la especialización en estudios de opinión, el cual forma recursos humanos especialistas en estudios de opinión, y se apega a dos Líneas de Generación de Conocimiento: Estudios de Opinión y Estrategias cuantitativas y cualitativas para la medición de la opinión y representaciones sociales, que tratan de analizar los problemas sociales, dar respuestas a tales y brindar informaciones para mejorar dichos problemas emergentes en las diversas situaciones, ámbitos y contextos sociales. Por lo tanto el Centro de Estudios de

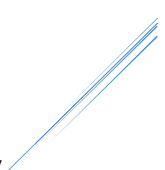


Opinión y Análisis CEOA, de la Universidad Veracruzana, transita hacia una nueva concepción y organización del quehacer científico, coadyuva al trabajo multi e interdisciplinario; se apega a una dinámica flexible que se adapta a las políticas, a los cambios sociales, a las estructuras sociales, y tiende a la construcción y consolidación de un mejor futuro en esta Universidad.

En el Centro de Estudios de Opinión y Análisis (CEOA) consideramos, que las percepciones y opiniones acerca de problemáticas sociales y de las comunidades universitarias pueden ser medidas y generar conocimiento a través de medidos estadísticos, o metodologías de carácter subjetivo, es decir, en lograr el complemento entre estudios cuantitativos y cualitativos. Partiendo de la base que los *estudios cuantitativos*, requieren la realización de encuestas en sus diferentes modalidades y de un diseño escrupuloso en la parte científico estadística que sustente la forma adecuada de representar las opiniones de las poblaciones bajo estudio, y que los *estudios cualitativos*. Enriquecen, complementan o son un elemento fundamental para conocer las percepciones y opiniones de aquellos grupos poblacionales que deben ser estudiados con una mayor profundidad.

Los estudios de opinión se sustentan en un trabajo multidisciplinario basado en la sociología, antropología, historia, ciencias políticas, estadística, entre otras disciplinas afines por mencionar algunas; representando un papel fundamental en la sociedad, ya que conducen a procesos transparentes que proveen resultados precisos, confiables y consistentes sobre temas variados como: la vida política, democrática, económica, empresarial, académica e inclusive de la vida cotidiana de una ciudad, localidad, municipio, estado o país, del que se haga referencia.

Existen varios tipos de estudios de opinión aplicados a diferentes ámbitos, como lo son: académicos, empresariales, políticos y sociales. Estos estudios son de gran importancia para la sociedad actual, ya que a través de diversas metodologías se puede obtener información clara y precisa sobre algún tema de interés, esto




ayudando a su vez en la toma de decisiones para la obtención de la calidad y mejora de procesos.

Dentro de los estudios políticos se pueden obtener información acerca de tendencias electorales, procesos de elección interna de los partidos, diseño de estrategia electoral, evaluaciones, encuestas de salida y conteo rápido. La razón de ser, de estos tipos de estudios van dirigidos directamente a los partidos políticos, las instituciones gubernamentales y a los tres niveles de gobierno, entre otros.

En el sector empresarial se pueden aplicar otro tipo de estudios de opinión como lo son las investigaciones de mercado, existiendo también una gran variedad dependiendo lo que se quiera destacar, por ejemplo: sobre la imagen, que proyecta una determinada marca, producto o servicio; sobre el posicionamiento, mediante el conocimiento de la ubicación frente a la competencia, la satisfacción del cliente y la identificación de áreas de oportunidad; sobre los hábitos, en tanto al conocimiento de hábitos y costumbres de la población, respecto a productos y servicios; sobre el clima organizacional, a través de percepciones, motivaciones y experiencias en las instituciones.

Dentro del ámbito académico, para beneficio de instituciones educativas, como: percepción de estudiantes, académicos o algún otro tipo de personal en las instituciones, trabajo de campo, análisis de resultados, acreditación de programas educativos o de factibilidad por mencionar algunos.


Y por último, los estudios sociales utilizados para el diagnóstico sobre problemas sociales, nivel y calidad de vida de los ciudadanos, algún fenómeno sociocultural, sobre la salud, atlas sociopolíticos, indicadores micro y macroeconómicos. En este sentido, los estudios de opinión tratan de dar respuesta y coadyuvar en la solución de problemas que acontecen en el entorno, por medio de análisis, metodologías y enfoques cuantitativos y cualitativos, criterios de multianálisis e investigaciones aplicadas que garanticen la medición puntual, precisa, clara y pertinente de los datos y así brindar resultados de calidad, para quien requiera de este tipo de estudios.



La calidad de los estudios de opinión, debe de ser un aspecto de interés a los usuarios de la información, así mismo por el encargado de realizar dicho estudio. Sin embargo, un problema al que se enfrenta la institución que busca realizar un estudio de opinión, es el desconocimiento de herramientas o metodologías diversas que pueden ofrecer especialistas en el tema, si bien es cierto, por ejemplificar diversas empresas realizan este tipo de investigaciones bajo estándares de calidad, en la realización de estudios de opinión, pero éstos están focalizados en la realización de estudios de mercado y son elaborados por organismos expertos en el diseño y desarrollo de este tipo de estudios.

En América Latina, los estudios sistemáticos de la opinión son relativamente jóvenes, si se toma en cuenta que su arraigo data de la década de los 90's en México, avanza día a día en la consolidación de una cultura sobre la validez de los estudios de opinión pública, tanto cuantitativos como cualitativos, así como de la construcción de escenarios democráticos, toda vez que es necesario buscar opciones factibles para resolver los problemas de la creciente diferenciación y complejidad que se presentan en las diferentes empresas e instituciones de carácter educativo, económico, político, social y cultural.

En el sector privado fueron surgiendo empresas encuestadoras tales como: Berumen y Asociados; GAUSSC; Ibope (Grupo Delphi); Ipsos, Bimsa; Pearson; Pulso Mercadológico; Merc; Mercai; LEXIA, Investigación Cualitativa; Parametría; Consulta Delta Research; Factum; Willward Brown, BG Ulises Beltrán, Covarrubias, Mitofsky, entre otras, las cuales ofrecen servicios relacionados con los que brindan los estudios de opinión, tales como: el diseño de estrategias de comunicación y persuasión, para la evaluación de productos y servicios, e implementación de políticas públicas. Su servicio ha sido a través de sistemas de análisis perfeccionados con rigor técnico, metodológico y científico con carácter de ser confiables, que han permitido la toma de decisiones a través del análisis de la opinión pública así como implementando estrategias de comunicación efectivas para transformar y generar conocimiento de responsabilidad social.




A nivel nacional, las universidades que se han encargado de crear algunos Centros especializados en estudios de opinión son: la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) que fundó la Unidad de Estudios de Opinión (UDESOS); así como la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH) que creó el Centro de Estudios de Opinión (CEO); la Universidad de Guadalajara (UDG) que cuenta con el Centro de Estudios de Mercadotecnia y Opinión (CEMO); la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP) tiene un Centro que estudia la opinión en el ámbito social, político y universitario; la Universidad de Colima (UCOL) quien ha puesto a disposición de la comunidad el Centro de Investigación Estadística Multivariante Aplicada (CIEMA) y la Universidad Veracruzana que cuenta con el Centro de Estudios de Opinión y Análisis (CEOA)¹, creado en el 2012 como espacio de innovación e investigación en estudios avanzados de opinión, imagen, mercado y tecnologías para la captación y análisis de información, así mismo encargado de realizar análisis cuantitativos y cualitativos de la opinión de colectivos previamente definidos con sus usuarios.

Antecedentes

Surgimiento del Centro de Estudios de Opinión y Análisis (CEOA).

En la Universidad Veracruzana, institución de educación superior, pública y autónoma en el estado de Veracruz, siempre atenta de la problemática y necesidades de tipo social y político del Gobierno del Estado en sus distintos niveles, las de los grupos empresariales, incluyendo las que tienen los pequeños y medianos empresarios, así como grupos, asociaciones y partidos políticos, tanto en el contexto nacional como estatal y regional, se crea en 2006 el proyecto Red Universitaria de Estudios de Opinión de la Universidad Veracruzana, misma que

¹ <http://www.uv.mx/centrodeopinion>



se propuso ofrecer en sus inicios servicios de consultoría estadística a través de un grupo académico formado científica y profesionalmente en la disciplina.

El antecedente de la Red Universitaria de Estudios de Opinión, es el Laboratorio de Investigación y Asesoría Estadística (LINAIE), que inició su labor en 1986 adscrito a la Facultad de Estadística e Informática de nuestra Casa de Estudios. Importante referencia por haber sentado las bases para la adquisición de conocimientos orientados a los estudios de opinión y de mercado.

La Red Universitaria de Estudios de Opinión, surgió ante la necesidad de realizar estudios con visión multidisciplinaria, operatividad regional, y mayores alcances en la calidad del análisis y comunicación de resultados relevantes. Su propósito fue y ha sido ahora con el Centro de estudios, aportar conocimientos a la comunidad universitaria y a la sociedad veracruzana, mediante la generación de información objetiva y confiable para la acertada toma de decisiones.

De igual forma, el proyecto buscaba promover la cultura de la opinión y la formación de investigadores que respondieran a las necesidades sociales y tecnológicas actuales, así como trascender con este tipo de estudios impactando favorablemente la toma de decisiones en ámbitos de la vida universitaria, acción política, gobierno y sociedad.

Ante la necesidad de realizar proyectos con visión multidisciplinaria y con mayores alcances en la calidad del análisis, la Red se consolidó como Centro de Estudios de Opinión y Análisis (CEOA), el cual fue creado por acuerdo rectoral el 5 de septiembre de 2012, mismo que fue ratificado por el Consejo Universitario General (CUG) el 10 de diciembre del mismo año.

Contando con el respaldo de la Universidad Veracruzana, el CEOA ha realizado una serie de estudios de opinión, de carácter institucional, como sociales externos a nuestra universidad. Buscando utilizar tecnología actual y contando con recurso

humano con experiencia y capacitado, esto ha permitido la realización de los mismos.

Hoy en día el CEOA es un centro de investigación y desarrollo de estudios de opinión en el ámbito universitario, el sector público y privado; está conformado por un conjunto multidisciplinario de profesionales que le permite realizar análisis cuantitativos y cualitativos de la opinión de colectivos previamente definidos con sus usuarios. Para llevar a cabo sus procesos de docencia bajo estándares de calidad, asegurando la pertenencia de su programa educativo en el Padrón Nacional de Programas de Calidad

Misión, Visión, Valores y Líneas de Investigación

Misión

El Centro de Estudios de Opinión y Análisis tiene la misión de contribuir al desarrollo científico de los estudios de opinión a través de la investigación básica y aplicada, en concordancia con las funciones sustantivas de nuestra universidad, para generar conocimiento.

Lograr esta misión nos impone el reto actual de hacer nuestro trabajo con innovación, una fuerte presencia en el entorno social en lo general y en el universitario en particular, así como gestionar sus procesos con calidad y transparencia.

Visión

El Centro de Estudios de Opinión y Análisis es un espacio universitario de investigación en el estudio de la opinión, el diseño, la captación, el análisis de información y la obtención de resultados, con impactos en la comunidad universitaria y la sociedad veracruzana y nacional.



Valores

El CEOA y los miembros que lo conforman, tienen como valores primordiales:

- El profesionalismo
- La objetividad
- La confiabilidad
- La calidad
- La creatividad
- La Innovación
- La calidez

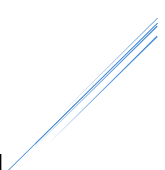
Líneas de Investigación

El CEOA tiene en la actualidad las siguientes líneas de investigación:

- Desarrollo y aplicación de métodos estadísticos.
- Análisis de representaciones sociales en los medios de comunicación y las poblaciones bajo estudio.
- Medición y análisis de las percepciones universitarias y sociales.

CEOA y su modelo de gestión.

El CEOA considera que los fenómenos sociales pueden ser medidos por métodos estadísticos, esmerándose en lograr el complemento entre estudios cuantitativos y cualitativos. El CEOA considera que el recurso humano es su activo más valioso, teniendo como norma el buen trato entre las personas, cuidando celosamente un ambiente de trabajo positivo y agradable. La cohesión de nuestro multidisciplinario equipo de trabajo es su fortaleza. Lo integran profesionales altamente capacitados en diversas disciplinas, como la estadística, la comunicación y análisis político, la educación, la informática, mercadotecnia y sistemas computacionales, entre



otras. Además, cuenta con la colaboración externa de cuerpos académicos que al intercambiar conocimientos, experiencia y opiniones con nuestro equipo de trabajo, se garantiza el desarrollo óptimo de cada proyecto, estandarizando y perfeccionando sus procesos, así como la planeación, ejecución y análisis de cada investigación. El CEOA aspira a consolidar *un espacio de desarrollo* de investigación, estudios institucionales y a sectores externos y consultoría, en un espacio de oportunidad para el desarrollo profesional que se esfuerza y mira hacia el futuro, para lograr una sociedad cada vez mejor informada y responsable.

Por lo anterior, el CEOA tiene un esquema de gestión de los estudios que permite articular investigación, docencia y extensión, es decir, al tener una interacción con problemáticas propias de las IES o del entorno social, se propician líneas de investigación, se generan datos de los estudios empíricos que se realizan, se crean redes de colaboración con cuerpos académicos, se realiza docencia en su especialización con proyectos de intervención relacionados con la actividad del Centro y se tiene vinculación con áreas universitarias y entidades externas. Este modelo de gestión propicia una búsqueda de sustentabilidad en algunas de sus operaciones académicas y administrativas.

Áreas de desarrollo.

Bajo este esquema potencial de espacios de desarrollo de realización de estudios de opinión de carácter universitario o participación con entidades públicas o privadas, el CEOA tiene una propuesta amplia de oferta de servicios vinculados a la participación universitaria en un entorno de impacto social. Por tal motivo aborda estudios cualitativos y cuantitativos dirigidos a las áreas de desarrollo político, social y académico, entre otros, permitiendo a:

- Las **instituciones educativas** conocer las demandas al interior de la institución y la percepción pública de éstas.
- Las **empresas** conocer las demandas y la satisfacción de sus clientes.

- Los **gobernantes** conocer qué piensan los ciudadanos de ellos y del desempeño de su gobierno.
- Las **asociaciones** no lucrativas conocer las necesidades de productos y servicios de sus clientes.

A continuación se describen algunos de los diferentes tipos de estudios de opinión que realiza el Centro en el área de servicios:

Algunos estudios realizados por el Centro de Estudios de Opinión y Análisis.

A partir de su creación, el Centro ha promovido entre sus usuarios la formación de una cultura de la opinión pública en los niveles regional y estatal, aportando información confiable y oportuna a quienes se encargan de tomar decisiones, así como al público en general, combinando la metodología con experiencia y la teoría en muy diversas áreas como la psicología social, mercadotecnia, comunicación, sociología, ciencia política, opinión pública y estadística, realizando estudios de opinión cuantitativos y cualitativos.

Entre algunos de los proyectos destacados podemos mencionar:

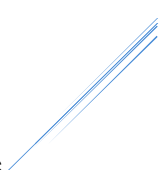
- Estudios pre electorales, de salida y post electorales realizados en varios procesos, con la finalidad de conocer la preferencia electoral de los veracruzanos y desarrollando metodologías de campo de respuesta inmediata. Se destacan las encuestas de salida en periodos electorales a nivel federal y local, a partir de 2006 hasta la fecha, donde los resultados obtenidos han sido de amplia certidumbre.
- Estudios de carácter social que han requerido el desarrollo de metodologías propias, por ejemplo: Para el Instituto Veracruzano de la Mujer “Diagnóstico de todos los tipos y formas de violencia que sufren las mujeres en zonas indígenas del Estado de Veracruz” (desarrollando cuestionario en varias lenguas indígenas), Para CIESAS Golfo, consulta sobre VIH-Sida en zonas fronterizas del país.

- 3 estudios Institucionales de imagen y percepción de la Universidad Veracruzana, hacia la comunidad universitaria, El consumo de drogas legales e ilegales en la comunidad estudiantil, evaluación y conocimiento de tecnologías y servicios institucionales en esta área; con impactos en áreas de certificación de calidad en las Instituciones de Educación Superior. Sondeo de opinión entre usuarios de los trámites ante la Secretaría de Administración y Finanzas. Estudios cuantitativos y cualitativos sobre MEIF.
- Atención a necesidades del sector empresarial, estudio de conocimiento y evaluación de los servicios de salud en TENARIS-TAMSA; estudio de factibilidad para la creación de un restaurante.
- Entre otros.

Con base a nuestra misión, se contribuye al desarrollo científico de los estudios de opinión a través de la investigación básica y aplicada, en concordancia con las funciones sustantivas de nuestra universidad, para generar conocimiento y su distribución social, procuramos el desarrollo de metodologías innovadoras, estadísticamente robustas, confiables, objetivas, acompañadas de una valoración cualitativa.

La diversificación de los estudios realizados, ha permitido que:

- Las empresas puedan conocer las demandas y la satisfacción de sus clientes.
- Los gobernantes estén en posibilidades de conocer qué piensan los ciudadanos de ellos y del desempeño de su gobierno.
- Las instituciones educativas obtengan información para conocer las demandas al interior de la institución y las que requiere la sociedad.
- Las asociaciones no lucrativas conozcan las necesidades sociales para la propuesta de políticas públicas.



Se puede observar que en estos años el Centro ha diversificado las problemáticas de investigación que ha abordado en los estudios realizados. De igual forma, lo anterior habla de la relevancia que hoy día representan los estudios de opinión en el Estado de Veracruz y del potencial de desarrollo que se tiene para realizar investigación desde las áreas cuantitativa y cualitativa.

Descripción de algunos de nuestros estudios destacados:

	Nombre del estudio	Entidad solicitante	Resultados
2007	Primera Encuesta de Prácticas Culturales y Lectoras en la Universidad Veracruzana	Institucional	Reporte en extenso
2008	Estudios para la diversificación y ampliación de la oferta educativa en las 5 regiones de la UV. (Egresados, empleadores, estudiantes y padres de familia)	Institucional	5 reportes regionales, que contienen los resultados de las encuestas y grupos de enfoque (Más de 11,000 encuestas)
2008-2010	3 Estudios de Opinión sobre la Gestión Universitaria.	Institucional	Reportes generales en extenso y reportes regionales (Más de 1200 encuestas)
2009	Colaboración de la Red Universitaria de Estudios de Opinión en trabajo de campo y emisión de reportes en el programa de apoyo a la vulnerabilidad social de las familias deudoras en el Estado de Veracruz.”	INFONAVIT (primera y segunda fase)	Reportes semanales regionales
2009	Encuesta para definir el perfil del lector del periódico Milenio.	Periódico Milenio	1 reporte en extenso de la encuesta
2009	Impacto y evaluación del Sorteo UV 2009	Institucional/ Fundación de la Universidad Veracruzana	Reporte en extenso
2006 - 2013	Encuestas prelectorales y de salida	Institucional/Gobierno del estado	Seguimiento de campaña y resultados
2008 a 2012	Evaluación de los programas, proyectos y acciones derivados de los convenios de colaboración en materia de seguridad pública y dos encuestas dirigidas a instancias de	Consejo Estatal de Seguridad Pública.	Reportes técnicos

	seguridad pública.		
2013	Encuesta ciudadana y Encuesta a comunidad universitaria sobre Halcones UV Xalapa	Institucional	Reportes en extenso de ambas encuestas
2012	Sondeo sobre los servicios tecnológicos proporcionados o administrados por la Dirección General de Tecnologías de la Información (DGTI) de la Universidad Veracruzana	Institucional	Reportes por servicio
2011	Encuesta a la comunidad universitaria sobre la simplificación administrativa en los trámites y servicios. Secretaría de Administración y Finanzas de la UV. SAF-UV.	Institucional	Reportes por servicio
2012 - 2013	Diagnóstico De La Percepción, Riesgo Y Consumo De Drogas Percíbete	Institucional	Reporte y base de datos
2006-2012	Diversos estudios cuantitativos y cualitativos sobre el Modelo Educativo Integral y Flexible; problemática y soluciones	Institucional	Reportes
2011	Encuesta de opinión sobre la percepción del Plan Maestro para la Sustentabilidad	Institucional	Reporte en extenso
2011 y 2012	2 Estudios sobre el impacto de la campaña sobre la No Violencia a las Mujeres y una encuesta sobre todas las formas y modalidades de violencia en las mujeres del estado de Veracruz	Instituto Veracruzano de las Mujeres	Reportes en extenso
2011	Encuesta Origen-Destino realizada en la Ciudad de Xalapa, Veracruz	Gobierno del Municipio de Xalapa	Reporte en extenso


2011 y 2013	5 Estudios de opinión sobre los programas sociales que tiene implementados la empresa Tenaris Tamsa	Tenaris Tamsa	Reportes en extenso
2014	Estudio de percepción social sobre las actividades de exploración para encontrar Gas Shell en el norte de Veracruz..	Instituto Mexicano del Petróleo	Reporte en extenso y ejecutivo
2014	Estudio de priorización ciudadana a la problemática municipal en Xalapa, Veracruz y Campeche, Campeche	Banco Interamericano de Desarrollo (BID)	Reporte en extenso y ejecutivo

Docencia, la Especialización en Estudios de Opinión

Actualmente el CEOA busca la participación activa de los estudiantes mediante la vinculación profesional en proyectos de investigación multidisciplinarios que le proporcionen experiencia y competitividad en el mercado actual con el apoyo y la guía de sus profesores. Así mismo establecer los vínculos necesarios con instancias estatales, de la región sur sureste, nacionales e internacionales para llevar a cabo proyectos específicos que apoyen al liderazgo del Centro.

Sin embargo, el Centro también fortalece la formación de docentes e investigadores en el campo los estudios de opinión, adscrito al Centro de Investigación, así como cursos, seminarios, entre otros eventos académicos, que le permitan continuar su labor en la formación de recursos humanos.

En 2012 el Centro inauguró el programa de posgrado Especialidad en Estudios de Opinión, Imagen y Mercado, mismo que en 2013 se inició con la segunda generación de la especialidad.



Con la experiencia ganada de sus dos primeras generaciones y con la intención de ser evaluada para ser parte del Padrón Nacional de Posgrados de Calidad (PNPC), el programa educativo de especialización realizó adecuaciones en su plan curricular, adaptó contenidos y reforzó su cuerpo docente. Todo esto derivó en lo que hoy se denomina Especialización en Estudios de Opinión, programa que recientemente ha sido aceptado en el PNPC, lo que permitirá realizar una serie de acciones que se presentan en este documento.

Objetivo General


- Formar especialistas en el diseño, análisis y ejecución de estudios de opinión de tipo cuantitativo, cualitativo o mixto, para implementar acciones y toma de decisiones en los entornos socio-político-educativo, comercial, gerencial, científico, comunitario, y ciudadano, con rigor metodológico observando constantemente objetividad en el análisis e interpretación de resultados que favorezcan el desarrollo social y de los sectores público y privado, desde una perspectiva crítica e innovadora, apoyado en las tecnologías de la información y comunicación.

Objetivos particulares

- Desarrollar en el estudiante conocimientos, habilidades y destrezas en los estudios de opinión que le permita diagnosticar situaciones sociales que permita la toma de decisiones fundada en datos confiables.
- Fortalecer en el estudiante la capacidad de ofrecer información confiable y veraz a través de metodologías cuantitativas y cualitativas para los estudios de opinión.

LGAC

- Las Líneas de Generación y Aplicación del Conocimiento (LGAC) que componen el programa:

- 
1. Estudios de opinión.
 2. Estrategias cuantitativas y cualitativas para la medición de la opinión y representaciones sociales.

Recursos humanos del CEOA

Como ya se mencionó anteriormente, el Centro cuenta con un activo invaluable, su equipo de trabajo. La vocación de servicio, empeño y responsabilidad al asumir las diversas tareas en todos y cada uno de los niveles del quehacer que corresponde a cada quién, ha dado por resultado un alto grado de profesionalismo, mismo que se ha reflejado en los reportes de los estudios de opinión realizados.

Los investigadores de campo con los que se opera el levantamiento de información reciben una compensación por proyecto en el que se participa. El número de investigadores de campo (capacitados en cada proyecto) varía de acuerdo al tipo de estudio de opinión a realizar.

UNIVERSIDAD VERACRUZANA
CENTRO DE ESTUDIOS DE OPINION Y ANALISIS
RELACION DE PERSONAL

	NOMBRE	CARGO/ACTIVIDAD	TIPO CONTRATACION	OBSERVACION
1	CLAUDIO RAFAEL CASTRO LOPEZ	COORDINADOR DEL CENTRO DE ESTUDIOS DE OPINION Y ANALISIS	PTC-TITULAR C	ADSCRITO A LA FACULTAD DE EST/INF.
2	CARMEN DOLORES PATRICIA ANDRADE DEL CID	COORDINACION ESTUDIOS CULITATIVOS	PTC-TITULAR C	ADSCRITA AL CEOA. ACTUALMENTE EN AÑO SABÁTICO
3	JEYSIRA JACQUELINE DORANTES CARRION	COORDINACION DE ESPECIALIDAD EN ESTUDIOS DE OPINION	PTC-TITULAR C	ADSCRITA A LA DIRECCION GENERAL DE INVESTIGACIONES
4	ALMA JANETT TENORIO AGUIRE	COORDINACION DE ESTUDIOS CUNTITATIVOS	PLAZA ADMINISTRATIVA OFICIAL "A"	ADSCRITA AL CEOA/ SUELDO CON PRESTACIONES \$7,007.25
5	RUBEN SALAS CASTILLO	ADMINISTRADOR	PLAZA ADMINISTRATIVA OFICIAL "A"	ADSCRITO AL CEOA/ SUELDO CON PRESTACIONES \$7,007.25
6	MARISOL SANCHEZ CANO	APOYO REALIZACION DE ESTUDIOS CUANTITATIVOS Y DOCENCIA	PERSONAL DE APOYO	ADSCRITA AL CEOA./ SUELDO \$7,000.00
7	FLOR DE MARIA MENDOZA MUÑIZ	AUXILIAR DEL COORDINACION DE ANALISIS CUALITATIVO	PERSONAL DE APOYO	ADSCRITA AL CEOA./ SUELDO \$2,000.00
8	CONSUELO AMADOR VALENCIA	AUXILIAR DE LA COORDINACION DE ESTUDIOS CANTITATIVOS	PERSONAL DE APOYO	ADSCRITA AL CEOA./ SUELDO \$7,000.00
9	URBANO FRANCISCO ORTEGA RIVERA	ADMISTRACION DE TECNOLOGIAS DE INFORMACION	PERSONAL DE APOYO	ADSCRITO AL CEOA./ SUELDO \$7,000.00
12	KARLA IVETTE SOSA CEMÉ	APOYO A ESTUDIOS CUANTITATIVOS	PRESTACION DE SERVICIO SOCIAL	ADSCRITA AL CEOA./ SIN PERCEPCIONES

Planta física de operación del CEOA

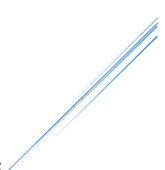
El Centro, de acuerdo con su crecimiento en la realización de estudios, ha venido requiriendo espacios físicos donde realizar las distintas actividades que implica la realización de cada estudio de opinión. Inicialmente el trabajo de recepción de archivos, validación, análisis y emisión del reporte, se realizó en la Facultad de Estadística e Informática en un espacio prestado por la Dirección de la Facultad de 15 m², este espacio hasta la fecha es usado para la coordinación del Centro en Xalapa.

Del mes de febrero de 2008 al mes de agosto de 2009 las oficinas centrales, se ubicaron en lo que hoy es el edificio del Centro Estudiantil Universitario, también conocido como oficinas de INCUBA. Ahí el Centro contaba con un espacio de 22.7 m² a donde laboraban diariamente 9 personas (2.5 m² por persona), provocando esto un gran hacinamiento y estándares mínimos de calidad en infraestructura física tales como iluminación, ventilación y espacio para salvaguardar la información que se maneja en los estudios. De 2010 a la fecha el Centro de encuentra ubicado en el avenida Justino Sarmiento # 111 de la ciudad de Xalapa.

En los campus universitarios, el Centro cuenta con la posibilidad de instrumentar trabajo de campo en base a habilitar una coordinación operativa en cada región.

Recursos materiales y financieros con que se operan los estudios

Está claro que los estudios que realiza el Centro, emanan de una universidad pública y por lo tanto, no se ofrece sus servicios con fines de lucro. Este aspecto propicia que los costos de los estudios que realiza el Centro sean los de operación en cuanto a recursos humanos (encuestadores y apoyo logístico y de análisis), costos muy por debajo de entidades encuestadoras privadas comerciales. Todo esto sin demérito de la calidad en cuanto al contenido y profesionalismo en la



ejecución de los estudios de opinión que se realizan. Los recursos económicos con lo que se opera la realización del trabajo de campo de los estudios son:

a) Viáticos de desplazamiento, materiales propios para la realización de entrevistas gafetes, fotocopias, entre otros.

b) Pago de compensaciones a los investigadores de campo/encuestadores.

c) Pago por la realización de los correspondientes análisis y reportes que incluye la compensación de analistas, materiales de impresión, etc.

Para el manejo financiero, operación y comprobación de los recursos del Centro, se ha circunscrito a la normatividad vigente en el Manual de Procedimientos Administrativos y otros documentos afines, de acuerdo con los lineamientos establecidos por la Secretaría de Administración y Finanzas de la Universidad Veracruzana.

Convenios con instituciones educativas de nivel internacional

Con el propósito de establecer programas de colaboración que permita establecer redes de investigación con académicos de otras universidades que desarrollan líneas de aplicación y/o generación del conocimiento con la finalidad de fortalecer los cuerpos académicos (CA) en temáticas afines, la publicación de artículos, la presentación de ponencias en eventos académicos internacionales, el intercambio de saberes en cuanto al avance y desarrollo de los estudios de opinión como campo de estudio, entre otros, se pretende hermanar al CEOA con Centros afines de otras universidades, por ejemplo el CEOA tiene convenios con el Departamento de Estadística de la Universidad de la Frontera de Temuco, Chile, el Centro de Gestión de la Calidad y del Cambio de la Universidad Politécnica de Valencia, España, el Centro de Estudios Sociales y Opinión Pública (CESOP) de la Legislatura Federal, el Departamento de Estadística de la Universidad de Salamanca, España, entre otros.

Metodología para la elaboración de este PLADEA

Para quienes conformamos el CEOA, visualizamos en la elaboración de este PLADEA la oportunidad de valorar los alcances y retos que aún debemos cumplir, el CEOA es una entidad con recursos humanos experimentados, pero de reciente creación. Sin embargo las instituciones de educación superior más prestigiadas de este país cuenta con una entidad semejante a la nuestra, ya que en un centro de esta naturaleza es posible la vinculación, docencia e investigación en perfecta armonía con las problemáticas universitaria y de nuestro entorno. Por ello, implementamos una metodología de investigación documental para conocer que realizan centros afines al nuestro, talleres de reflexión y análisis que permitieran establecer los logros y las áreas de oportunidad y la elaboración grupal del documento que aquí se presenta. Igualmente para el proceso de autoevaluación llevamos a cabo una serie de reuniones temáticas que permitieron conformar nuestros planes de desarrollo, armonizados con los planes institucionales, las visiones de educación superior en nuestro ámbito y una visión de futuro de mediano plazo como es el desarrollo institucional al 2025.

Este documento es el primer PLADEA de nuestra entidad académica de reciente creación, no dudamos que es un documento mejorable en muchos aspectos, pero consideramos que el CEOA es sí, una fortaleza institucional que con el tiempo consolidará su presencia en ámbitos institucionales y externos a la UV.

AUTOEVALUACIÓN

Si entendemos la autoevaluación *...”como el proceso analítico que se debe presentar como una acción sistemática a través de la cual se identifican los aspectos tanto positivos como negativos”*, en el CEOA hemos realizado este ejercicio entendiendo que nuestra entidad es joven respecto de su creación en 2012, que tiene logros y retos para consolidarse, que se tiene a tres académicos con doctorado, y a 6 personas de apoyo (5 en actividades de análisis y un

administrador todos con nivel licenciatura) con experiencia ganada a lo largo de los años que antecedieron al Centro, en donde se tenía la Red Universitaria de Estudios de Opinión, y que con todo ello se cuenta con un Centro que ha realizado un gran número de estudios de opinión institucionales y a entidades del sector público y privado, que genera productos de investigación, que ha incorporado su programa educativo de Especialización en Estudios de Opinión en el PNPC de CONACYT y que participa divulgando sus productos de investigación.

Las fortalezas y las debilidades vistas como áreas de oportunidad

Producto del trabajo colectivo entre los miembros del CEOA, se presenta la siguiente matriz del análisis de las fortalezas, las áreas de oportunidad, las debilidades y amenazas que se identifican en nuestro Centro:

Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> -Contar con plataforma para realizar estudios en línea. -Ubicación urbana, geográfica estratégica. -Presetación de servicios públicos y privados de Estudios de Opinión. - Presupuesto para cuestiones operativas de investigación en estudios de opinión. -Recursos Humanos con perfil adecuado en áreas cuantitativa y cualitativa. -Análisis de datos innovador con sistemas de operación óptimos, para emprender los estudios de opinión con calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> -Contar con un reconocimiento institucional -Vínculos con el sector público y privado. -Desarrollo de estudios de opinión en temáticas diversas con impacto en la comunidad universitaria y en la sociedad veracruzana, nacional e Internacional. -Entrega de informes y resultados de Estudios de Opinión oportunos y veraces. -Elaboración de estudios de opinión de calidad que permiten el perfeccionamiento y el mejoramiento de los problemas sociales. 	<ul style="list-style-type: none"> -No se cuenta con un sistema de consulta abierto al público de los estudios de opinión. -No se cuenta con una biblioteca. -No se cuenta con un acervo bibliográfico especializado en los estudios de opinión en diferentes idiomas: Inglés, francés, portugués y español. -No se cuenta con una revista que publique los resultados de los diversos estudios de opinión. -Se requiere mobiliario de biblioteca: Anaqueles y libreros. -Se requiere nuevos softwares de vanguardia y sofisticados de análisis 	<ul style="list-style-type: none"> -Ambigüedades políticas. -Problemas de crisis financiera en el estado que impacta a Universidad. -Reducción presupuesatal. -Resistencia al cambio. -Evaluación de CONACYT. - Carencia de biblioteca y acervo bibliográfico, que impacta la calidad en la formación de nuestros estudiantes. -Falta de sistema de consulta de libre acceso para los usuarios. -Falta de plazas de profesores.

<p>-Mobiliario y equipo suficiente en el CEOA.</p> <p>-Buena comunicación entre el personal.</p> <p>-Investigadores de Tiempo Completo.</p> <p>-Buen ambiente laboral.</p> <p>-Página web actualizada.</p> <p>-Cuenta con un NAB formado científica y profesionalmente en el Programa de la EEO Especialización en Estudios de Opinión.</p> <p>-Incorporación del Programa de la EEO Especialización en Estudios de Opinión en el PNPC-CONACYT.</p> <p>-El CEOA, realiza estudios con visión multidisciplinaria.</p> <p>-Los estudios de opinión cuentan con operatividad regional.</p> <p>-Los estudios de Opinión alcanzan altos niveles de calidad del análisis y resultados relevantes.</p> <p>-Ofrece conocimientos a la comunidad universitaria y a la sociedad en forma objetiva, confiable y acertada en la toma de decisiones.</p> <p>-Se apega a</p>	<p>-Ofrece servicios de consultoría estadística a miembros de la comunidad universitaria, principalmente estudiantes.</p> <p>-Apoya la titulación de sus colaboradores en el grado de Maestros.</p> <p>-Incorporación del profesional capacitado del CEOA, a la planta docente de la EEO.</p> <p>-Promover la formación de investigadores que respondan a las necesidades sociales y tecnológicas actuales.</p> <p>-Coadyuvar a mejores acciones en los ámbitos político, educativo, social, ambiental, social, tecnológico, económico, cultural, sustentable e intercultural.</p> <p>-Aplicación de estudios de opinión en los ámbitos: académicos, empresariales políticos, sociales, ambientales y educativos.</p> <p>-Ser un Centro capaz y reconocido en brindar servicio centrados en: Tendencias electorales, procesos de elección interna de los partidos, diseño de estrategias electorales,</p>	<p>de datos para más de 10 usuarios.</p> <p>-El grupo de analistas de apoyo, requiere de la obtención de títulos de Maestría.</p> <p>-Carencia de plazas de docentes/investigadores.</p> <p>-Estrecho Núcleo Académico Básico en el Programa de la Especialización en estudios de opinión en la Universidad e incorporación al Programa de la EEO, ante posgrado.</p> <p>-Carencia de una cultura de la opinión en la sociedad y en los diferentes ámbitos sociales, educativos, empresariales, políticos.</p> <p>-Lentos procesos de gestión en los trámites financieros.</p>	<p>- Estancamiento de investigaciones ante su escasa difusión y divulgación en revistas especializadas e indexadas de carácter nacional e internacional.</p> <p>-Falta de tecnología actualizada.</p> <p>-Carencia de recursos humanos.</p> <p>-Carencia de investigadores en el SIN.</p> <p>-Carencia de proyectos procedentes de fondos CONACYT, Mixtos, y Fondos internacionales.</p> <p>-Limitada participación en el desarrollo científico.</p>
--	---	--	--

<p>procesos transparentes en los estudios de opinión que proveen resultados precisos, confiables sobre temas variados.</p> <p>-Ofrece información acerca de tendencias electorales, procesos de elección interna de los partidos diseños de estrategias electorales, evaluaciones de encuestas de salida y conteo rápido.</p> <p>-Ofrece servicios a partidos políticos, instituciones gubernamentales y a los tres niveles de gobierno.</p> <p>-Ofrece estudios con aplicación de metodologías diversas y enfoques cuantitativos, cualitativos y mixtos en los estudios de opinión.</p> <p>-Desarrollo de investigaciones, bajo los estándares de calidad.</p> <p>-Ofrece estudios avanzados de opinión, imagen, mercado y tecnologías para la captación de información.</p> <p>-Los estudios de opinión permiten la toma de decisiones en la vida universitaria, acción política, gobierno y sociedad.</p>	<p>evaluaciones de encuestas de salida y conteo rápido.</p> <p>-Contar con el reconocimiento de los servicios de calidad del CEOA, entre los partidos políticos, instituciones gubernamentales y en los tres niveles de gobierno.</p> <p>-Los estudios de opinión permiten proyectar una imagen de una determinada marca, producto o servicio, sobre el posicionamiento, mediante el conocimiento de la ubicación frente a la competencia y la identificación de áreas de oportunidad.</p> <p>-Obtención de proyectos con fondos CONACYT, Mixtos, y fondos internacionales.</p>		
--	---	--	--

Los planes de desarrollo del CEOA, armonizados con el Plan de trabajo institucional

Lo anteriormente expuesto ha tenido como propósito fundamental caracterizar el CEOA, lo realizado hasta ahora, describir sus principales áreas de desarrollo actual, mostrar el gran potencial que este Centro tiene y los deseos de quienes conforman el equipo de trabajo de continuar fortaleciendo sus quehaceres con pertinencia, una presencia permanente en el entorno social, realizar sus procesos con innovación académica con calidad, así como llevar a cabo una gestión responsable y con transparencia.

A continuación exponemos nuestros planes de desarrollo con visión al año 2017, que armonizan con los ejes y programas del Plan de Trabajo de la Universidad Veracruzana 2013- 2017, en <http://www.uv.mx>

Para tener precisión en nuestros planes, así como los programas y las acciones que los acompañan, decidimos exponer los alcances en un formato que contiene el eje y programa estratégicos y líneas de acción, que se armoniza con el plan de desarrollo de del CEOA.

EJE ESTRATÉGICO
I Innovación académica con calidad
PROGRAMAS ESTRATÉGICOS
2 Planta académica con calidad
EJES TRANSVERSALES DE IMPACTO
Sustentabilidad
DESCRIPCIÓN
<p>El programa educativo Especialización en Estudios de Opinión aspira a que sus docentes se encuentren en la disposición de seguir “preparándose profesionalmente”, “desarrollar nuevas competencias”, “aprovechar las tecnologías de la información”, mostrando “progreso en las capacidades que le permitan alcanzar los estándares de calidad nacional e internacional” que requiere el esquema de formación, bajo el cual se rige el modelo educativo institucional enfocado en el estudiante.</p> <p>Actualmente, tres docentes de la EEO son miembros del CEOA, dos remunerados como personal de apoyo y uno con plaza administrativa de confianza.</p>
OBJETIVO
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Consolidar el cuerpo docente del CEOA.
METAS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Incorporar al menos 2 docentes del CEOA en Programas de Posgrado, con reconocimiento (Nacional e Internacional o Postdoctorado) en su caso. ✓ Incorporar al menos 2 nuevos profesores al CEOA con parte de sus actividades asignadas al programa educativo EEO a través de procesos de Retención y Repatriación promovidos por CONACYT
ACCIONES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar un plan de mejora académica en el CEOA, que propicie otorgar una beca para los docentes del CEOA, miembros actuales del equipo de trabajo que tiene plaza administrativa o son personal de apoyo. ✓ Participación del CEOA en las convocatorias CONACYT de retención y repatriación de investigadores con perfil adecuado para reforzar el programa educativo EEO, fortalecer sus LGAC's y su NAB.

EJE ESTRATÉGICO
I Innovación académica con calidad
PROGRAMAS ESTRATÉGICOS
I Programas educativos que cumplan con los estándares de calidad nacionales e internacionales
EJES TRANSVERSALES DE IMPACTO
Responsabilidad social, sustentabilidad, internacionalización
DESCRIPCIÓN
El programa educativo Especialización en Estudios de Opinión (EEO) he obtenido su ingreso al PNPC en los días recientes. Esto debe propiciar la realización de un plan de trabajo asociado a mantener los máximos indicadores de calidad académica en cada uno de los rubros prioritarios fijados por CONACYT.
OBJETIVO
✓ Mantener el Programa educativo Especialización en Estudios de Opinión en el PNPC
METAS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Programa educativo EEO en PNPC durante el periodo 2013- 2017. ✓ Contar con un sistema de información académica que proporcione indicadores de gestión de la calidad para la EEO.
ACCIONES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Elaborar el Plan de trabajo de la EEO 2013- 2017. ✓ Organizar un seminario con la temática de indicadores de calidad académica en programas de posgrado que considere eficiencia terminal, seguimiento de egresados, publicaciones conjuntas del NAB, entre otras acciones. ✓ Desarrollar el sistema de información académica del EEO

EJE ESTRATÉGICO
I Innovación académica con calidad
PROGRAMAS ESTRATÉGICOS
I Programas educativos que cumplan con los estándares de calidad nacionales e internacionales
EJES TRANSVERSALES DE IMPACTO
Responsabilidad social, sustentabilidad,
DESCRIPCIÓN
Con el alcance del objetivo que la EEO haya obtenido su ingreso al PNPC en los días recientes, es nuestro deseo llevar a cabo una serie de acciones para proponer un programa educativo de Maestría en Estudios de Opinión. Esto debe derivar de un conjunto de esfuerzos como son: Convenios con Centros e Institutos pares de otras universidades nacionales e internacionales, entidades públicas o privadas, ampliar el catálogo de académicos colaboradores del CEOA y de la EEO, entre otras acciones destacadas.
OBJETIVO
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Proponer un Programa Educativo de Maestría en Estudios de Opinión para que sea evaluado en el PNPC de CONACYT
METAS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Propuesta de un programa educativo de Maestría a la Dirección General de Investigaciones y la Dirección del Área Económico Administrativa. ✓ En el periodo 2013- 2017 contar con al menos 4 convenios con institutos o centros pares del CEOA.
ACCIONES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Plantear convenios a los Directores y coordinadores de pares del CEOA. ✓ Gestión ante Oficina del Abogado General de la UV para lograr los documentos de los convenios. ✓ Conformar un grupo de trabajo académico para integrar la propuesta del Programa Educativo de Maestría en Estudios de Opinión.

EJE ESTRATÉGICO
I Innovación académica con calidad
PROGRAMAS ESTRATÉGICOS
Investigación de calidad socialmente pertinente
EJES TRANSVERSALES DE IMPACTO
Responsabilidad social, sustentabilidad,
DESCRIPCIÓN
Desde hace más de tres años el CEOA implementó el Observatorio Veracruzano de Medios (OBVIO), ello en el contexto de acciones y esfuerzos de otras universidades nacionales e internacionales. OBVIO ha trabajado las áreas electoral y medioambiental, proponiéndose ampliar sus temáticas de estudios y consolidarse como un referente nacional e internacional en cuanto a sus metodologías y sus contenidos.
OBJETIVO
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Consolidar OBVIO durante el periodo 2013- 2017 ✓ Ampliar la base de universidades nacionales e internacionales que están vinculadas a OBVIO.
METAS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Incrementar en un 100% la base de universidades vinculadas a OBVIO. ✓ Ampliar en al menos dos temas de estudio, las áreas de estudio de OBVIO.
ACCIONES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Convocar a Universidades latinoamericanas a participar en la Red de Universidades que ya tienen observatorio de medios. ✓ En acuerdo con la oficina de Comunicación Universitaria, lograr ampliar la base de temas que estudia el OBVIO. ✓ Conformar un grupo de trabajo académico para ampliar las metodologías de análisis del OBVIO

EJE ESTRATÉGICO
I Innovación académica con calidad
PROGRAMAS ESTRATÉGICOS
Investigación de calidad socialmente pertinente
EJES TRANSVERSALES DE IMPACTO
Responsabilidad social, sustentabilidad, internacionalización.
DESCRIPCIÓN
Difundir el trabajo de investigación que se realiza en los temas de opinión universitaria y social, el dar difusión a nuevas metodologías para medir fenómenos sociales y temas de educación superior, constituye un aspecto prioritario que debe ser atendido en el periodo que comprende este Plan de Desarrollo,. En el CEOA nos proponemos la creación de la revista OPINIÓN UNIVERSITARIA, un instrumento de divulgación COORDINADO por el CEOA.
OBJETIVO
✓ Creación de la Revista OPINIÓN UNIVERSITARIA.
METAS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Al menos 3 números de la revista OPINIÓN UNIVERSITARIA editados. ✓ Un Consejo Editorial constituido.
ACCIONES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Convocar a la conformación del Consejo Editorial de la revista OPINIÓN UNIVERSITARIA DEL CEOA de la Universidad Veracruzana. ✓ Realizar las gestiones de los legales de la revista OPINIÓN UNIVERSITARIA DEL CEOA de la Universidad Veracruzana, siguiendo las políticas editoriales de la institución. ✓ Coordinar la edición de al menos tres números de la revista OPINIÓN UNIVERSITARIA DEL CEOA de la Universidad Veracruzana.



EJE ESTRATÉGICO
II Presencia en el entorno con pertinencia e impacto social
PROGRAMAS ESTRATÉGICOS
Reconocimiento e impacto de la UV en la sociedad
EJES TRANSVERSALES DE IMPACTO
Responsabilidad social, sustentabilidad
DESCRIPCIÓN
El CEOA aspira a ser un Centro que se caracterice por generar un modelo de sustentabilidad en su gestión, participar en proyectos que impacten al medio, generando conocimiento para atender y resolver problemáticas sociales locales, estatales, nacionales e internacionales ha sido una constante en el CEOA desde su creación y cuando se operaba como Red Universitaria, existen evidencias del trabajo realizado por el CEOA para entidades gubernamentales y privadas. Una fortaleza del Centro es haber realizado un gran número de estudios de opinión con profesionalismo y apegado a metodologías científicas. Realizar durante el periodo que se plantea este programa, estudios de opinión que impacten favorablemente en la sociedad es un aspecto prioritario en el CEOA, ya que ello fortalece a sus estudiantes, a sus LGAC's, a sus miembros y la calidad de sus productos en servicios e investigación.
OBJETIVO
✓ Realización de estudios de opinión a entidades públicas y privadas.
METAS
✓ Realizar al menos 4 estudios de opinión durante el periodo.
ACCIONES
✓ Propiciar convenios de colaboración. ✓ Seguir los lineamientos de calidad en realización de estudios de opinión según las normatividades internacionales. ✓ Elaborar instrumentos para la gestión de los estudios que propicien estandarizar sus procesos de trabajo. ✓ Capacitar a los miembros del CEOA en el uso de TIC's y mecanismos de comunicación de resultados.

EJE ESTRATÉGICO
II Presencia en el entorno con pertinencia e impacto social
PROGRAMAS ESTRATÉGICOS
Fortalecimiento de la vinculación con el medio
EJES TRANSVERSALES DE IMPACTO
Responsabilidad social, sustentabilidad
DESCRIPCIÓN
El CEOA ha realizado en varias ocasiones estudios institucionales para generar un mayor conocimiento sobre diversas problemáticas del quehacer universitario, estudios sobre ampliación de oferta educativa, sobre su modelo educativo, sobre programación académica, sobre imagen institucional, entre muchos otros. El CEOA se plantea que durante el periodo 2013- 2017, realizar estudios institucionales que contribuyan a la toma de decisiones y un mejor conocimiento de sus problemáticas.
OBJETIVO
✓ Realización de estudios de opinión dirigidos a la comunidad universitaria.
METAS
✓ Al menos 4 estudios de opinión realizados.
ACCIONES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Propiciar acuerdos de colaboración con entidades universitarias. ✓ Seguir los lineamientos de calidad en la realización de estudios de opinión institucionales. ✓ Elaborar instrumentos para la gestión de los estudios que propicien estandarizar sus procesos de trabajo. ✓ Capacitar a los miembros del CEOA en el uso de TIC's y mecanismos de comunicación de resultados.

EJE ESTRATÉGICO
III Gobierno y gestión responsables y con transparencia.
PROGRAMAS ESTRATÉGICOS
10 Sustentabilidad financiera
EJES TRANSVERSALES DE IMPACTO
Sustentabilidad
DESCRIPCIÓN
El CEOA debe generar un modelo de gestión administrativa y financiera que le permita autogenerar su esquema de operación de apoyo a la docencia, la investigación y la extensión de los servicios, Para esto, es necesario propiciar un modelo de administración por resultados, que permita procesos ágiles y dinámicos.
OBJETIVO
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Plantear un modelo de gestión administrativa del CEOA aprobado por la Secretaría de Administración y Finanzas. ✓ Operar un modelo de gestión administrativa de acuerdo a los ámbitos de servicios y desarrollo académico del CEOA.
METAS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Un modelo de gestión administrativa aprobado por la SAF. ✓ Operación del modelo administrativo del CEOA.
ACCIONES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Elaborar un plan de trabajo para plantear un modelo de gestión administrativa.. ✓ Establecer un acuerdo de trabajo con las diversas entidades administrativas de la SAF involucradas en la operación de los estudios que realiza el CEOA. ✓ Elaborar instrumentos para la gestión de los estudios que propicien estandarizar sus procesos de trabajo.

Cronograma de metas

En general los objetivos, metas acciones planteados anteriormente tienen un horizonte de cumplimiento acorde al actual rectorado de nuestra institución, por lo que nuestro cronograma de metas tiene una visión de cumplimiento en paralelo a los logros que el programa de trabajo institucional se ha planteado.

Cronograma de Metas:

Mes/Año	2015	2016	2017
Enero	Contar con tecnología de vanguardia.	Contar con tecnología de vanguardia.	Contar con tecnología de vanguardia.
Febrero	-Ofrecer servicios de Estudios de Opinión a sectores públicos y privados.	Ofrecer servicios de Estudios de Opinión a sectores públicos y privados.	Ofrecer servicios de Estudios de Opinión a sectores públicos y privados.
	- Actualización financiera y incursión a los procesos de transparencia financiera en la UV.	Actualización financiera y incursión a los procesos de transparencia financiera en la UV.	Actualización financiera y incursión a los procesos de transparencia financiera en la UV.
Marzo	-Recursos Humanos Adecuados, con perfil idóneo en cada departamento: Administrativo y Financiero, Tecnológico, Docente, Investigación, Logística.	Análisis de datos innovador con sistemas de operación óptimos, para emprender los Estudios de Opinión con calidad.	Contar con investigadores de Tiempo Completo repatriados y retenidos.
		Contar con investigadores de Tiempo Completo repatriados y retenidos.	-Mantener actualizada la Página web actualizada.
Abril	-Contar con investigadores de Tiempo Completo repatriados y retenidos.	-Mantener actualizada la Página web actualizada.	-Incrementar el Núcleo Académico Básico del Programa de la EEO Especialización en Estudios de Opinión.
		-Incrementar el	

Mayo	<p>-Mantener actualizada la Página web actualizada.</p> <p>-Incrementar el Núcleo Académico Básico del Programa de la EEO Especialización en Estudios de Opinión.</p>	<p>Núcleo Académico Básico del Programa de la EEO Especialización en Estudios de Opinión.</p> <p>-Consolidar el Programa de la EEO Especialización en Estudios de Opinión en el PNPC-CONACYT.</p>	<p>Ofrecer información acerca de tendencias electorales, procesos de elección interna de los partidos diseños de estrategias electorales, evaluaciones de encuestas de salida y conteo rápido.</p>
Junio	<p>-Ofrecer información acerca de tendencias electorales, procesos de elección interna de los partidos diseños de estrategias electorales, evaluaciones de encuestas de salida y conteo rápido.</p>	<p>Ofrecer información acerca de tendencias electorales, procesos de elección interna de los partidos diseños de estrategias electorales, evaluaciones de encuestas de salida y conteo rápido.</p>	<p>-</p> <p>-Ofrece estudios de mercado</p> <p>-Aplicación de metodologías diversas y enfoques cuantitativos, cualitativos y mixtos en los estudios de Opinión.</p>
Julio	<p>-</p> <p>-Ofrece estudios de mercado.</p>	<p>-</p> <p>-Ofrece estudios de mercado</p> <p>-Aplicación de metodologías diversas y enfoques cuantitativos, cualitativos y mixtos en los estudios de Opinión.</p>	<p>-Desarrollar de investigaciones, bajo los estándares de calidad.</p>
Agosto	<p>-Aplicación de metodologías diversas y enfoques cuantitativos, cualitativos y mixtos en los estudios de Opinión.</p>	<p>-Ofrece estudios de mercado</p> <p>-Aplicación de metodologías diversas y enfoques cuantitativos, cualitativos y mixtos en los estudios de Opinión.</p>	<p>-Ofrecer estudios avanzados de opinión, imagen, mercado y tecnologías para la captación de información.</p>
Septiembre	<p>-Desarrollar de investigaciones, bajo los estándares de calidad.</p>	<p>-Desarrollar de investigaciones, bajo los estándares de calidad.</p>	<p>-Tomar de decisiones en la vida universitaria, acción política, gobierno y sociedad a través de los Estudios de Opinión veraces y confiables.</p>
Octubre	<p>-Ofrecer estudios avanzados de opinión, imagen, mercado y</p>	<p>-Ofrecer estudios avanzados de opinión, imagen,</p>	

Noviembre	tecnologías para la captación de información. -Tomar de decisiones en la vida universitaria, acción política, gobierno y sociedad a través de los Estudios de Opinión veraces y confiables.	mercado y tecnologías para la captación de información. -Tomar de decisiones en la vida universitaria, acción política, gobierno y sociedad a través de los Estudios de Opinión veraces y confiables.	
Diciembre			

Criterios de seguimiento y evaluación

Todo plan debe acompañarse de elementos de evaluación que permitan palpar los alcances y reorientar aquello que no se ha logrado, a continuación presentamos los siguientes criterios de evaluación a nivel institucional e interno

Criterios de seguimiento y Evaluación:


Nivel institucional	Nivel Interno
<ul style="list-style-type: none"> -Apoyar a la Universidad Veracruzana en la Formación de Recursos Humanos a través de su Programa de la Especialización en Estudios de Opinión- PNPC-CONACyT. -Cumplir con los estándares de calidad nacional e internacional. -Evaluar de manera permanente los estándares de calidad en los Estudios de Opinión efectuados para el sector social, educativo, empresarial, público y privado así como gubernamental. -Evaluaciones nacionales a través de CONACyT. -Evaluaciones de PIFI a nivel nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> -Fortalecer conocimientos, habilidades y competencias en los estudiantes del Programa de la Especialización en Estudios de Opinión- PNPC-CONACyT. -Apoyar al personal del CEOA, en la obtención de sus grados de Maestro, con el objeto de ser integrados en la planta docente y en su Núcleo Académico Básico NAB. -Profesionalizar, actualizar y capacitar a los recursos humanos que integran al CEOA, para seguir ofreciendo servicios de calidad. -Se evaluará cada año los logros obtenidos a través de indicadores centrados en: el profesionalismo, la objetividad, la confiabilidad, la calidad, la creatividad, la innovación, la calidez. - Contar con un sistema de consulta abierto al público sobre los Estudios de Opinión emprendidos por el CEOA.

	<ul style="list-style-type: none"> -Contar con una biblioteca actualizada en los Estudios de Opinión con volúmenes de diferentes casas editoriales. -Contar con un acervo bibliográfico especializado en los estudios de opinión en los idiomas: Inglés, Frances, Portugués y Español. -Que en un plazo de un año se cuente con una revista en que se publiquen los diversos estudios de opinión emprendidos por el CEOA. -Contar con los mejores softwares de vanguardia y de análisis sofisticados de datos. -Obtención de títulos de Maestría de los diversos colaboradores del CEOA. -Obtención de plazas de docentes. - Participación en convocatorias de repatriación de investigadores para aumentar el Núcleo Académico Básico en el Programa de la Especialización en Estudios de opinión, y ser evaluados exitosamente ante CONACyT, en el 2016. -Asistencia a cursos y talleres: herramientas para el análisis de datos, análisis lexico. -Capacitación a encuestadores. -Asistencia a congresos de carácter nacional e internacional con resultados de los Estudios de Opinión emprendidos por el CEOA.
--	---

Fuentes de información

Para elaborar este pladea se han consultado los siguientes documentos:

- ✓ Gobierno de la República (2013). Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018. [En línea]. Documento recuperado en noviembre de 2013 en <http://pnd.gob.mx/wp-content/uploads/2013/05/PND.pdf>
- ✓ Gobierno del Estado de Veracruz (2011). Plan Veracruzano de Desarrollo 2011-2016. Documento recuperado en octubre de 2013 en http://www.veracruz.gob.mx/turismo/files/2011/10/PLAN_VERACRUZANO-DE-DESARROLLO-2011-2016.pdf
- ✓ Ladrón de Guevara, Sara (2013). Universidad Veracruzana. Programa de Trabajo. Tradición e innovación. Documento electrónico recuperado en agosto de 2013 en <http://www.uv.mx/> portal institucional -2013-2017/
- ✓ Universidad Veracruzana. Estatuto General. [En línea]. Documento electrónico recuperado el 19 de mayo de 2014 en <http://www.uv.mx/legislacion/files/2012/12/Estatuto-General.pdf>
- ✓ Universidad Veracruzana. Ley Orgánica de la Universidad Veracruzana. [En línea]. Documento electrónico recuperado el 19 de mayo de 2014 en <https://www.uv.mx/legislacion/files/2012/12/Ley-Organica.pdf>
- ✓ Universidad Veracruzana (2008). Plan General de Desarrollo 2025. [En línea]. México: Universidad Veracruzana. Documento electrónico recuperado en octubre de 2013 en <http://www.uv.mx/transparencia/files/2012/10/PlanGeneraldeDesarrollo2025.pdf>

- 
- ✓ Universidad Veracruzana. Programa de Trabajo Estratégico 2013-2017. [En línea]. Documento electrónico portal institucional <http://www.uv.mx/programa-trabajo/Programa-de-Trabajo-Estrategico-version-para-pantalla.pdf>