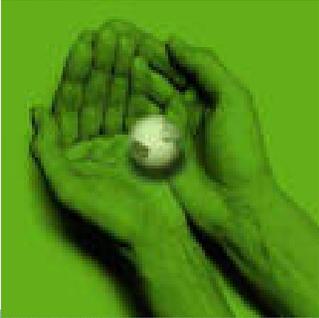


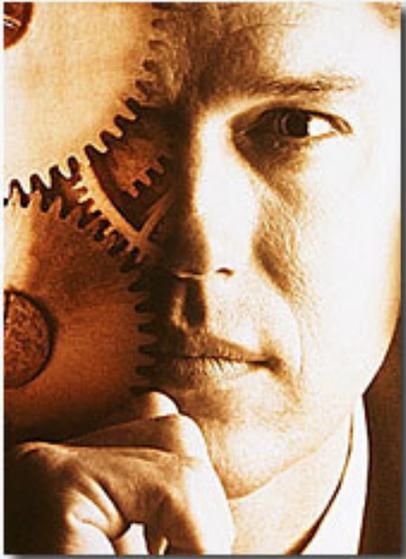
CENTRO DE ESTUDIOS DE OPINION





¿ Qué es CEO ?

- **El Centro de Estudios de Opinión de la Universidad de Antioquia ha sido altamente reconocido en el medio como un centro de investigación que pone a disposición de la comunidad su conocimiento; muestra de su labor son los proyectos encomendados por las distintas administraciones municipales y departamentales y por la empresa privada a partir de su creación en 1989.**



MISIÓN

El Centro de Estudios de Opinión tiene como misión conocer e interpretar motivaciones y prácticas vinculadas a realidades económicas, políticas, sociales, culturales y académicas que hacen parte de la cotidianidad o de situaciones coyunturales del devenir regional o nacional.

SERVICIOS

Diagnósticos Socioeconómicos

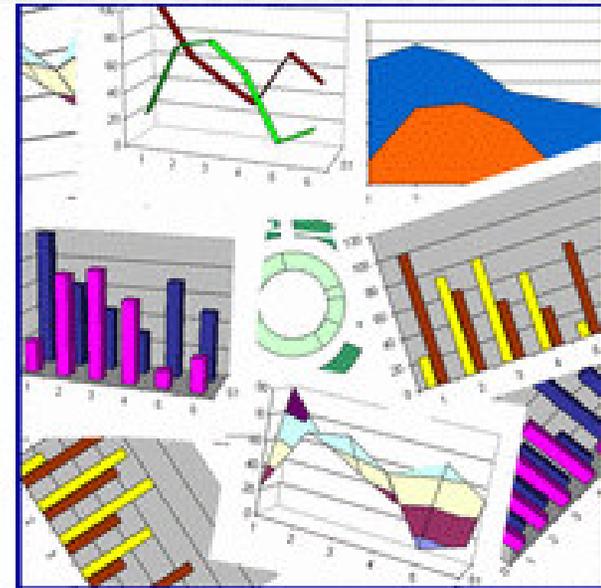
Realización de estudios que conduzcan a determinar aspectos relativos a las características sociodemográficas de la población, sus condiciones de ingresos, de vivienda, de escolaridad, sus comportamientos, etc.



SERVICIOS

Sondeos de opinión

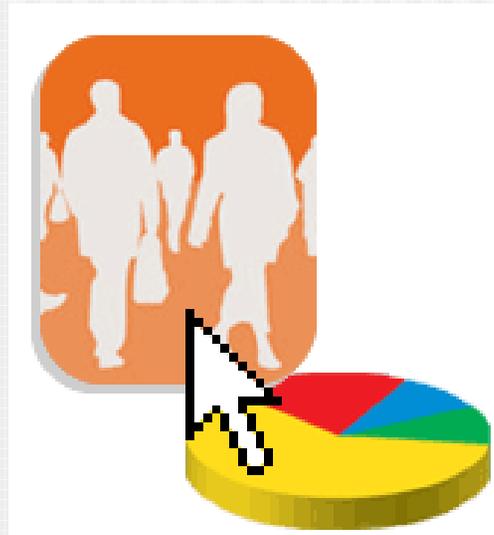
Este tipo de investigaciones pretenden identificar corrientes de opinión, sus consecuencias en la acción colectiva mediante su difusión a través de medios masivos o alternos de comunicación social.



SERVICIOS

Estudios de Imagen

Orientados hacia la identificación del contenido de la imagen que puedan tener diferentes públicos respecto a personajes de la vida local, nacional o internacional, entidades de diferente orden, programas específicos, entre otros.



SERVICIOS

Perfiles y tendencias electorales

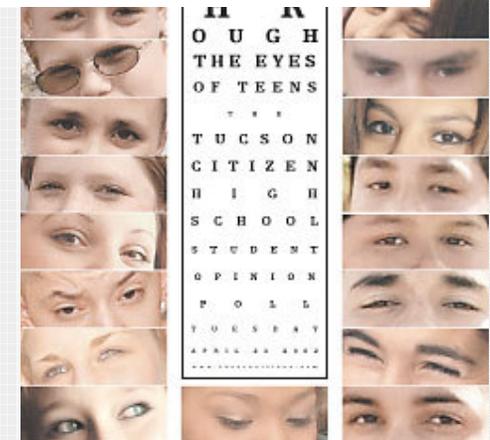
Busca reconocer las preferencias de la población hacia candidatos, grupos políticos y demás aspectos relacionados con la historia y las coyunturas político - electorales a nivel local, regional y nacional.



SERVICIOS

Marketing Social

Se estudia la naturaleza y función de campañas sociales orientadas a modificar las conductas públicas. Se aporta a los agentes del marketing social conocimiento para alcanzar una comprensión cabal del grupo de adoptantes objetivo y de sus necesidades. Igualmente se trabaja en el análisis y manejo de campañas de alto consenso para promover la solidaridad y la participación ciudadana, en campañas políticas, de prevención y manejo sanitario y de salud pública, entre otras.



SERVICIOS

Formación profesional

- **Diseño y ejecución de programas académicos orientados a la formación en investigación social, dirigida a profesionales de diferentes disciplinas, haciendo énfasis en la investigación cuantitativa, el conocimiento y manejo de paquetes estadísticos de apoyo a este tipo de estudios y, en particular, la formación en torno a la realización de sondeos de opinión.**



SERVICIOS

Consultoría y Asesoría

- **La actividad de asesoría y consultoría está dirigida a facilitar un consejo experto en temas de manejo del Centro de Estudios de Opinión.**



SERVICIOS

Estudios Socioculturales

Realización de estudios que conduzcan a determinar aspectos relativos a las características sociales y culturales de la población y sus comportamientos.



APORTES SOCIALES

En 12 años de servicio(1989-2003) ha realizado:

- **Nueve (9) Diagnósticos Socioeconómicos.**
- **Seis (6) Sondeos de Opinión.**
- **Un estudio de Marketing Social.**
- **Ocho (8) servicios de Consultoría y Asesoría.**
- **Cuatro (4) Estudios Socioculturales.**

EN TOTAL HAN SIDO 28 APORTES.

APORTES MÁS SIGNIFICATIVOS

Diagnósticos Socioeconómicos

- Estudio Socioeconómico Proyecto Transversal Intermedia. Instituto Metropolitano de Valorización de Medellín -INVAL- (1996)
- Interventoría a los contratos de suministros de complementación alimentaria, asesoría y evaluación para el Proyecto de Restaurantes Escolares del Municipio de Medellín. (2002-2003)
- Ier Censo de Población y Vivienda del Municipio de Envigado. (2003)

APORTES MÁS SIGNIFICATIVOS

Sondeos de opinión

- El Pulso Social en Medellín: La Institución Policial vista a través de los Pobladores. Instituto de Estudios Políticos de la Universidad de Antioquia y Secretaria de Gobierno Municipal. (1993)
- Investigación sobre niveles de satisfacción de los clientes de la Empresa de Telecomunicaciones de las Empresas Públicas de Medellín- Auditoría de Servicio - EE.PP (1998 – 1999)

APORTES MÁS SIGNIFICATIVOS

Marketing Social

- Perfil de una Programación de Televisión Regional orientada a la Juventud de Medellín. Consejería Presidencial para Medellín y el Área Metropolitana. (1992)

Consultoría y Asesoría

- Estudio económico y operativo del Programa de Restaurantes Escolares Comunitarios Bienestar Social - Convenio Municipio de Medellín - Secretaría de Bienestar Social - CEPAL. (1998 - 1999)
- Programa de asesoría al plan de intervención social y física de la Zona Dos de Armenia. (1999)
- Encuestas para el Municipio de Medellín para determinar su calidad de vida 2001. Convenio Interadministrativo Municipio de Medellín-Centro de Estudios De Opinión. (2001)

APORTES MÁS SIGNIFICATIVOS

Estudios Socioculturales

- El Medellín que yo Quiero. Comisión Asesora de la Cultura. Concejo de Medellín. (1991)
- Imágenes de Identidad, Integración y Conflicto entre la Comunidad Estudiantil de la Universidad de Antioquia. Rectoría de la Universidad de Antioquia. (1992)

¿ Cómo se han vinculado los estudiantes a nuestras investigaciones?

- Encuestadores
- Codificadores
- Críticos
- Coordinadores y supervisores de trabajos de campo.
- Auxiliares de Investigación

Contacto

Centro de Estudios de Opinión

Universidad de Antioquia

Telefax: 510 57 75

Bloque 9 – Oficina 252

E-mail: ceo@carios.udea.edu.co

Revista Electrónica:

<http://ceo.udea.edu.co>