



Lexia

Insights Solutions

Resumen ejecutivo	8521 Resumen ejecutivo EVALUACIÓN DE LÍNEAS Y ESTÍMULOS - ETNO 2.0
	INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL
	28 de abril, 2014

Agenda

VE

- Reto Estratégico

HL

- Herramientas LEXIA: Metodología

DI

- Descubrimos Insights
 - Insights Estratégicos
 - Desarrollo de Hallazgos

SE

- Soluciones Estratégicas y Líneas de Acción

Reto Estratégico

Objetivos de Investigación

VE

- Evaluar las líneas y estrategias de comunicación que el INE implementará rumbo a las elecciones
- Analizar la comprensión del mensaje percibido.
 - Impacto
 - Claridad y comprensión
 - Relevancia
- Determinar los elementos de agrado y desagrado de cada una de las piezas de comunicación.
- Identificar los elementos que permitan optimizar los estímulos y establecer una táctica efectiva al respecto.

Herramientas LEXIA

Metodología y Perfiles

Del 24 de marzo al 06 de abril se realizó la exploración Etno 2.0, los perfiles fueron distribuidos de la siguiente manera:

ETN	Perfil	Características del perfil	Plaza
ETN 1	Mixto > 5 mujeres y 5 hombres, 18 a 25 años, NSE C/C+	<ul style="list-style-type: none"> Estudiantes universitarios Trabajadores formales 	DF y Zona metropolitana
	Mixto > 5 mujeres y 5 hombres, 26 a 35 años, NSE D+	<ul style="list-style-type: none"> Amas de casa Profesionistas independientes Trabajadores informales 	
ETN 2	Mixto > 5 mujeres y 5 hombres, 18 a 25 años, NSE D+.	<ul style="list-style-type: none"> Estudiantes universitarios Trabajadores informales Amas de casa 	Guadalajara
	Mixto > 5 mujeres y 5 hombres, 26 a 35 años, NSE C/C+	<ul style="list-style-type: none"> Profesionistas independientes Trabajadores formales 	
ETN 3	Mixto > 5 mujeres y 5 hombres, 18 a 25 años, NSE C/C+	<ul style="list-style-type: none"> Estudiantes universitarios Trabajadores formales 	Monterrey
	Mixto > 5 mujeres y 5 hombres, 26 a 35 años, NE D+.	<ul style="list-style-type: none"> Profesionistas independientes Trabajadores informales Amas de casa 	

20 participantes por ciudad > 60 en total.

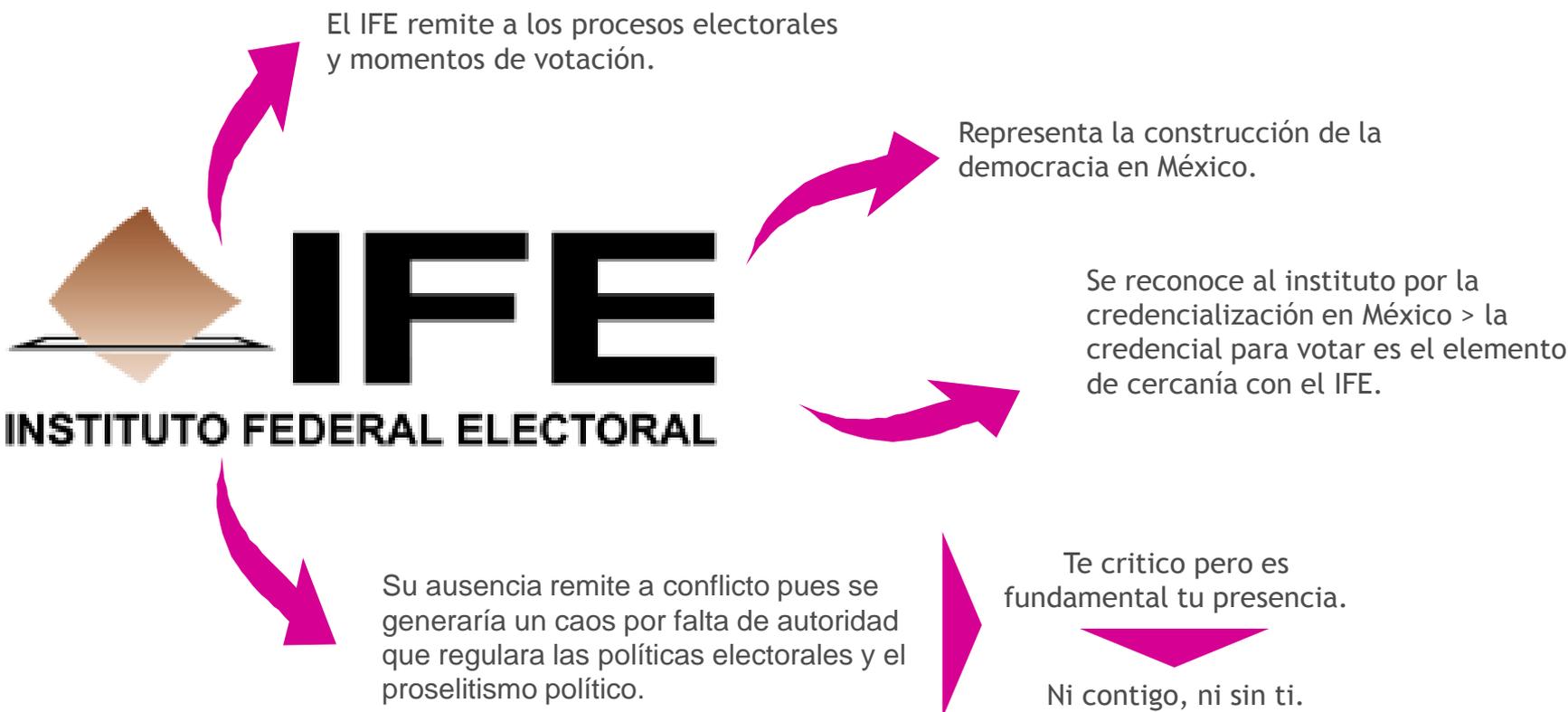
Insights Estratégicos



Percepción general del IFE

Di

El IFE goza de una valoración que apela a su eficacia (buena o mala) para organizar y mantener las elecciones.



Existe una base sobre el IFE que se puede aprovechar y difundir > responder dudas sobre las nuevas funciones del INE

El concepto es evaluado positivamente al conjugar elementos que permiten un desarrollo constante de alternativas de comunicación.

Hace sentido.

Claridad y sencillez.



Denota cercanía > identificación.

Da la pauta para el siguiente paso > información > interacción.

El término EVOLUCIÓN - EVOLUCIONAMOS permite dominar la narrativa al vincularse directamente con aspectos positivos.



Toda la experiencia en orden y procesos del IFE continúan en el INE.

Evolución

Ahora me voy a acercar a ti.

Abrir canales que permitan decir y evidenciar la cercanía ciudadana.

No en términos de estructura organizacional, pero si más cercano en su comunicación e interacción.

Mayor apertura a ideas > espacios.

Lo bueno que tiene el IFE lo seguirá teniendo el INE > lo malo del IFE tratar de restarlo al INE.

Jugada efectiva

Di

La estrategia cuenta con los elementos adecuados para presentar la nueva imagen y competencias del instituto.



Detonante

Necesidad de información

Fortalecimiento

Sumáte

Reason to Believe

Apertura en la comunicación

Cercanía con el ciudadano

Desarrollo conjunto
> vinculación con el instituto.



Transición del IFE al INE



El cambio genera dudas y cuestionamientos acerca de las razones del mismo.

¿A qué suena el INE?

Un centro de estadística o arte.

Organismo público.

INEA, INSEN, INEPTO, INERCIA, INNECESARIO, INÉDITO, INESTABLE, INERTE, INÉS.

Integración y formalidad.

Cambio en la cobertura > nacional > mayor control.

Estrategia gubernamental > seguir con lo mismo.



Se establecen diversas atribuciones y objetivos del instituto.

Percepción del cambio > Federal VS Nacional



Se presenta una notable valoración del cambio de nombre al denotar beneficios tangibles.

Nacional



Población /
ciudadanía /
territorio.



Equidad.



Incluye a todo
México.



Federal



Administración del
gobierno /
estructura /
dependencias.



Aislado / excluyente



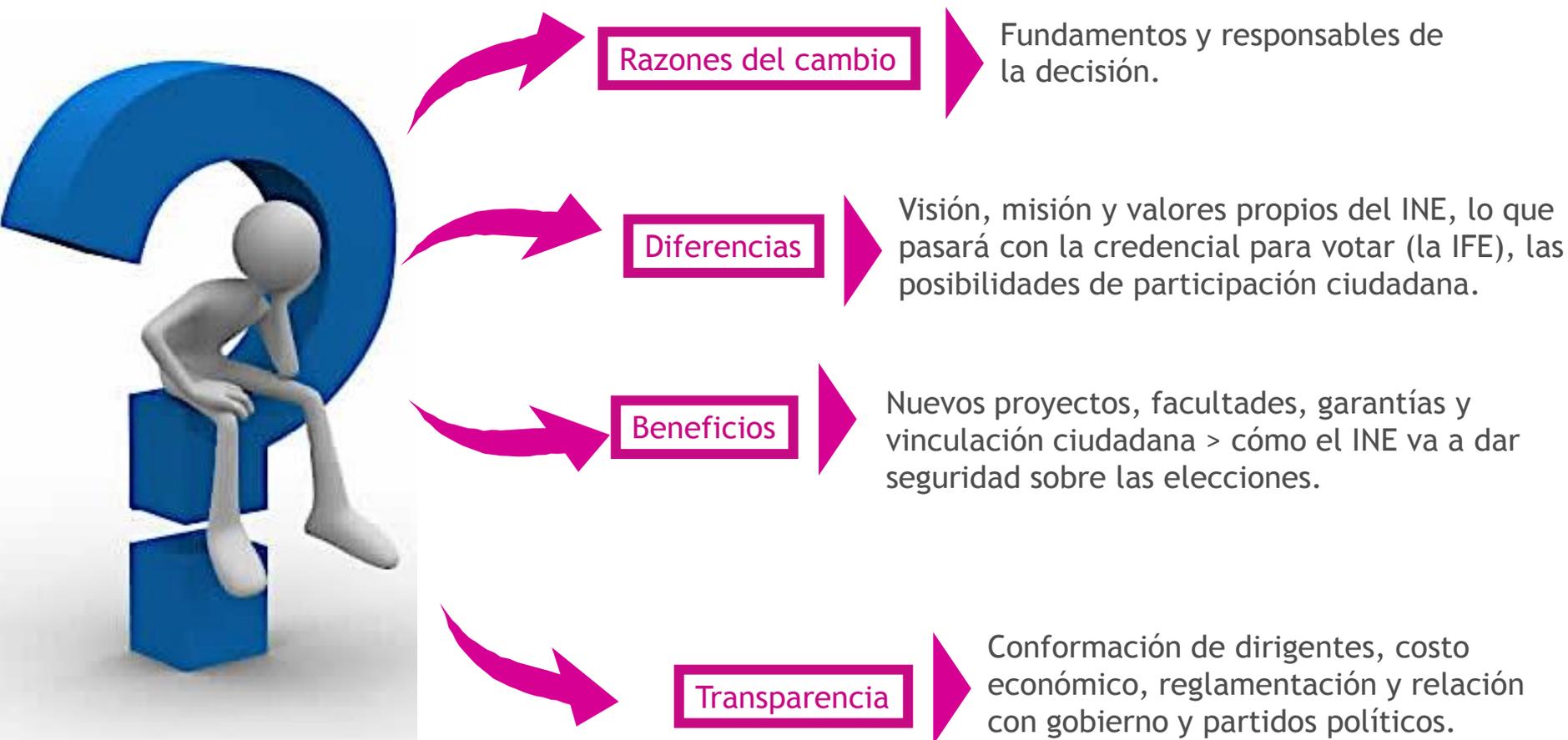
Estado

La palabra “Nacional” se asocia a territorialidad, es decir se tomarán en cuenta a todos los estados, se piensa que habrá una apertura a la participación de la ciudadanía > refiere a un sentido de integración, organización y formalidad.

Con las modificaciones en el instituto, se establecen los aspectos ideales esperados que se vinculan con el orden y control en los procesos, claridad en información (electoral y económica) y la relación del instituto con la esfera política.



Las dudas y cuestionamientos sobre el cambio generan una necesidad de información sobre 4 puntos generales:



Evaluación > Línea CAMBIO



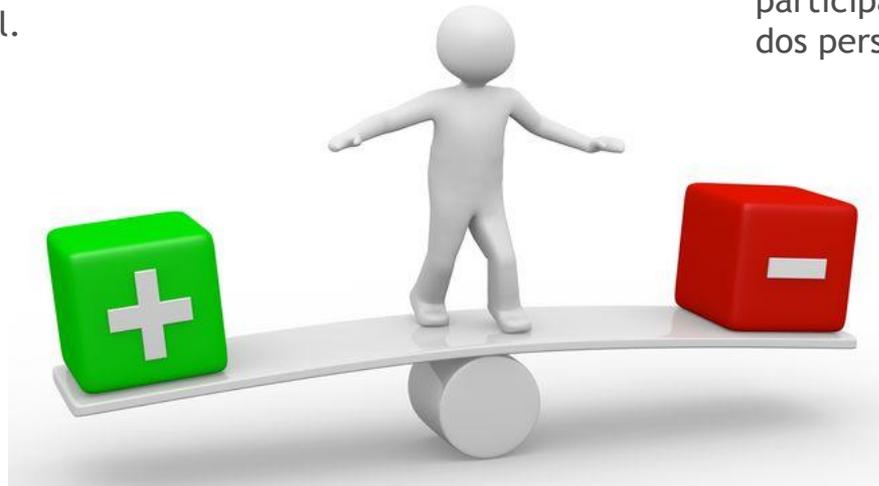
Evaluación general > Spot de TV

Di

El spot se percibe como una alternativa eficaz para transmitir la noticia del cambio.

- ✓ El mensaje es directo y claro > muestra de una forma sencilla el cambio de IFE al INE.
 - ✓ El término “Nacional” es positivo > certeza de mayor cercanía ciudadana y mejora en los procesos electorales que incluye a todo el país.
 - ✓ El tema sorprende y despierta la inquietud de información sobre el tema.
 - ✓ Crea expectativa de progreso y mejora.
 - ✓ Se percibe que es una nueva forma de comunicar > rompe con la monotonía del IFE > presenta un estilo juvenil.
- × Genera dudas al no señalar cuáles son los cambios en la institución y las mejoras al respecto > transmite un cambio sin fundamento.
 - × No explica cuál será la diferencia entre el IFE y el INE > incertidumbre sobre la solidez del instituto.
 - × En la ejecución se percibe una incongruencia con el mensaje de participación, porque sólo presenta a dos personas.

Presenta cercanía afectiva por la relevancia del tema > disposición a compartir contenidos.



La debilidad se basa en la incertidumbre que genera el desconocimiento de detalles.

Es percibido como el complemento ideal del spot de TV para informar del cambio de nombre > tiene sentido.

- ✓ El cartel transmite de manera efectiva el cambio del IFE al INE > muestra que dejará de ser federal y ahora será nacional.
- ✓ Se transmite la participación ciudadana > son ciudadanos comunes los que están haciendo el cambio.
- ✓ Mostrar a un hombre y una mujer lo asocian a diversidad.
- ✓ El término “evolucionamos” es mejor evaluado porque se considera que habrá realmente de un cambio > es un proceso natural y efectivo.
- × No es claro el sentido del cambio y evolución > no proporciona información suficiente.
- × No se entiende a que te debes o puedes Sumar > no explica cómo.
- × Así como el spot de TV el término participación se debilita al presentar a sólo dos personas.



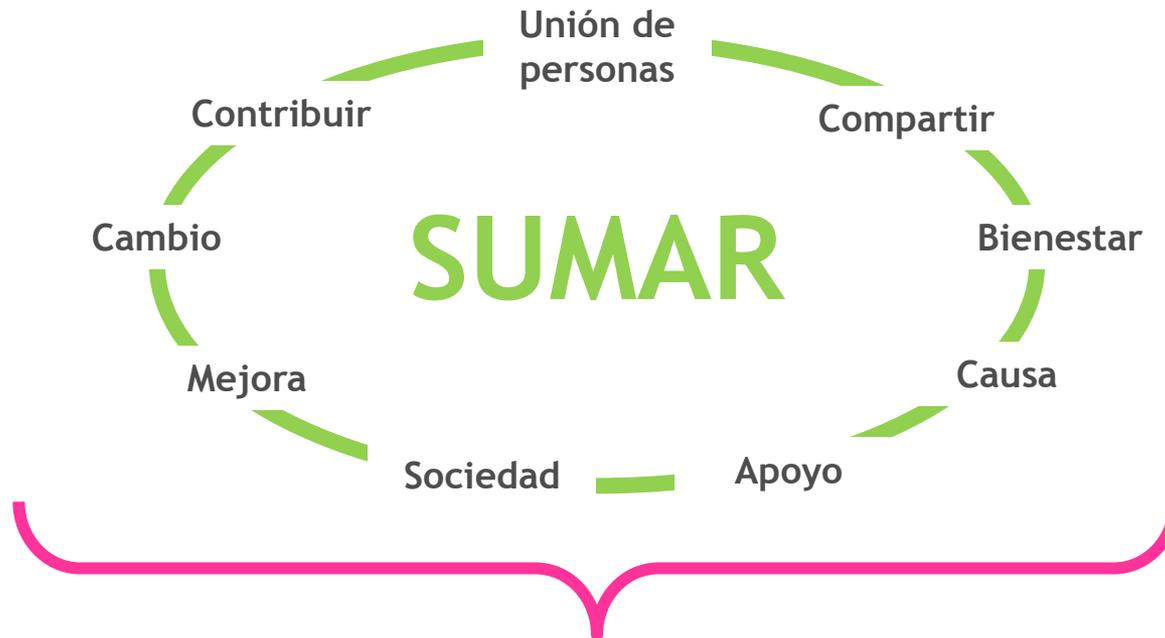
Evaluación > Línea MANIFIESTO



Evaluación de concepto SUMAR

Di

Es un concepto muy valorado para lograr procesos y acciones que tienen que ver también con un gusto y beneficio personal.



Es unirse o estar a favor de algo > movimientos sociales, grupos, carreras, marchas, cuestiones que implican hacer algo por alguien más.



Lleva consigo valores como el respeto, compromiso y ayuda.

Evaluación general > Spot de TV

Di

Es una propuesta congruente entre imágenes y discurso > dinámico y entusiasta.

- ✓ En general la ejecución es evaluada positivamente > agrada el sentido de unión e igualdad.
- ✓ Exalta la acción de sumarse a algo positivo > identificación.
- ✓ Es clara y se sienten involucrados con el mensaje > difunde un sentido positivo “Unidos hacemos más”.
- ✓ Transmite ideas de unión, integración y ayuda > elementos que llevan a un cambio > felicidad y confianza.
- × Consideran dos grandes dudas: ¿Cómo la sociedad está incluida al cambio? Y ¿Cómo la sociedad puede unirse a éste cambio?
- × Sigue ausente la información que fortalezca la certeza de cambio y beneficios.
- × Se percibe como una ejecución poco novedosa > es el típico comercial que habla de los mexicanos y las instituciones.
- × La aparición de las credenciales para votar genera dudas sobre su vigencia y funcionalidad al no vincularse con el INE.



Soluciones Estratégicas





Sistematización de la información

- Generar los vínculos de información > reforzar la perspectiva de evolución.
- Se recomienda, en la medida de lo posible, incluir en las piezas información de los orígenes del cambio y los posibles beneficios para el ciudadano.
- Se recomienda incluir una estrategia DTW (drive to web) en las piezas, para que los ciudadanos interesados en tener más información sobre el cambio de IFE a INE, puedan encontrarla en un micrositio del IFE. Ejemplo: “Si quieres saber más visita www.ife.org/cambioIFEaINE”
- Esta estrategia debe comunicar (en el sitio) los aspectos positivos del cambio desde la perspectiva del ciudadano asentándose en las valoraciones positivas del IFE (experiencia, solidez, vocación democrática, ADN ciudadano, etc.). Ejemplo: “La experiencia, solidez y capacidad del IFE para organizar elecciones federales se pone al servicio de la democracia en México para organizar elecciones estatales y municipales”.

Interacción y cercanía con el ciudadano

- La interacción debe ser abierta, espontánea, dinámica.
- SUMAR como base de comunicación > permite deslindar los aspectos negativos que por naturaleza se le atribuyen al IFE y se trasladan al INE.
- Contenidos alternos que no necesariamente hablen del INE > juegos, historias, videos, etc. de los que implica un México que se SUMA > permite que se genere espontáneamente la interacción > cercanía con el instituto.
- Incentivar la participación por medio de voluntariado > mayor apertura a ideas y posturas > denuncia / ideas / participación / noticias / publicaciones.
- Utilizar plataformas digitales existente y nuevas > que no sea sólo la página oficial del INE.
 - Una APP del INE.
 - Crear el perfil de SUMAR INE > sub aplicación en redes sociales como Facebook, Twitter > interactuar en redes.

Gracias...

Participantes en la Consultoría

Director de Cuenta	Claudio Flores Thomas
Coordinador del Proyecto	Alejandro Avendaño
Moderación	Alejandro Avendaño Yolanda Barrita Edgar Álvarez Juan Hernández Alma Merino
Análisis	Alejandro Avendaño / Juan Hernández / Edgar Álvarez
Operaciones	Michel Peña



Lexia

Insights Solutions

Formamos parte de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados y Opinión Pública (AMAI) y contamos con la certificación ESIMM (Estándar de Servicio para la Investigación de Mercados en México).



 (55) 9150 5400



lexia@lexia.com.mx



www.lexia.com.mx