

Parametría

INVESTIGACIÓN ESTRATÉGICA
ANÁLISIS DE OPINIÓN Y MERCADO

ENCUESTA EN VIVIENDA

EVALUACIÓN DE CAMPAÑA

Tipo de estudio	Encuesta en Vivienda
Objetivo de investigación	Evaluar el impacto, alcance, penetración y efectividad de los spots de radio y televisión, y de los materiales en medios alternativos de la Campaña Institucional del IFE 2011-2012.
Fecha de levantamiento	Del 17 al 22 de diciembre de 2011.
Población objetivo	Hombres y mujeres mayores de 18 años que residan en las 24 ciudades donde el IFE tuvo su campaña en medios alternativos
Marco muestral	Secciones electorales reportadas por el IFE
Método de selección de las secciones electorales	Sistemático aleatorio con probabilidad de selección proporcional a su tamaño
Método de selección de viviendas	Sistemático con arranque aleatorio simple
Método de selección de unidades de observación	Aleatoria simple
Método de recolección de datos	Aplicación de encuesta persona a persona en vivienda

Método de estimación de los resultados	Los resultados presentados no son frecuencias simples, sino estimaciones basadas en la utilización de factores de expansión.
Método de edición	Validación en Excel y clean up en SPSS
Nivel de confianza estadística	95%

Representatividad	Número de casos	Error teórico muestral asociado al 95% de confianza estadística
24 ciudades donde existió actividad en medios alternativos	2,500	(+/-) 2 %

Director de Proyecto	José Alberto Vera
Diseño de cuestionario	José Alberto Vera
Diseño de muestra	Andrea Ramírez
Captura de datos	Yazmín Rodríguez
Gráficas	Alva Santiago

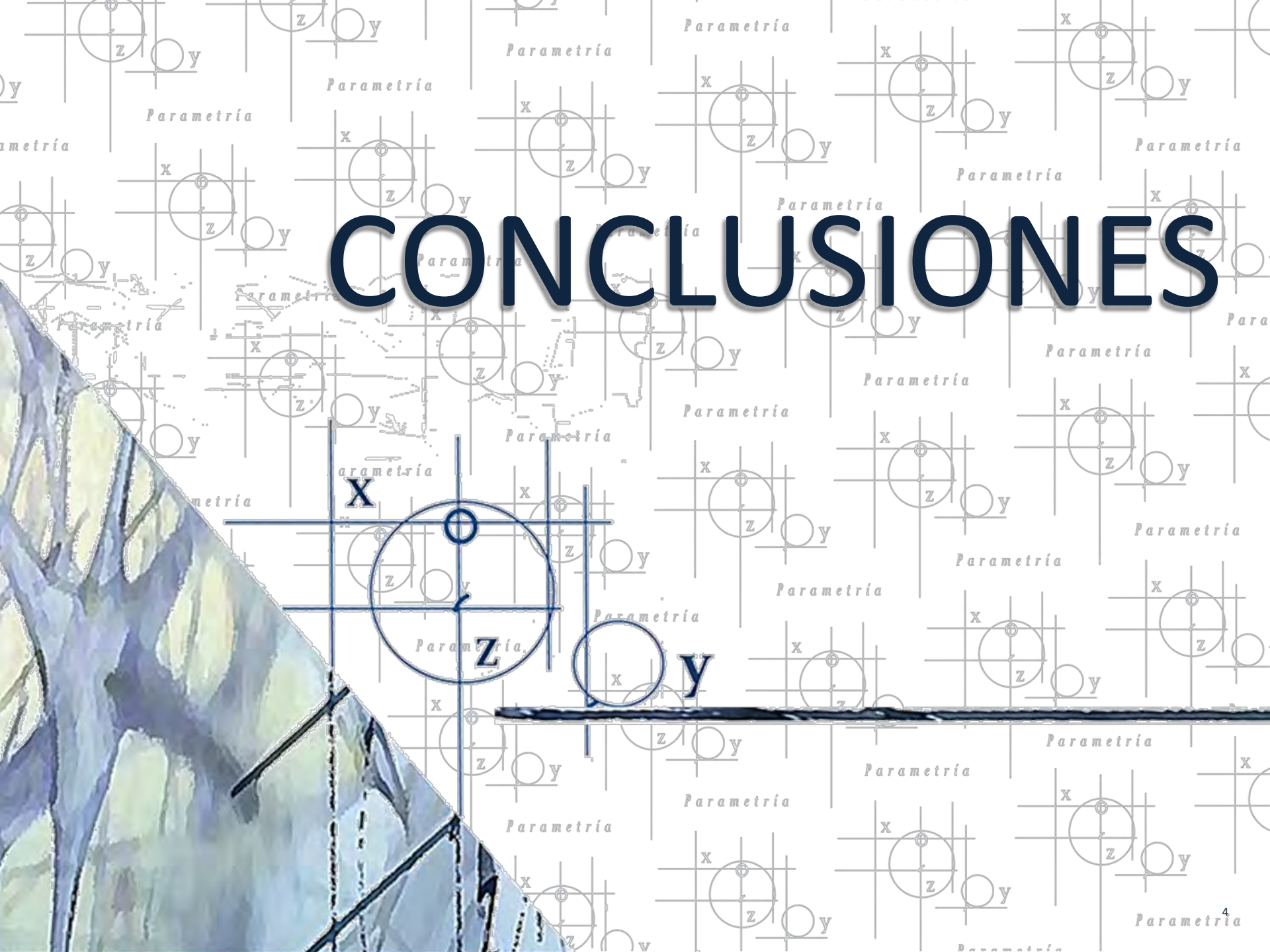
Los resultados presentados solo tienen validez para expresar la opinión de la población estudiada en la fecha específica del levantamiento de datos.

CONCLUSIONES	4
RECORDACIÓN DE CAMPAÑA	20
EVALUACIÓN DE CAMPAÑA GENERAL DEL IFE	23
RECORDACIÓN RADIO	26
RECORDACIÓN TV	36
RECORDACIÓN ANUNCIO AUTOBUSES	43
RECORDACIÓN ANUNCIO CARTELERAS	46
RECORDACIÓN ANUNCIO TORTILLERÍA	51
RECORDACIÓN INTERNET	54
EVALUACIÓN CAMPAÑA GLOBAL	57
VOTO EN EL EXTRANJERO	62
ACTUALIZACIÓN DE DATOS	65
CONFIANZA EN INSTITUCIONES	67
FUNCIONES DEL IFE	69
PARTICIPACIÓN EN EL PROCESO ELECTORAL DEL 1 DE JULIO	71
EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DEL IFE	77
SOCIODEMOGRÁFICOS	79

PÁG.
Parametría

Parametría³

CONCLUSIONES



Conclusiones

Recordación de campaña

- El 75% de los encuestados recuerda haber visto u oído algún mensaje publicitario del Instituto Federal Electoral en los últimos meses, siendo la televisión (97%) y la radio (56%) los medios de comunicación donde la gente vio o escuchó más anuncios de la Institución.
- Al preguntar por los contenidos de los anuncios, “la actualización y renovación de la credencial para votar”, así como “la promoción del voto” fueron los mensajes más recordados por los encuestados.
- El 78% de las personas ha escuchado la frase “Lo que hace grande a un país es la participación de su gente”, de los cuáles, el 53% asocia esta expresión con el IFE.

Conclusiones

Spots en radio

- Se evaluaron tres anuncios de radio que han sido transmitidos a nivel nacional. Los más recordados fueron: "Canto" y "Fanfarrias", ambos con 42% de recordación. El anuncio "Pancracio" fue recordado por el 30% de los encuestados.
- Respecto al mensaje que se intentó transmitir a través de estos anuncios, alrededor del 80% señala que los spots de radio sí motivan a los ciudadanos a realizar lo que en ellos se menciona.

Conclusiones

Spots en radio

- Hubo dos spots de radio evaluados que sólo se transmitieron en las ciudades de la frontera norte de México. El anuncio “Posada” fue recordado por el 33% de las personas que viven en estas localidades, mientras que el spot “LNERE” tuvo 29% de recordación. En ambos spots, nueve de cada diez dice que estos anuncios motivan a los mexicanos radicados en estos lugares a comentarle a sus familiares y amigos que viven en el extranjero, que se inscriban en la lista nominal para que puedan votar en la próxima elección de Presidente.

Conclusiones

Spots en televisión

- En el caso de los spots transmitidos por televisión a nivel nacional, se evaluaron cuatro anuncios, siendo el de “Excusas: retrato” y “Excusas: visita” los más recordados (59%). Después se encuentran los spots “Sorpresa” y “Lapsus”, ambos con 52% de recordación.
- Los cuatro spots cumplieron con el propósito que el IFE pretendió comunicar, ya que cerca del 90% dijo que estos anuncios hacen reflexionar a la gente sobre la importancia de la participación, motivan a los jóvenes a tramitar su credencial para votar y anima a las personas a renovar su credencial o actualizar el domicilio.

Conclusiones

Anuncios en autobuses

- En las ciudades donde el IFE difundió sus anuncios a través de autobuses, el 29% menciona haber visto el anuncio, de los cuáles el 89% señala que las personas que viven en el extranjero y que vean este anuncio, se interesarán en inscribirse para que puedan votar en la elección de Presidente de la República en el 2012.

Anuncios en carteleras

- En las localidades donde el IFE utilizó carteleras para su campaña, el anuncio “Participación ciudadana” fue visto por el 27% de la gente que vive en estos lugares, y el anuncio “LNERE” alcanzó el 24% de visibilidad.

Conclusiones

Anuncios en carteleras

- Para ambos anuncios, el 89% de los encuestados comenta que hacen reflexionar a la gente sobre la importancia de la participación, y motiva a las personas que viven en el extranjero a inscribirse para que puedan votar en la elección de Presidente.

Anuncios en tortillerías

- En el caso de las ciudades donde el IFE colocó publicidad en tortillerías, el 46% de los encuestados dijo haber visto estos anuncios, siendo el tortipanel el más notado (75%), seguido de la marquesina (46%). En ambos casos, el 87% de las personas dijo que estos anuncios motivan a las personas a actualizar el domicilio y a renovar o tramitar su credencial para votar.

Conclusiones

Anuncios en internet

- De los usuarios de internet que viven en alguna de las 24 ciudades donde el IFE tuvo su campaña en medios alternativos, el 24% recuerda haber visto la publicidad del Instituto, siendo la página de google la que obtuvo mayores menciones (13%).

Evaluación global de la campaña

- En términos generales, todos los anuncios en los distintos medios fueron calificados de una forma positiva en cuanto a entendimiento, información suministrada, innovación, credibilidad y motivación. En todos los casos la calificación fue cercana a 5.6 en una escala del 1 al 7.

Conclusiones

Evaluación de anuncios según el medio utilizado

- Al analizar los anuncios por medio de comunicación empleado en cuanto a entendimiento, información suministrada, innovación, credibilidad y motivación de las campañas, se registraron los siguientes resultados*:

	Claro de entender	Muy informativo	Innovador	Muy creíble	Motiva mucho a los ciudadanos
Carteleras (voto extranjero)	72%	67%	67%	65%	70%
Carteleras (participación)	71%	66%	60%	61%	65%
Autobuses	68%	64%	56%	61%	64%
Internet	66%	68%	58%	58%	59%
Tortillerías	65%	62%	58%	59%	61%
Televisión	58%	56%	51%	53%	53%
Radio (actualización)	43%	41%	35%	36%	39%
Radio (voto extranjero)	30%	28%	26%	28%	30%

- La campañas mejor evaluadas según los criterios anteriores son las que se mostraron en carteleras. Por el contrario, las de menor calificación fueron las que se difundieron en radio.

* En una escala de 1 a 7 aquí se muestran los porcentajes de las personas que calificaron con 6 o 7 cada uno de los atributos

Conclusiones

Evaluación global de la campaña

- En general todas las campañas del IFE evaluadas fueron calificadas por un 59% de las personas como claras de entender, por 56% como muy informativas, 55% como muy motivadoras para los ciudadanos, 52% como muy creíbles y 51% como innovadoras**.

Medios alternativos adicionales

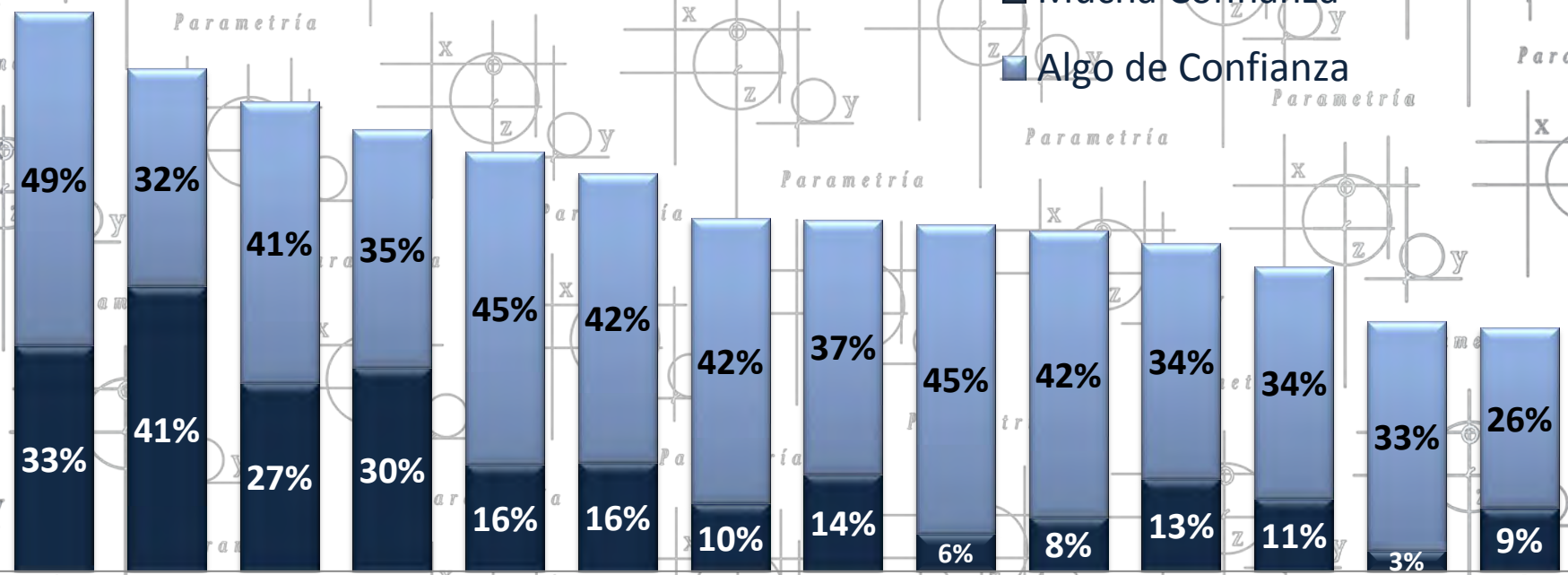
- Algunos de los medios alternativos que la gente sugiere que utilice el IFE en sus campañas son: publicidad en tiendas o centros comerciales y el envío de mensajes de texto al celular.

** Promedio de personas que calificaron con 6 o 7 los atributos mencionados en todas las campañas evaluadas.

Indicadores de Calidad IFE

Confianza en el IFE

■ Mucha Confianza
■ Algo de Confianza



Guanajuato

Aguascalientes

Nuevo León

Baja California

Jalisco

Durango

Chihuahua

Puebla

Veracruz

Estado de México

Distrito Federal

Michoacán

Oaxaca

Tabasco

Indicadores de Calidad IFE

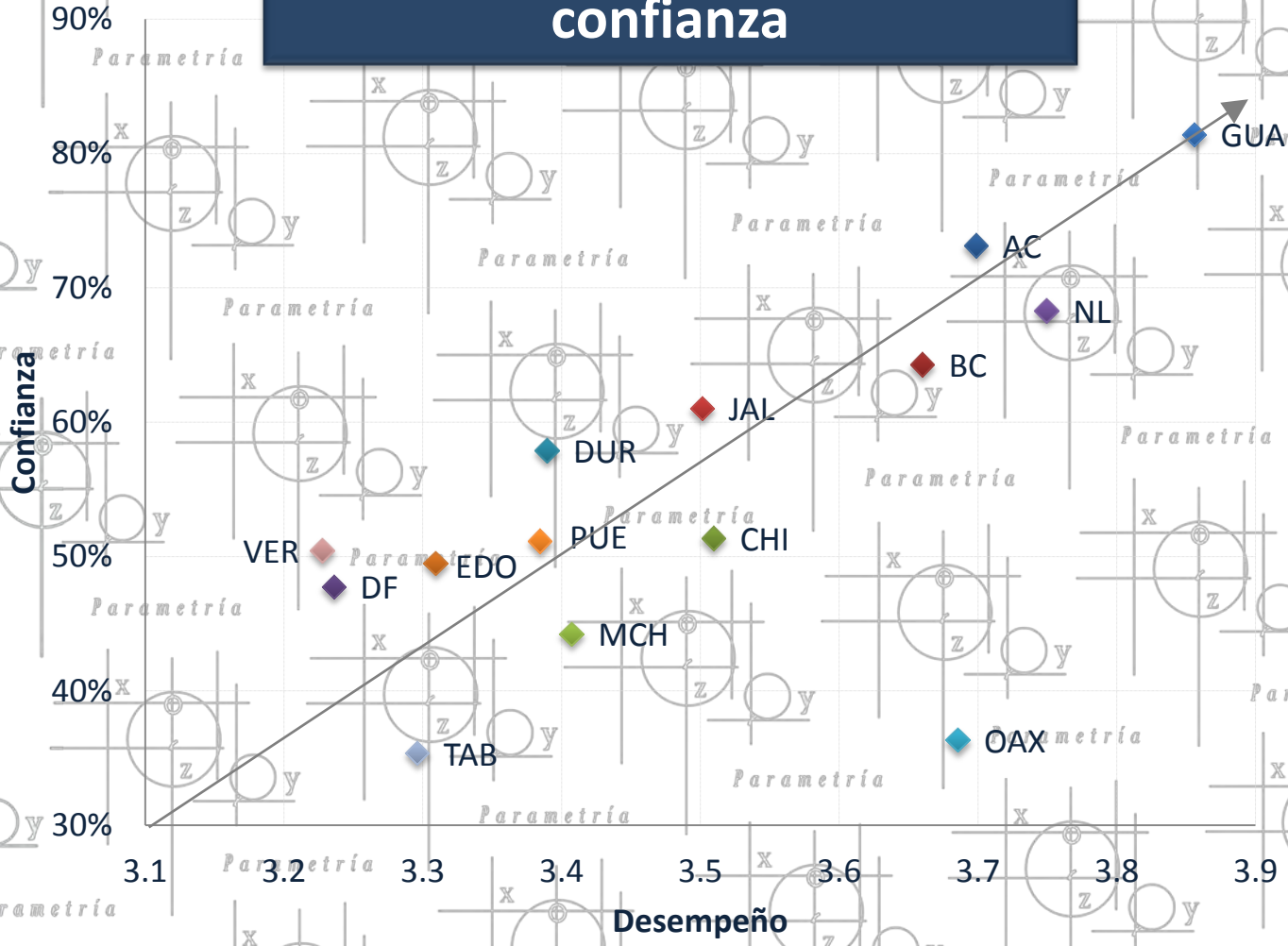
Calificación de desempeño (1 a 5)

	Aguascalientes	Baja California	Chihuahua	Distrito Federal	Durango	Estado de México	Guanajuato	Jalisco	Michoacán	Nuevo León	Oaxaca	Puebla	Tabasco	Veracruz
Educación cívica	3,8	3,8	3,7	3,6	3,8	3,4	4,0	3,6	3,6	3,9	3,7	3,5	3,5	3,4
Pedir cuentas a los partidos políticos	3,8	3,7	3,4	2,9	3,3	3,2	3,7	3,4	3,3	3,7	4,1	3,3	3,6	3,2
Promoción de la participación ciudadana	3,8	3,8	3,6	3,6	3,5	3,4	3,9	3,6	3,8	3,8	4,2	3,8	3,3	3,2
Organización de las elecciones	3,6	3,6	3,5	3,3	3,5	3,3	3,9	3,7	3,6	3,8	3,5	3,3	3,1	3,1
Imparcialidad en las elecciones	3,6	3,5	3,3	2,9	3,1	3,2	3,7	3,3	3,2	3,7	3,3	3,0	3,1	3,1
Confiabilidad de los resultados de las elecciones	3,4	3,5	3,3	2,7	2,9	3,1	3,8	3,3	3,0	3,6	3,5	2,9	3,0	3,2
Credencialización de los ciudadanos	3,9	3,7	3,8	3,7	3,7	3,5	4,0	3,7	3,7	3,8	3,8	3,8	3,4	3,4
Monitoreo de spots de autoridad electoral y partidos políticos	3,7	3,6	3,4	3,2	3,4	3,3	3,8	3,4	3,2	3,7	3,4	3,5	3,3	3,2
Promedio	3,7	3,7	3,5	3,2	3,4	3,3	3,9	3,5	3,4	3,7	3,7	3,4	3,3	3,2

Indicadores de Calidad IFE

Confianza vs. Desempeño.

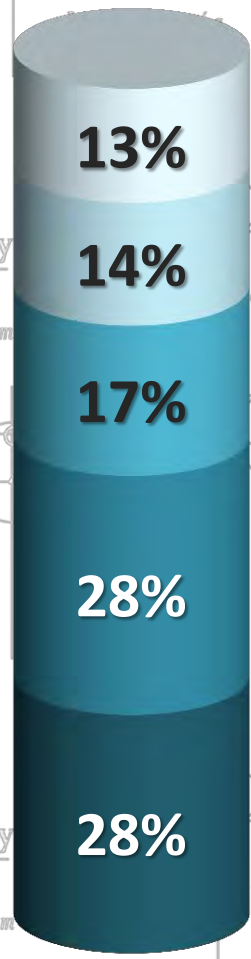
A mejor desempeño mayor confianza



Indicadores de Calidad IFE

Confianza vs. Desempeño.

Se encontró que son 5 de los factores de desempeño evaluados del IFE los que tienen una incidencia directa sobre la confianza de las personas hacia esta institución, cada uno de estos factores tiene un porcentaje de incidencia sobre la confianza:



- Pedir cuentas a los partidos políticos
- Monitoreo de spots de autoridades electorales y partidos políticos
- Organización de las elecciones
- Educación cívica
- Confiabledad de los resultados de las elecciones

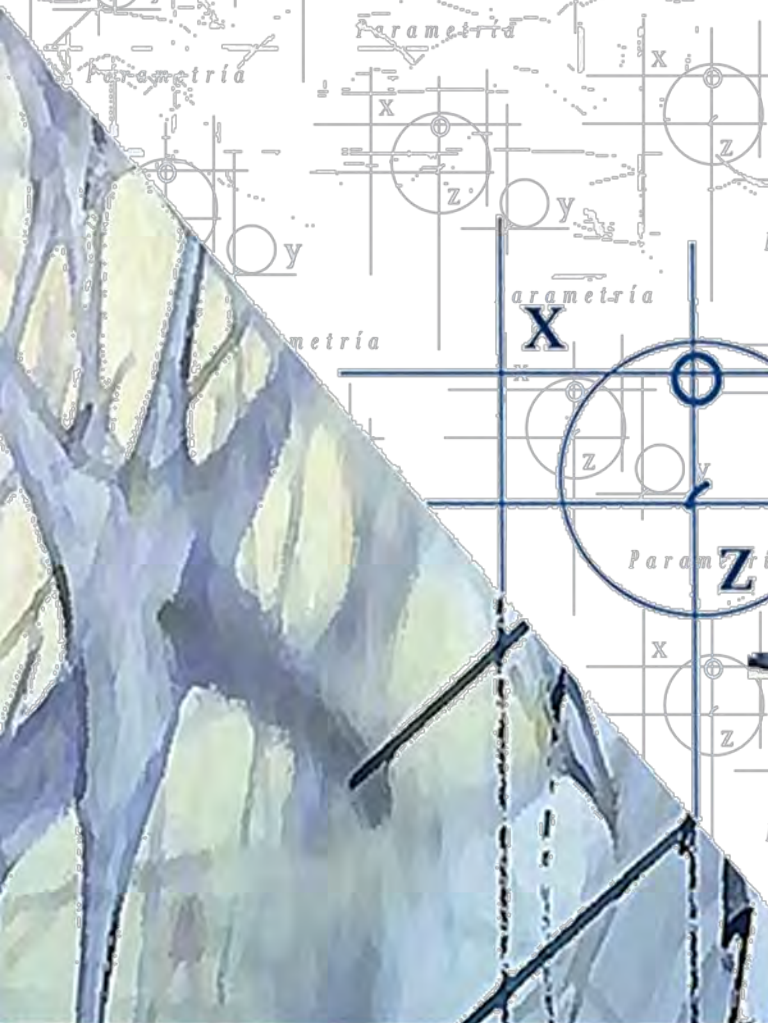
Conclusiones

- De acuerdo con las demás instituciones evaluadas, el IFE con un **55%** ocupa el cuarto lugar en confianza por parte de los ciudadanos, siendo precedido por la Iglesia, el Ejército y la Comisión Nacional de Derechos Humanos.
- En cuanto al desempeño del IFE en diversos aspectos, el instituto fue calificado de una forma positiva. En una escala de 1 a 5 donde 1 es muy mal y 5 es muy bien, el promedio de calificación del IFE fue de **3.45**, siendo el aspecto mejor evaluado la credencialización de los ciudadanos (3.7) y el de menor calificación fue la confiabilidad de los resultados de las elecciones (3.2).

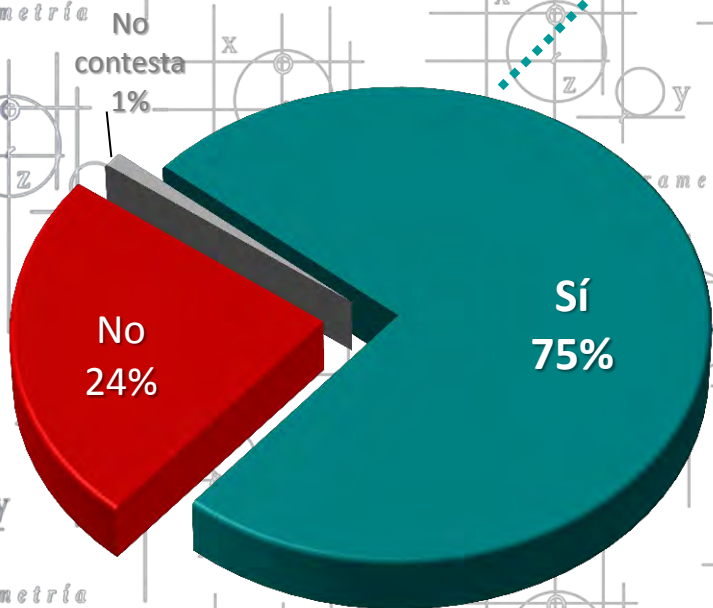
Conclusiones

- Al evaluar la confianza en el IFE frente al desempeño de la institución en diversos aspectos, se encontró que estas dos variables estaban relacionadas positivamente, es decir el desempeño influye en la confianza y viceversa. Por medio de un análisis de regresión se encontró además que 5 de los aspectos evaluados son los que realmente influyen en la confianza, estos son:
confiabilidad de los resultados de las elecciones, educación cívica, organización de las elecciones, monitoreo de spots de autoridades electorales y partidos políticos y pedir cuentas a los partidos políticos. Los dos primeros son los que más influyen en la confianza de las personas.

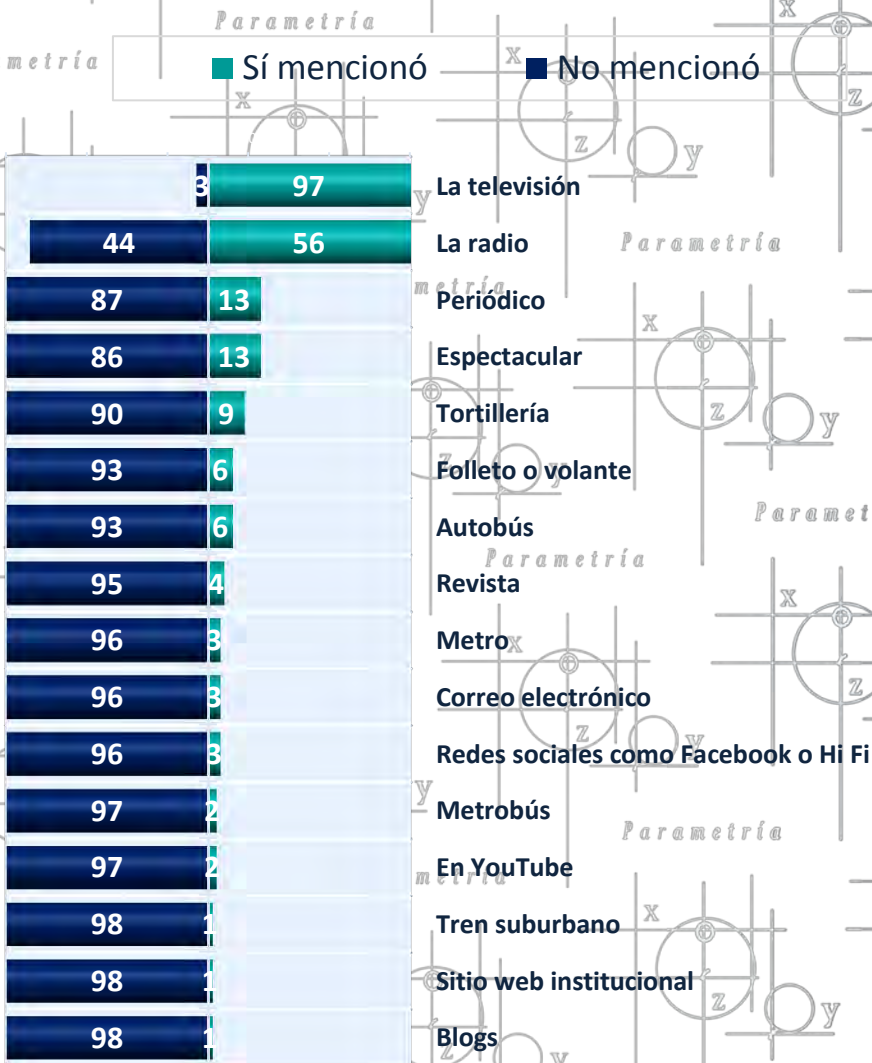
RECORDACIÓN DE CAMPAÑA



¿Recuerda haber visto u oído algún mensaje publicitario del IFE en los últimos meses?

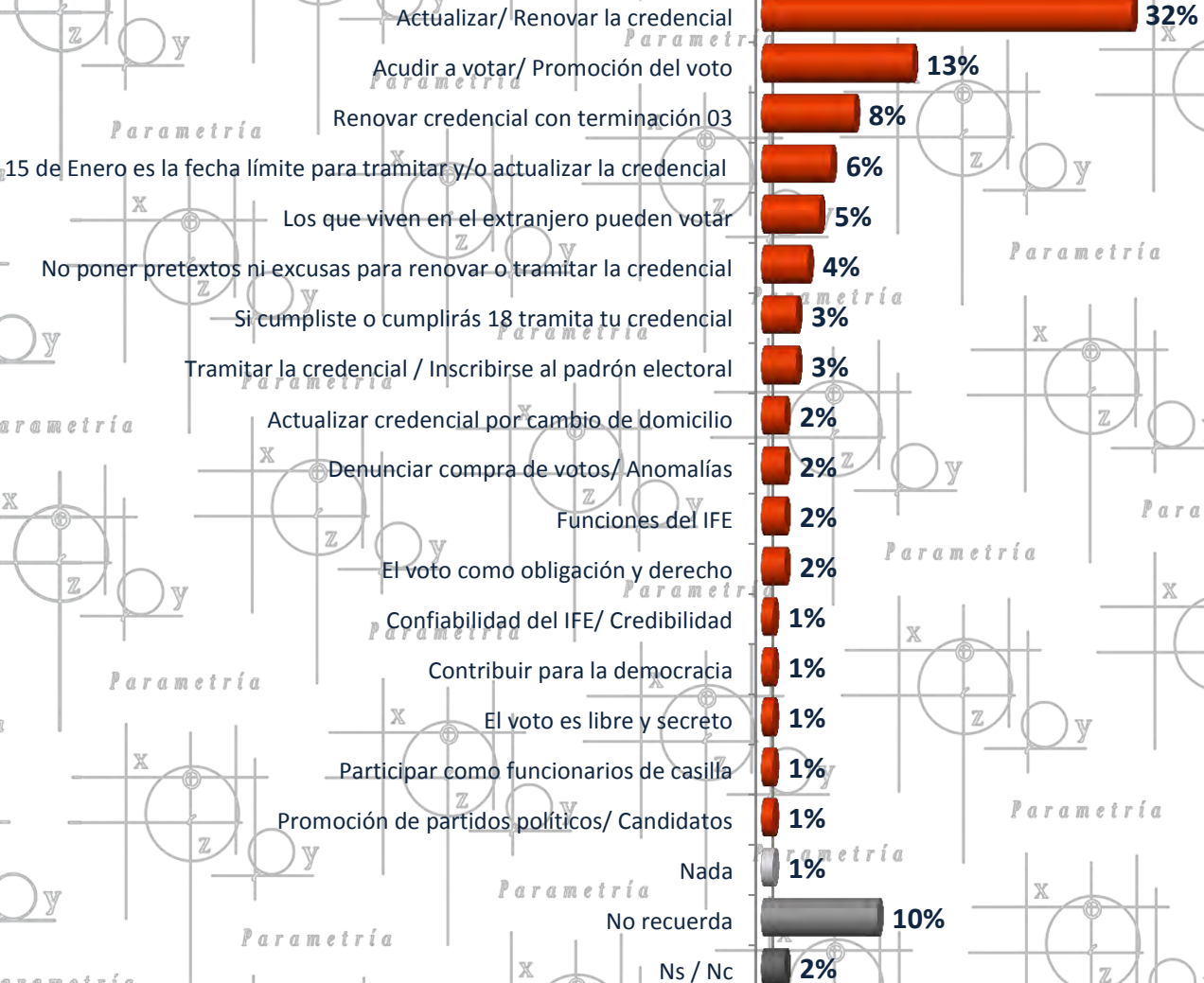


¿Me podría decir todos los medios de comunicación o lugares en los que los vio o escuchó algún mensaje del IFE?

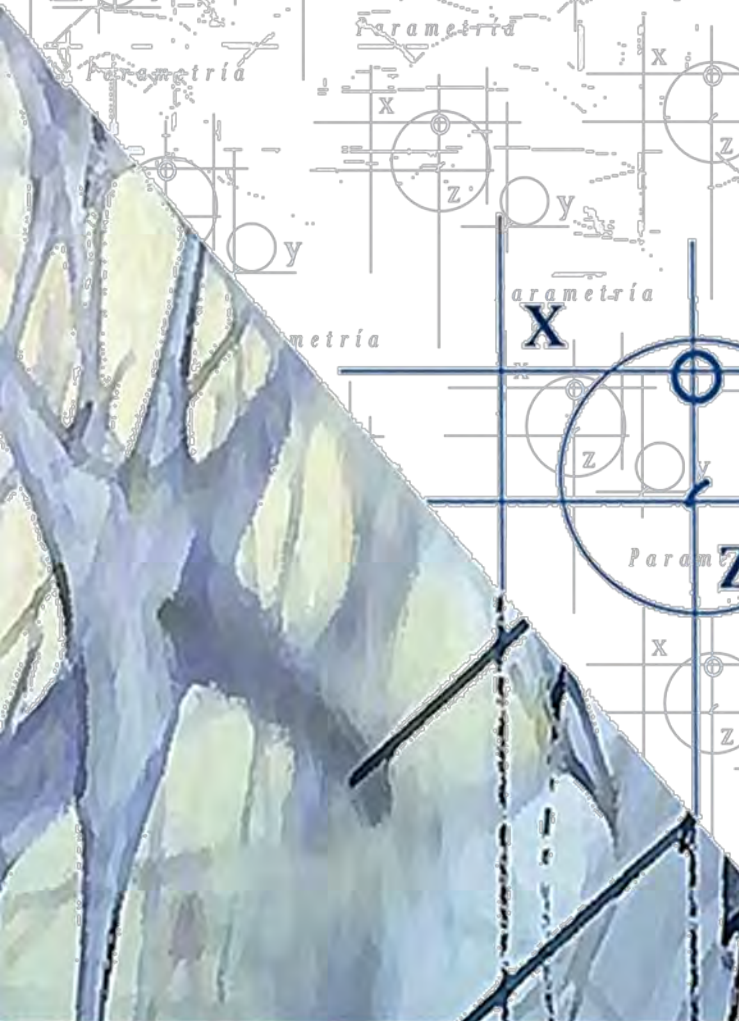


¿Qué recuerda haber visto u oído en los mensajes del IFE? ¿Algo más?

Pregunta abierta



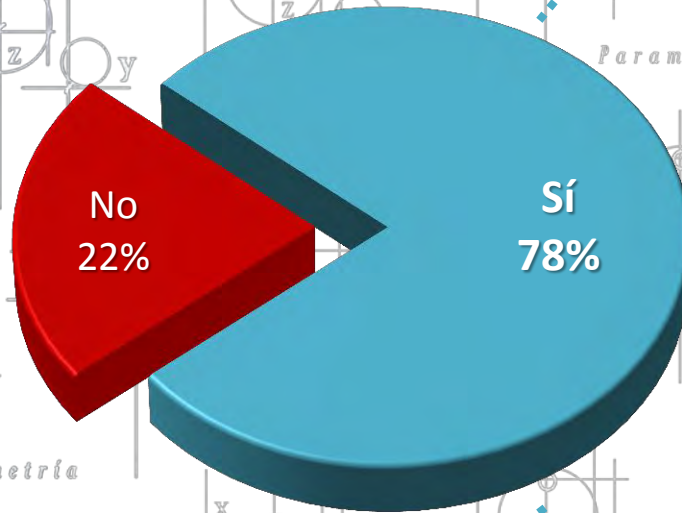
EVALUACIÓN DE CAMPAÑA GENERAL DEL IFE



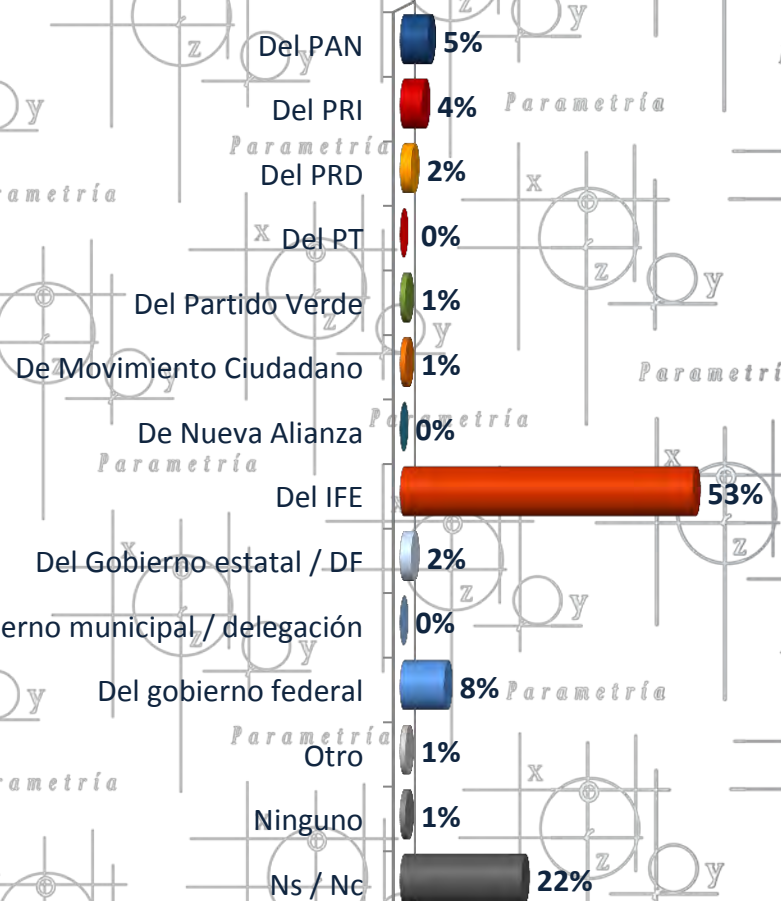
¿Usted ha escuchado la frase

“Lo que hace grande a un país es la participación de su gente”?

¿La ha escuchado?



¿De quién cree que es esta frase?



¿Qué cree que le quieren decir con la frase
“Lo que hace grande a un país es la participación de su gente”?

Que es importante participar.

40%

Que las decisiones las tomamos los ciudadanos

29%

Que hay que ir a votar

17%

Otro

5%

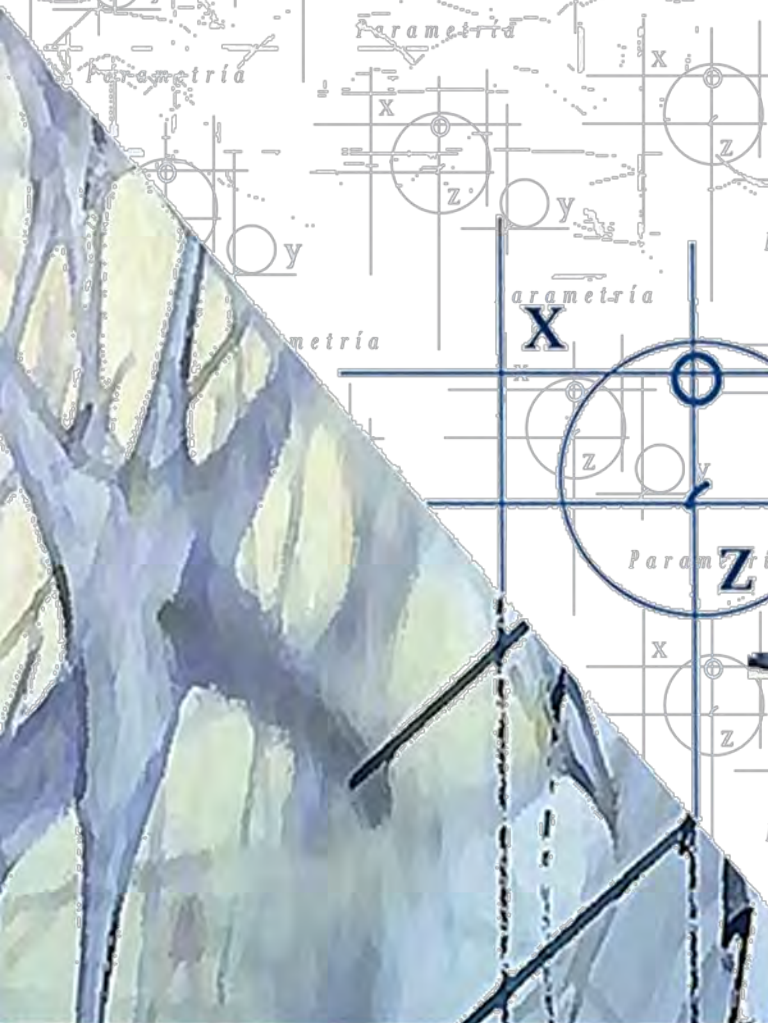
No sabe

6%

No contesta

3%

RECORDACIÓN RADIO



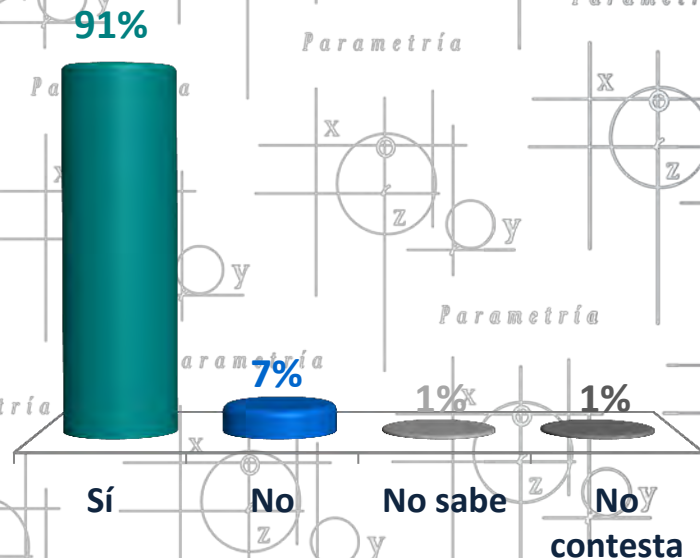
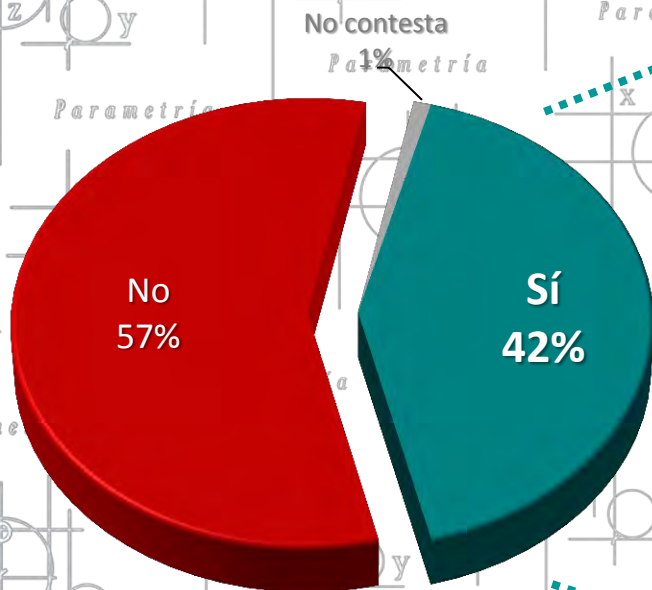
¿Recuerda haber oído este mensaje en la radio?

Anuncio de radio "Canto "

- Voz masculina: Excusa número 143
- M: No, hoy no puedo, tengo que afinar mi dulce voz.
- M: La la la la la laaaaaaaaaaaaaaaaa, la la la la la la la la la laaaaaaaaaaaaaaaaa... (Subiendo el tono de voz)
- Voz masculina: El 15 de enero se acaban las excusas y el tiempo para actualizar el domicilio de tu credencial para que puedas votar donde te corresponde en las elecciones de 2012.
- Voz masculina: Acude a cualquier módulo de tu estado, llama a IFETEL o consulta ife.org.mx para hacer una cita.
- Voz masculina: Lo que hace grande a un país es la participación de su gente.
- Voz masculina: IFE



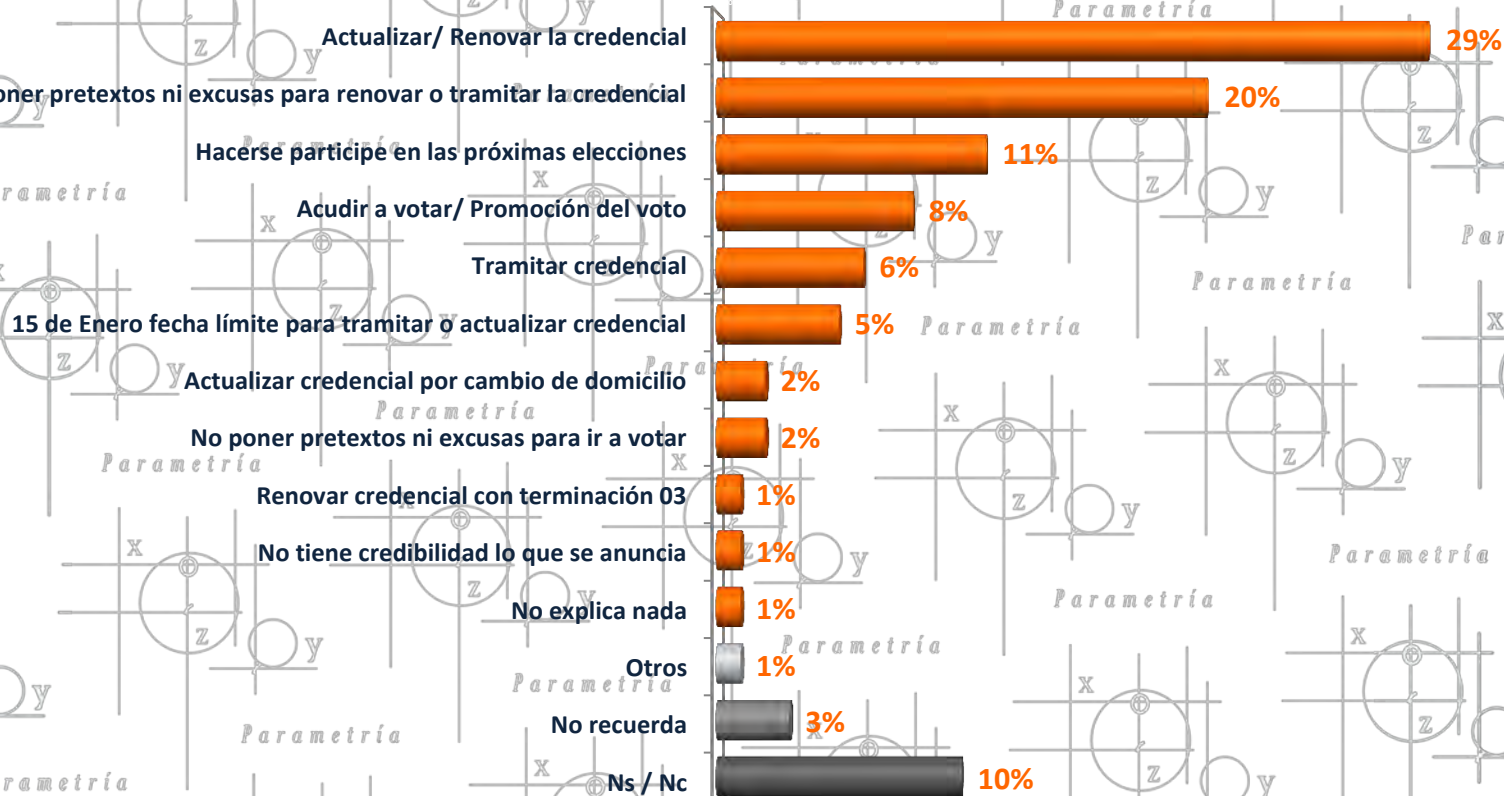
¿El mensaje que le quieren dar en este anuncio es claro?



¿Qué entendió con este anuncio?

Anuncio de radio "Canto "

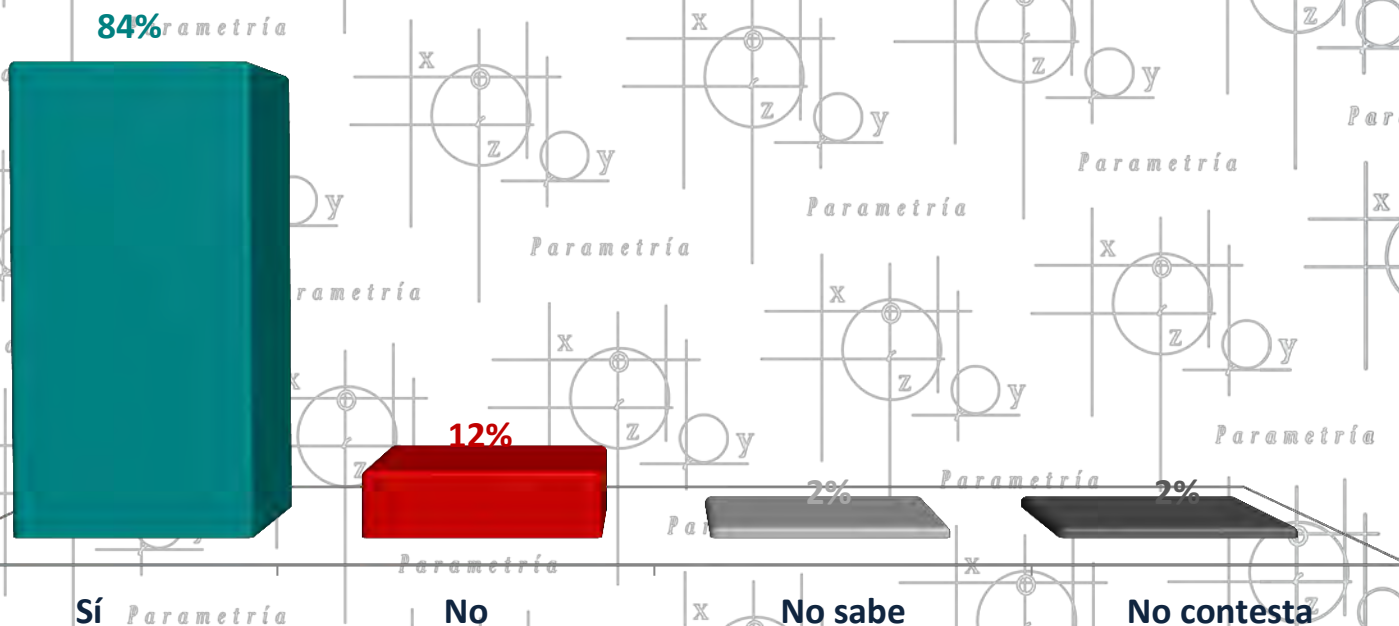
- Voz masculina: Excusa número 143
- M: No, hoy no puedo, tengo que afinar mi dulce voz.
- M: La la la la la laaaaaa... (Subiendo el tono de voz)
- Voz masculina: El 15 de enero se acaban las excusas y el tiempo para actualizar el domicilio de tu credencial para que puedas votar donde te corresponde en las elecciones de 2012.
- Voz masculina: Acude a cualquier módulo de tu estado, llama a IFETEL o consulta ife.org.mx para hacer una cita.
- Voz masculina: Lo que hace grande a un país es la participación de su gente.
- Voz masculina: IFE



¿Usted cree que este anuncio motiva a las personas a actualizar el domicilio de su credencial para votar?

Anuncio de radio "Canto"

- **Voz masculina:** Excusa número 143
- **M:** No, hoy no puedo, tengo que afinar mi dulce voz.
- **M:** La la la la la laaaaaaaaaaaaaaaaa, la la la la la la la la la laaaaaaaaaaaaaaaaa... (Subiendo el tono de voz)
- **Voz masculina:** El 15 de enero se acaban las excusas y el tiempo para actualizar el domicilio de tu credencial para que puedas votar donde te corresponde en las elecciones de 2012.
- **Voz masculina:** Acude a cualquier módulo de tu estado, llama a IFETEL o consulta ife.org.mx para hacer una cita.
- **Voz masculina:** Lo que hace grande a un país es la participación de su gente.
- **Voz masculina:** IFE

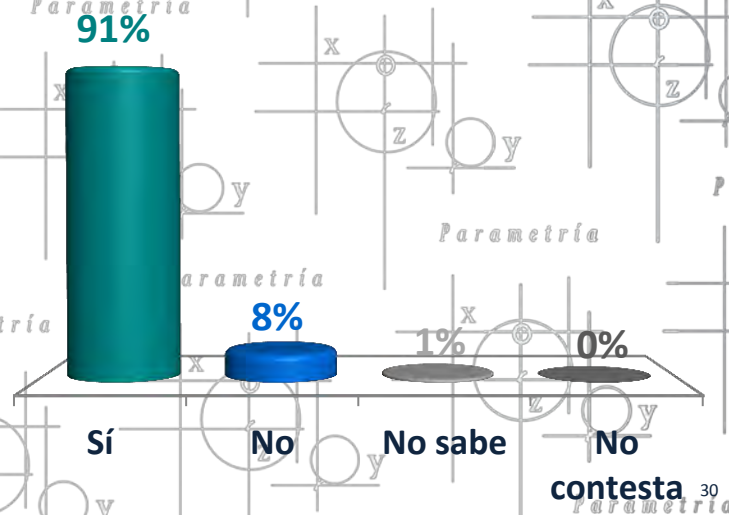
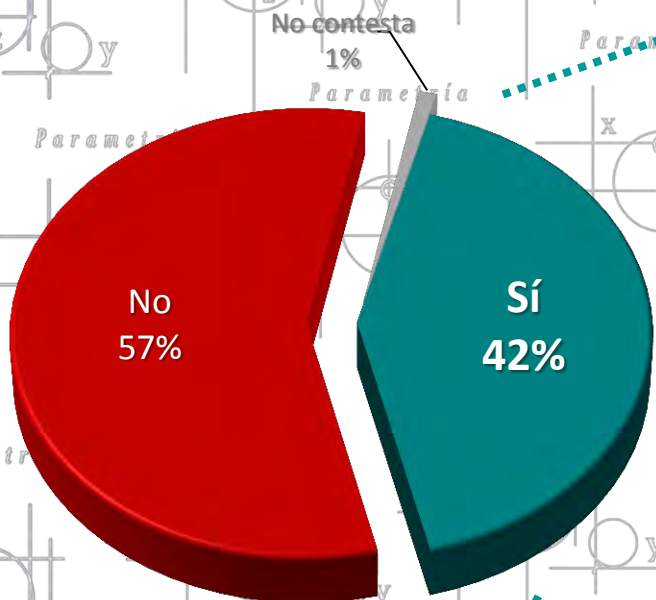


¿Recuerda haber oído este mensaje en la radio?

Anuncio de radio "Fanfarrias"

- SFX: Cuetes y Fanfarrias
- Chavo: ¿Son para mí? Pero si mi cumpleaños es hasta mayo
- Voz masculina: En el IFE adelantamos tu festejo. Si cumples 18 años entre el 16 de enero y el 1° de julio, tramita tu credencial antes del 15 de enero y vota por primera vez en las próximas elecciones de 2012.
- Voz masculina: Acude a cualquier módulo de tu estado, consulta ife.org.mx o llama a IFETEL.
- Voz masculina: Lo que hace grande a un país, es la participación de su gente.
- Voz masculina: IFE

¿Usted cree que este anuncio motiva a los jóvenes a tramitar su credencial para votar para que puedan votar en las próximas elecciones?



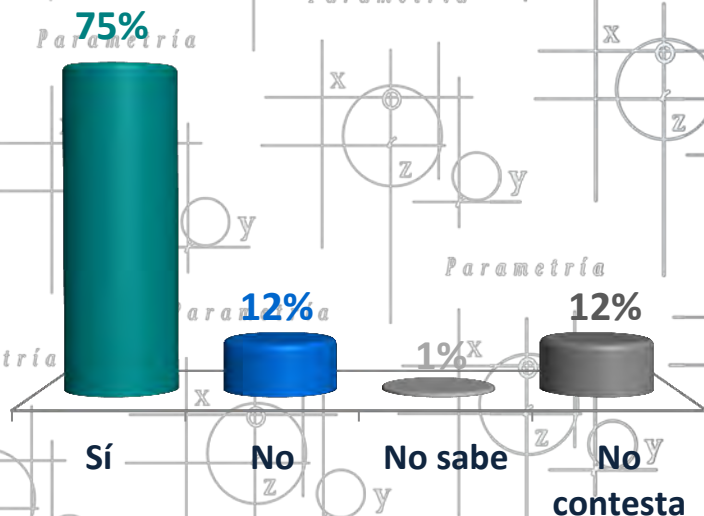
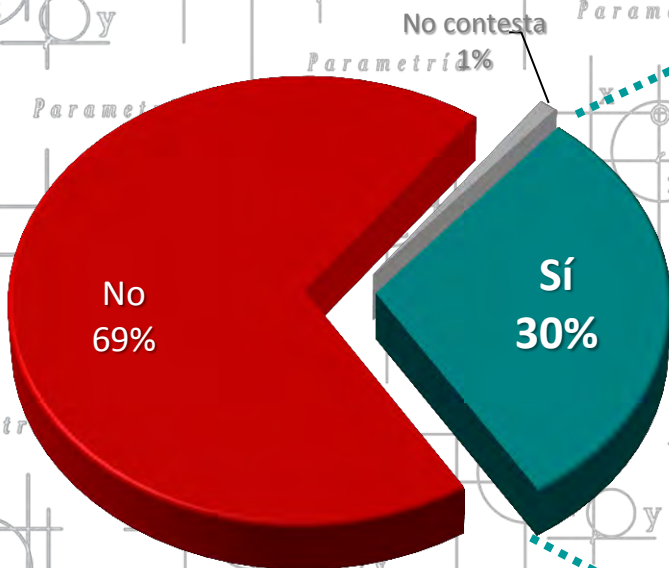
¿Recuerda haber oído este mensaje en la radio?

Anuncio de radio "Pantracio"

- **Voz masculina:** "Excusa número 418"
- **M:** No, hoy no puedo renovar mi credencial, es que hoy le toca "pedicure" a Pantracio, ¿verdad mi cielo? Ven chiquitito mío.
- **SFX:** Sonidos de un gato muy enojado, el sonido de cuando el gato se eriza. Se escuchan cosas que se caen al piso y seguimos escuchando al gato enfurecido.
- **Voz masculina:** Se acabaron las excusas, tienes hasta el 15 de enero para renovar tú credencial 03 y poder votar en las próximas elecciones.
- **Voz masculina:** Acude a cualquier módulo de tu estado, llama a IFETEL o consulta ife.org.mx para hacer una cita.
- **Voz masculina:** Lo que hace grande a un país, es la participación de su gente.
- **Voz masculina:** IFE



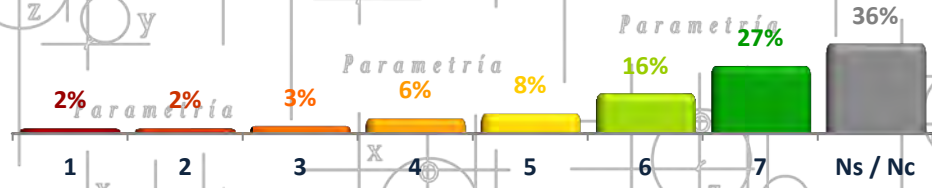
¿Usted cree que este anuncio motiva a las personas que tienen credencial 03 a renovarla?



¿Me podría decir dónde ubicaría usted estos anuncios de radio en una escala del 1 al 7, donde 1 es (...) y 7 (...)?

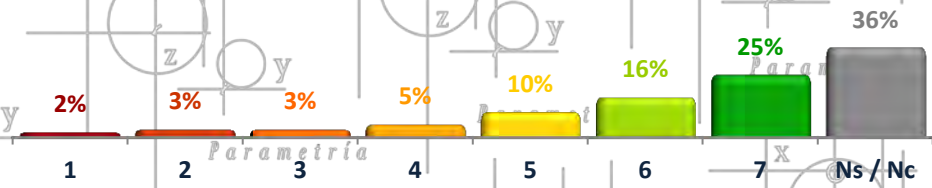
Aquellos que escucharon, al menos, un anuncio de radio "Canto", "Fanfarrias" y "Pancracio"

Difícil de entender



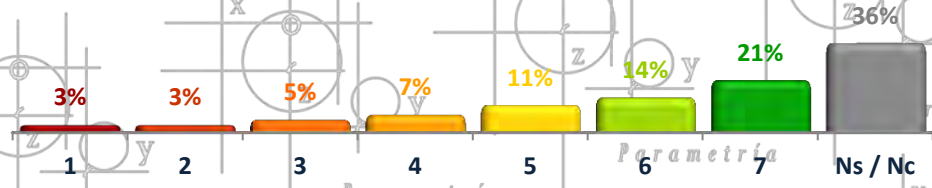
Claro de entender

Nada informativo



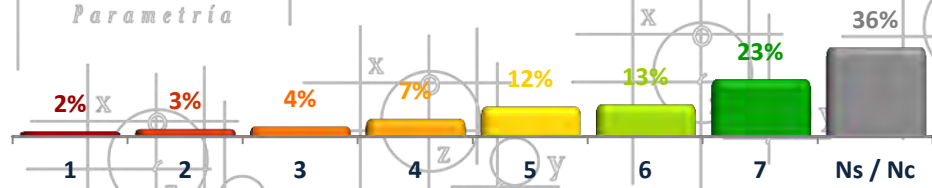
Muy informativo

Trillado



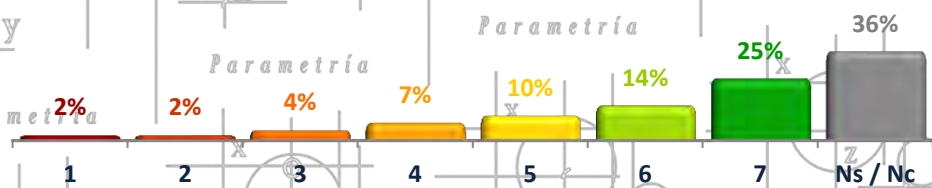
Innovador

Nada creíble



Muy creíble

No motiva a los ciudadanos



Motiva mucho a los ciudadanos

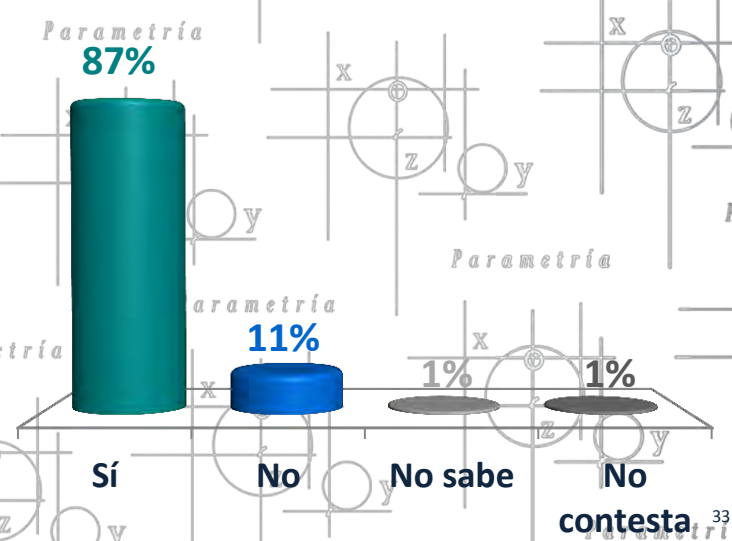
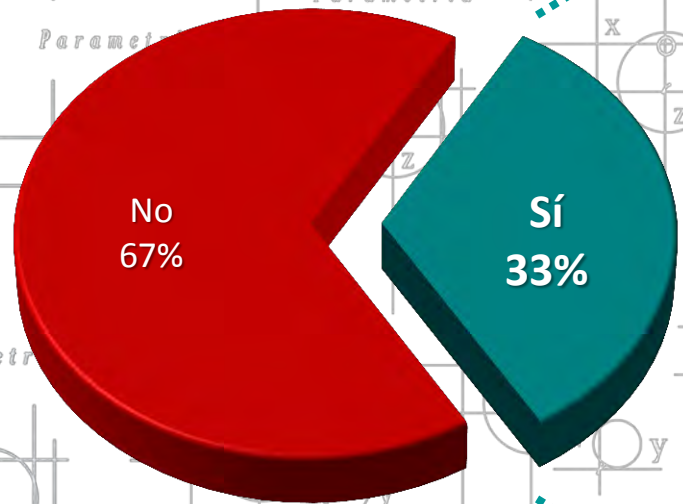
Suma 100% agregando "no sabe" y "no contesta".

¿Recuerda haber oído este mensaje en la radio?

Anuncio de radio "POSADA"

- Voz masculina: ahora que pidan posada tus familiares y amigos que viven en el extranjero, dales una calurosa bienvenida y diles que no olviden inscribirse cuanto antes para poder votar por el próximo presidente de México en 2012.
- Voz masculina: Recuérdales que el 15 de enero es la fecha límite, diles que consulten www.votoextranjero.mx o que acudan al consulado o embajada de donde viven
- Voz masculina: IFE

¿Usted cree que este anuncio motive a las personas que tienen familiares en el extranjero a decirles que se inscriban para que puedan votar en la elección de Presidente de la República en el 2012?



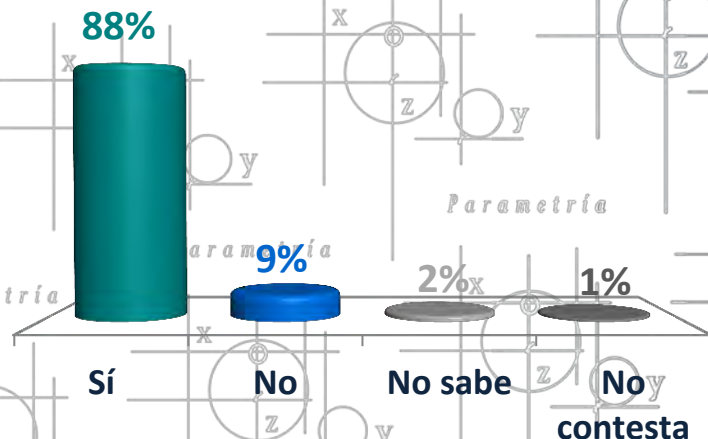
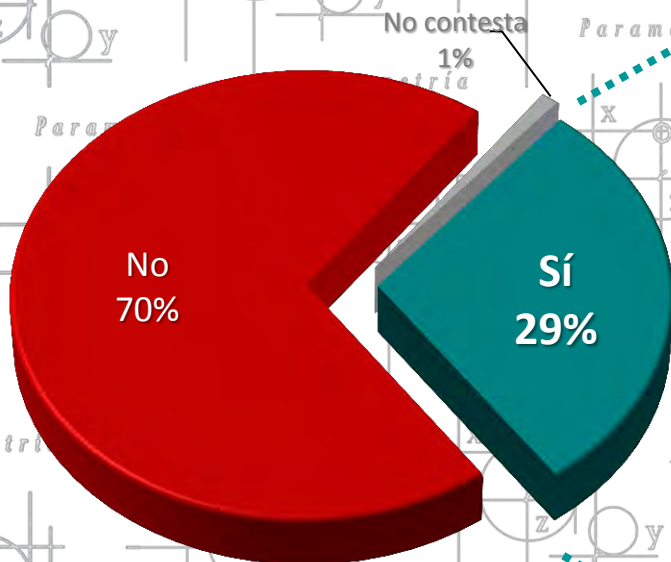
Nota: Sólo se preguntó en las localidades de la frontera norte del país

¿Recuerda haber oído este mensaje en la radio?

Anuncio de radio "LNERE "

- Voz masculina: hay muchas cosas que tus familiares y amigos que viven en el extranjero recuerdan de nuestro México: su música, su comida, sus paisajes y sobre todo a los suyos.
- Voz masculina: por eso ahora que hables con ellos recuérdales que deben inscribirse en la lista nominal para poder votar desde el extranjero por el próximo presidente de México en 2012.
- Voz masculina: infórmales que pueden consultar www.votoextranjero.mx o que acudan a la embajada o consulado de su localidad antes del 15 de enero de 2012.
- Voz masculina: IFE

¿Usted cree que este anuncio motive a las personas que tienen familiares en el extranjero a decirles que se inscriban para que puedan votar en la elección de Presidente de la República en el 2012?

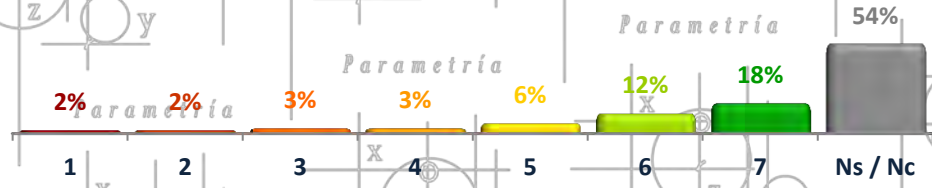


Nota: Sólo se preguntó en las localidades de la frontera norte del país

¿Me podría decir dónde ubicaría usted estos anuncios de radio en una escala del 1 al 7, donde 1 es (...) y 7 (...)?

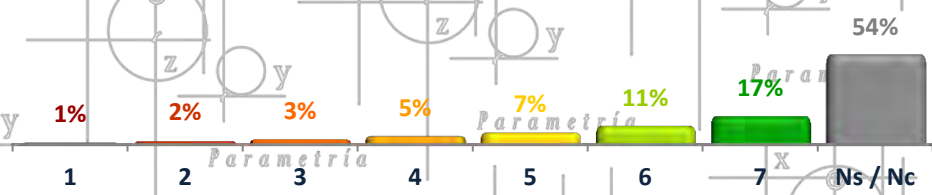
Aquellos que escucharon, al menos, un anuncio de radio "Posada" y "LNERE"

Difícil de entender



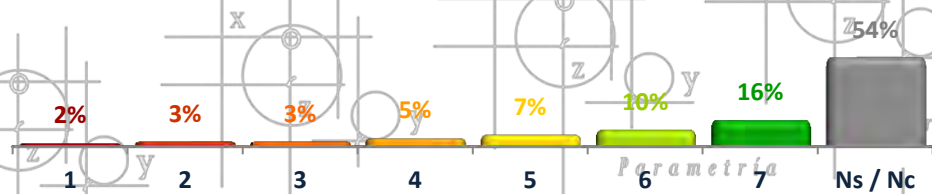
Claro de entender

Nada informativo



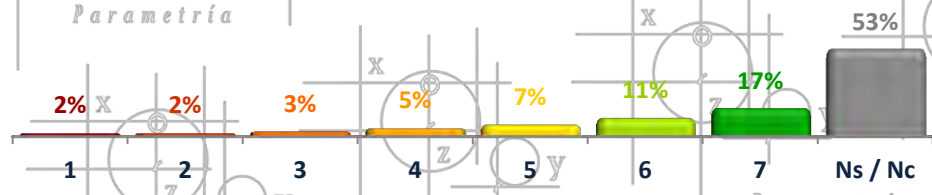
Muy informativo

Trillado



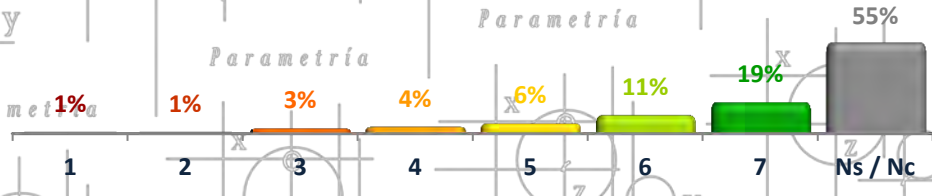
Innovador

Nada creíble



Muy creíble

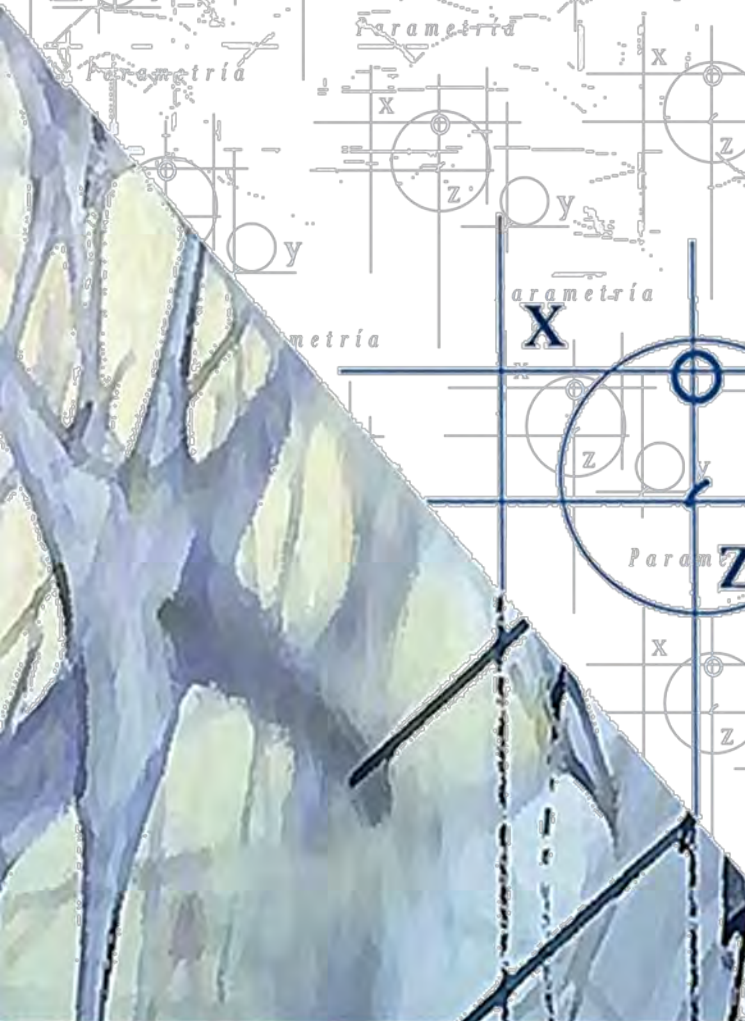
No motiva a los ciudadanos



Motiva mucho a los ciudadanos

RECORDACIÓN

TV

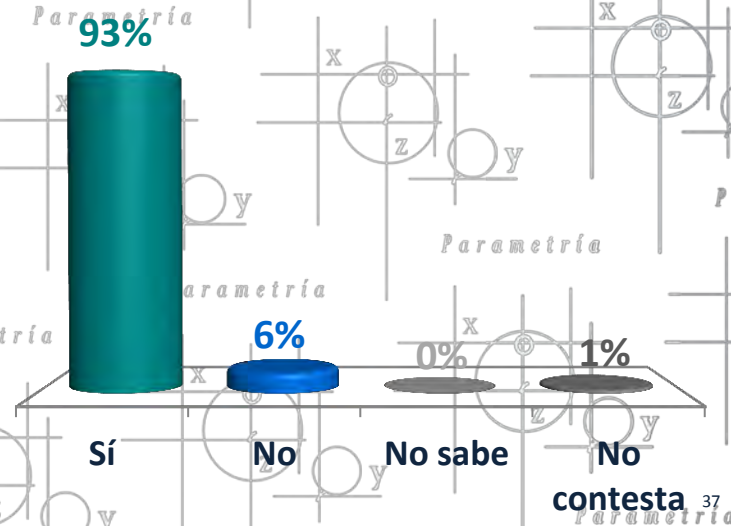
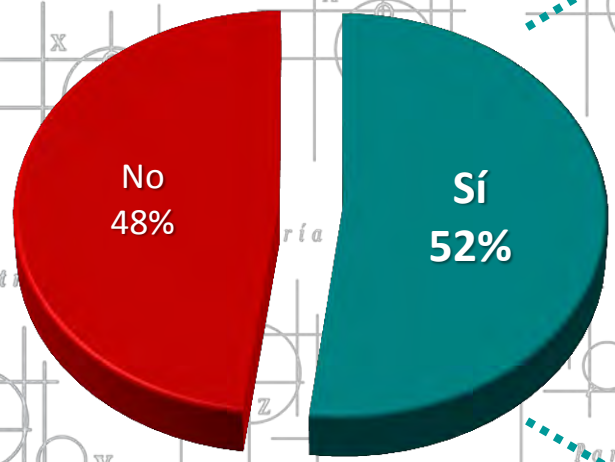


¿Recuerda haber visto este mensaje en la televisión?

“Lapsus”

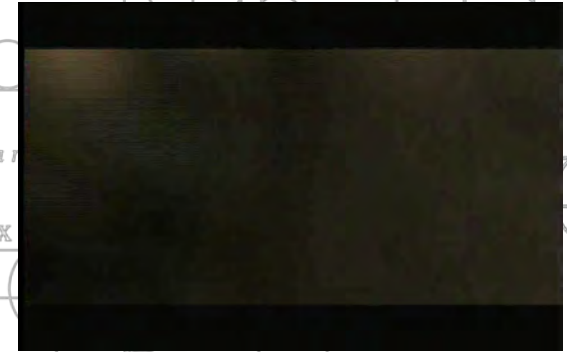


¿Este anuncio lo hace reflexionar sobre la importancia de la participación?

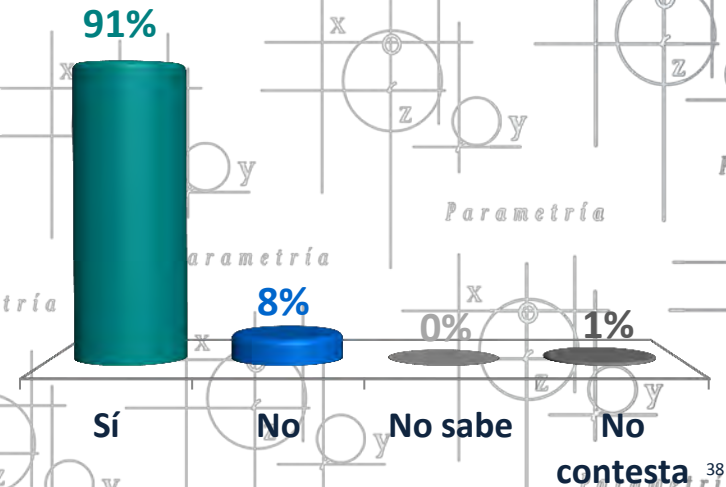
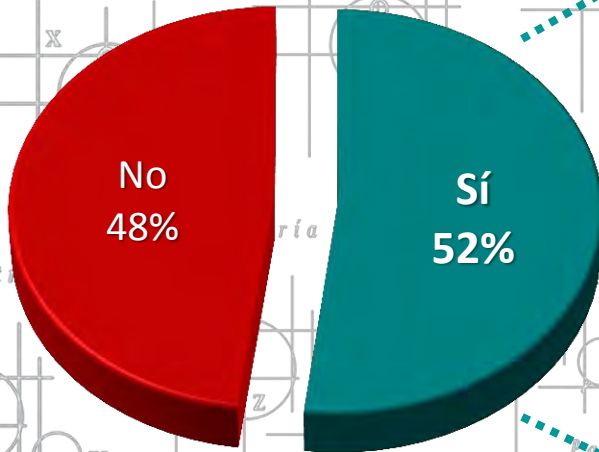


¿Recuerda haber visto este mensaje en la televisión?

“Sorpresa”



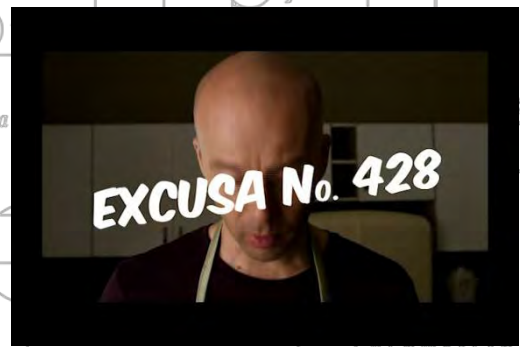
¿Usted cree que este anuncio motiva a los jóvenes a tramitar su credencial para votar para que puedan votar en las próximas elecciones?



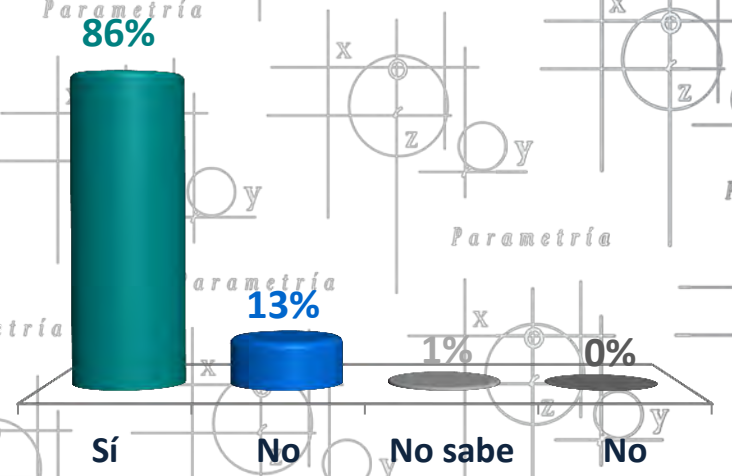
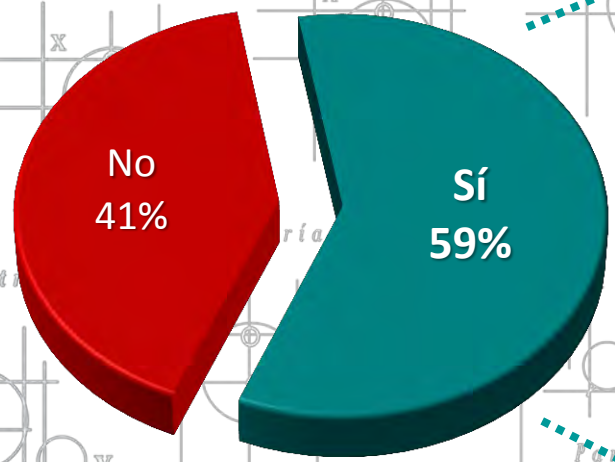
¿Recuerda haber visto este anuncio en la televisión?

“EXCUSAS: visita”

Story board

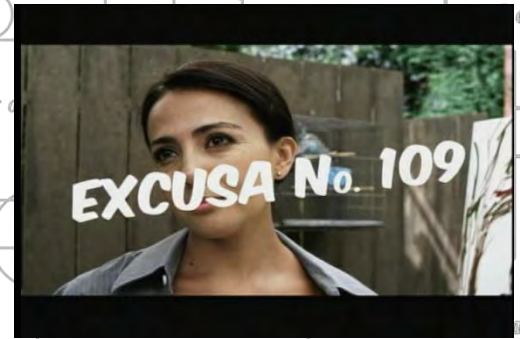


¿Usted cree que este anuncio motiva a las personas que tienen credencial 03 a renovarla?

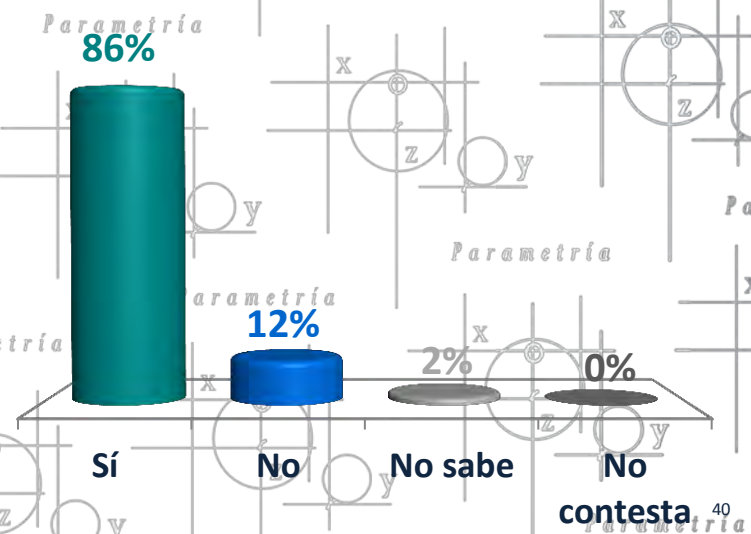
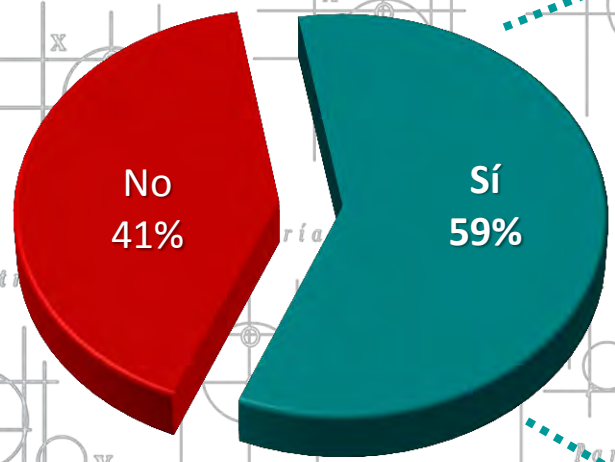


¿Recuerda haber visto este anuncio en la televisión?

“EXCUSAS: retrato”



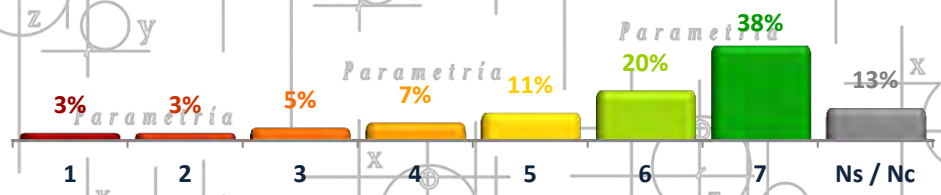
¿Usted cree que este anuncio motiva a las personas a actualizar el domicilio de su credencial para votar?



De todos estos anuncios de televisión que le fueron mostrados ¿me podría decir dónde los ubicaría en una escala del 1 al 7, donde 1 es (...) y 7 (...)?

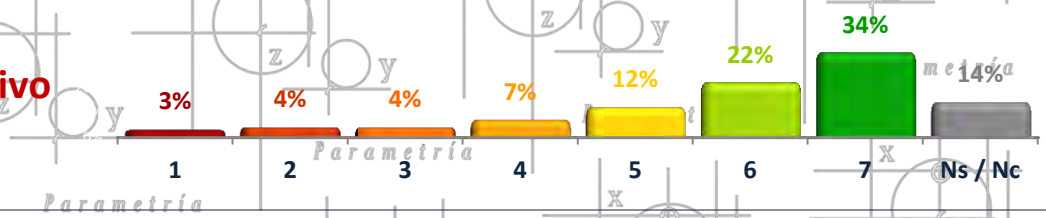
Aquellos que vieron, al menos, un anuncio de TV

Difícil de entender



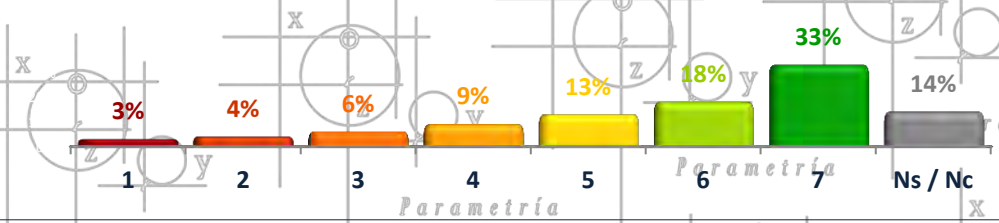
Claro de entender

Nada informativo



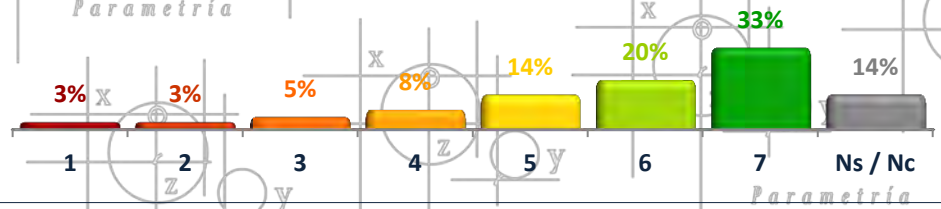
Muy informativo

Trillado



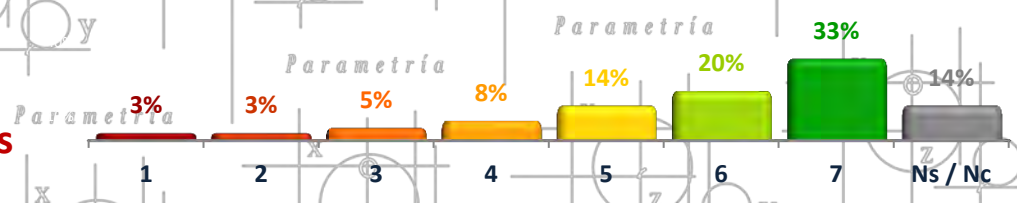
Innovador

Nada creíble



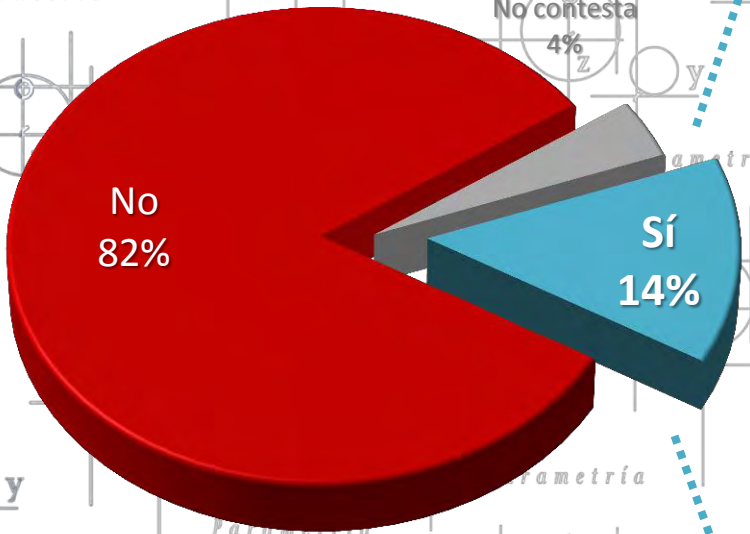
Muy creíble

No motiva a los ciudadanos

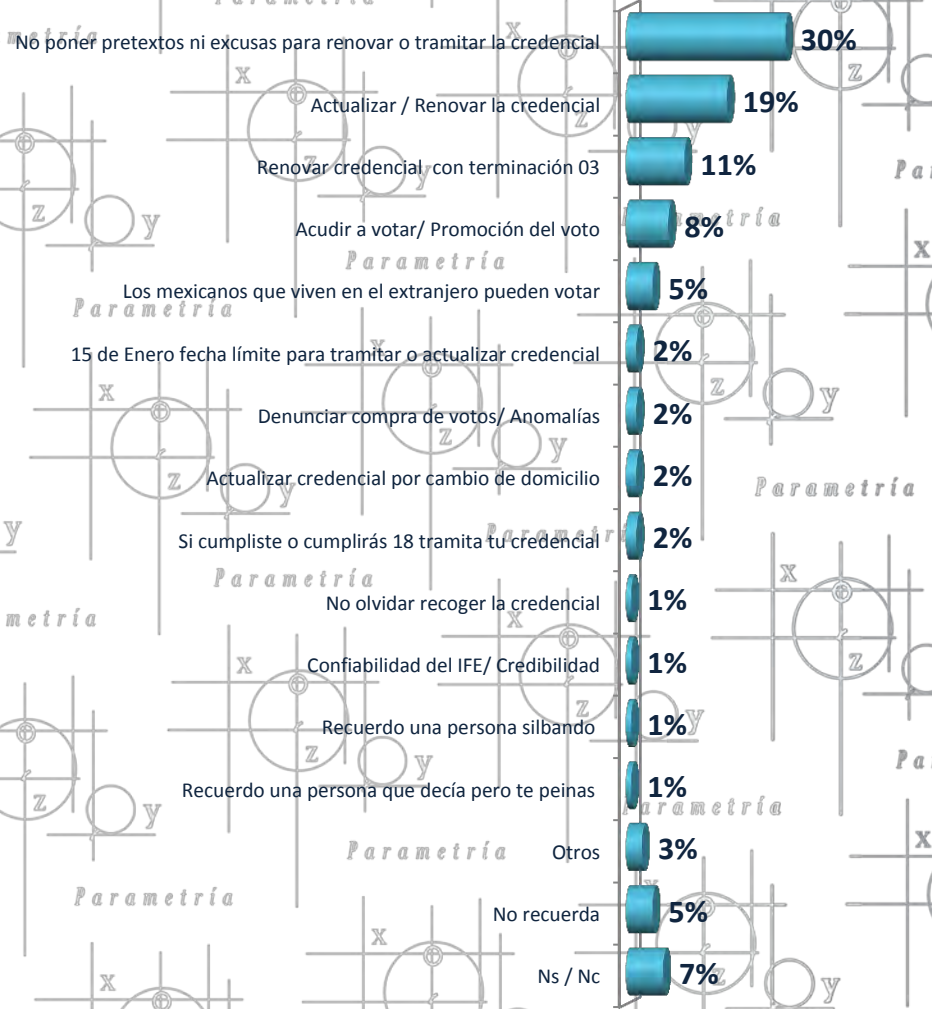


Motiva mucho a los ciudadanos

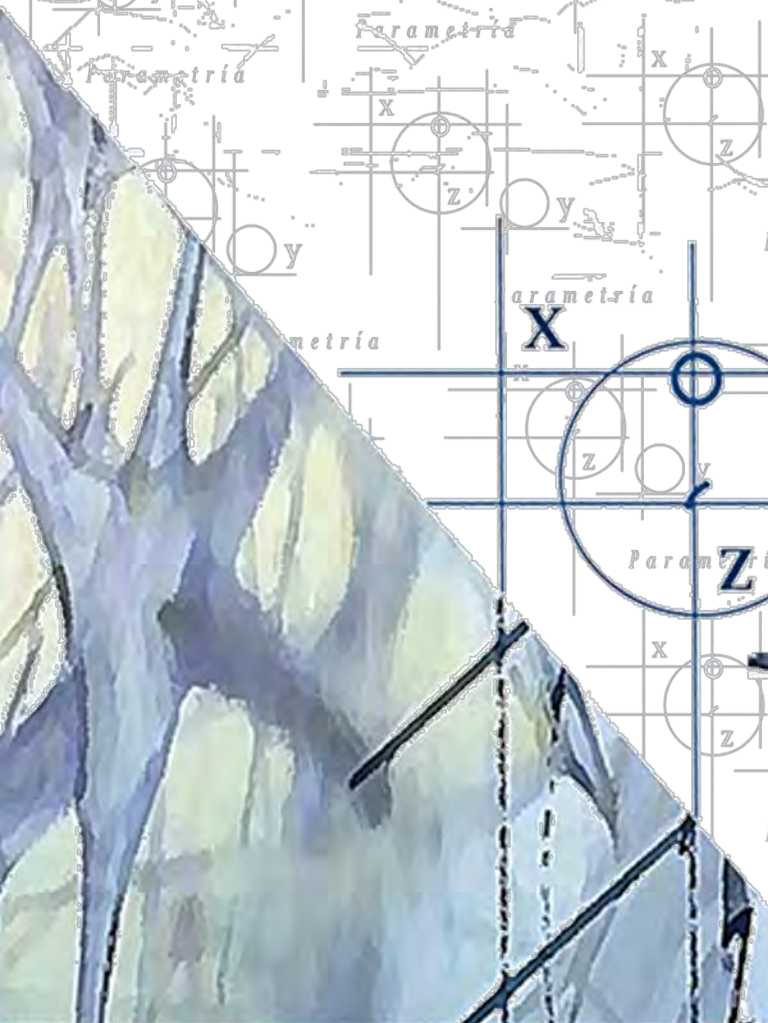
¿Recuerda algún otro mensaje de radio o televisión del IFE?



¿Qué decía o sobre qué hablaba?

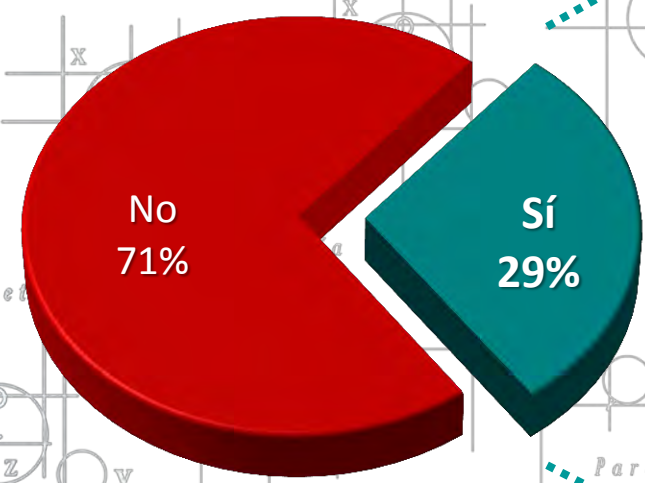


RECORDACIÓN ANUNCIO AUTOBUSES

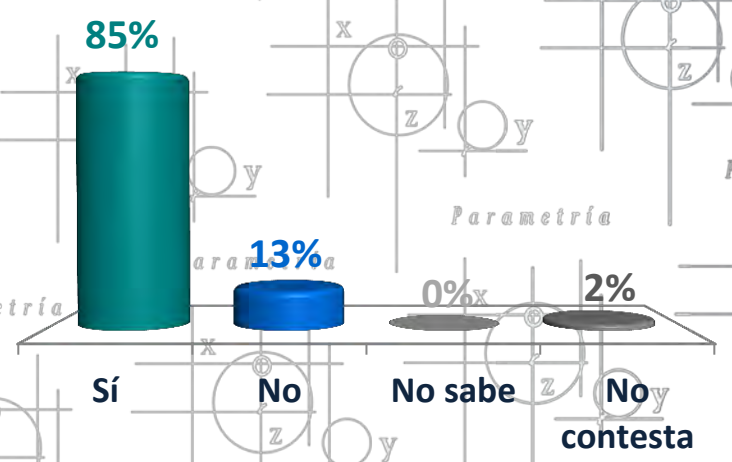




¿Recuerda haber visto este anuncio en algún autobús?



¿Usted cree que estos anuncios motivan a las personas a actualizar el domicilio, renovar o tramitar su credencial para votar?



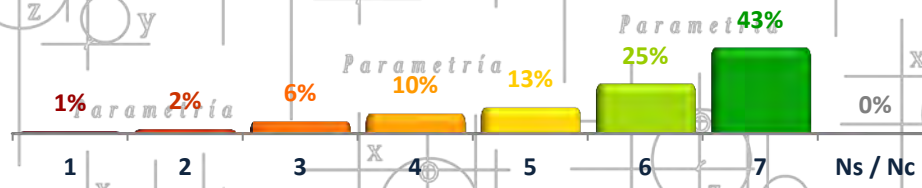
Nota: Sólo se preguntó en las localidades donde hubo este tipo de anuncios

¿Me podría decir dónde ubicaría usted estos anuncios de autobuses en una escala del 1 al 7, donde 1 es (...) y 7 (...)?

Aquellos que recuerdan haber visto el anuncio

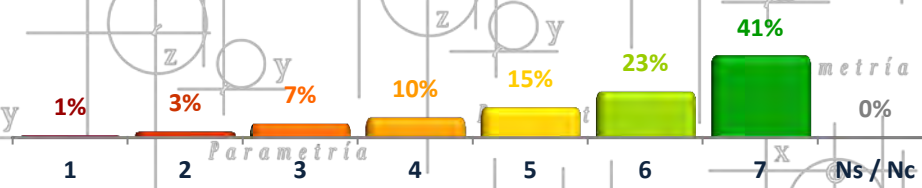
Difícil de entender

Claro de entender



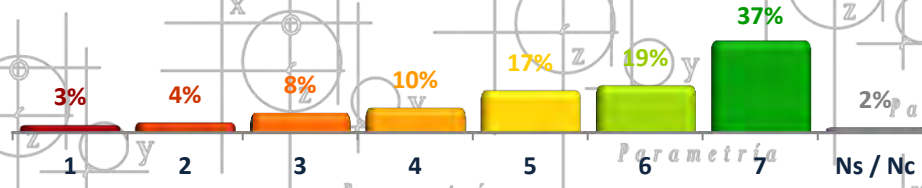
Nada informativo

Muy informativo



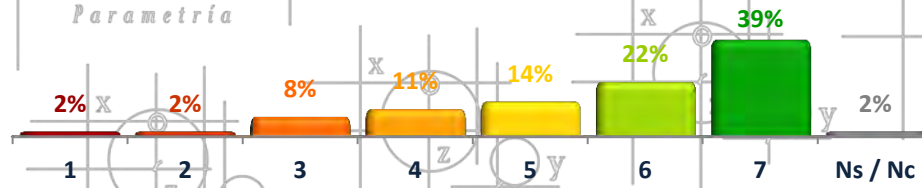
Trillado

Innovador



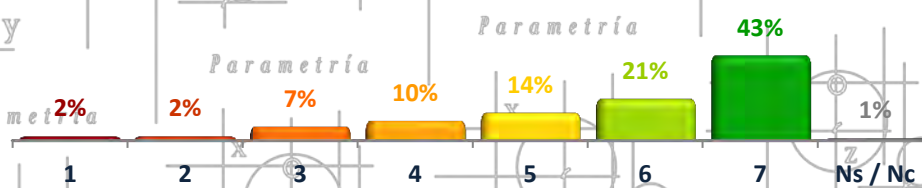
Nada creíble

Muy creíble

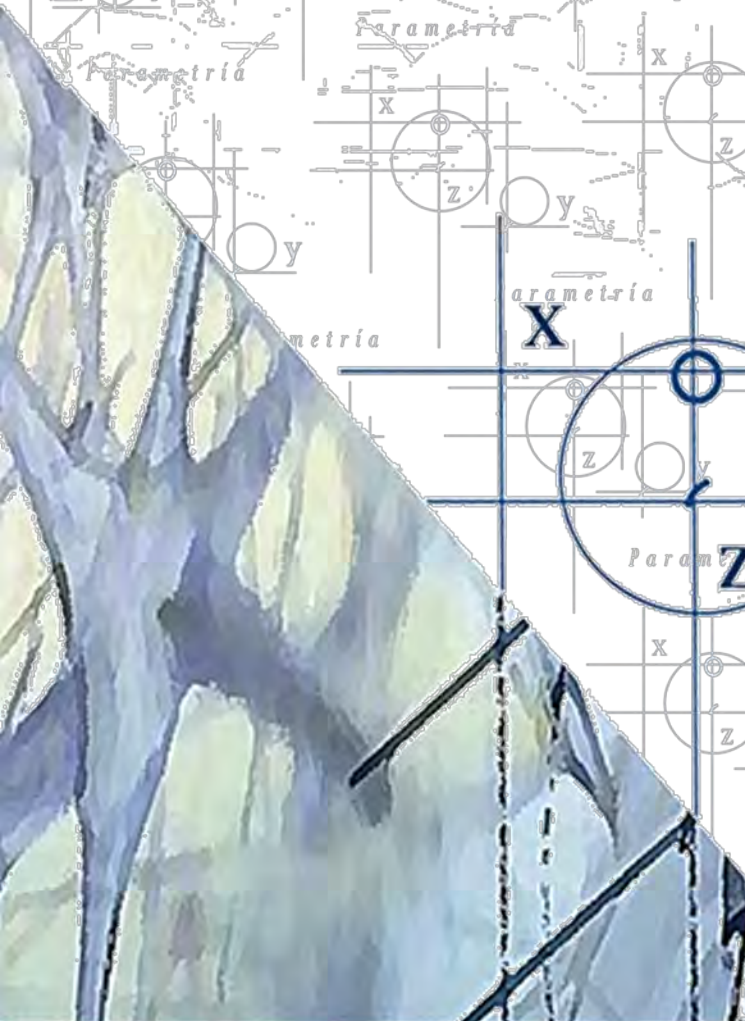


No motiva a los ciudadanos

Motiva mucho a los ciudadanos



RECORDACIÓN ANUNCIO CARTELERAS

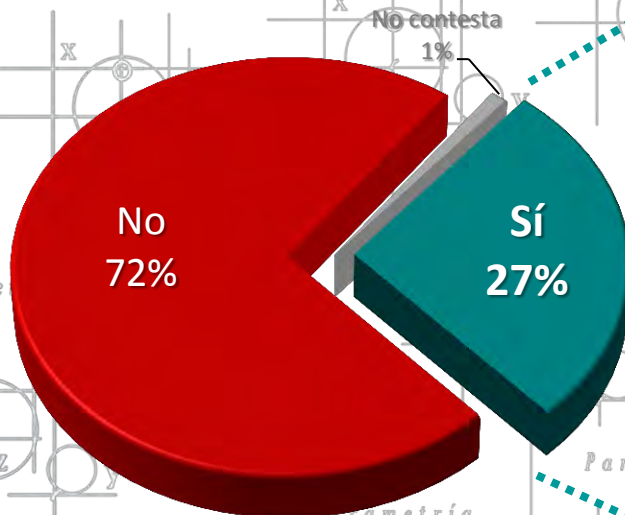




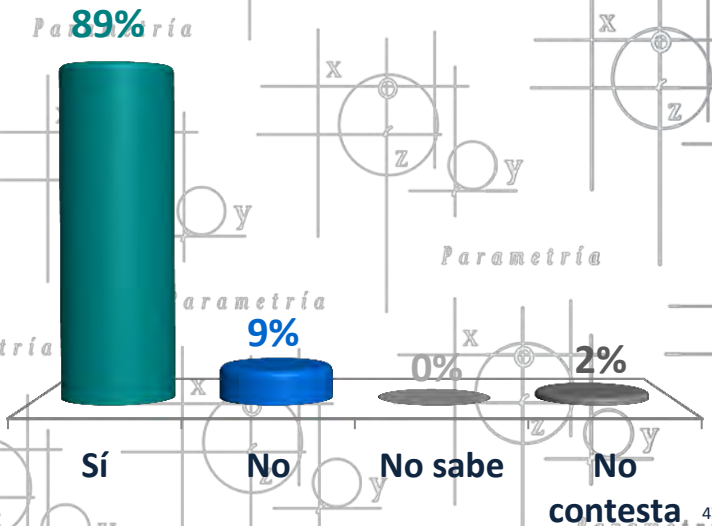
**LO QUE HACE GRANDE A UN PAÍS
ES LA PARTICIPACIÓN DE SU GENTE**



¿Recuerda haber visto este mensaje en algún espectacular?



¿Este anuncio lo hace reflexionar sobre la importancia de la participación?

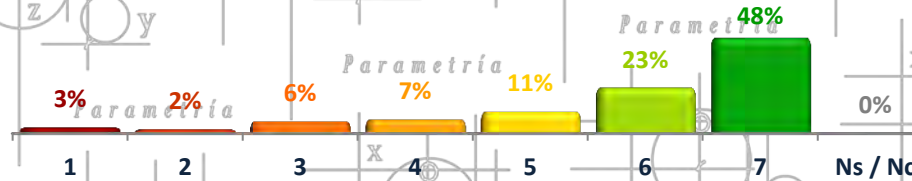


Nota: Sólo se preguntó en las localidades donde hubo este tipo de anuncios

¿Me podría decir dónde ubicaría usted este anuncio que apareció en espectaculares en una escala del 1 al 7, donde 1 es (...) y 7 (...)?

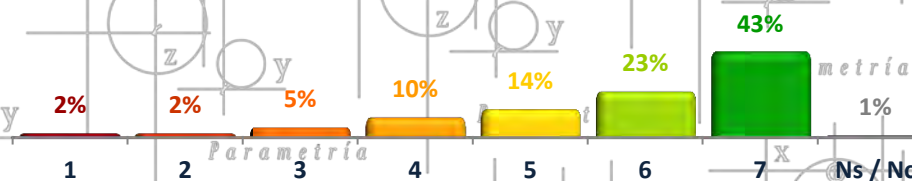
Aquellos que recuerdan haber visto el anuncio

Difícil de entender



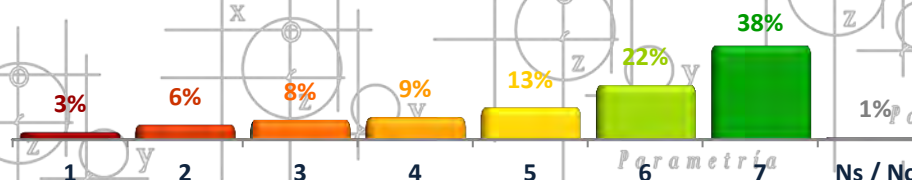
Claro de entender

Nada informativo



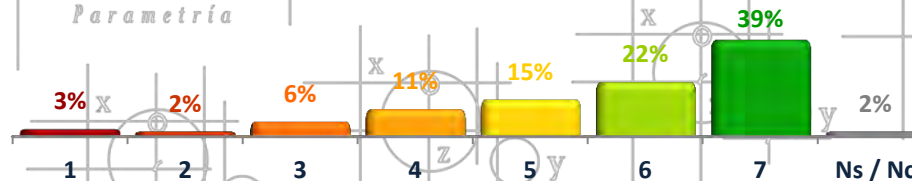
Muy informativo

Trillado



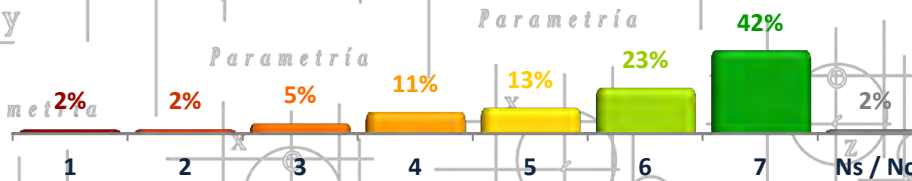
Innovador

Nada creíble



Muy creíble

No motiva a los ciudadanos



Motiva mucho a los ciudadanos



**AUNQUE YA NO VIVAS EN MÉXICO
PODRÁS ELEGIR AL PRÓXIMO PRESIDENTE
EN 2012 DESDE EL EXTRANJERO**

¡ INSCRÍBETE !

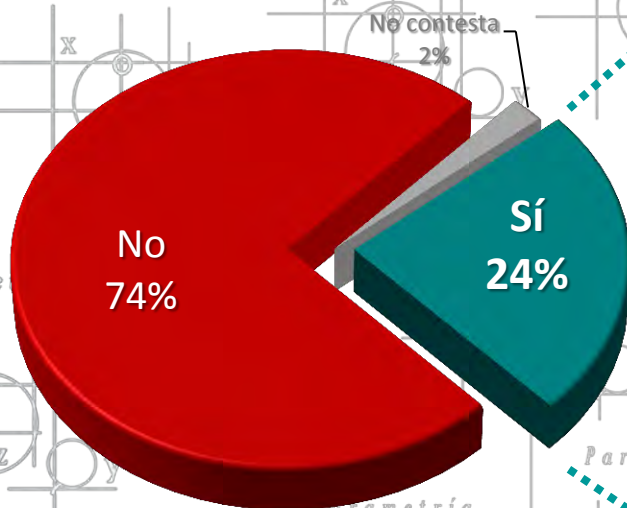
Del 1° de octubre al 15 de enero
Consulta www.votoextranjero.mx

Tienes muy buenas razones para votar.
Es tu derecho, hazlo por los tuyos.

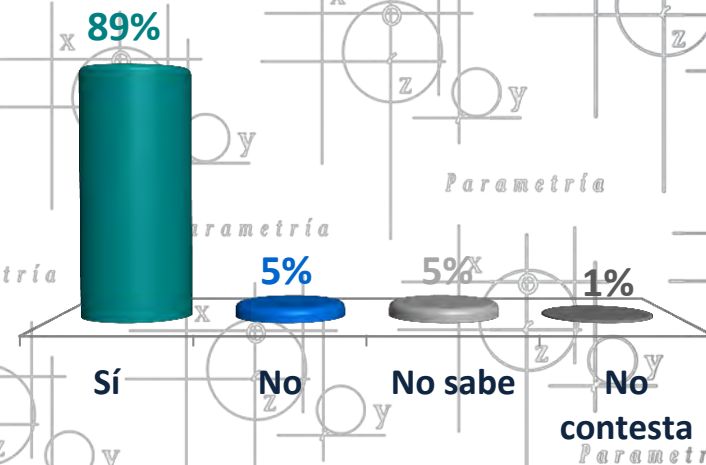
Facebook: [voto.extranjero.mx.2012](https://www.facebook.com/voto.extranjero.mx.2012)
Twitter: [@votoextranjero](https://twitter.com/votoextranjero)

IFE
INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL

¿Recuerda haber visto este mensaje en algún espectacular?



¿Usted cree que las personas que viven en el extranjero y que vean este anuncio se interesen en inscribirse para que puedan votar en la elección de Presidente de la República en el 2012?

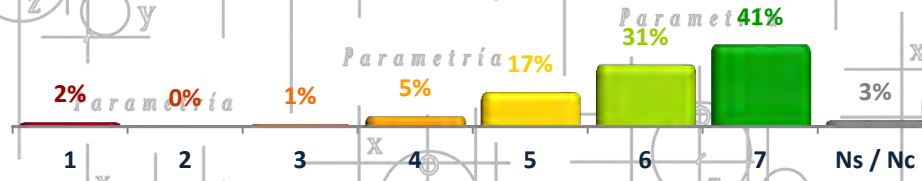


Nota: Sólo se preguntó en las localidades donde hubo este tipo de anuncios

¿Me podría decir dónde ubicaría usted este anuncio que tienen que ver con el voto en el extranjero en una escala del 1 al 7, donde 1 es (...) y 7 (...)?

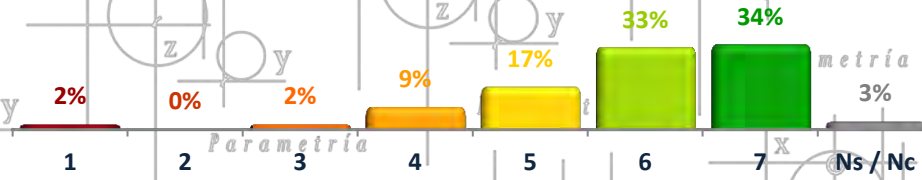
Aquellos que recuerdan haber visto el anuncio

Difícil de entender



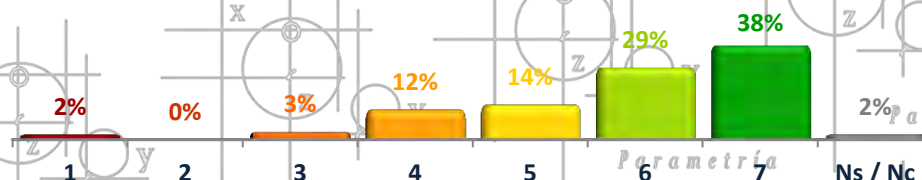
Claro de entender

Nada informativo



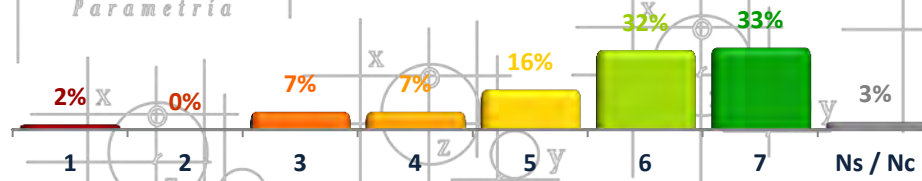
Muy informativo

Trillado



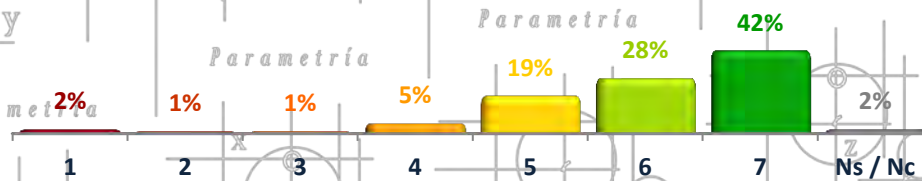
Innovador

Nada creíble



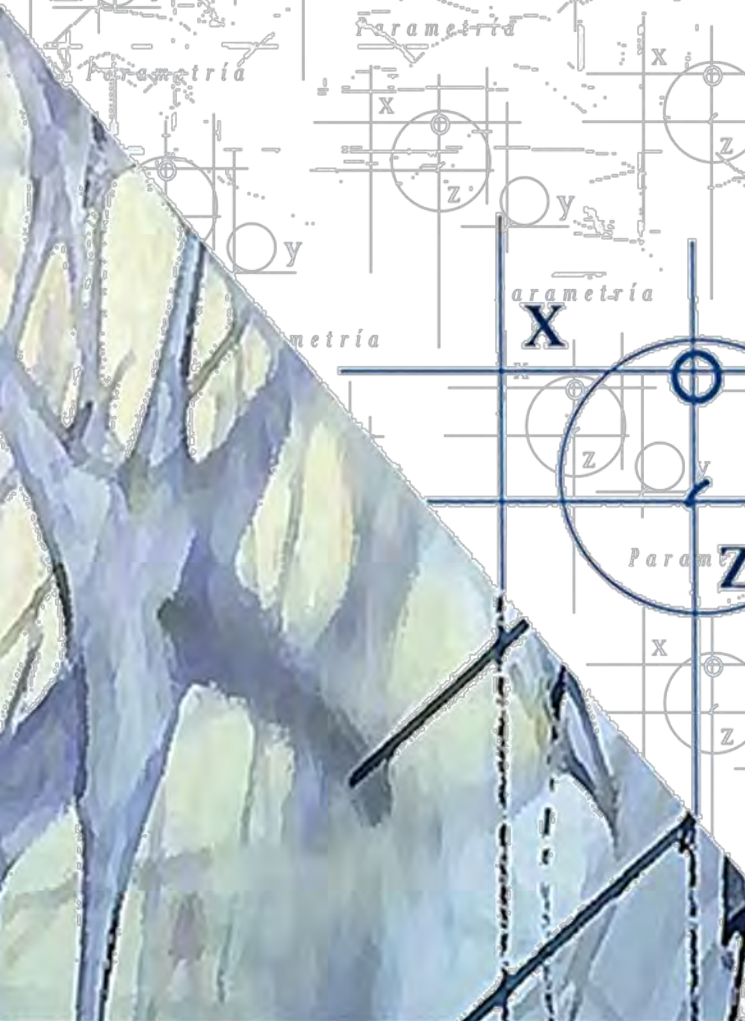
Muy creíble

No motiva a los ciudadanos

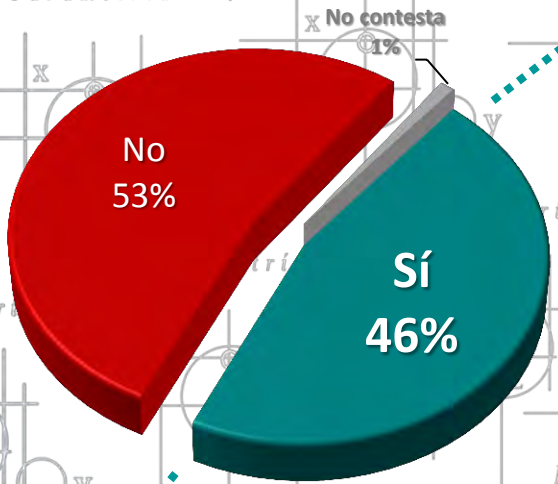


Motiva mucho a los ciudadanos

RECORDACIÓN ANUNCIO TORTILLERÍA

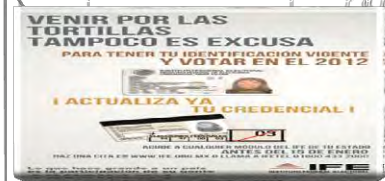


¿Recuerda haber visto estos anuncios del IFE en alguna tortillería?



¿Cuál de estos dos anuncios ha visto?

Tortipanel



53%

Marquesina



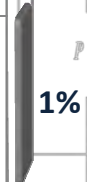
24%

Ambos



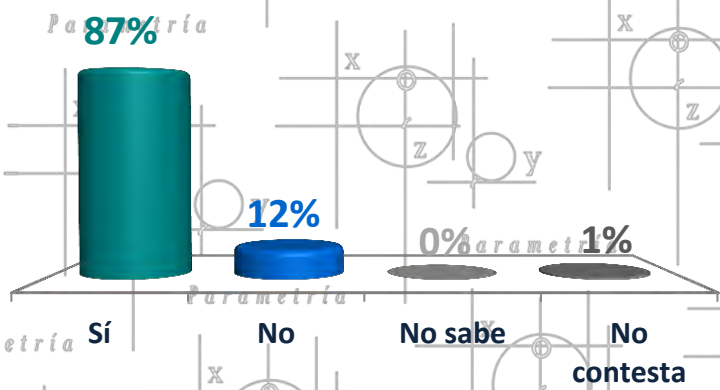
22%

No contesta



1%

¿Usted cree que estos anuncios motivan a las personas a actualizar el domicilio, renovar o tramitar su credencial para votar?

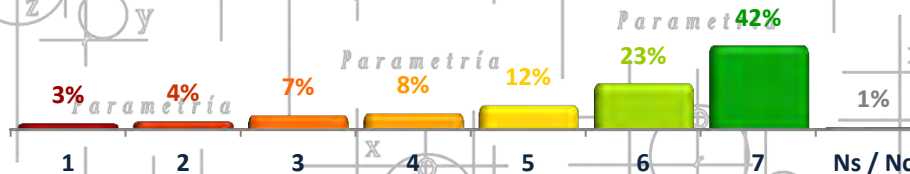


Nota: Sólo se preguntó en las localidades donde hubo este tipo de anuncios

¿Me podría decir dónde ubicaría usted estos anuncios que fueron puestos en algunas tortillerías en una escala del 1 al 7, donde 1 es (...) y 7 (...)?

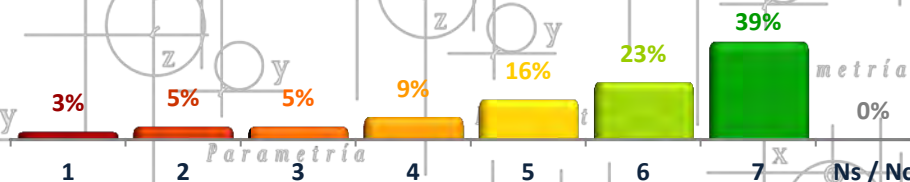
Aquellos que recuerdan haber visto los anuncios

Difícil de entender



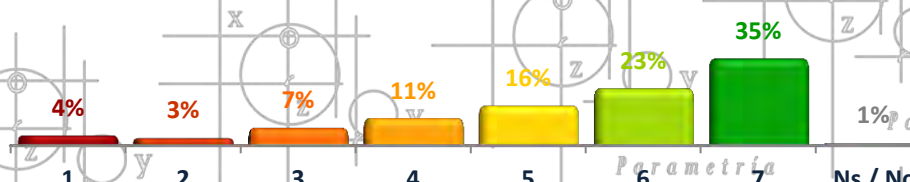
Claro de entender

Nada informativo



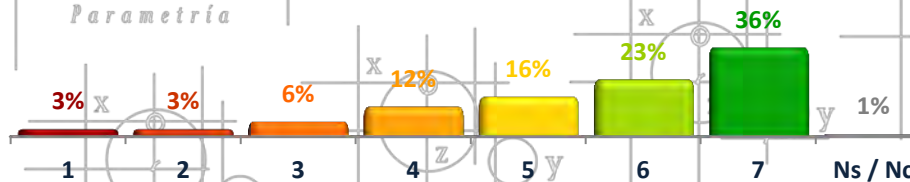
Muy informativo

Trillado



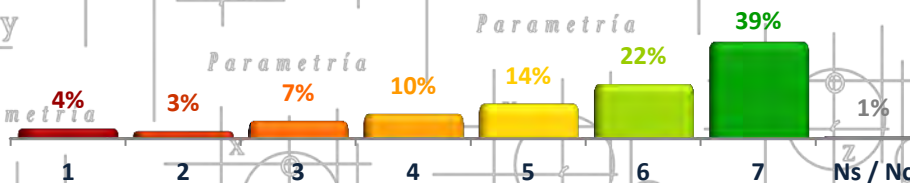
Innovador

Nada creíble



Muy creíble

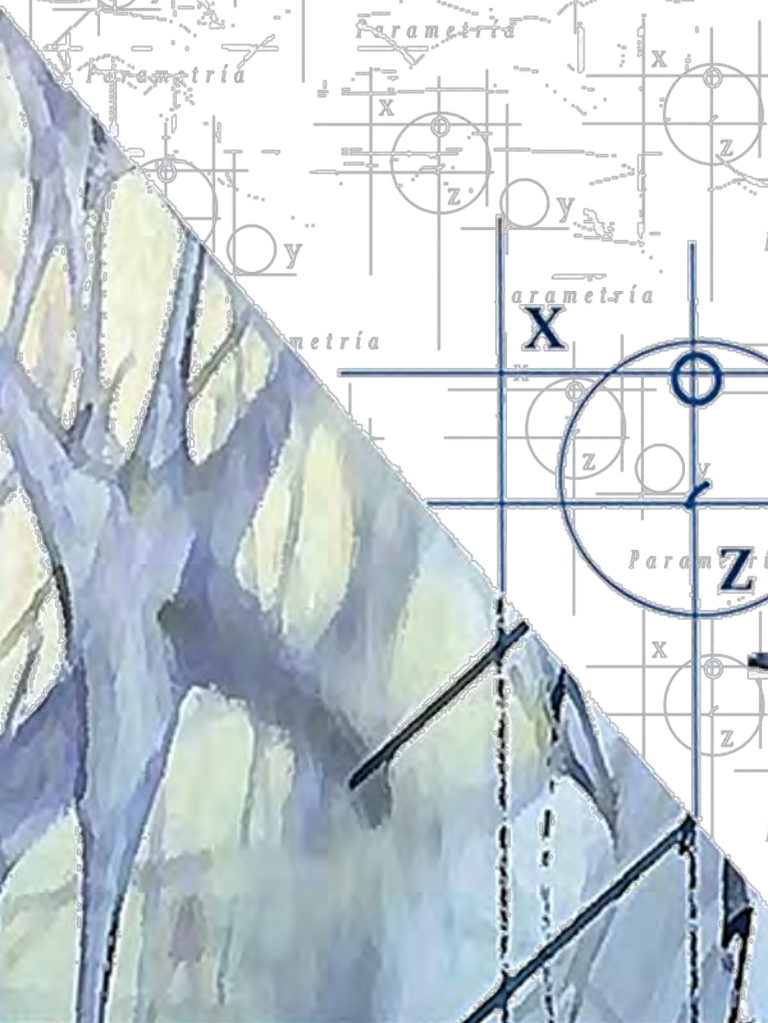
No motiva a los ciudadanos



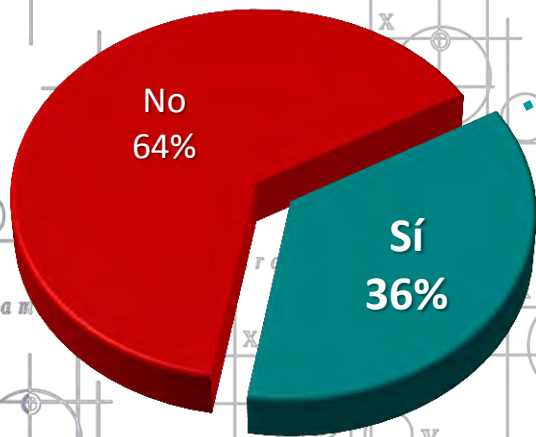
Motiva mucho a los ciudadanos

RECORDACIÓN

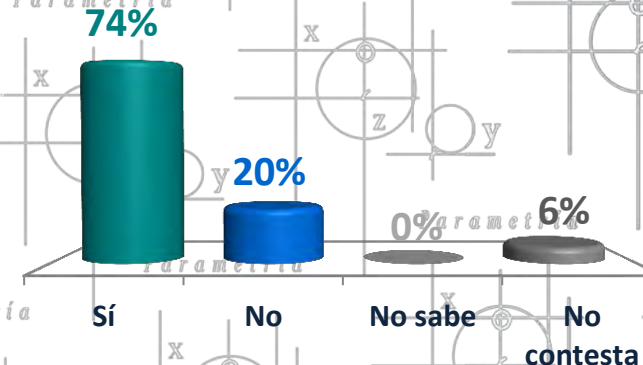
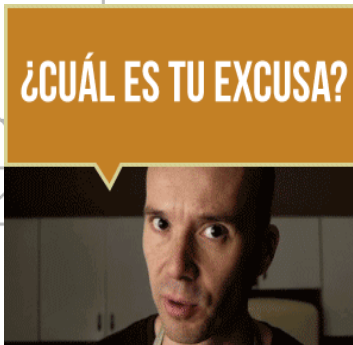
INTERNET



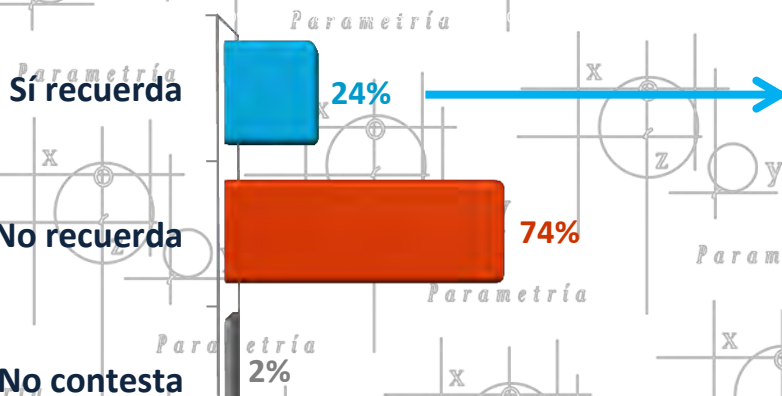
¿Usted utiliza internet?



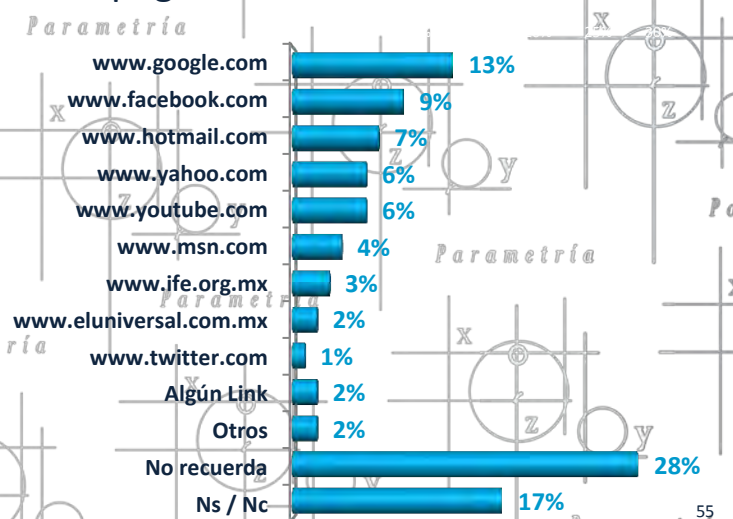
¿Usted cree que estos anuncios motivan a las personas a actualizar el domicilio, renovar o tramitar su credencial para votar?



¿Recuerda haber visto estos mensajes del IFE en alguna página de internet?



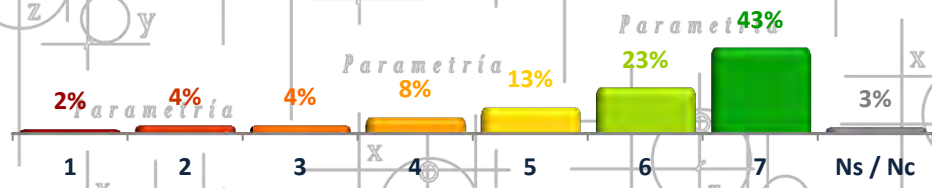
¿Me podría decir el nombre de la página en la cual vio este anuncio?



¿Me podría decir dónde ubicaría usted estos anuncios de internet en una escala del 1 al 7, donde 1 es (...) y 7 (...)?

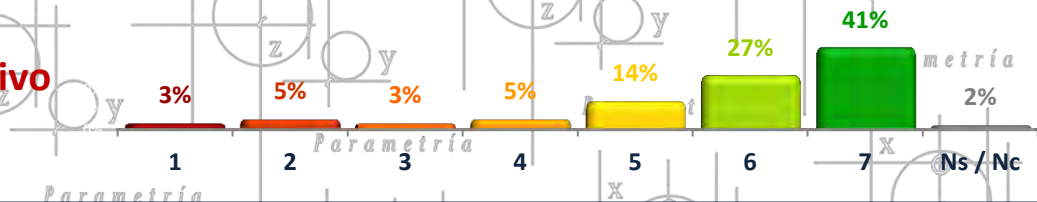
Aquellos que recuerdan haber visto los anuncios

Difícil de entender



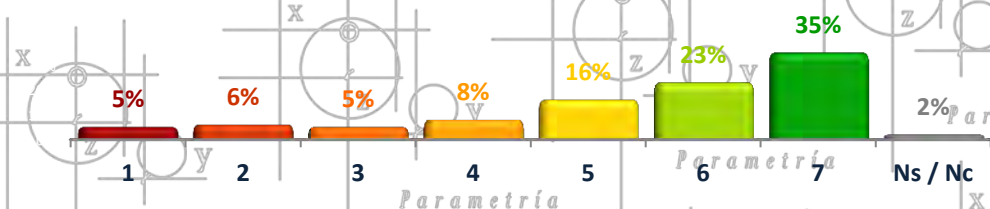
Claro de entender

Nada informativo



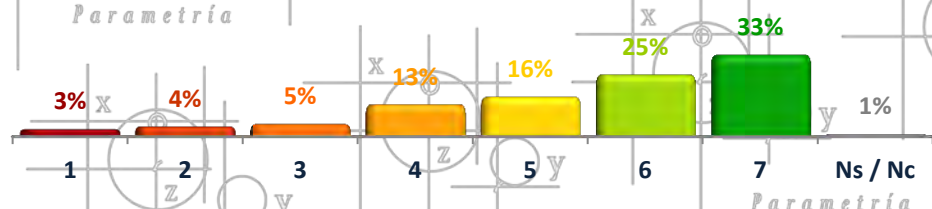
Muy informativo

Trillado



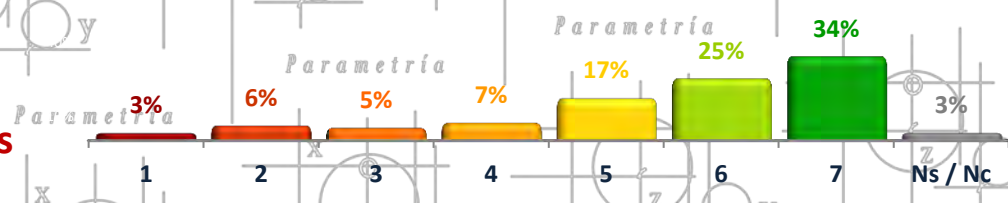
Innovador

Nada creíble



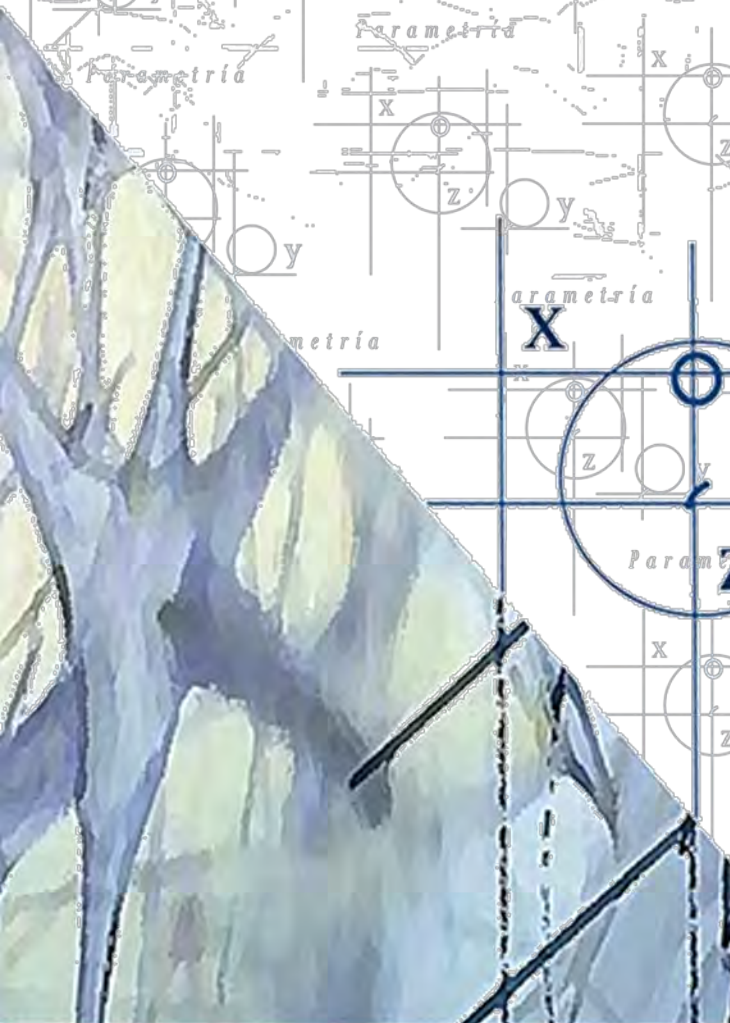
Muy creíble

No motiva a los ciudadanos

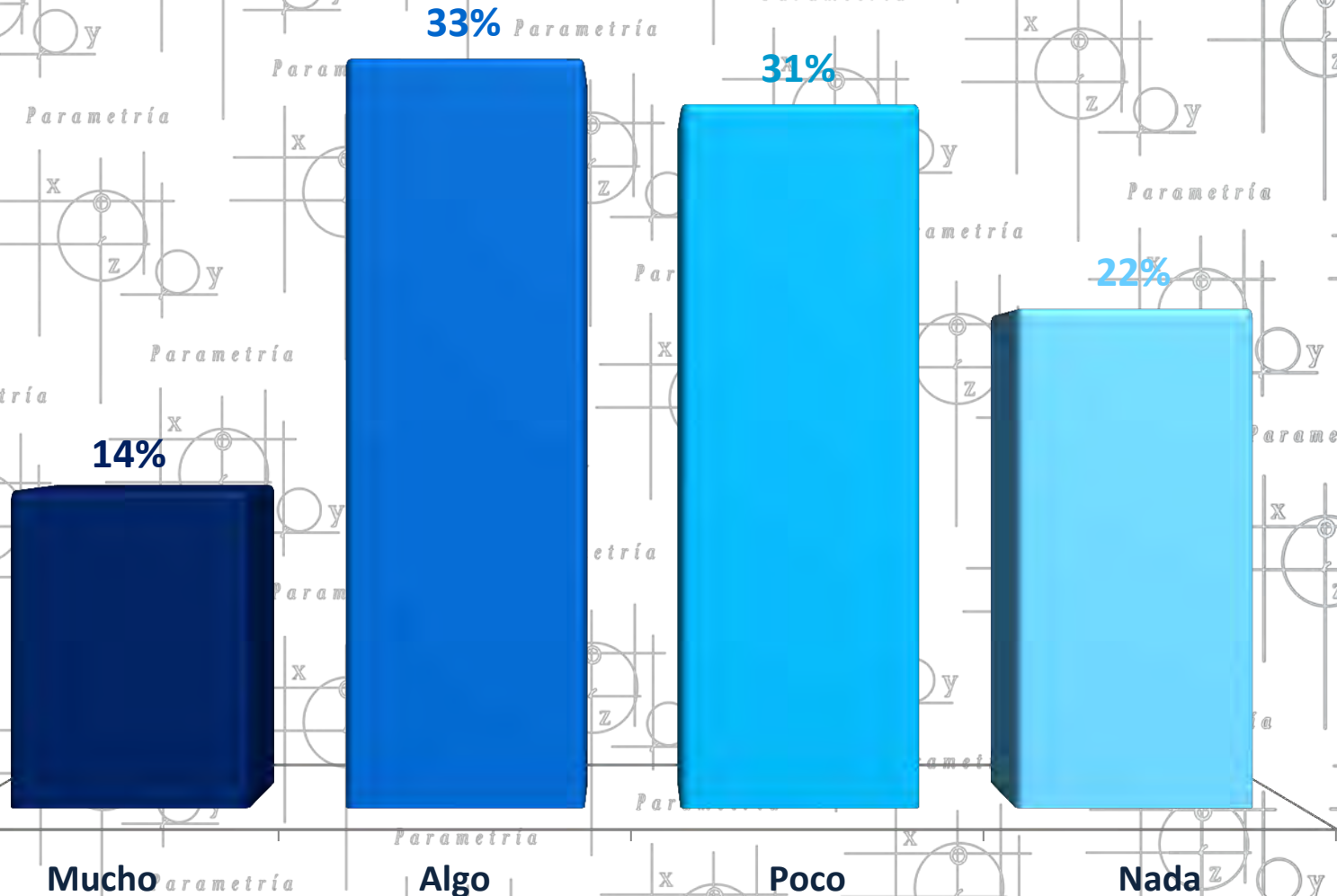


Motiva mucho a los ciudadanos

EVALUACIÓN CAMPAÑA GLOBAL

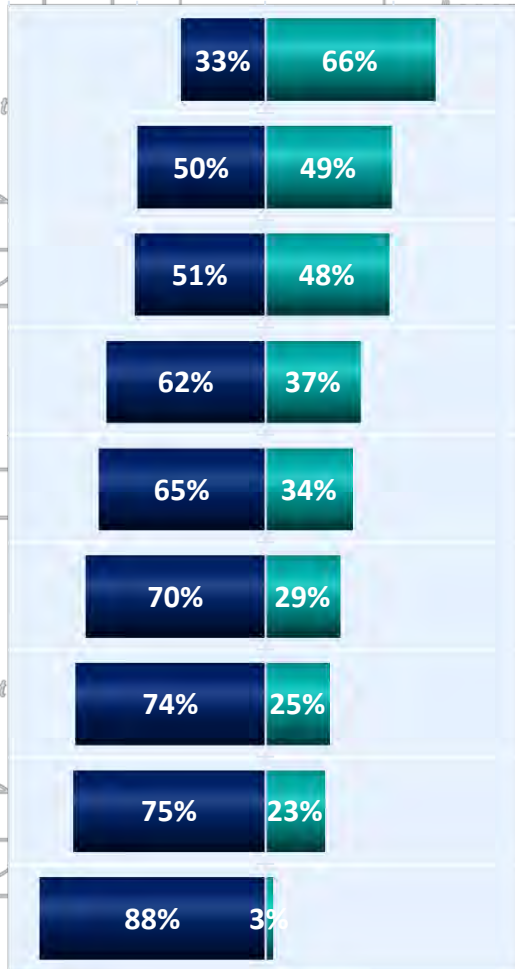


¿Qué tanto se identifica usted con los mensajes del IFE: mucho, algo poco o nada?



¿Cuáles cree usted que eran los mensajes que se querían transmitir con estos anuncios? ¿Algo más?

■ Sí mencionó ■ No mencionó



Invitar al ciudadano a mantener actualizada su credencial para votar

Recordar la necesidad de actualizar el domicilio, renovar o tramitar su credencial de elector

Motivar al ciudadano a participar

Recordar la fecha límite para actualizar el domicilio, renovar o tramitar su credencial de elector

Explicar la importancia de la participación de los ciudadanos

Explicar la importancia de la democracia

Explicar la importancia del IFE

Que los mexicanos que vivan en el extranjero se registren para votar

Otro

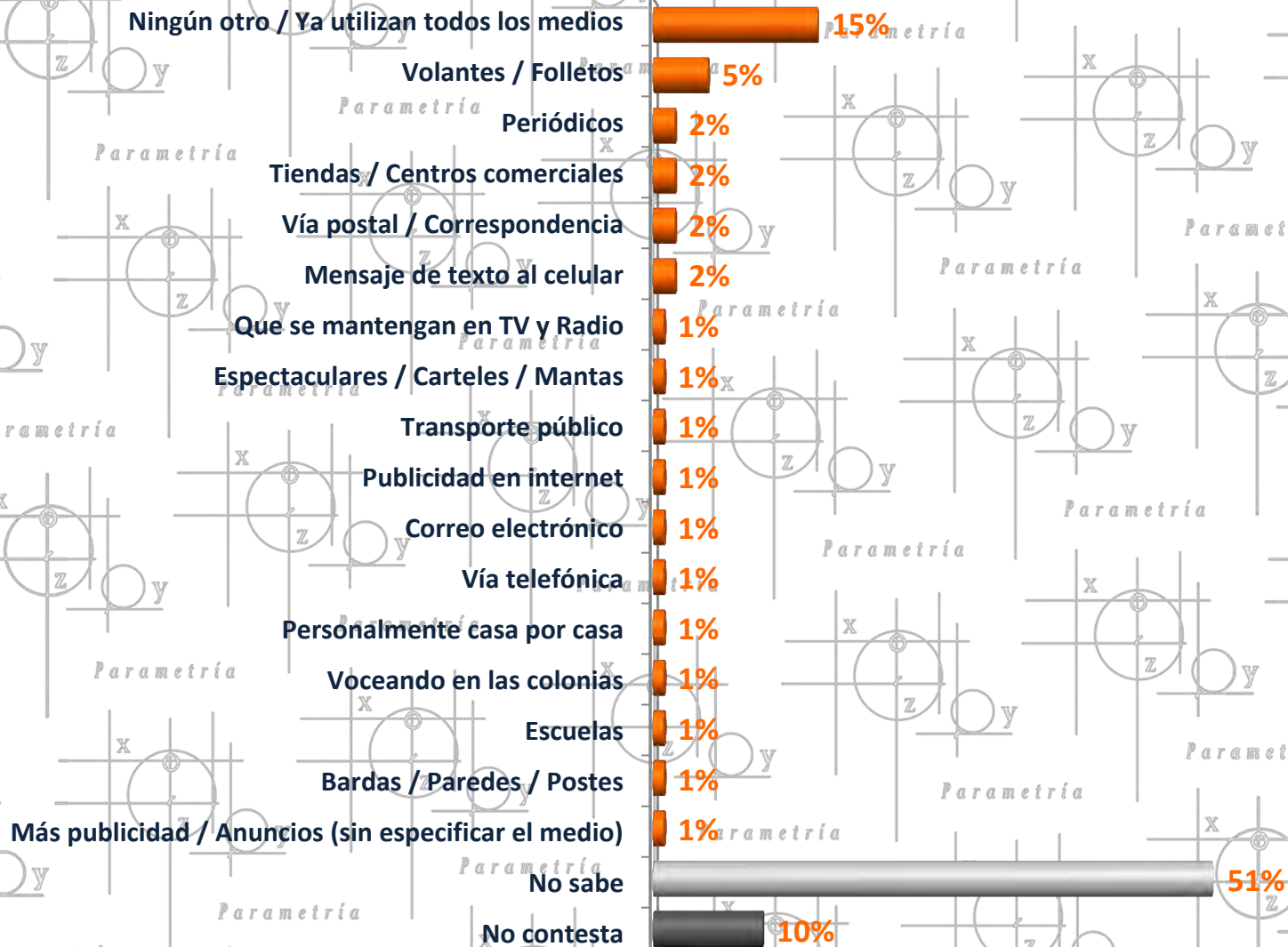
¿Los mensajes del IFE exhibidos en (...) le parecieron claros, precisos, útiles?

■ De acuerdo ■ En desacuerdo ■ Ni acuerdo ni en desacuerdo ■ Ns/Nc

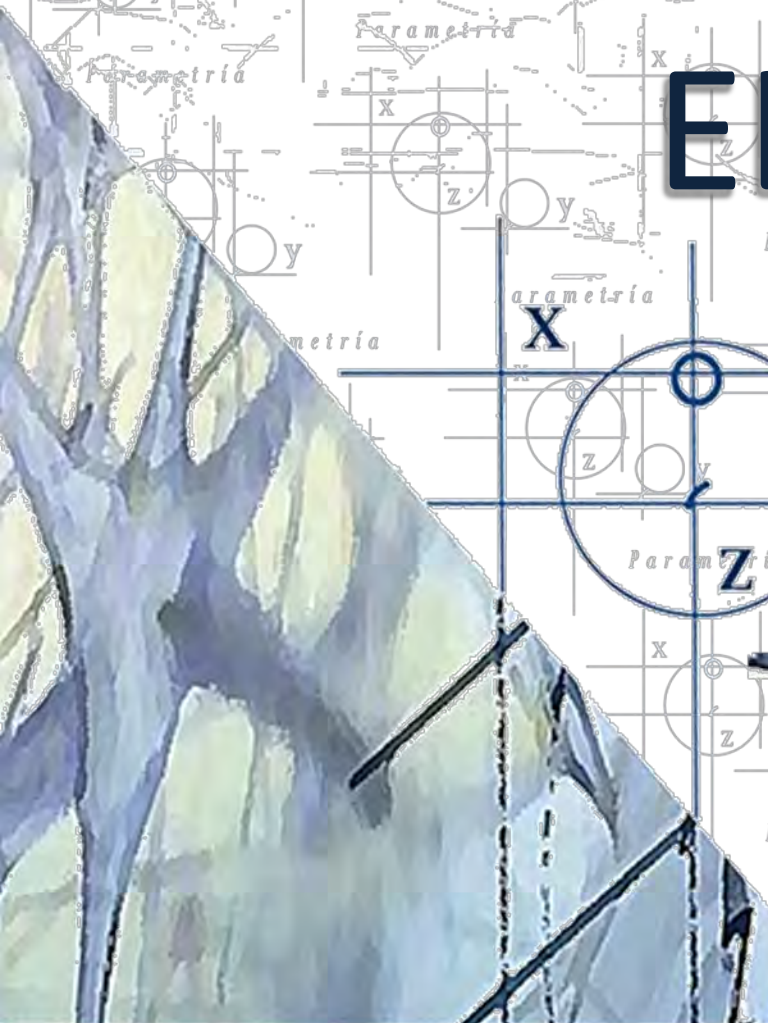


¿Qué otro medio le parece que el IFE debe utilizar para enviarle sus mensajes?

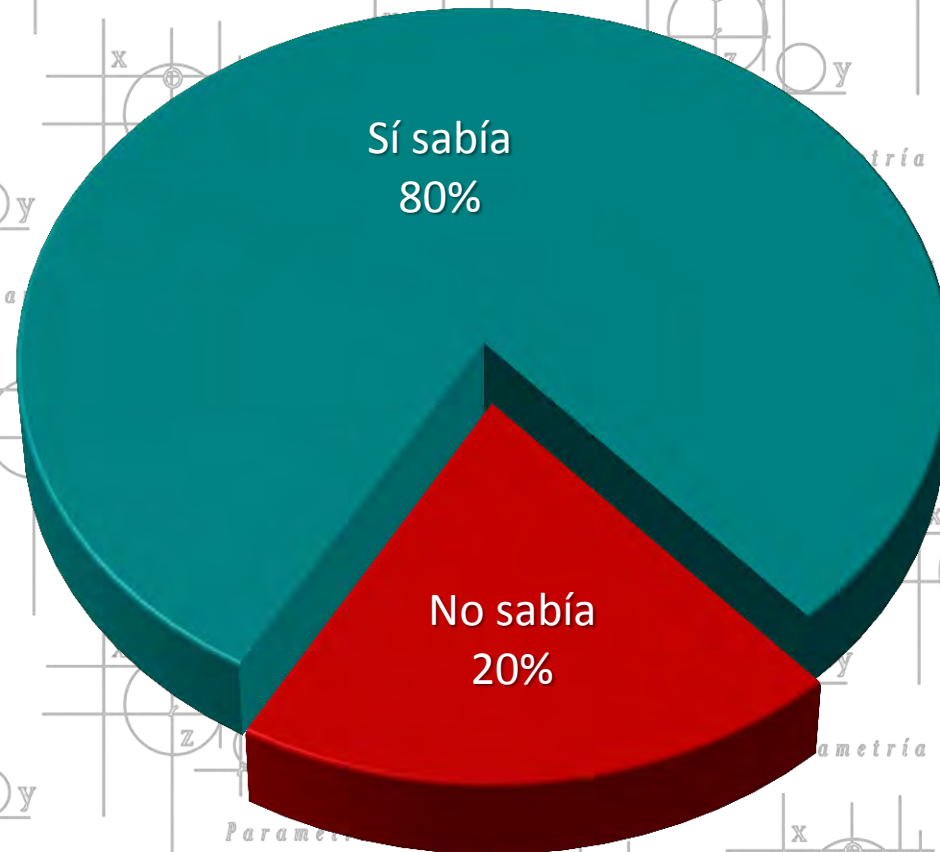
Pregunta abierta



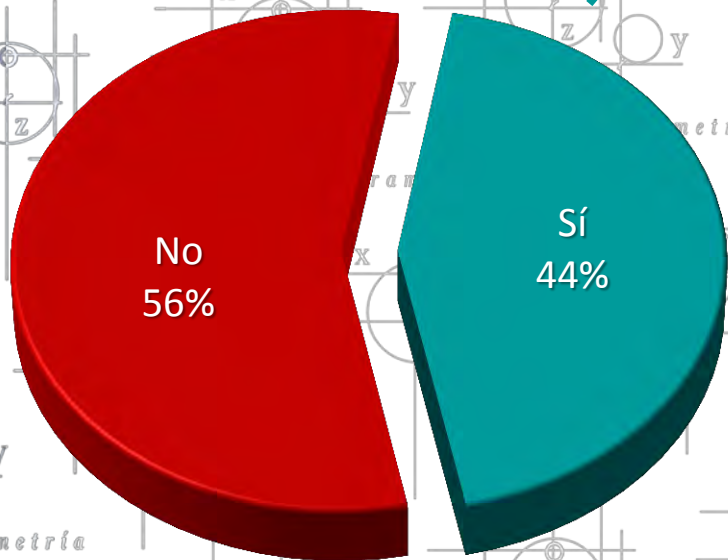
VOTO EN EL EXTRANJERO



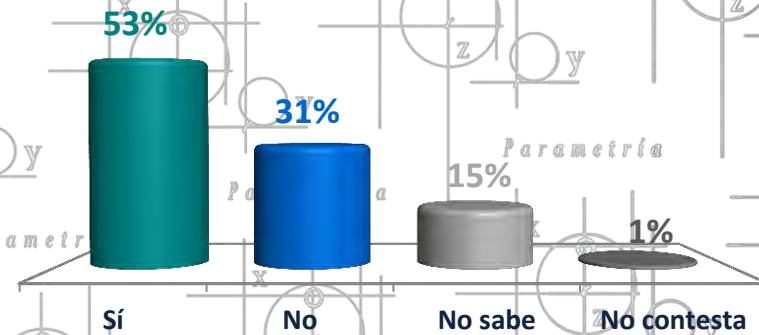
¿Usted sabía que los mexicanos que viven en el extranjero pueden votar por el próximo Presidente de la República?



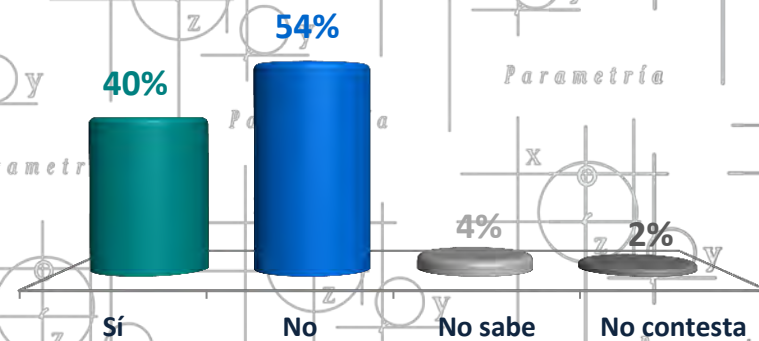
¿Usted tiene familiares o amigos de 18 años en adelante que vivan en el extranjero con los que tenga comunicación?



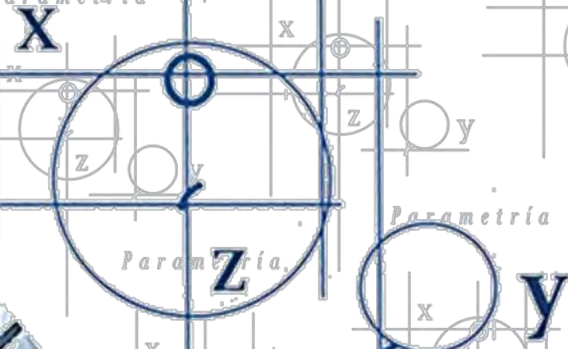
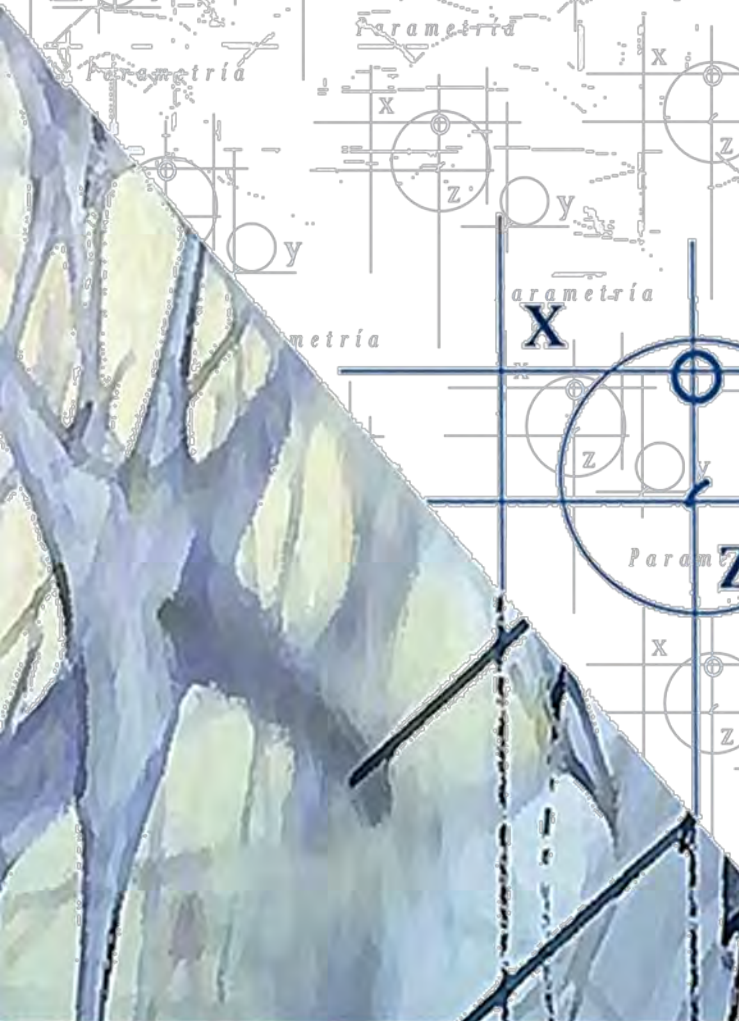
¿Usted cree que sus familiares y amigos mayores de 18 años en adelante que viven en el extranjero tengan interés en votar en la próxima elección de Presidente de la República?



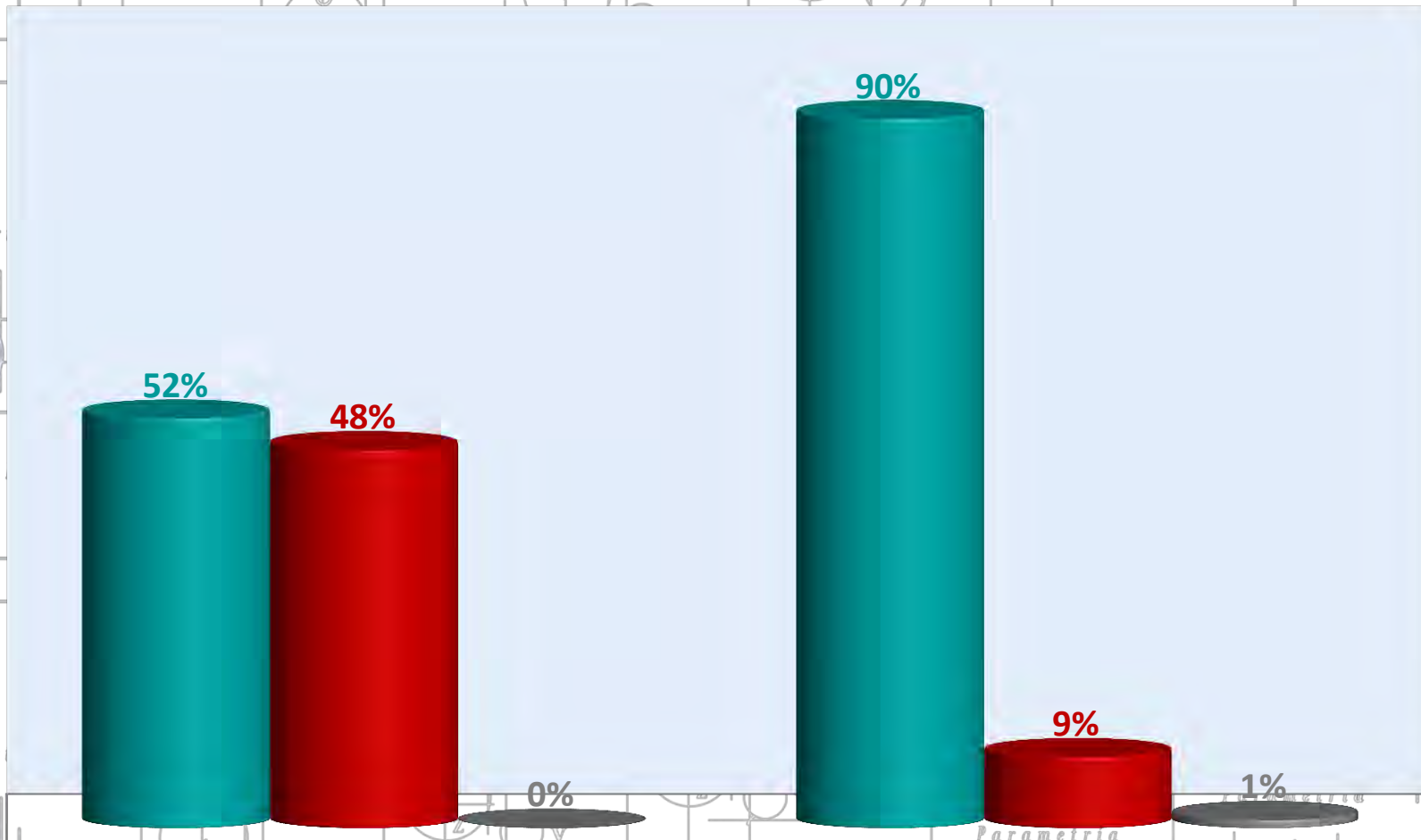
¿Usted le ha dicho a sus familiares y amigos de 18 años en adelante que viven en el extranjero que se inscriban para que puedan votar en la próxima elección de Presidente de la República?



ACTUALIZACIÓN DE DATOS



■ Sí ■ No ■ No contesta



¿Usted actualizó su credencial para votar durante este año?

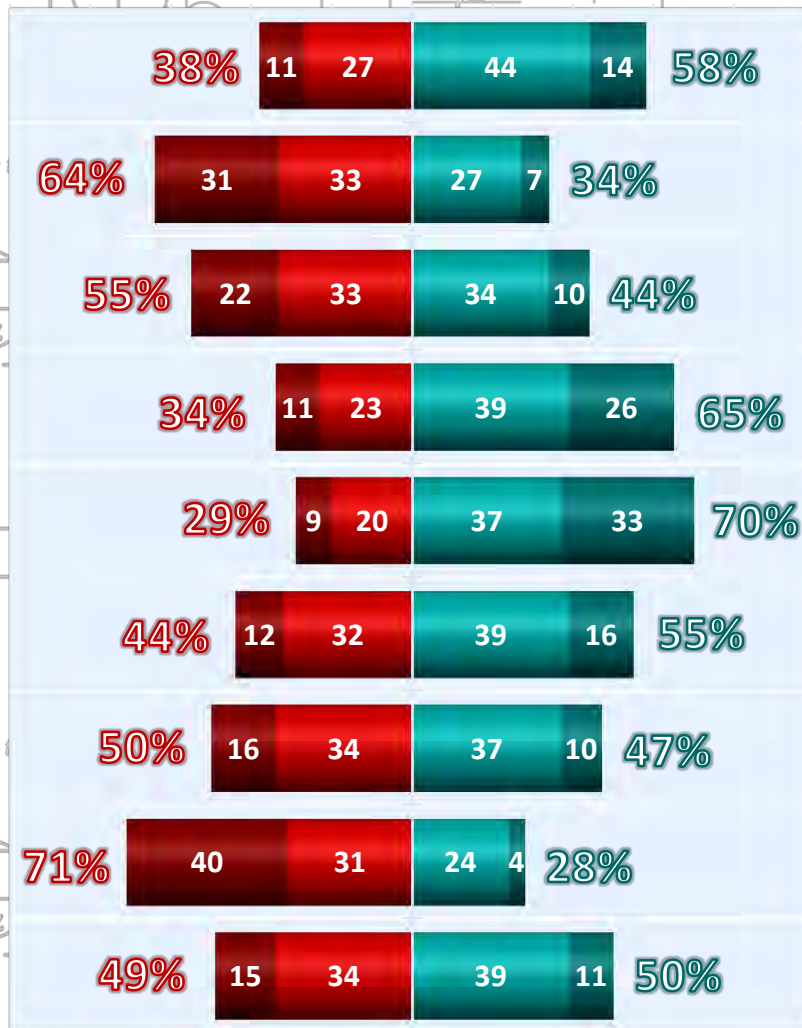
¿Usted tiene su credencial para votar actualizada con el domicilio donde vive?

CONFIANZA EN INSTITUCIONES



Podría decirme, ¿qué tanta confianza le inspira cada una de las siguientes instituciones?

■ Algo de confianza ■ Mucha confianza ■ Poca confianza ■ Nada de confianza



La Comisión Nacional de Derechos Humanos

Las Cámaras de Diputados y Senadores

La Presidencia de la República

El Ejército

La Iglesia

El Instituto Federal Electoral

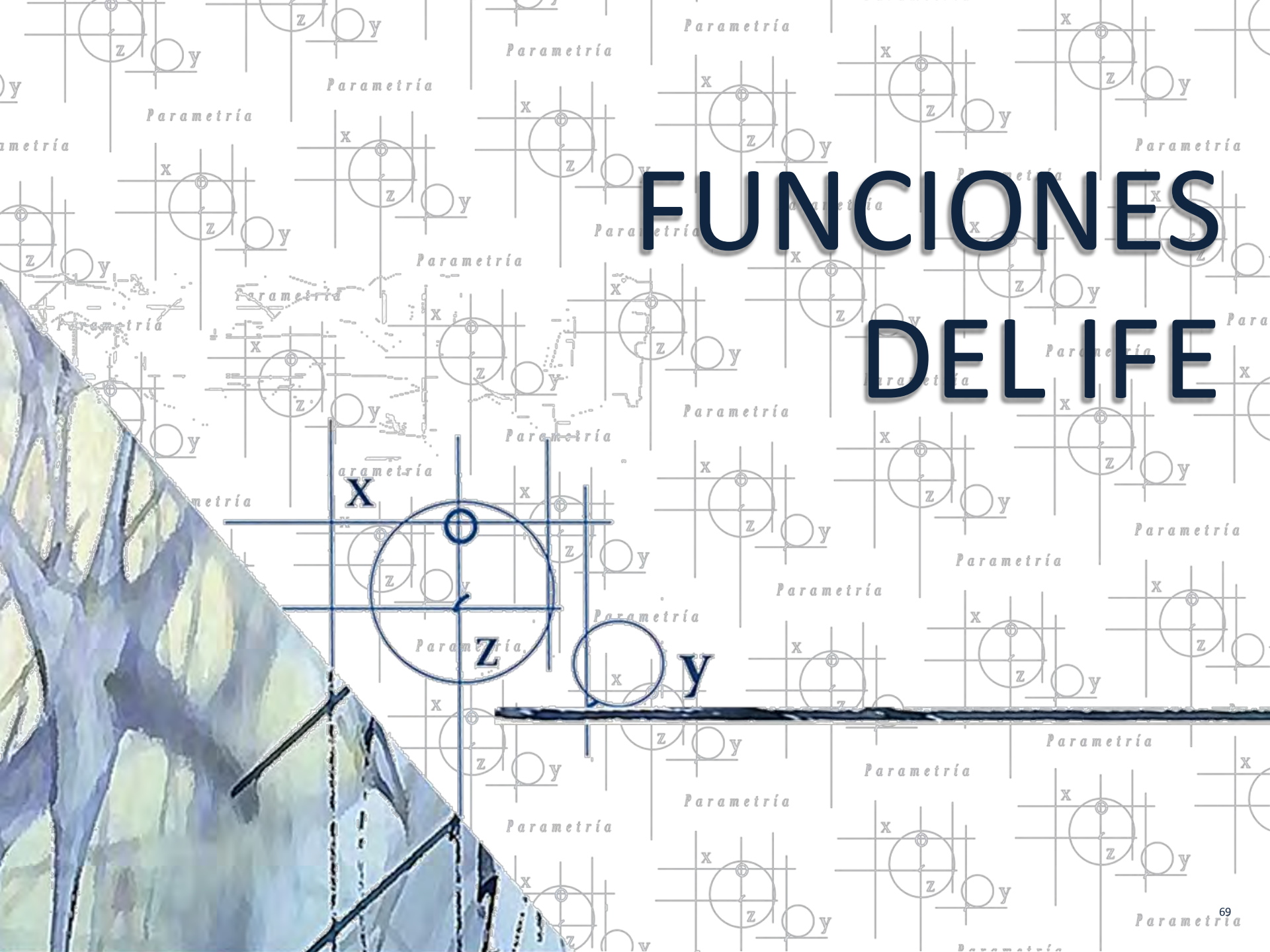
El Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TRIFE)

Los partidos políticos

Los medios de comunicación

Suma 100% agregando "no sabe" y "no contesta".

FUNCIONES DELIFE



Con lo que usted sabe o ha escuchado,
¿cuál es la función principal del Instituto Federal Electoral?

Tramitar la credencial para votar

30%

Organizar las elecciones

25%

Contar los votos

14%

Promover la educación cívica

12%

Vigilar a los partidos políticos

10%

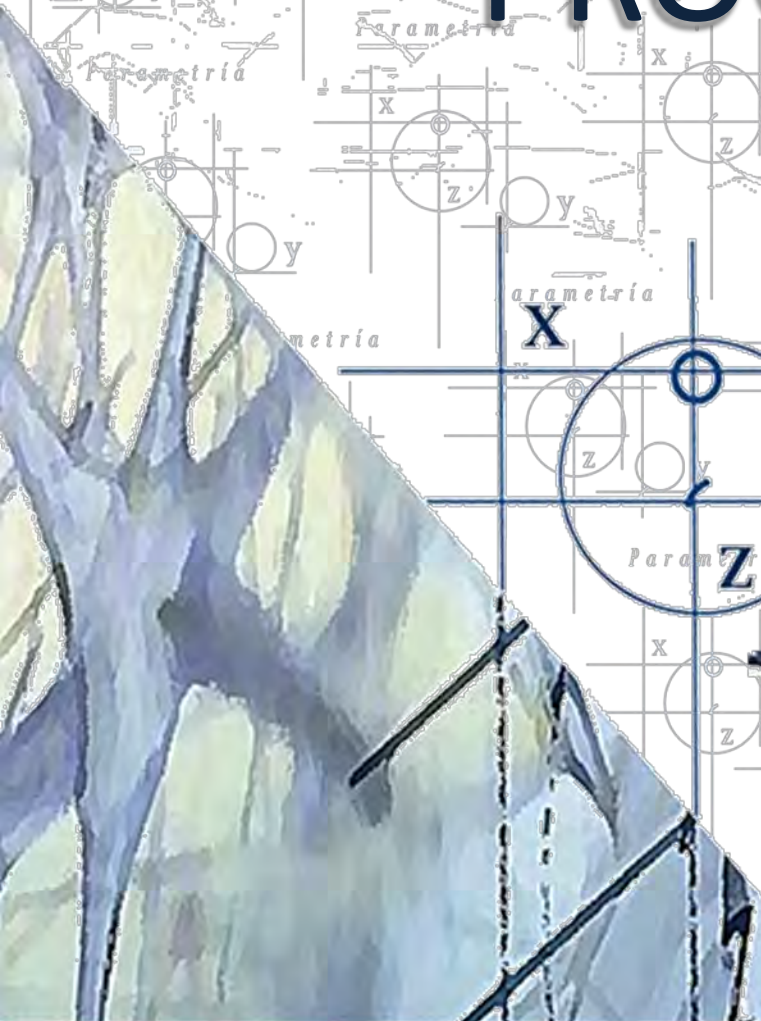
Otro

4%

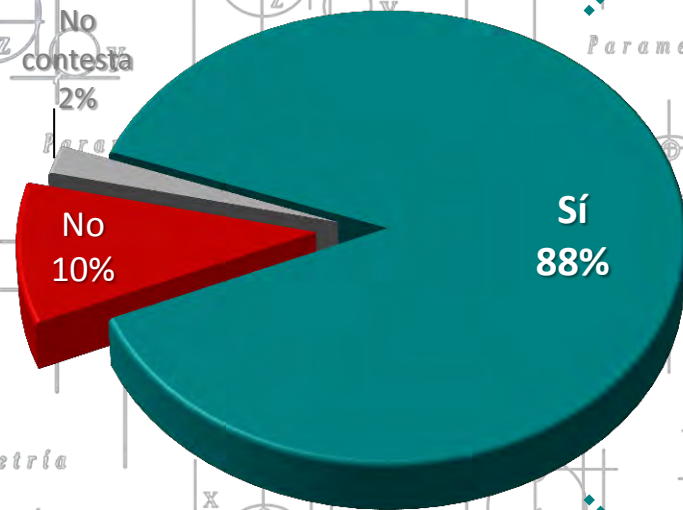
Ns / Nc

5%

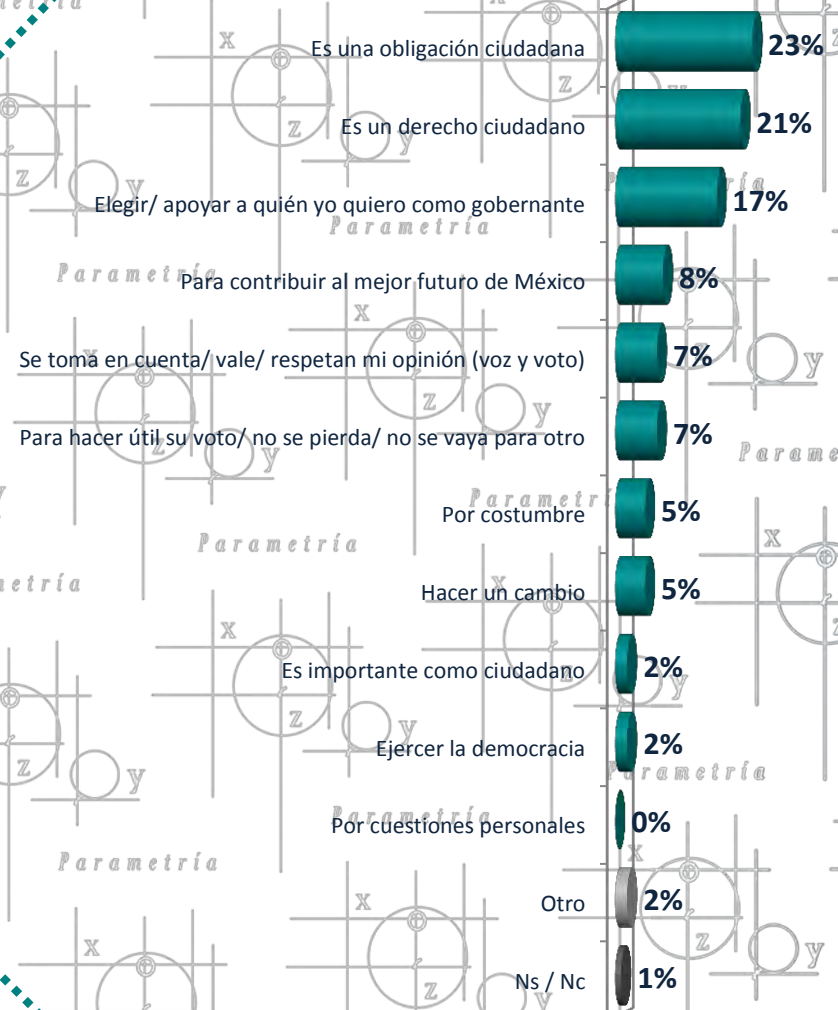
PARTICIPACIÓN EN EL PROCESO ELECTORAL DEL 1 DE JULIO



¿Piensa usted votar en las próximas elecciones del 1 de julio del 2012 donde se elegirá Presidente de la República, Diputados Federales y Senadores?

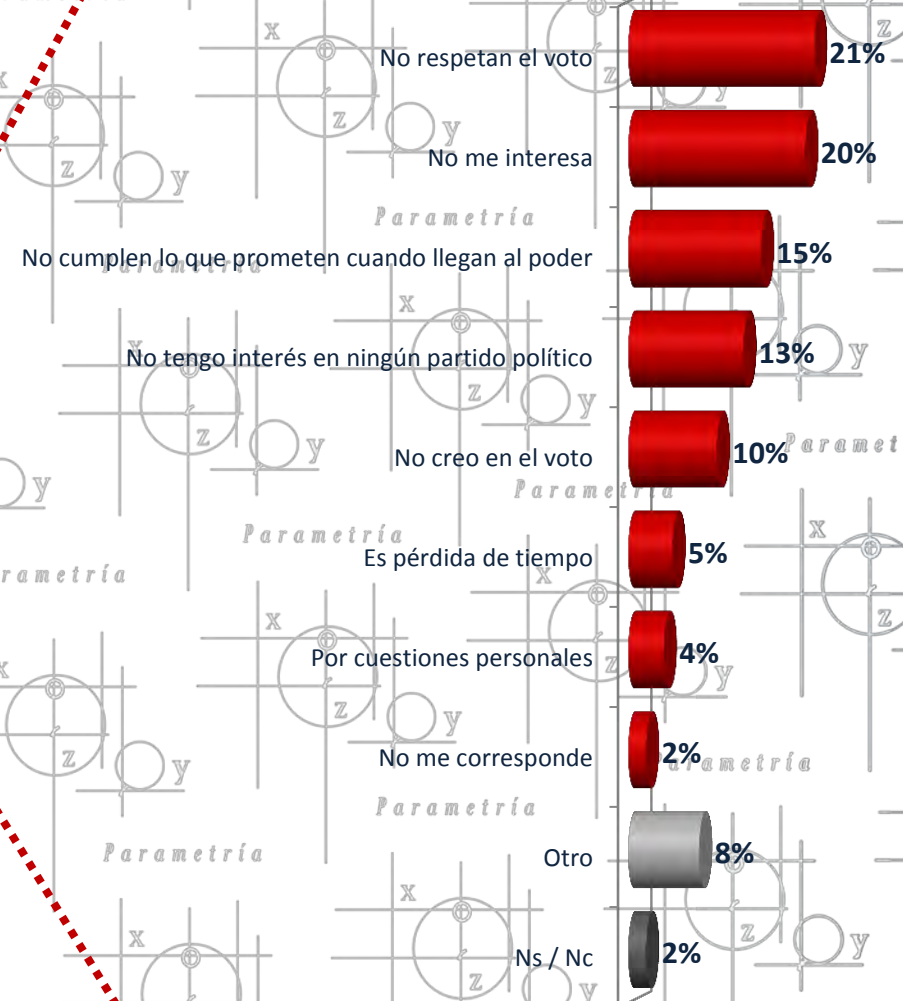
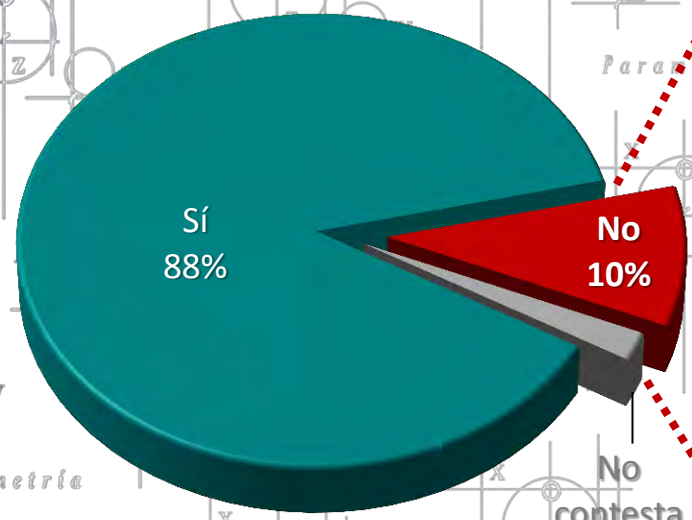


¿Por qué acudirá a votar?

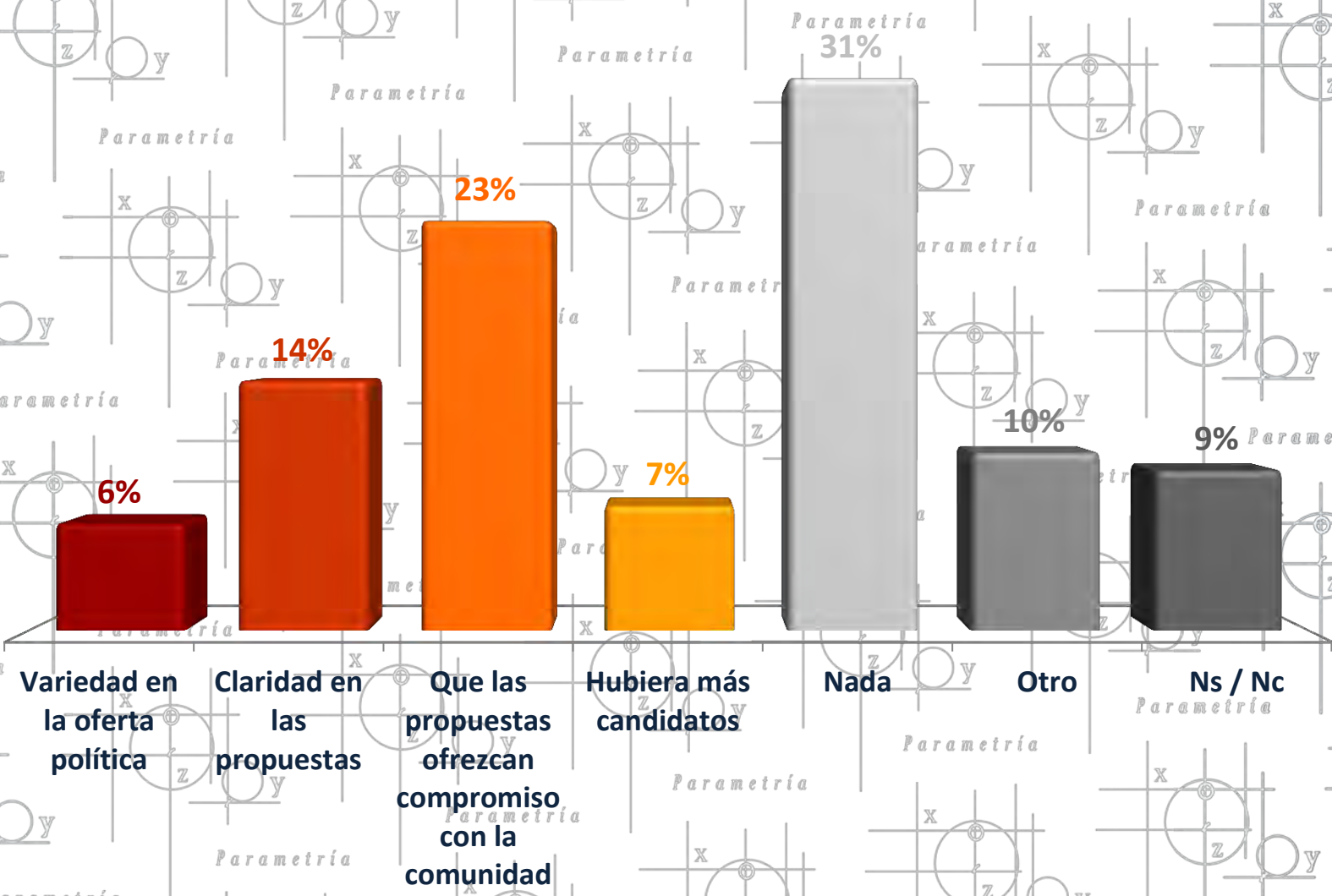


¿Piensa usted votar en las próximas elecciones del 1 de julio del 2012 donde se elegirá Presidente de la República, Diputados Federales y Senadores?

¿Por qué NO acudirá a votar?



¿Qué lo motivaría a votar? (Sólo quienes NO piensan votar)



¿Está usted dispuesto o no a ser funcionario de casilla en las elecciones?

Sí está dispuesto

32%

No está dispuesto

65%

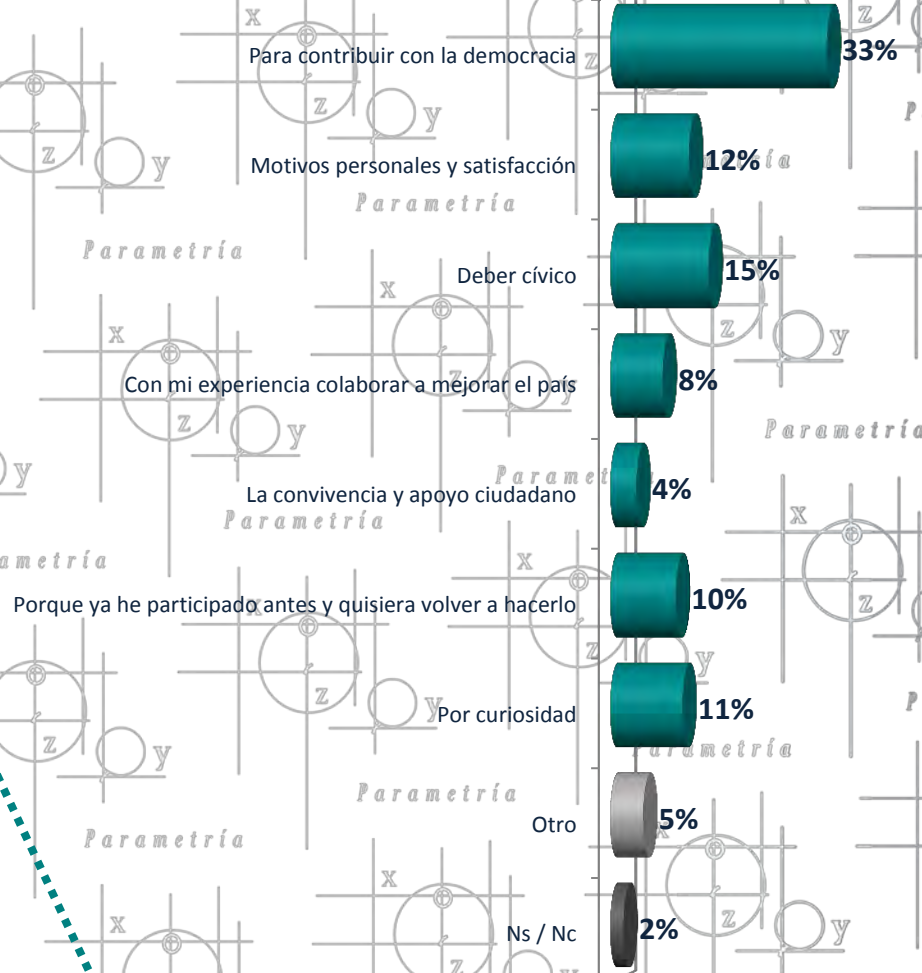
No sabe

2%

No contesta

1%

¿Por qué Sí participaría como funcionario de casilla en la próxima elección?



¿Está usted dispuesto o no a ser funcionario de casilla en las elecciones?

¿Por qué NO participaría como funcionario de casilla en la próxima elección?

Sí está dispuesto



32%

No está dispuesto



65%

No sabe



2%

No contesta



1%

Porque no tiene tiempo



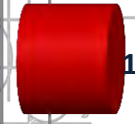
51%

Es una pérdida de tiempo



16%

Porque no le interesa o no quiere participar



14%

Porque ya ha participado antes y fue una experiencia desagradable



6%

Porque no confía en los partidos políticos



4%

Otro



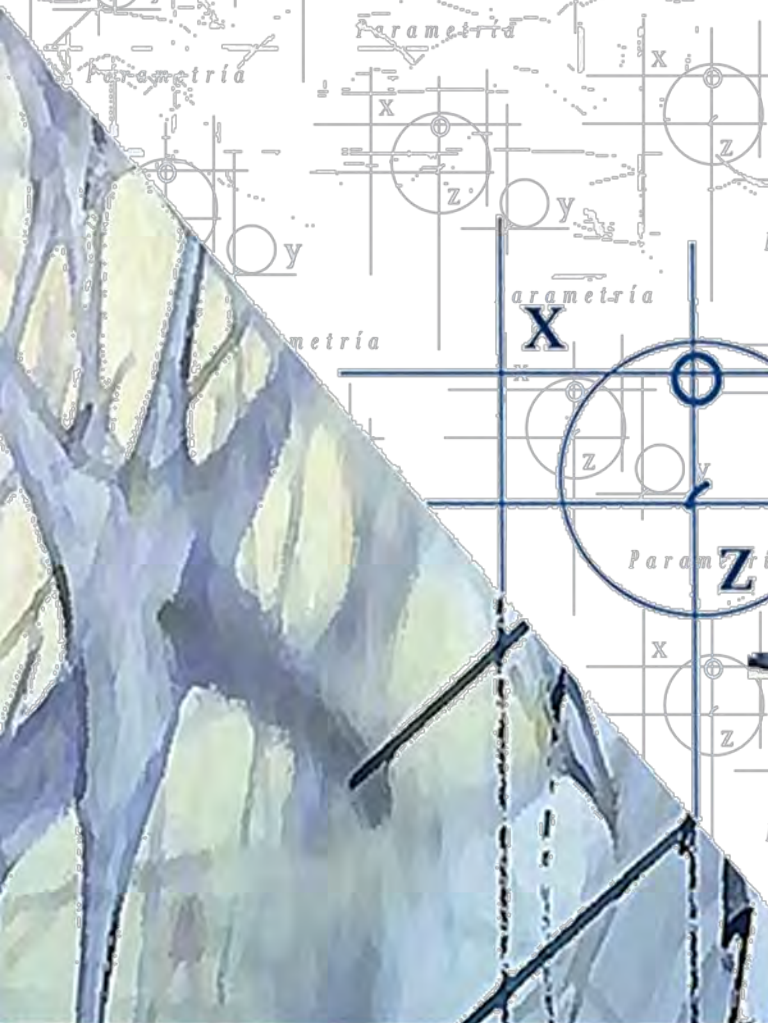
7%

Ns/ Nc



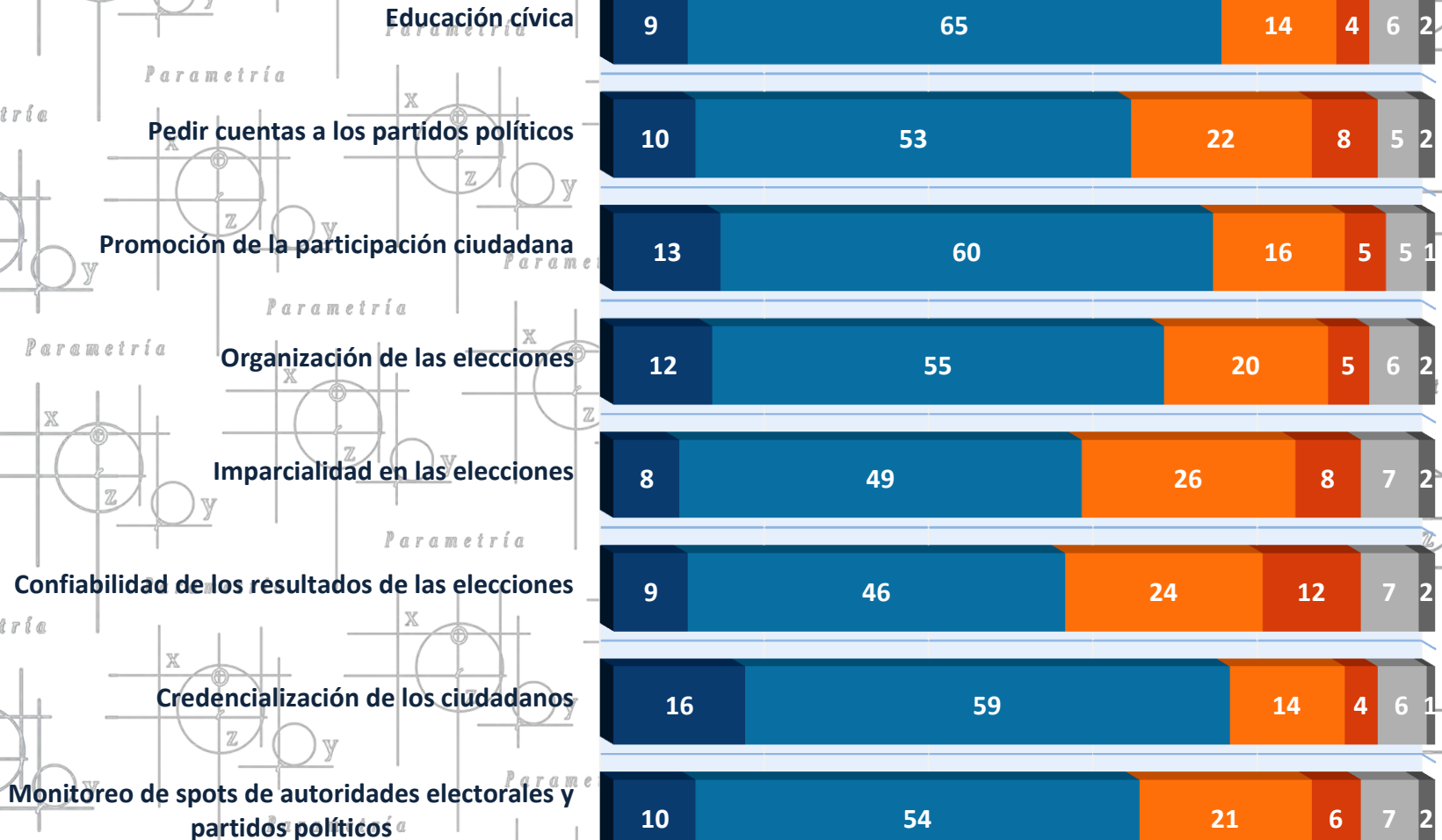
2%

EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DEL IFE



¿Cómo calificaría el actual desempeño del IFE en los siguientes aspectos?

■ Muy bien ■ Bien ■ Mal ■ Muy mal ■ Regular ■ Ns/ Nc



SOCIO DEMOGRÁFICOS



¿Qué edad tiene usted?

¿Tiene usted credencial para votar?

18 a 25 años

17%

26 a 35 años

22%

36 a 45 años

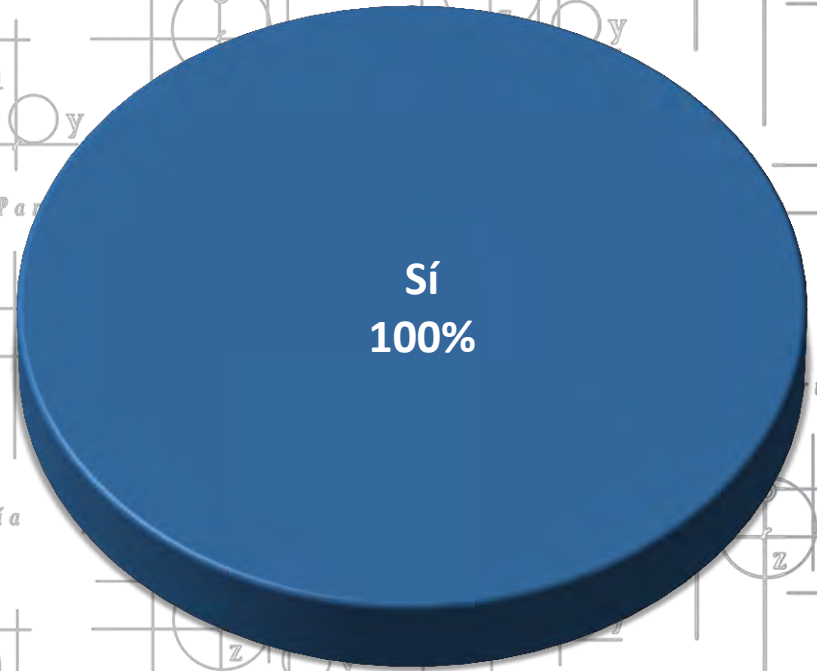
21%

46 a 55 años

17%

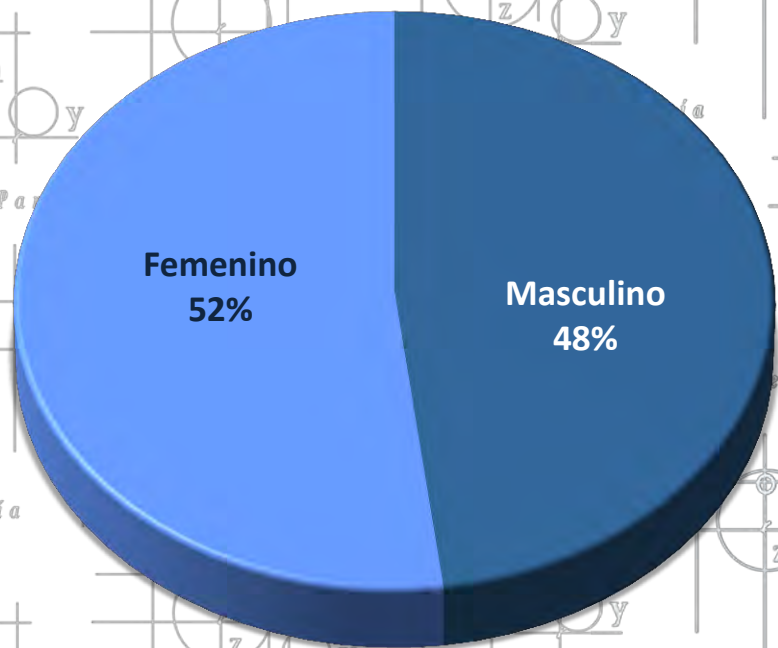
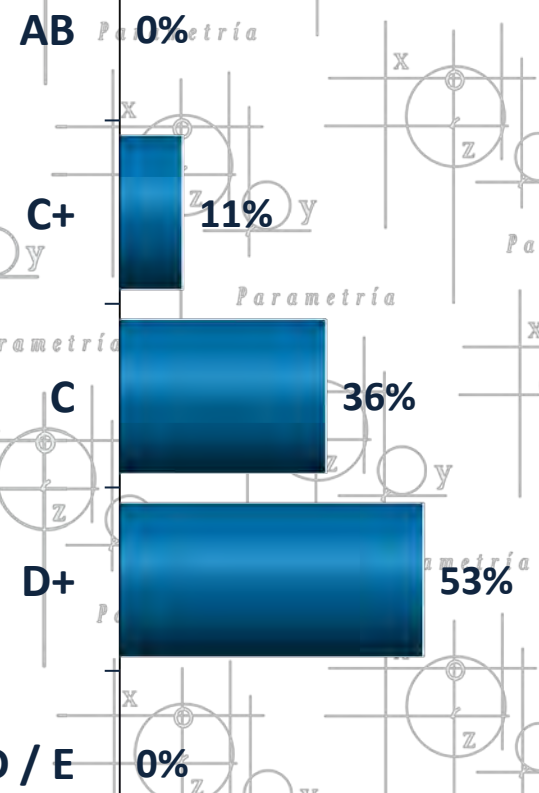
56 años o más

23%

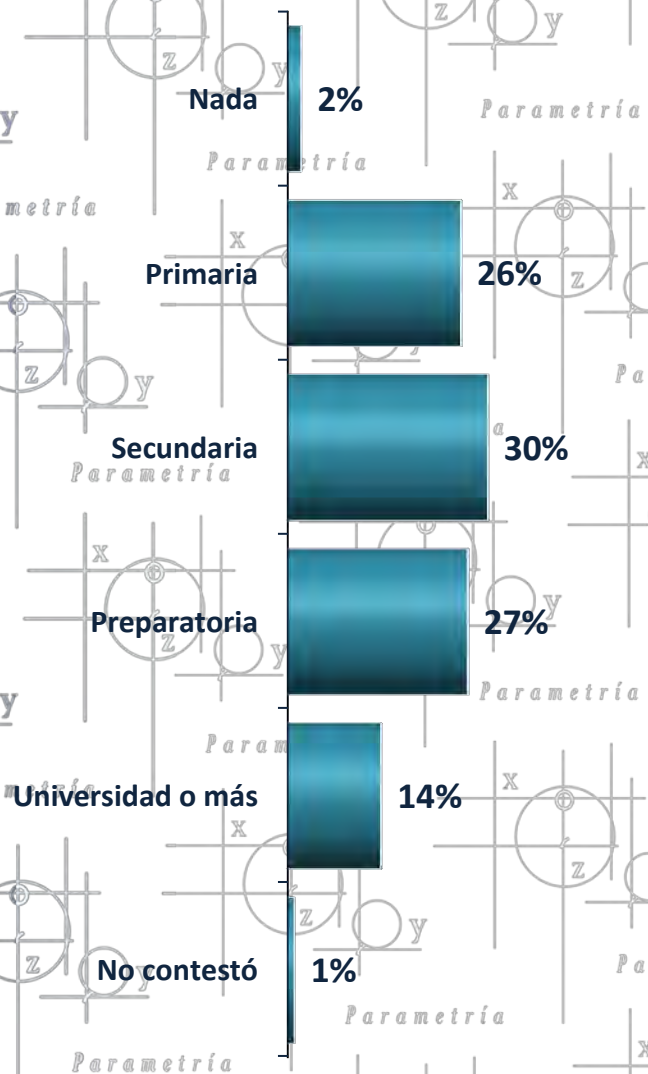


Nivel socioeconómico

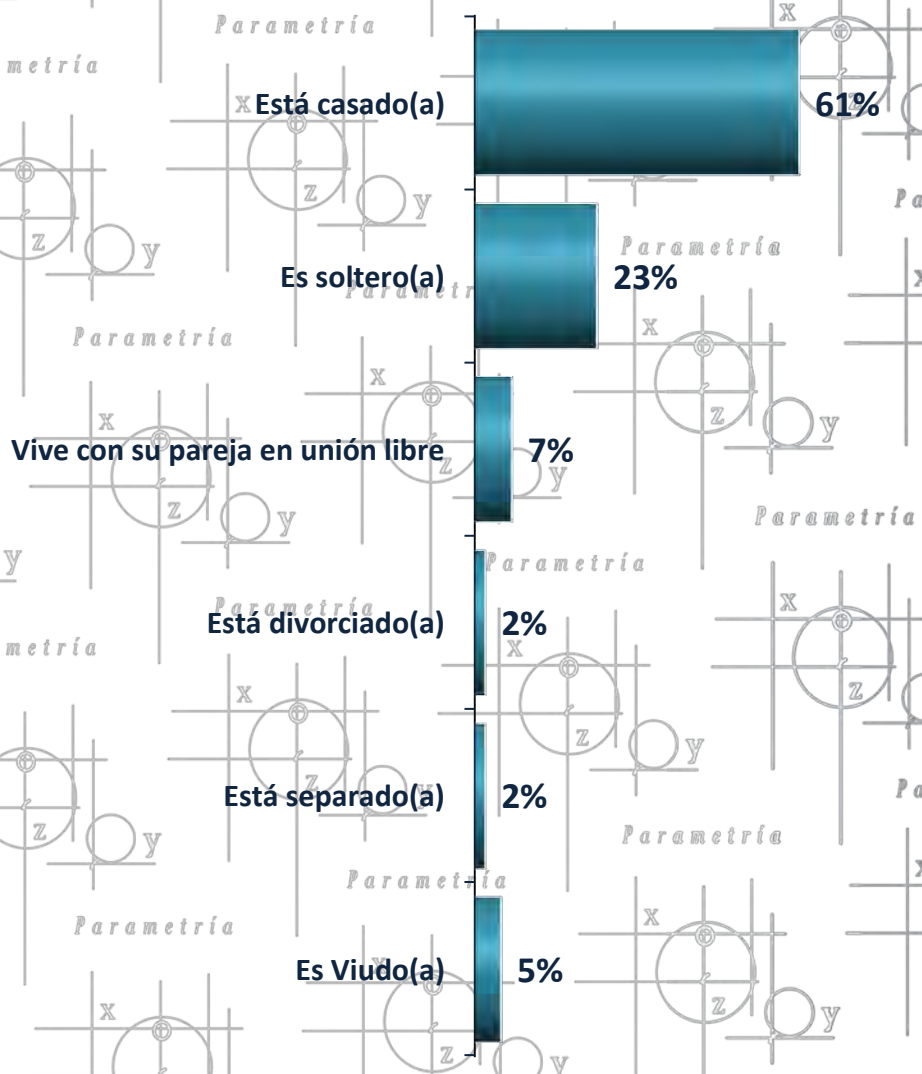
Género:



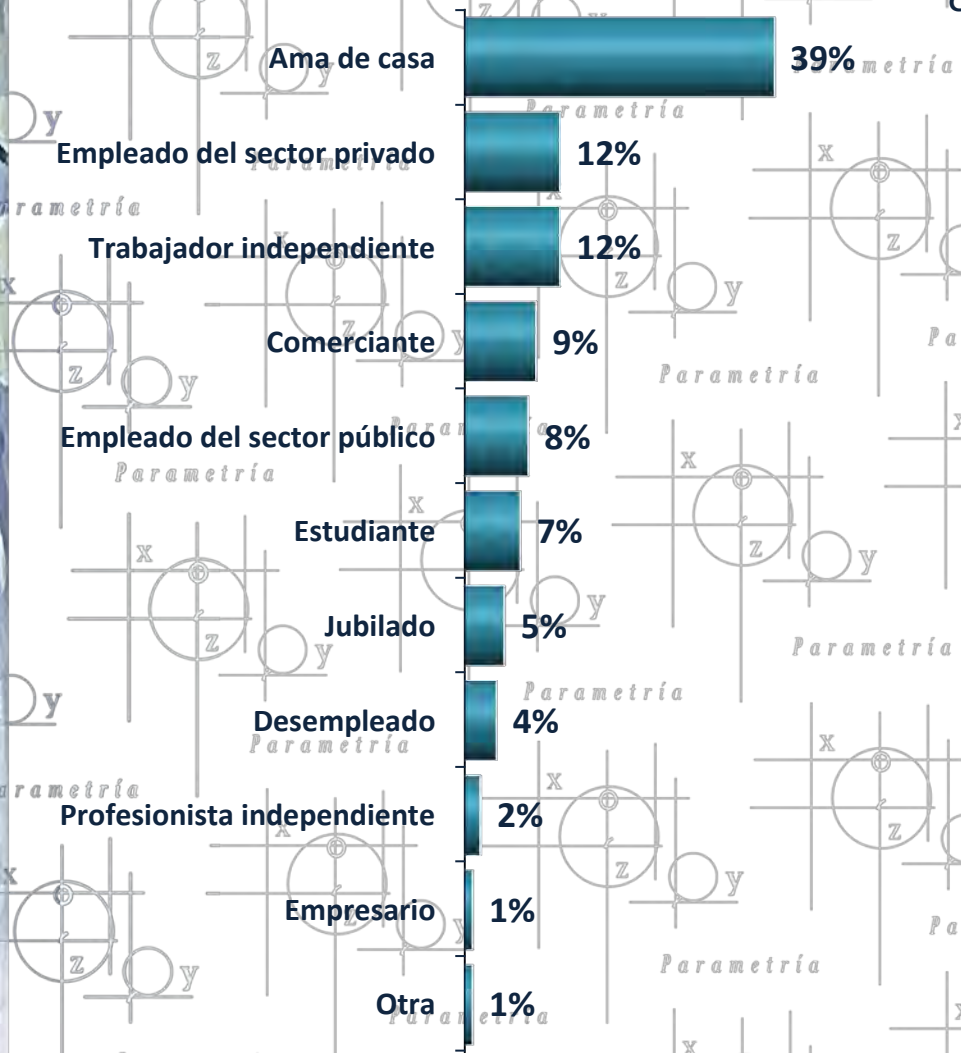
¿Hasta qué año estudió usted?



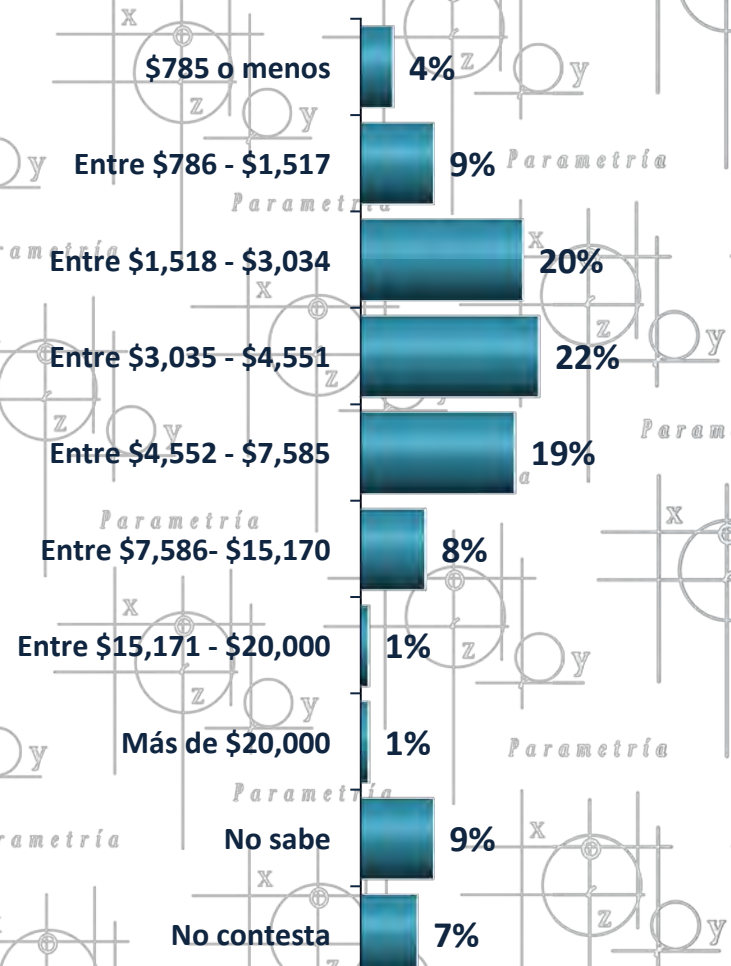
¿Cuál es su estado civil?



¿Cuál es su principal ocupación?



Entre todas las personas que viven con usted, ¿aproximadamente cuánto ganan al mes?



¿Usted tiene automóvil propio?

