



Lexia

Insights Solutions



	15_0449 POST TEST ELECTORAL Ola 2
	Diciembre, 2015

Agenda

RE

- Reto Estratégico
 - Objetivos de investigación

HI

- Herramientas de Investigación
 - Metodología
 - Muestra final por Distritos Electorales

DI

- Descubrimos Insights
 - Insights Estratégicos
 - Desarrollo de Hallazgos

SE

- Soluciones Estratégicas y Líneas de Acción

- Medir la atribución publicitaria del INE.
- Evaluar la comunicación del INE en términos de:
 - Impacto.
 - Mensajes transmitidos.
 - Respuesta generada.
 - Percepción de la institución.
- Definir las fortalezas y debilidades de esta sub campaña.

Del 02 de noviembre al 20 de noviembre realizamos 1500 entrevistas cara a cara en hogares a hombres y mujeres mayores de 18 años. La edad, género y Nivel Socioeconómico (NSE) se distribuyeron de la siguiente manera:



Perfil	Muestra	%	N'
	•18 a 24 años	22%	325
	•25 a 34 años	25%	378
	•35 a 44 años	23%	344
	•45 a 64 años	25%	371
	•Más de 65	4%	82
	•Masculino	46%	685
	•Femenino	54%	815
	•AB	2%	31
	•C+	13%	199
	•C Típico	20%	306
	•C-	21%	317
	•D+	22%	324
	•D	20%	301
	•E	2%	22

› El error muestral de 1500 entrevistas con un nivel de confianza del 95%, es de +2.53%.

El cuestionario tuvo una duración promedio de 25 minutos.

Para contar con una representatividad nacional realizamos un muestreo aleatorio estratificado polietápico.

- Selección de forma aleatoria de los Distritos Electorales donde se realizará el levantamiento, de tal manera que sea una muestra representativa del total de la población en los 300 distritos.
- Selección aleatoria para definir las zonas específicas de trabajo (levantamiento de campo) o Áreas Geo estadísticas Básicas (AGEB), que incluye una división por colonias o zonas a consultar.
- Selección de 10 hogares en cada AGEB establecida, con salto sistémico (cada 10 hogares) en zonas urbanas, o bien, mediante selección aleatoria desde un punto de referencia reconocible en zonas rurales.



Hallazgos

(Insights Estratégicos)

Hallazgos (Insights Estratégicos)

Desempeño de la campaña

IE

- ✓ Los ciudadanos reconocen fuertemente la importancia de la credencial para votar.
- ✓ En particular los jóvenes la ven como un medio para identificarse y demostrar su edad.
- ✓ La actualización de la credencial es el trámite menos ‘urgente’, ya que sigue siendo ‘válida’.
- ✓ La campaña actual es más relevante y clara que la comunicación de incentivación del voto.
- ✓ Juglar es el comercial más recordado, mientras que Renovation Motion es el mejor valorado.



Hallazgos (Insights Estratégicos)

Valoración del Instituto

IE

- ✓ El INE cuenta con una imagen muy positiva entre los Mexicanos. Siendo la institución con una mayor confianza.
- ✓ Las elecciones y la credencial para votar son los principales elementos que caracterizan al Instituto.
- ✓ Se percibe como muy positiva la participación del INE en la organización de las elecciones locales, ya que 7 de cada 10 lo valora de forma positiva; principalmente por la claridad y organización que le dará el INE a las elecciones locales.
- ✓ Dos terceras partes de la población ya identifican el cambio de nombre de INE a IFE. Sin embargo, es necesario generar un mayor awareness del cambio no sólo en nombre sino atribuciones del instituto.

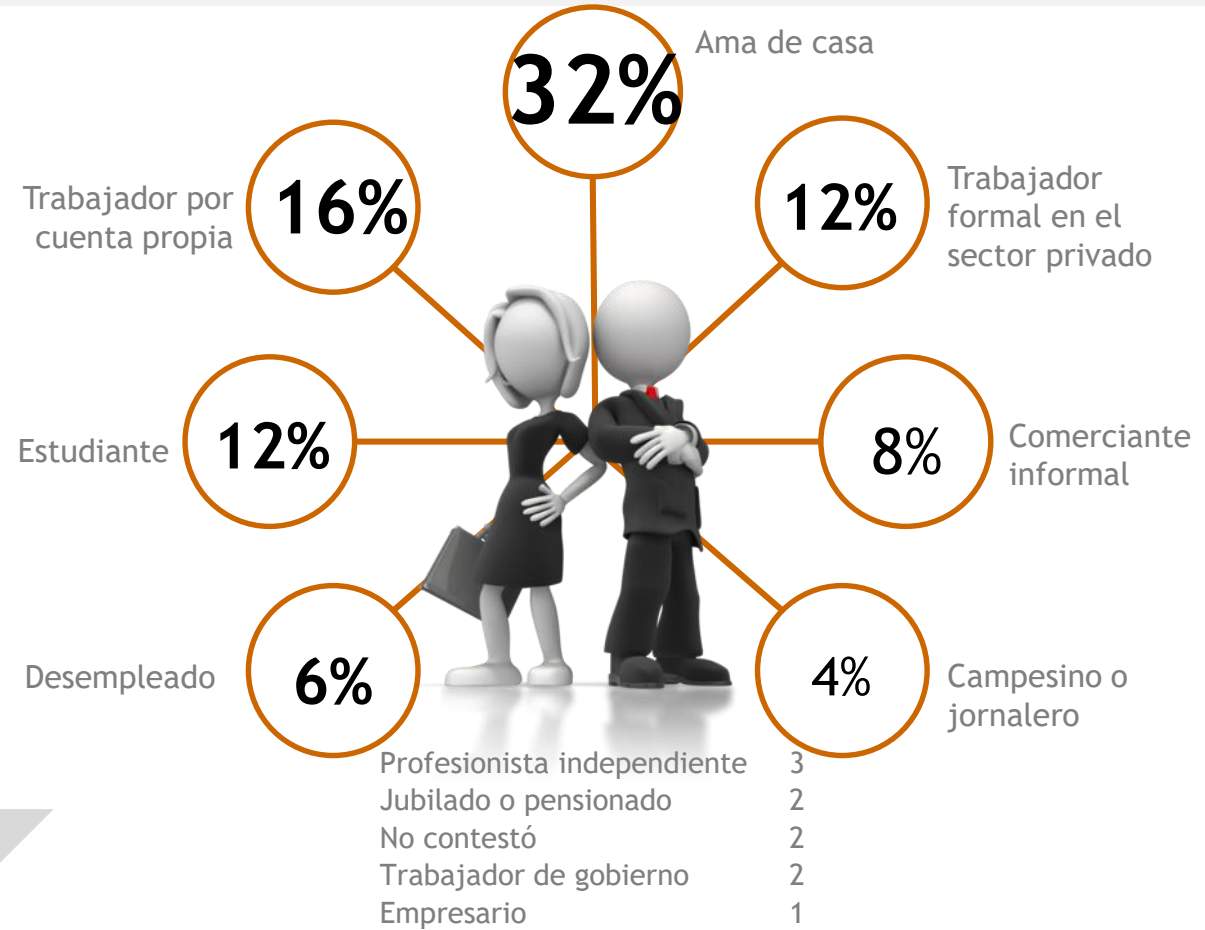
Perfil



Nivel de estudios y profesión



La escolaridad promedio de la población entrevistada se encuentra entre secundaria y preparatoria. Con relación a las profesiones que desempeñan, sobresalen las amas de casa, trabajadores por cuenta propia y trabajadores formales en el sector privado.

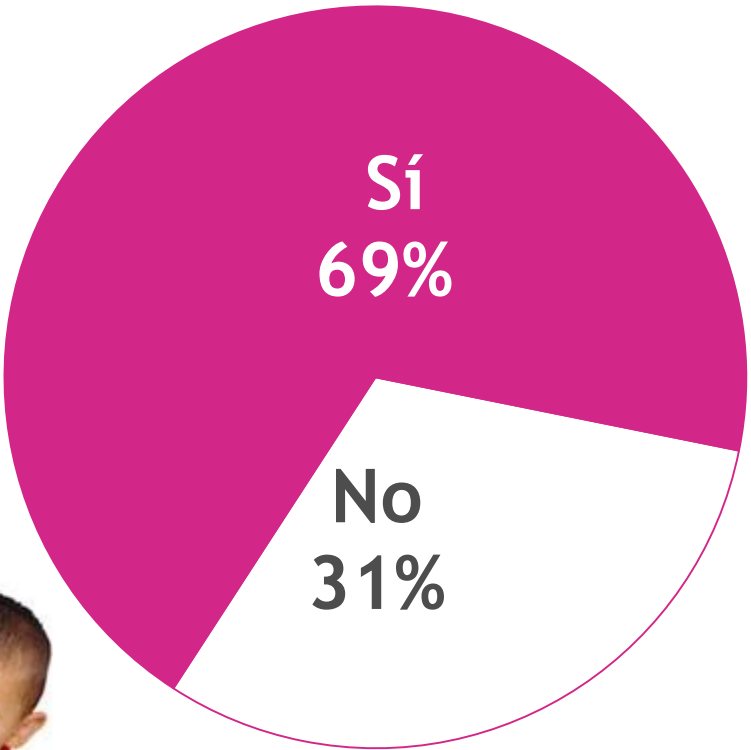


Base: 1500
F5. ¿Cuál es su grado máximo de estudios que haya terminado/concluido? F6. ¿Cuál es su principal ocupación?

En promedio 7 de cada 10 entrevistados tienen 3 hijos.



¿Tiene hijos?

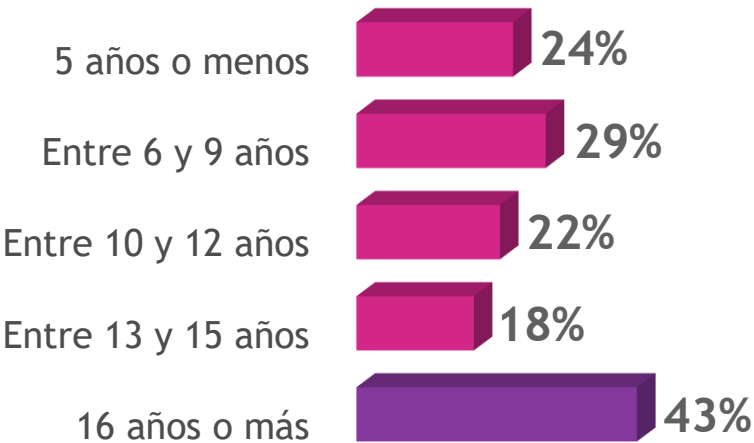


En promedio tienen:

3 hijos



Con edades de...



Base: 1500

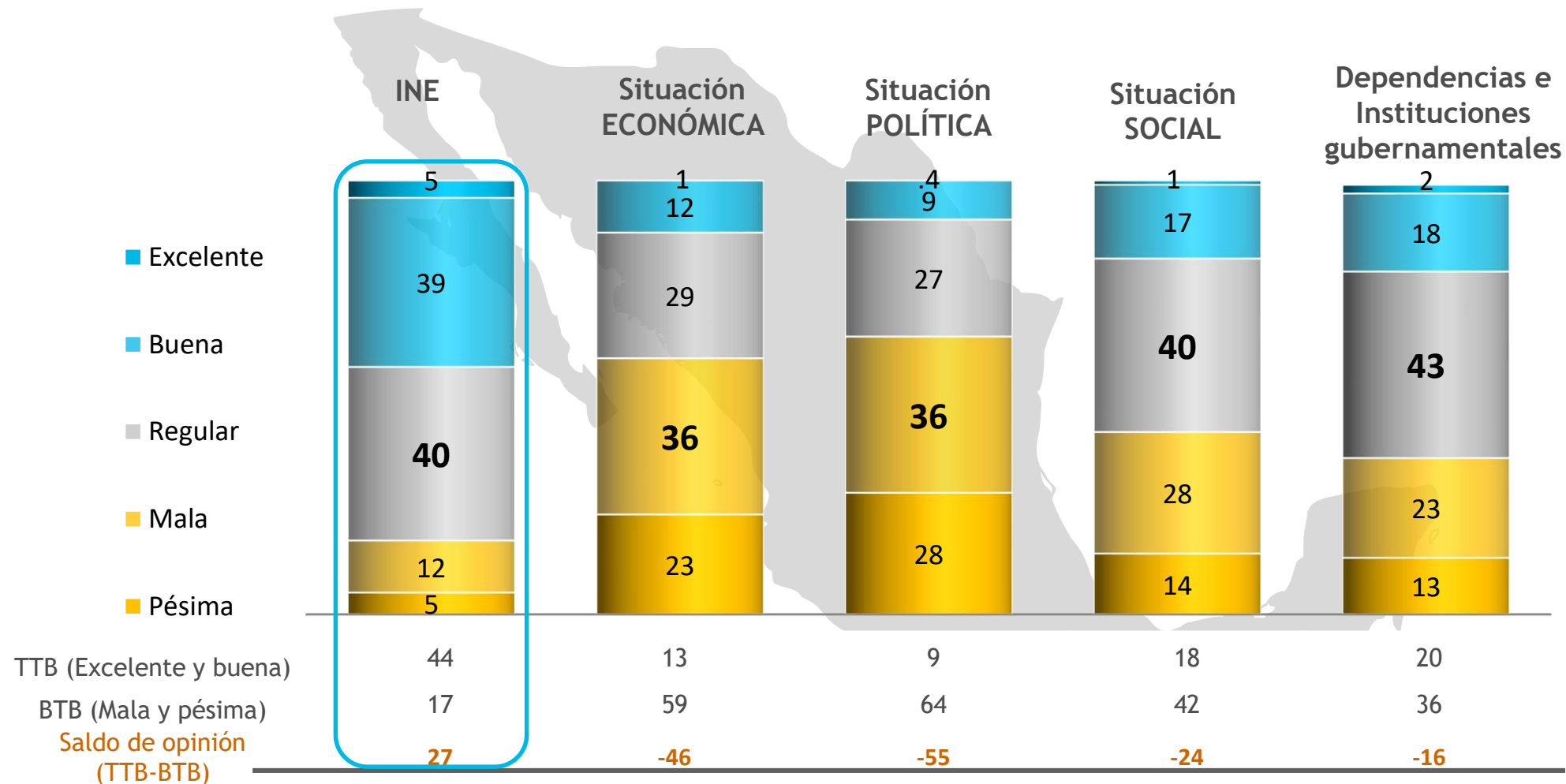
F7. ¿Usted tiene hijos? F8. ¿Cuántos hijos tiene? F9. ¿Cuál es la edad de sus hijos?

Valoración del INE



Situación de México

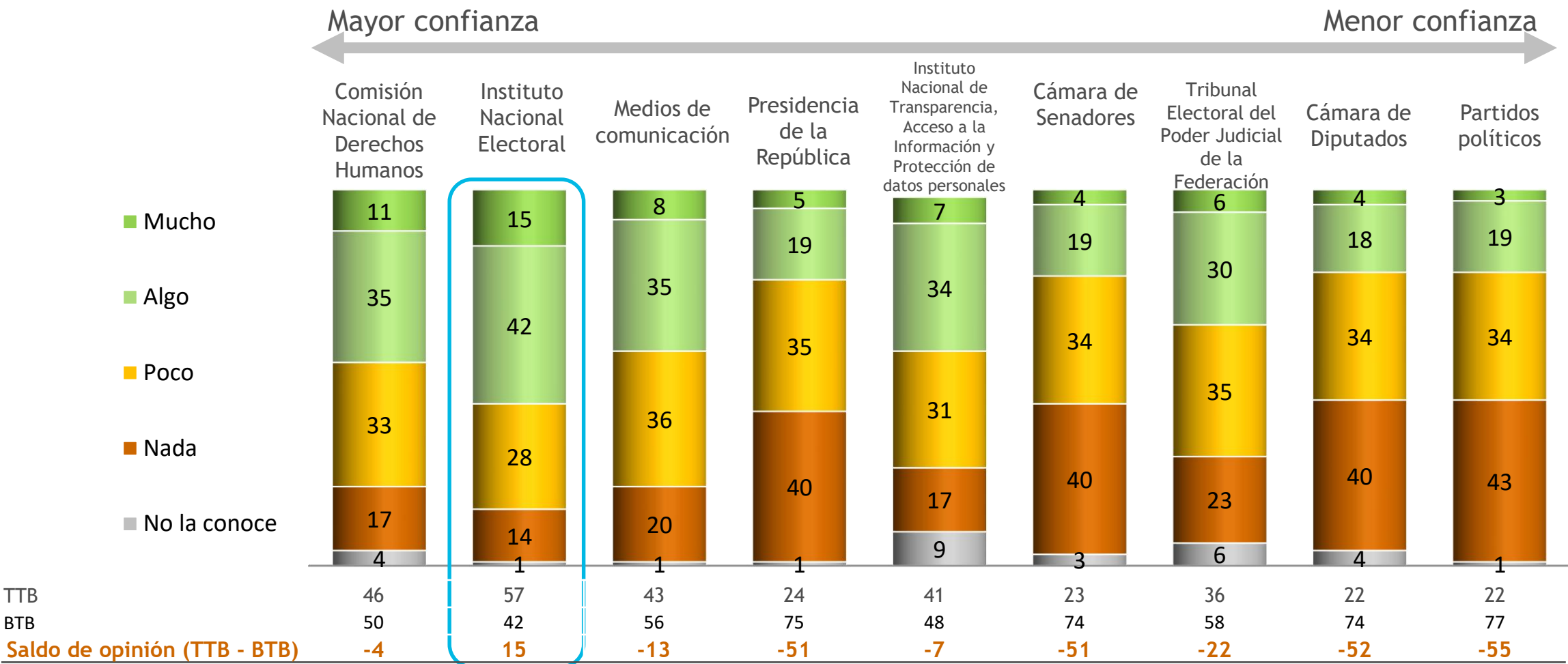
El INE cuenta con una imagen muy positiva en comparación con la situación general del país.



Base total entrevistados: 1,500
P1. Con base en la siguiente escala, ¿Cómo considera ...?

Confianza en las instituciones

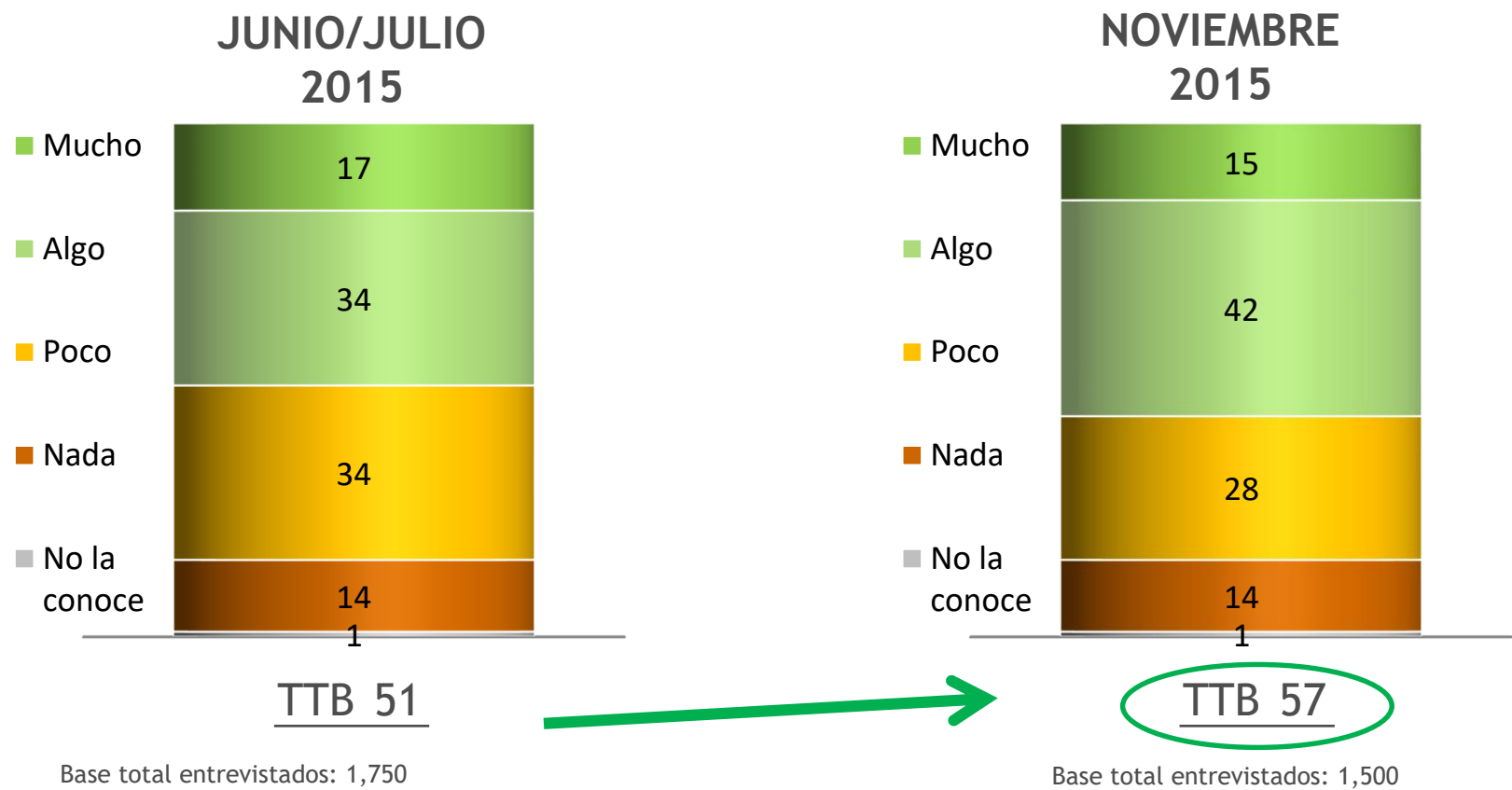
El Instituto Nacional Electoral (INE) es una de las instituciones con mayor confianza por parte de los mexicanos.



Base total entrevistados: 1,500
P6. ¿Qué tanto confía en... diría que confía mucho, algo, poco o nada?

Confianza en Instituto Nacional Electoral

El INE ha logrado capitalizar esto en un mayor nivel de confianza por parte de la ciudadanía.



P6. ¿Qué tanto confía en... diría que confía mucho, algo, poco o nada?

Elementos recordados

De manera espontánea se describe al INE como el responsable de las elecciones electorales y de la obtención de la credencial para votar.

Funciones: elecciones electorales 43%

Es el encargado de las votaciones / regular las elecciones	35%
Los encargados de organizar las elecciones presidenciales	3%
Media las elecciones locales en los estados	3%
Es una organización obligada a dar resultados transparentes	2%
Lleva a cabo el conteo de cada boleta de las elecciones	2%

Funciones: credencial para votar 42%

Es el encargado de tramitar tu credencial para poder votar	27%
Es el encargado de otorgar las credenciales para votar	7%
Es el encargado de renovar tu identificación oficial	5%
Es el encargado de la identidad de cada Mexicano	3%

Otras funciones 7%

Institución que hace valer los derechos de los ciudadanos	6%
-----------------------------------------------------------	----

Cambio de nombre 7%

Es la institución que antes se llamaba IFE y ahora INE	4%
Es lo mismo que el IFE	3%

Valor de la institución 6%

Una institución de gobierno	3%
Un organismo confiable	3%

Otras respuestas 3%

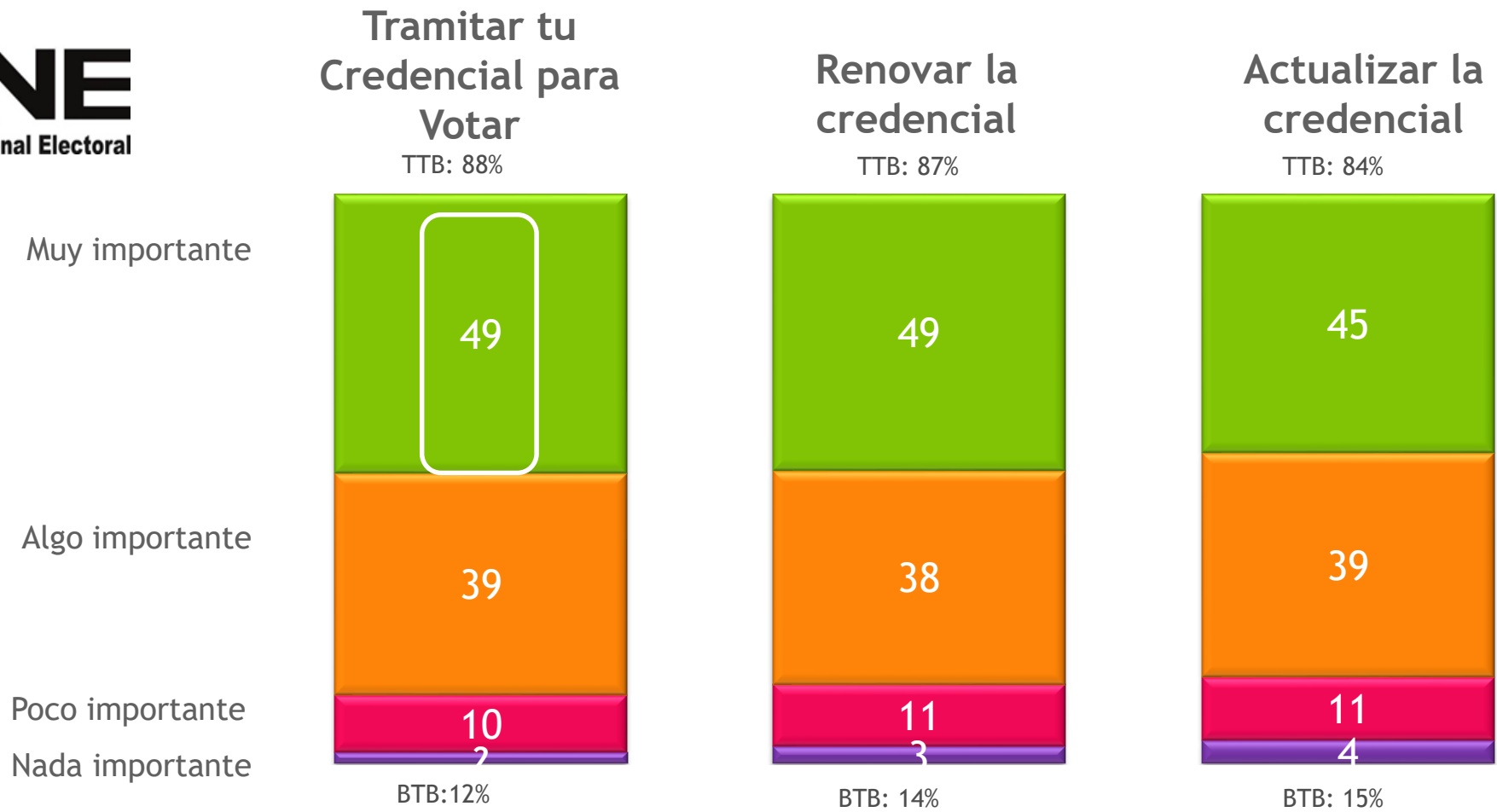
Está bien/es algo bueno	3%
-------------------------	----

Actualización, renovación y trámite de credencial



Decisión por la publicidad...

La comunicación del INE tuvo un fuerte impacto en la decisión de renovar, tramitar o actualizar la credencial para votar.



Base total entrevistados: 1,500
P16. ¿Qué tan importante fue la publicidad de INE en tu decisión de tramitar tu Credencial para Votar? P16. ¿Qué tan importante fue la publicidad de INE en su decisión de renovar tu credencial?
P20. ¿Qué tan importante fue la publicidad de INE en tu decisión de actualizar tu Credencial para Votar?

Credencial para votar - vigente

El **94%** cuenta
con credencial
vigente

De los que no la
tienen vigente, el
80% piensa
renovarla antes de
que termine el
año

Razones para renovar:

Para poder votar	28%
Para que este actualizada	11%
Es un requisito / es obligatoria	10%
Es importante s/e	10%
Porque ya se va a vencer	10%
Para poder identificarme	8%
Para poder trabajar	7%
Para que sea válida	7%
Para realizar trámites	7%
Para utilizarla / para que me funcione	6%
Para que este vigente	6%
Para que tenga una identificación oficial	3%
Para poder utilizarla en los bancos	3%
Porque se me perdió	1%
Para renovarla INE	1%
Para utilizarla en el seguro médico	1%
Para poder cobrar	1%
Porque me motivó la publicidad	1%
Porque la necesito para la escuela	1%
OTRAS RESPUESTAS	6%

Razones al NO renovar:

Porque no tengo tiempo	33%
No me interesa	17%
Por que no la necesito	6%
No hay un módulo cerca	6%
No creo en la política	6%
No sirve para nada / no funciona	6%
Por mi edad	6%
No tengo quien me acompañe	6%
OTRAS RESPUESTAS	22%

Base total entrevistados: 1,500

P12. ¿Tu Credencial para Votar está vigente? P13. ¿Piensas renovarla antes de que termine el año? P14. ¿Por qué sí vas a renovarla?

Credencial para votar - actualizada

El **91%** tiene la credencial actualizada

De los que no la tienen actualizada, el **66%** piensa hacerlo antes de que termine el año

Razones para actualizarla:

Para poder votar	23%
Para que este actualizada	17%
Para poder identificarme	12%
Es un requisito / es obligatoria	10%
Para que este vigente	9%
Para realizar trámites	9%
Para renovarla INE	8%
Para que sea válida	7%
Para poder trabajar	4%
Para que tenga una identificación oficial	4%
Porque ya se va a vencer	4%
Porque tiene el 18 atrás	4%
Para utilizarla / para que me funcione	2%
Es importante s/e	2%
Porque me motivó la publicidad	1%
Para poder utilizarla en los bancos	1%
Porque se me perdió	1%
Para demostrar mayoría de edad	1%
OTRAS RESPUESTAS	2%

Razones al NO actualizarla:

<u>No está actualizada pero sigue vigente / es válida</u>	<u>55%</u>
Porque no tengo tiempo	10%
Porque no tengo quien me lleve	6%
No me interesa	4%
Porque no la necesito	2%
Piden muchos requisitos	2%
Porque es lo mismo	2%
OTRAS RESPUESTAS	20%

Credencial para votar - trámite

Entre los jóvenes la credencial para votar tiene un peso importante. Destaca como medio para demostrar su edad y poder identificarse.

El **96%** cuenta con credencial para votar

De los que no tienen, el **92%** piensa tramitarla antes de que termine el año

Razones de tramitar la credencial:	
Es importante s/e	18%
<u>Para demostrar mayoría de edad</u>	<u>18%</u>
Para poder votar	9%
<u>Para poder identificarme</u>	<u>9%</u>
Para poder trabajar	9%
Para realizar trámites	9%
OTRAS RESPUESTAS	18%
NO SABE / NO RESPONDIÓ	9.1

Razones al NO tramitar la credencial:	
No hay módulo cerca	100%

Base jóvenes de 18 a 24 años: 325

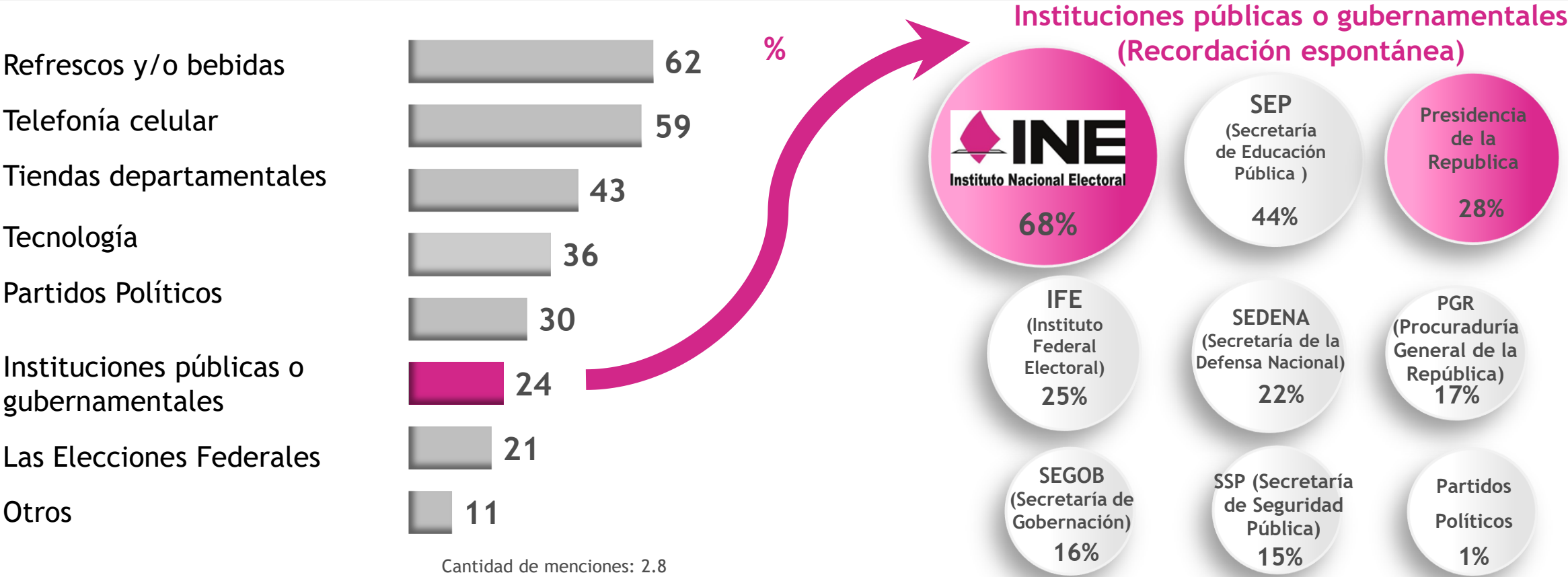
P12. ¿Cuentas con Credencial para Votar? (Jóvenes de 18 a 24 años) P13. ¿Piensas tramitarla antes de que termine el año? RU (Jóvenes de 18 a 24 años) P14. ¿Por qué sí vas tramitar tu Credencial para Votar? P15. ¿Por qué no vas a tramitar tu Credencial para Votar?

Recordación publicitaria



Recordación publicitaria

La mayor recordación publicitaria la tienen los anuncios o comerciales relacionados con refrescos/bebidas y telefonía celular; la publicidad que está relacionada a partidos políticos e instituciones gubernamentales tienen un 30% y 24% de recordación respectivamente. De manera espontánea, el INE (Instituto Nacional Electoral) es la dependencia pública con mayor recordación publicitaria con el 68%. 1 de cada 4 personas, mencionan al IFE (Instituto Federal Electoral) de manera espontánea. El INE incrementó de manera considerable su recordación espontánea durante la segunda medición.

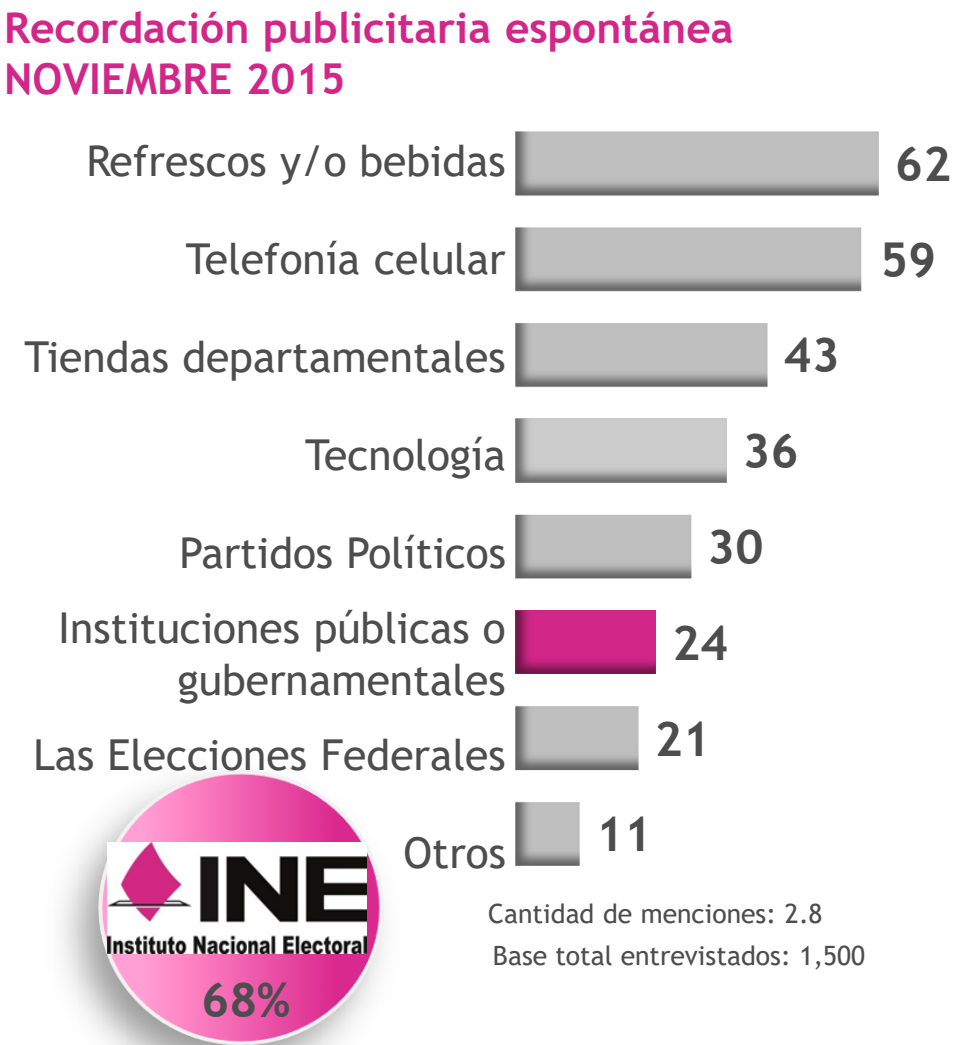


Base: 1500

P1. ¿Ha visto, escuchado o leído en los últimos meses algún anuncio o comercial de...? P2.1 Mencionó que recuerda publicidad de instituciones públicas o gubernamentales ¿De qué instituciones públicas o gubernamentales recuerda haber visto, escuchado o leído publicidad en los últimos meses?

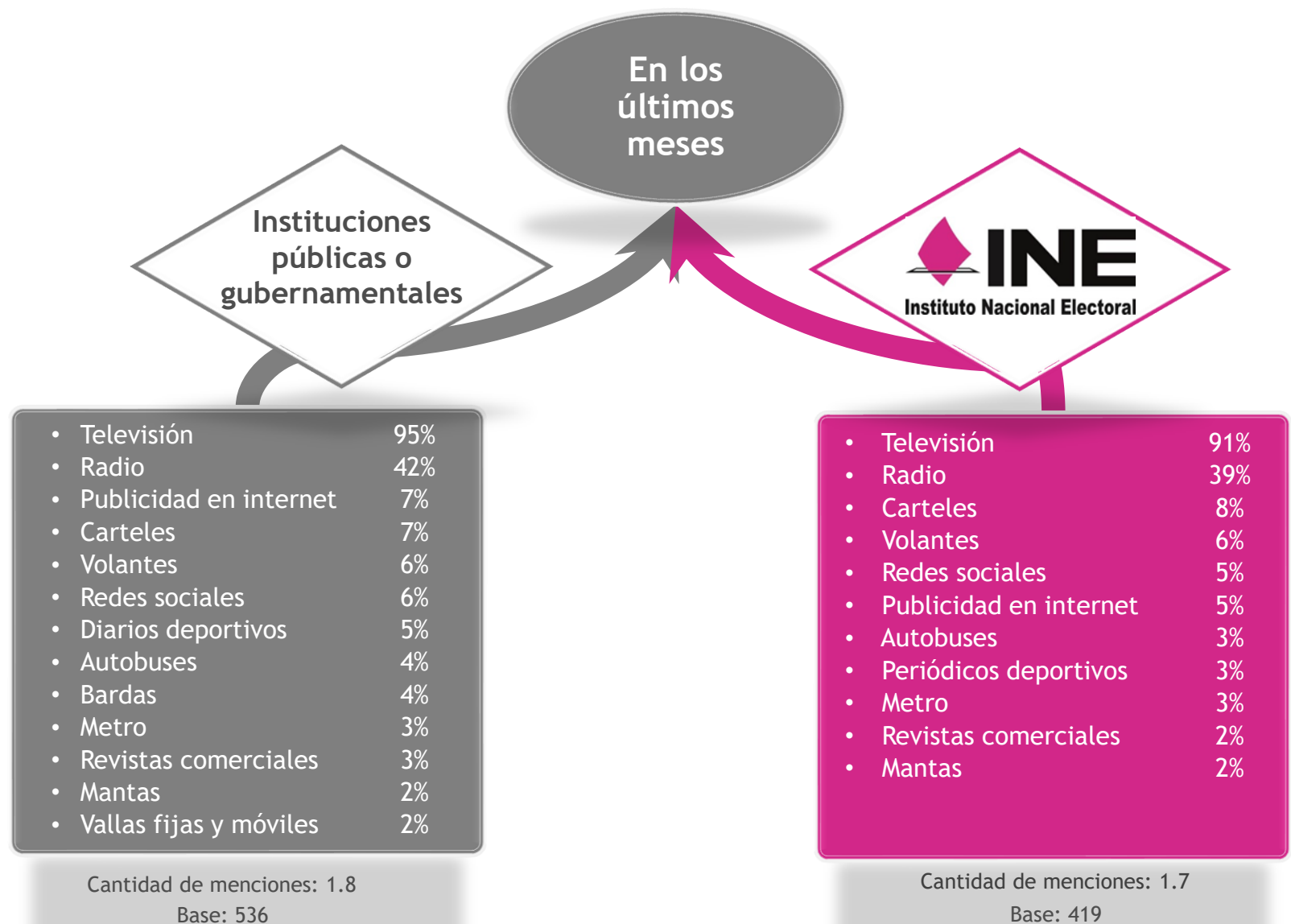
Recordación espontánea publicitaria

La comunicación de los partidos políticos y elecciones federales son las que muestran claras caídas de recordación. La publicidad de las Instituciones públicas o gubernamentales se mantienen en niveles similares de recordación. Sin embargo, dentro de estas instituciones el INE aumentó considerablemente sus niveles de recordación.



P1. ¿Ha visto, escuchado o leído en los últimos meses algún anuncio o comercial de...?

Medios de recordación



Los medios con mayor recordación son los medios masivos, destacando la televisión y el radio por el alcance y penetración que tienen.



P3. ¿En qué medio o medios recuerda haber visto, escuchado o leído publicidad de las instituciones públicas o gubernamentales en los últimos meses?
P4. ¿Y en qué medio o medios recuerda haber visto, escuchado o leído publicidad del INE - Instituto Nacional Electoral en los últimos meses?

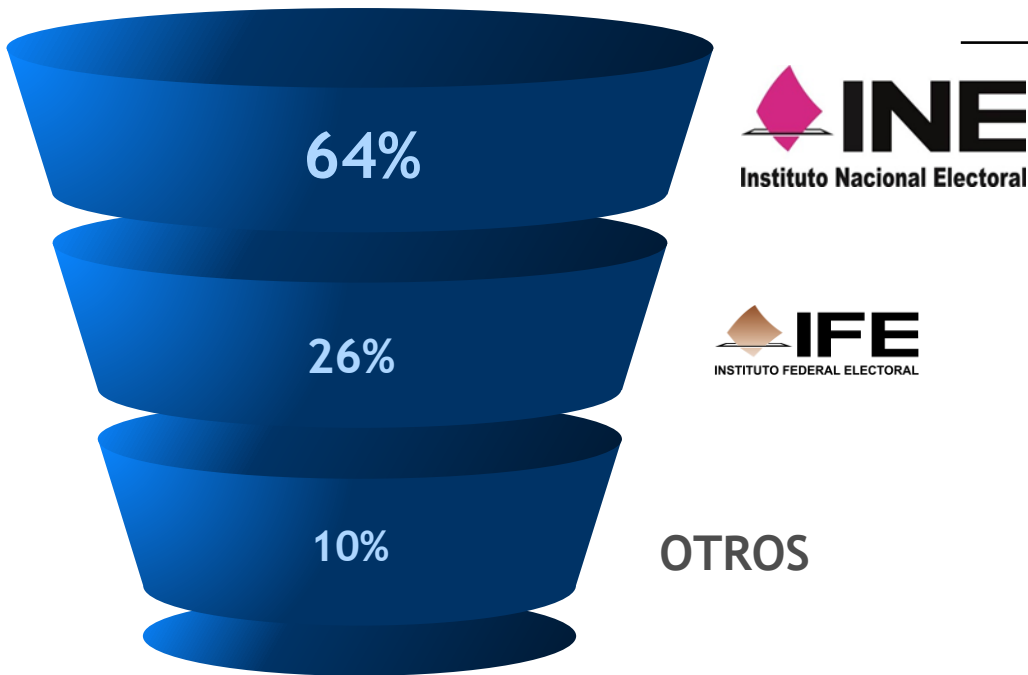
Branding



Institución INE

Casi dos terceras partes de los ciudadanos ya ubican al INE como la institución encargada de las elecciones.

¿La institución encargada de organizar las elecciones en México es...?



El **31%** sabe que ha cambiado su nombre

Opinan sobre el cambio de nombre:

No hay cambio, es igual	18%
Los cambios son buenos	17%
Innecesario	12%
Me es indiferente	11%
Mayores atribuciones	9%
Es para mejorar	6%
Solo cambió una letra	5%
Mejor desempeño	4%
Mejor nombre	4%
Confusión	3%
Corrupción	2%
Renovación/actualización	2%
Da más credibilidad	2%
Falta de beneficios	1%
No es conocido el cambio	1%
Conviene al gobierno	1%
Es algo novedoso	1%
No me gusta el nombre, complicado	1%
Desvían recursos	1%
Cambio nombre, misma institución	1%
Valor de la institución	1%

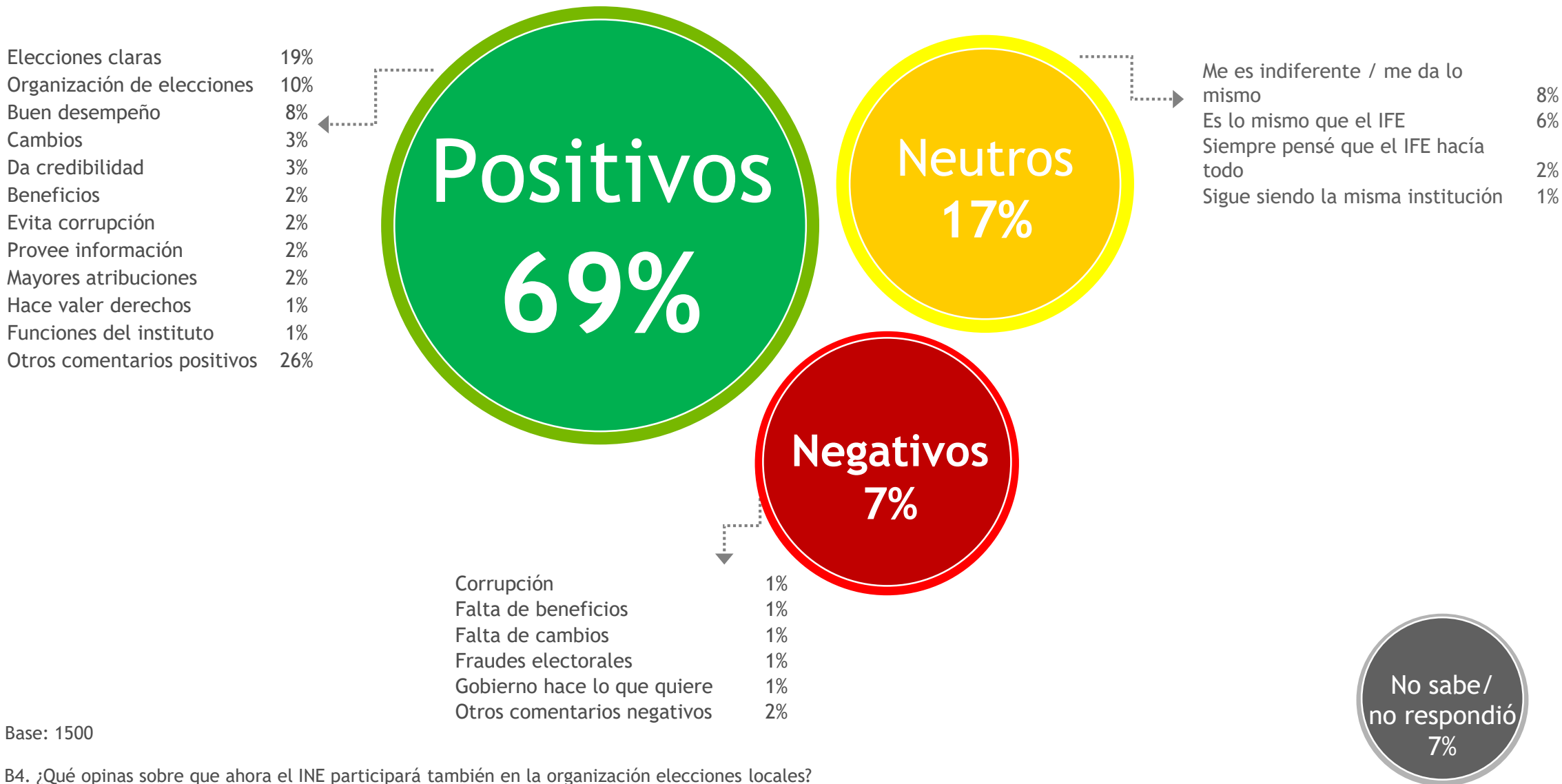
**No contamos con dato comparativo con la medición anterior, ya que esta sección se agregó hasta la segunda medición.*

Base: 1500

B1. ¿Cuál es el nombre de la institución encargada de organizar las elecciones en México? B2. ¿Sabías que el Instituto Federal Electoral (IFE) tiene nuevas atribuciones y que ha cambiado su nombre por Instituto Nacional Electoral (INE)? B3. ¿Qué opinas sobre el cambio en el nombre?

Elecciones locales

Es muy bien valorado que ahora el INE sea el encargado de las elecciones locales.



Recordación ayudada de la publicidad del INE



Elementos memorables

De manera espontánea, los elementos recordados están asociados a los mensajes de la sub campaña, particularmente a los spots de TV. Los elementos más recordados son los mensajes de actualización, renovación y tramitación de la credencial de votar.

MENSAJES	92%
• Actualizar / renovar credencial	62%
• Tramitar la credencial para votar	26%
• Promoción del voto	9%
• Contar con Credencial para votar	1%
VALOR DE LA INSTITUCIÓN	3%
La Institución cambio de nombre	3%
VALOR DEL INE	2%
El INE es un organismo autónomo	1%

PERSONAJES	2%
Un señor con guitarra cantando	2%
VIGENCIA (SUBNETO)	11%
Revisar la vigencia de credencial	7%
Revisa la vigencia en la parte trasera de la credencial	2%
Cambiar credencial porque no servirá en enero de 2016	1%
Revisa si al frente tienen un 2018	1%
Ten vigente la credencial	1%
OTRAS RESPUESTAS	5%
Propaganda política	4%
Sobre el Testamento	1%



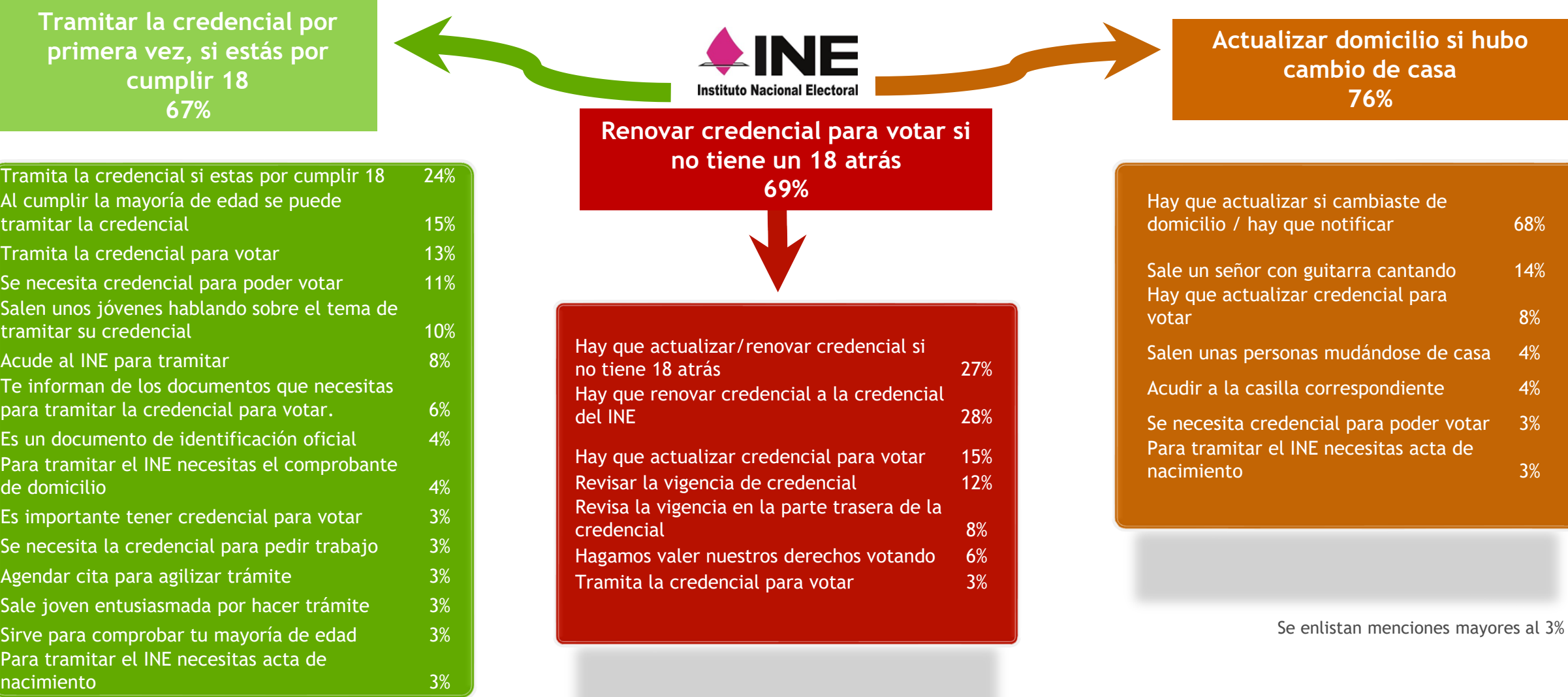
Base personas que recuerdan publicidad de INE: 769

Cantidad de menciones: 1.3

P3. Mencionó que recuerda publicidad del INE - Instituto Nacional Electoral, ¿qué elementos recuerda haber visto, escuchado o leído en la publicidad del INE -Instituto Nacional Electoral? ?

Efectividad de los mensajes

La actualización de la credencial es elemento más memorable de la comunicación del INE, seguido de la renovación.



Base personas que recuerdan publicidad de INE: 769

Cantidad de menciones: 2.6

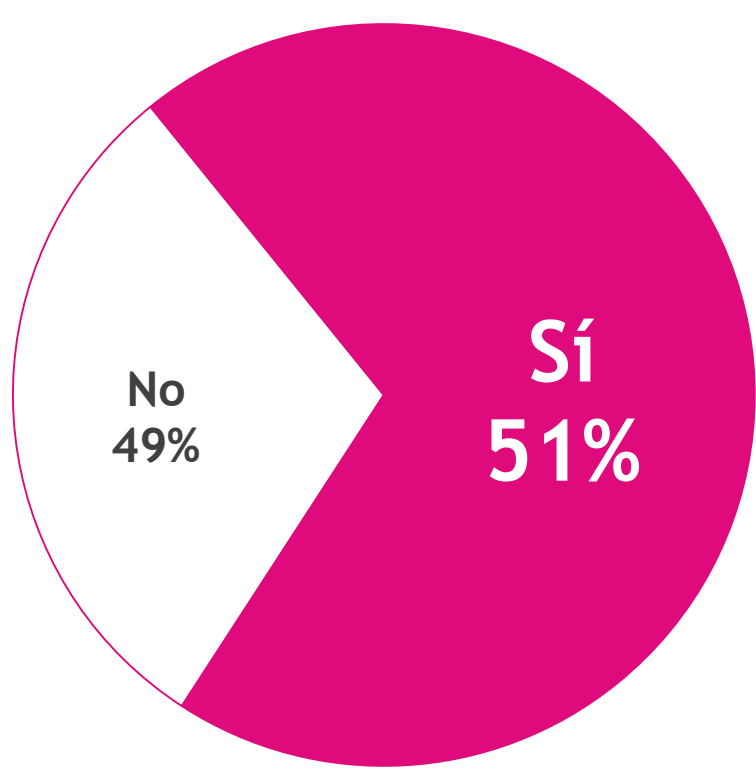
P3.1 ¿Vio, leyó o escuchó algún mensaje del INE - Instituto Nacional Electoral que lo convocara a...? P3.2 Mencionó que recuerda publicidad del INE - Instituto Nacional Electoral que lo convocara a... ¿qué elementos recuerda haber visto, escuchado o leído en la publicidad del INE -Instituto Nacional Electoral?

Evaluación general de la campaña INE

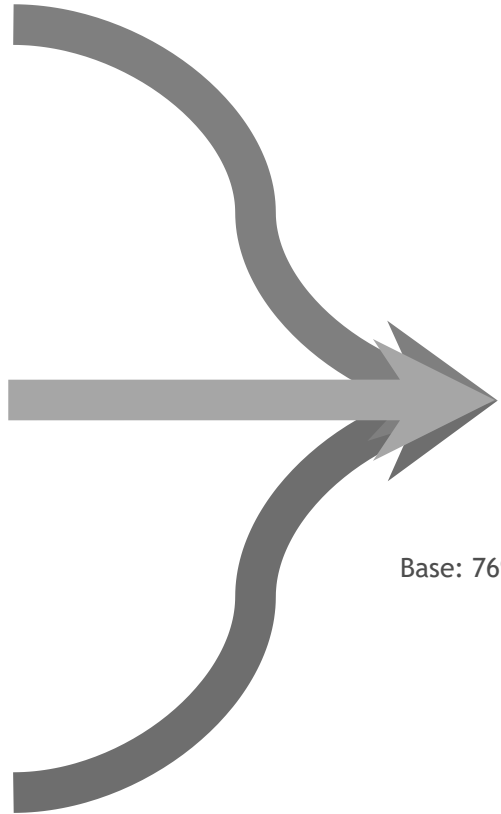


Medios de recordación

¿Recuerda anuncio o comercial del  ?



Base: 1500



Base: 769

Televisión	92%
Radio	39%
Carteles	5%
Publicidad en Internet	4%
Volantes	4%
Redes sociales	4%
Autobuses	4%
Diarios deportivos	3%
Metro	3%
Revistas comerciales	3%
Bardas	3%

Cantidad de medios: 1.7

P1. ¿Recuerda haber visto, escuchado o leído en los últimos meses algún anuncio o comercial del INE -Instituto Nacional Electoral?
P2. ¿En qué medio o medios recuerda haber visto, escuchado o leído publicidad del INE -Instituto Nacional Electoral?

Efectividad de los mensajes

De igual forma, de manera ayudada, el llamado a avisar un cambio de domicilio es el mensaje que se transmite con mayor fuerza.



Cantidad de menciones: 2.3

Base: 768

P4. De los siguientes mensajes ¿cuáles recuerda de la publicidad del INE -Instituto Nacional Electoral?
P5. De los mensajes que recuerda ¿cuál le comunica con mayor fuerza la publicidad del INE -Instituto Nacional Electoral?

Evaluación de Spots



Spots presentados

Los spots evaluados se presentaron de manera rotada, considerando que fueran spots pautados durante el tiempo de la sub campaña.



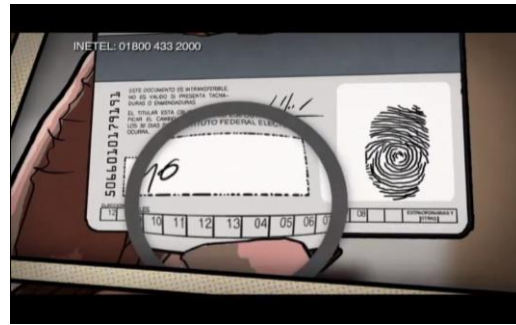
1. Spot Inscripción chavos



2. Spot Renovation motion



3. Spot Juglar



4. Spot Comic



1. Spot 3 años



2. Spot Educación



3. Spot Seguridad



1. Spot Chikungunya



2. Spot Haz que a ti no te pase



3. Spot Mes del testamento



1. Head & Shoulders



2. Genoprazol



3. Nescafé

Benchmarking

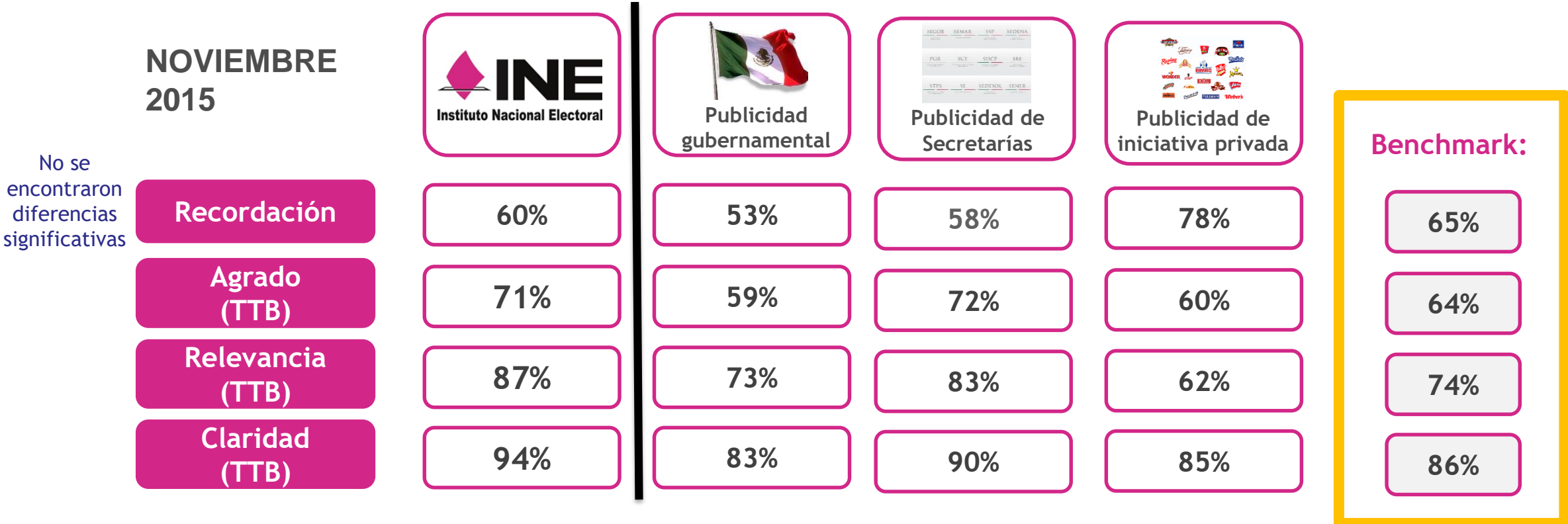
Basados en la premisa de que los spots publicitarios conviven con publicidad de distintos sectores, es importante realizar una métrica comparativa (Benchmark) que incluya a la publicidad de los sectores que pautaron durante la sub campaña.



P1. ¿Recuerda haber visto, escuchado o leído esta campaña de publicidad recientemente? P2. ¿Qué tanto le agradó o desagradó este comercial? P3. ¿Qué tan relevante considera este comercial? P4. ¿Qué tan clara es la información y el mensaje del comercial?

Evaluación de los spots - Noviembre

Comparando la publicidad de marcas, gubernamental y secretarías, el INE destaca principalmente porque su comunicación resulta relevante y clara bajo el contexto actual del país, sin embargo es menos recordada que la publicidad de IP.

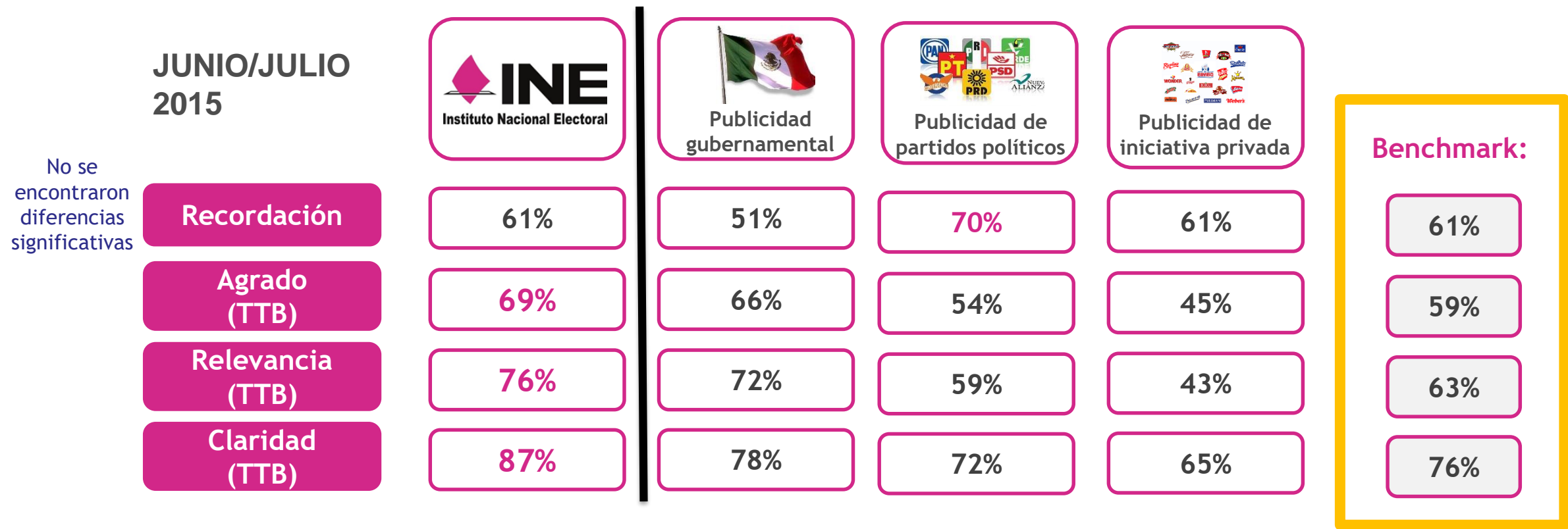


Base total entrevistados: 1,500

P1. ¿Recuerda haber visto, escuchado o leído esta campaña de publicidad recientemente? P2. ¿Qué tanto le agradó o desagradó este comercial? P3. ¿Qué tan relevante considera este comercial? P4. ¿Qué tan clara es la información y el mensaje del comercial?

Evaluación de los spots - Julio

Recordando los spots del INE evaluados en época de elecciones, éste destacaba principalmente porque su **comunicación** era igual de recordada que la publicidad privada.

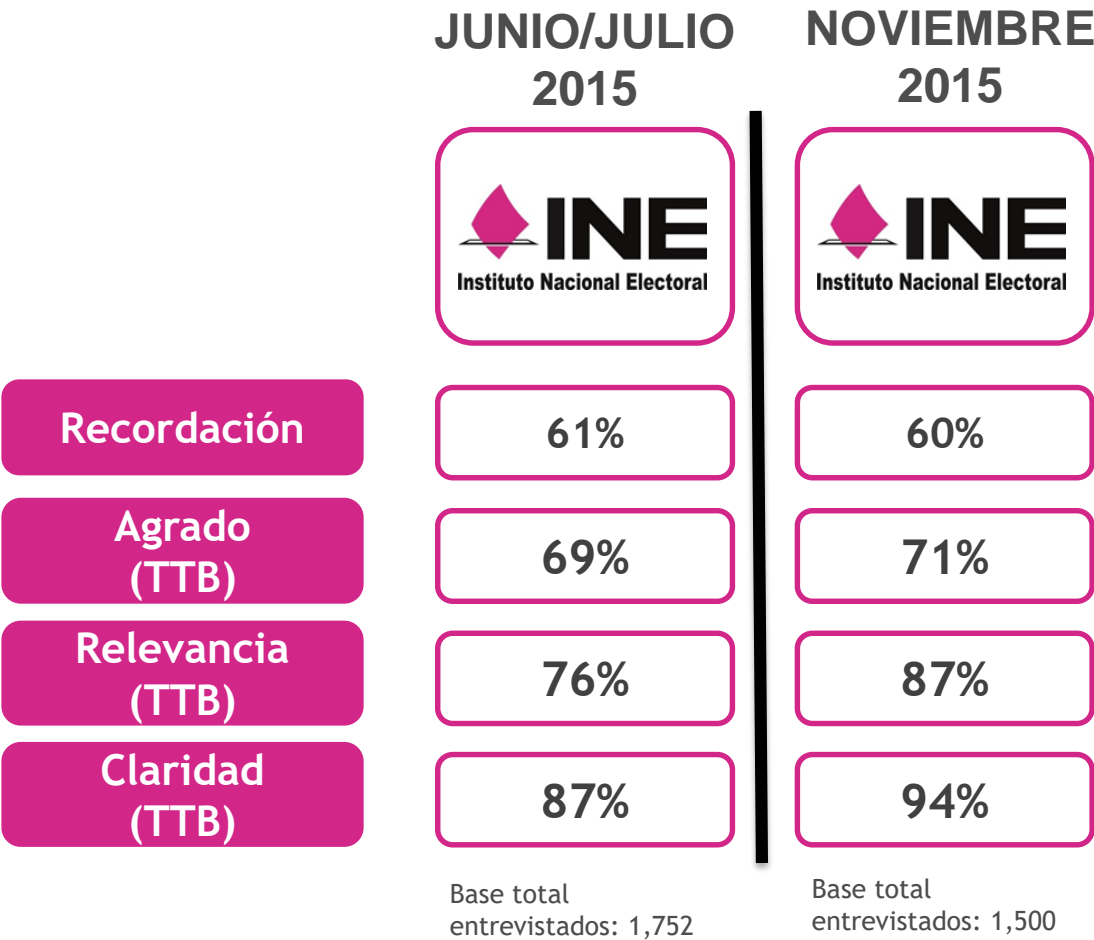


Base total entrevistados: 1,752

P1. ¿Recuerda haber visto, escuchado o leído esta campaña de publicidad recientemente? P2. ¿Qué tanto le agradó o desagradó este comercial? P3. ¿Qué tan relevante considera este comercial? P4. ¿Qué tan clara es la información y el mensaje del comercial?

Evaluación de los spots

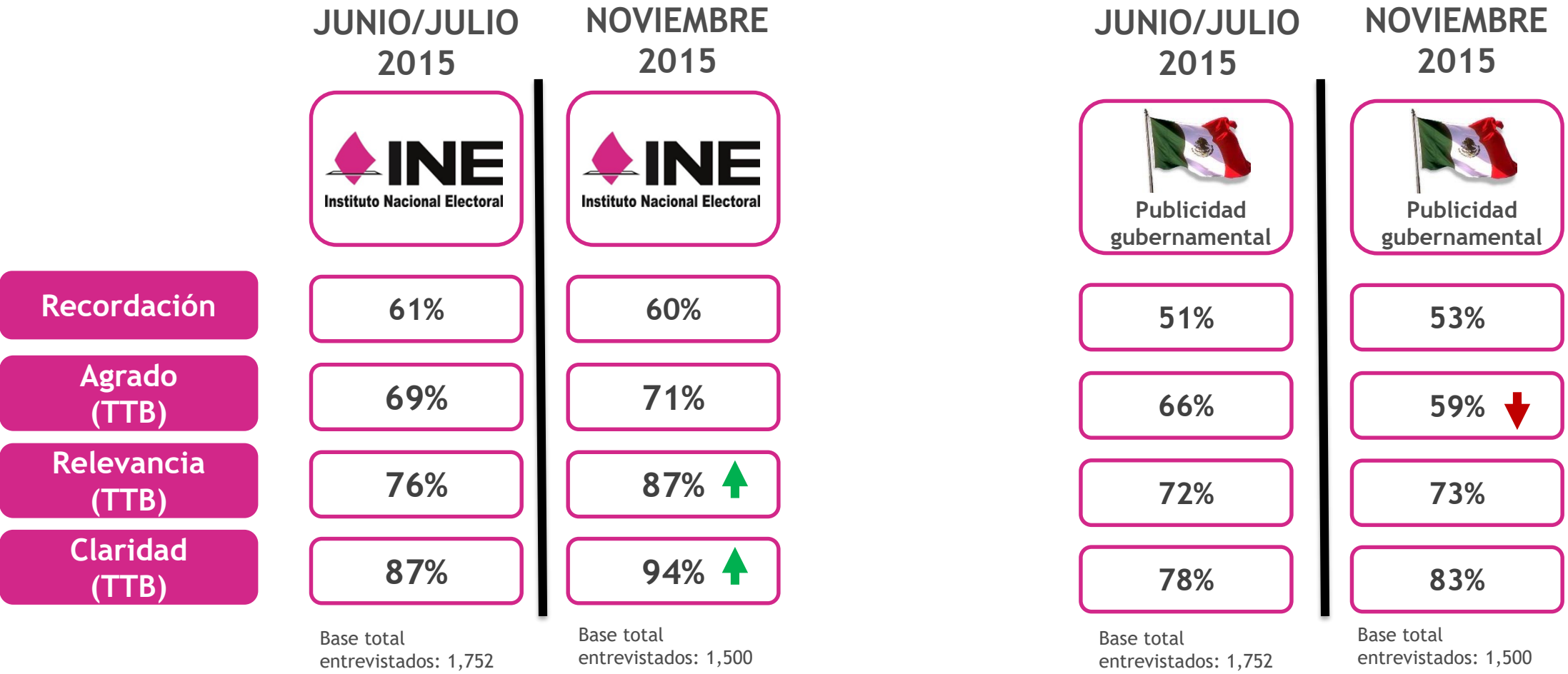
Los spots de la segunda medición (Noviembre 2015) son considerados más relevantes y claros.



P1. ¿Recuerda haber visto, escuchado o leído esta campaña de publicidad recientemente? P2. ¿Qué tanto le agradó o desagradó este comercial? P3. ¿Qué tan relevante considera este comercial? P4. ¿Qué tan clara es la información y el mensaje del comercial?

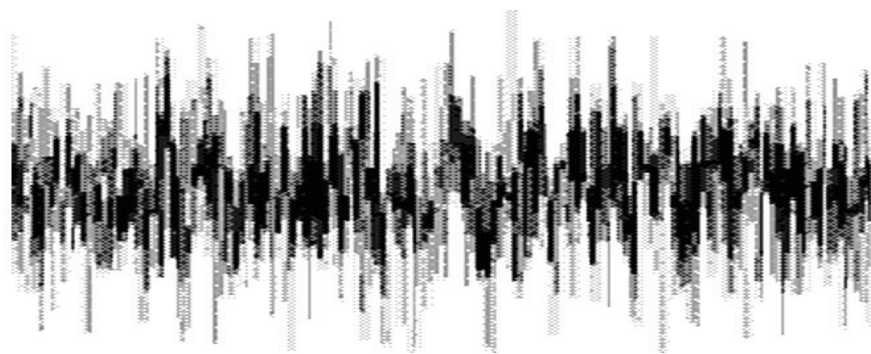
Evaluación de los spots

La publicidad del INE mantiene los niveles de recordación similares a la medición pasada, pero logra incrementar sus niveles de relevancia y claridad, lo que influye en sus niveles de recordación espontánea. Por otro lado, la publicidad gubernamental ve reducido sus niveles de agrado en esta segunda medición.



P1. ¿Recuerda haber visto, escuchado o leído esta campaña de publicidad recientemente? P2. ¿Qué tanto le agradó o desagradó este comercial? P3. ¿Qué tan relevante considera este comercial? P4. ¿Qué tan clara es la información y el mensaje del comercial?

El ruido en la comunicación



La primera medición se realizó durante una época de mucho ruido en la comunicación hacia la audiencia.

Este ruido era generado por los partidos políticos y las elecciones. Estas dos fuentes de comunicación vieron una drástica caída durante la segunda medición, sin haber caído significativamente el número de menciones promedio por entrevistado.

Julio 2015
Cantidad de menciones: 3.0

Noviembre 2015
Cantidad de menciones: 2.8



Por otro lado, las instituciones gubernamentales se recuerdan en niveles similares, destacando el INE como la primer institución recordada.

Este es el efecto de mantener niveles de recordación similares a la primera medición, con un incremento en la relevancia y claridad, pero con un menor ruido de otras fuentes.



Esto también genera un incremento en los niveles de confianza hacia el Instituto

Recordación de la institución

A partir de los spots mostrados, hay una relación y asociación positiva de los spots transmitidos con el INE.



Base: 1500
P5. ¿Cuál de las siguientes frases aplica mejor para el comercial del INE - Instituto Nacional Electoral que acaba de ver?

Elementos recordados

De manera espontánea, tramitar, actualizar y renovar la credencial para votar es el principal mensaje que transmiten los spots presentados.

Tramitar la credencial de elector 39%

Al cumplir 18 años tramita la credencial de elector	24%
Tenemos que tramitar identificación INE / tramita tu credencial para votar	10%
Debes tramitar tu credencial si quieres empezar a trabajar	2%
Tramitar su credencial por primera vez	1%
Puedes agendar una cita	1%
Debemos tener nuestra documentación vigente	1%

Actualizar la credencial de elector 21%

Actualiza tu domicilio / ten actualizado tu domicilio / avisa sobre tu cambio de domicilio	15%
Ten actualizada la credencial para votar	6%

Renovar la credencial para votar 18%

Renovar la credencial es importante	13%
Renovar la credencial si no está vigente	2%
Se renueva credencial si en la parte de adelante no tiene un 2018	1%
Hay que renovar credencial a tiempo	1%
Revisar la parte delantera de la credencial para saber si se debe renovar	1%

Promoción del voto 9%

No quedarse sin votar / es para votar	3%
Mis obligaciones / cumplir con mis obligaciones	2%
Promueve el voto	2%
Asume la responsabilidad como votante al cumplir los 18 años	1%
Promueve la participación de los ciudadanos	1%

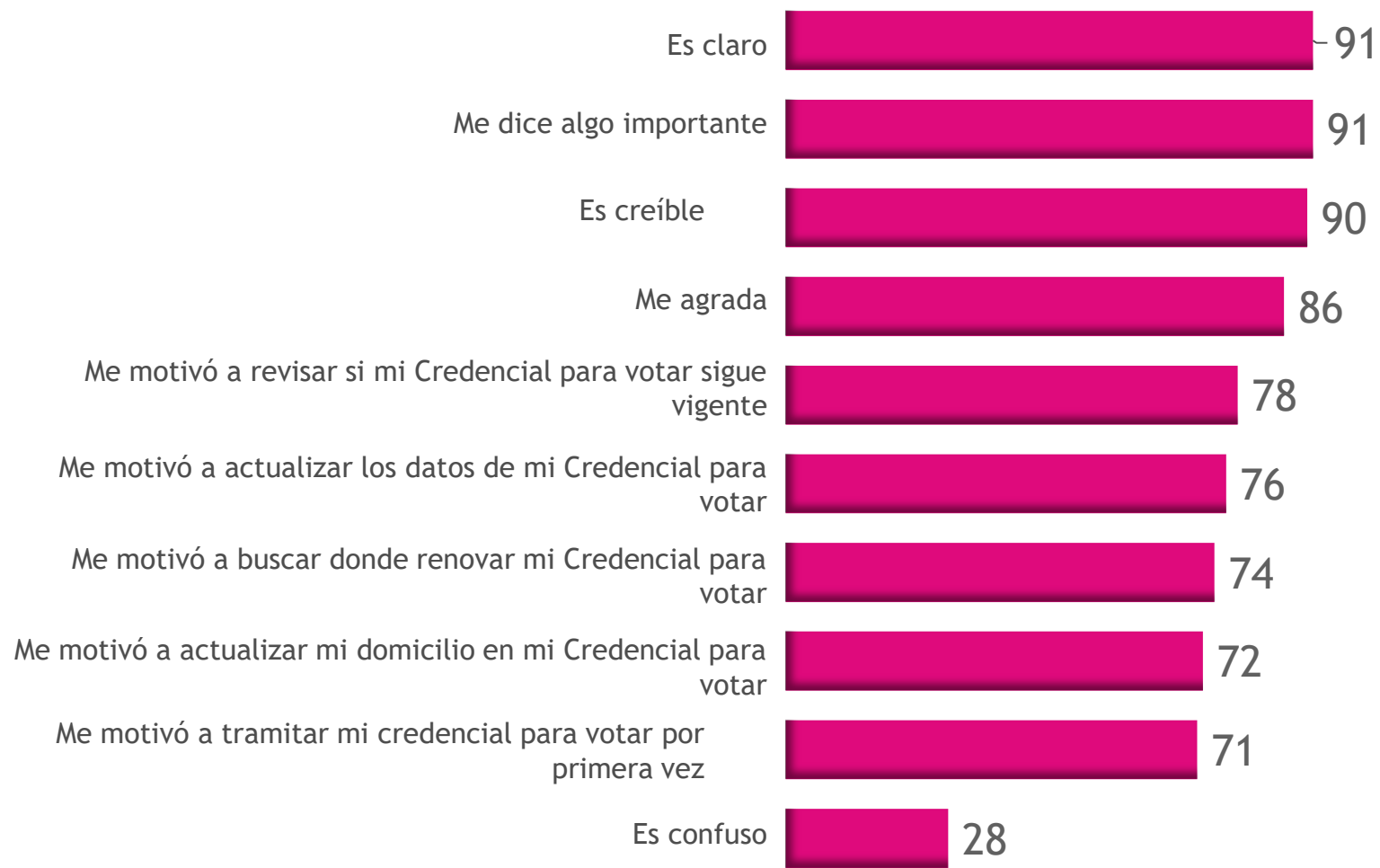
Credencial para votar 8%

La credencial sirve como identificación	3%
La credencial de elector es indispensable para cualquier trámite	2%
Es importante la credencial de elector porque podemos elegir gobernante / para poder votar	2%
La credencial de elector te ayuda a comprobar que eres mayor de edad	1%

Base total entrevistados: 1,500
P6. ¿Qué mensaje le transmite el comercial del INE - Instituto Nacional Electoral?

Material publicitario

Los atributos de comunicación que más destacan en los spots presentados son la claridad del mensaje transmitido y la importancia y credibilidad de la información.



% TTB: Totalmente de acuerdo y De acuerdo



Evaluación por spot

El spot de Juglar es el más recordado y considerado como uno de los más agradables, aunque su mensaje no sea considerado tan relevante. El spot de Renovation Motion es considerado el más relevante, claro y otro de los más agradables.

% TTB: Totalmente de acuerdo y De acuerdo



	Inscripción chavos	Renovation Motion	Juglar	Comic
Recordación	59%	62%	69%	52%
Agrado (TTB)	70%	74%	74%	68%
Relevancia (TTB)	87%	89%	85%	85%
Claridad (TTB)	95%	95%	92%	91%



Evaluación por spot

El spot de Renovation Motion es el mejor evaluado en general, tiene el mayor porcentaje en un mayor número de atributos. Por otro lado, el spot de Comic fue el más percibido como confuso.

% TTB: Totalmente de acuerdo y De acuerdo



	Inscripción chavos	Renovation Motion	Juglar	Comic
Es claro	92%	92%	90%	89%
Me agrada	85%	89%	83%	87%
Me dice algo importante	91%	93%	88%	91%
Es creíble	89%	94%	88%	89%
Me motivó a revisar si me credencial para Votar sigue vigente	74%	87%	75%	86%
Me motivó a buscar donde renovar mi credencial para Votar	70%	77%	74%	79%
Me motivó a actualizar los datos de mi credencial para Votar	71%	80%	81%	81%
Me motivó a tramitar mi Credencial para Votar por primera vez	76%	68%	67%	68%
Me motivó a actualizar mi domicilio en mi Credencial para Votar	68%	73%	81%	73%
Es confuso	28%	23%	28%	33%

Base: 1500
P7. Ahora le voy a leer una serie de frases. Por favor dígame qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con que cada una de estas frases describe el material publicitario que le acabo de mostrar...

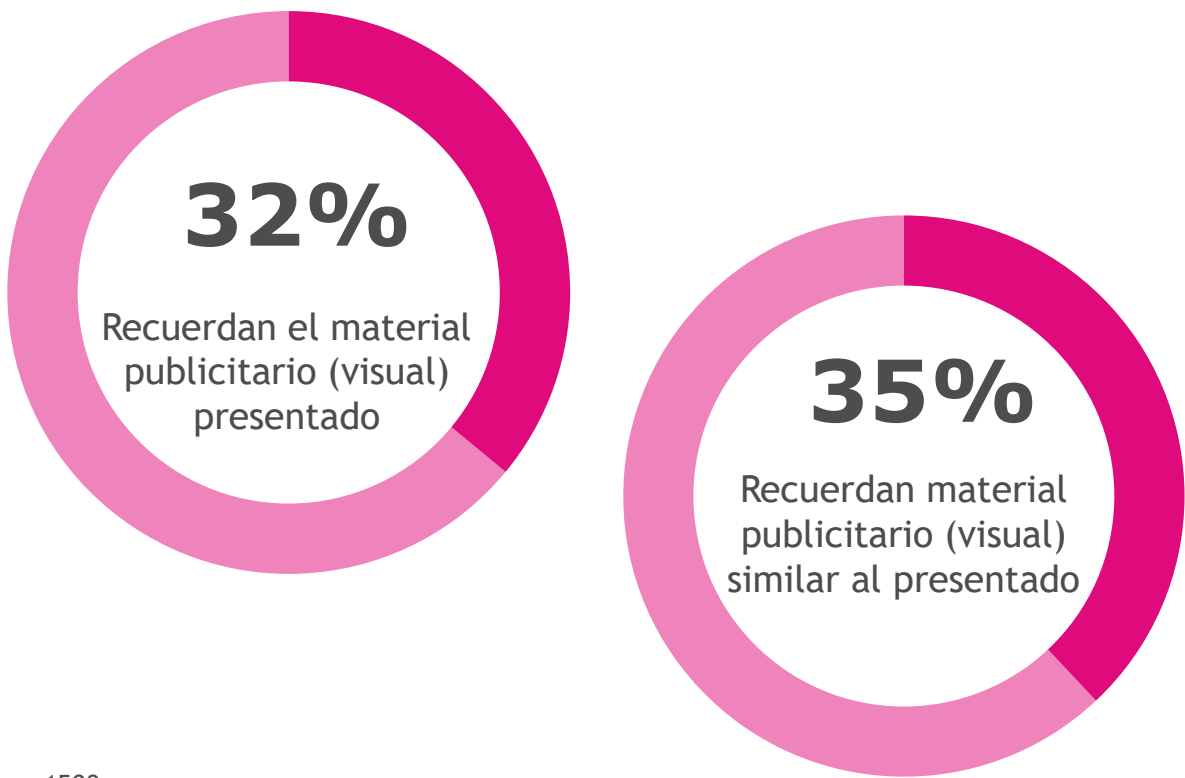
Evaluación de visuales



Recordación publicitaria de visuales

Con relación a los materiales visuales, 32% recuerdan los visuales presentados y 35% algún material similar. Al presentar los estímulos pautados, los medios con mayor atribución publicitaria son televisión y radio → No se recuerda al medio donde realmente se pautó.

Recordación de material publicitario



Base: 1500



Recordación publicitaria en medios

• Televisión	72%
• Radio	27%
• Carteles	16%
• Volantes	8%
• Publicidad en Internet	7%
• Autobuses	6%
• Metro	6%
• Redes sociales	5%
• Bardas	5%
• Vallas fijas y móviles	2%
• Mantas	2%
• Diarios deportivos	2%
• Revistas comerciales	2%
• Metrobús	1%
• Perifoneo	1%
• Revistas Políticas y Especializadas	1%
• Tren Ligero	1%
• Tren Suburbano	1%
• En las oficinas del INE	1%

P1. ¿Recuerda haber visto, escuchado o leído este material publicitario en los últimos meses? P1.1 ¿Recuerda haber visto, escuchado o leído algún material similar a éste en los últimos meses? P2. ¿En qué medio o medios recuerda haber visto, escuchado o leído esta publicidad?

Elementos recordados

En los estímulos visuales, actualizar, renovar y vigencia son los principales mensajes que transmiten los estímulos presentados.

Actualizar la credencial de elector 31%

Actualiza tu domicilio / ten actualizado tu domicilio / avisa sobre tu cambio de domicilio	23%
Ten actualizada la credencial para votar	7%
Queda poco tiempo para actualizar tu credencial	1%

Renovar la credencial para votar 20%

Renovar la credencial es importante	15%
Hay que renovar credencial a tiempo	1%
Se renueva credencial si en la parte de adelante no tiene un 2018	1%
Cuando la credencial vence se tiene poco tiempo para renovarla	1%
Renovar la credencial si no está vigente	1%
El tiempo para renovar INE esta por terminar	1%

Vigencia 22%

Revisar vigencia de credencial de elector	10%
Si mi credencial no tiene un 18 atrás la cambio	9%
La credencial de elector perderá vigencia si no tiene un 18 en la parte de atrás	2%
Si la credencial no tiene un 18 atrás no puedo votar	1%

Tramitar la credencial para votar 19%

Al cumplir 18 años, tramita la credencial de elector	10%
Tenemos que tramitar identificación INE / tramita tu credencial para votar	6%
Tramitar su credencial por primera vez	1%
Tramitar en módulos del INE de tu localidad	1%
Tienes que tramitar tu credencial obligatoriamente antes del primero de enero de 2016	1%

Promoción del voto 4%

Promueve la participación de los ciudadanos	1%
No quedarse sin votar / es para votar	1%
Promueve el voto	1%
Mis obligaciones / cumplir con mis obligaciones	1%

Credencial para votar 3%

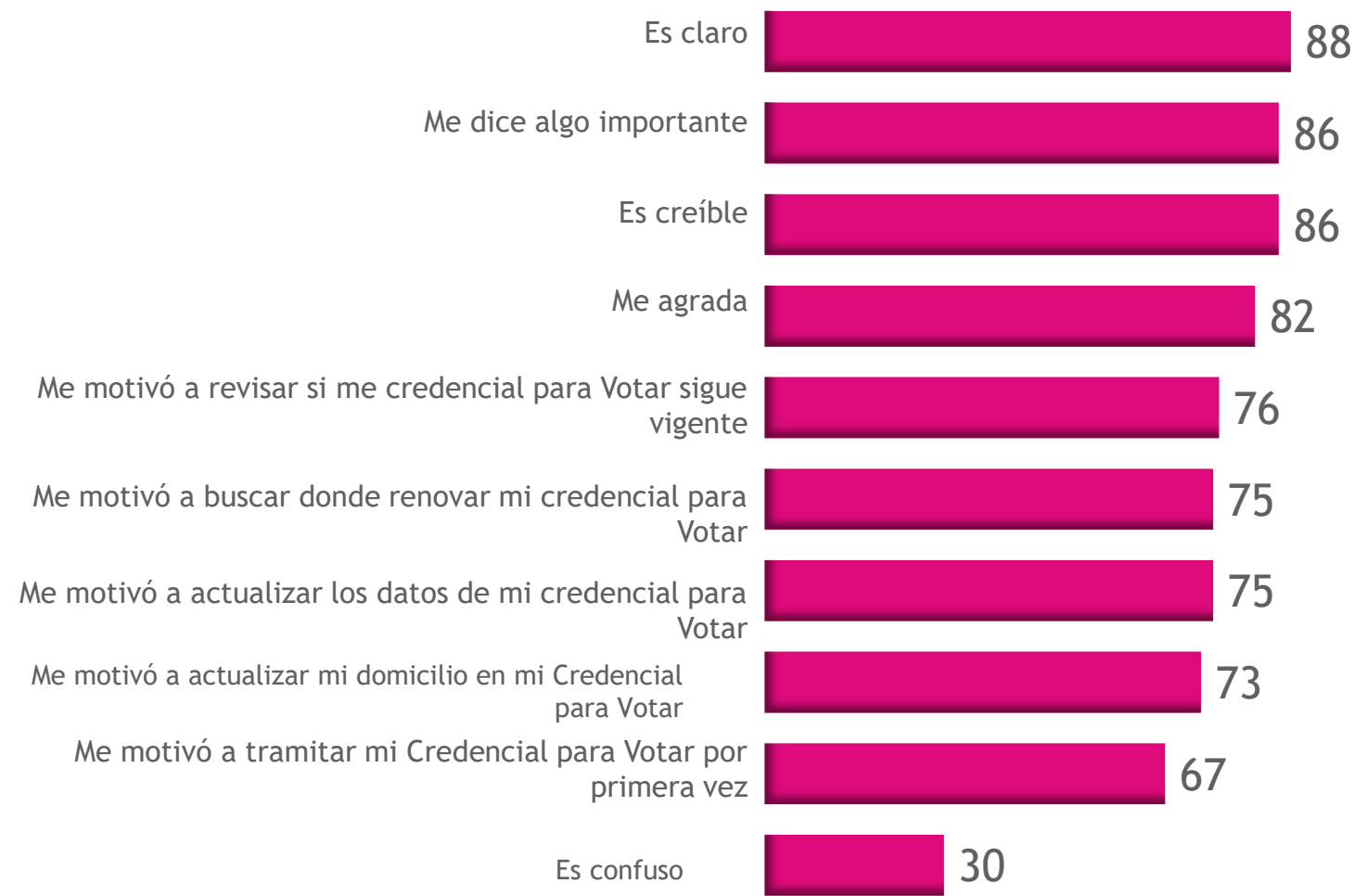
Es importante la credencial de elector porque podemos elegir gobernante / para poder votar	2%
La credencial sirve como identificación	1%

Base total entrevistados: 1,500

P3. ¿Qué mensaje le transmite la publicidad del INE - Instituto Nacional Electoral que acaba de ver?

Evaluación de visuales INE

Al igual que en los spots, los atributos de comunicación que más destacan en el material presentado es la claridad del mensaje transmitido.



% TTB: Totalmente de acuerdo y De acuerdo

Base: 1500



P4. Ahora le voy a leer una serie de frases. Por favor dígame qué tan de acuerdo está con que cada una de estas frases describe el material publicitario que le acabo de mostrar

Evaluación por visual

El visual de Juglar rural fue el mejor evaluado en general con 5 atributos con mayor porcentaje que las demás.
El más confuso fue el visual de Chavos Inscripción.



% TTB: Totalmente de acuerdo y De acuerdo

	Chavos Inscripción	Renovación de credenciales	Juglar actualización domicilio	Juglar rural actualización domicilio	Comic renovación hombre	Comic renovación mujer
Es claro	86%	86%	87%	90%	91%	90%
Me agrada	84%	83%	80%	84%	79%	83%
Me dice algo importante	85%	85%	87%	88%	87%	87%
Es creíble	86%	86%	87%	86%	86%	87%
Me motivó a revisar si me credencial para Votar sigue vigente	74	79%	70%	72%	82%	80%
Me motivó a buscar donde renovar mi credencial para Votar	71%	76%	74%	76%	76%	74%
Me motivó a actualizar los datos de mi credencial para Votar	70%	73%	78%	78%	75%	76%
Me motivó a tramitar mi Credencial para Votar por primera vez	75%	69%	64%	68%	63%	61%
Me motivó a actualizar mi domicilio en mi Credencial para Votar	72%	72%	75%	81%	69%	68%
Es confuso	34%	32%	30%	31%	28%	27%

Evaluación de audio



Recordación publicitaria de audios

Con relación a los audios, 55% recuerdan el material publicitario presentado.

Recordación de material publicitario



Base: 1500



P1. ¿Recuerda haber escuchado este material publicitario en los últimos meses? P2. ¿Qué mensaje le transmite la publicidad del INE - Instituto Nacional Electoral que acaba de escuchar?

Elementos recordados

En los audios, tramitar, actualizar y renovar son los principales mensajes que transmiten los estímulos presentados.

Tramitar la credencial para votar 35%

Al cumplir 18 años tramita la credencial de elector	17%
Tenemos que tramitar identificación INE / tramita tu credencial para votar	8%
Te informa sobre los documentos necesarios para tramitar INE	3%
Tramitar en módulos del INE de tu localidad	1%
Tramitar su credencial por primera vez	1%
Puedes agendar una cita	1%
Es muy fácil tramitar tu credencial de elector	1%
Para tramitar tu credencial necesitas acta de nacimiento	1%
Para tramitar tu credencial necesitas comprobante de domicilio	1%
Debemos tener nuestra documentación vigente	1%

Actualizar la credencial de elector 24%

Actualiza tu domicilio / ten actualizado tu domicilio / avisa sobre tu cambio de domicilio	13%
Ten actualizada la credencial para votar	10%
Queda poco tiempo para actualizar tu credencial	1%

Renovar la credencial para votar 19%

Renovar la credencial es importante	14%
Hay que renovar credencial de elector para poder votar	2%
Se renueva credencial si en la parte de adelante no tiene un 2018	1%
Hay que renovar credencial a tiempo	1%
El tiempo para renovar INE esta por terminar	1%

Vigencia 18%

Si mi credencial no tiene un 18 atrás la cambie	8%
Revisar vigencia de credencial de elector	6%
La credencial de elector perderá vigencia si no tiene un 18 en la parte de atrás	2%
Te muestra como checar la vigencia de tu credencial	2%

Promoción del voto 6%

No quedarse sin votar / es para votar	2%
Asume la responsabilidad como votante al cumplir los 18 años	1%
Mis obligaciones / cumplir con mis obligaciones	1%
Promueve la participación de los ciudadanos	1%
Promueve el voto	1%

Credencial para votar 3%

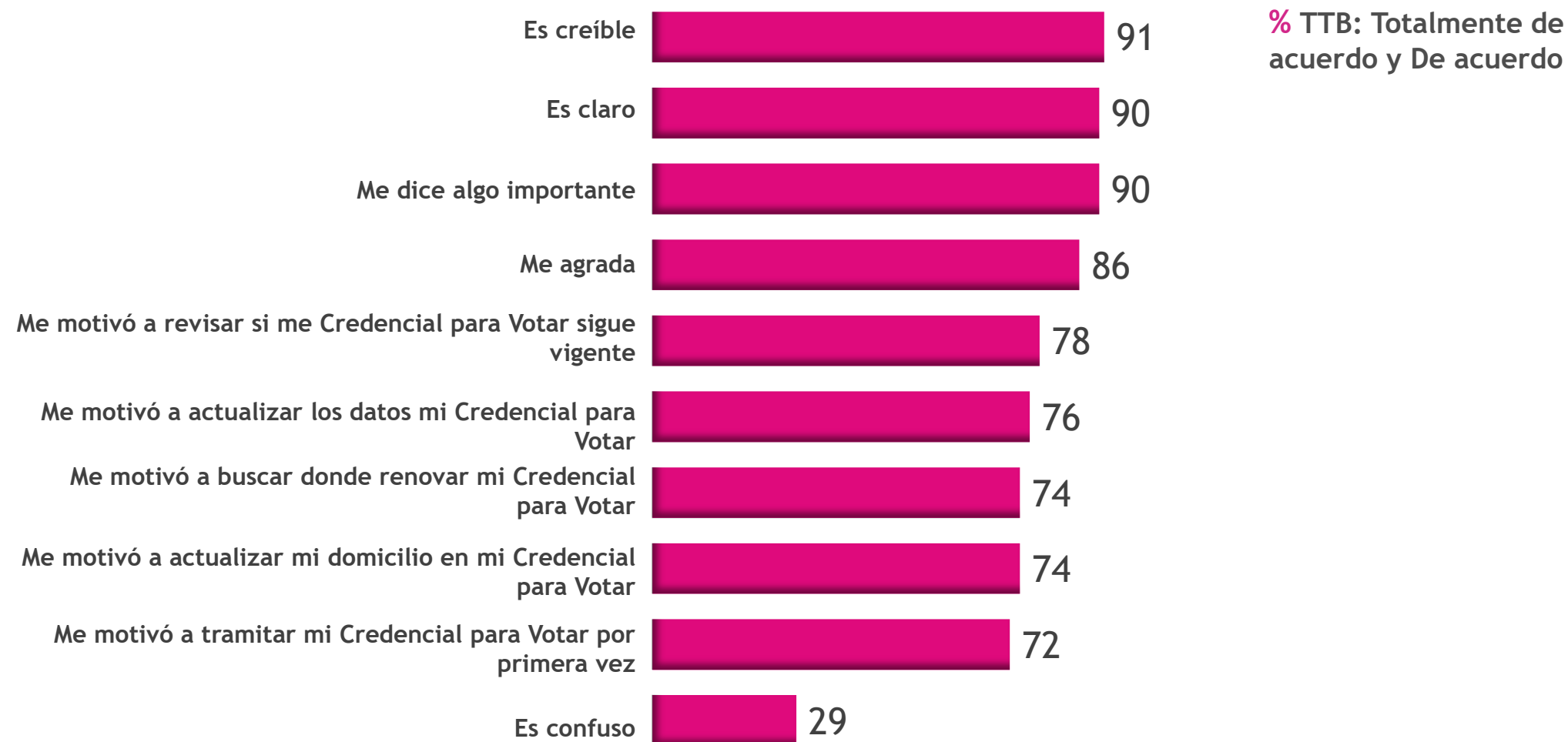
La credencial de elector es indispensable para cualquier trámite	1%
La credencial de elector te ayuda a comprobar que eres mayor de edad	1%
La credencial sirve como identificación	1%

Base total entrevistados: 1,500

P3. ¿Qué mensaje le transmite la publicidad del INE - Instituto Nacional Electoral que acaba de ver?

Evaluación de audio INE

Al igual que en los spots, los atributos de comunicación que más destacan en el material presentado es la claridad, credibilidad e importancia del mensaje transmitido.



Base: 1500

P3. Ahora le voy a leer una serie de frases. Por favor dígame qué tan de acuerdo está con que cada una de estas frases describe el material publicitario que le acabo de mostrar

Evaluación por audio

El audio de Inscripción Chavos fue el mejor evaluado en general con 5 atributos de mayor porcentaje con respecto a los demás.
El más confuso fue el de Renovation Motion.

% TTB: Totalmente de acuerdo y De acuerdo



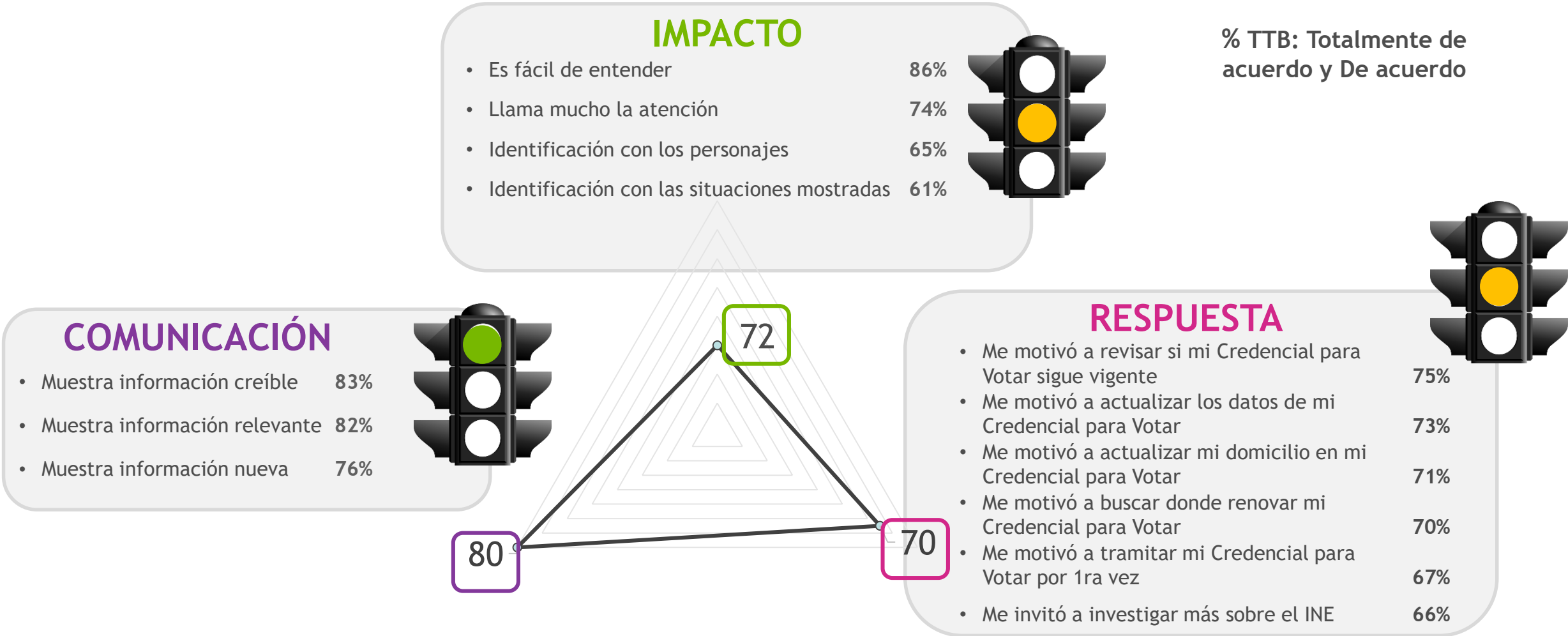
	Inscripción chavos	Renovación motion	Inscripción zonas rurales	Juglar	Comic
Es claro	93%	91%	89%	88%	89%
Me agrada	88%	87%	88%	84%	85%
Me dice algo importante	93%	90%	91%	87%	89%
Es creíble	92%	91%	91%	89%	89%
Me motivó a revisar si me credencial para Votar sigue vigente	75%	82%	74%	79%	81%
Me motivó a buscar donde renovar mi credencial para Votar	72%	77%	74%	76%	73%
Me motivó a actualizar los datos de mi credencial para Votar	77%	78%	74%	77%	74%
Me motivó a tramitar mi Credencial para Votar por primera vez	81%	66%	79%	69%	67%
Me motivó a actualizar mi domicilio en mi Credencial para Votar	72%	73%	72%	82%	70%
Es confuso	30%	33%	25%	32%	25%

Evaluación general de campaña



Evaluación general de la sub campaña

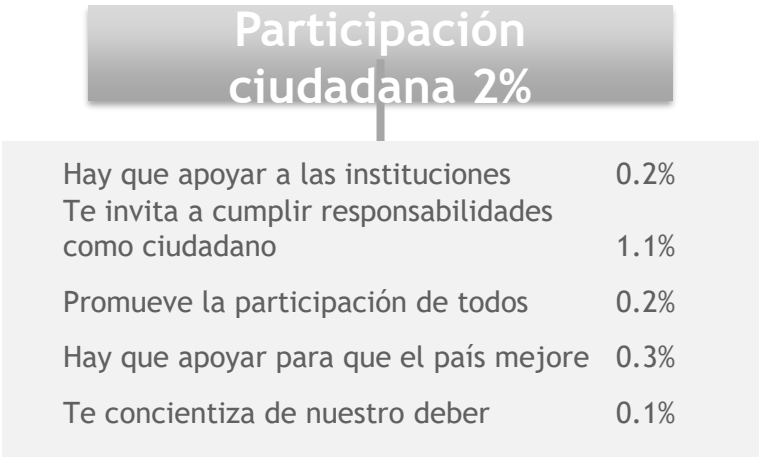
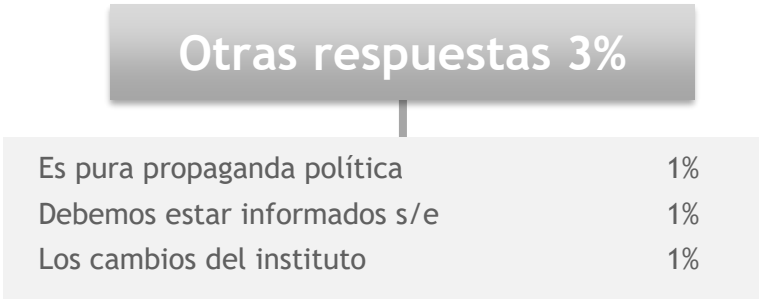
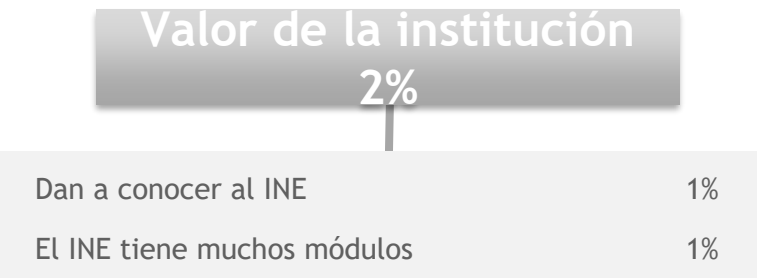
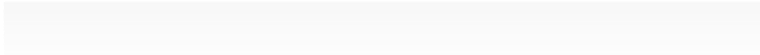
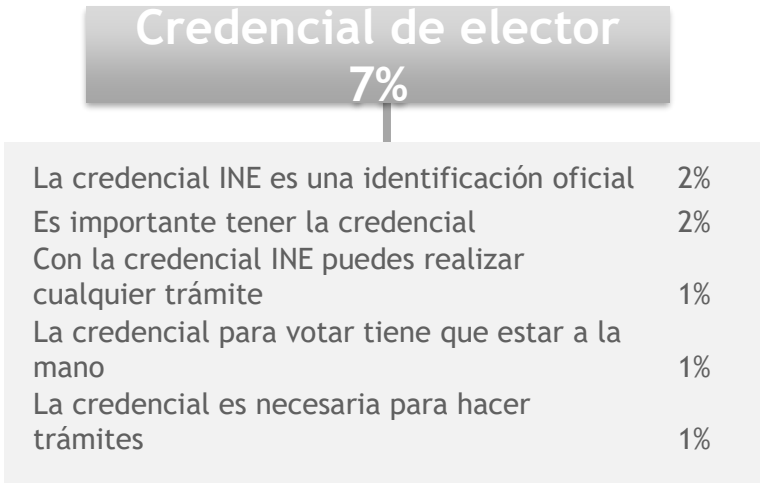
La comunicación es la principal fortaleza de la campaña actual, ya que muestra información relevante y creíble.



Base total entrevistados: 1,500

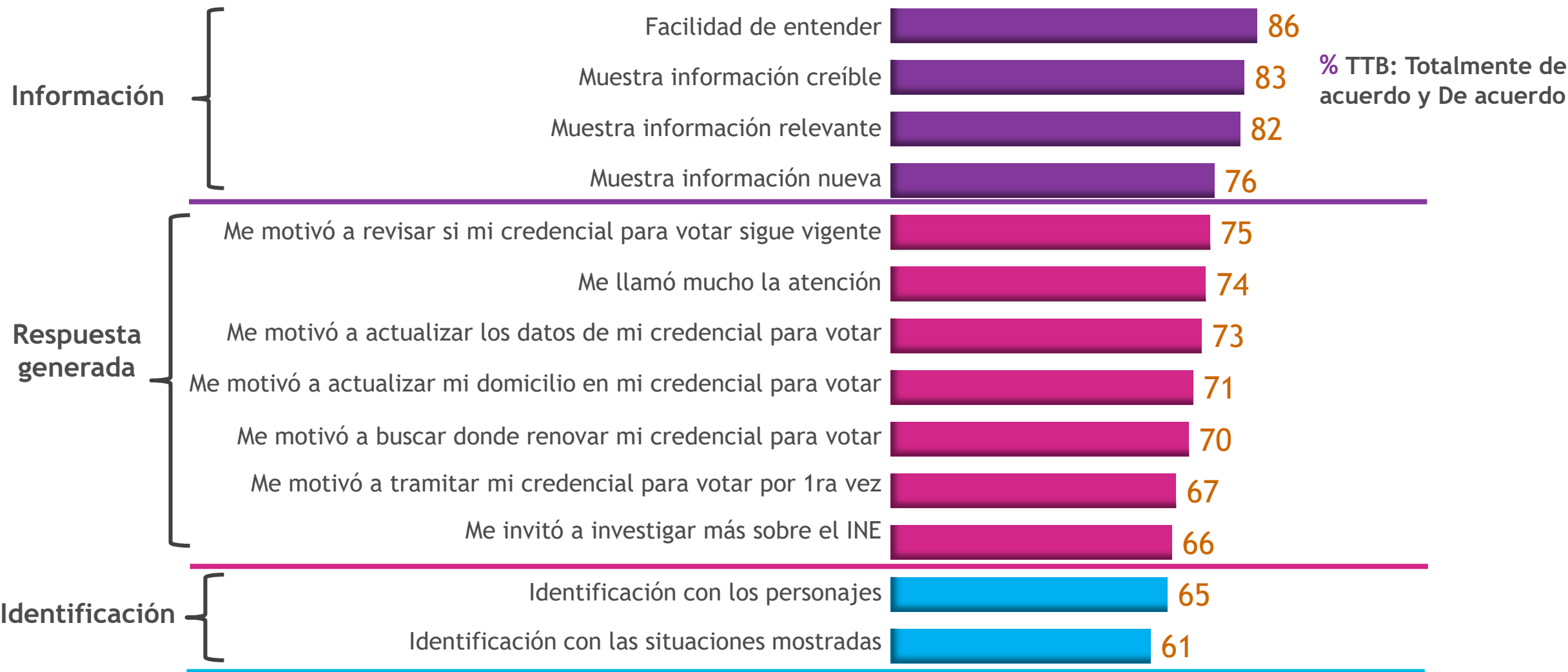
P1. ¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con las siguientes afirmaciones sobre la campaña de publicidad que le mostré anteriormente?

Ideas principales de la campaña



Evaluación general de la campaña

El comercial cuenta con una gran capacidad de comunicar debido a la facilidad con la que se entiende, la relevancia y credibilidad del mensaje.



Base: 1500
P7. Ahora le voy a leer una serie de frases. Por favor dígame qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con que cada una de estas frases describe el material publicitario que le acabo de mostrar...

Conclusiones y recomendaciones

**(Soluciones estratégicas y líneas de
acción sugeridas)**



Conclusiones y recomendaciones

(Soluciones estratégicas y líneas de acción)

SE

A partir de la consultoría basada en Insights, proponemos soluciones y líneas de acción basadas en los ejes de comunicación efectiva:

1. Impacto



Las campañas siguen manteniendo niveles similares de recordación a la campaña durante las elecciones, lo que demuestra un buen impacto a pesar del ‘momento’ de comunicación



Este impacto podría superar el promedio si se logrará una mayor identificación de la audiencia con los personajes y las situaciones.

2. Mensajes



Los mensajes del INE lograron ser claros y bien recibidos por la audiencia; sin embargo, la actualización de los datos sigue siendo lejana para los ciudadanos por lo que llega a ser dejado de lado.



3. Respuesta



El trámite y renovación de la credencial se da de manera natural sobre todo por la relevancia ya construida.



Es importante dotar de relevancia a la actualización de datos ya que los ciudadanos no perciben un “costo” al tener una credencial no actualizada.

Conclusiones y recomendaciones

(Soluciones estratégicas y líneas de acción)

SE

El tramitar, renovar y actualizar la credencial es percibido de manera diferente:



Todos los mensajes fueron bien recibidos por los ciudadanos; sin embargo, las diferencias en el impacto del día a día de éstos provocó una diferencia en la relevancia de los mensajes.

Tramitar



El primer contacto con la credencial: Ayuda a los jóvenes a identificarse.

Renovar



Actualizar



Se debe de fortalecer la relevancia de mantener una credencial actualizada vinculado a una funcionalidad más cercana a los ciudadanos.

Gracias...



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