



REPORTE EJECUTIVO SUBCAMPAÑA DE ACTUALIZACIÓN AL PADRÓN ELECTORAL INE 2016

Contenido

OBJETIVO DEL ESTUDIO.....	3
NOTA METODOLÓGICA.....	4
PRINCIPALES HALLAZGOS.....	5
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	16
REPORTE GRÁFICO	19
EVALUACIÓN DE SPOTS... ..	20
INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL	27
CONFIANZA EN LAS INSTITUCIONES.....	31
HÁBITOS DE INFORMACIÓN	35



Objetivo del estudio:

El objetivo central del estudio fue identificar las fortalezas de la Subcampaña de Actualización al Padrón Electoral que, como se señala en la Estrategia de Difusión 2016, pertenece a la Campaña de Fortalecimiento de la Cultura Cívica, mediante la generación de indicadores sobre el alcance, penetración y efectividad de los *spots* de radio y televisión, y de los mensajes en medios alternativos de la Subcampaña de Actualización al Padrón Electoral.

Los mensajes de los *spots* a evaluar fueron:

- **Que las y los jóvenes que acaban de cumplir los 18 años tramiten su Credencial para votar.**
- **Que quienes hayan cambiado de domicilio actualicen su Credencial para votar.**
- **Que quienes tengan su Credencial para votar vencida la actualicen.**

Nota metodológica:

Tamaño de la muestra:

1,200 casos efectivos.

Calidad de la estimación:

Error máximo implícito: $\pm 2.83\%$.

(Sin considerar el efecto de diseño).

Nivel de confianza:

95%.

Marco muestral: listado de secciones electorales en el territorio nacional con sus datos de identificación geográfica y numérica y el número de electores registrados en la Lista Nominal conforme la información disponible en el sitio de internet del Instituto Nacional Electoral.

Población objetivo: ciudadanas y ciudadanos mexicanos residentes en viviendas particulares dentro del territorio nacional.

Método y modo de entrevista: entrevistas presenciales (cara a cara) en viviendas particulares ubicadas dentro del territorio nacional.

Fecha de recolección: 25-28 de febrero de 2017.

Representatividad: nacional.



PRINCIPALES HALLAZGOS



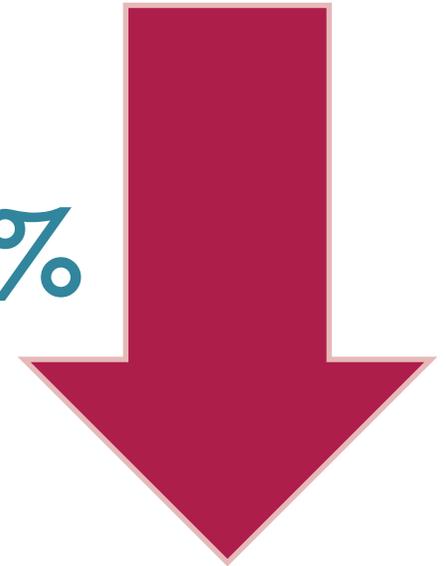
Spots

No hubo diferencia relevante en la recordación de los spots entre las entidades federativas que tuvieron elecciones en comparación con las que no tuvieron.



La **diferencia** nunca fue de más del

5%



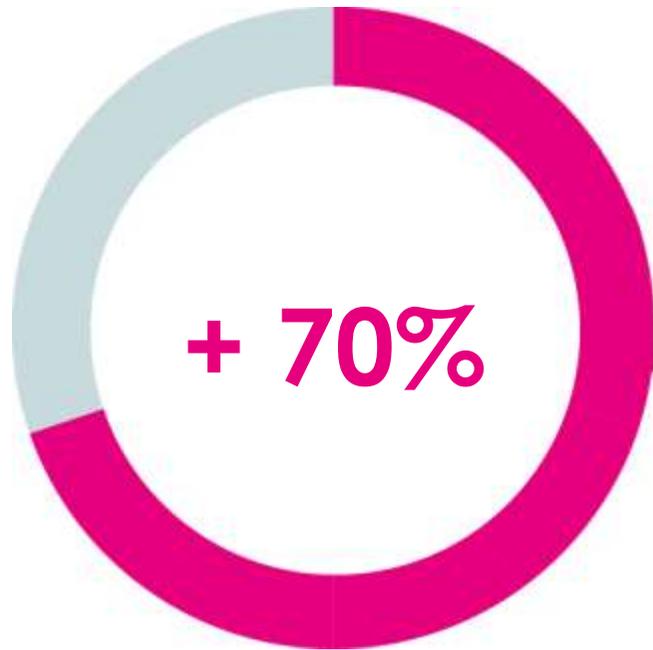
Recordación de mensajes

El mensaje **más** mencionado fue el de **cambio de domicilio**, seguido de la **actualización de la Credencial** para Votar y por último la obtención de **la credencial** por las y los jóvenes que **votan por primera vez**.



Impacto de mensajes

Más del **70%** de los y las entrevistados(as) manifestó haber **escuchado** o **visto** los **3 spots**.



90%

Aproximadamente el **90%** consideró **útil** la información.

65%

El **65%** dijo que después de haber **visto** u **oído** el mensaje él/ella o algún conocido(a), **solicitó su credencial, cambió su domicilio o actualizó su credencial**.



INE
Instituto Nacional Electoral



Instituto Nacional Electoral

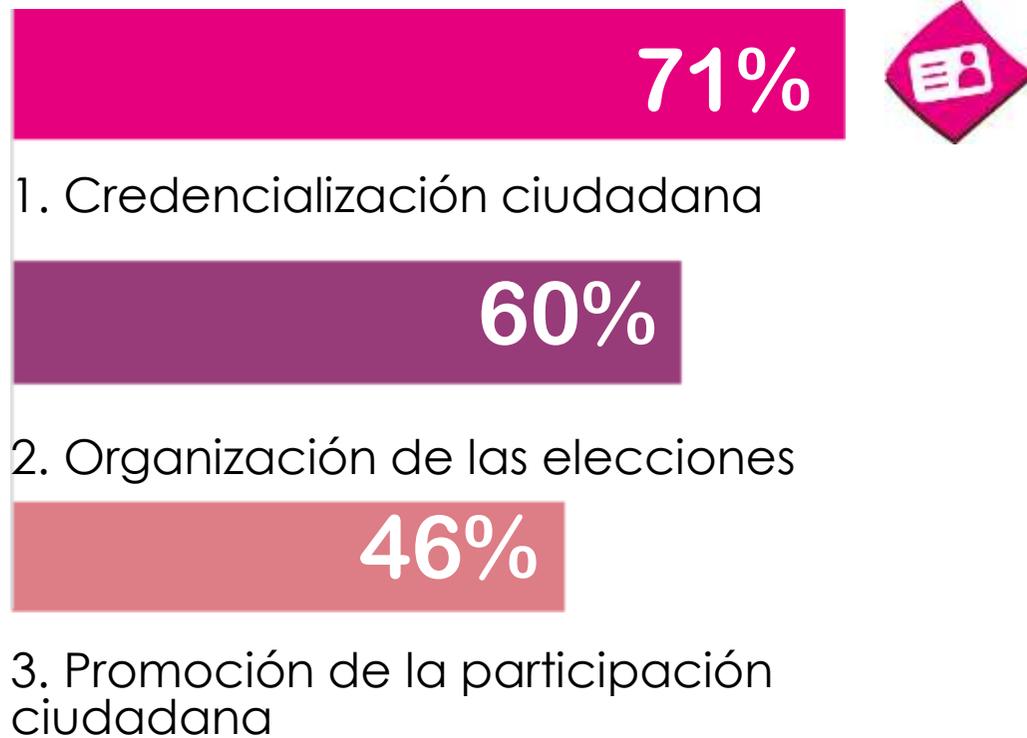
ACTIVIDADES QUE **MÁS SE RECUERDAN**

1. Organización de las **elecciones**
2. Credencialización ciudadana
3. Dar **certeza** a los resultados electorales

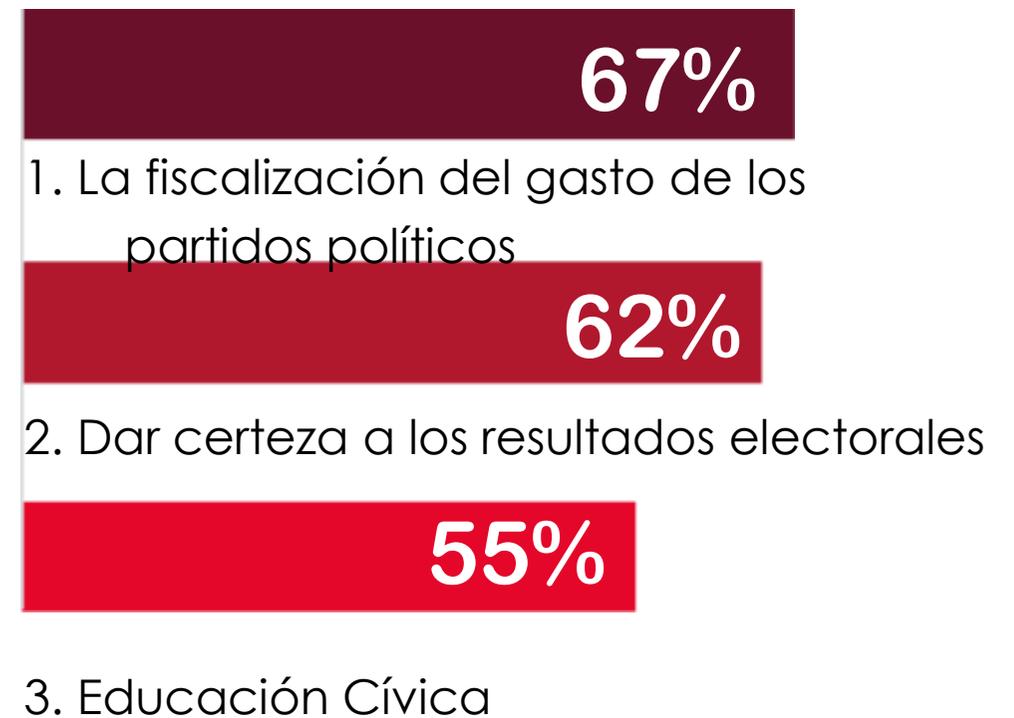


Desempeño del INE

Actividades mejor evaluadas



Actividades peor evaluadas



Confianza en las instituciones

- La mayor parte de las personas entrevistadas (+ **51%**) manifestaron que las **instituciones** les inspiran **algo** y **poca confianza**.
- El **INE** se encuentra entre las 5 instituciones con mayor **confianza (49%)**, debajo de la CNDH, las Fuerzas Armadas y la iglesia.
- Las instituciones con **menor** porcentaje de **confianza** son los **partidos políticos**, el **gobierno** y la **Presidencia de la República**.

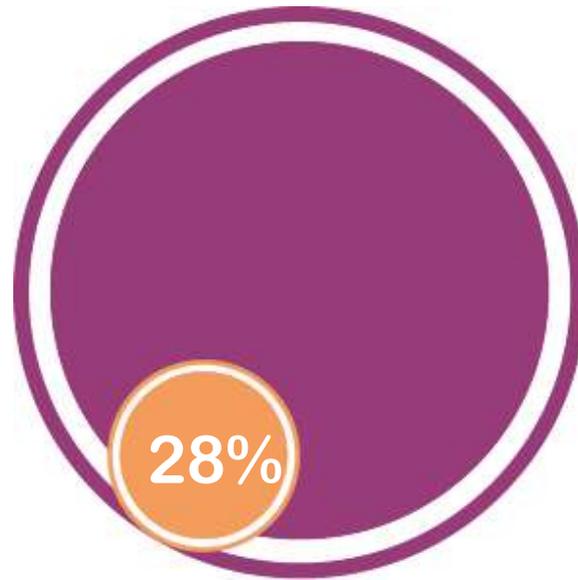
Percepción de la democracia

La **democracia** es **preferible** a cualquier forma de gobierno, con el **51%** de las menciones. A pesar de ello, el **60%** de los y las entrevistados(as) manifestaron estar **insatisfechos(as) con su funcionamiento**.



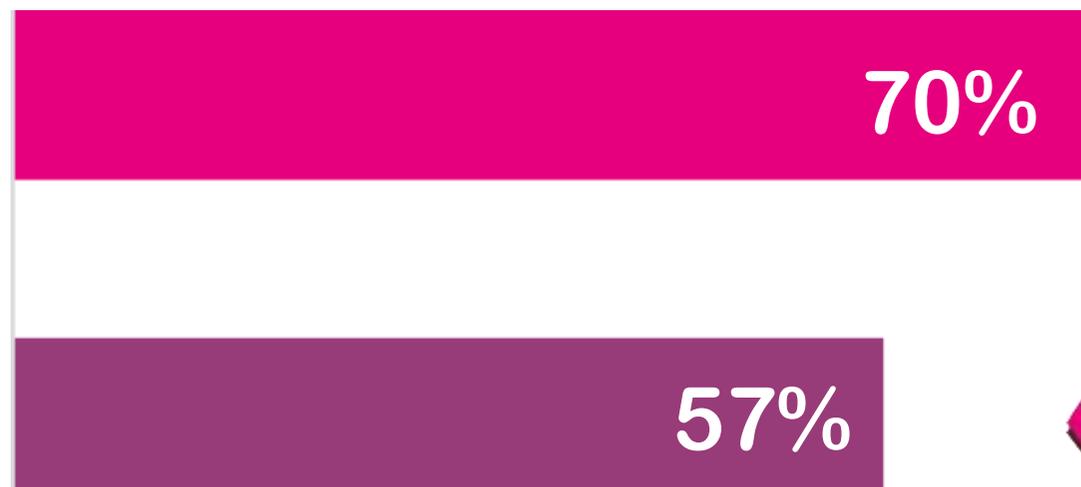
Percepción de la democracia

Llama la atención que el 28% de la muestra considera que no hay diferencias entre un gobierno democrático y uno autoritario, sin embargo, es posible que influya en esta percepción la poca o nula confianza que se tiene en las diferentes instituciones de gobierno.



Hábitos de información

- La **televisión** es el principal medio a través del cual la población se entera de las cosas que pasan en el país, según el **70% de los entrevistados (as)**. El **radio** y las **redes sociales** se ubican con el **57%** de las menciones.
- Los **menos mencionados** fueron:
 - Espectaculares **17%**
 - Carteles **14%**
 - Perifoneo **13%**



Hábitos de información

Aproximadamente el **50%** de los entrevistados:

- **No** lee **noticias** en el periódico.
- **No** revisa **noticias** en internet.
- **No** comparte **noticias** en redes sociales.
- **No** escucha **noticias** en la radio.

Uso de redes sociales:

Los(as) líderes políticos **10%**, los(as) activistas **11%** y las instituciones **17%**, son los menos seguidos por los entrevistados(as).

Su principal actividad es leer publicaciones de las personas a las que siguen: 40%



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES



Conclusiones

- De los spots evaluados, el de **cambio de domicilio y el de actualización de la credencial** tienen un alto impacto. La subcampaña realizada por el INE es muy **sólida**.
- El **problema** no es la democracia como forma de gobierno, sino cómo es percibida la manera en que funcionan sus **instituciones**.
- A pesar del contexto de desconfianza que existe en el país, el **INE resulta muy bien evaluado**. Los rubros con la evaluación **más baja** son los relacionados con los **partidos políticos**.
- Existe un evidente desinterés por aquello relacionado con la política.



Recomendaciones

- Hay un gran nicho de **oportunidad** si se comunica a través de **redes sociales**, en especial **Facebook**.
- La ciudadanía **no tiene interés** en las noticias del país, es necesario **innovar** en los procesos de **comunicación para atraer por lo menos la atención**.
- Los **mensajes** que se transmitan en los medios de comunicación, específicamente en **radio y televisión**, deben ser **informativos**; para educación cívica y **temas prioritarios** es imperativo el diseño de una **estrategia diversificada y segmentada**.



REPORTE GRÁFICO

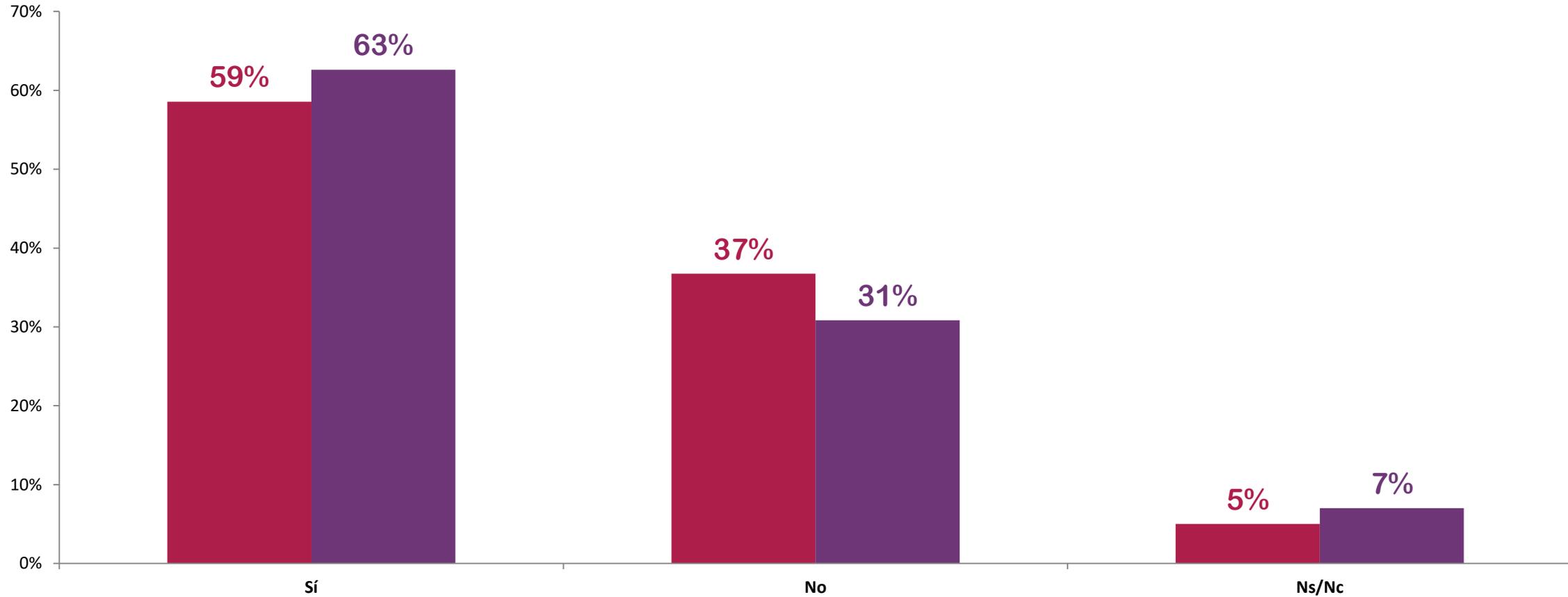


EVALUACIÓN DE SPOTS



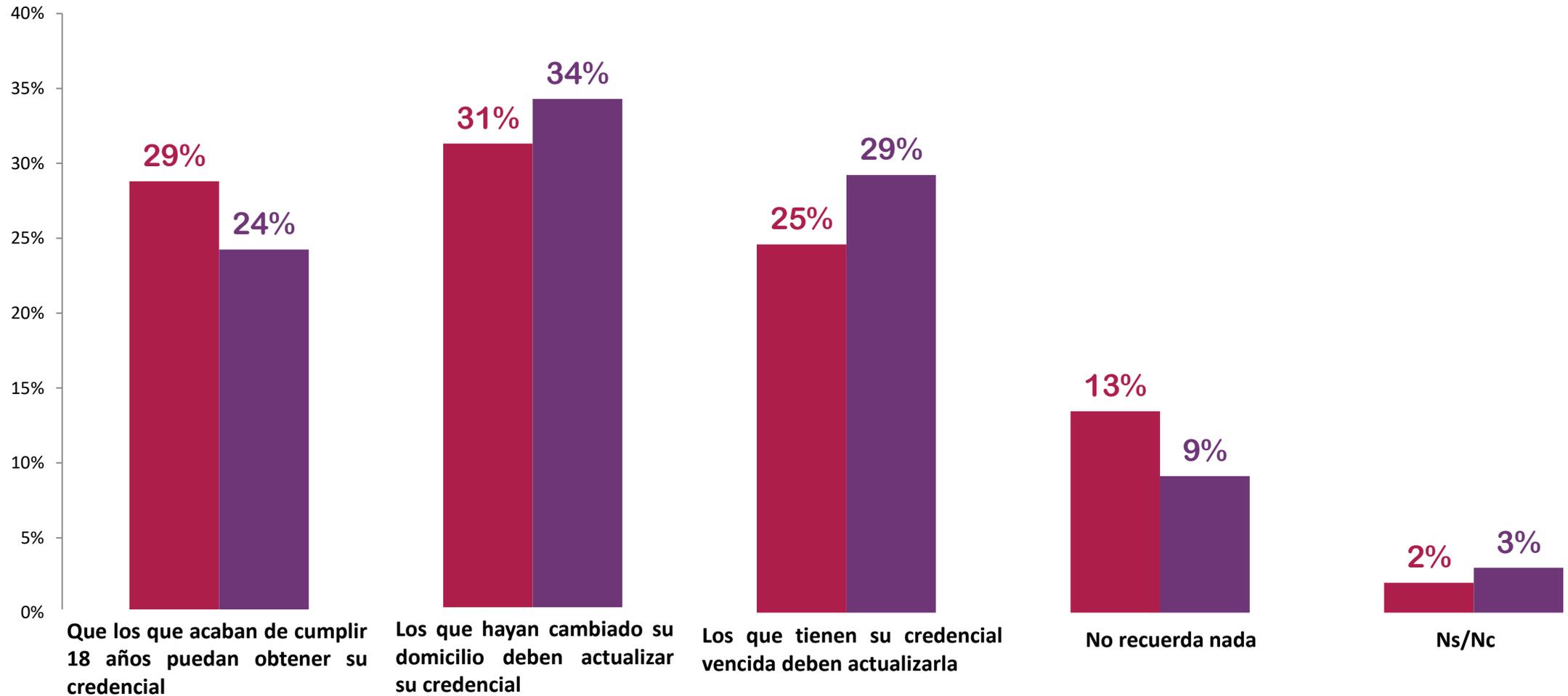
¿Recuerda usted haber visto u oído, durante el año pasado, algún mensaje publicitario del Instituto Nacional Electoral?

■ Todos los Estados ■ Estados en los que hubo elección en 2016

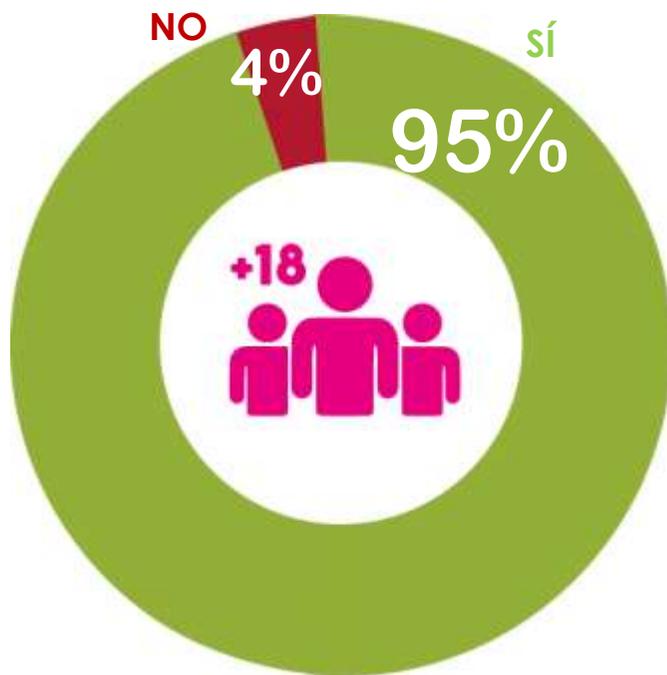


¿Qué mensaje publicitario recuerda usted?

■ Todos los Estados ■ Estados en los que hubo elección en 2016



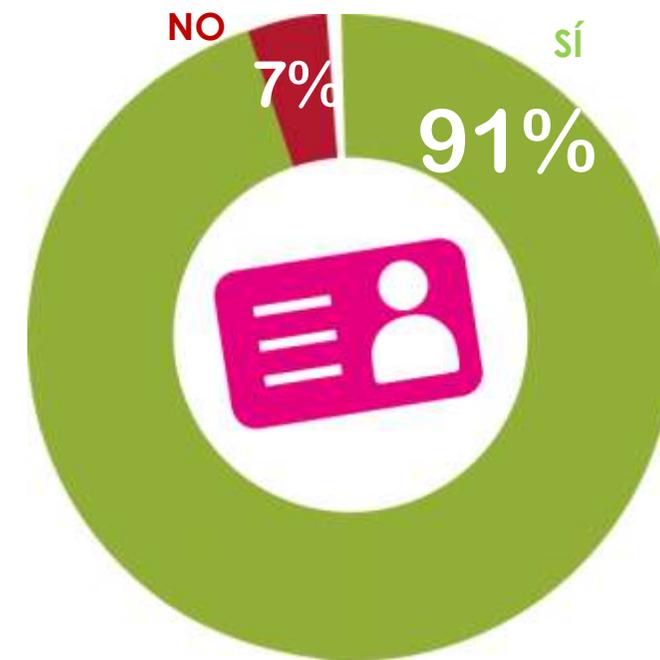
¿Sabía usted que...?



a) Los jóvenes que acaban de cumplir los 18 años de edad pueden obtener su Credencial para Votar



b) Quienes hayan cambiado su domicilio deben actualizar su Credencial para Votar



c) Quienes tienen su Credencial para Votar vencida deben actualizarla

¿Escuchó o vio usted el año pasado algún mensaje del Instituto Nacional Electoral sobre...?

■ Sí ■ No

a. Que los jóvenes que acaban de cumplir 18 años pueden obtener su Credencial para Votar



b. Quienes hayan cambiado de domicilio deben actualizar su Credencial para Votar



c. Quienes tienen su Credencial vencida deben actualizarla

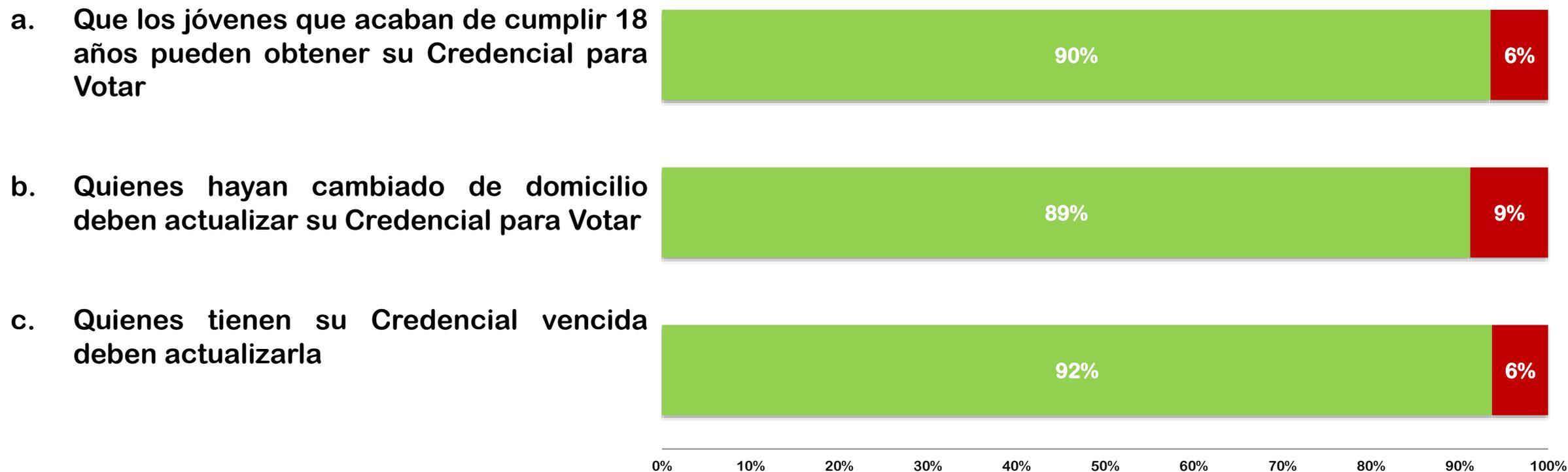


0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%



¿Le pareció útil o inútil el anuncio del Instituto Nacional Electoral sobre...?

■ Útil ■ Inútil

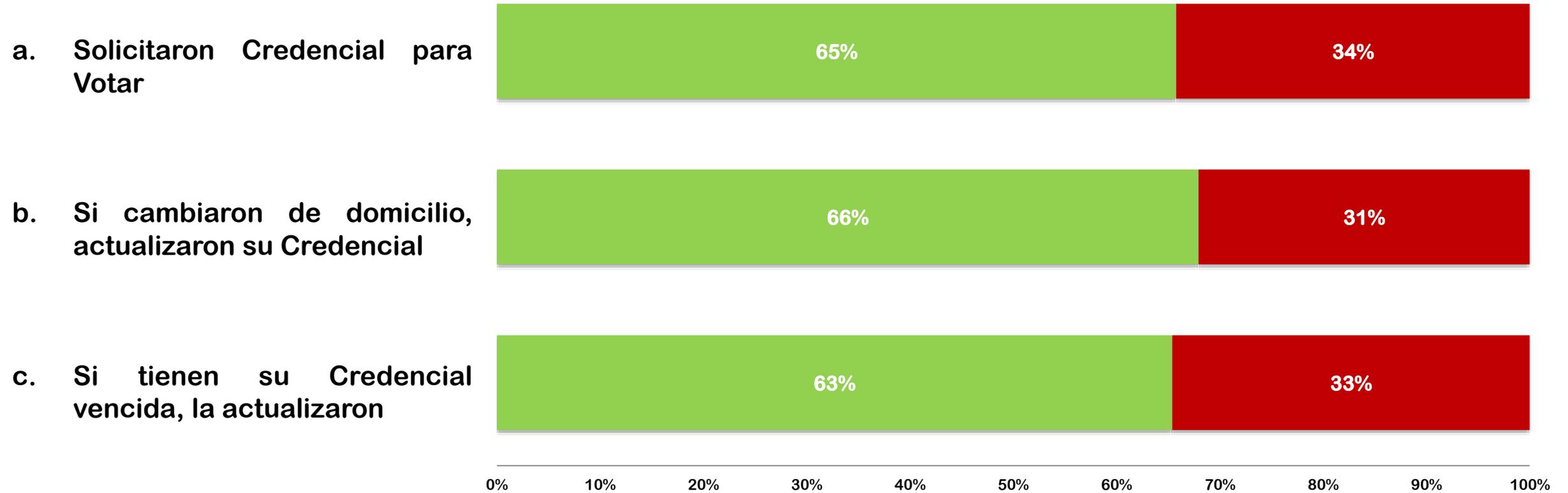


INE
Instituto Nacional Electoral



¿Supo usted si alguno de sus familiares, amigos o personas cercanas, incluyéndolo a usted mismo, solicitó, actualizó o renovó su credencial después de ver o escuchar alguno de los anuncios, o no supo de ningún caso así?

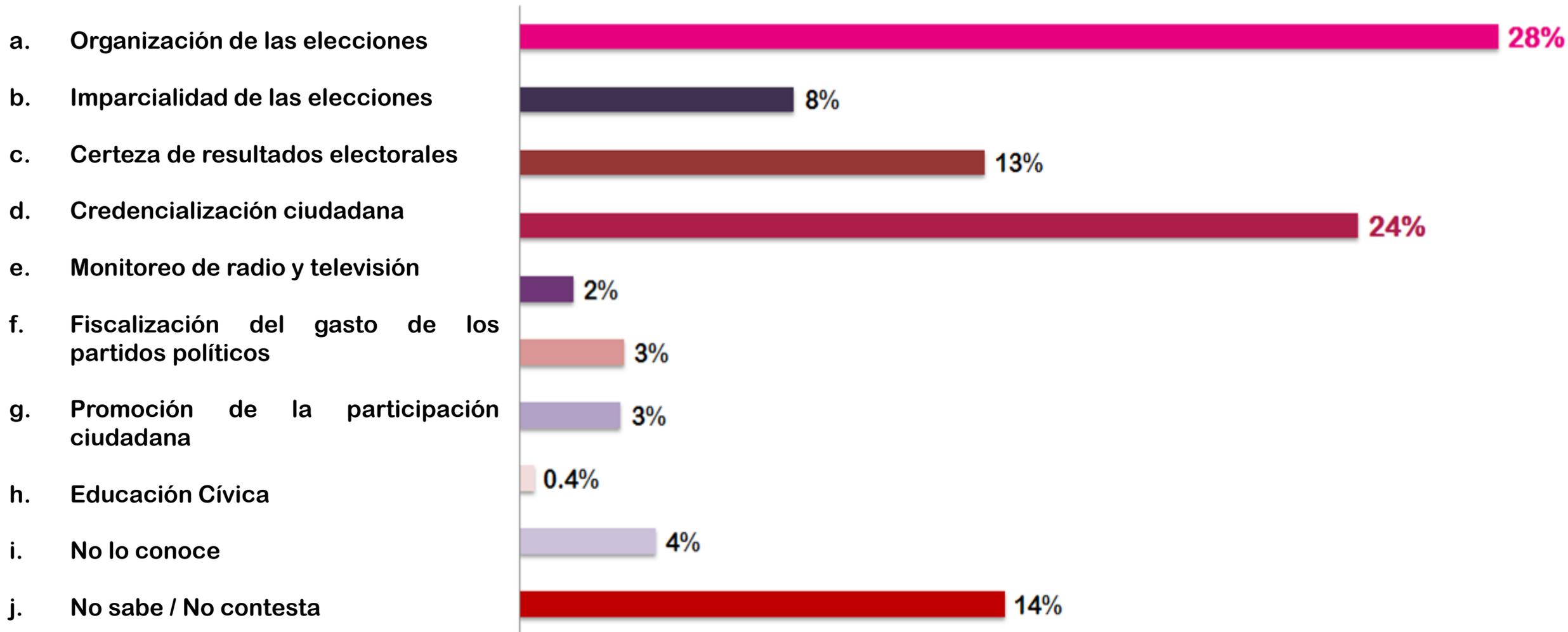
■ Sí ■ No



INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL

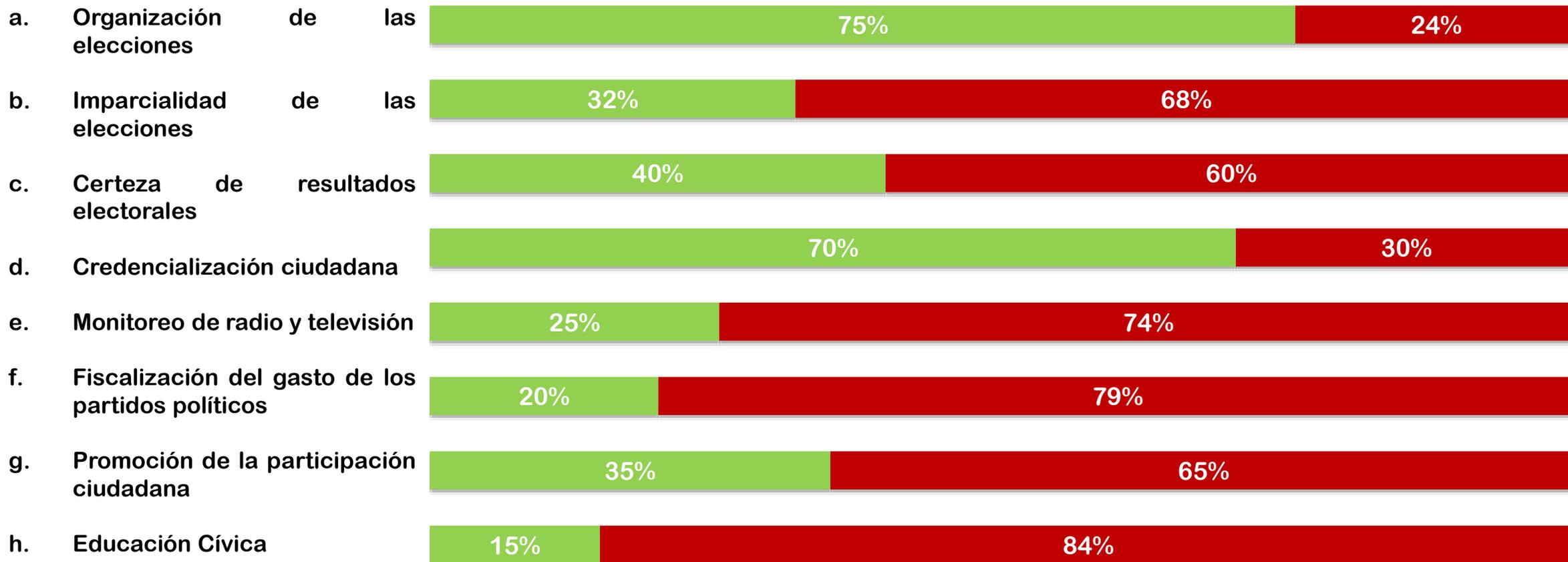


Por lo que usted sabe, ¿a qué se dedica el Instituto Nacional Electoral (INE)? (Pregunta abierta)



Usted, ¿qué responsabilidades recuerda que tiene asignadas el Instituto Nacional Electoral...?

■ Sí menciona ■ No menciona

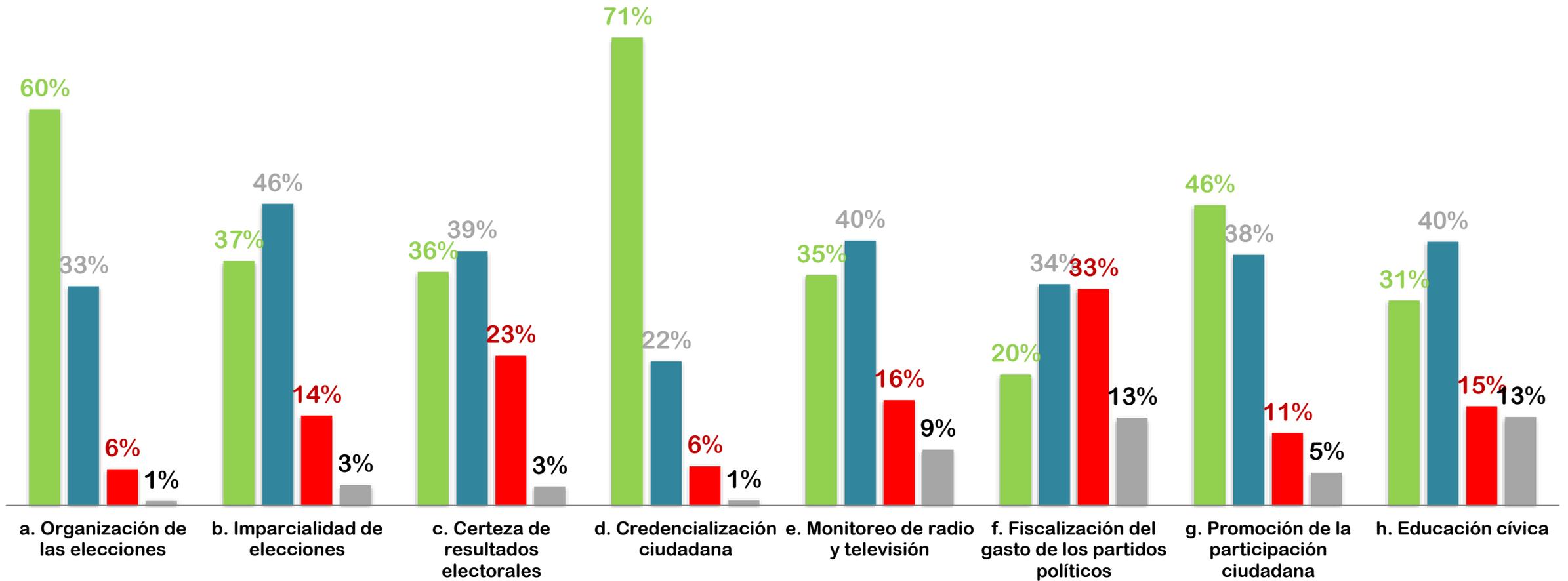


INE
Instituto Nacional Electoral



En su opinión, el desempeño del Instituto Nacional Electoral, ha sido...

■ Excelente/bueno ■ Regular ■ Malo ■ No sabe/ No contesta



INE
Instituto Nacional Electoral

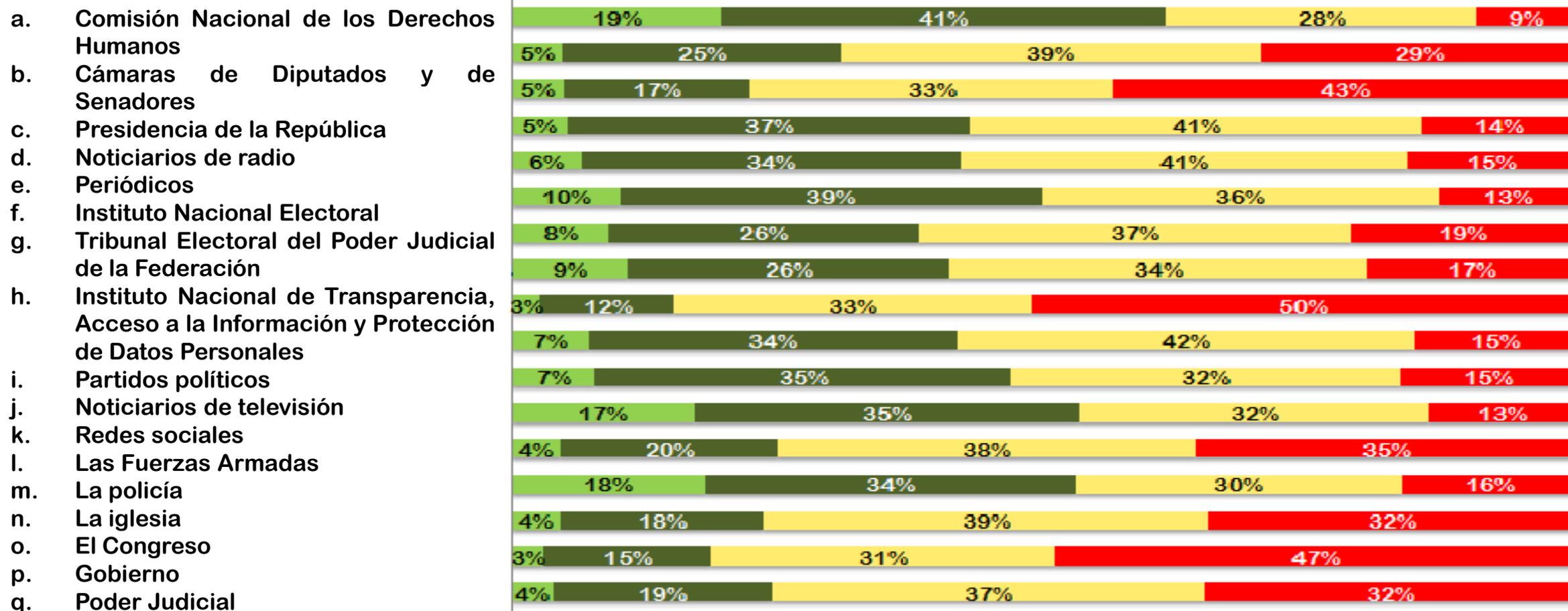


CONFIANZA EN LAS INSTITUCIONES

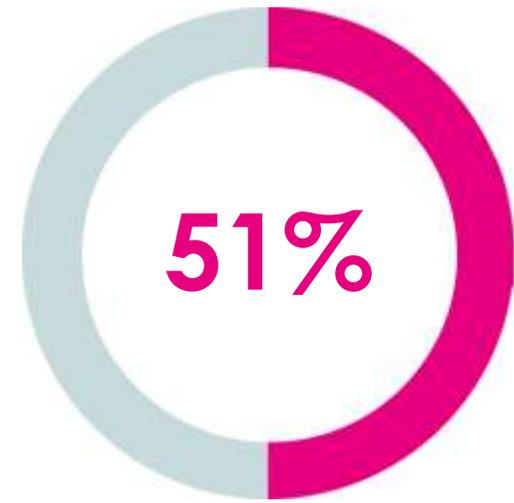


¿Podría usted decirme qué tanta confianza le inspiran cada una de las siguientes instituciones y organizaciones...?

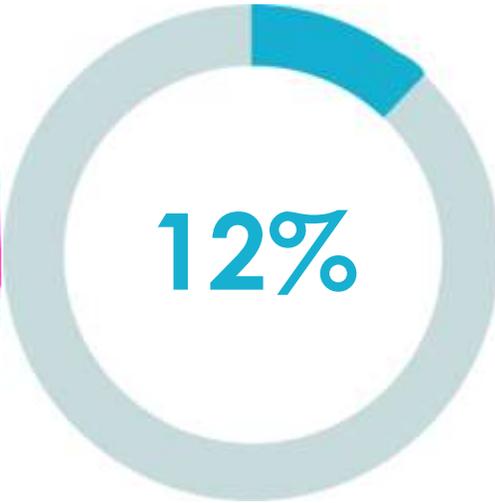
■ Mucha ■ Algo ■ Poca ■ Nada



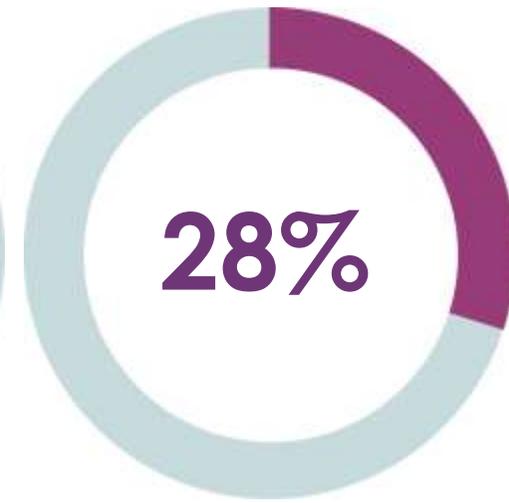
¿Con qué frase está más de acuerdo?



La democracia es preferible a cualquier otra forma de gobierno



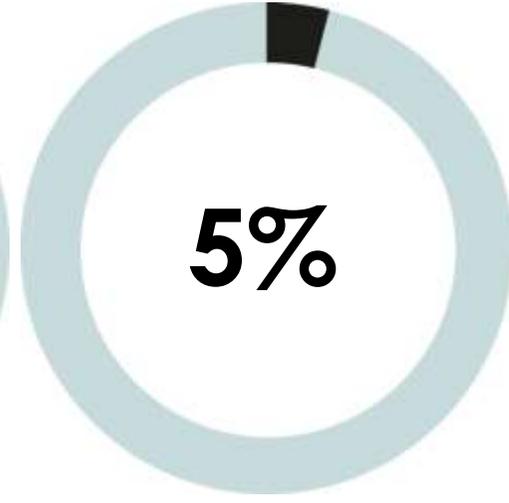
Un gobierno autoritario puede ser preferible a uno democrático



Da lo mismo cualquier forma de gobierno

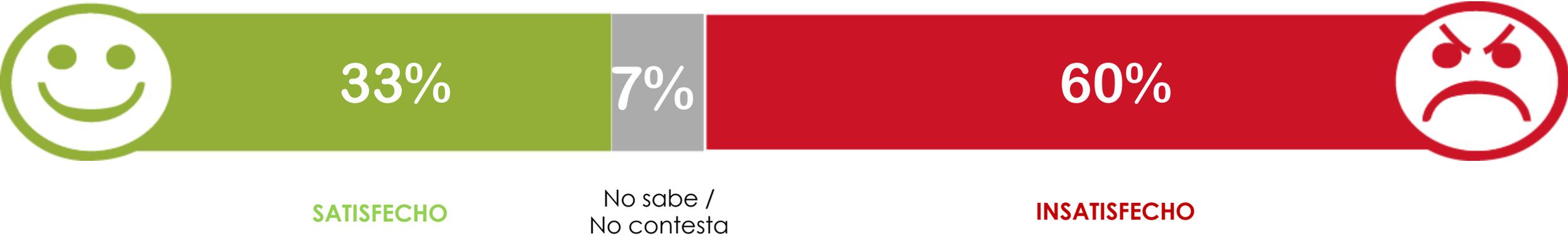


Ninguna



No sabe / No contesta

¿Está usted satisfecho o insatisfecho con el funcionamiento de la democracia en México?

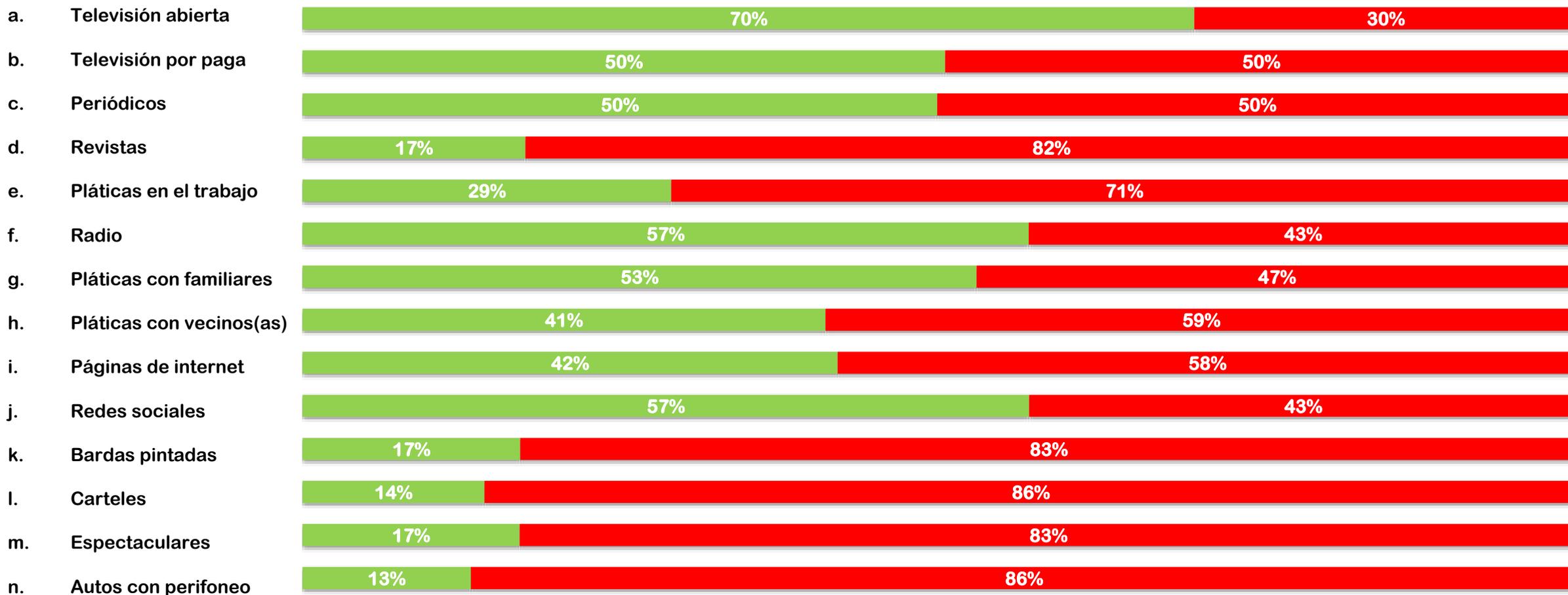


HÁBITOS DE INFORMACIÓN



Usted, ¿a través de qué medios se entera de las cosas que pasan en el país...?

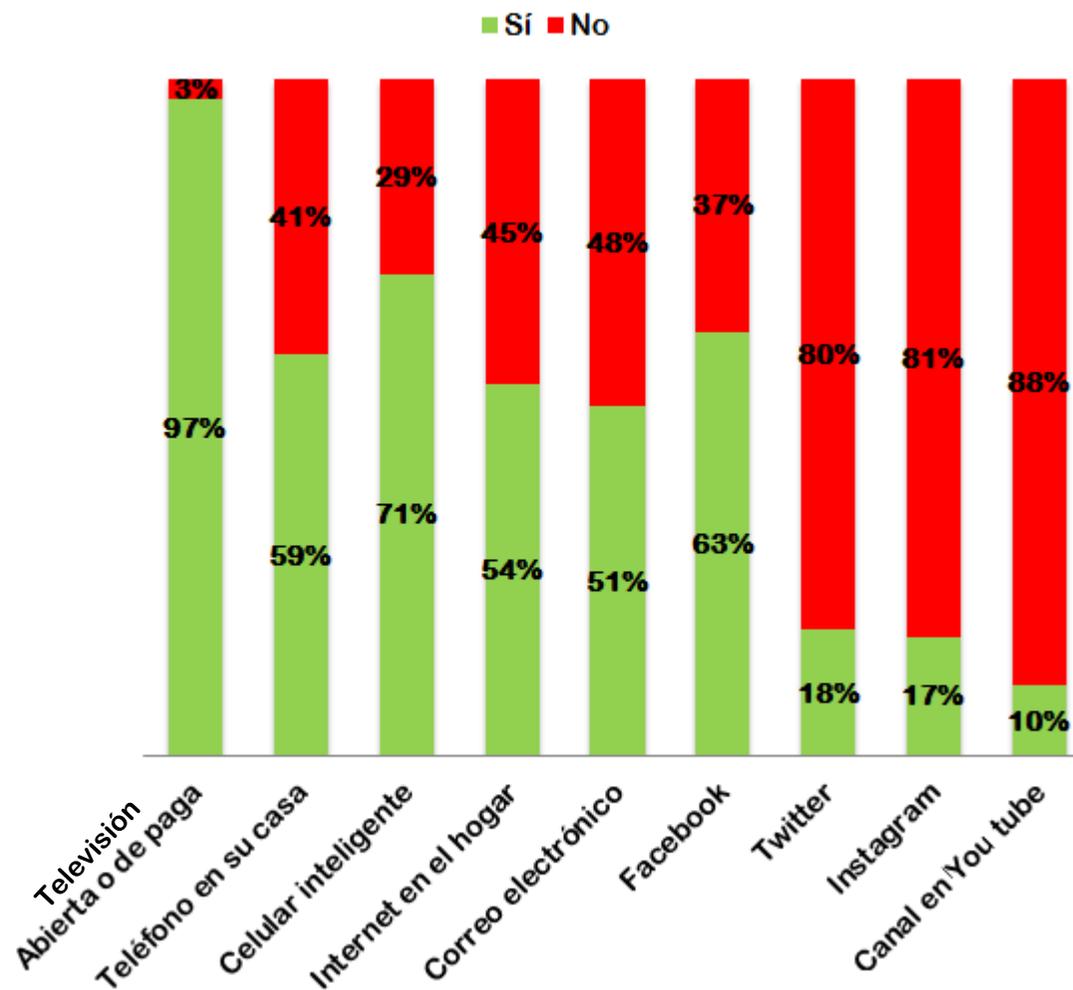
■ Sí ■ No



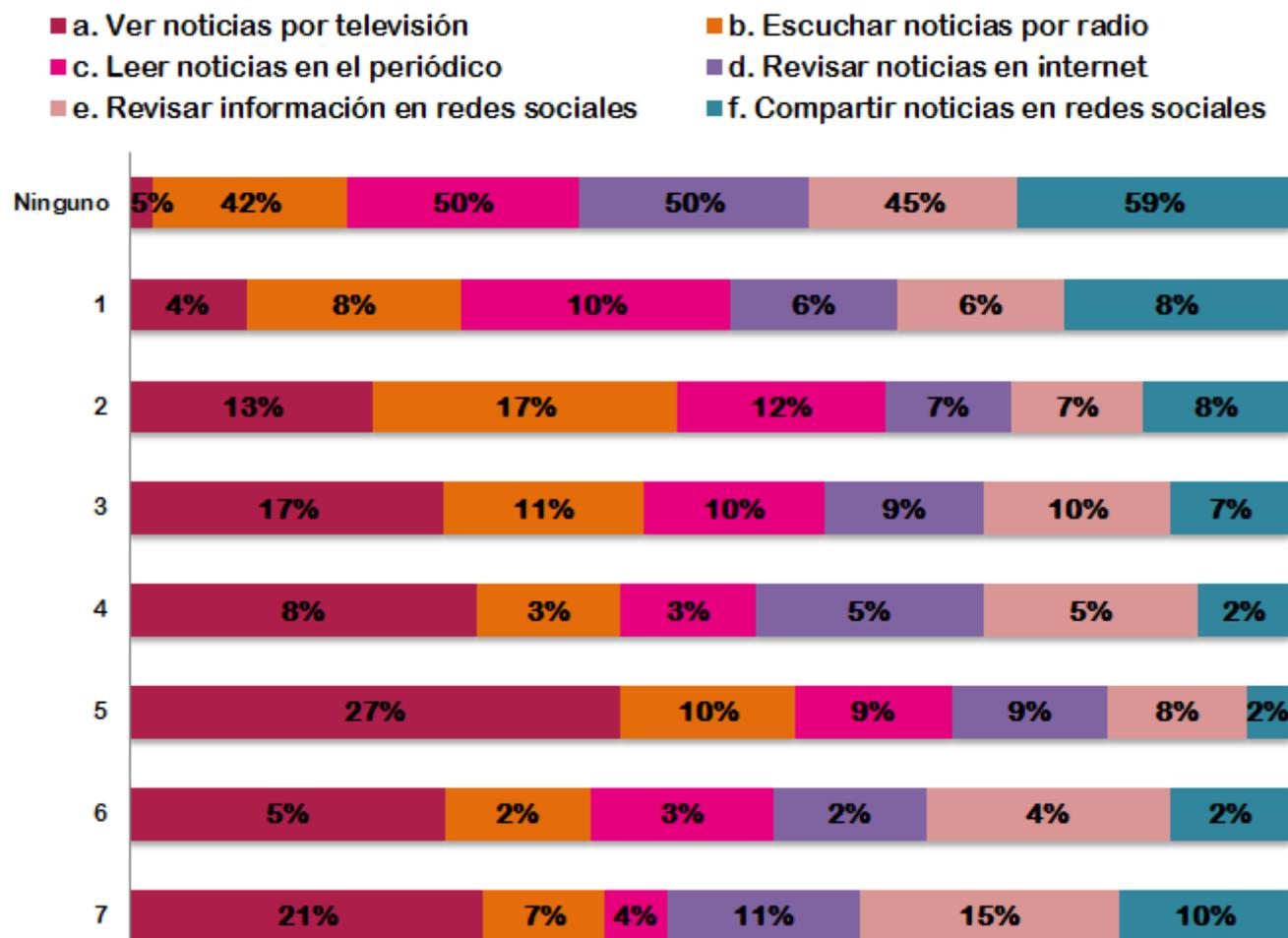
INE
Instituto Nacional Electoral



¿Podría indicarme si cuenta con...?

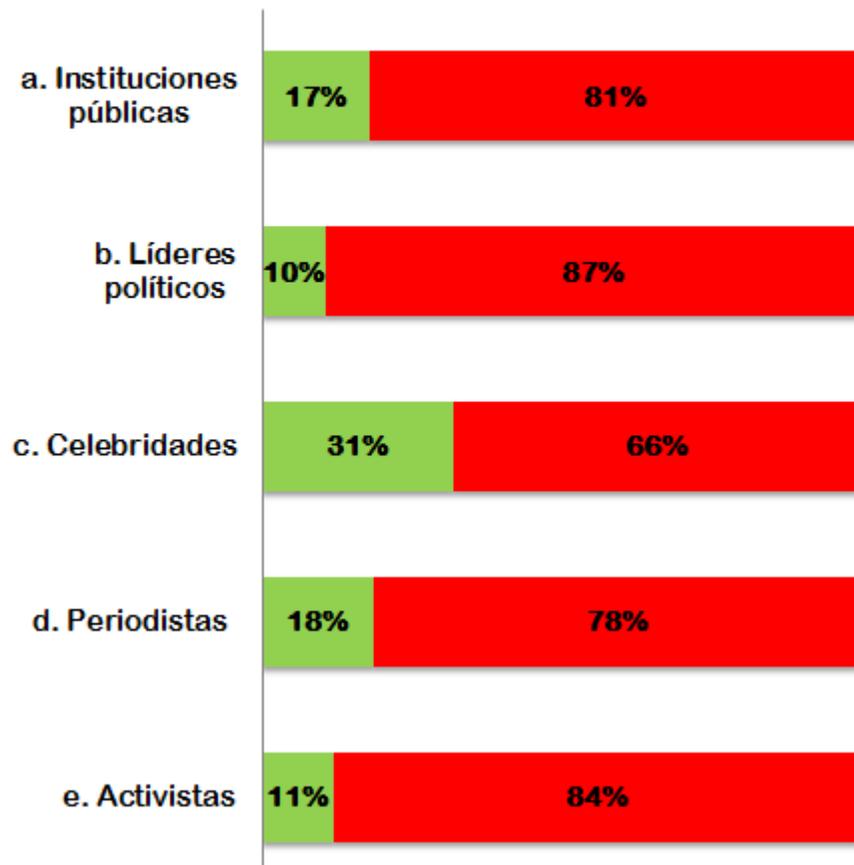


¿Cuántos días a la semana acostumbra usted...?

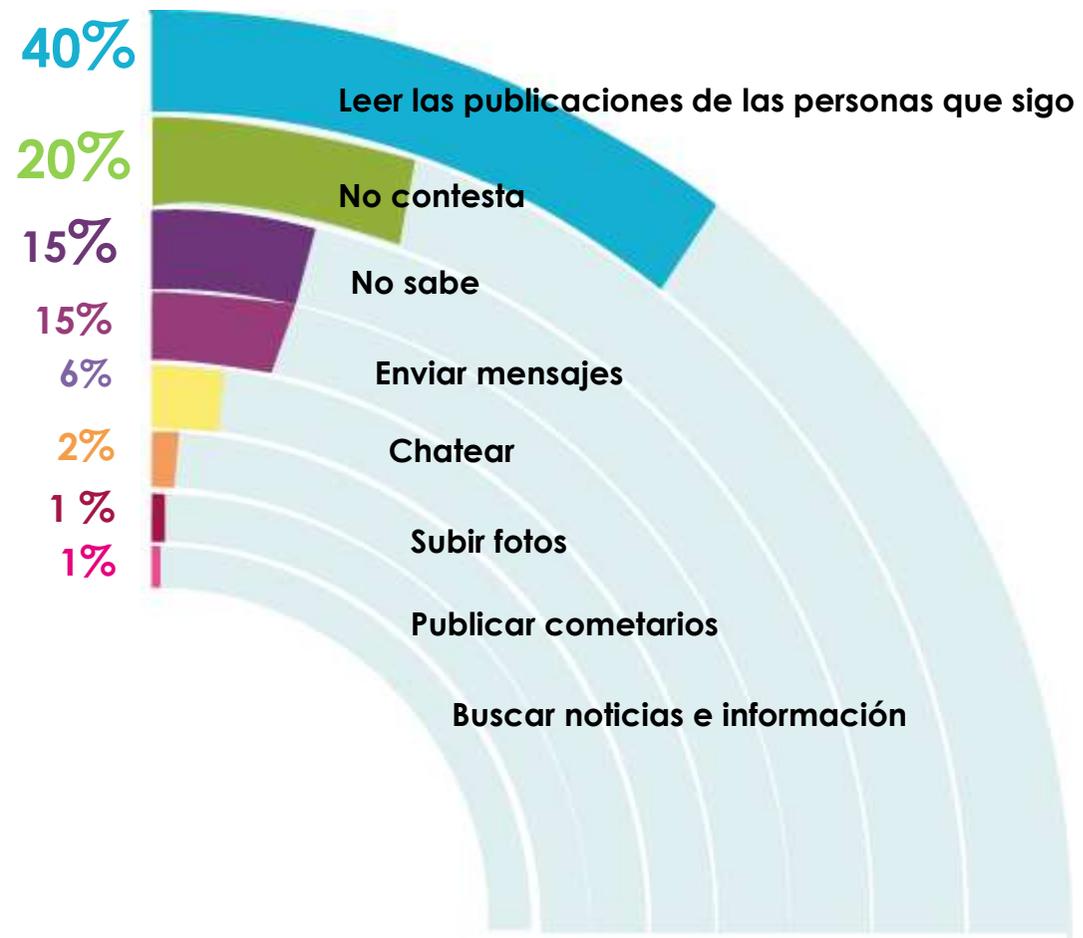


¿Usted sigue en redes sociales a...?

■ Sí ■ No



¿Para qué utiliza las redes sociales?



Créditos y autoría

Dra. Angélica Cuéllar Vázquez.

Directora de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM.

Dr. Fernando Castañeda Sabido.

Académico líder de la investigación.

Mtro. Felipe De la O López.

Coordinador del Centro de Estudios de Opinión Pública, FCPyS.

Mtro. Renato Hernández Loustalot Laclette.

Investigador.

Lic. Betsabe Adriana Escamilla Cervantes.

Investigadora.



Datos de contacto

Centro de Estudios de Opinión Pública, UNAM.

Sede Alternativa de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, Circuito del Estadio Olímpico, Ciudad Universitaria, Coyoacán, C.P. 04510, Ciudad de México.

ceop@unam.mx

56222970 Ext. 212.

Muchas gracias

