

What do we see?



Reporte de resultados:

Estudio Cualitativo Exploratorio

Elaborado para:



Ref.: XX XXXX 06

Nobody's Unpredictable



■ Objetivo general

- Identificar directrices para el IFE en términos de qué y cómo debe comunicar a la ciudadanía mediante su publicidad.

■ Objetivos específicos

- Conocer la recordación y percepción que los distintos segmentos tienen de la publicidad del IFE.
- Detectar las expectativas que los participantes tienen respecto de futuros esfuerzos de comunicación del IFE.
- Conocer qué tanto se conoce y qué opinión prevalece de la labor del IFE.
- Establecer la relevancia personal que los participantes otorgan a las atribuciones y funciones del IFE.

- A fin de lograr la consecución de los objetivos planteados para el estudio se realizaron 25 sesiones de grupo en 5 plazas del país: DF, Monterrey, Mérida, León y Pachuca con las siguientes características y calendarización:



| Plaza | Número | Fecha | Hora | NSE | Género | Edad |
|-------|--------|---------|-------|------|--------|-------|
| DF | 1 | 14 / 12 | 10:00 | C/ D | ♀ | 30-48 |
| | 2 | 14 / 12 | 16:00 | | ♂ ♀ | 49-65 |
| | 3 | 14 / 12 | 18:00 | | ♂ | 18-25 |
| | 4 | 14 / 12 | 20:00 | | ♂ | 30-48 |
| | 5 | 18 / 12 | 16:00 | | ♀ | 18-25 |



| Plaza | Número | Fecha | Hora | NSE | Género | Edad |
|-----------|--------|---------|-------|------|--------|-------|
| Monterrey | 1 | 18 / 12 | 11:00 | C/ D | ♀ | 30-48 |
| | 2 | 18 / 12 | 18:00 | | ♂ | 18-25 |
| | 3 | 18 / 12 | 20:00 | | ♂ | 30-48 |
| | 4 | 19 / 12 | 14:00 | | ♂ ♀ | 49-65 |
| | 5 | 19 / 12 | 16:00 | | ♀ | 18-25 |



| Plaza | Número | Fecha | Hora | NSE | Género | Edad |
|-------|--------|---------|-------|------|--------|-------|
| León | 1 | 18 / 12 | 11:00 | C/ D | ♀ | 30-48 |
| | 2 | 18 / 12 | 18:00 | | ♂ | 18-25 |
| | 3 | 18 / 12 | 20:00 | | ♂ | 30-48 |
| | 4 | 19 / 12 | 14:00 | | ♀ | 30-48 |
| | 5 | 19 / 12 | 16:00 | | ♂ ♀ | 49-65 |



| Plaza | Número | Fecha | Hora | NSE | Género | Edad |
|--------|--------|---------|-------|------|--------|-------|
| Mérida | 1 | 18 / 12 | 16:00 | C/ D | ♀ | 18-25 |
| | 2 | 18 / 12 | 18:00 | | ♂ | 18-25 |
| | 3 | 18 / 12 | 20:00 | | ♂ | 30-48 |
| | 4 | 19 / 12 | 14:00 | | ♀ | 48 |
| | 5 | 19 / 12 | 16:00 | | ♂ ♀ | 49-65 |



| Plaza | Número | Fecha | Hora | NSE | Género | Edad |
|---------|--------|---------|-------|------|--------|-------|
| Pachuca | 1 | 20 / 12 | 11:00 | C/ D | ♀ | 18-25 |
| | 2 | 20 / 12 | 18:00 | | ♂ | 18-25 |
| | 3 | 20 / 12 | 20:00 | | ♂ | 30-48 |
| | 4 | 21 / 12 | 14:00 | | ♀ | 30-48 |
| | 5 | 21 / 12 | 16:00 | | ♂ ♀ | 49-65 |



Bimsa

Análisis de Resultados

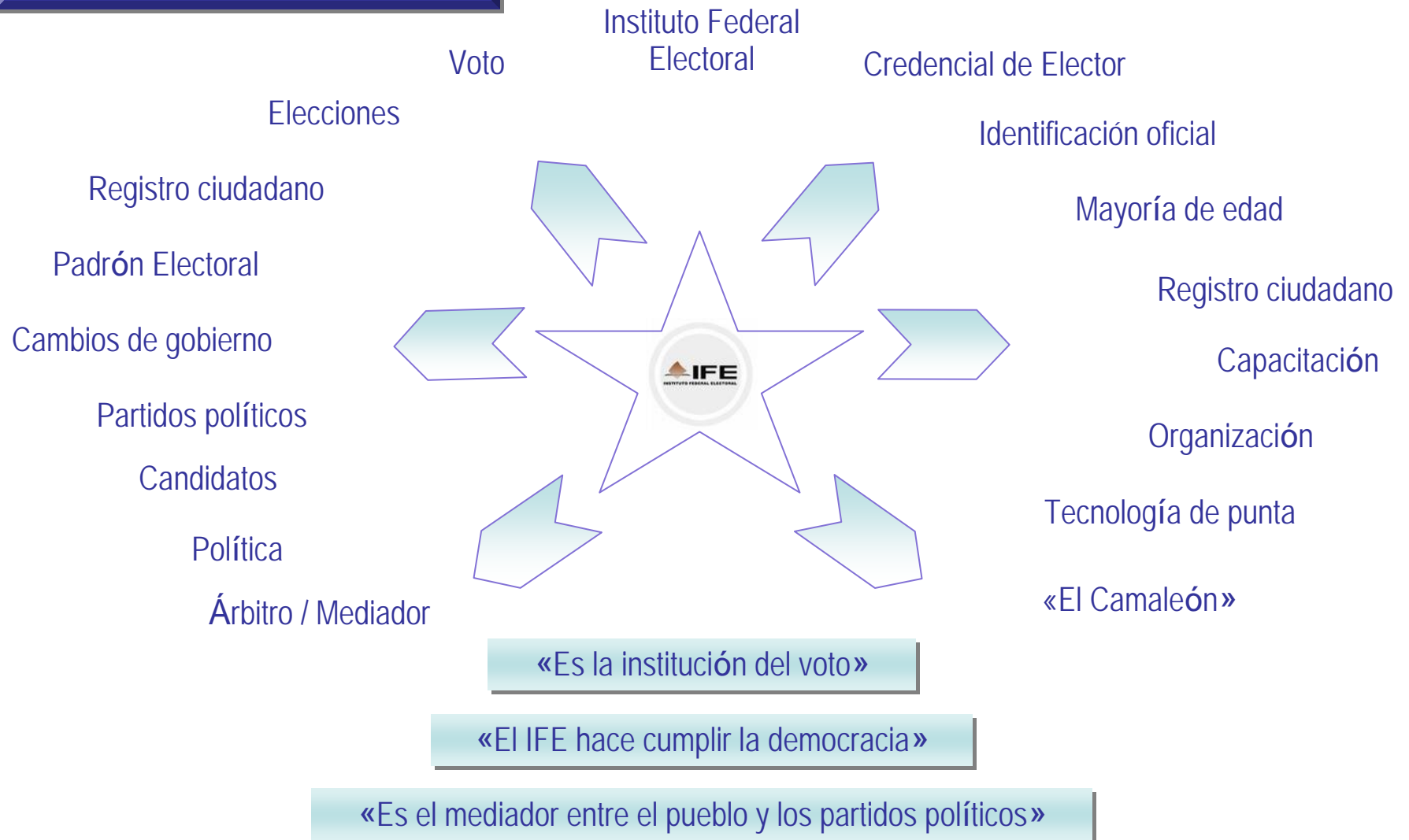


Bimsa

Imagen y conocimiento del IFE

Imagen y conocimiento del IFE

Asociaciones espontáneas



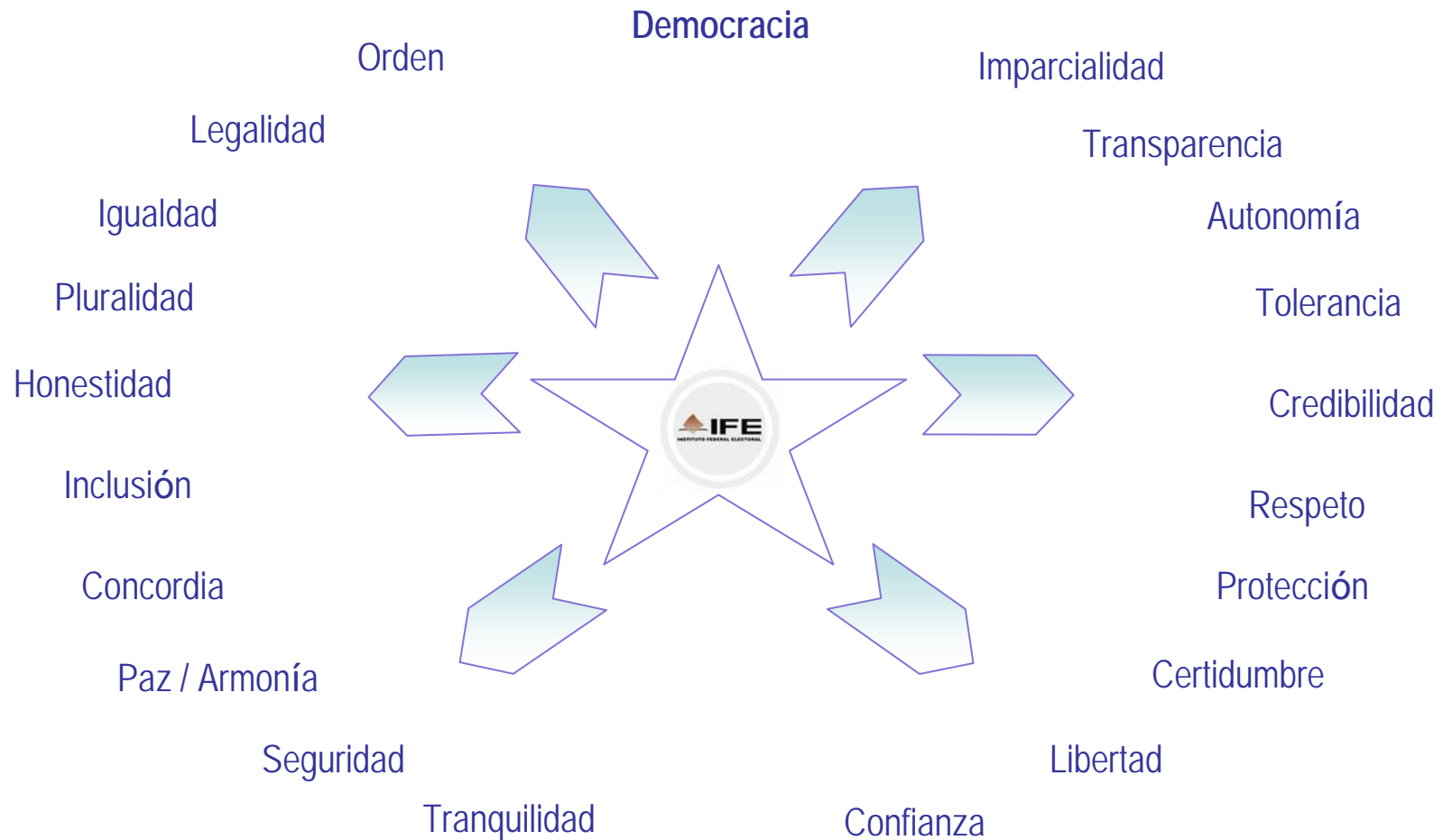
■ Asociaciones espontáneas

- Las primeras asociaciones que evoca el IFE tienen que ver con el papel social que juega al ser la institución encargada de organizar e implementar las elecciones en el país.
- Se percibe al IFE como el organismo público que hace posible que los ciudadanos emitan su voto y que éste sea tomado en cuenta.
- También se le describe espontáneamente como la institución que otorga una identidad oficial al llevar el registro o conteo de todos los mexicanos en edad de votar y emitir las credenciales de elector → ayudando así a que los individuos existan frente al Estado.
- En este sentido, se le atribuyen funciones de mediador, árbitro y regulador, particularmente entre los ciudadanos y los partidos políticos → es decir, es quien se encarga de hacer valer la voluntad ciudadana frente a las cúpulas del poder.

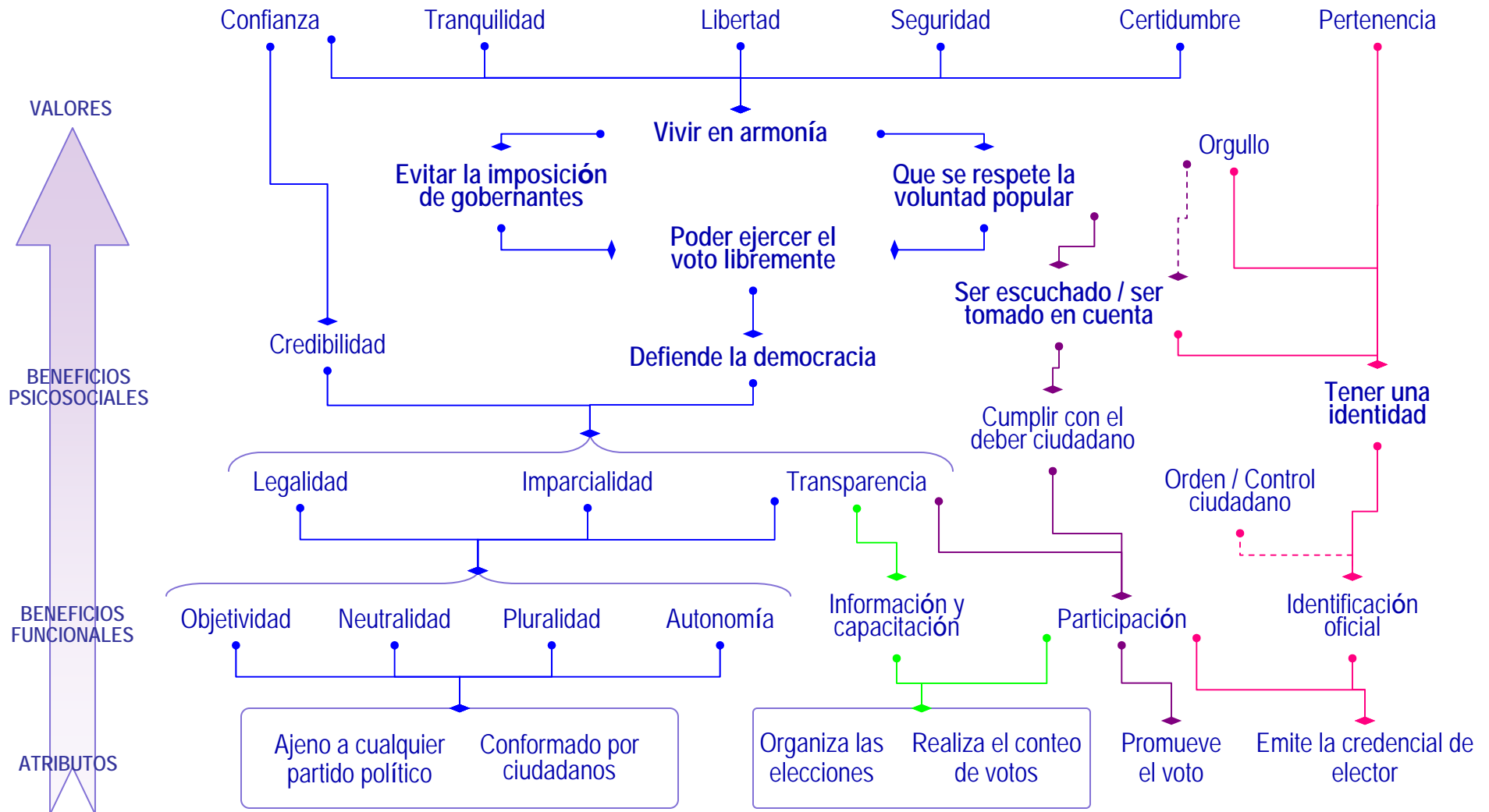
- Es posible afirmar que, para la mayoría de los participantes, el IFE se constituye en el vehículo o puente que ayuda a vincular la vida privada con la vida pública → permite dar cuenta de la existencia individual en el espacio público y político.

Imagen y conocimiento del IFE

Valores asociados con el IFE



Mapa Jerárquico de Valores



■ Valores asociados con el IFE

- Los participantes no pueden hablar del IFE sin referirse espontáneamente a una multiplicidad de valores que detenta y promueve.
- Cabe destacar que se le asocia con valores relevantes, no sólo para la sociedad, sino también a nivel personal → es decir, está presente la sensación de que el IFE, mediante su actuar, incide de manera positiva en la calidad de vida de los participantes ayudando a que puedan vivir con certidumbre, seguridad, libertad, confianza y tranquilidad.
- Prevalece la percepción de que el IFE juega un papel fundamental en la vida democrática del país, mediante la promoción, divulgación y defensa de los valores que la hacen posible; a saber, imparcialidad, igualdad, tolerancia, respeto y pluralidad.
- Así también, está presente, en la mayoría, la convicción de que el IFE lleva a la práctica estos valores en las acciones que realiza → predicando con el ejemplo.

- En las distintas plazas, se percibe al IFE como uno de los principales, si no es que el principal garante de la democracia que hay en el país.

■ En resumen...

- El IFE goza de una imagen favorable en las distintas plazas y segmentos evaluados → prácticamente no surgen asociaciones negativas en relación con esta institución.
- Quienes más escépticos y críticos se muestran son los participantes del DF, en tanto que los de Mérida impresionan como un tanto distantes e indiferentes.
- No obstante, en todos los casos, tanto la institución en sí misma como las distintas funciones / acciones que realiza permiten que los participantes tengan la certeza de vivir en un régimen democrático en el que su existencia como individuos y su voluntad como ciudadanos serán respetados y tomados en cuenta.
- En otras palabras, para los participantes, sin distinciones de segmento, el IFE se ha convertido en sinónimo o equivalente de democracia.
- En un sentido menos positivo, cabe mencionar que — para la mayoría — está presente la sensación de que en México la vida democrática todavía requiere de una suerte de paladín que la defienda.

- Es posible afirmar que, con excepción quizás del DF, la imagen del IFE, como institución, no se ha visto afectada por los conflictos asociados con las elecciones federales de 2006.

▣ Nivel de información sobre el IFE

- En términos generales, existe un nivel de conocimiento adecuado del IFE en cuanto a sus principales atribuciones, características y funciones.
- Existe, sin embargo, mayor familiaridad con lo que hace el IFE de cara a la sociedad que respecto de su funcionamiento interno → esto representa un área de oportunidad para la institución que ayudaría a consolidar una percepción de transparencia y credibilidad.
- No se detectan tendencias claras en el nivel de información con que cuentan los distintos segmentos contemplados a lo largo del presente estudio.
- Dependiendo de la plaza, en algunos casos son los rangos etarios más altos quienes exhiben más conocimientos acerca del IFE [Monterrey y Mérida] en tanto que en otras [León y Pachuca] son los jóvenes quienes impresionan como mejor informados.

- El nivel de conocimiento sobre el IFE parece depender de → el nivel de cercanía con la capital, el nivel de desarrollo de la entidad y el nivel de politización de la misma.

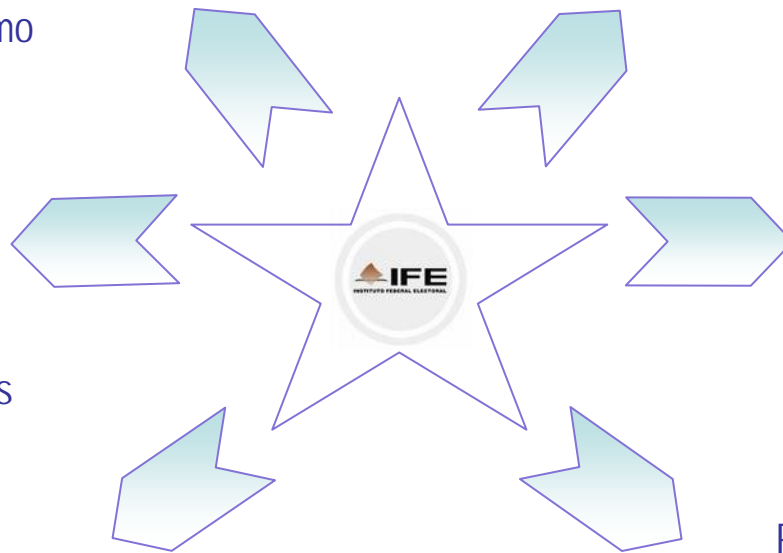
Imagen y conocimiento del IFE

▣ Nivel de información sobre el IFE

Mayoría

- Instituto Federal Electoral
- Organismo público autónomo
- Formado por ciudadanos
- Tiene un representante de cada partido político
- Expide la credencial de elector
- Organiza y vigila las elecciones
- Selecciona y capacita a los funcionarios de casilla
- Realiza el conteo de votos
- Comunica los resultados
- Promueve el voto y la participación ciudadana

¿Qué es el IFE?



¿Qué hace?

Minoría

- Institución del gobierno
- Institución privada
- Califica las elecciones
- Valida las elecciones
- Establece topes de campaña
- Registra partidos y candidatos
- Controla y sanciona a los partidos políticos

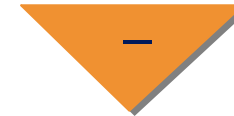
▣ Nivel de información sobre el IFE

- Se detecta cierta confusión entre el IFE y el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, pues hay quienes atribuyen al primero la función de calificar y validar el resultado de las elecciones.
- Así también, existe desinformación respecto del papel que juega en relación con los partidos políticos, sobre todo en cuanto al control y financiamiento de los mismos.
- Algunos participantes, en León sobre todo, no alcanzan a entender cómo una institución pública, financiada por el Estado, puede ser autónoma y se inclinan a pensar que el IFE depende del gobierno.
- Por lo mismo, en sus demandas hacia el IFE incluyen reivindicaciones que nada tienen que ver con las atribuciones y funciones de este organismo.
- La información con que cuentan los participantes proviene casi exclusivamente de los medios electrónicos, en particular la televisión.

Percepción de fortalezas y debilidades



- Las fortalezas asignadas al IFE tienen que ver con los valores que detenta y promueve.
- Existe aprobación hacia el IFE como institución, así como respecto de las funciones que cumple y los servicios que otorga.
- Hay una valoración muy positiva del papel que juega como promotor de la democracia.



- Las debilidades percibidas tienen que ver con el hecho de que su rango de acción para controlar la actuación de los partidos políticos y los candidatos es limitado.
- En este sentido, es posible afirmar que existe cierto desconocimiento de los límites y alcances de la institución.
- En el DF y Monterrey surgen comentarios críticos sobre la actuación del IFE en las pasadas elecciones.
- Los cuestionamientos giran en torno a la forma «titubeante» en que se plantearon los resultados del PREP y la «tardanza» que hubo en darlos a conocer.

Percepción de fortalezas y debilidades

+

- Es una institución confiable, imparcial, transparente y plural.
- Promueve la participación de todos los ciudadanos.
- Capacita a los ciudadanos que intervienen en las elecciones.
- Cuenta con candados de seguridad y tecnología de punta para el conteo de votos.
- La exactitud del PREP en las elecciones del 2006 → cifras muy similares a las finales.
- Lleva un registro ciudadano actualizado y confiable.
- Simplificación de trámites.
- Tiene presencia en los medios de comunicación mediante sus anuncios.
- Goza de reconocimiento internacional.
- Ha servido de modelo para otros países.

-

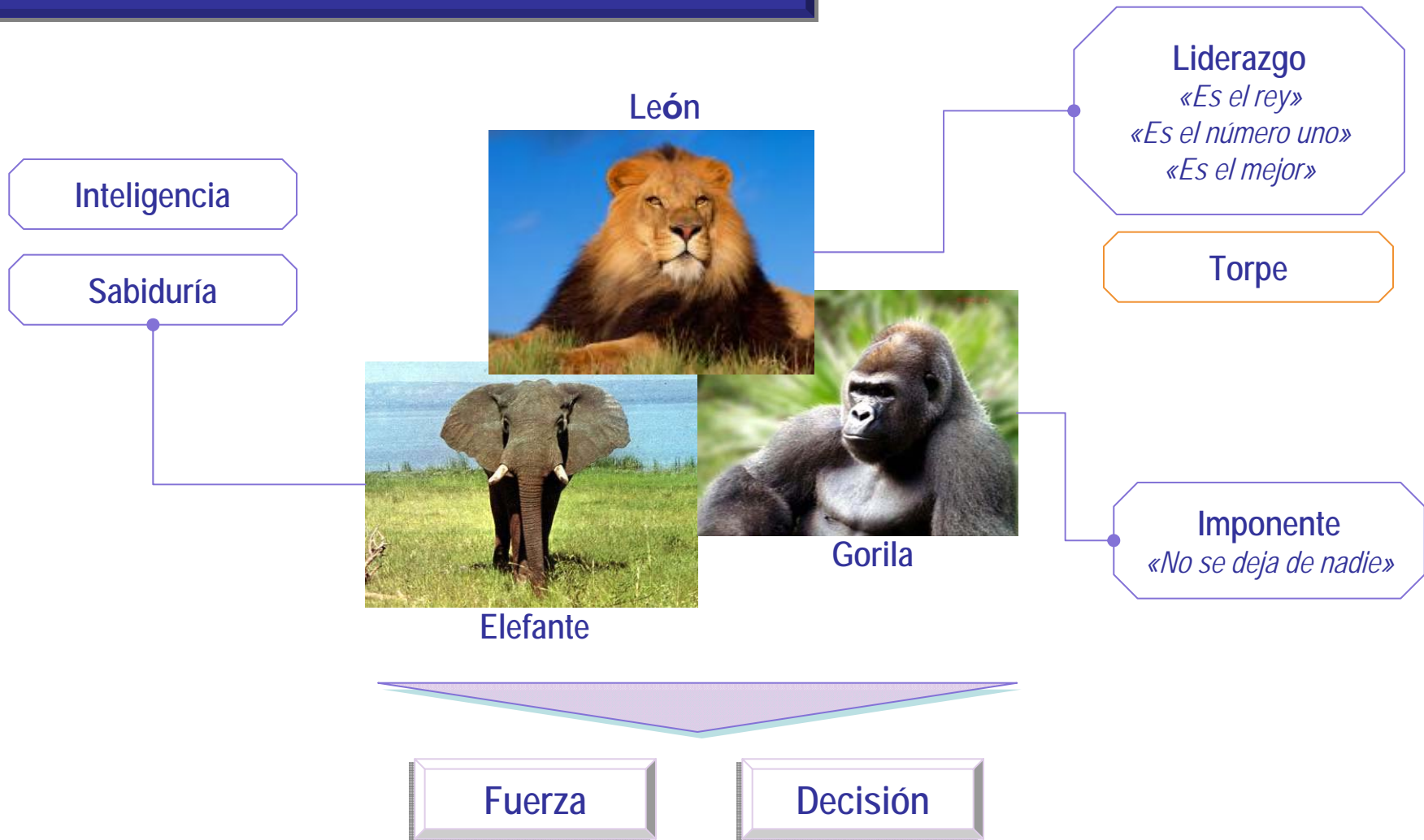
- Entrega mucho dinero a los partidos políticos.
- No puede intervenir en las precampañas.
- No puede controlar el financiamiento externo de los partidos políticos.
- No regula la publicidad de los partidos políticos, ni en calidad, ni en cantidad.
- No regula la conducta de los candidatos.
- Carece de fuerza jurídica.
- El proceso electoral todavía está sujeto a errores humanos.
- No se sabe qué tan acertado es el padrón electoral.
- Tardanza en algunos trámites: reposiciones.
- Mala atención en algunos módulos.
- Cierre repentino de módulos sin previo aviso.

■ Ejercicios proyectivos: transformación en animal

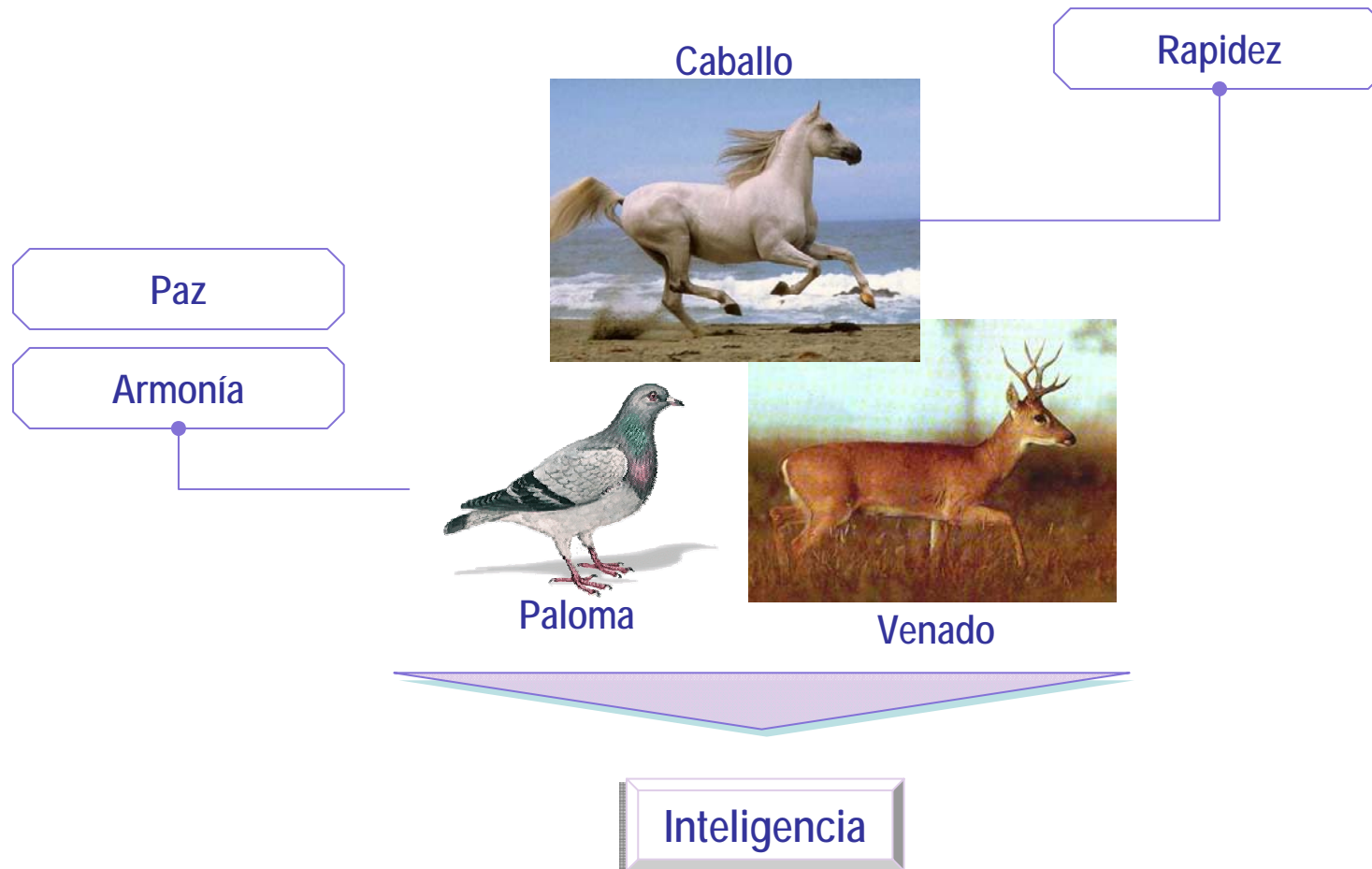
- En todos los grupos, el IFE se asocia de manera espontánea con una gran diversidad de animales.
- En general, es posible afirmar que el ejercicio proyectivo confirma la imagen positiva que de esta institución prevalece en todas las plazas y segmentos.
- A través de las características que los participantes confieren a los animales imaginados, se da cuenta principalmente de las capacidades y cualidades asignadas al IFE.
- Las imágenes con las que se vincula permiten concluir que, en la percepción que los participantes tienen del IFE, éste destaca por su:
 - Liderazgo
 - Fortaleza
 - Eficacia
- Sólo en menor medida se refieren cualidades negativas en relación con este organismo.

Imagen y conocimiento del IFE

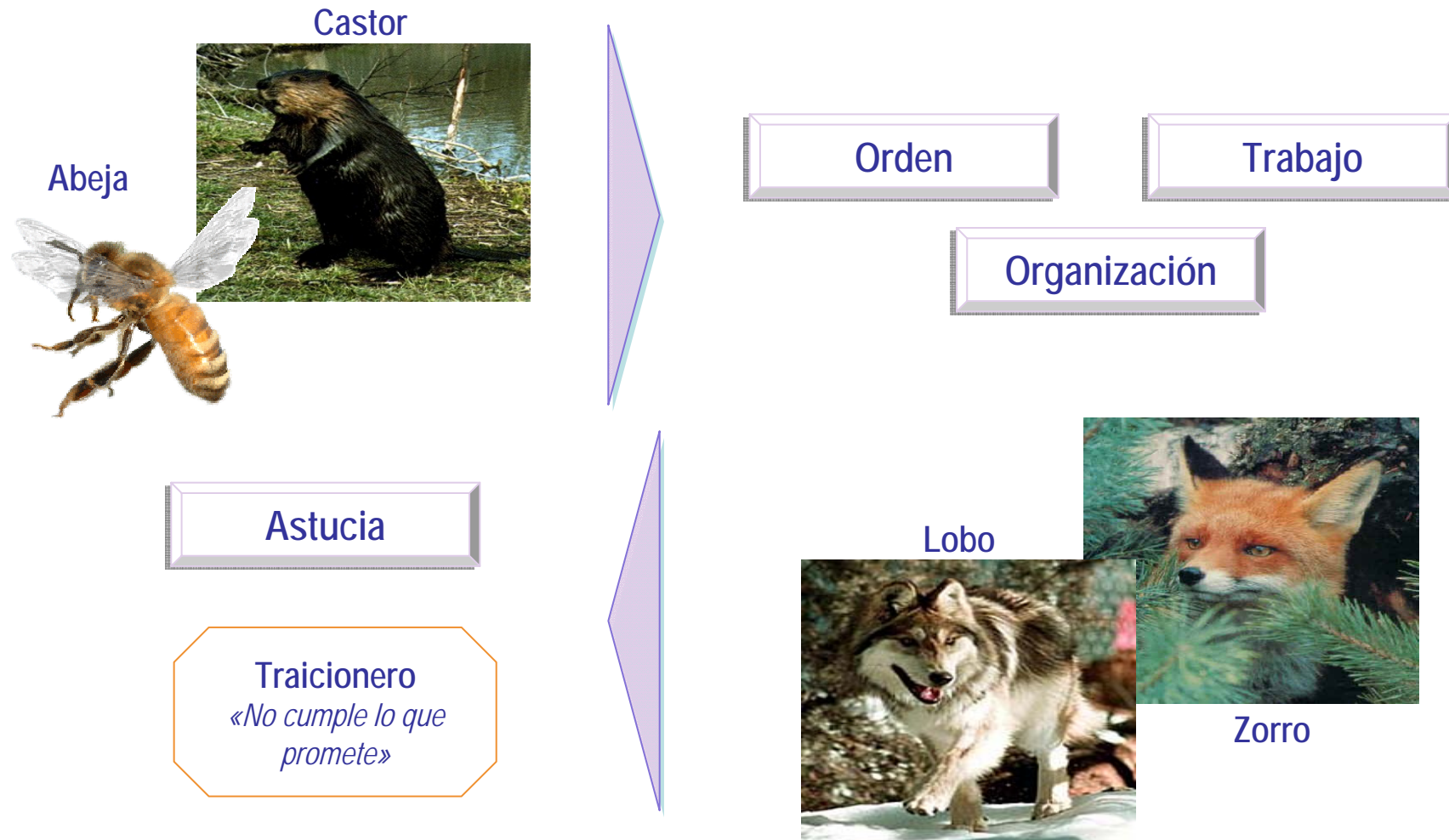
Ejercicios proyectivos: transformación en animal



Ejercicios proyectivos: transformación en animal



■ Ejercicios proyectivos: transformación en animal



■ Ejercicios proyectivos: transformación en animal



Águila

Observador

Guardián

«Desde las alturas vigila todo»

Lealtad

Fidelidad

Protección

«Busca su hueso y ya no lo suelta»

Perro



■ Ejercicios proyectivos: personificación

- Como sucede con el ejercicio anterior, las asociaciones espontáneas de los participantes ratifican la imagen positiva que el IFE ha logrado transmitir en ellos.
- Si las características de los animales hablan de cualidades sobre su funcionamiento, la personificación complementa la percepción que de él se tiene y hace referencia a la imagen general de la institución.
- En el imaginario de la mayoría, el IFE está representado por una figura masculina que destaca por su:
 - Madurez
 - Trayectoria profesional → experiencia
 - Solidez moral → confiable
 - Capacidad de superación → con el tiempo será mejor
- De igual manera, prevalecen dos características, enérgico y protector → *«sabe tomar decisiones»*, *«es el papá de todos los ciudadanos»*.
- Sólo una minoría, principalmente los jóvenes, lo asocian con una figura femenina → en estos casos conserva la misma imagen positiva.

Ejercicios proyectivos: personificación

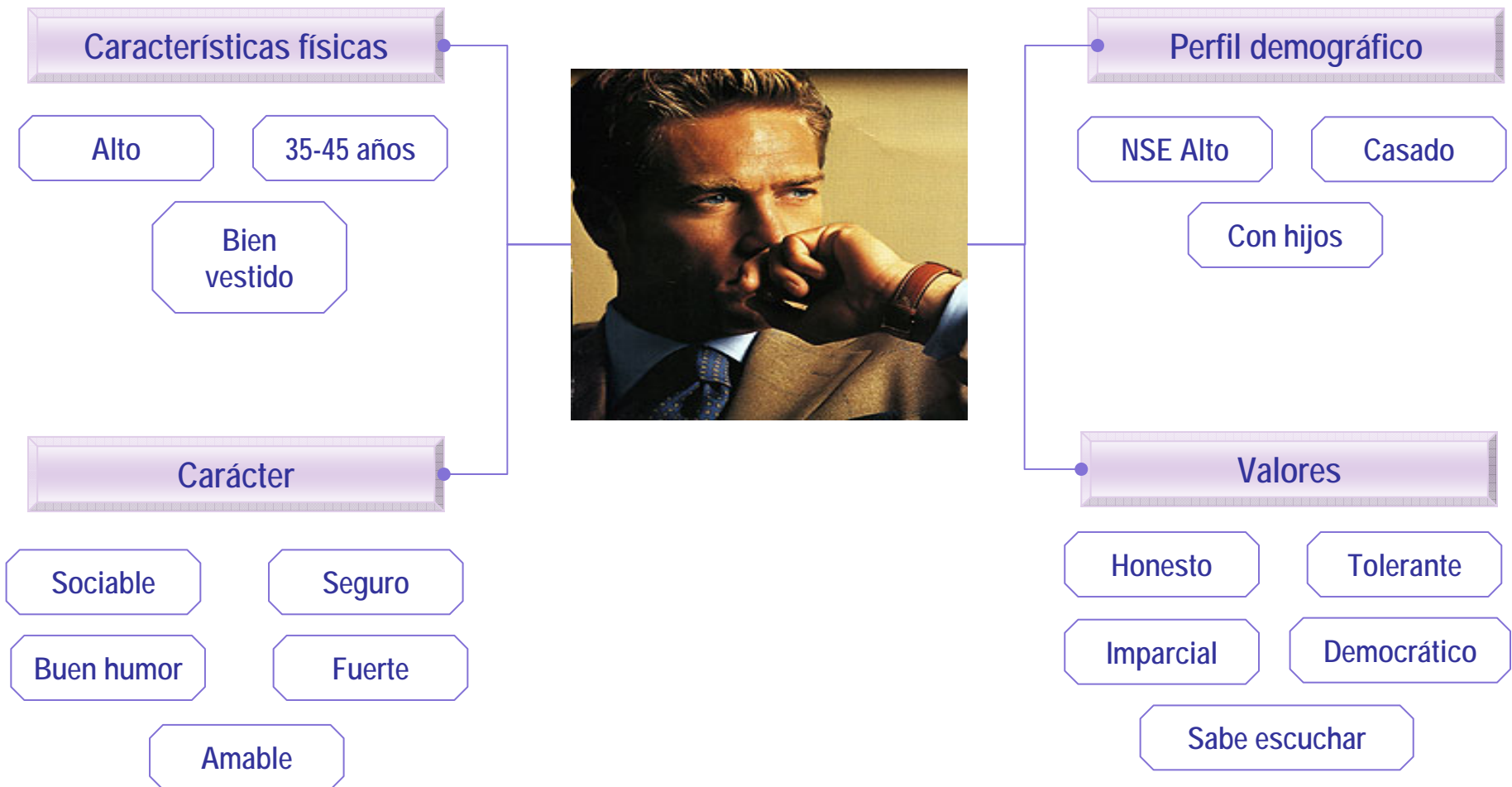
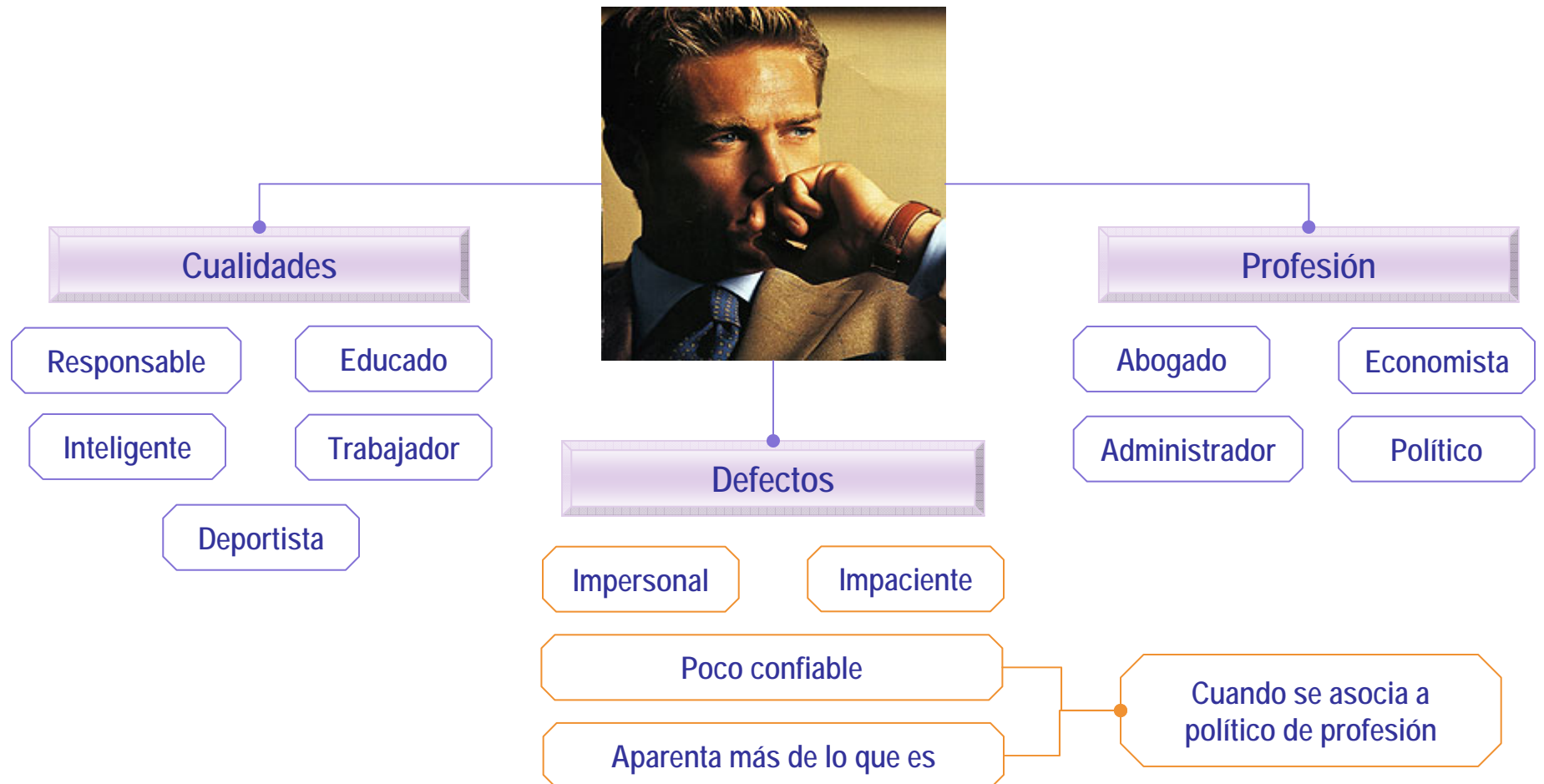


Imagen y conocimiento del IFE

Ejercicios proyectivos: personificación





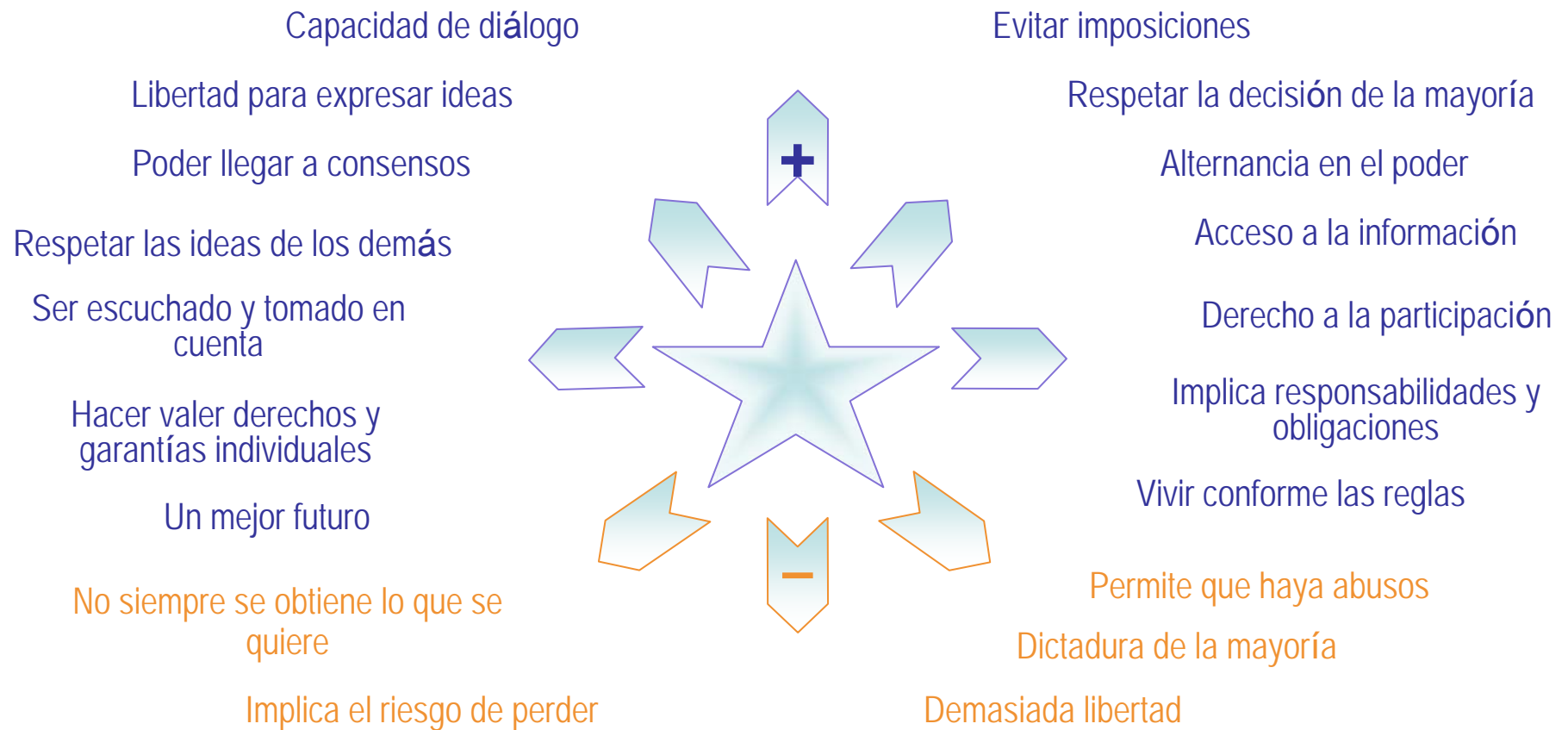
Bimsa

Democracia y ciudadanía responsable

Democracia y ciudadanía responsable

■ Nociones de democracia

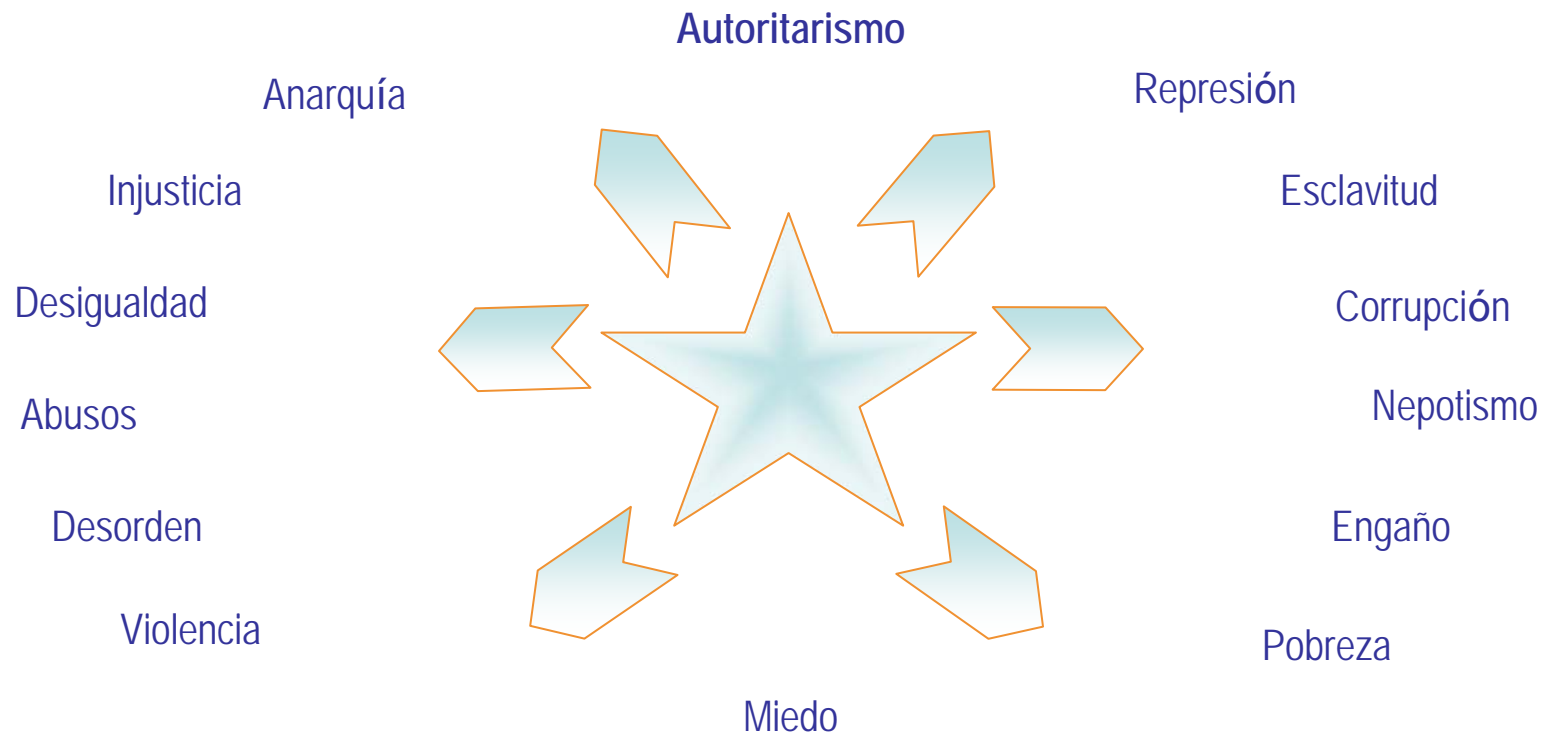
■ Los participantes asocian democracia con:



Democracia y ciudadanía responsable

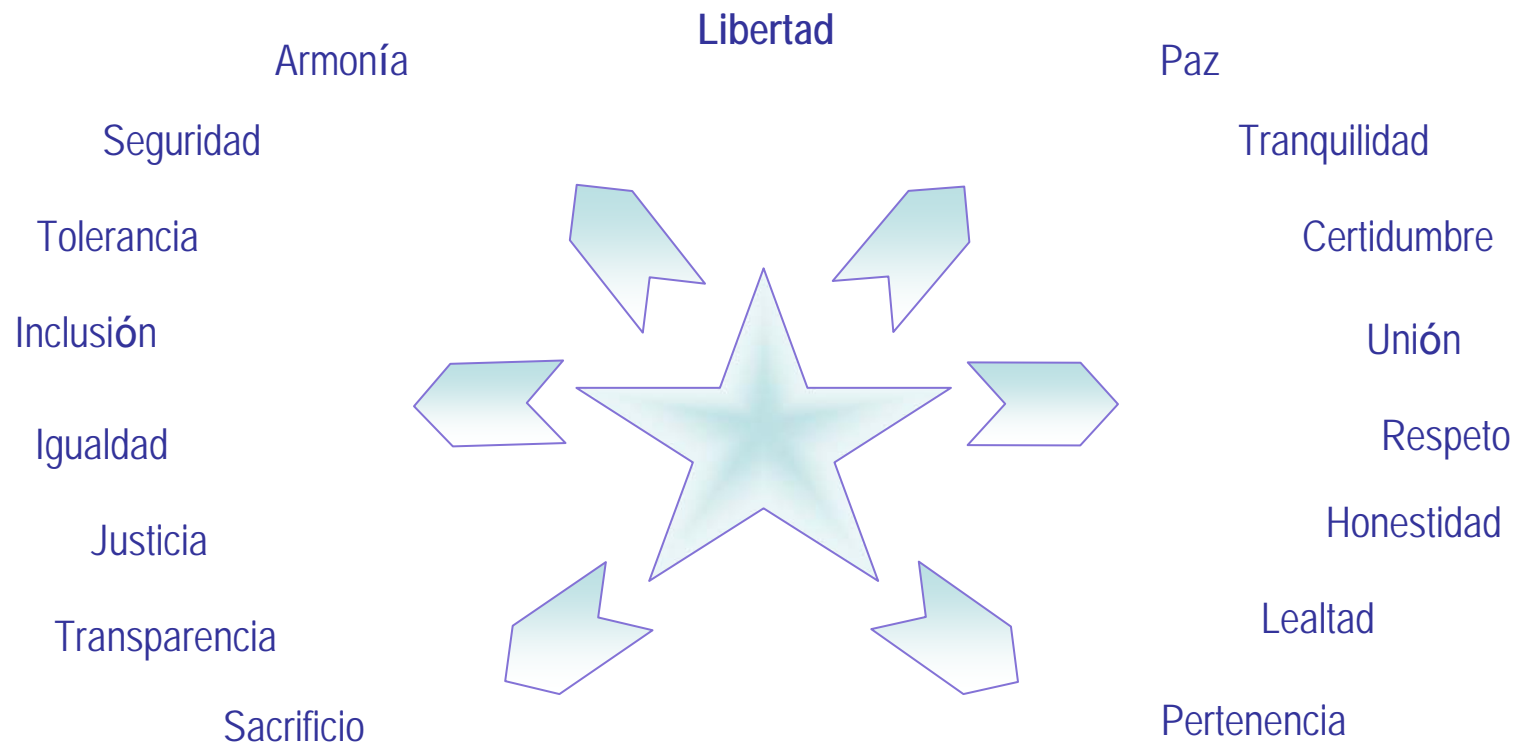
■ Nociones de democracia

■ Los participantes asocian la **ausencia** de democracia con:



Democracia y ciudadanía responsable

Valores de la democracia

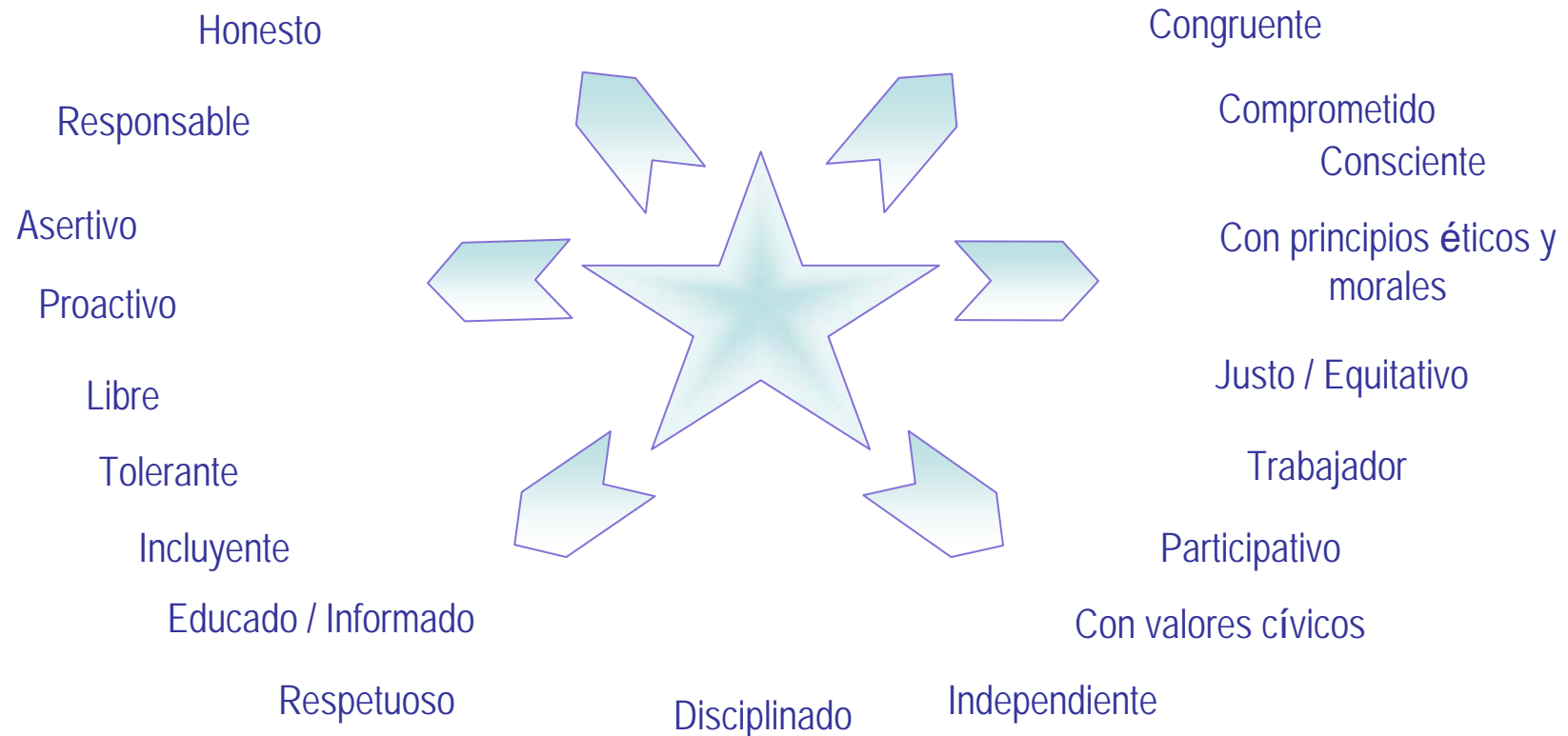


Como se puede observar, se trata de valores similares a los que se evocan espontáneamente en relación con el IFE.

Democracia y ciudadanía responsable

■ Nociones de ciudadanía

■ Se mencionan como atributos de un ciudadano democrático:



■ Nociones de ciudadanía

- El consenso es que, si bien la sociedad juega un papel relevante, un ciudadano responsable comienza a forjarse desde el núcleo familiar mediante la transmisión de valores, principios y actitudes que se extienden después al ámbito público y cívico.
- En opinión de la mayoría, ser un buen ciudadano exige un cumplimiento cabal de las responsabilidades y obligaciones, así como un ejercicio consciente y proactivo de los derechos.
- Conviene destacar, sin embargo, que se trata de nociones un tanto aspiracionales respecto de lo que son la democracia y la ciudadanía responsable en el sentido de que parecen estar hablando más de otros que, propiamente, de sí mismos.
- En otras palabras, las ideas vertidas retratan más un planteamiento del orden del «deber ser» y del «querer ser» que un planteamiento *de facto*.

- Los participantes tienden a excluirse de la posibilidad de desarrollar un ejercicio ciudadano pleno → lo conciben como algo deseable, pero un tanto alejado de su cotidianeidad. No se detecta una apropiación real de este concepto.

■ Nociones de ciudadanía

- Lo anterior se confirma una vez que se indaga el conocimiento que los participantes tienen de la Constitución.
- Casi todos, sin distinciones de plaza o segmento, reconocen que es muy limitado su conocimiento de la Constitución y admiten que no han intentado entrar en contacto con su contenido, salvo indirectamente «por oídas».
- La mayoría exhibe dificultades para dar cuenta de cómo se ha informado de los derechos y obligaciones con que cuenta. Hay quienes aceptan tener una idea vaga de cuáles son y en qué consisten.
- El consenso es que la mayoría adopta una actitud pasiva y expectante cuando se trata de obtener información en materia cívica.

■ Nociones de ciudadanía

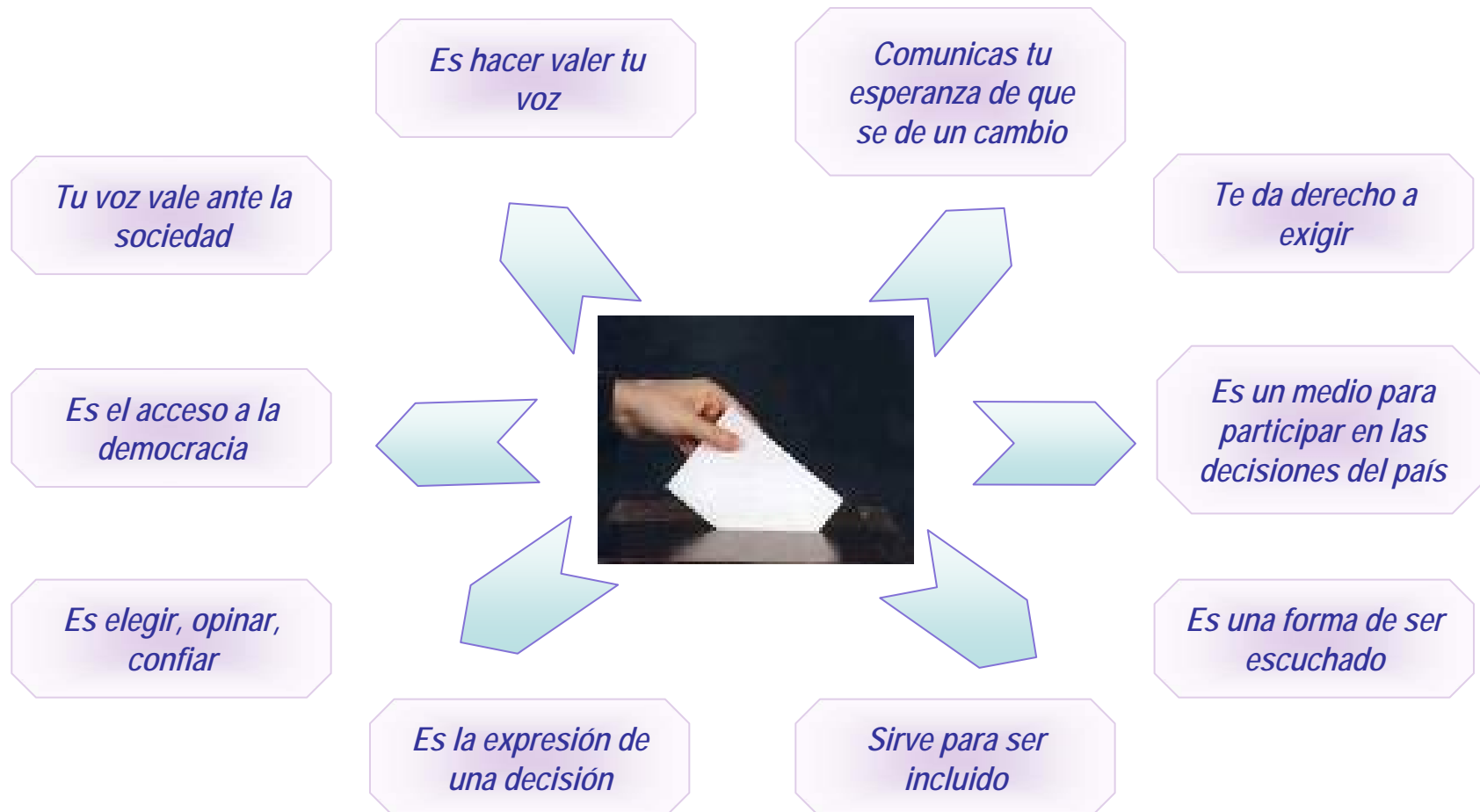
- También es generalizada la sensación de que no se sabe qué hacer o cómo actuar cuando se presenta una violación a los derechos constitucionales.
- Prevalece la opinión de que se suele reaccionar con sumisión e impotencia, sobre todo porque resulta difícil creer en algunas instituciones, sobre todo aquellas relacionadas con la impartición de justicia.
- Hay quienes manifiestan que tanto la desinformación como las actitudes sumisas referidas son consecuencia de la hegemonía priísta que duró más de 70 años: *«es que querían tenernos como borreguitos y nos acostumbraron a papá gobierno»*.
- De igual forma, algunos participantes se inclinan a pensar que un mejor conocimiento de la Constitución resultaría en una transformación del país: *«si todos conociéramos nuestra Constitución, este país sería otro»*.



Bimsa

Valoración del voto

Asociaciones espontáneas

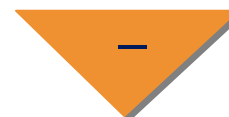


■ Relevancia del voto



- Para la mayoría de los participantes votar es sinónimo de responsabilidad ciudadana y de ejercicio democrático.
- Representa el acto más significativo a través del cual se concreta la democracia del país.
- Su importancia y valoración se ha incrementado a partir de la transición del gobierno federal a otro partido → *«Ahora cuenta más, antes ganaba siempre el mismo».*
- Se concibe principalmente como el derecho ciudadano para elegir gobernantes.
- Sobre todo los participantes de mayor edad, también lo consideran una obligación en términos de responsabilidad ciudadana.
- Para un número significativo, el voto contribuye a generar la confianza necesaria para exigir los derechos ciudadanos → *«Cuando votas puedes exigirle a los candidatos que no cumplen lo que prometen».*

Relevancia del voto



- Existe en la mayoría de los participantes una alta motivación a votar → «*El que no vota es un irresponsable al que no le importa su país*».
- Un número significativo acostumbra votar tanto en elecciones federales como locales.

- Si bien en forma minoritaria, sobre todo en los grupos de mayor edad, se presentan casos que asumen su desinterés por ejercer el voto.
- Estos participantes externan cierto recelo por la validez del voto, motivado por el periodo en el que siempre resultaba ganador el PRI.
- Una minoría, en particular de mujeres en Pachuca, manifiesta votar sólo en elecciones federales.



Bimsa

Valoración del padrón electoral

Valoración del padrón electoral

Asociaciones espontáneas

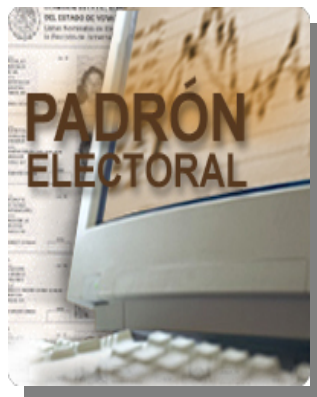


■ Relevancia del padrón

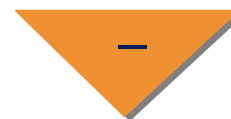
- El padrón es percibido como un instrumento valioso que, en gran medida, garantiza la validez de una elección.
- Para un número significativo es el registro que, junto con la credencial para votar, confiere validez e identidad de ciudadano.
- Para todos es claro que para poder ejercer el derecho al voto es requisito estar registrado en el padrón electoral → «*Tu opinión no vale si no estás registrado*».
- Su importancia radica en que permite:
 - Tener un control eficiente de los ciudadanos con posibilidades de votar.
 - Organizar las elecciones → número de casillas y cantidad de papelería necesaria.
 - Controlar las votaciones el día de la elección.
 - Seleccionar a los funcionarios de casilla.

Valoración del padrón electoral

Relevancia del padrón



- Goza con nivel alto de confianza entre la mayoría → «*Sólo cuentan los votos de quienes están en el padrón*».
- Un número significativo procura mantener actualizados los datos ante cambios de domicilio.



- Una minoría de los participantes de mayor edad considera que es necesario actualizar el padrón electoral.
- Hacen referencia al hecho de que en las listas nominales aparecen registradas personas ya fallecidas.



Bimsa

Valoración la credencial de elector

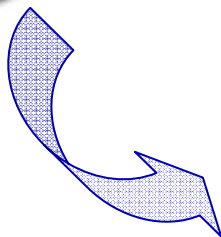
Valoración de la credencial de elector

Asociaciones espontáneas



Valoración de la credencial de elector

Relevancia de la credencial



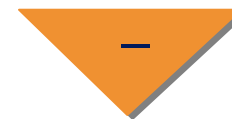
- Si bien se reconoce como un documento indispensable para votar, para la mayoría su función principal radica en la posibilidad de identificarse al realizar cualquier trámite.
- Esto contribuye, en gran medida, a que sea valorada como la identificación oficial más importante.
- Algunos la catalogan como un instrumento que confiere identidad nacional → *«Es lo único con lo que puedes demostrar que eres mexicano», «Me hace sentir segura como mexicana».*
- Para los jóvenes representa su ingreso al status de adulto y su validación como ciudadanos → *«Primero eres de la masa, con la credencial ya cuentas para la sociedad».*

Valoración de la credencial de elector

Relevancia de la credencial



- Existe una alta motivación para tramitar la credencial.
- Los trámites se perciben como sencillos.
- La mayoría conoce la documentación requerida.
- Es reiterada la percepción de su utilidad en casos de accidente → *«Tiene todos mis datos, podrían avisar a un familiar en caso de emergencia».*



- En muchos caso se tramita por su valor como identificación y no por su importancia para votar.
- Existe cierta incertidumbre sobre su confiabilidad.
- Se refieren casos de personas que cuentan hasta con 10 credenciales. Sin embargo se reconoce que para votar sólo tiene validez la última registrada en el padrón.
- Los tiempos de entrega son prolongados en periodo fuera de elecciones.
- En las plazas de provincia se recibe malos tratos en los módulos al tramitarla.



Bimsa

Evaluación publicitaria

■ Consideraciones generales

- En todos los grupos y plazas se presenta un nivel alto de recordación publicitaria.
- Prácticamente todos los participantes pueden mencionar de manera espontánea un número significativo de anuncios publicitarios sobre el IFE.
- En mayor medida se tiene presente la publicidad transmitida con motivo de las pasadas elecciones a nivel federal.
- En particular tienen mayor presencia los anuncios en los que figuran los personajes de la *Familia Casillas*.
- En las plazas de provincia también se hace referencia a anuncios que forman parte de campañas de hace varios años.
- De igual manera, en la mayoría de los grupos se asigna al IFE anuncios diseñados por otros organismos para la promoción del voto.

- Para la mayoría de los participantes la publicidad del IFE se encuentra abocada a transmitir tres tipos de mensajes, centrados principalmente en la credencial de elector → tramitarla, recogerla y actualizarla.

Principales medios y nivel de recordación



Nivel de recordación → Alto

- Prácticamente en todos los grupos y plazas los anuncios recordados corresponden a este medio.



Nivel de recordación → Medio

- En menor medida, sobre todo en MTY y DF se mencionan anuncios de radio.



Nivel de recordación → Bajo

- En ninguno de los grupos se hace referencia a publicidad en prensa.

■ Anuncios más recordados

El Camaleón

Top of mind

Mensaje percibido



- Todos tienen que presentar los documentos necesarios para obtener la credencial para votar.
- Genera una percepción de igualdad ante el IFE → «No importa quien seas, tienes que hacer el trámite igual a todos».

- Es el anuncio que mayor presencia tiene en las diferentes plazas y sobre el que se generan mayores comentarios.
- El personaje del luchador resulta particularmente atractivo para todos los segmentos.
- La fuerza principal del anuncio radica en el humor que maneja a través del personaje principal.
- El impacto significativo que genera el anuncio en gran medida propicia que la publicidad del IFE sea valorada como una campaña con una importante dosis de humor.
- En menor medida, se hace referencia a la presencia en radio de la segunda parte del anuncio, en donde se infiere que el luchador se presenta sin máscara. Quienes lo han escuchado muestran gran interés por verlo en televisión → «Quiero ver la cara del Camaleón».

■ Anuncios más recordados

Lotería

Mensaje percibido



- Es necesario tramitar la credencial de elector.
- No importa la edad, todos tienen que tener la credencial.

- Forma parte de los anuncios más recordados.
- Se identifica a los personajes femeninos como abuela y nieta, miembros de la *Familia Casillas*.
- En particular se valora el contexto familiar que refleja, toda vez que permite reflexionar sobre la importancia de fomentar en todos los miembros de la familia los valores y responsabilidades ciudadanas.
- Los participantes de mayor edad, también destacan la importancia de motivar a los jóvenes a tramitar la credencial. Son de la opinión que muchos de ellos se muestran apáticos ante esta responsabilidad.

■ Anuncios más recordados

Nacho Casillas

Mensaje percibido



- Notificar el cambio de domicilio ante IFE.
- La importancia de mantener actualizados los datos en el padrón electoral.

- Si bien en menor medida que en el anuncio del *Camaleón*, en éste también se valora en forma positiva el sentido del humor presente en la ejecución.
- En un número importante de participantes se logra generar una identificación significativa con la situación presentada → «*Te lo ponen en broma, pero es una situación real que se sucede con frecuencia*».
- En forma adicional, en algunos grupos lleva a la reflexión sobre la importancia de atender el mensaje que busca transmitir, toda vez que el IFE invierte grandes cantidades de dinero en emitir credenciales y mantener actualizado el padrón electoral.

■ Anuncios más recordados

Credencial en las vías del tren

Mensaje percibido



- La importancia de recoger la credencial a tiempo → «Hay que recoger a tiempo la credencial antes de que se la lleve el tren».
- No dejar inconcluso el trámite → cumplir con la responsabilidad ciudadana.

- Es de los anuncios paralelos a la serie sobre la *Familia Casillas* que cuenta con mayor presencia en las diferentes plazas.
- Sin embargo, no goza del mismo nivel de aceptación que los anuncios anteriores.
- En algunos participantes, en particular entre los jóvenes, el anuncio no logra despertar el interés y empatía suficiente → califican la situación presentada como exagerada.
- Para estos participantes resulta poco creíble la personificación de la credencial y el humor que contiene lo valoran como *soso*.

■ Anuncios más recordados

¡Te peinas cuñado!

Mensaje percibido



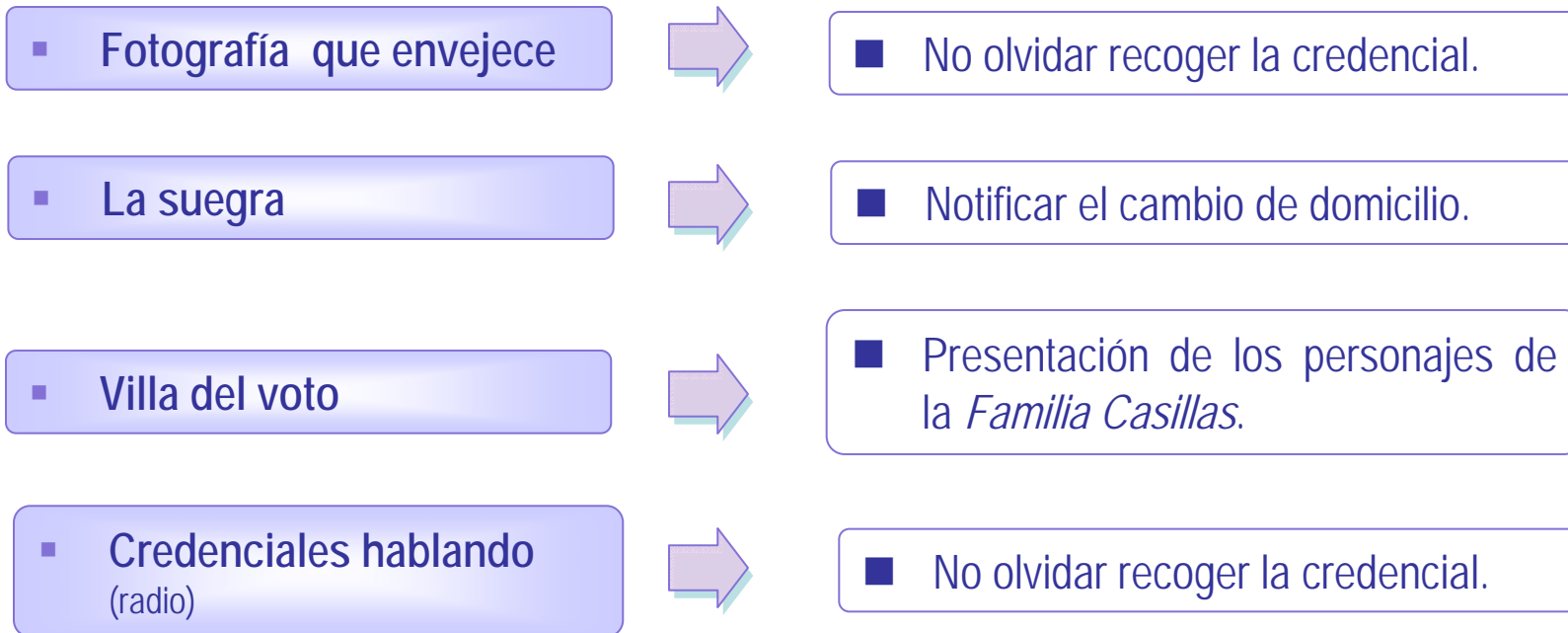
- Prepararse para tramitar la credencial.
- La importancia de contar con la credencial de elector → sentirse orgulloso de mostrar la credencial.

- Es recordado en las plazas de provincia, sobre todo en los grupos de mayor edad.
- Se reconoce que forma parte de una campaña publicitaria de hace varios años.
- Su fuerza para permanecer en la mente de los participantes radica principalmente en el humor que maneja → «*Es muy chistoso, te hace reír mucho*».
- En particular en MTY, la frase forma parte del argot popular → «*Ya la hicimos nuestra*».
- Por su parte en Mérida, algunos participantes lo consideran el mejor anuncio diseñado por el IFE.

Evaluación publicitaria

Otros anuncios mencionados

Mensaje percibido



- Si bien estos anuncios cuentan con un adecuado nivel de recordación, son mencionados en menor medida que los anteriores.
- Son percibidos como variantes de los anuncios con mayor presencia.

■ Otros anuncios atribuidos al IFE

■ Campesino que va a votar para evitar tener que migrar.

■ Joven que va a votar para evitar la inseguridad.

- Ambos tienen un alto nivel de recordación en todas las plazas.
- Son valorados en forma positiva porque tratan problemas importantes que aquejan a la mayoría de los ciudadanos.
- Se genera la idea de que con ellos el IFE recurre a los afectos para reflexionar sobre la importancia del voto para resolver problemas de carácter nacional.
- Se adjudica al IFE un acierto por tratar estos temas con seriedad y por utilizar otros recursos para transmitir sus mensajes, además del humor.

■ Otros anuncios atribuidos al IFE

■ Tu rock es votar



- Es mencionado sólo por una minoría, principalmente en el DF.
- Se genera la impresión de que el IFE se interesa en promover la reflexión en los jóvenes sobre la importancia del voto.

■ La serenata



- El anuncio corresponde a una campaña del INFONAVIT.
- Se atribuye al IFE porque representa una situación similar al anuncio de la *Suegra*, en la que se olvida notificar a los familiares sobre el cambio de domicilio.

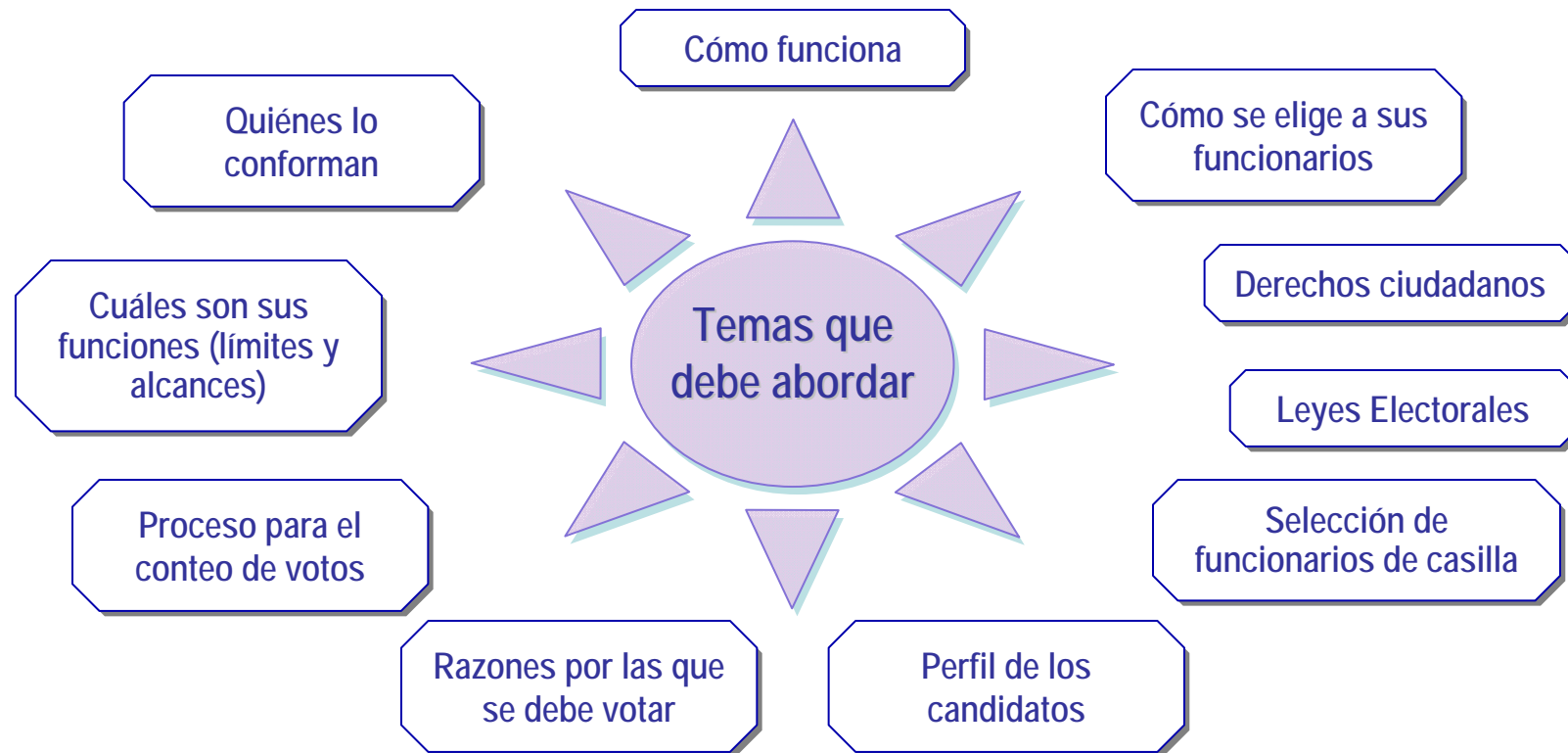
■ Valoración general: Fortalezas

- La publicidad del IFE goza de un alto nivel de confianza y credibilidad entre la mayoría de los participantes.
- Logra transmitir mensajes de forma clara y directa, a través de un lenguaje sencillo.
- Es altamente valorado el uso del humor para el desarrollo de las situaciones que plantea → contribuye al atractivo de los anuncios y propicia el adecuado nivel de recordación del que gozan.
- La mayoría de los participantes se logra identificar con alguna de las situaciones o personajes que se presentan → se perciben como situaciones cotidianas en contextos y ambientes que resultan cercanos y familiares.
- Resulta un acierto recurrir al contexto familiar a través de la serie sobre la *Familia Casillas* → ayuda a la identificación con los personajes y las situaciones planteadas.
- El uso del apellido *Casillas* es valorado en forma positiva → remite al lugar en que se vota y facilita la comprensión de los mensajes.

▣ Valoración general: Debilidades

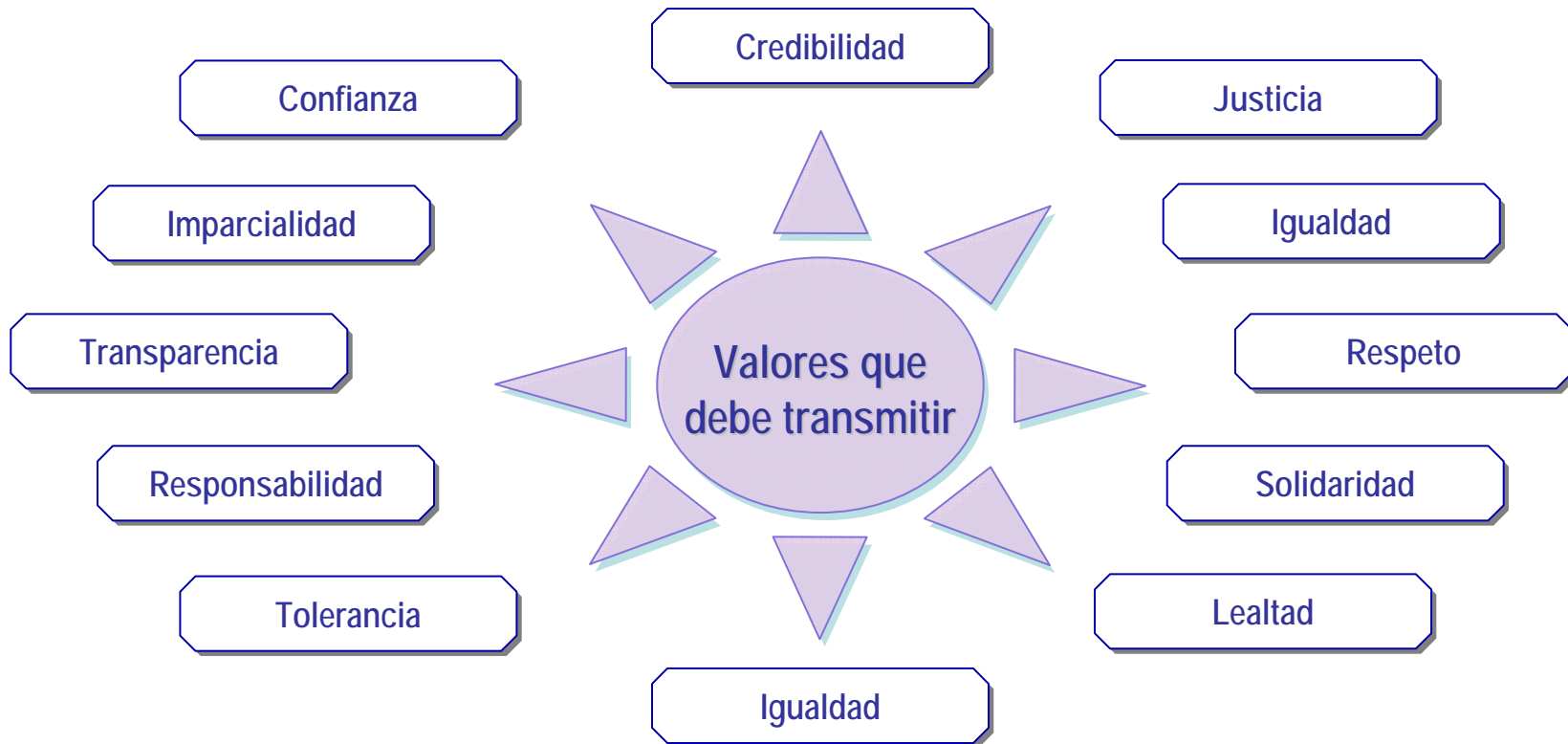
- Para algunos participantes, en particular jóvenes de MTY y DF, la publicidad resulta poco creativa.
- Catalogan el humor que maneja como poco ingenioso y lo valoran como *soso y ñoño*.
- Son de la opinión que resta credibilidad a los mensajes que transmite → «*Los temas que trata no son cosa de juego*».
- Para otros participantes, la publicidad principalmente promueve la tramitación de la credencial de elector → no se preocupa por enfatizar la importancia del voto.
- Se considera poco acertado que se oriente casi de manera exclusiva al público que se ubica en poblaciones urbanas.
- Se percibe necesario dirigirse a comunidades rurales e indígenas → son quienes están más expuestos a ser engañados y a formar parte de las prácticas clientelares de los partidos políticos.
- En particular en Mérida y León, algunos participantes se sienten un tanto engañados por la publicidad → el trato amable que se refleja en algunos anuncios no corresponde al recibido por el personal en los módulos de la localidad.

Principales expectativas



- Se espera que el IFE mantenga una presencia constante en los medios y no sólo en época de elecciones.

Principales expectativas



- Se espera que busque fomentar más en jóvenes y niños los valores y el sentido de ciudadanía responsable.

■ Principales formas para comunicar

- Se espera que continúe conservando el humor como forma para transmitir de manera ligera los mensajes.
- Sin embargo, se considera adecuado que algunos temas sean abordados de forma más seria, sin por ello perder el lenguaje claro y sencillo.
- Para los participantes de mayor edad es importante que el IFE tenga presencia directa con los jóvenes y niños → conferencias, pláticas y documentales en escuelas.

■ Medios idóneos

- Principalmente los medios electrónicos → televisión y radio.
- De manera complementaria mayor presencia en medios impresos → prensa, revistas, espectaculares y folletos.
- En menor medida se percibe a Internet como opción atractiva para los jóvenes.



Bimsa

Conclusiones

- En términos generales, se detecta un buen nivel de conocimiento acerca del IFE en las distintas plazas y segmentos contemplados en este estudio.
- Los participantes están en posibilidades de enumerar las principales atribuciones y funciones de este organismo.
- Es posible afirmar, incluso, que existe mayor claridad en torno al IFE que respecto de otras instituciones y dependencias del Estado.
- Las diferencias observadas en el nivel de información con que cuentan los participantes parece depender de: la cercanía con la capital, el nivel de desarrollo de la entidad y el nivel de politización de la misma.
- Pese a lo anterior, es mayor la familiaridad con lo que hace el IFE de cara a la sociedad que respecto de su funcionamiento interno, lo cual impide que se consolide plenamente una sensación de transparencia por parte de esta institución.
- Prácticamente sin distinciones de plaza o segmento, el IFE goza de una imagen favorable y cercana.
- Se le percibe como una institución fundamental para el país y su función se asocia no sólo con valores universales fundamentales, sino también con la consecución de beneficios psicosociales y valores personales que inciden directamente en la calidad de vida de los participantes.

- En materia publicitaria, se detecta una buena, si no es que excelente, recordación de los anuncios del IFE.
- Sin distinciones de plaza o segmento, los participantes recuerdan con suma claridad tanto ejecuciones recientes como otras que datan de tiempo atrás.
- En términos generales, existe aprobación hacia, y agrado por, los anuncios que el IFE ha tenido al aire.
- También es posible afirmar que la campaña publicitaria estructurada en torno a la familia Casillas ha gozado de buen impacto y recepción.
- No sólo se ha establecido un vínculo afectivo cercano con los personajes presentados, también se ha generado cierta expectativa respecto a las historias que se irán presentando.
- Prevalece la opinión de que el IFE debe seguir teniendo presencia en los medios de comunicación, aun cuando no haya en puerta elecciones federales.
- Con base en los resultados obtenidos a lo largo del presente estudio se identifican como directrices para futuras campañas publicitarias del IFE:
 - Mantener el tono chusco, divertido, sencillo y claro que ha caracterizado los esfuerzos comunicacionales de esta institución.

- Seguir explotando temas íntimamente ligados a la cultura mexicana que presentan al IFE como una institución cercana y familiar.
- Hacer caso de la forma en que ciertas ejecuciones, orientadas a la promoción del voto, son atribuidas al IFE de manera casi generalizada para retomar tanto el tono como los temas abordados en esfuerzos publicitarios futuros.
- Es decir, se detecta la expectativa entre los participantes de que la comunicación del IFE siga dos vertientes:
 - la humorística mediante la que se espera aborde temas relacionados con el padrón electoral y la credencial de elector, y
 - la seria y/o emotiva en donde se planteen temas relevantes para la sociedad y se invite a reflexionar sobre ellos.
- Abordar, a través de esta segunda vertiente, temas orientados a promover y consolidar la cultura democrática del país.
- Evaluar la factibilidad de producir cápsulas informativas (micro-documentales) en donde se explique el funcionamiento interno del IFE, a fin de incrementar el conocimiento acerca de la institución y coadyuvar a la sensación de transparencia y cercanía.

- Tomando en cuenta el impacto y la aceptación de la Familia Casillas, es posible pensar que estos personajes, en particular el Camaleón, pueden ser retomados en futuras comunicaciones, siempre y cuando se aborden nuevos temas y situaciones, además de la importancia de la credencialización y la actualización de datos.
- Para incrementar la efectividad (call to action) de la comunicación, se sugiere, mostrar las consecuencias que tienen, en la calidad de vida de los ciudadanos, acciones tales como la tramitación de la credencial de elector y la actualización de datos en el padrón electoral. Para tal efecto, se recomienda tomar como base las rutas planteadas en el Mapa Jerárquico de Valores (diapositiva 11).