



**EVALUACION DE LA
CAMPAÑA INSTITUCIONAL
DEL PROCESO ELECTORAL
CEE
2009**




INDICE

- Introducción
- Objetivos Generales
- Objetivos Específicos
- Metodología
- Resultados
- Diagnóstico






La **Comisión Estatal Electoral** es el organismo responsable de la preparación, organización y vigilancia de los procesos electorales ordinarios y extraordinarios para la elección de Gobernador, Diputados Locales y Ayuntamientos, que se realicen en la entidad.



De la organización y vigilancia de las elecciones, se deriva una serie de actividades previas que competen a la Comisión Estatal Electoral; una de éstas es la realización y ejecución en los medios masivos de comunicación de una campaña institucional de participación ciudadana y promoción al voto, que se lleva a cabo durante el proceso electoral y hasta el mes de julio del año de la elección. Por lo anterior, y de acuerdo a los procedimientos de Calidad de la institución P-CS-05, la CEE debe realizar en el último trimestre del año de la elección, una evaluación de la estrategia de comunicación para conocer las necesidades y expectativas ciudadanas en relación con la promoción del proceso electoral en general, y en particular sobre las formas de participación, del voto y de la CEE.





Por lo anterior, la Comisión debe realizar un diagnóstico claro, primeramente sobre el conocimiento y posicionamiento de la institución; y en segundo sobre la credibilidad y confianza en los procesos electorales que organiza, para incentivar con ello, la participación ciudadana y crear un cultura democrática.






Objetivo General

 Conocer el grado de conocimiento de la población mayor de 18 años, sobre la campaña de promoción que se llevó a cabo durante el Proceso Electoral 2009, así como el posicionamiento e imagen de la Comisión Estatal Electoral y los puntos de mejora para procesos posteriores.







Objetivos Específicos

- Determinar si las personas vieron o escucharon mensajes publicitarios sobre la CEE y sobre el proceso electoral. (% si los vieron / escucharon; % No lo vieron / escucharon)**
- Determinar si los mensajes aumentaron o no su conocimiento sobre la CEE. (% de aumentó / % No aumentó)**
- Determinar la aceptación o rechazo de las personas hacia los mensajes institucionales. (% de aceptación y % rechazo)**
 - ❖ Causas de rechazo / aceptación
 - ❖ Aceptación: Eran claros, se veían bien y escuchaban bien (por la música, por la gente que participó), eran sencillos, divertidos, otros
 - ❖ Rechazo: Mensajes confusos, agresivos, aburridos, indiferencia de las campañas políticas, otros.





Objetivos Específicos

Su aceptación se tradujo en:

- Conocimiento sobre la CEE
- Confianza en la CEE
- Confianza en el proceso
- Deseo de participar en el próximo proceso
- Motivación para votar
- Confianza y transparencia en los resultados

Su rechazo se traduce en:

- Desconfianza en la CEE
- Desconfianza en el proceso
- Incertidumbre
- Abstencionismo
- Inseguridad

Como consecuencia de los mensajes:

- Le dieron ganas de participar
- Decidió no participar
- Decidió salir a votar
- Decidió no salir a votar





Determinar si recuerda haber visto los módulos instalados de la CEE: Objetivos Específicos

- Supermercados
- Universidades
- En la calle
- En las empresas
- Otro lugar



Determinar si recuerda lo siguientes spots

- Para que lo sepas
- Estamos en Movimiento...
- Gobernador, Alcaldes y Diputados
- Supermercado
- La elección, la haces tú
- Vota, el viejo Paulino



Determinar el medio por el cual vieron o escucharon los mensajes y el medio

- Especificar: pósters, prensa, radio, televisión, panorámicos, módulos informativos, volantes y parabuses.

Mostrar fotografías para determinar si recuerdan los panorámicos

- Gobernador, Alcaldes y Diputados
- Debates
- Estamos en movimiento ...
- Vota
- Gracias





Objetivos Específicos

¿Qué le quedo claro? (Mensaje percibido/transmitido a través de la publicidad)

- El Slogan
- Que había votaciones
- Que debía participar
- Las imágenes
- La música
- Que las campañas son agresivas
- Que las campañas son largas
- Que no cree en las instituciones
- Otros

Percepción de la frase “La elección la haces tú”

- Buena, Mala, Indiferente, pertenencia, otro
- ¿Por qué?

Determinar el propósito/dirección percibido de la campaña:

- A votar
- A participar
- A generar confianza en los resultados
- A conocer la institución que organiza las votaciones en N.L.





Percepción del porqué cree que la gente no participa en un proceso electoral:

- Apatía, procesos son largos, campañas son agresivas, falta de buenos candidatos, no confía en los partidos, no confía en las instituciones electorales, falta de educación cívica, por falta de tiempo, por falta de entusiasmo, por la capacitación.



Determinar por qué cree que la gente no salió a votar

- Por la capacitación
- Porque las campañas lo cansaron
- Porque las campañas de los partidos son agresivas
- Por la falta de propuestas de los candidatos
- Por la decepción de los candidatos
- Porque las cosas no cambiaron
- Porque el país no cambió
- Por apatía
- Porque no confía en los resultados
- Porque no tenía la credencial de elector



Opinión sobre la organización y vigilancia del proceso electoral

- Abierta

Sugerencias para la continuidad de las actividades de la CEE rumbo al proceso electoral 2012

- Abierta



Determinar puntos de mejora para la campaña del proceso electoral 2012

- Recomendaciones, cambios, opiniones, etc.



Metodología aplicada

El estudio contempló la opinión de 2,600 personas residentes en el Estado, las cuales fueron entrevistadas aleatoriamente mediante la implantación de la combinación de los métodos polietápico y estratificado. El número total de encuestas que fueron aplicadas, así como la aleatoriedad empleada en la selección, primero de los hogares y posteriormente de las personas entrevistadas, representa un margen de error estimado en $\pm 1.9\%$.

Para la realización del trabajo se consideró como universo muestral al Estado. Sin embargo, para efectos de la determinación del margen de error se consideró la totalidad de la población en posibilidades de votar, que existe en cada una de las regiones del Estado.





Con base en la cantidad de votantes que existen en el Estado, se determinó recurrir a la fórmula para números infinitos propuesta por Fischer y Navarro^[1] quienes sostienen que la misma tiene que ver con el número de casos. De acuerdo con estas autoras, “el cálculo del tamaño de la muestra se realiza mediante una de dos fórmulas distintas, según se trate de una población finita o infinita”. Con base en lo anterior, es decir, considerando la proporción de votantes que residen en la región, se empleó la fórmula para muestras infinitas, puesto que la cantidad de casos (número de personas) supera los 100,000.

La fórmula utilizada fue la siguiente:

$$n = \frac{\sigma^2 pq}{e^2} = 384$$

e^2

Donde...

<u>Índice de confianza</u>	<u>$\sigma = 95\%$</u>
<u>Probabilidad de ocurrencia</u>	<u>$p = 50\%$</u>
<u>Margen de error</u>	<u>$e = +/- 5\%$</u>





Muestreo

El levantamiento de la información se consiguió de la siguiente manera:

En primera instancia se buscó determinar la cantidad de encuestas, la cual fue de 2,600. (650 para las regiones metropolitana y submetropolitana y 325 encuestas por cada una de las regiones restantes)

Las cuales fueron aplicadas en el Estado, conformando **6 zonas de agregación territorial entre diversos municipios.**

Los parámetros empleados para la estructuración del tamaño de la encuesta tuvieron que ver con los valores siguientes: margen de Confianza = 95%; Probabilidad = 50%; Margen de error = +/-5%.

Se determinó desde el inicio del proyecto, que las encuestas fueran aplicadas exclusivamente a personas mayores de 18 años de edad y con residencia en el hogar seleccionado.

Se implementó un sistema de método aleatorio polietápico-estratificado.





La selección de los métodos señalados tuvieron que ver con que se buscara aplicar las encuestas de manera aleatoria, pero sin correr el riesgo de sobre representar a un determinado segmento de la población a fin de evitar sesgos en el estudio. Esta situación no pudiera ocurrir si se considera una muestreo aleatorio simple.



El muestreo polietápico fue empleado para determinar las **AGEB** en donde se habrán de aplicar las encuestas.

De cada uno de los municipios correspondientes, en este caso de las regiones (6) que componen al Estado, fueron seleccionadas aleatoriamente veinte **AGEB** por región.

En cada uno de las **AGEB** se aplicaron un total de 20 encuestas, para las regiones citrícola, noreste, sur y norte, y para las regiones metropolitana y submetropolitana fueron aplicadas 20 encuestas.



A fin de determinar el sitio exacto en donde aplicar las encuestas, fue necesario enumerar las manzanas que corresponden a cada uno de las **AGEB** y posteriormente seleccionar al azar las mismas.



La selección de las personas que fueron entrevistadas se realizó mediante la estratificación de los entrevistados.



SECTEC

SERVICIOS DE CONSULTORIA Y TECNOLOGIA ESPECIALIZADA, S.A. DE C.V.

EVALUACION DE LA CAMPAÑA INSTITUCIONAL DEL PROCESO ELECTORAL 2009



Cuadro Resumen

Tipo de Estudio	Domiciliario
Universo	Seis Regiones Estatal
Marco Muestral	Mayores de 18 años, residentes en el Estado
Tipo de Muestreo	Cuantitativo, Por Área Geoestadística Básica, con selección Sistemático Aleatoria
Número de casos	1,300 encuestas (650 en la región metropolitana y 650 en la región submetropolitana) 1,300 en las otras cuatro regiones (325 por región)
Margen de error estadístico	+/- 3.8 puntos de porcentaje por región +/- 1.9 puntos de porcentaje por estado
Aplicación	Noviembre 2009
Total	2,600 encuestas





Presentación ejecutiva de resultados





ESTRUCTURA DE ANÁLISIS DE RESULTADOS



El análisis presentado toma como referencia los resultados obtenidos de la Evaluación de la Campaña Institucional del Proceso Electoral CEE 2009 y los mismos son confrontados con los resultados obtenidos de la Evaluación de la Campaña Institucional CEE del 2008. Es de todos conocidos que ambas campañas operaron bajo diferentes esquemas, pero lo relevante de la confrontación de los resultados de ambas es evaluar los cambios en tiempos del **“Nivel de Conocimiento y Confianza”**, **“Evaluación de las campañas publicitarias”**, **“Evaluación de la Imagen que se tiene de la institución”** y **“Logros obtenidos entre ambos períodos para beneficio de la institución”**.





EJES TEMÁTICO





SERVICIOS DE CONSULTORIA Y TECNOLOGIA ESPECIALIZADA, S.A. DE C.V.

EVALUACION DE LA CAMPAÑA INSTITUCIONAL DEL PROCESO ELECTORAL 2009



Cuadro Sinóptico



Nivel de Conocimiento CEE Inicial	Recordación Anuncios	Nivel de Conocimiento CEE Con la Campaña Institucional	Qué Medios (Penetración)	Qué Anuncios	Qué Evocan Anuncios	Resultados
2009 67%	2009 88%	2009 69%	2009 TV 87% Radio 76%	2009 Gobernador, Alcaldes ... 88% Debates 41% Estamos en Movimiento 45% Vota 48% Para que lo Sepas 52%	2009 Elecciones/Votar 43% Partidos Políticos 25% Renovar Credencial IFE 13%	2009 Ganas de Participar en el proceso electoral 2012 74%
2008 33%	2008 44%	2008 57%	2008 TV 93% Radio 57%	2008 Qué es la CEE 75% Folletos Urnas 60% Para que lo Sepas - Niña 56% - Señor 50% Actividad. CEE 51%	2008 Las Elecciones 29% Partidos Políticos 18% Renovar Credencial IFE 18% Las Imágenes 11%	2008 Ganas de Participar Proceso Electoral 2009 65%



Nivel de conocimiento y confianza





Objetivos específicos

Objetivo 1: Determinar el nivel de conocimiento y confianza que tienen las personas sobre la Comisión Estatal Electoral, ahora.

Objetivo 2: Determinar si recuerda... las Actividades de la CEE

Objetivo 3: Determinar el nivel de actuación que lleva a cabo el IFE

Objetivo 4: Determinar el nivel de actuación que lleva a cabo la CEE





¿Sabe ud. qué significan las siglas CEE?

Julio 2008
Evaluación Campaña
Institucional 2007-2008

Noviembre 2009
Evaluación de la Campaña
Institucional del Proceso
Electoral 2009

• **No**

67%

33%

• **NO**

• **Sí**

33%

67%

• **SI**

Base: 2,800 personas entrevistadas

Base: 2,600 personas entrevistadas





Los que contestaron Sí, ¿Qué Significa?

Julio 2008
Evaluación Campaña
Institucional 2007-2008

- Comisión Estatal Electoral

93%

- Otros

7%

Base: 924 personas entrevistadas

Noviembre 2009
Evaluación de la Campaña
Institucional del Proceso
Electoral 2009

- Comisión Estatal Electoral

88%

- Otros

12%

Base: 1,748 personas entrevistadas





La CEE es la Comisión Estatal de Nuevo León, ¿Lo Sabía?

Julio 2008
Evaluación Campaña
Institucional 2007-2008

Noviembre 2009
Evaluación de la Campaña
Institucional del Proceso
Electoral 2009

• **No**

61%

32%

• **NO**

• **Sí**

39%

68%

• **Sí**

Base: 2,800 personas entrevistadas

Base: 2,600 personas entrevistadas





¿Sabe ud. cuál es la función o actividad que realiza la CEE?

Julio 2008
Evaluación Campaña
Institucional 2007-2008

Noviembre 2009
Evaluación de la Campaña
Institucional del Proceso
Electoral 2009

• **No**

56%

28%

• **NO**

• **Sí**

44%

72%

• **Sí**

Base: 2800 personas entrevistadas

Base: 2,600 personas entrevistadas





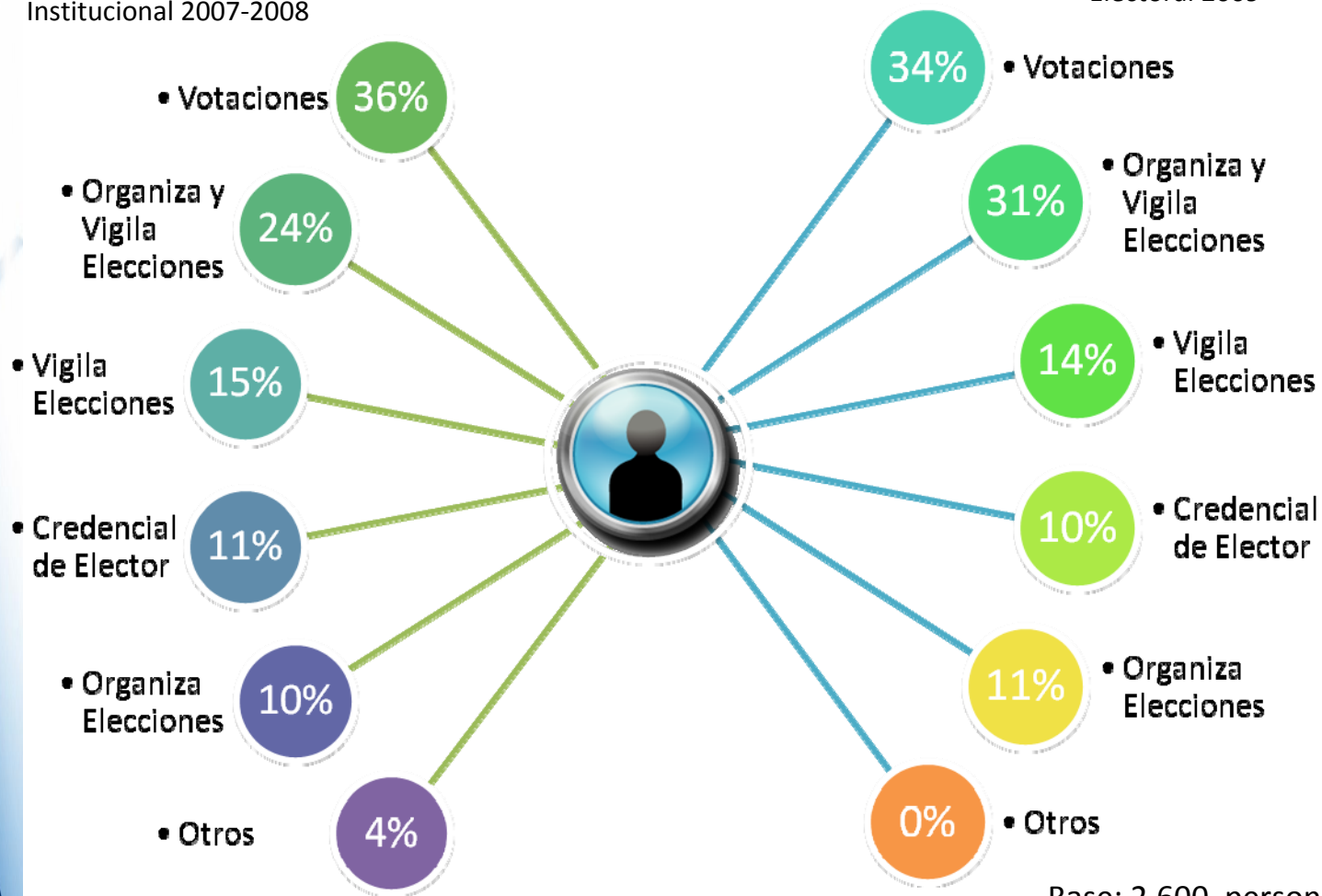
¿Sabe ud. cuál es la función o actividad que realiza la CEE?

Julio 2008

Evaluación Campaña
Institucional 2007-2008

Noviembre 2009

Evaluación de la Campaña
Institucional del Proceso
Electoral 2009



Base: 2800 personas entrevistadas

Base: 2,600 personas entrevistadas





¿Sabe ud. qué significan las siglas IFE?



Julio 2008
Evaluación Campaña
Institucional 2007-2008

Noviembre 2009
Evaluación de la Campaña
Institucional del Proceso
Electoral 2009



Base: 2,800 personas entrevistadas

Base: 2,600 personas entrevistadas





¿Qué significan las siglas IFE?



Julio 2008
Evaluación Campaña
Institucional 2007-2008

Noviembre 2009
Evaluación de la Campaña
Institucional del Proceso
Electoral 2009

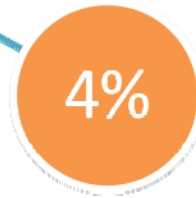
- Instituto Federal Electoral



- Otros



- Instituto Federal Electoral



- Otros

Base: 2,800 personas entrevistadas

Base: 2,600 personas entrevistadas





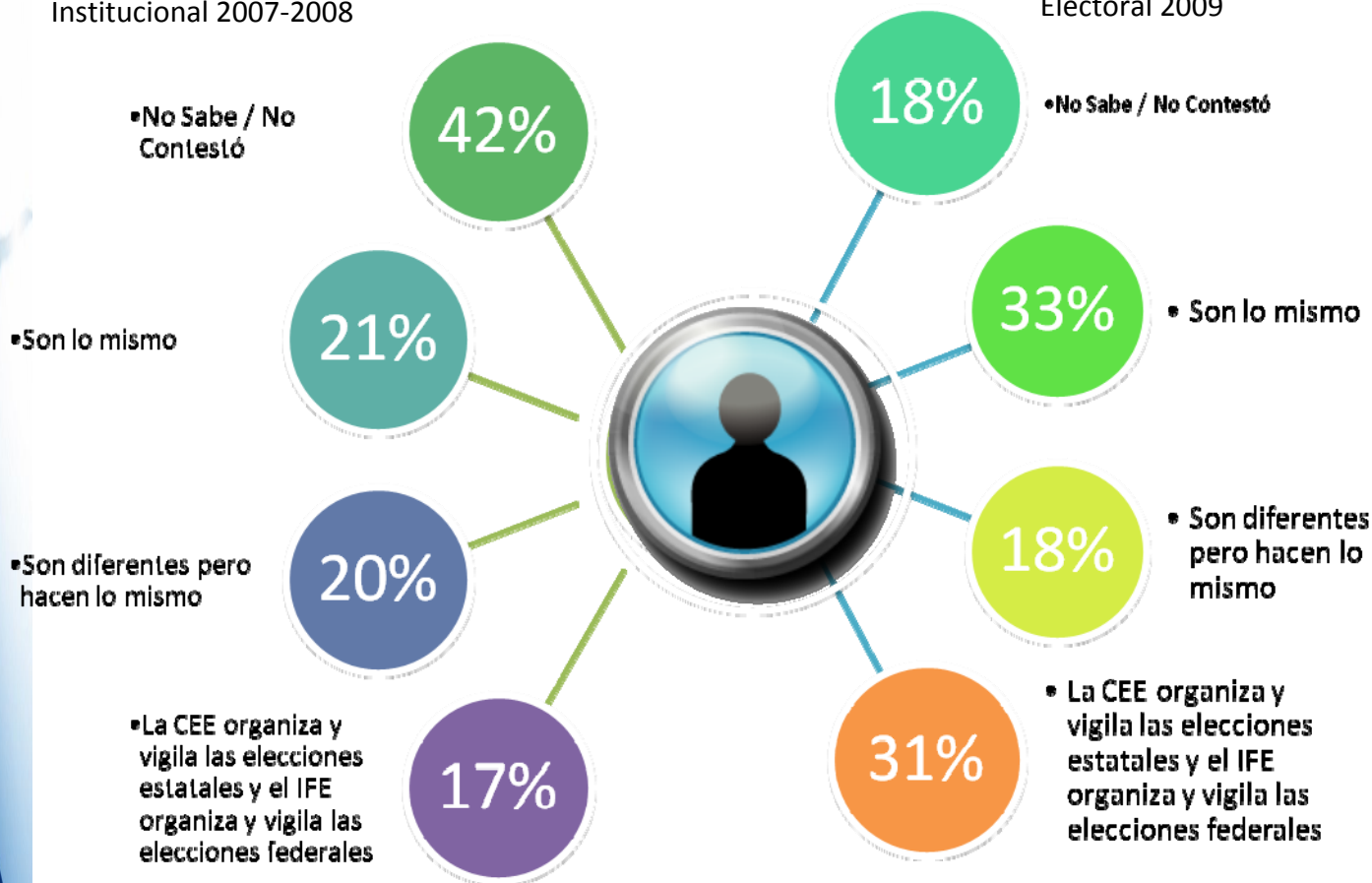
¿Qué relación cree que tiene la Comisión Estatal Electoral con el Instituto Federal Electoral?

Julio 2008

Evaluación Campaña Institucional 2007-2008

Noviembre 2009

Evaluación de la Campaña Institucional del Proceso Electoral 2009



Base: 2800 personas entrevistadas

Base: 2,600 personas entrevistadas





Nivel de Actuación CEE

Como calificación de escuela donde 0 es pésimo y 10 es excelente.

Julio 2008

Evaluación Campaña
Institucional 2007-2008

Noviembre 2009

Evaluación de la Campaña
Institucional del Proceso
Electoral 2009



Base: 2800 personas entrevistadas

Base: 2,600 personas entrevistadas





Nivel de Actuación IFE

Como calificación de escuela donde 0 es pésimo y 10 es excelente.

Julio 2008

Evaluación Campaña
Institucional 2007-2008

Noviembre 2009

Evaluación de la Campaña
Institucional del Proceso
Electoral 2009



Base: 2800 personas entrevistadas

Base: 2,600 personas entrevistadas





NIVEL DE CONOCIMIENTO

**Julio 2008
Evaluación Campaña
Institucional 2007-2008**

**Noviembre 2009
Evaluación Campaña
Institucional del Proceso Electoral 2009**

SIGLAS CEE

Conocimiento	Desconocimiento	Conocimiento	Desconocimiento
33%	67%	67%	33%

**SIGNIFICADO
CEE**

Conocimiento	Desconocimiento	Conocimiento	Desconocimiento
39%	61%	88%	12%

**RELACIÓN
CEE -IFE**

Conocimiento	Desconocimiento	Conocimiento	Desconocimiento
17%	83%	31%	69%

**ACTIVIDADES
CEE**

Conocimiento	Desconocimiento	Conocimiento	Desconocimiento
44%	56%	56%	44%

Base: 2,800 personas entrevistadas

Base: 2,600 personas entrevistadas





Nivel de Actuación CEE vs IFE -2008

Como calificación de escuela donde 0 es pésimo y 10 es excelente.

CARACTERÍSTICAS

RESULTADOS

ORGANIZACIÓN PROCESOS ELECTORALES	CEE 7.3		IFE 7.4		Ambas instituciones poseen una Percepción de actuación en niveles
ANUNCIOS PUBLICITARIOS PROMOVIENDO VOTO	CEE 7.3		IFE 7.4		Ligeramente aceptables tanto en organización de procesos electorales como anuncios publicitarios promoviendo el voto.
PRONTITUD PARA DAR LOS RESULTADOS	CEE 7.1		IFE 7.1		Ambas instituciones poseen una percepción de actuación ligeramente aceptable en el rubro de entrega de resultados y muy baja en transparencia en el conteo de votos.
TRANSPARENCIA PARA CONTAR LOS VOTOS	CEE 6.6		IFE 6.6		





Nivel de Actuación CEE vs IFE - 2009

Como calificación de escuela donde 0 es pésimo y 10 es excelente.

CARACTERÍSTICAS

RESULTADOS

ORGANIZACIÓN PROCESOS ELECTORALES	CEE 8.4	↑	IFE 8.3	↑	Ambas instituciones poseen una Percepción de actuación altos tanto en organización de procesos electorales como anuncios publicitarios promoviendo el voto, superando los resultados del año anterior.
ANUNCIOS PUBLICITARIOS PROMOVIENDO VOTO	CEE 8.5	↑	IFE 8.5	↑	
PRONTITUD PARA DAR LOS RESULTADOS	CEE 8.5	↑	IFE 8.4	Ambas instituciones poseen una percepción de actuación altos en el rubro de entrega de resultados y alta en transparencia en el conteo de votos, superando los resultados del año anterior.	
TRANSPARENCIA PARA CONTAR LOS VOTOS	CEE 8.4	↑	IFE 8.4		





Es de todos conocido los logros que en estos 10 años la CEE ha alcanzado, tanto en la operatividad de la institución como en los esfuerzos para concretar programas, para lograr una mayor percepción de conocimiento y reconocimiento de su labor en la comunidad.



Nivel de Conocimiento

El nivel de conocimiento de la CEE a nivel estatal es del 67%, el cual consideramos alto y más si lo comparamos con los resultados obtenidos en el estudio del 2008, se ha incrementado en 34 puntos porcentuales. Es relevante hacer mención de la labor realizada por la CEE durante las elecciones estatales de NL en julio del presente año. Este logro se corrobora incluso en el conocimiento de las Siglas CEE, el cual, el 88% de los entrevistados reconoció su significado.

El nivel de conocimiento que tiene la ciudadanía de NL sobre las actividades de la CEE es del 56%, el cual consideramos muy satisfactorio y más comparándolo con los resultados obtenidos hace un año, que era del 44%, representando un incremento de 12 puntos porcentuales.



Percepción CEE vs IFE

Si en el estudio llevado a cabo en el 2008 existía un alto grado de confusión entre las funciones que llevan a cabo ambas instituciones, los resultados del presente estudio muestran que ha habido avances significativos al pasar del 17% al 31% del conocimiento de las funciones de ambas instituciones. Mucho del logro obtenido se ha debido a una clara definición de su propuesta de valor comunicacional, mismo que exhortamos a seguir llevando a cabo, ya que se deben establecer estrategias comunicacionales acordes a las funciones de la institución.





Confianza CEE

Actualmente, el grado de confianza que tiene la ciudadanía de NL de la CEE es Alta. En los indicadores: organización de procesos electorales, anuncios publicitarios promoviendo el voto, prontitud para dar los resultados y transparencia para contar los votos se tuvo una evaluación promedio de 8.4 de una escala de 10. Al confrontar los resultado con los obtenidos del IFE mantienen una evaluación promedio muy similar.

Al analizar los resultados obtenidos en este estudio, en relación a los llevados a cabo en el 2008, se nota los logros obtenidos de percepción de confianza tanto de la CEE como del IFE, ya que ambas obtuvieron evaluaciones promedios del 7.3 en los indicadores antes citados y con el 8.4 obtenido en el 2009 logra captar un mayor nivel de percepción de confianza en ambas instituciones.





Evaluación Publicitaria



Objetivos específicos

Objetivo 1: Determinar si las personas vieron o escucharon mensajes publicitarios sobre la CEE.

Objetivo 2: Determinar los medios masivos de comunicación por el cual vieron o escucharon los mensajes.

Objetivo 3: Mostrar fotografías para determinar si recuerdan los anuncios

Objetivo 4: Qué le quedo claro.

Objetivo 5: Determinar si los mensajes aumentaron o no su conocimiento sobre la CEE

Objetivo 6: Determinar la aceptación o rechazo de las personas hacia los mensajes institucionales.





Objetivo 7: Determinar causas de rechazo

Objetivo 8: Determinar causas de aceptación

Objetivo 9: Como consecuencia de los mensajes

Objetivo 10: Su aceptación se tradujo en...

Objetivo 11: Su rechazo se traduce en....

Objetivo 12:Cuál es la percepción de la frase “La elección la haces tú”

Objetivo 13: La campaña va dirigida a votar, a participar, a generar confianza en los resultados, a conocer la institución que organiza las votaciones en Nuevo León.

Objetivo 14: Expectativas de los ciudadanos sobre la Comisión Estatal Electoral, antes de la campaña.

Objetivo 15: Grado de confianza en la Comisión Estatal Electoral, con la campaña.





PENETRACIÓN MENSAJE EN MEDIOS CEE

¿En cuál de los siguientes medios ha visto anuncios de la CEE?

MEDIO	2008 (1)		2009 (2)	
	NO	SÍ	NO	SÍ
RADIO	43%	57%	24%	76%
PERIÓDICOS	65%	35%	40%	60%
POSTER	73%	27%	74%	26%
METRO	89%	11%	82%	18%
FOLLETOS	75%	25%	72%	28%
TELEVISIÓN	7%	93%	6%	94%
PARABUSES	79%	21%	69%	31%
PANORÁMICOS	76%	24%	63%	37%
REVISTAS	81%	19%	80%	20%
VOLANTES	72%	28%	74%	26%

(1) Base : Los que vieron anuncios CEE - 1,232 personas (44%)

(2) Base : Los que vieron anuncios CEE - 2,285 personas (88%)





¿QUÉ ES LO PRIMERO QUE RECUERDA DE LOS ANUNCIOS DE LA CEE?

EVOCACIÓN ANUNCIOS DE LA CEE	2008 (1)	2009 (2)
Partidos Políticos	18%	25%
Las Elecciones/Votaciones	29%	43%
El Slogan	9%	7%
Renovar Credencial IFE	18%	13%
No Sabe / No Recuerda	8%	6%
Las Imágenes	11%	3%
Las Actividades/vigila procesos electorales	4%	3%
Otro	3%	0%

(1) Base : Los que vieron anuncios CEE - 1,232 personas (44%)

(2) Base : Los que vieron anuncios CEE - 2,285 personas (88%)





SERVICIOS DE CONSULTORIA Y TECNOLOGIA ESPECIALIZADA, S.A. DE C.V.

EVALUACION DE LA CAMPAÑA INSTITUCIONAL DEL PROCESO ELECTORAL 2009



RECORDACIÓN ANUNCIOS EN LA CAMPAÑA CEE - 2008

ANUNCIO	% D	% C
¿Qué es la CEE?	25%	75%
Actividades de la CEE	49%	51%
Servicio Profesional CEE	60%	40%
Para que lo Sepas	53%	47%
Para que lo Sepas Señor	50%	50%
Para que lo Sepas Niña	44%	56%
Certamen Ensayo Político	67%	33%
Voto Electrónico	56%	44%
Folleto Urnas	40%	60%
Desplegados	60%	40%

% D = Porcentaje de Desconocimiento

% C= Porcentaje de Conocimiento

Base : Los que vieron anuncios CEE - 1,232 personas (44%)





SECTEC

SERVICIOS DE CONSULTORIA Y TECNOLOGIA ESPECIALIZADA, S.A. DE C.V.

EVALUACION DE LA CAMPAÑA INSTITUCIONAL DEL PROCESO ELECTORAL 2009



RECORDACION ANUNCIOS EN LA CAMPAÑA CEE - 2009

ANUNCIO	% D	% C
Gobernador, Alcaldes y Diputados	12%	88%
Debates	59%	41%
Estamos en Movimiento	55%	45%
Vota	52%	48%
Gracias	69%	31%
Spot s- Para que lo Sepas	48%	52%
Spots - Estamos en Movimiento	54%	46%
Spots – Gobernador, Alcaldes y Diputados	15%	85%
Spots - Supermercado	73%	27%
Spots – La elección la haces tú	31%	69%

% D = Porcentaje de Desconocimiento

% C= Porcentaje de Conocimiento

Base : Los que vieron anuncios CEE - 2,285 personas (88%)





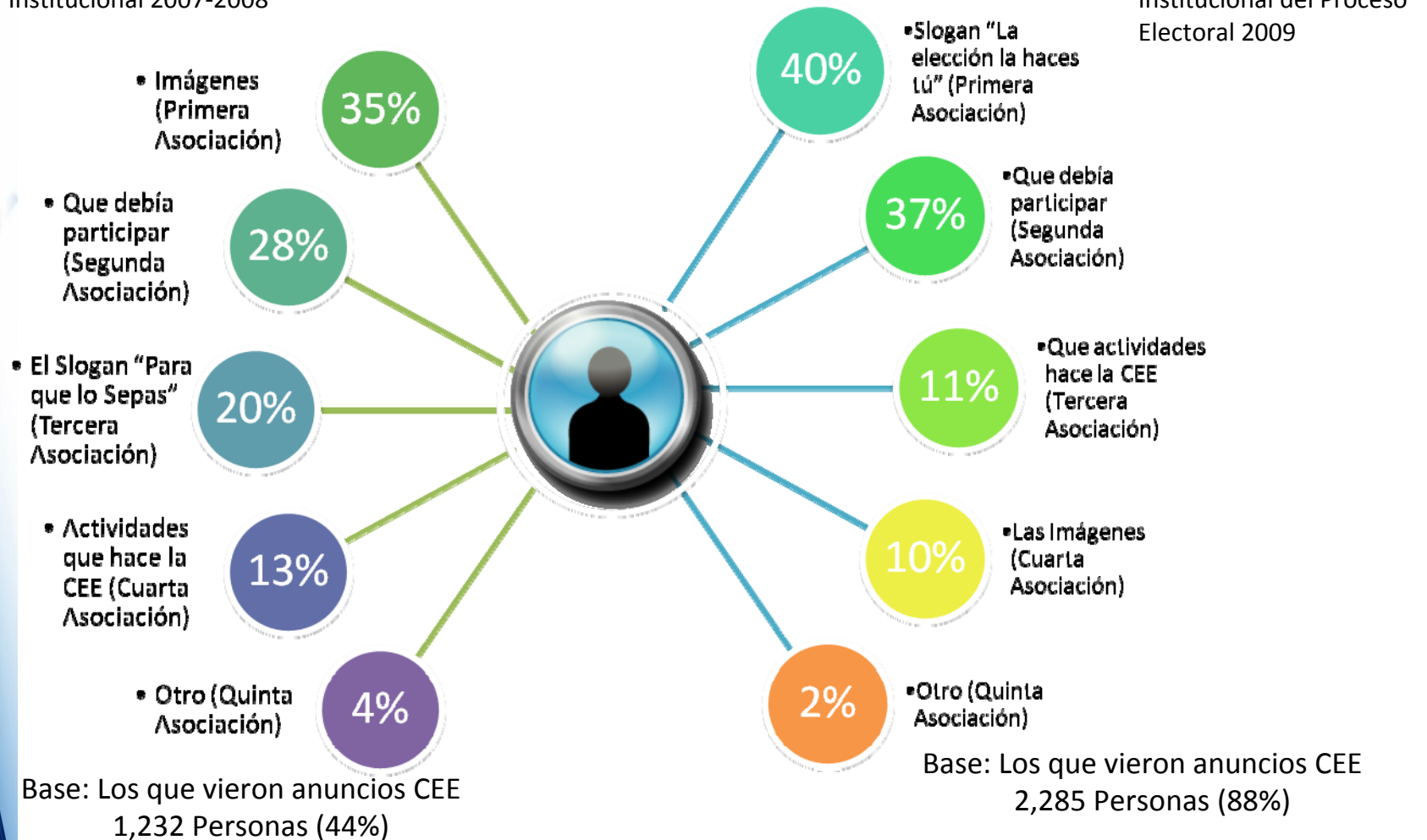
Nivel de Recordación obtenido de la CEE durante la Campaña

Julio 2008

Evaluación Campaña
Institucional 2007-2008

Noviembre 2009

Evaluación de la Campaña
Institucional del Proceso
Electoral 2009





Recuerda haber visto los módulos instalados de la CEE en...



Base : Los que vieron anuncios CEE - 2,285 personas (88%)





Por estos anuncios, ud. diría que su nivel de conocimiento sobre la CEE

Julio 2008

Evaluación Campaña
Institucional 2007-2008

Noviembre 2009

Evaluación de la Campaña
Institucional del Proceso
Electoral 2009



Base: Los que vieron anuncios CEE
1,232 Personas (44%)

Base: Los que vieron anuncios CEE
2,285 Personas (88%)



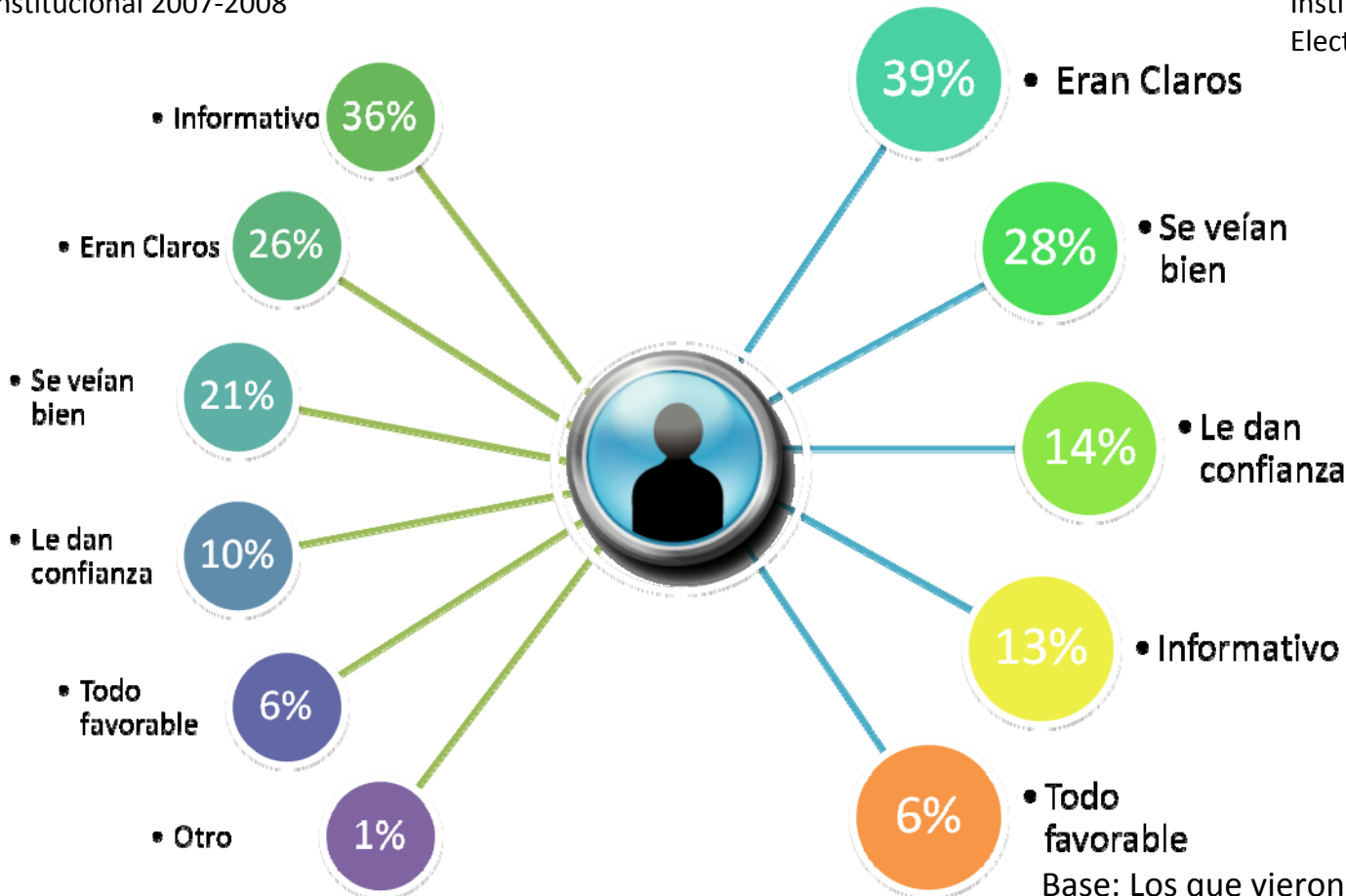
¿Qué es lo que Le Gustó de los anuncios de la CEE?

Julio 2008

Evaluación Campaña
Institucional 2007-2008

Noviembre 2009

Evaluación de la Campaña
Institucional del Proceso
Electoral 2009



Base : Los que vieron anuncios CEE
1,232 personas (44%)

Base: Los que vieron anuncios CEE
2,285 Personas (88%)

Base : Los que vieron anuncios CEE - 1,232 personas (44%)





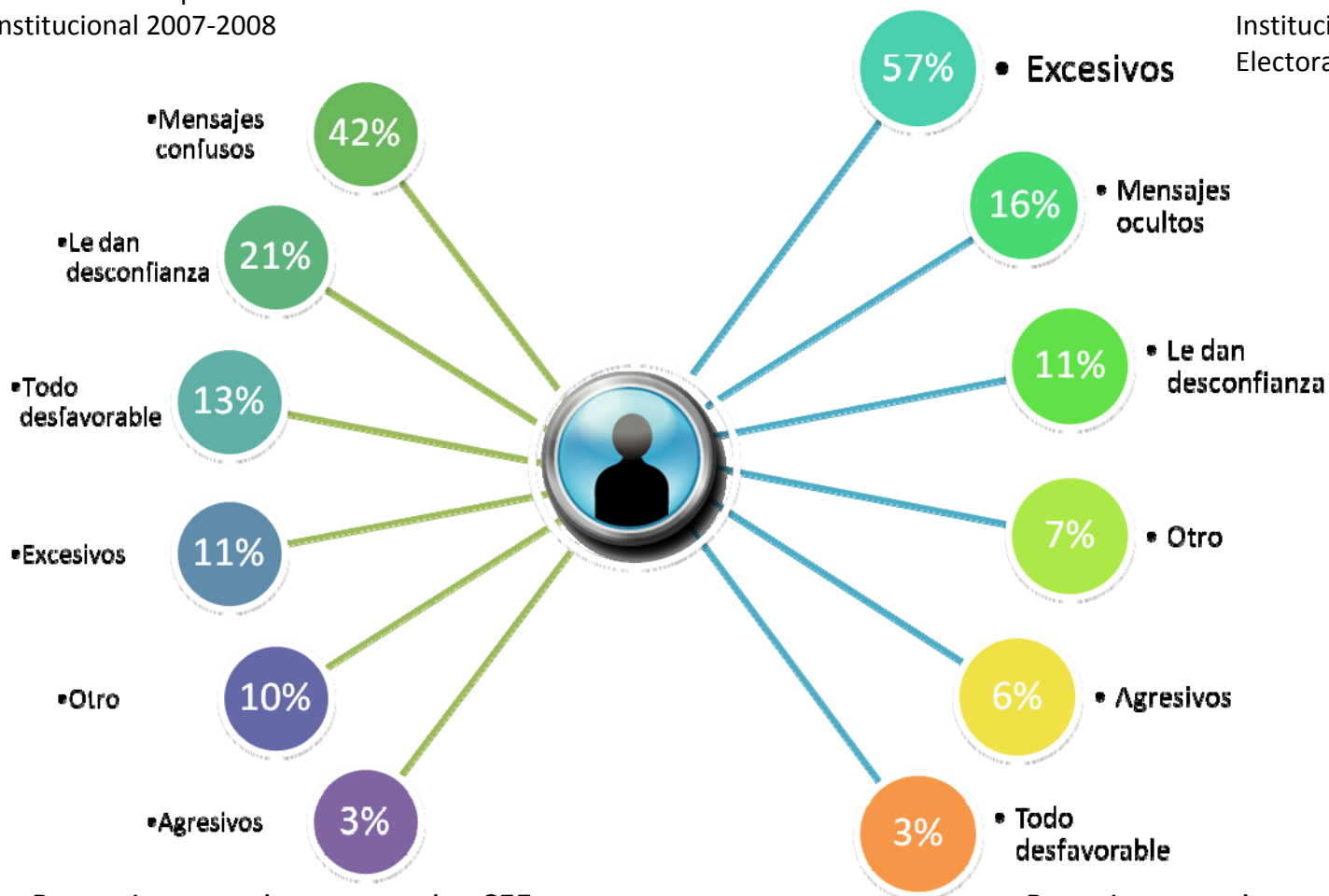
¿Qué es lo que No le Gustó de los anuncios de la CEE?

Julio 2008

Evaluación Campaña
Institucional 2007-2008

Noviembre 2009

Evaluación de la Campaña
Institucional del Proceso
Electoral 2009



Base : Los que vieron anuncios CEE
1,232 personas (44%)

Base: Los que vieron anuncios CEE
2,285 Personas (88%)

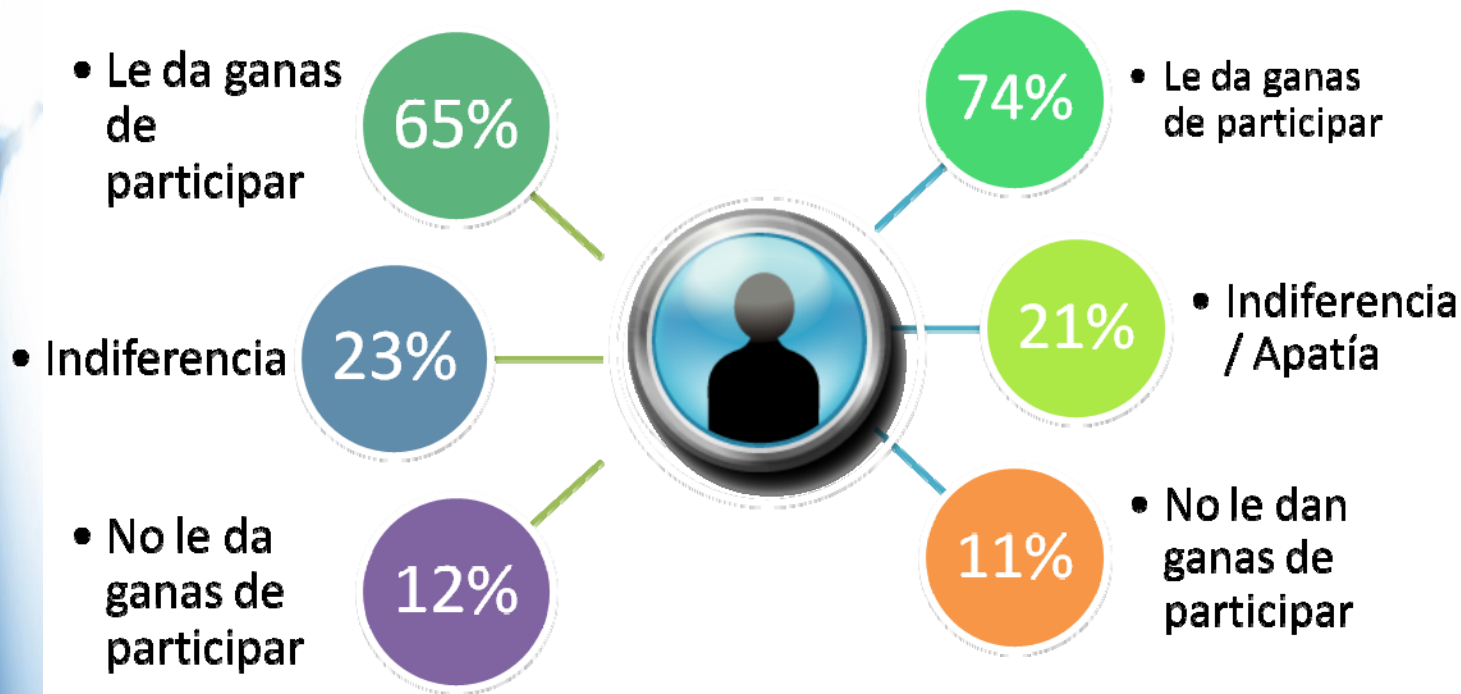




**¿Qué sensación les deja los mensajes
de los anuncios de la Comisión Estatal Electoral?**

Julio 2008
Evaluación Campaña
Institucional 2007-2008

Noviembre 2009
Evaluación de la Campaña
Institucional del Proceso
Electoral 2009



Base : Los que vieron anuncios CEE
1,232 personas (44%)

Base: Los que vieron anuncios CEE
2,285 Personas (88%)



Noviembre 2009
Evaluación de la Campaña Institucional del Proceso Electoral 2009

¿EN QUE LE SIRVIÓ A USTED EL VER, LEER U OIR LOS ANUNCIOS DE LA COMISIÓN ESTATAL ELECTORAL?

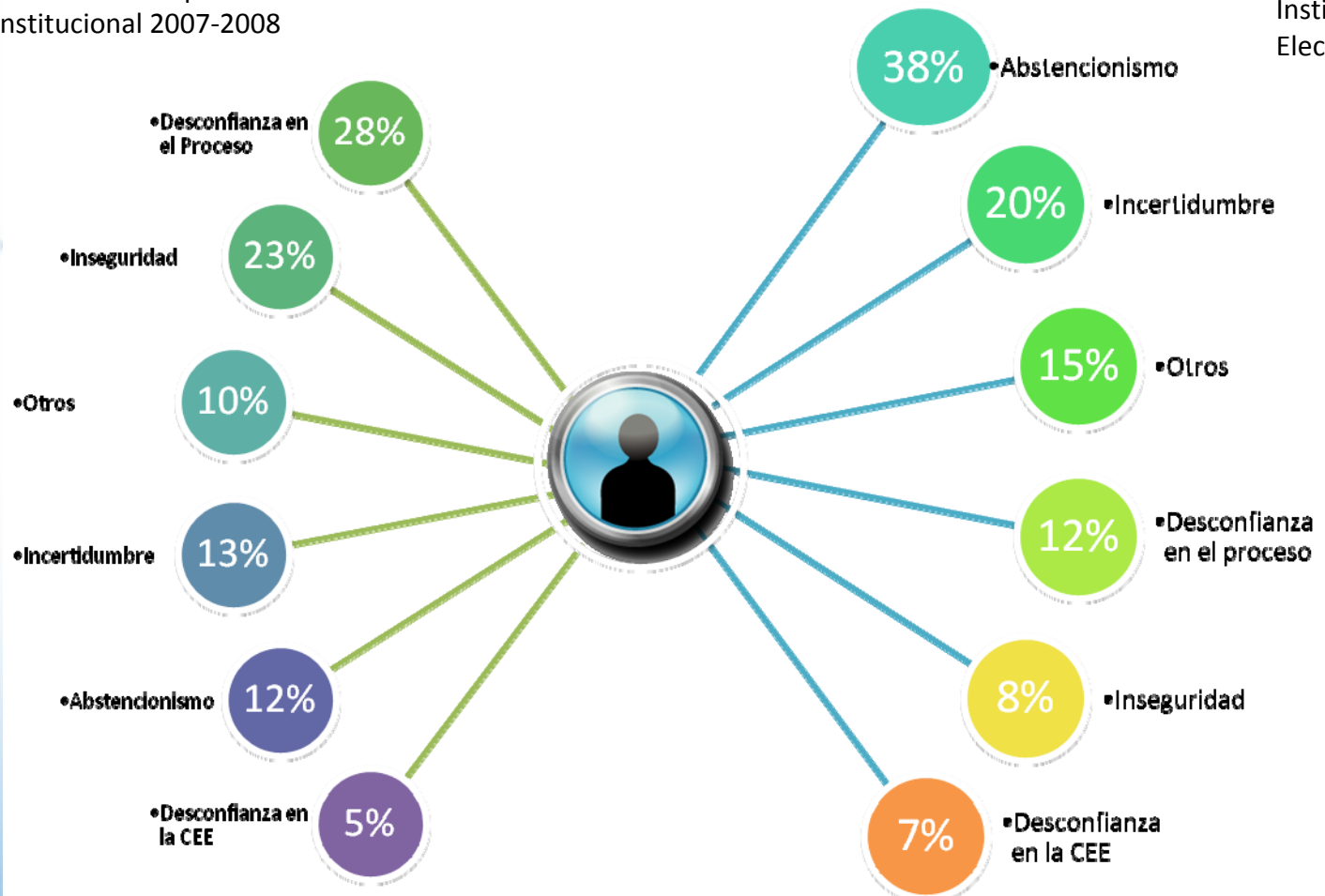




¿Y QUE ASPECTOS NEGATIVOS TIENE DE LA COMISIÓN ESTATAL ELECTORAL?

Julio 2008
Evaluación Campaña
Institucional 2007-2008

Noviembre 2009
Evaluación de la Campaña
Institucional del Proceso
Electoral 2009



Base : Los que vieron anuncios CEE
1,232 personas (44%)

Base: Los que vieron anuncios CEE
2,285 Personas (88%)





¿QUÉ LE PARECIÓ LA FRASE?

Julio 2008
Evaluación Campaña
Institucional 2007-2008

Noviembre 2009
Evaluación de la Campaña
Institucional del Proceso
Electoral 2009

Para que lo Sepas

La elección la haces tú

• Buena

73%

87%

• Buena

• Indiferente

24%

13%

• Indiferente

• Mala

3%

Base : Los que vieron anuncios CEE
1,232 personas (44%)

Base: Los que vieron anuncios CEE
2,285 Personas (88%)





Julio 2008

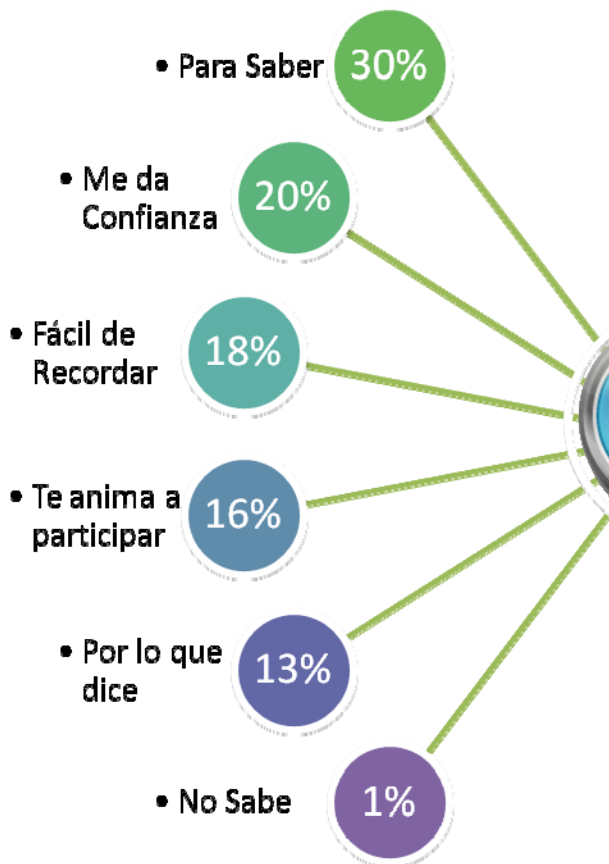
Evaluación Campaña
Institucional 2007-2008

¿POR QUÉ LE PARECIÓ BUENA....?

Noviembre 2009

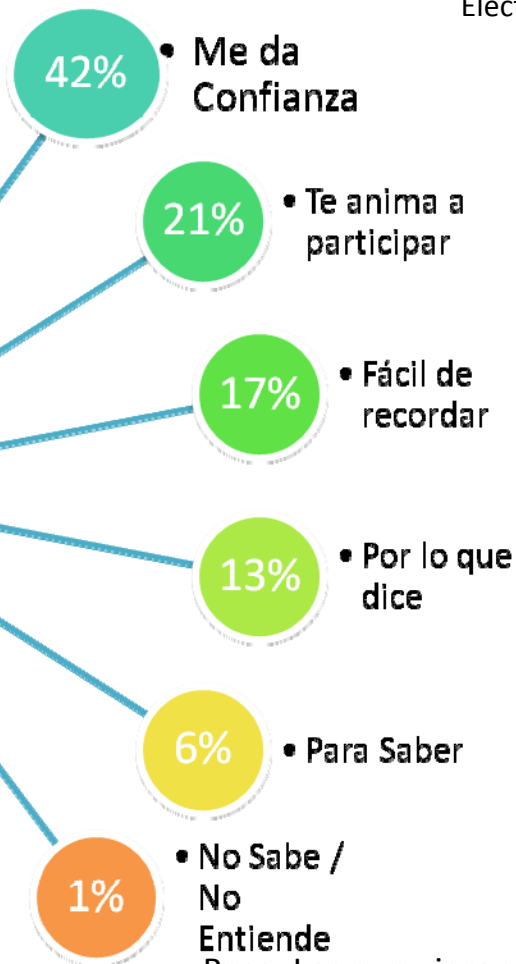
Evaluación de la Campaña
Institucional del Proceso
Electoral 2009

Para que lo Sepas



Base : Los que vieron anuncios CEE
1,232 personas (44%)

La elección la haces tú



Base: Los que vieron anuncios CEE
2,285 Personas (88%)





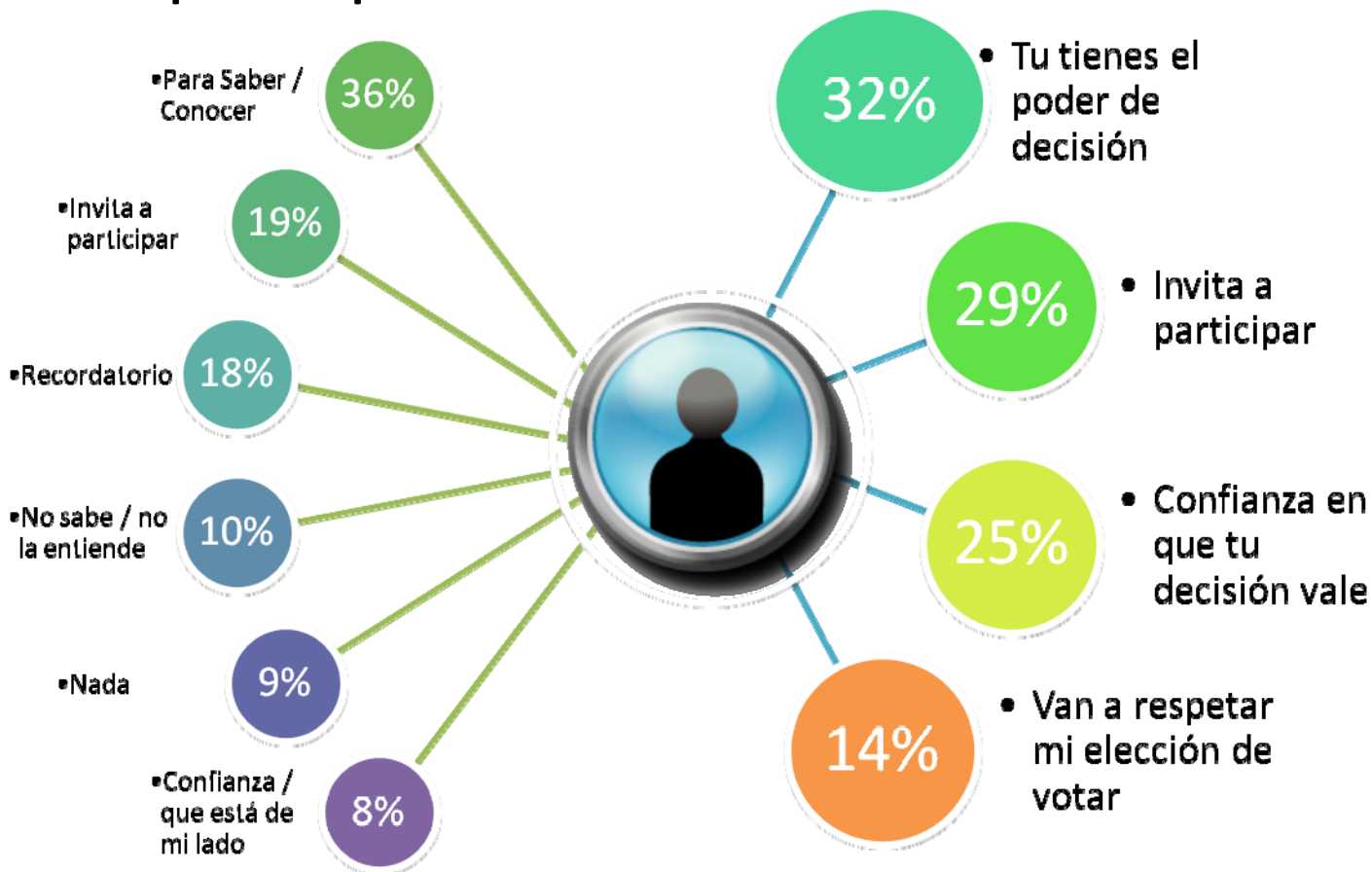
Julio 2008
Evaluación Campaña
Institucional 2007-2008

¿QUÉ SIGNIFICÓ PARA USTED LA FRASE...?

Noviembre 2009
Evaluación de la Campaña
Institucional del Proceso
Electoral 2009

La elección la haces tú

Para que lo Sepas



Base : Los que vieron anuncios CEE
1,232 personas (44%)

Base: Los que vieron anuncios CEE
2,285 Personas (88%)





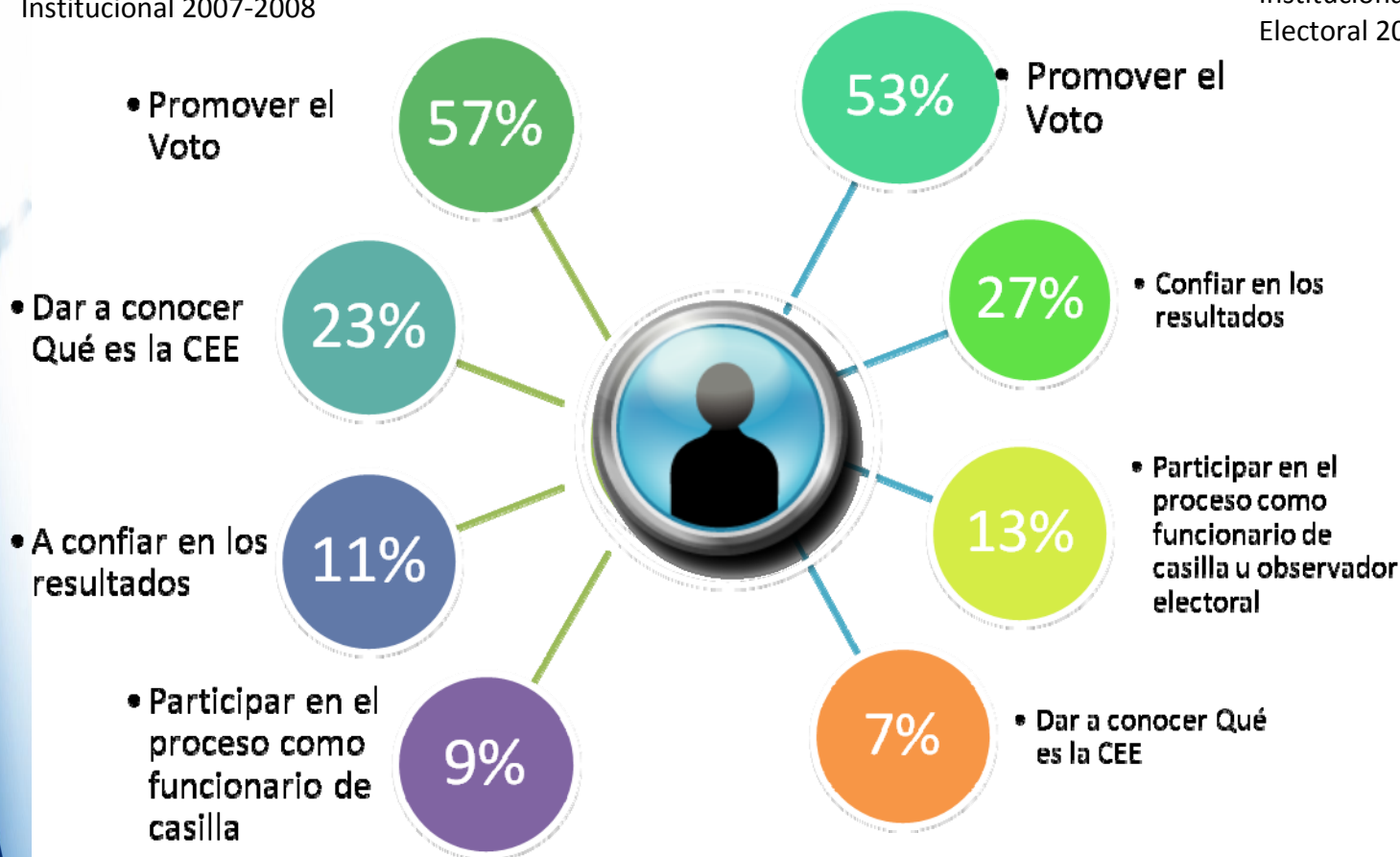
¿CUÁL CREE USTED QUE ERA LA FINALIDAD DE LOS ANUNCIOS DE LA COMISIÓN ESTATAL ELECTORAL?

Julio 2008

Evaluación Campaña
Institucional 2007-2008

Noviembre 2009

Evaluación de la Campaña
Institucional del Proceso
Electoral 2009



Base : Los que vieron anuncios CEE
1,232 personas (44%)

Base: Los que vieron anuncios CEE
2,285 Personas (88%)





Confianza CEE

Es importante señalar que el incremento de la percepción de confianza en una campaña publicitaria, se da cuando hay un vínculo muy fuerte entre los mensajes transmitidos y la percepción de credibilidad del organismo emisor de esos mensajes, el cual habla de la labor que realiza esa institución y la confianza que las personas depositan en esas instituciones.

La Confianza de la CEE antes del inicio de la Campaña Institucional del Proceso Electoral 2009 era del 40%, y al finalizar el período de la campaña publicitaria la confianza de la CEE llegó al 66%. Este incremento de 26 puntos porcentuales habla muy bien de la labor realizada tanto en la organización del mismo como de la credibilidad en los resultados emitidos.





Mensajes Institucionales

Los alcances obtenidos de los mensajes institucionales de la CEE en los medios, han sido muy significativos para la institución y más si lo comparamos con los resultados obtenidos en la campaña institucional del 2008..

Al respecto los logros más significativos han sido:

- 1) Incremento del conocimiento de la institución – Del 33% al 67%
- 2) Incremento del conocimiento de las siglas CEE – Del 39% al 88%
- 3) Percepción de la relación CEE-IFE – Del 17% al 31%
- 4) Conocimiento de las actividades del CEE – Del 44% al 56%

Al evaluar la aceptación de los anuncios ha sido muy satisfactoria, ya que se logró los objetivos planteados; claros, informativos y transmiten confianza en la comunidad y muy importante es que incrementó el grado de interés en participar en las próximas elecciones del 2012.

Estos logros se ven reflejados en ...

- 1) Nivel de recordación de slogan de campaña – Del 20% al 40%
- 2) Que debía participar – Del 28% al 37%
- 3) Claridad del mensaje – Del 26% al 39%
- 4) Le transmiten confianza – Del 10% al 14%





Lema de Campaña

El lema de la Campaña “La elección la haces tú”, fue calificado como bueno por el 80% de los entrevistados que lograron ver/oír los anuncios de la CEE, y al relacionar qué es lo que más recuerda de los anuncios de la CEE, el slogan ocupa el primer lugar de asociación.

El nivel de recordación durante esta campaña estuvo relacionado en primer lugar por el slogan de la campaña y dado la estructura clara de sus mensajes evocaba “que debía participar” como segunda asociación directa y en tercer lugar “las actividades que lleva a cabo la CEE, lo cual hace posible una estructura uniforme del contenido de sus mensajes.

Causas de Aceptación

Los mensajes de la CEE lograron su objetivo ya que eran informativos, se veían bien (imágenes), y son claros (contenido), invitaban a participar en el proceso electoral 2009 y muy importante es que transmitían confianza . Al confrontar estos resultados con logros específicos apreciamos el incremento en los siguientes rubros:

- a) Percepción de Confiabilidad
- b) Ganas de participar en el proceso electoral local del 2012
- c) Participación ciudadana como funcionario de la CEE
- d) Conocimiento de la labor de la CEE





Recordación de haber visto los módulos de la CEE

En su mayor proporción, los ciudadanos tuvieron la oportunidad de ver instalados los módulos de La CEE, sin embargo, no llegan a recordar lugar específicos de los mismos.

Es relevante hacer mención que una parte de los entrevistados al hacer recordación de la instalación de los módulos de la CEE, hacen referencia de haberlos visto en algunos de los principales cruceros de la Zona Metropolitana de Monterrey. Dada la alta convergencia vehicular en estas avenidas se logró obtener un mayor nivel de recordación de los módulos informativos de la CEE.

Recordación de los anuncios en la campaña CEE – 2009.

La estructura de los mensajes publicitarios en la campaña CEE – 2009 logró altos niveles de recordación, ejemplo del mismo lo observamos en los mensajes

Gobernador, Alcaldes y Diputados – 88% de conocimiento y recordación

La elección la haces tú – 69% de conocimiento y recordación

Estamos en Movimiento – 45% de conocimiento y recordación

Para que lo Sepas – 52% de conocimiento y recordación.

Evocación de los Anuncios en la Campaña CEE – 2009

Al evaluar la evocación de los anuncios de la Campaña CEE – 2009, se logró los objetivos específicos para los cuales habían sido diseñados y para muestra del mismo, vemos:

Elecciones / Votaciones - 43% de evocación Vs 29% obtenido en el estudio del 2008

Partidos Políticos – 25% de evocación Vs 18% obtenido en el estudio del 2008





Penetración Medios Masivos Comunicación

Un factor muy importante para lograr penetración de los mensajes, es la selección adecuada de los medios masivos que se van emplear en la campaña institucional.

En la Campaña Institucional del Proceso Electoral 2009, gran parte de los entrevistados que vieron los anuncios, lo recordaron porque fueron vistos en TV (94%), Radio (76%) y en los principales Diarios de la localidad (60%), respectivamente. Fuera de los antes citados, el resto de los medios de comunicación empleados en la campaña en mención, lograron niveles de recordación menores, pero que en conjunto ayudaron a consolidar los objetivos específicos de la campaña publicitaria llevadas a cabo en este 2009.

Posicionamiento

El posicionamiento de la CEE logrado en la Campaña Institucional del Proceso Electoral 2009, ha sido muy satisfactorio dado los altos índices de recordación y evocación de los mensajes publicitarios que son congruentes con los objetivos trazados al inicio de la campaña publicitaria.





EVALUACION DE LA CAMPAÑA INSTITUCIONAL DEL PROCESO ELECTORAL 2009



Evaluación Imagen



Objetivos específicos

Objetivo 1: Expectativas de los ciudadanos sobre la Comisión Estatal Electoral, antes de la campaña.

Objetivo 2: Grado de confianza en la Comisión Estatal Electoral, con la campaña

Objetivo 3: Determinar el nivel de conocimiento sobre la participación de la CEE en las elecciones locales del 2009.

Objetivo 4: El posicionamiento de la CEE en las personas

Objetivo 5: El origen de esta percepción

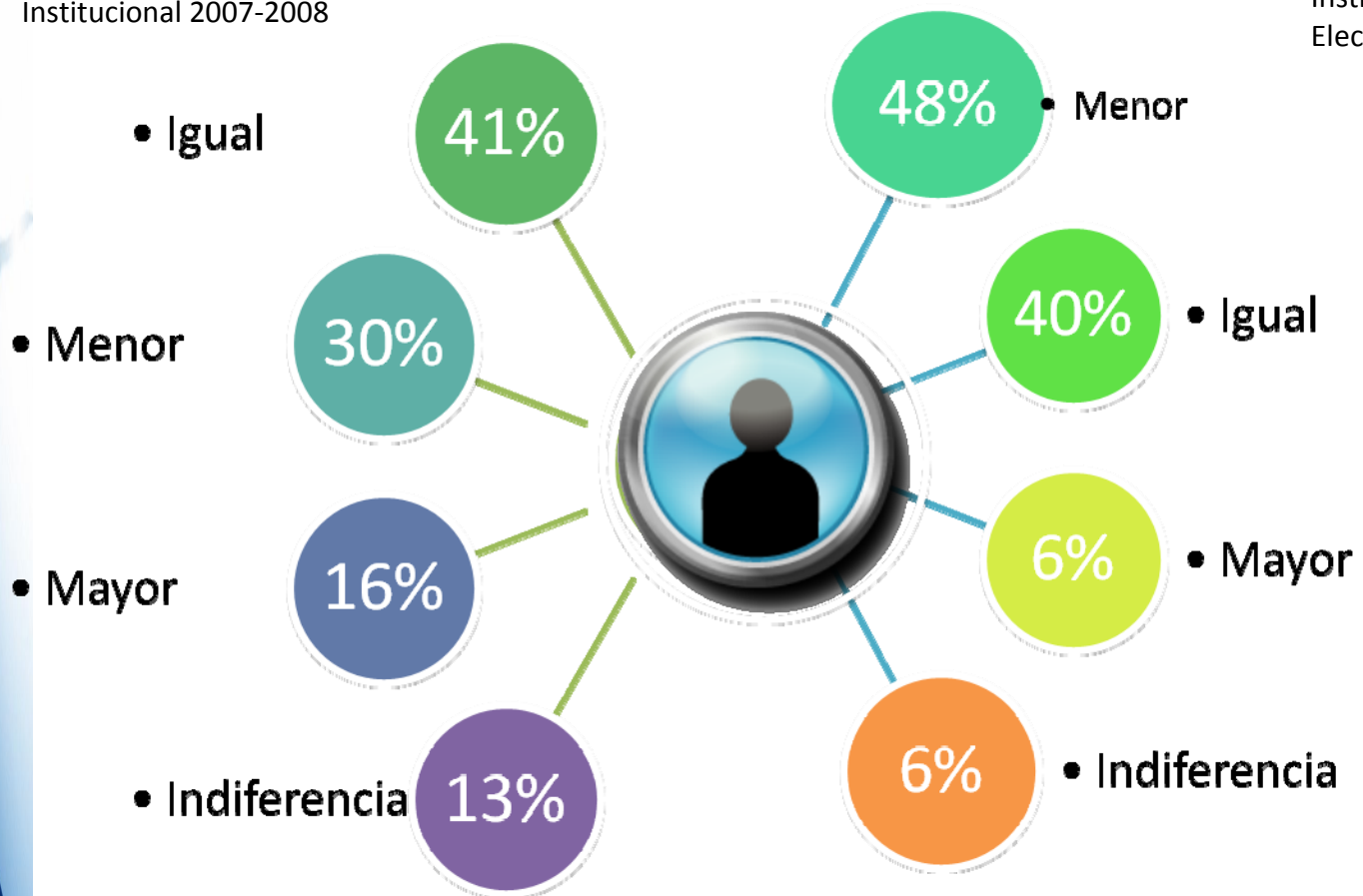




¿Y ANTES DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA, EL NIVEL DE CONFIANZA QUE TENÍA LA COMISIÓN ESTATAL ELECTORAL ERA.....?

Julio 2008
Evaluación Campaña Institucional 2007-2008

Noviembre 2009
Evaluación de la Campaña Institucional del Proceso Electoral 2009



Base : 2,800 personas entrevistadas

Base : 2,600 personas entrevistadas

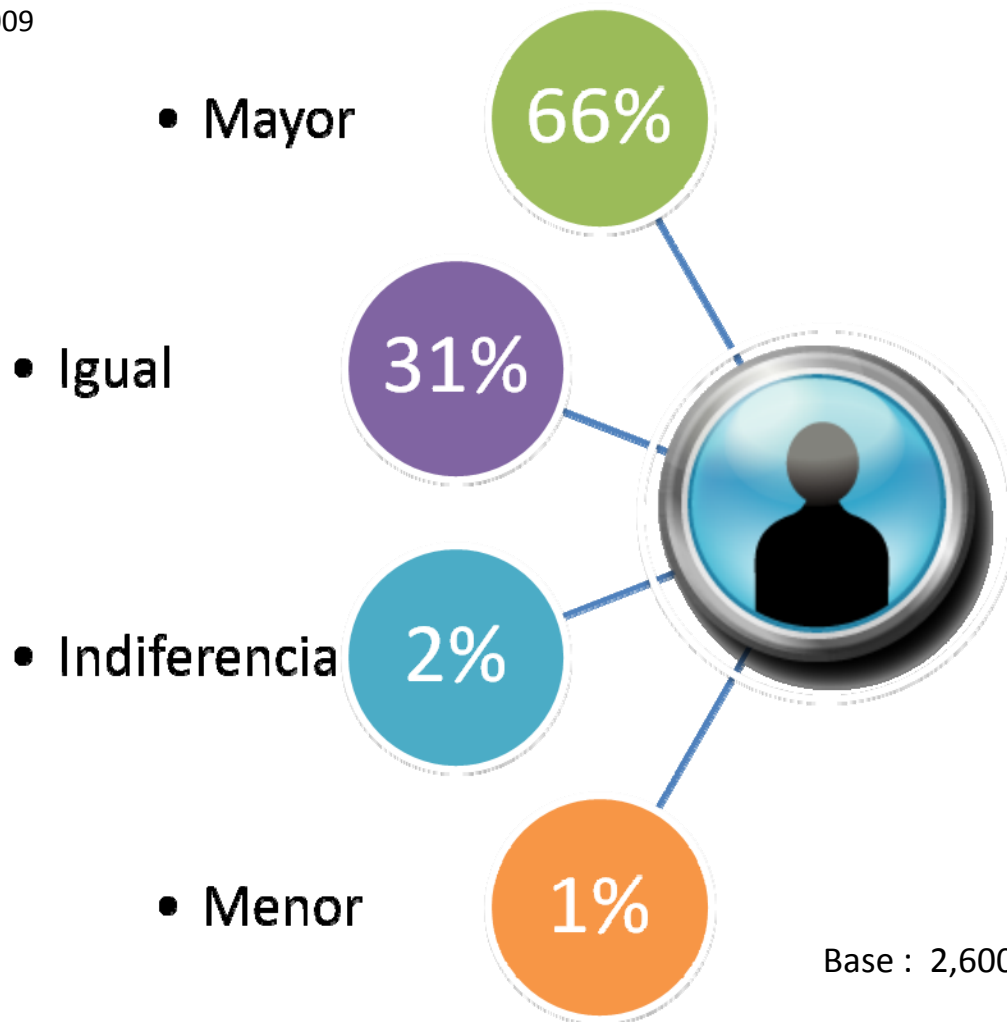




Noviembre 2009

Evaluación de la Campaña
Institucional del Proceso
Electoral 2009

**AHORA, DESPUÉS DE HABER VISTO LA CAMPAÑA
PUBLICITARIA, ¿EL NIVEL DE CONFIANZA QUE TIENE
LA COMISIÓN ESTATAL ELECTORAL ES...?**



Base : 2,600 personas entrevistadas





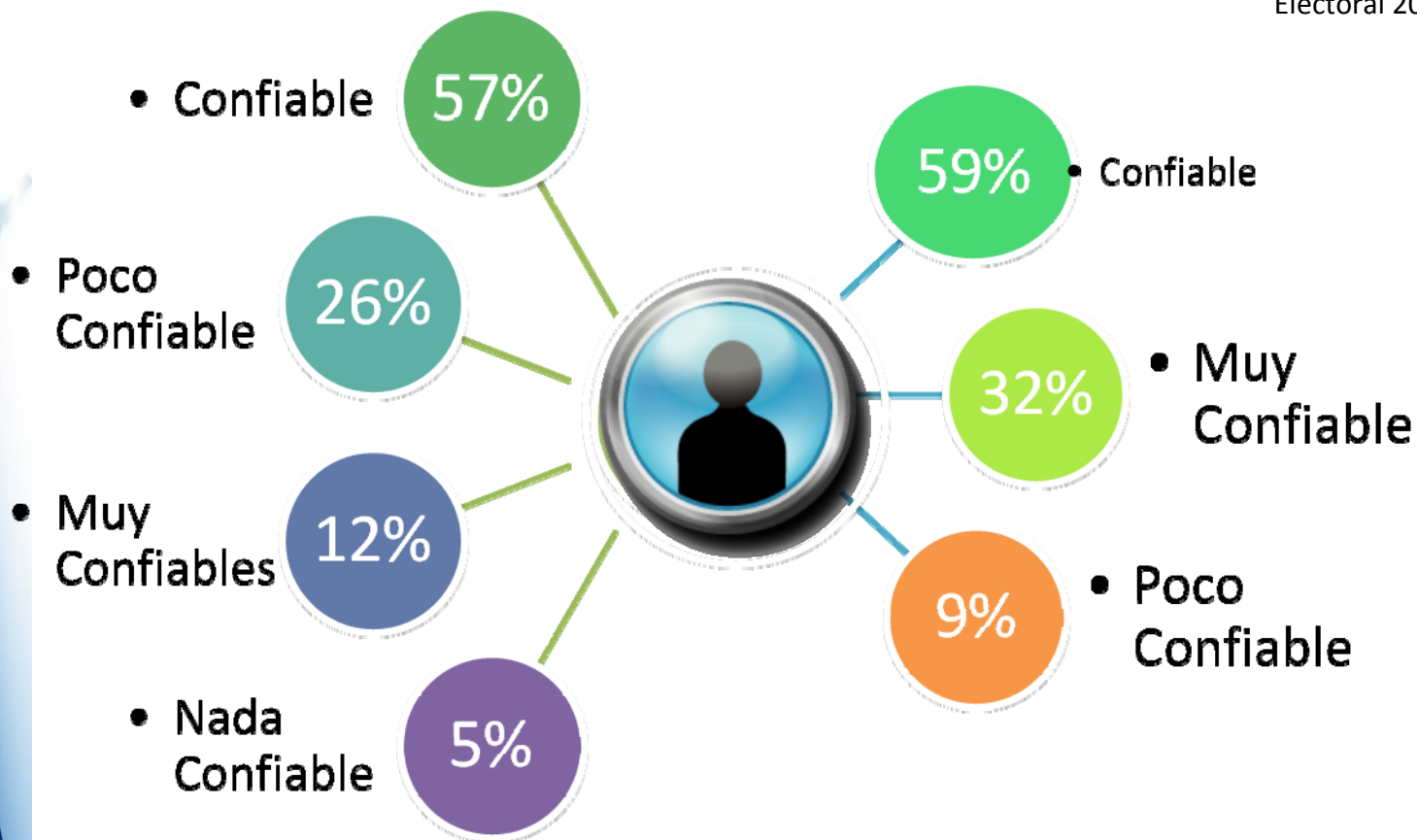
**¿QUÉ TAN CONFIABLE ES LA CEE COMO AUTORIDAD
EN LOS PROCESOS ELECTORALES DE NUEVO LEÓN?**

Julio 2008

Evaluación Campaña
Institucional 2007-2008

Noviembre 2009

Evaluación de la Campaña
Institucional del Proceso
Electoral 2009



Base : 2,800 personas entrevistadas

Base : 2,600 personas entrevistadas

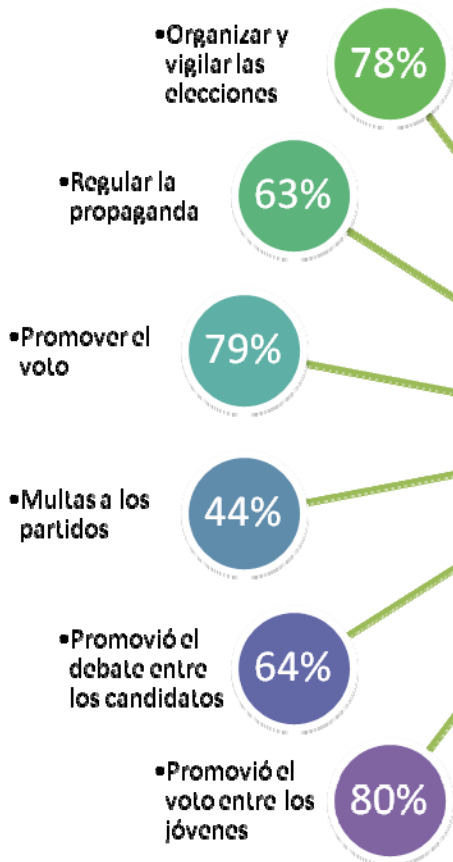






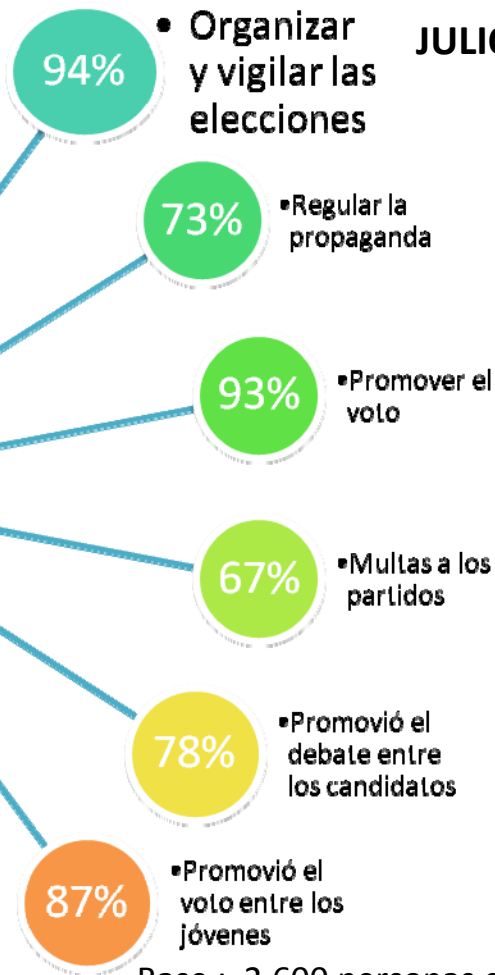
DE LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES QUE DEBE REALIZAR LA COMISIÓN ESTATAL ELECTORAL, DÍGAME, ¿CUÁLES CONSIDERA QUE SÍ REALIZÓ EN LAS ELECCIONES LOCALES PASADAS DEL...

2006



Base : 2,800 personas entrevistadas

JULIO 2009



Base : 2,600 personas entrevistadas

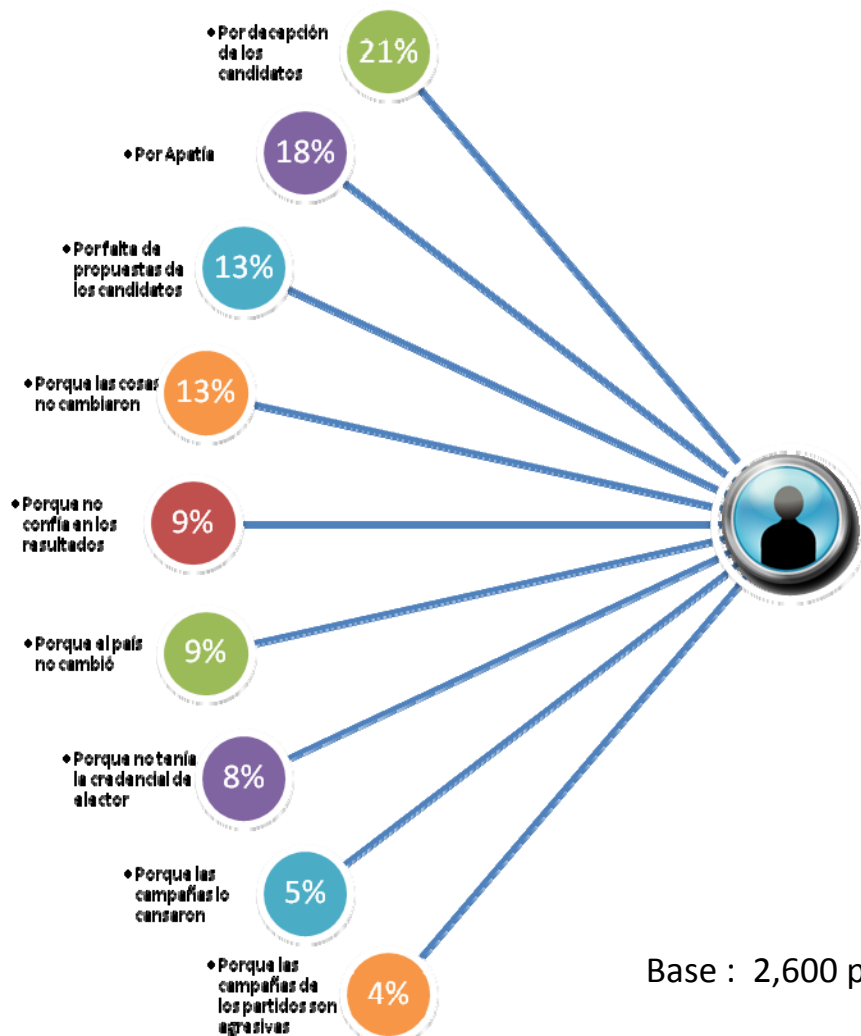




Noviembre 2009

Evaluación de la Campaña Institucional del Proceso Electoral 2009

¿POR QUÉ CREE UD. QUE LAS PERSONAS NO ASISTIERON A VOTAR EN LAS PASADAS ELECCIONES DE JULIO 2009?



Base : 2,600 personas entrevistadas

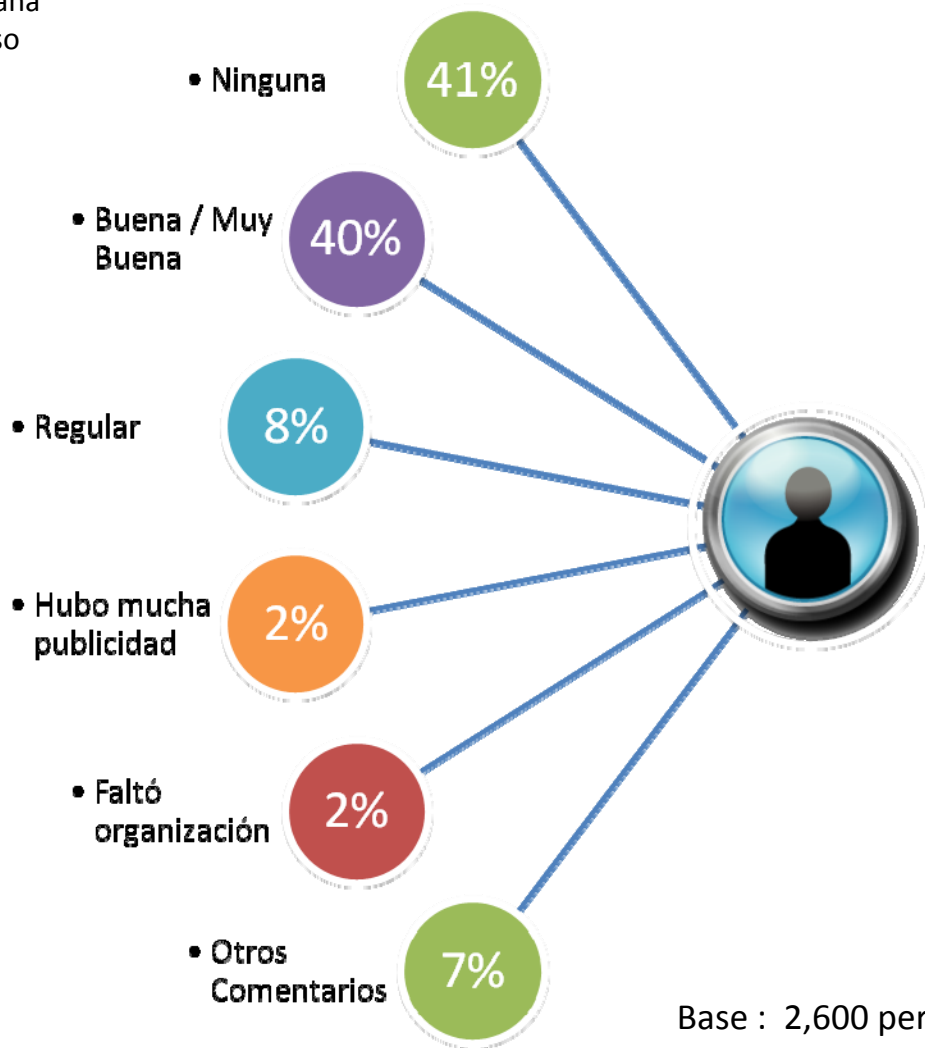




OPINIÓN SOBRE LA ORGANIZACIÓN Y VIGILANCIA DEL PROCESO ELECTORAL 2009

Noviembre 2009

Evaluación de la Campaña
Institucional del Proceso
Electoral 2009



Base : 2,600 personas entrevistadas





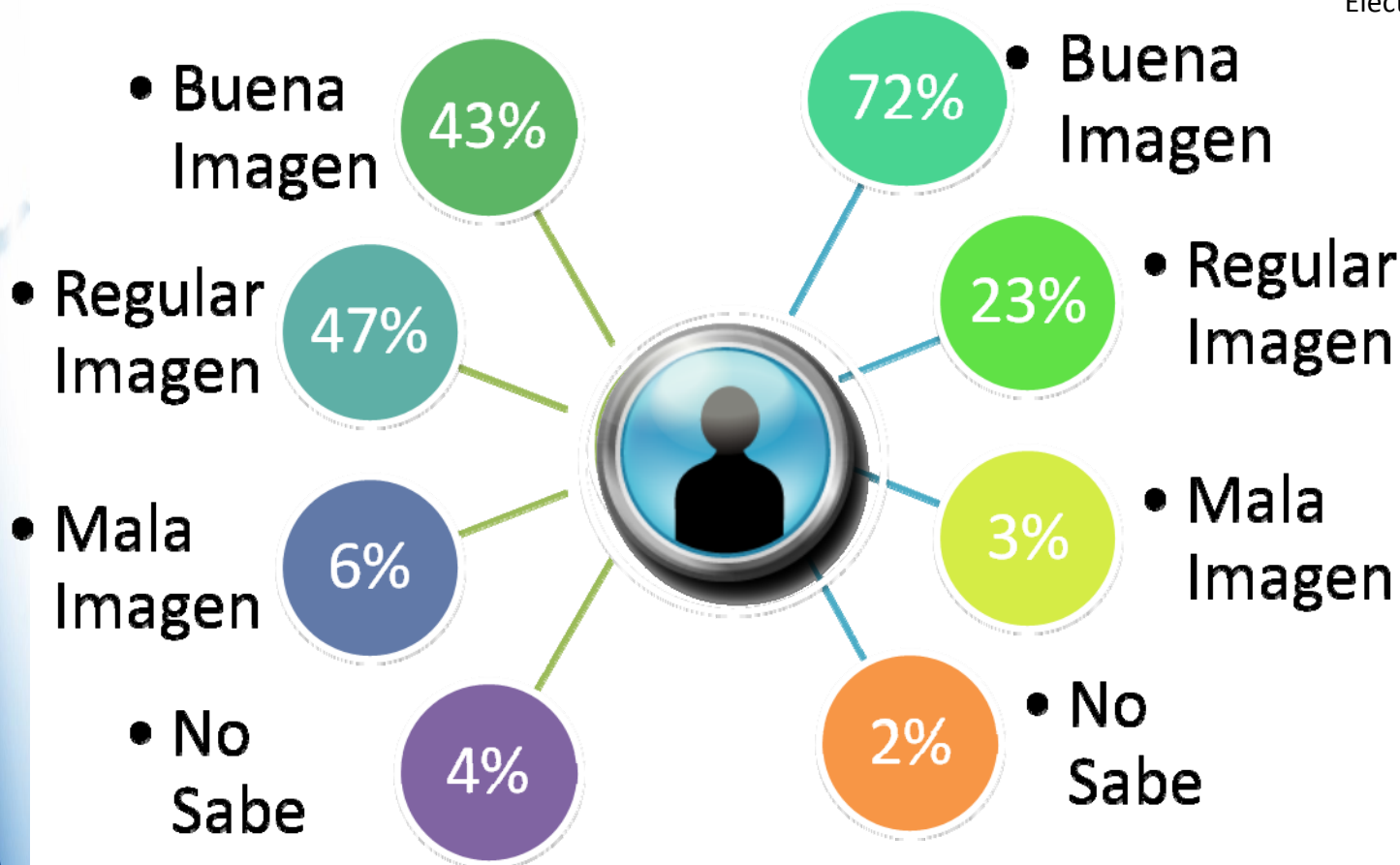
¿USTED TIENE UNA BUENA O MALA IMAGEN DE LA COMISIÓN ESTATAL ELECTORAL?

Julio 2008

Evaluación Campaña
Institucional 2007-2008

Noviembre 2009

Evaluación de la Campaña
Institucional del Proceso
Electoral 2009



Base : 2,800 personas entrevistadas

Base : 2,600 personas entrevistadas





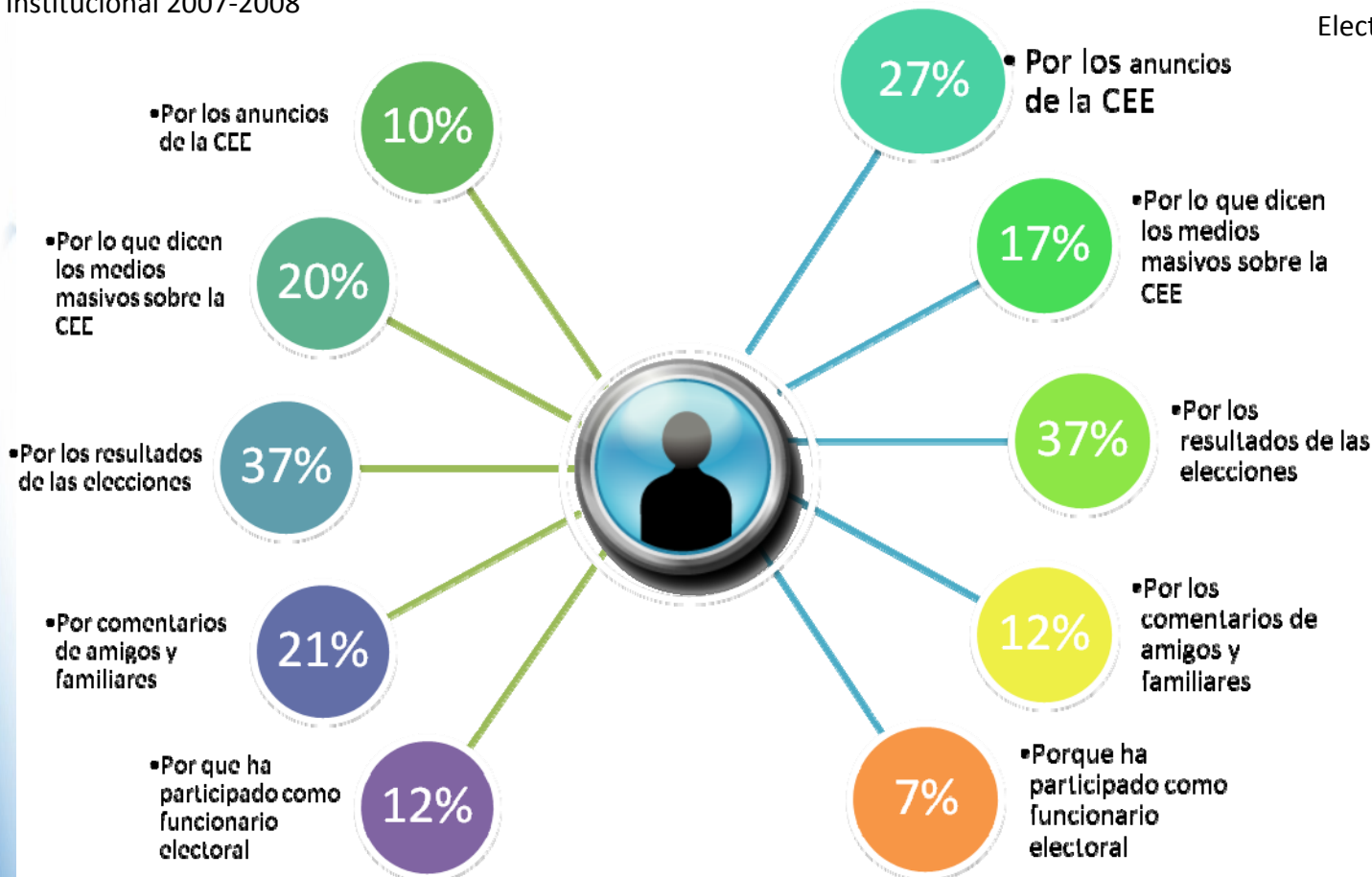
¿POR QUÉ LE PARECIÓ BUENA?

Julio 2008

Evaluación Campaña
Institucional 2007-2008

Noviembre 2009

Evaluación de la Campaña
Institucional del Proceso
Electoral 2009



Base : 2,800 personas entrevistadas

Base : 2,600 personas entrevistadas





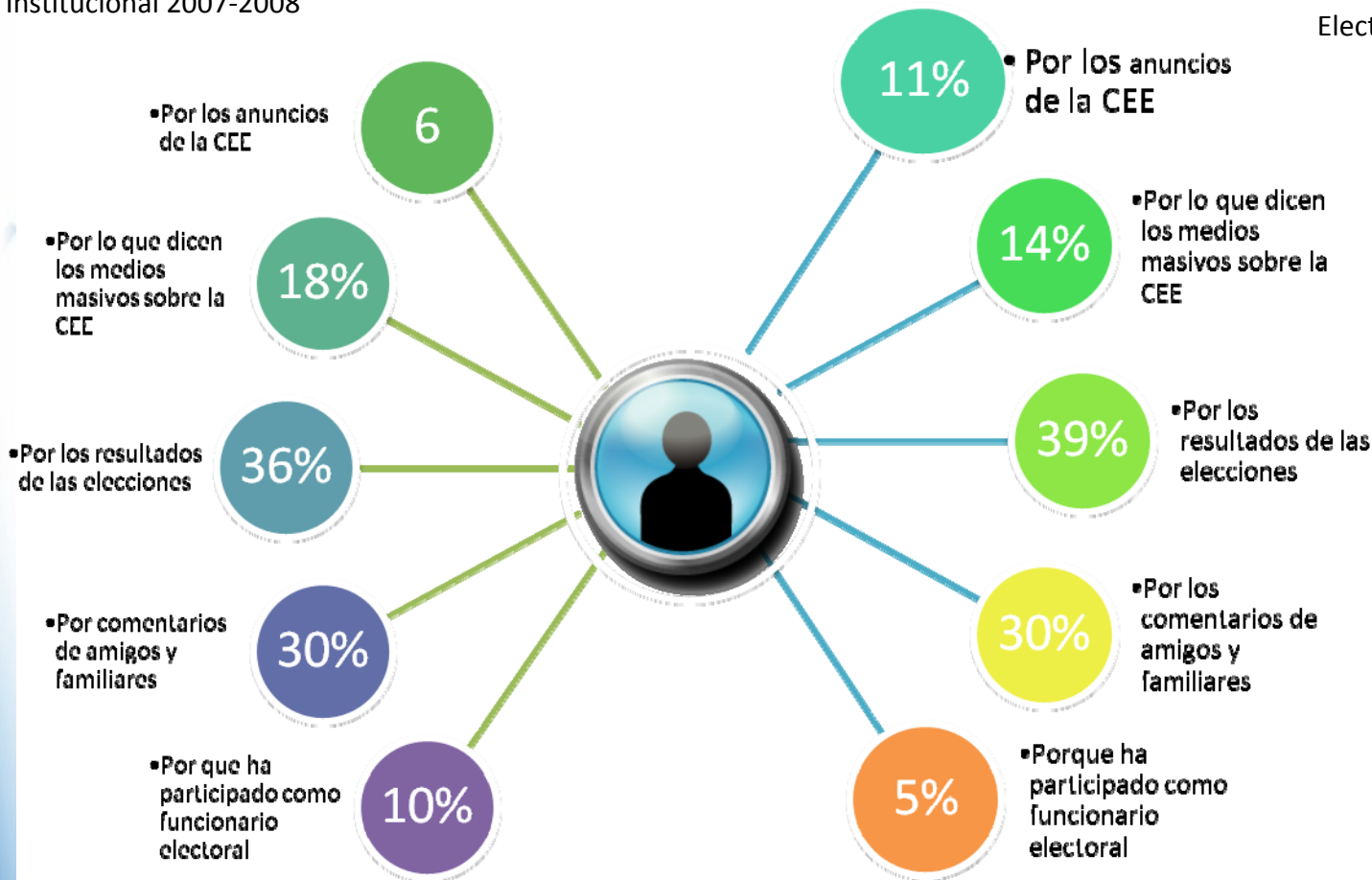
¿POR QUÉ LE PARECIÓ REGULAR ?

Julio 2008

Evaluación Campaña
Institucional 2007-2008

Noviembre 2009

Evaluación de la Campaña
Institucional del Proceso
Electoral 2009



Base : 2,800 personas entrevistadas

Base : 2,600 personas entrevistadas





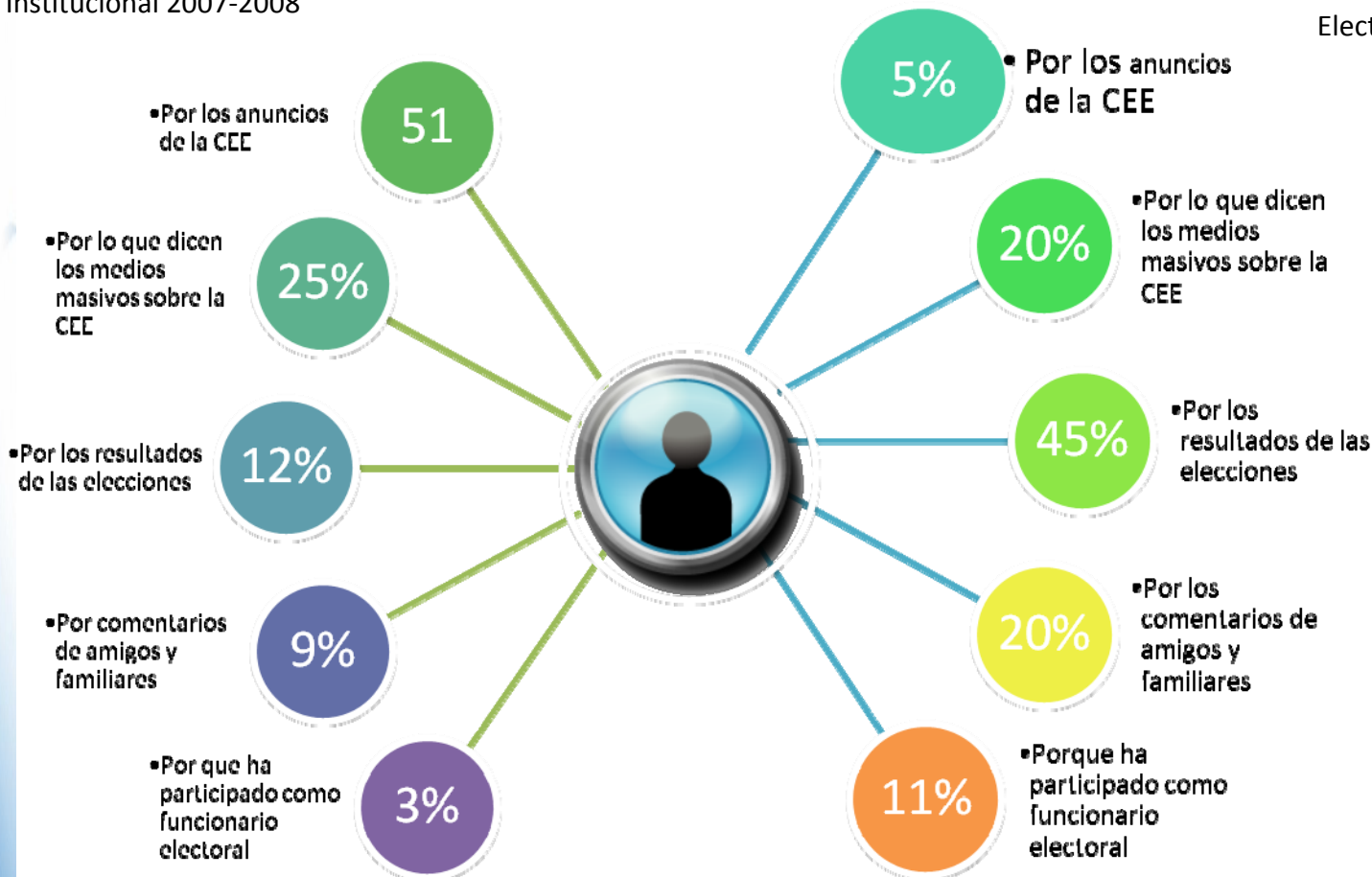
¿POR QUÉ LE PARECIÓ MALA ?

Julio 2008

Evaluación Campaña Institucional 2007-2008

Noviembre 2009

Evaluación de la Campaña Institucional del Proceso Electoral 2009



Base : 2,800 personas entrevistadas

Base : 2,600 personas entrevistadas





Percepción de la Imagen de la CEE

La imagen de la CEE ha sido muy favorecida con el trabajo realizado durante la Campaña Electoral Local 2009 y la campaña publicitaria de promoción del voto. Al evaluar los logros obtenidos sobre el tema, la institución actualmente cuenta con un 91% de confiabilidad por parte de la ciudadanía de NL en relación al 83% de confiabilidad que se obtuvo en la campaña institucional del 2008. Al respecto, se tiene que seguir enfatizando el contar con un mayor acercamiento con los medios de comunicación, hacer partícipe a los mismos de la labor que está llevando a cabo la institución para que al igual sea difundido con mayor claridad y transparencia a la comunidad.

Al igual que hicimos recomendación en el estudio del 2008, se debe seguir con esquemas de operación más simplificados. Realizar una valoración de los procesos administrativos, conjuntamente con sus métricas para contar con sistemas más eficientes, más seguros y ante todo que sean transparentes ante la comunidad.





Empoderamiento y perspectivas de mejora





Objetivos específicos

Objetivo 1: ¿Le gustaría participar en el proceso electoral 2012?

Objetivo 2: A los que dijeron “sí”: ¿Conoce las formas en las que puede participar?

Objetivo 3: ¿Por qué cree que la gente no participa en un proceso electoral?

Objetivo 4: Determinar los medios empleados para conocer los resultados de las elecciones pasadas.

Objetivo 5: Determinar puntos de mejora para la campaña del proceso electoral 2012





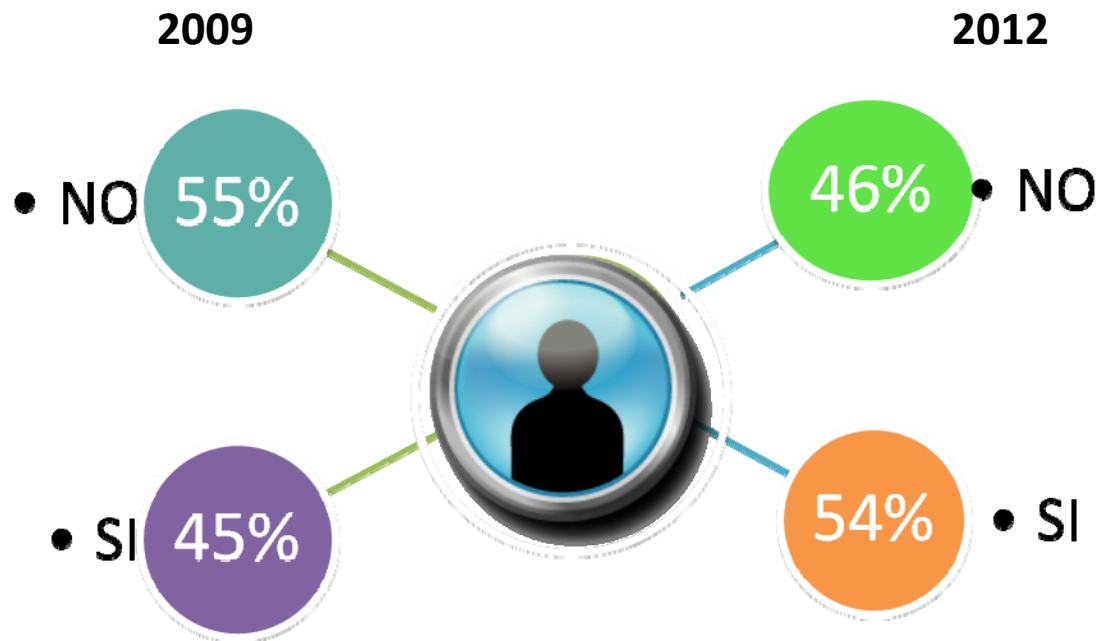
¿LE GUSTARÍA PARTICIPAR EN EL PROCESO ELECTORAL DEL... ?

Julio 2008

Evaluación Campaña Institucional 2007-2008

Noviembre 2009

Evaluación de la Campaña Institucional del Proceso Electoral 2009



Base : 2,800 personas entrevistadas

Base : 2,600 personas entrevistadas



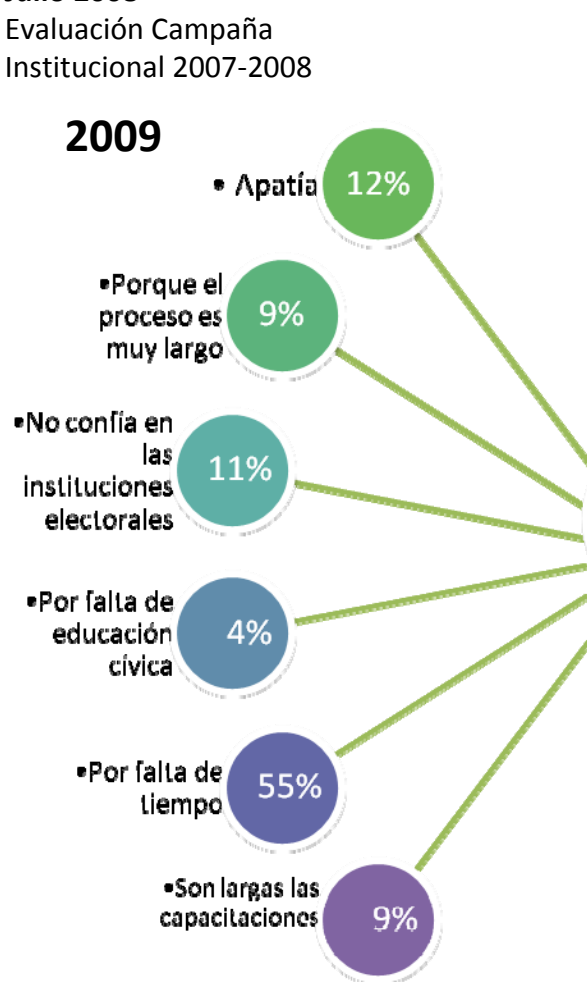


¿POR QUÉ NO LE GUSTARÍA PARTICIPAR EN EL PROCESO ELECTORAL ...?

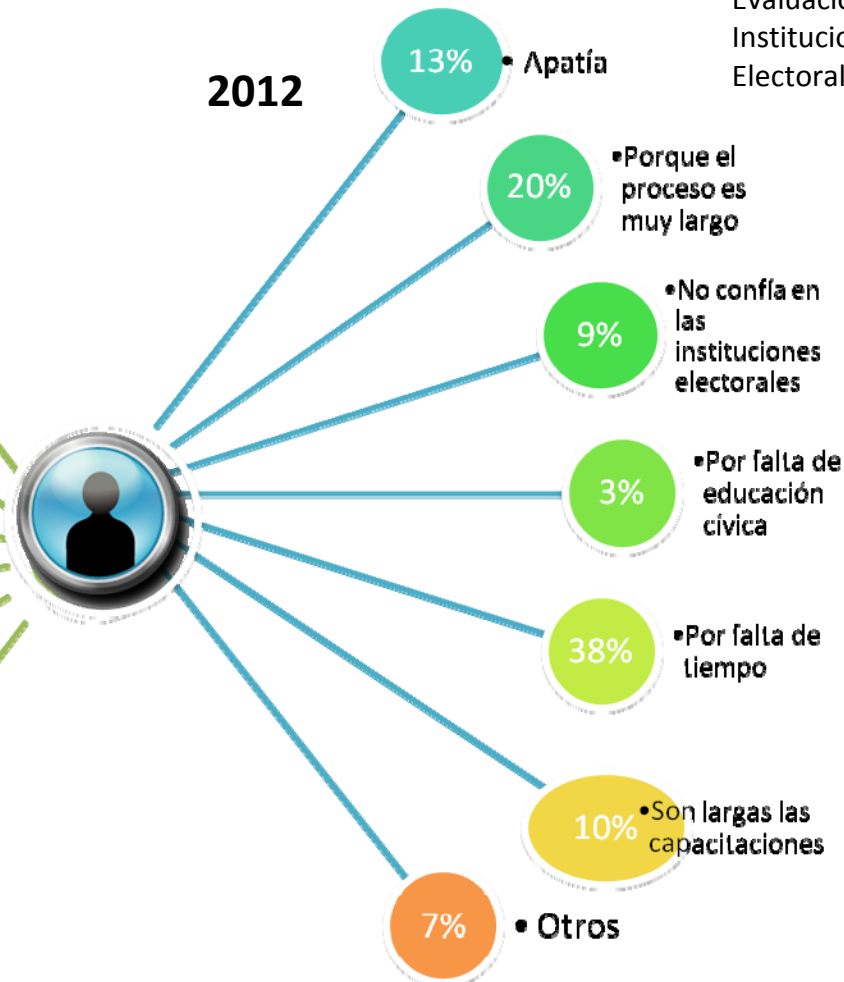
Julio 2008
Evaluación Campaña Institucional 2007-2008

Noviembre 2009
Evaluación de la Campaña Institucional del Proceso Electoral 2009

2009



2012



Base : 2,800 personas entrevistadas

Base : 2,600 personas entrevistadas





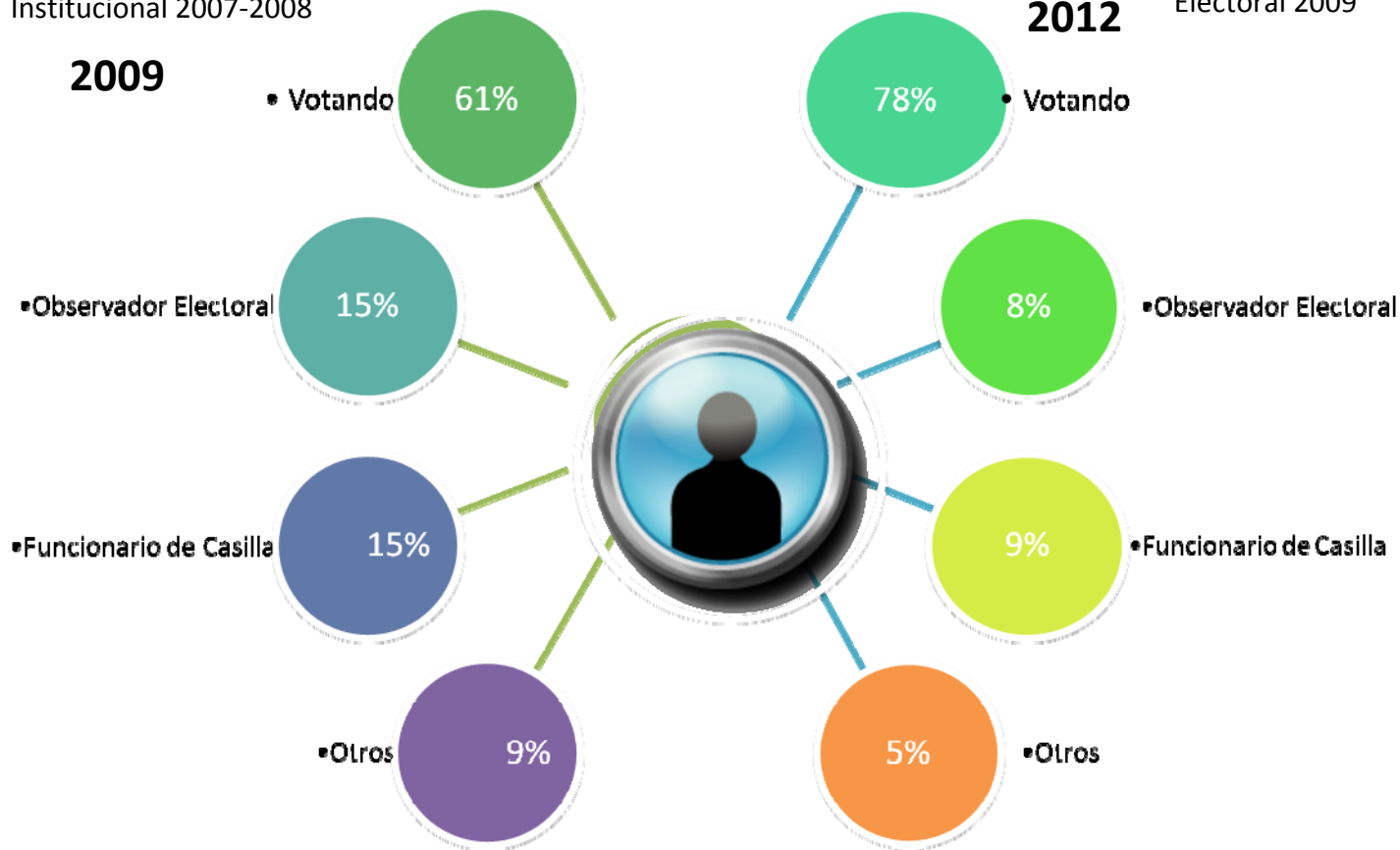
¿DE QUÉ MANERA LE GUSTARÍA PARTICIPAR EN EL PROCESO ELECTORAL ...

Julio 2008
Evaluación Campaña
Institucional 2007-2008

Noviembre 2009
Evaluación de la Campaña
Institucional del Proceso
Electoral 2009

2009

2012



Base : 2,800 personas entrevistadas

Base : 2,600 personas entrevistadas





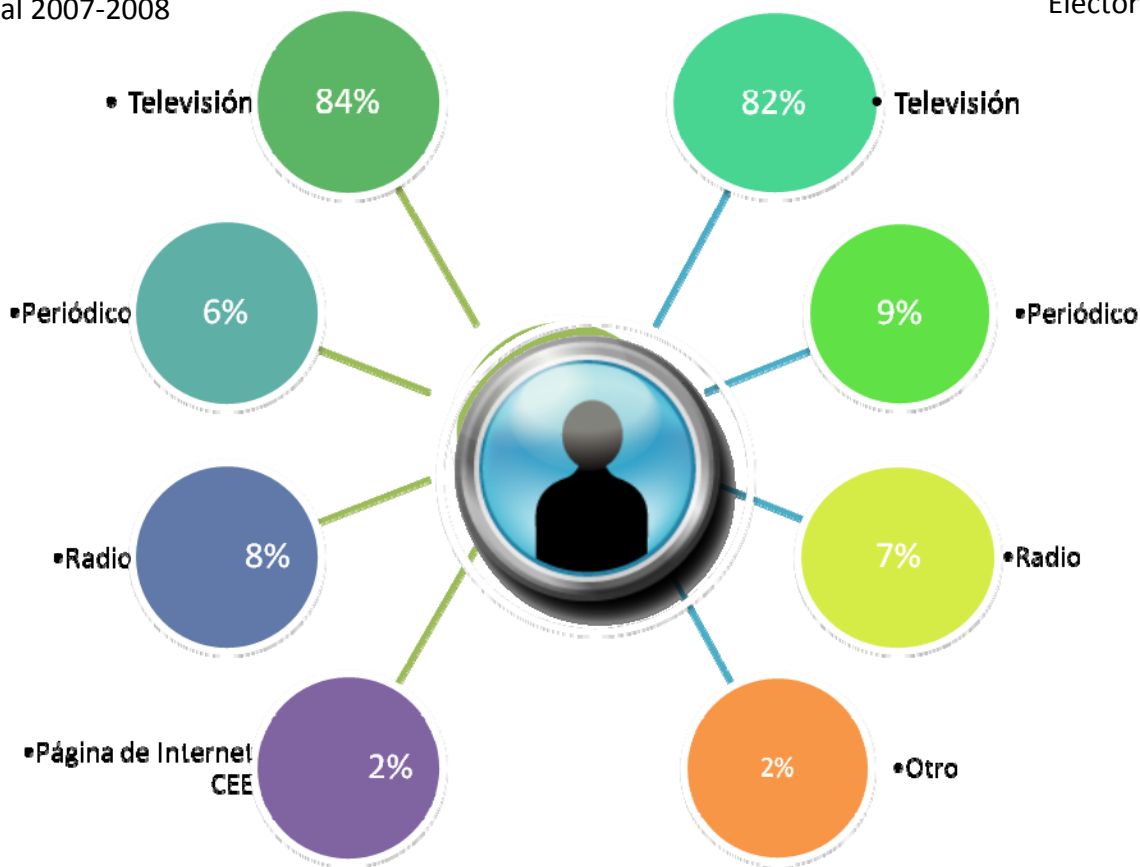
¿A TRAVÉS DE QUÉ MEDIO SE INFORMÓ DE LOS RESULTADOS DE LAS ELECCIONES PASADAS?

Julio 2008

Evaluación Campaña
Institucional 2007-2008

Noviembre 2009

Evaluación de la Campaña
Institucional del Proceso
Electoral 2009



Base : 2,800 personas entrevistadas

Base : 2,600 personas entrevistadas





¿QUÉ LE GUSTARÍA QUE SE MEJORARA PARA LA CAMPAÑA INSTITUCIONAL DE LA COMISIÓN ESTATAL

Julio 2008

Evaluación Campaña Institucional 2007-2008

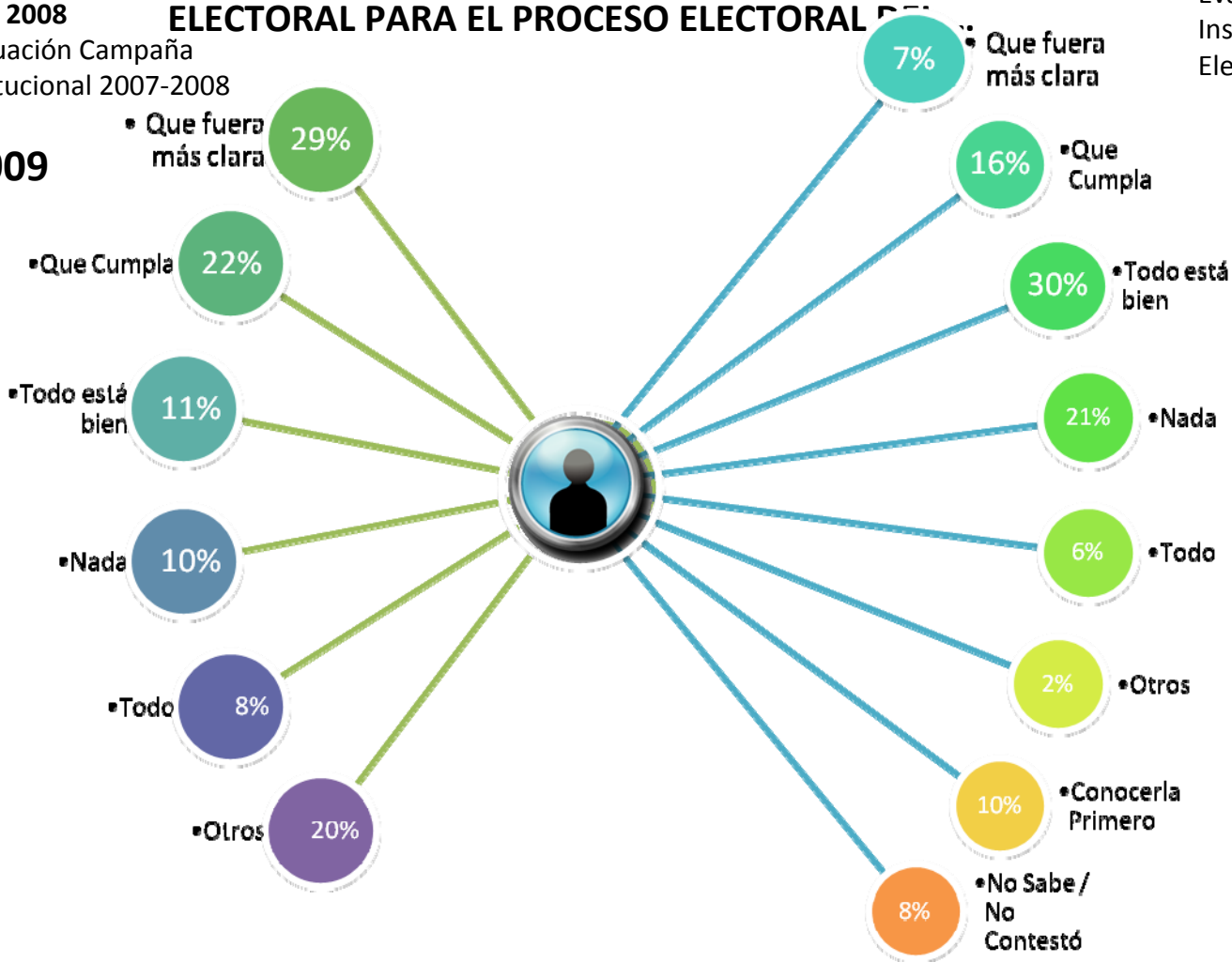
2009

ELECTORAL PARA EL PROCESO ELECTORAL 2009

Noviembre 2009

Evaluación de la Campaña Institucional del Proceso Electoral 2009

2012



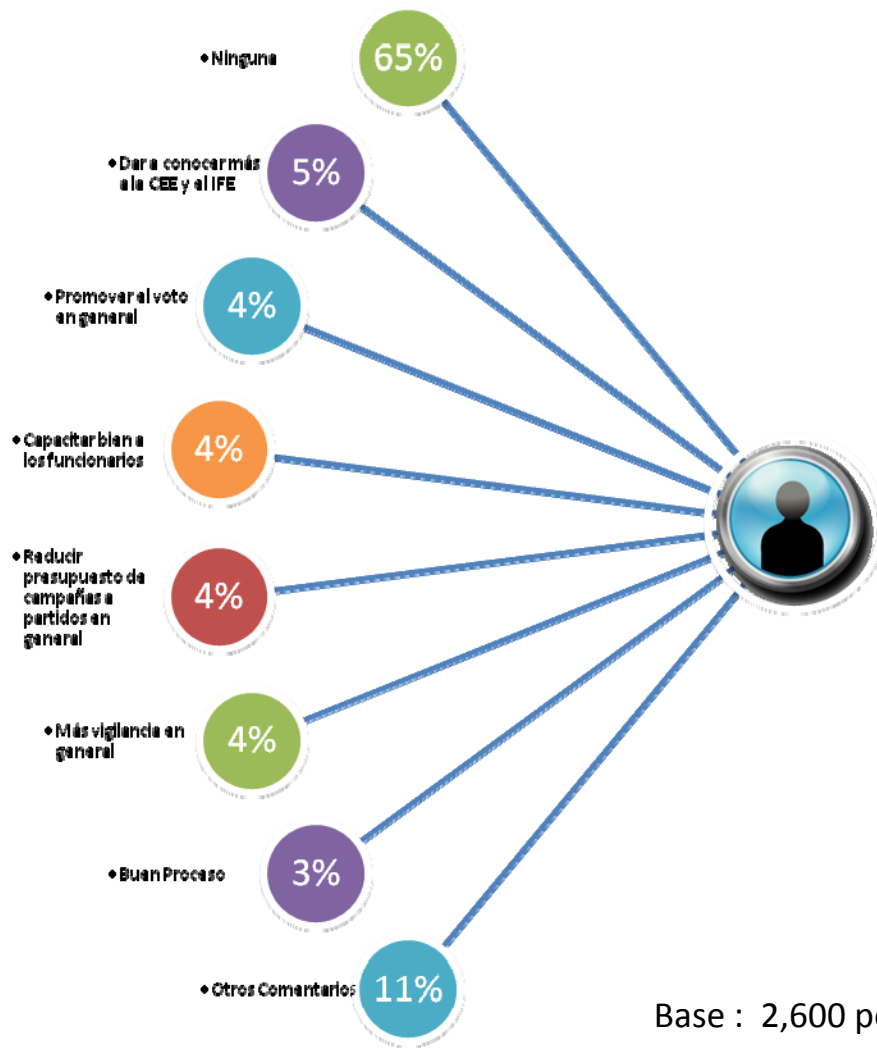
Base : 2,800 personas entrevistadas

Base : 2,600 personas entrevistadas





SUGERENCIAS QUE DEBEN LLEVARSE A CABO PARA LA CONTINUIDAD DE ACTIVIDADES DE LA CEE RUMBO AL PROCESO ELECTORAL 2012



Base : 2,600 personas entrevistadas





Participación en el Proceso Electoral del 2012

La ciudadanía en general tuvo una buena aceptación de la labor realizada por la CEE durante el proceso electoral local 2009, y los logros del mismo se ven reflejados en el interés de participar en el próximo proceso electoral 2012 a través de la intención de votación del 78% Vs los 61% de intención de votación en el 2009.

Sugerencias para la Continuidad de las Actividades de la CEE rumbo al Proceso Electoral 2012

Se debe seguir trabajando para dar a conocer las actividades que lleva a cabo la CEE rumbo al proceso electoral 2012, seguir con campañas publicitarias con enfoques comunicacionales que identifiquen la labor de la CEE y que la sepan diferenciar de las labores que lleva a cabo el IFE; y muy especialmente estar monitoreando la percepción y labor que lleva a cabo la institución a través de estudios de mercados, muy especialmente de las campañas institucionales, y al igual que en anteriores recomendaciones, contar con un programa estructurado de Sondeos de Opinión y Monitoreo de Contenido de los Medios sobre noticias que salen sobre la CEE.

