



BELTRÁN
& ASOCIADOS

Investigación



Posicionamiento



Persuasión

Campaña de Medios “Programa Nacional de Infraestructura” (varias versiones).

**Reporte preparado para la Secretaría de Comunicaciones y Transportes
(Proyecto Sindicado para ASA, CAPUFE Cuernavaca y API Manzanillo y Veracruz)**

26 de Mayo de 2009

Índice

I. PRESENTACIÓN Y OBJETIVOS	5
II. RESUMEN EJECUTIVO (síntesis de Principales hallazgos)	7
III RECOMENDACIONES.....	9
IV. CONCLUSIONES DETALLADAS	10
4.1 Recordación de la campaña	10
4.2 Evaluación de la campaña	11
V. Posicionamiento de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.....	12
5.1 Imagen y Opinión sobre acciones gubernamentales en política de comunicaciones y transportes	12
5.2 Obras de infraestructura y Contraste de opinión entre quienes han usado recientemente carreteras (de enero a la fecha) respecto de quienes no las han usado	13
VI perfil de los entrevistados: consumo de medios	14
anexo gráfico.....	15
I. Infraestructura: asociación general	15
1.1 Evaluación de las obras de infraestructura en general	16
1.2 Evaluación de obras de infraestructura específicas.....	17
1.3 Percepción retrospectiva sobre el estado de carreteras y puertos	18
II Acción gubernamental en la materia de comunicaciones y transportes	19
2.1 Acuerdo gubernamental.....	21
2.2 Aprobación de la política gubernamental de comunicaciones y transportes.....	22
2.3 SCT: Imagen que trasmite	23
2.4 Aprobación del desempeño de la SCT.....	24
2.5 Opinión de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes: comparativo con otras instituciones	25
III Conocimiento de campaña de medios de comunicación de la SCT	26
3.1 Recordación espontánea (top of mind)	26
3.2 Recordación con ayuda.....	27
3.3 Recordación con imágenes.....	28
3.4 Principal medio de difusión.....	29
IV. Evaluación de la campaña.....	30
4.1 Imagen	30
4.2 Mensaje.....	31
4.3 Cierre	32

4.4 Agrado	33
4.5 Credibilidad en el mensaje	34
4.6 Efecto de la campaña en la percepción de eficacia gubernamental	35
V. Programa Nacional de Infraestructura	36
VI. Exposición a medios de comunicación.....	38
6.1 Exposición a noticieros nocturnos	38
6.2 Periódicos	39
VII Perfil socioeconómico	43
VIII Usuarios de carreteras.....	46

I. PRESENTACIÓN Y OBJETIVOS

Con la intención de conocer la percepción sobre la campaña “Programa Nacional de Infraestructura” en sus distintas versiones (televisión, radio y periódicos locales) expuestas a la población en los primeros meses del año, se realizó una encuesta del 30 de abril al 2 de mayo del 2009.

Objetivo:

Medir el nivel de recordación (espontánea y ayudada) de la campaña, así como el posicionamiento de los mensajes difundidos en la campaña de referencia, a través de un estudio post test¹.

Objetivos específicos:

- Recordación (top/share of mind) de los mensajes contenidos en la publicidad y posicionamiento público al respecto (nivel de comprensión y credibilidad).
- Evaluación del nivel de recordación considerando el pautaaje y tiempo de exposición.
- Identificación de la dependencia o entidad emisora de la campaña, así como del efecto de ésta campaña en las percepciones de la opinión pública acerca de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.
- Determinar con base en este análisis el grado de eficiencia de la campaña. Valorar la efectividad de los medios de comunicación utilizados para la difusión de la campaña.
- Indagar sobre la percepción pública del Programa Nacional de Infraestructura (nivel nacional y nivel local) y posible impacto de la campaña en la percepción del sector responsable de la política pública.
- Posicionamiento público de la Secretaría y de su titular (Conocimiento y percepción de desempeño, como variables de control de la política pública evaluada).

¹ (Evaluación cuantitativa que se realiza durante las dos últimas semanas de la difusión de una campaña o después de la misma hasta máximo seis semanas) de acuerdo con los Criterios metodológicos para la evaluación de campañas de comunicación de la SEGOB.

Protocolo de investigación y metodología:

Para cubrir los objetivos expuestos se obtuvo la información mediante una encuesta probabilística en vivienda aplicada a nivel nacional. Los resultados tienen validez para un conjunto de 21 estados, de las 31 entidades donde se expuso la campaña de comunicación. El tamaño de la muestra fue de 1000 casos. El diseño de la muestra fue estratificado y polietápico. El marco de muestreo está constituido por el listado de las AGEBs (Áreas Geoestadísticas Básicas) del INEGI y contenido en la información del XII censo de población y vivienda 2000. Se obtuvieron 995 entrevistas efectivas. El margen de error teórico es de +/- 3.2 puntos porcentuales, con un nivel de confianza de 95% para una proporción de 0.5. Debido al diseño de muestreo fue necesario utilizar factores de expansión, los cuales se calculan como el inverso de la probabilidad de selección del entrevistado. Se consideraron también factores de ajuste por no respuesta y por desviaciones de los parámetros poblacionales de sexo y edad.

La selección de las unidades de muestreo corresponde a un muestreo estratificado² polietápico, en el cual, la primera etapa de selección fue la AGEB (Área Geoestadística Básica). La selección de las AGEBs se hizo con probabilidad proporcional a su población de 18 años o más. Para el proceso de levantamiento de la encuesta de acuerdo a un muestreo sistemático se realizó la selección aleatoria de las manzanas, de las viviendas y del respondente. Dentro de la vivienda se seleccionó al respondente con base al cumplimiento de cuotas de sexo y edad, tomando como punto de referencia el Censo de 2000. Dado el diseño de muestreo fue necesario utilizar factores de expansión, los cuales se calculan como el inverso de la probabilidad de selección del entrevistado. Se consideran factores de ajuste por no respuesta y por desviaciones de los parámetros poblacionales de sexo y edad.

Modelos de asociación y cruces de variables

A fin de poder establecer posibles explicaciones de los resultados más relevantes del estudio, a través de modelos de regresión logística se determinaron los principales factores asociados con pensar que la Secretaría de Comunicaciones y Transportes transmite buena imagen.

Asimismo, se realizaron cruces de variables de los principales indicadores sociodemográficos y del contraste de quienes usan con frecuencia las carreteras y quiénes no lo hacen.

² El muestreo es estratificado porque se forman grupos homogéneos de AGEBs según su nivel de marginalidad. Los niveles de marginalidad se definen con base en un índice similar al Índice de Marginalidad Municipal construido por el Consejo Nacional de Población (CONAPO) y se construyen aplicando la técnica de componentes principales y el método de estratificación óptima de Dalenius.

II. RESUMEN EJECUTIVO (SINTESIS DE PRINCIPALES HALLAZGOS)

Recordación

- Después de dos meses y medio (del 16 de febrero al 30 de abril) de exposición en medios y a través de una estrategia adecuada, la campaña “Programa Nacional de Infraestructura” logra un muy buen nivel de recordación en la población mexicana. En el momento de hacer el estudio cerca de la mitad de los entrevistados mencionó espontáneamente estar enterado de la campaña (*top of mind*, 44%). Al preguntar en forma ayudada y mostrando algunas imágenes de los spots expuestos en la televisión y en la prensa, dos de cada tres entrevistados (64% *share of mind*) manifestó haber visto o escuchado *algún anuncio sobre carreteras, libramientos o puentes* y haber visto algunas imágenes de los spots expuestos en la televisión y en la prensa.
- Esta campaña logra ampliamente su objetivo, la campaña se conoce, gustó y sus mensajes resultaron creíbles. La percepción es aún más favorable entre quienes dijeron haber utilizado recientemente algún tramo carretero en su estado (siete de cada diez entrevistados).
- Del 52% que se enteró de la campaña (enterados con ayuda al preguntar por anuncios *sobre carreteras, libramientos o puentes* y sin mostrarles imágenes de la campaña). De estos enterados la mayoría (siete de cada diez) dijeron que vieron la campaña en la televisión y recordaron, espontáneamente, las imágenes de *las carreteras*.
- Para el 51% que dijo haber visto la campaña en la televisión y/o en el periódico³ El principal mensaje reconocido fue *Construir, modernizar y ampliar carreteras*. En el caso de las Entidades Federativas donde se indagó por los puertos, entre los enterados de la campaña de puertos (20% de enterados) el mensaje más frecuente fue: *creación de empleos/crecimiento económico* (18%) y marginalmente se mencionó mejorar al país, construir, ampliar y dar mantenimiento a carreteras.

Agrado

- La campaña genera una reacción positiva en la mayoría de quienes la identificaron: agradó muchísimo/bastante (53%), se percibe que *sí informa claramente sobre las actividades que realiza el gobierno federal y que refleja la preocupación del gobierno Federal por la modernización de las comunicaciones y transportes*.
- La frase con la que cierra la campaña y el emisor no se identifica del todo con claridad, ya que ambos elementos coinciden con la mayor parte de la publicidad del gobierno federal por lo que no se identifica a la SCT y con frecuencia la campaña se

³ Este porcentaje resulta de quienes dijeron haber escuchado o visto los anuncios por la televisión o por la radio o en ambos medios. Respuesta múltiple.

atribuyó a los gobiernos locales que también realizan obras de infraestructura fáciles de confundir con las que realiza el gobierno federal.

- La campaña logra un alto grado de eficiencia ya que 44% de recordación espontánea y 64% con ayuda son porcentajes altos para una campaña gubernamental. Como era de esperar, el medio de comunicación más efectivo para transmitirla fue la televisión, medio por el que, según los propios entrevistados se enteraron más de la campaña.
- El único aspecto en el que no se logra del todo el objetivo es el de la recordación de quién cierra los anuncios. Es decir quién promueve las obras que se están realizando. Al respecto la población entrevistada adjudica la comunicación sobre las obras de carreteras y puentes levemente más al Gobierno Federal, pero también respondió al Gobierno o al Gobierno del Estado. Es decir, las menciones no son mayoritariamente claras para el gobierno Federal y, como era de esperar no aparece, la SCT como cabeza del sector responsable de las comunicaciones.

Es probable que esta confusión ocurra porque en varios estados de la República se realizan obras en tramos carreteros locales ej. EDOMEX, Jalisco e Hidalgo, en otros se realizan obras en forma conjunta (Gobierno Federal/local) y las personas se confunden. Por otro lado la homogenización del cierre de toda la publicidad federal puede haber generado algún nivel de saturación que a tres años de gestión puede estar generando una recepción automática en las personas que ya no reparan en el cierre y, por consiguiente no discriminan sobre el contenido de la frase final.

Lo anterior no quiere decir que por no mencionar con claridad el cierre, no se adjudiquen las obras de carreteras y puentes de manera destacada al gobierno federal. A partir de los análisis de asociación realizados (regresiones logísticas) la opinión favorable a la SCT y el consenso con el gobierno federal por la construcción de carreteras está asociado a saber del programa nacional de infraestructura, y aparece un efecto poblacional leve, frecuentemente inusual cuando se evalúan campañas gubernamentales, al hecho de haber visto los anuncios y que estos hayan gustado.”

Imagen gubernamental y de la SCT

- La SCT tiene un posicionamiento favorable en la población nacional, independientemente de la campaña, es decir antes de indagar sobre la misma.
- Del análisis realizado a través de modelos de regresión logística⁴ se concluye que los principales factores que pesan más para explicar o están asociados al posicionamiento positivo de la SCT son:
 - Pensar que comparado con el sexenio pasado la Secretaría de Comunicaciones y Transportes *ha mejorado*

⁴ Permiten medir el peso de las variables incluidas en el estudio que explican una variable de respuesta, ej. la opinión favorable sobre la SCT. No se expresan en porcentajes.

- Estar de acuerdo con la manera como el presidente Felipe Calderón está manejando la política de comunicaciones y transportes; la modernización y ampliación de las carreteras en México, así como la construcción de puertos marítimos.
 - Mejora la opinión de la SCT al haber escuchado sobre el programa de infraestructura que lleva a cabo el gobierno Federal.
 - Mejora mucho la opinión del presidente Calderón al haber escuchado sobre el programa de infraestructura que lleva a cabo el gobierno federal la opinión sobre el Presidente. Felipe Calderón.
- Conviene señalar que, haber visto la campaña sobre obras de infraestructura aparece como factor con poco peso pero este hallazgo es inusual y en el análisis de este tipo de campañas.
 - En general, comparado con el sexenio pasado, se percibe un mejor desempeño de la SCT (*es mejor que el sexenio pasado 43%*) y predomina el consenso con la manera como el presidente Felipe Calderón maneja la política de comunicaciones y transportes (*Acuerdo 47%, acuerdo en parte 37%*).

III RECOMENDACIONES

- Repetir en la medida que los recursos y el tiempo de producción lo permitan, la estrategia desarrollada pues los resultados del estudio permiten concluir que al pautar en medio locales se lograron los objetivos de transmisión en forma muy efectiva.
- Debido a que la población se ha visto sometida a una fuerte exposición de publicidad para promover la elección del próximo 5 de julio (spots del IFE y del TRIFE) así como a la publicidad de la precampaña de los partidos políticos inicial y a que en los próximos meses habrá una saturación de publicidad electoral, convendría revisar la conveniencia de retrasar, después de los comicios, por un lapso de un mes la etapa final de la campaña sobre obras de infraestructura, para reforzar los valores de recordación y credibilidad logrados hasta los últimos días de abril.
- En la medida de lo posible incluir en la comunicación de tierra (mamparas, espectaculares, señalizaciones) el logotipo o bien las siglas de la SCT para que la población alcance a diferenciar los esfuerzos federales de los estatales, incluso en aquellas obras que se realizan con el concurso de uno o varios gobiernos locales.

IV. CONCLUSIONES DETALLADAS

4.1 Recordación de la campaña

Poco más de la mitad de los entrevistados (64%) manifestó espontáneamente que *recientemente vieron o escucharon* anuncios sobre obras de infraestructura en su estado.

Entre los enterados *espontáneamente* (44%) al preguntar en esta población sobre cuáles anuncios habían visto, las respuestas más frecuentes fueron:

- 23% del total de la muestra se refirió a *obras que realiza el gobierno federal*: 13% aludió a *carreteras*; 5% a *puentes*; 3% a *ampliación de carreteras/libramientos* y 2% más a *mantenimiento y modernización de carreteras y puentes*.
- 9% mencionó *obras locales como calles, avenidas y vialidades y pavimentación y mantenimiento de calles*.
- 2% más aludió a *Hospitales/Escuelas*⁵.

El porcentaje de recordación se incrementó al preguntar (con ayuda) mencionando explícitamente si *habían visto o escuchado algún anuncio de carreteras, puentes y libramientos* (52%) y también, cuando se mostraron algunas imágenes de la campaña: el nivel de recordación ayudado con imágenes alcanzó a 64% de los entrevistados.

El principal medio por el cual se conoció la campaña fue la televisión: 77% de quienes habían respondido que vieron o escucharon algún anuncio de carreteras (no incluye a las personas a las que se les mostraron las imágenes. Resultó 49% del total de la muestra).

12% se enteró de la campaña mencionó que se enteró por la radio. Sólo 9% por el periódico y 6% aludió a comentarios. Esta respuesta se captó en forma múltiple, es decir los entrevistados pudieron dar varias respuestas si vieron o se enteraron de la campaña en uno o varios medios de comunicación.

El total de quienes afirmaron haber visto la campaña en la televisión y/o en impresos en los diarios fue de 51%(este porcentaje resulta de una respuesta múltiple es decir las personas pudieron responder haber visto algún anuncio en la TV o en la prensa o en ambos).

⁵ El resto fueron respuestas dispersas, véase gráfica correspondiente en página 28

4.2 Evaluación de la campaña

Imágenes

51% dijo haber recordado imágenes ya sea en la televisión y algunos en impresos o en ambos.

- Las imágenes que más se recuerdan y que se identificaron claramente en forma espontánea entre quienes vieron los anuncios en la televisión o imágenes en la prensa (51%, excluye radio y comentarios) fueron: *carreteras* (18%), *ampliación, mantenimiento y modernización de carreteras y puentes* (4%), *puentes* (4%), *el mapa de la República Mexicana* (3%). Marginalmente, también se mencionaron imágenes de obras locales (5%)⁶.

Mensajes

Al 64% de personas enteradas de la campaña se les preguntó por el principal mensaje que les transmitieron los anuncios...

- 12% del total de la muestra consideraron espontáneamente que el mensaje que buscó transmitir la campaña fue *Construir, modernizar y ampliar carreteras*, 10% *dar a conocer los logros del gobierno*. En los estados costeros (31% del total de la muestra) al referirse a los anuncios sobre puertos, el principal mensaje fue *Creación de Empleos/crecimiento económico* (4%).
- Espontáneamente no se identificó del todo la frase con la que cierra la campaña, ni el emisor ya que ambos elementos coinciden con la mayor parte de la publicidad del gobierno federal, por lo que no se identifica a la SCT. Con frecuencia la campaña se atribuyó a los *gobiernos locales* que también realizan obras de infraestructura fáciles de confundir con las que realiza el gobierno federal. Lo anterior se explica ya que como se puede apreciar en el módulo de percepción general sobre Obras de Infraestructura, las referencias espontáneas más frecuentes fueron *las carreteras y vialidades*, con lo que el receptor final tiende a confundir, quién emite la campaña sobre las obras realizadas: los gobiernos local y federal.

Agrado

- Entre los enterados la campaña gusta, *mucho/bastante* 53% (36% del total de la muestra). A 42% le gustó *poco/nada* (28% del total de la muestra).

⁶ El resto fueron respuestas dispersas, véase gráfica correspondiente en página 32

Credibilidad

- Al ofrecer tres posibles mensajes para identificar el nivel de credibilidad que transmitió la campaña, cerca de la mitad de los enterados eligió de estas oraciones: *al modernizar y ampliar tramos de carreteras se beneficia a la población pues disminuye el tiempo de traslado y se establecen condiciones más seguras de tránsito* (48%) como la oración que describen mejor el mensaje de la campaña. Dos de cada tres de quienes eligieron esta respuesta, consideraron que dicho mensaje *es cierto*.
- Al solicitar pensar en el contenido de los anuncios sobre carreteras y puertos, predomina la opinión de quienes consideran que los anuncios informan claramente de las obras que se están realizando en los estados (*si/en parte* 88%, 56% del total de la muestra) y también de que la campaña muestra la atención y preocupación del gobierno federal para comunicar a la población en los estados (*si/sí en parte* 88%, 55%).
- En el caso de los anuncios sobre puertos, entre la población que vive en los estados costeros donde se preguntó por estos anuncios (31% del total de la muestra), tiende a manifestarse que los anuncios muestran la preocupación del gobierno federal para impulsar el desarrollo económico de los estados y que informan claramente de las obras que se están realizando en los estados (*si/sí en parte*, 15% del total de la muestra en ambos casos)

V. POSICIONAMIENTO DE LA SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES

5.1 Imagen y Opinión sobre acciones gubernamentales en política de comunicaciones y transportes

- La opinión sobre la imagen y posicionamiento de la SCT tiende a ser positiva y predomina la opinión de que la Secretaría transmite buena imagen (*muy buena/buena imagen* 60%, *regular* 27%, *mala/muy mala* 6%).
- Cerca de la mitad de los entrevistados expresó que tiene muy buena imagen de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (*muy buena/buena* 45%), en tanto que 35% expresó regular opinión y 12% mala/muy mala. En el contraste con otras secretarías, como la SEP (*muy buena/buena imagen*, 57%) o la SHCP (*muy buena/buena imagen*, 35%), la Secretaría de SCT se sitúa en un nivel intermedio entre ambas (45%).
- En el análisis retrospectivo, 43% de los entrevistados considera que el desempeño de la SCT es mejor comparado con el sexenio pasado.
- La mayoría de los entrevistados aprueba la manera como el gobierno de Felipe Calderón está manejando la política de comunicaciones y transportes (84% *acuerdo/en parte*). 9 de cada diez entrevistados *aprueba/en parte* (89%) la forma como está manejando la modernización y ampliación de las carreteras en México y 70% está de *acuerdo/en parte* con el manejo de la construcción de puertos marítimos.

- Sobre las acciones gubernamentales en este sector, tiende a predominar la opinión de que el gobierno de Felipe Calderón está *haciendo mucho/bastante* por construir, modernizar y ampliar las carreteras en el estado de donde vive el entrevistado y para ampliar la construcción de obras de infraestructura (63%, respectivamente).
- También tiende a predominar la respuesta socialmente esperada, en cuanto a que con *las obras que realiza el gobierno federa para construir y modernizar carreteras y puertos marítimos* se traerán beneficios económicos a los Estados (*mucho/bastante* 67%), a la región del entorno económico (*mucho/bastante* 63%). No obstante se dividen las opiniones en torno a quienes creen que contribuyen a traer beneficios a las personas (*mucho bastante* 46%) contra 53% que opina que estas obras contribuyen poco o nada a traer beneficios).

5.2 Obras de infraestructura y Contraste de opinión entre quienes han usado recientemente carreteras (de enero a la fecha) respecto de quienes no las han usado

5.2.1 Opinión sobre las obras de infraestructura en general

- Al ejemplificar e indagar sobre las obras de infraestructura en general, como presas, carreteras, aeropuertos, puertos, red de hospitales, refineras, escuelas, tiende a predominar la opinión de que en general las obras de infraestructura en el país:
 - *Están en mal estado* (49% vs. 44% *están en buen estado*, 3% *no sabe*)
 - *Ya están viejas* (53% vs. *están adecuadas a las necesidades del país* 39%, *no sabe* 8%)
 - *Son insuficientes para el desarrollo del país* 67% vs. 31% *son suficientes*, *no sabe* 2%)
- Al indagar específicamente, predomina la opinión de que tanto las obras que permiten servicios de telecomunicaciones como teléfono, Internet, etc. así como los aeropuertos *están en buen estado* (58% y 53% respectivamente).
- La opinión tiende a dividirse en cuanto al estado de las carreteras: *están en buen estado* 35%, *algunas en buen estado otras en mal estado* 43%, *están en mal estado* 20% y *no sabe* 2%. Al respecto, tiende a predominar la opinión de que las carreteras en el país, *están mejorando* (69%) pero, se consideran *insuficientes para el desarrollo del país* (62%).
- Sobre los puertos no hay una opinión clara 41% *no tienen opinión* en tanto que 31% opina que *están en buen estado*, 21% opina que *algunos están en buen estado y otros en mal estado* y 7% los califica *en mal estado*. Tampoco hay una opinión clara en cuanto a si *están mejorando* (39%, *siguen igual que antes*, 27% *no sabe* 34%) y 36% considera que *son insuficientes*, 30% que *sí lo son* y 34% *no tiene opinión* al respecto.

5.2.2 Opinión de las carreteras entre quienes las han usado en los meses recientes (resultado del cruce de variables correspondiente)

Entre quienes han utilizado las carreteras en los meses recientes la opinión sobre el estado de éstas es más favorable:

- La mayor parte de la población dijo haber usado de enero a la fecha algún tramo carretero, ya sea en su estado (37% o fuera de él (74%, respuesta múltiple no suman 100%).
- En esta población la opinión sobre el estado de las carreteras es menos desfavorable:
- 39% de quienes han usado las carreteras en México opinan que éstas se encuentran buen estado mientras que de quienes no las han usado, sólo el 25% comparte esa opinión.
- Se observa que para quienes efectivamente han usado las carreteras, la percepción de que están mejorando es más amplia que para el conjunto entrevistado: siete de cada diez entrevistados que sí las usan opinan que éstas han mejorado.

	Han usado carreteras (de enero a la fecha)	No han usado carreteras (de enero a la fecha)
Están mejorando	71%	60%

- Como era de esperar, la opinión de que las carreteras son insuficientes para el desarrollo del país está más extendida entre quienes las usan (63% cree que son insuficientes).
- Respecto a la recordación de la publicidad evaluada, se observan ciertas diferencias entre los usuarios recientes de carreteras y quienes no son usuarios frecuentes. Más de la mitad de los usuarios (58%) manifestó haber visto o escuchado algún anuncio sobre obras en carreteras, puentes y libramientos, mientras que entre los no usuarios el porcentaje se reduce a poco más de la tercera parte (*ha visto los anuncio*, 36%).

VI PERFIL DE LOS ENTREVISTADOS: CONSUMO DE MEDIOS

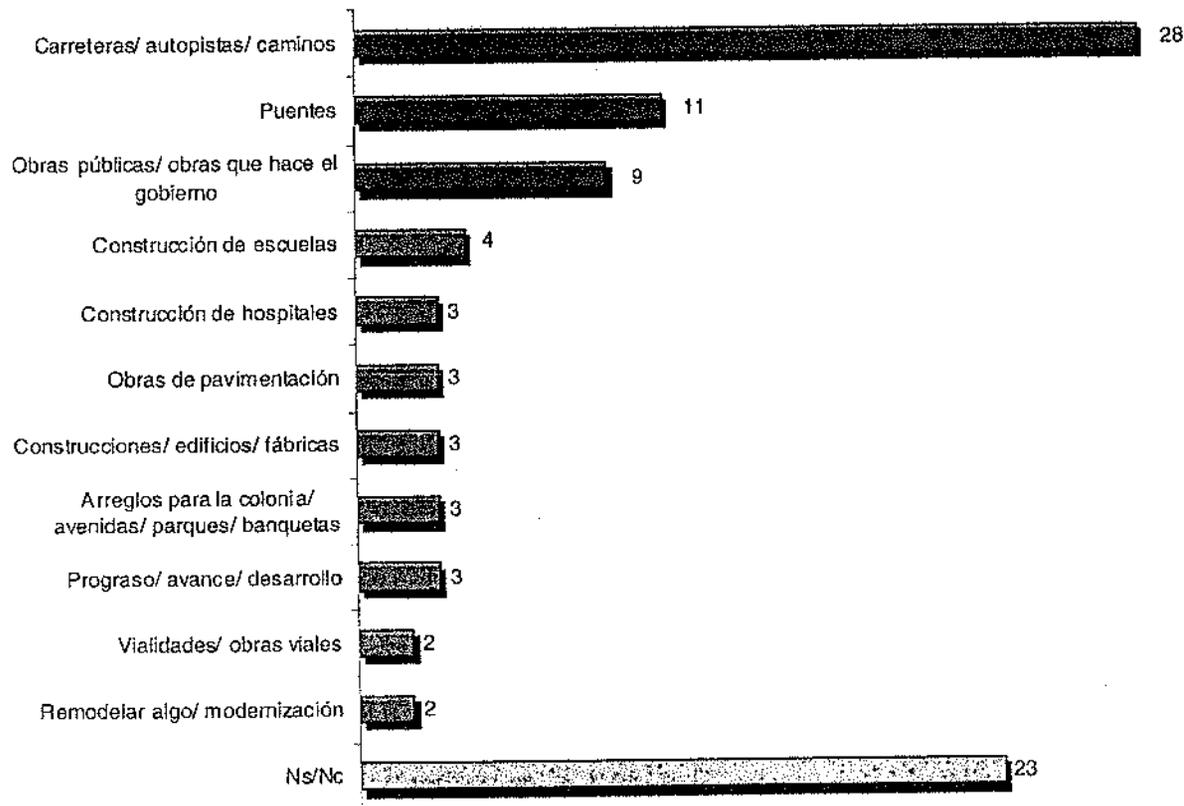
Noticieros nocturnos: 42% de los entrevistados manifestó que ve entre 3 y 5 días noticieros en tanto que 25% dijo que los ve 6-7 días.

Periódicos: Aproximadamente un tercio de los entrevistados afirma que lee u hojear el periódico diario o cada tercer día (29%). Una proporción similar manifestó que nunca o casi nunca lee periódicos (33%). A nivel nacional, en el conjunto entrevistado el periódico más leído es La Prensa, seguido del Universal.

ANEXO GRÁFICO

I. INFRAESTRUCTURA: ASOCIACIÓN GENERAL

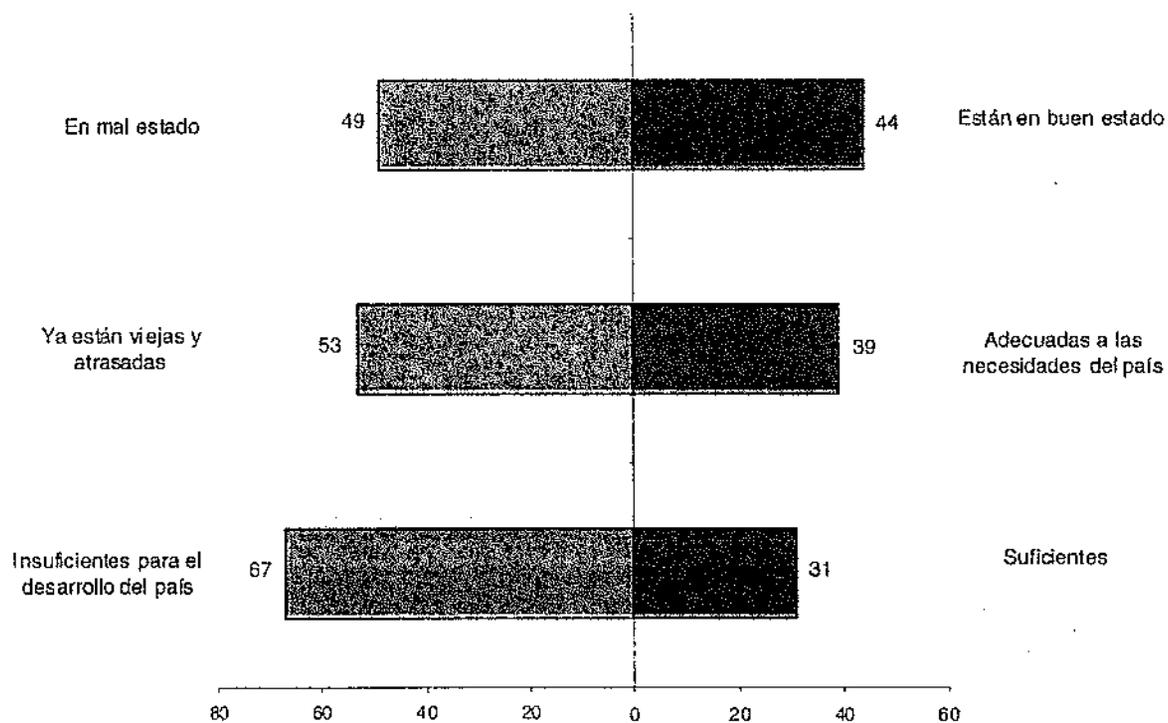
Dígame por favor, cuando le menciono obras de infraestructura, ¿en qué piensa usted?
(Respuesta espontánea)



Sumando "Otro" = 100%

1.1 EVALUACIÓN DE LAS OBRAS DE INFRAESTRUCTURA EN GENERAL

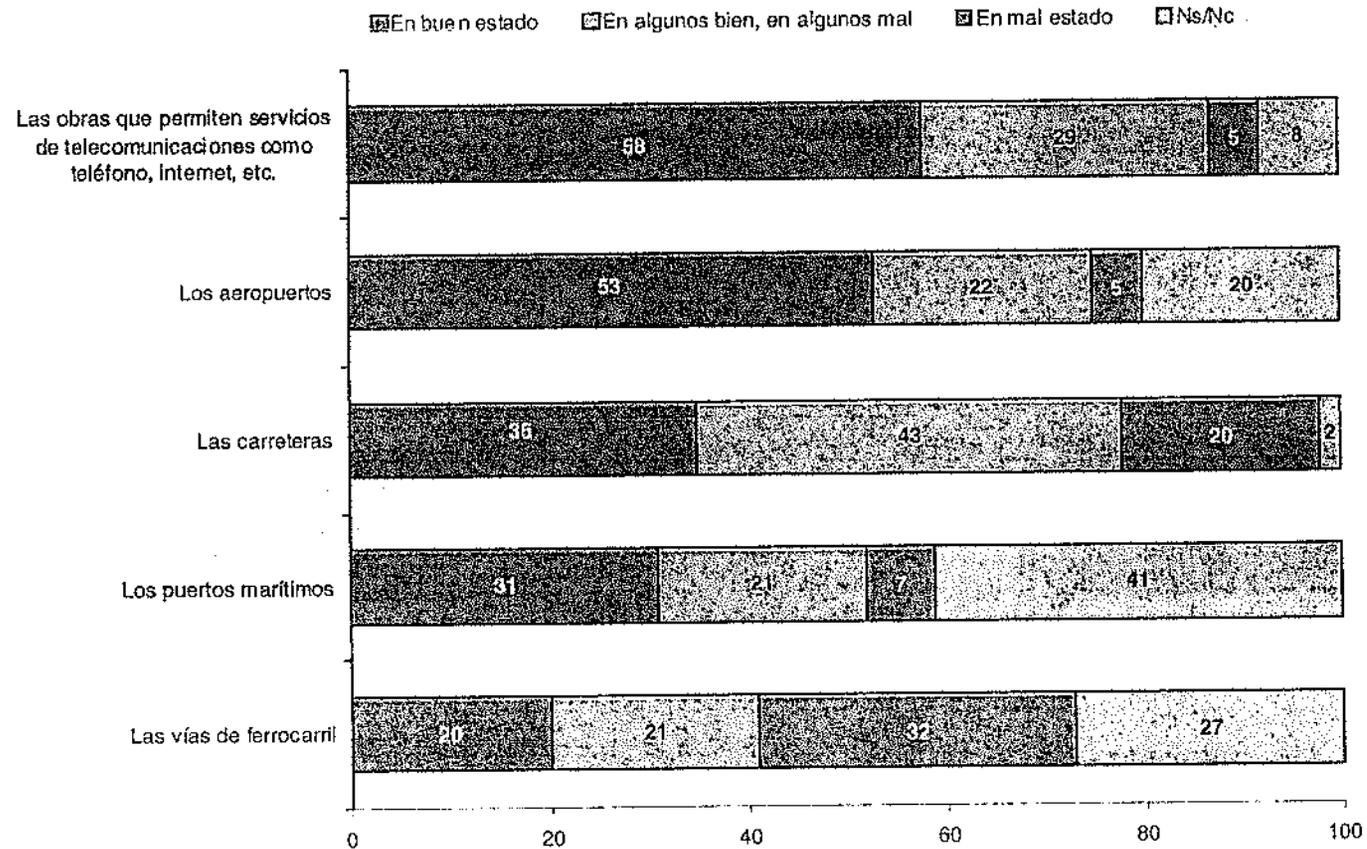
Con lo que usted sabe o ha escuchado de las presas, carreteras, aeropuertos, puertos, red de hospitales, refinerías, escuelas y otras obras de infraestructura con que cuenta el país, ¿usted diría en general que son...?



Sumando "Ns/Nc" = 100%

1.2 EVALUACIÓN DE OBRAS DE INFRAESTRUCTURA ESPECÍFICAS

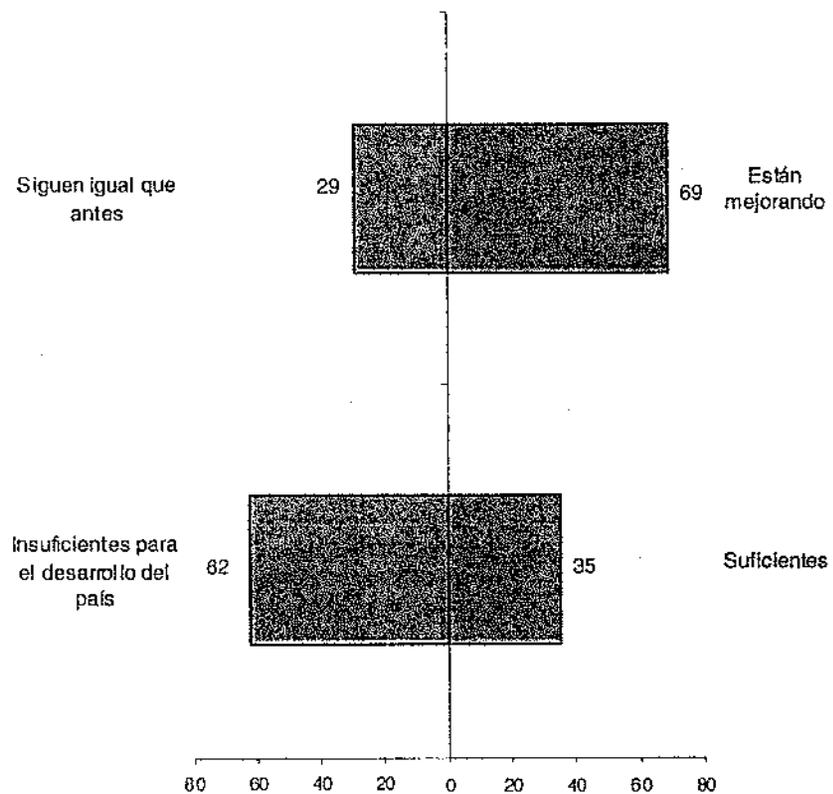
Ahora dígame por favor, ¿cómo cree usted que están en México... en buen estado o en mal estado?



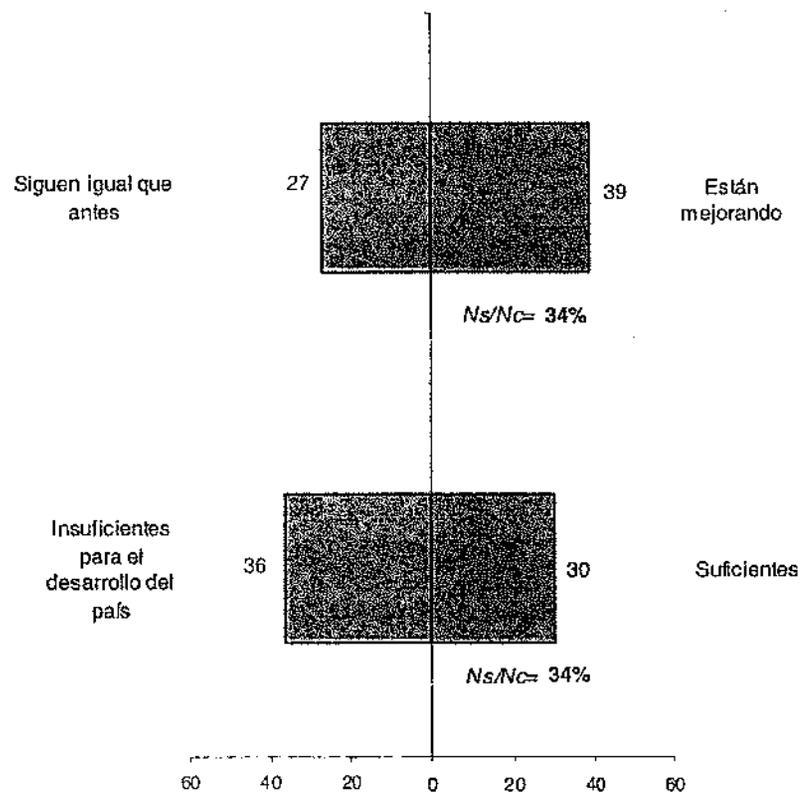
1.3 PERCEPCIÓN RETROSPECTIVA SOBRE EL ESTADO DE CARRETERAS Y PUERTOS

Y, pensando en... del país, con lo que usted sabe o ha escuchado son...

Las carreteras



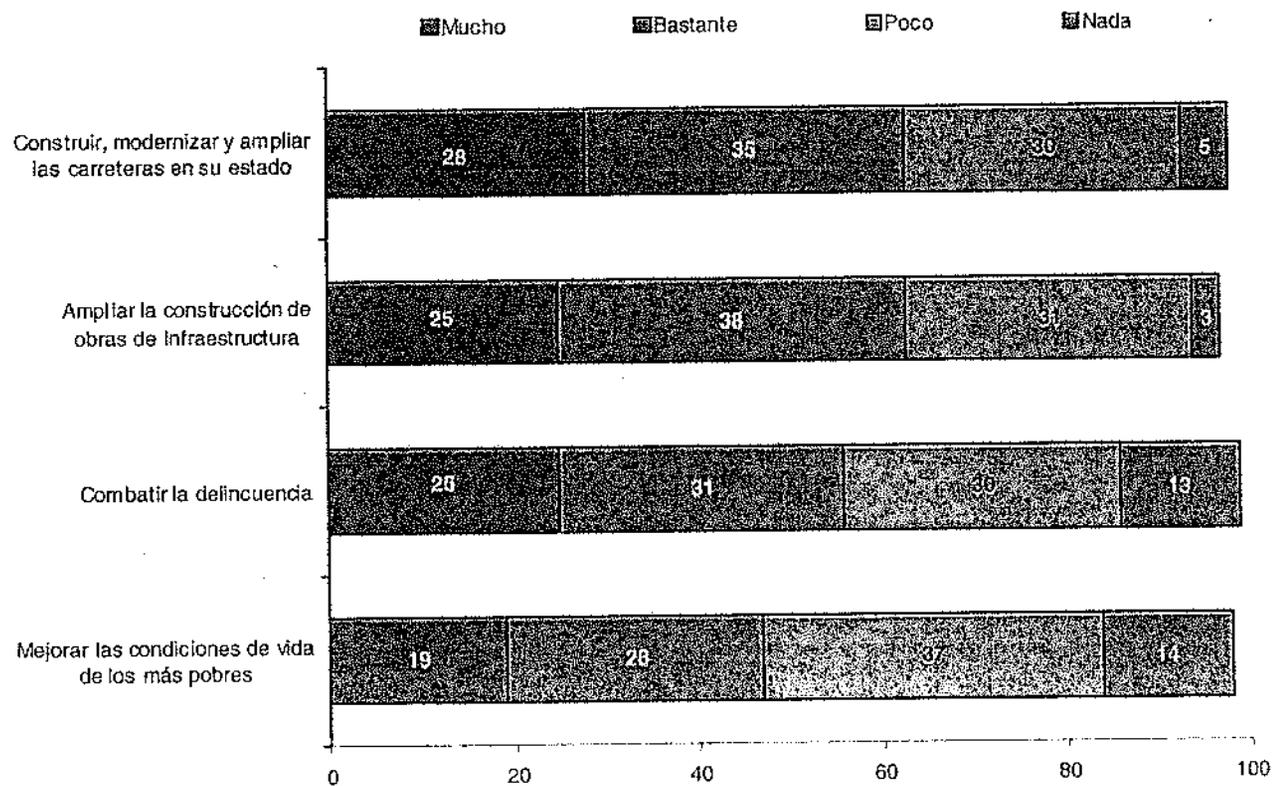
Los Puertos marítimos



Sumando "Ns/Nc"= 100%

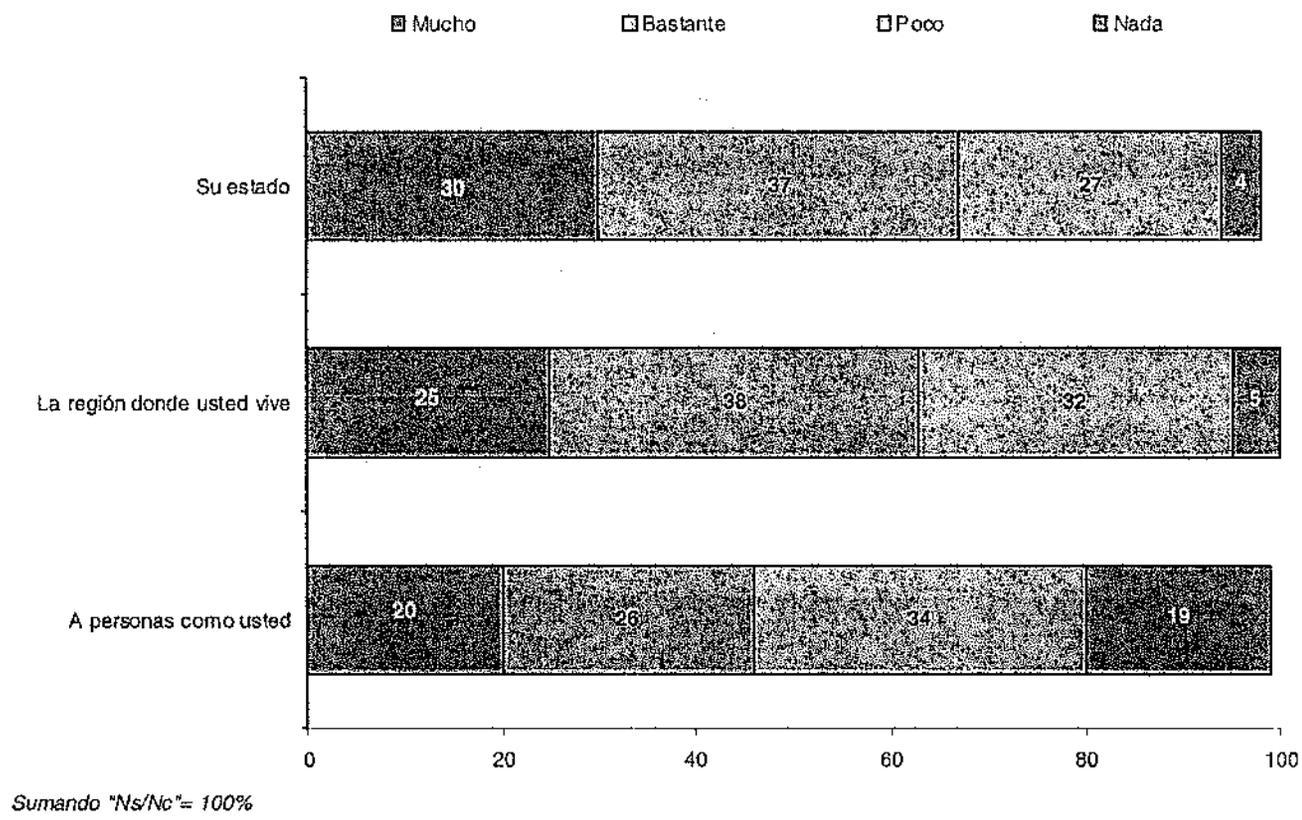
II ACCIÓN GUBERNAMENTAL EN LA MATERIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES

Dígame, con lo que usted ha visto o ha escuchado de las acciones del gobierno de Felipe Calderón, ¿qué tanto está haciendo: mucho, bastante, poco o nada para...?



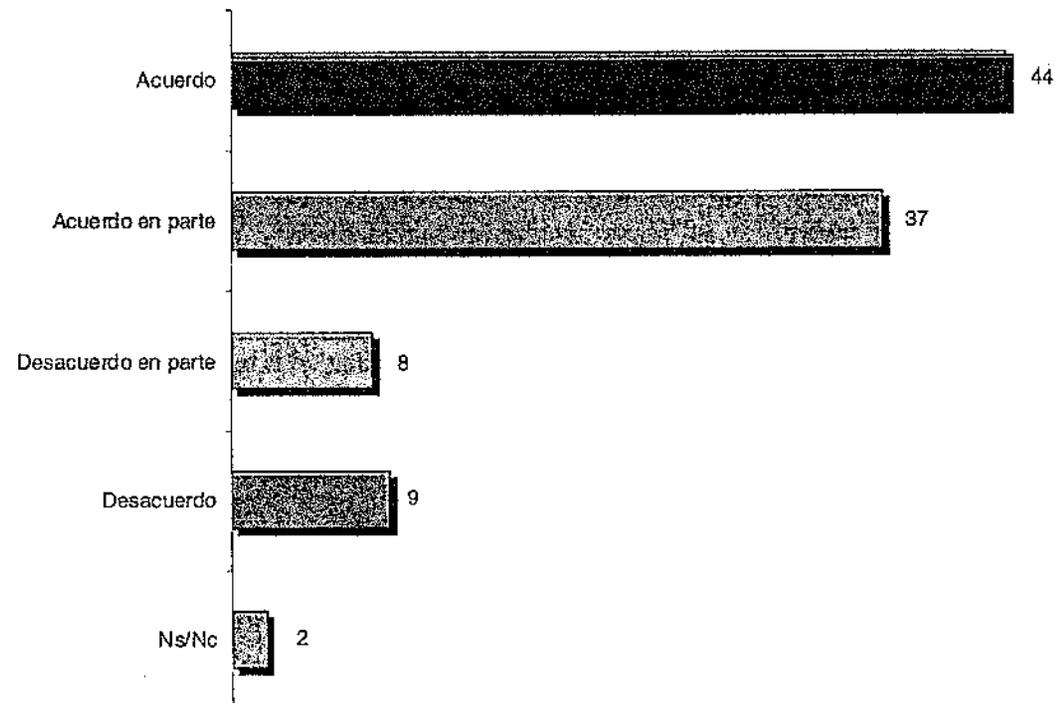
Sumando "Ns/Nc" = 100%

Con lo que usted sabe o ha escuchado de las obras que realiza el gobierno federal para construir y modernizar carreteras y puertos marítimos en los estados del país, ¿qué tanto cree usted que contribuyen a traer beneficios económicos a...?



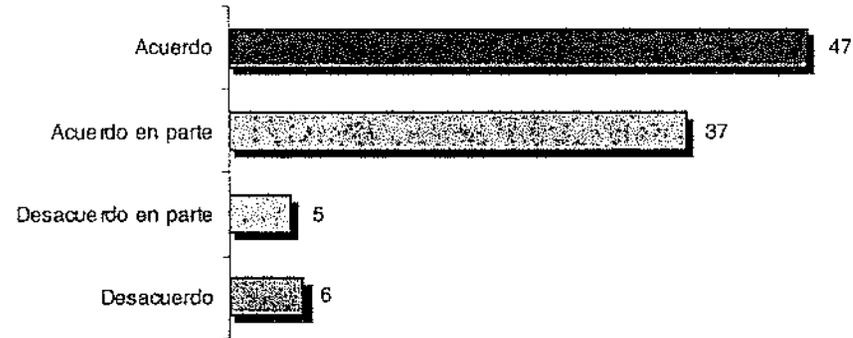
2.1 ACUERDO GUBERNAMENTAL

En general, ¿está usted de acuerdo o en desacuerdo con la manera como está gobernando el presidente Felipe Calderón?



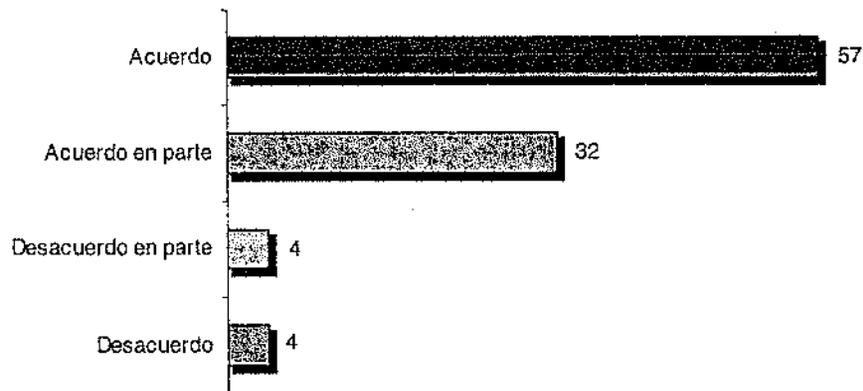
2.2 APROBACIÓN DE LA POLÍTICA GUBERNAMENTAL DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES

Por favor, dígame si está de acuerdo o en desacuerdo con la manera como el Presidente Felipe Calderón está manejando
La política de comunicaciones y transportes



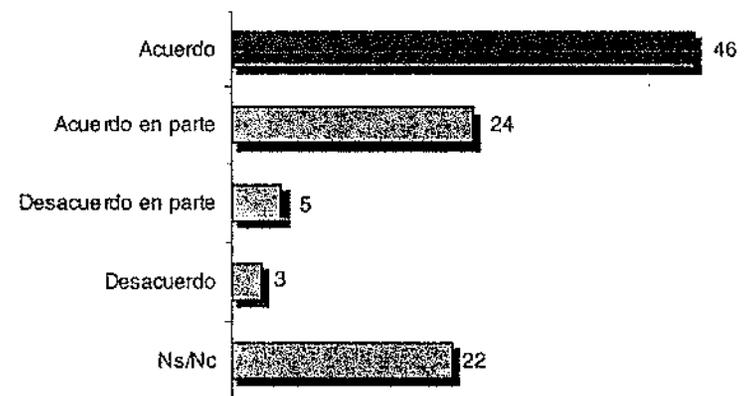
Sumando "Ns/Nc" = 100%

Y dígame si está de acuerdo o en desacuerdo con la manera como el Presidente Felipe Calderón está manejando
La modernización y ampliación de las carreteras en México



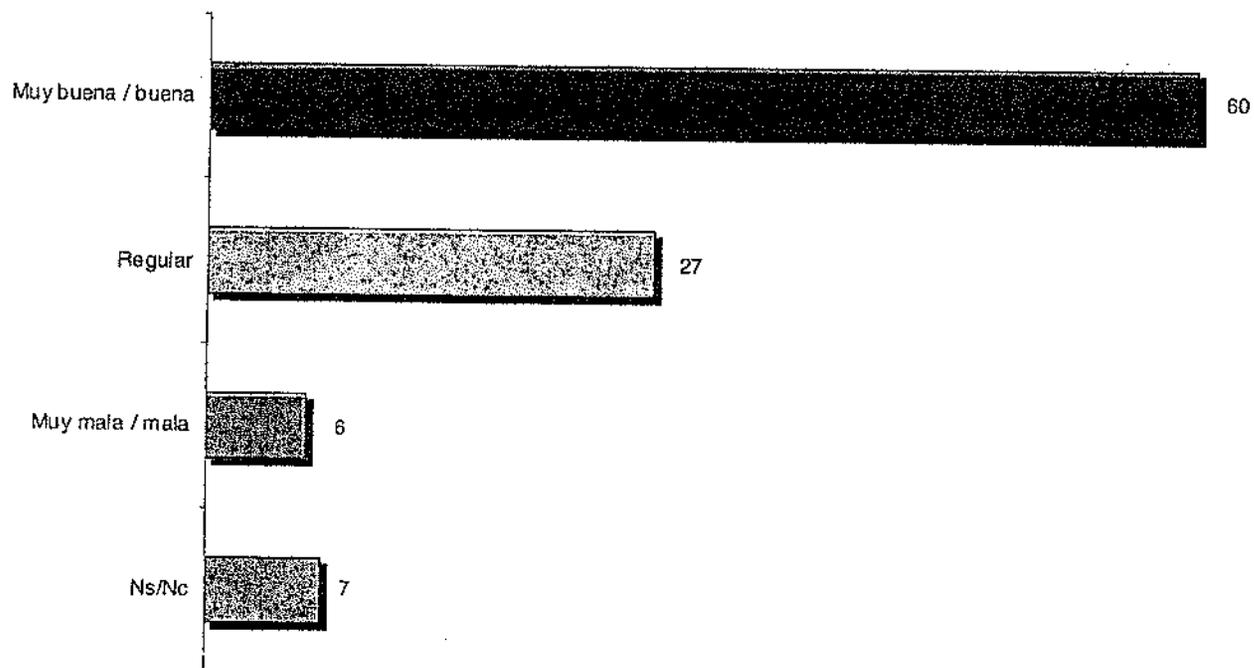
Sumando "Ns/Nc" = 100%

Y dígame si está de acuerdo o en desacuerdo con la manera como el Presidente Felipe Calderón está manejando
La construcción de puertos marítimos



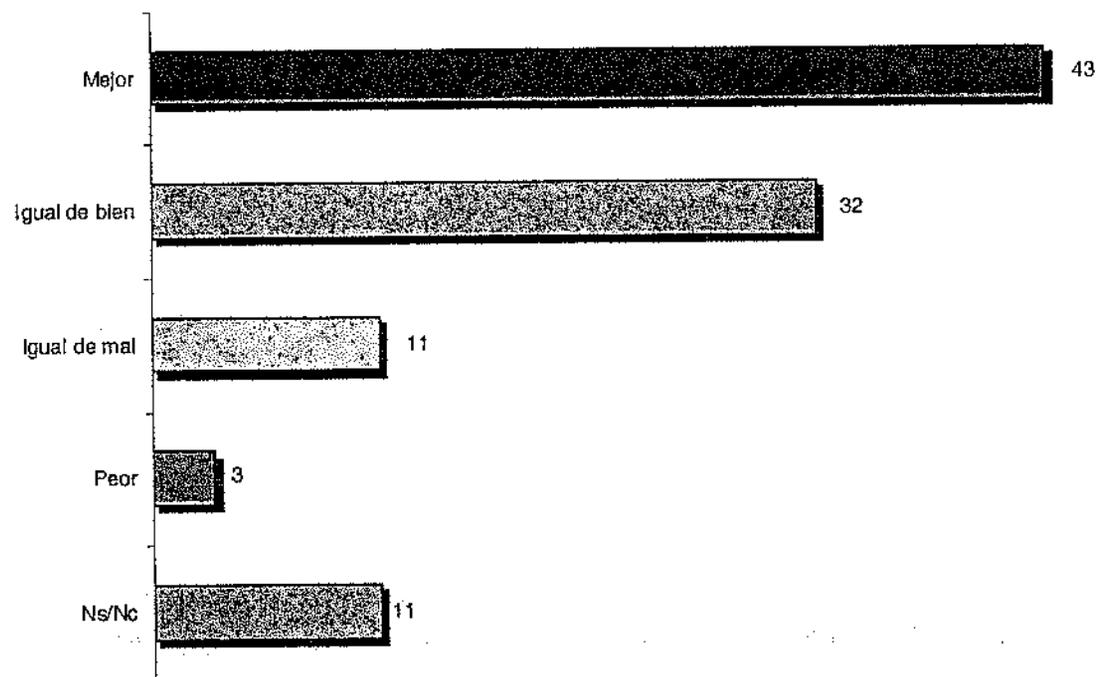
2.3 SCT: IMAGEN QUE TRASMITE

En su opinión, ¿la Secretaría de Comunicaciones y Transportes tiene muy buena, buena, mala o muy mala imagen?



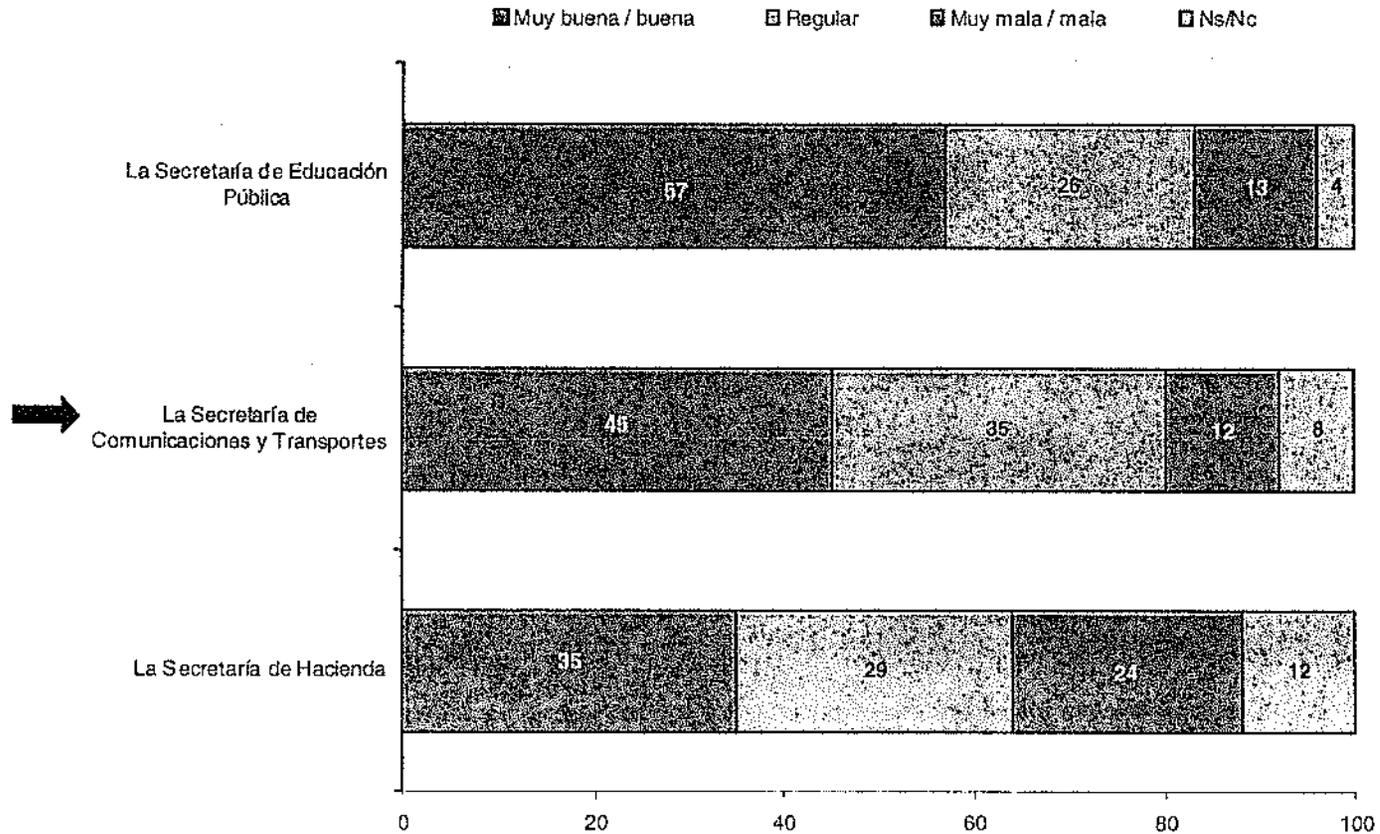
2.4 APROBACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LA SCT

Comparado con el sexenio pasado, ¿cómo calificaría el desempeño de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, ahora es mejor o peor?



2.5 OPINIÓN DE LA SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES: COMPARATIVO CON OTRAS INSTITUCIONES

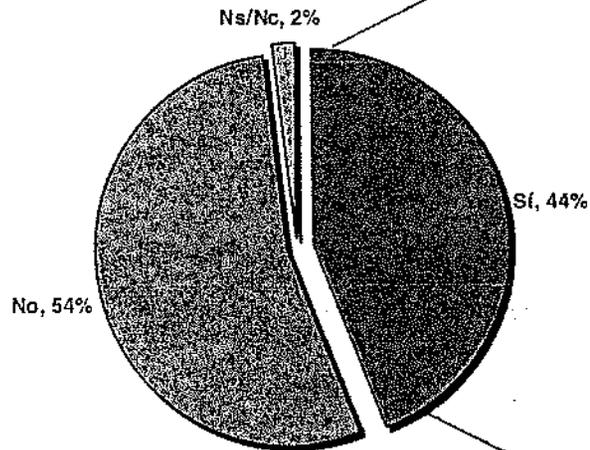
Dígame por favor, ¿qué opinión tiene usted muy buena, buena, mala o muy mala de...?



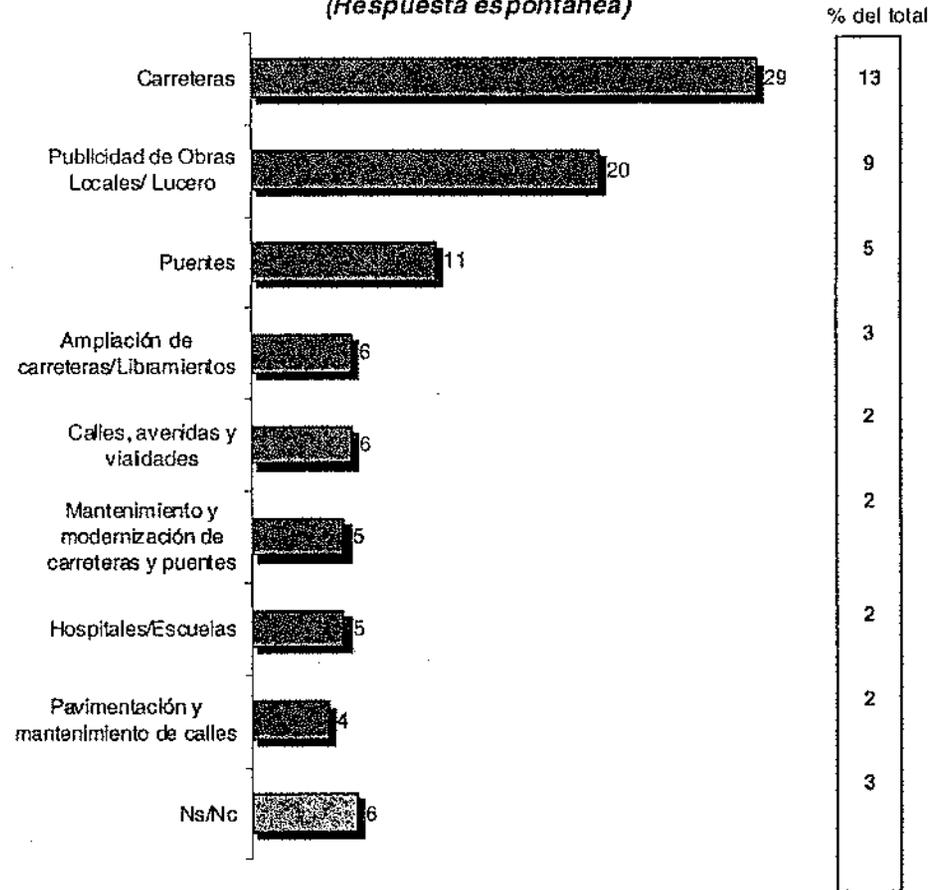
III CONOCIMIENTO DE CAMPAÑA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LA SCT

3.1 RECORDACIÓN ESPONTÁNEA (TOP OF MIND)

¿Recientemente usted ha visto o ha escuchado algún anuncio sobre obras de infraestructura en su estado?



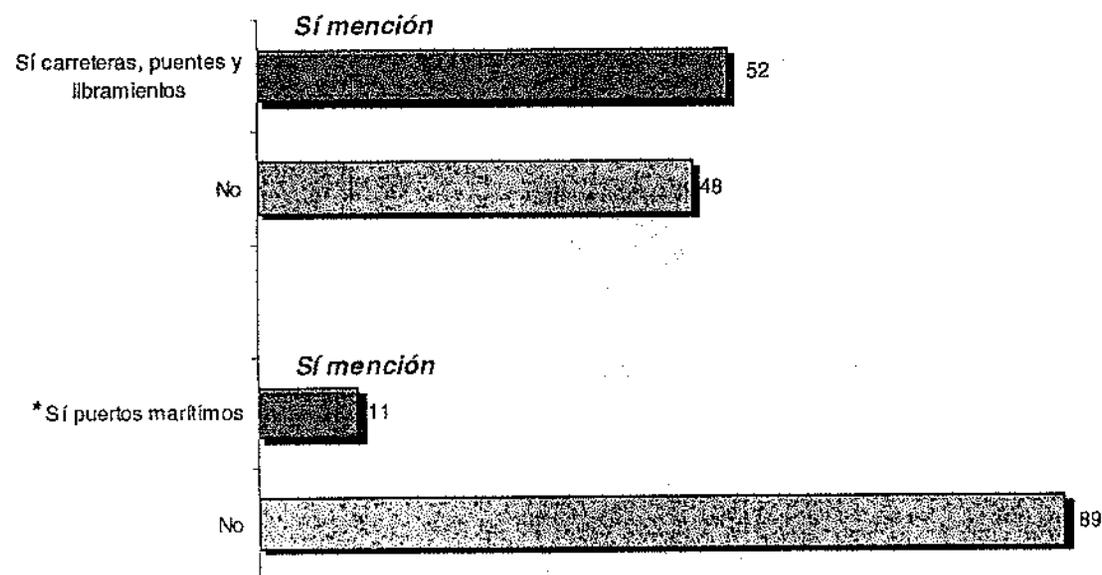
¿Cuál anuncio ha visto o ha escuchado?
Del 44% que sí ha visto algún anuncio
(Respuesta espontánea)



Sumando "Insuficientemente especificado" y "Otro" = 100%

3.2 RECORDACIÓN CON AYUDA

Dígame si antes de mencionárselo, usted ya había visto o escuchado algún anuncio sobre obras en carreteras, puentes, libramientos y puertos en su estado o no

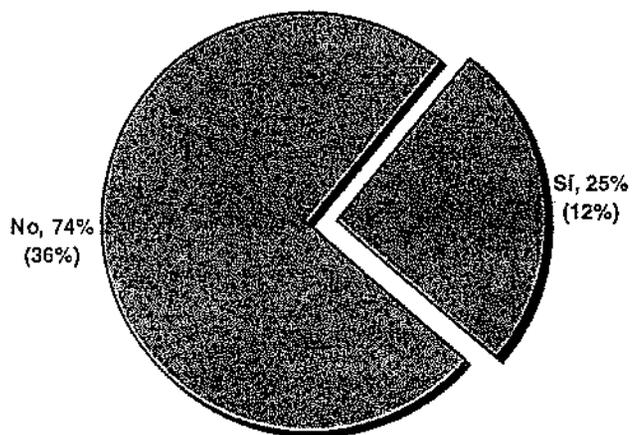


* Esta opción de respuesta sólo se aplicó en los Estados donde se realizan obras portuarias sin procesos electorales (31% el total de la muestra)

3.3 RECORDACIÓN CON IMAGENES

Dígame por favor, ¿recientemente usted vio o no alguna de estas imágenes?

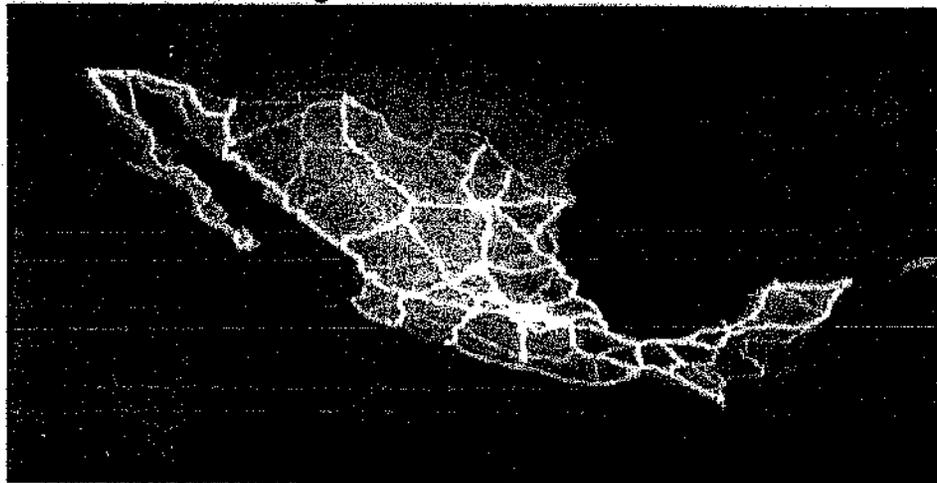
Recordación con ayuda de imágenes: para el 48% que no mencionó haber visto o escuchado algún anuncio sobre obras en carreteras, puentes, libramientos y puertos



Sumando "Nc" = 100%

* Los datos dentro del paréntesis corresponden al porcentaje del total de la muestra

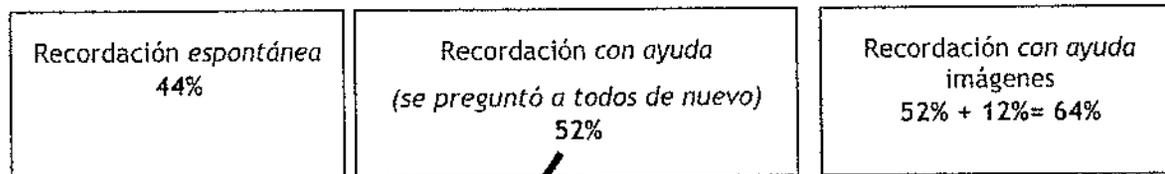
Se mostró esta imagen en todos los estados en muestra



Se mostraron imágenes según el estado en muestra: ej. Yucatán

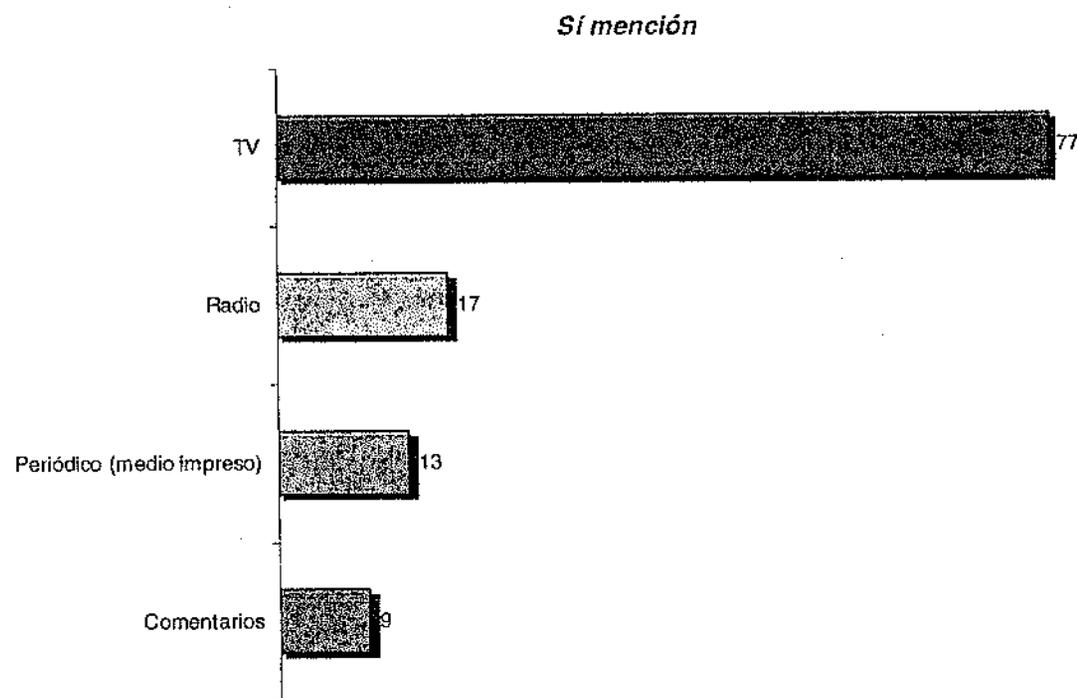


3.4 PRINCIPAL MEDIO DE DIFUSIÓN



¿En qué medio ha visto o escuchado el anuncio?

Del 52% que dijo haber visto o escuchado algún anuncio sobre obras en carreteras, puentes, libramientos y puertos



Respuesta múltiple no suma 100%

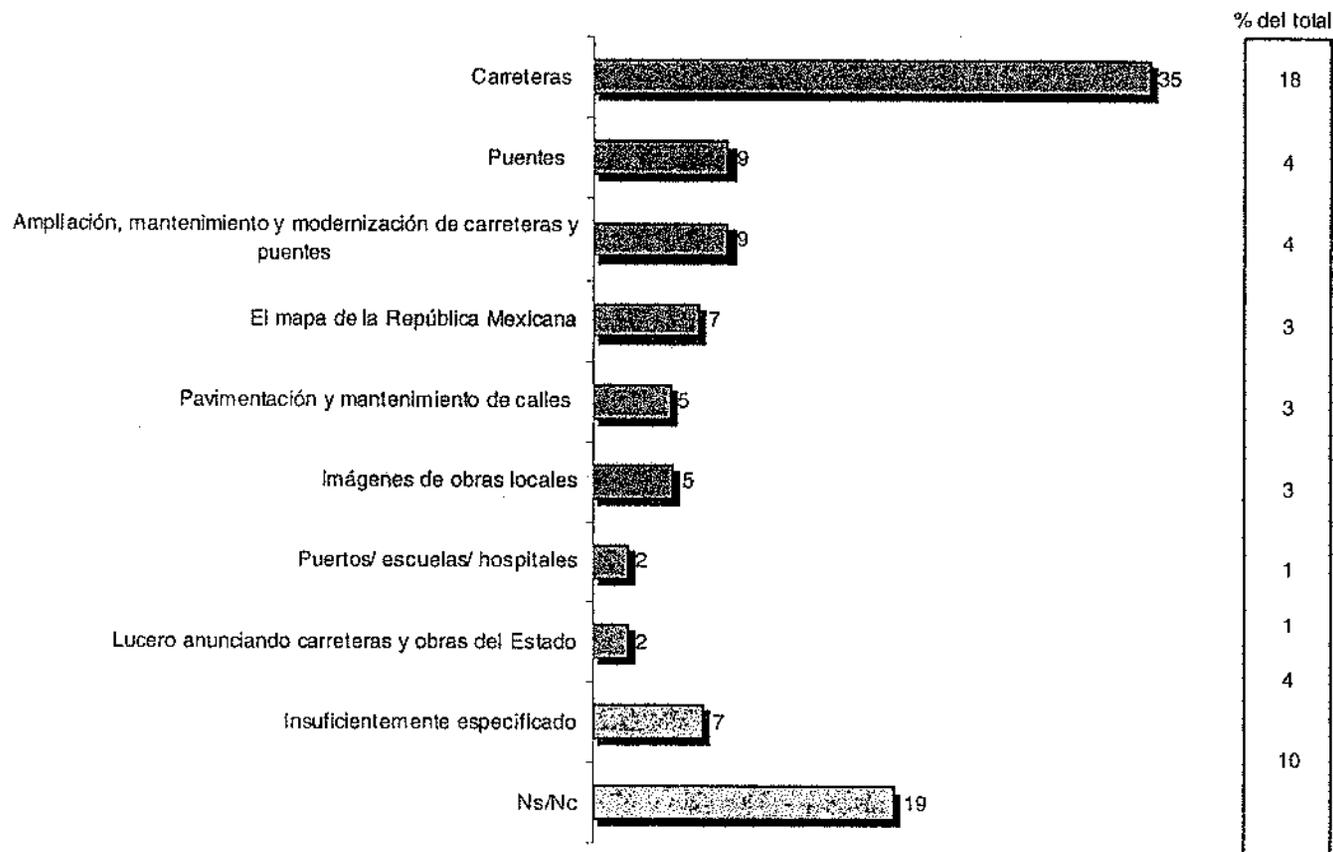
IV. EVALUACIÓN DE LA CAMPAÑA

4.1 IMAGEN

¿Cuál es la imagen que más recuerda de este anuncio?

Del 51%* que vio el anuncio en televisión o las imágenes en periódico (medio impreso)

(Respuesta espontánea)



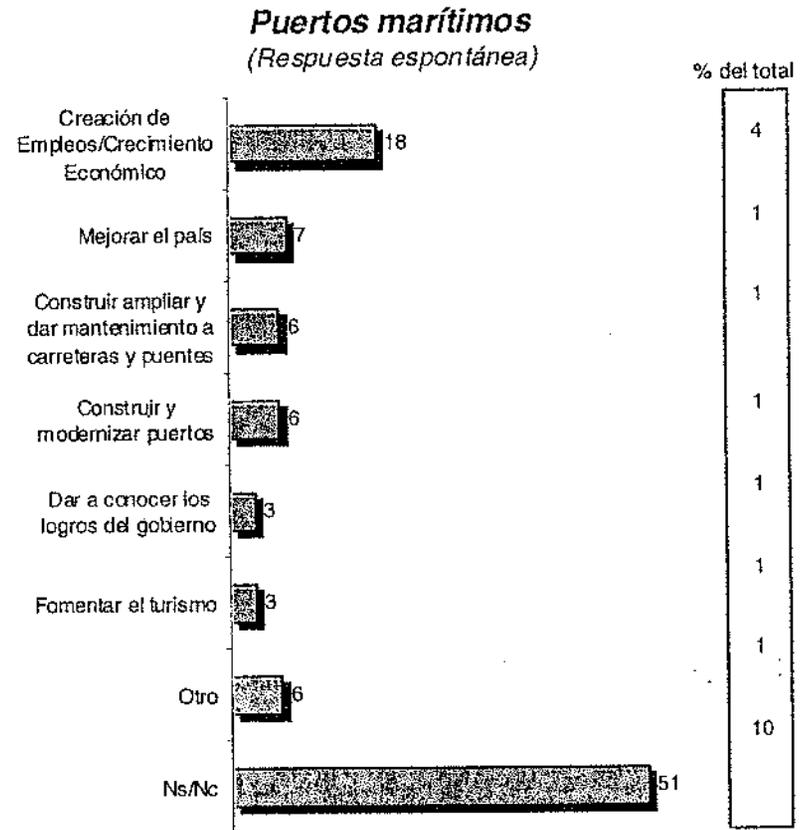
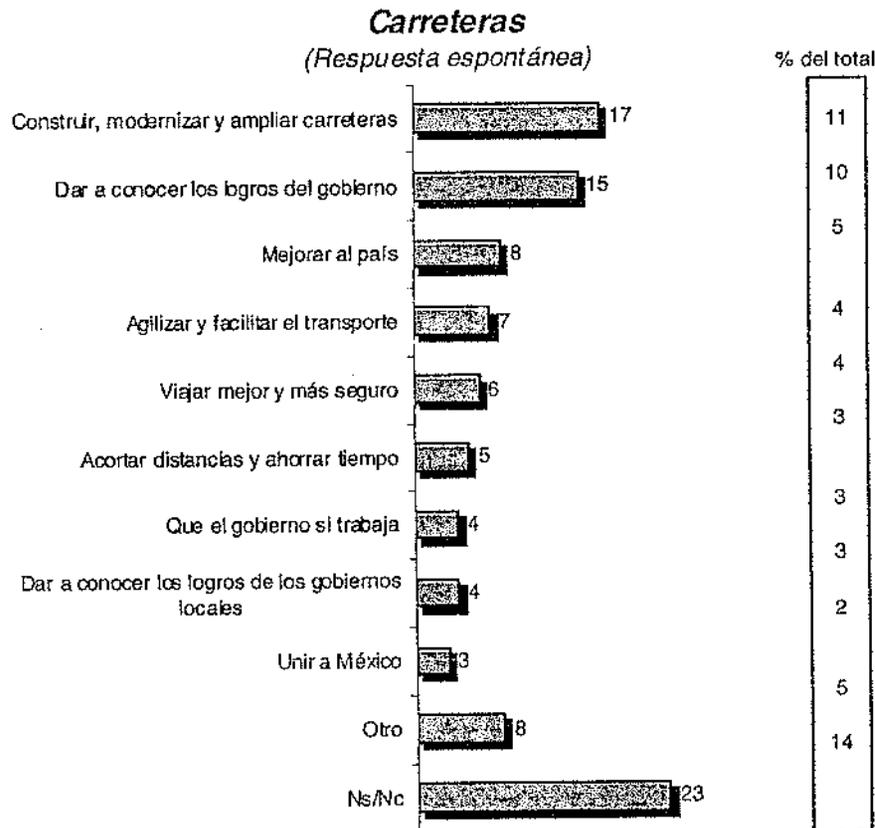
* El 51% resulta de las personas que vieron el anuncio en la televisión o lo vieron en la prensa o lo vieron en ambos.

4.2 MENSAJE

¿Cuál es para usted el principal mensaje que trata de transmitir el anuncio sobre... en su estado?

Del 64%* que dijo estar enterado de algún anuncio sobre obras en carreteras, puentes, libramientos y puertos o que dijo haber visto alguna de las imágenes

Del 20% de entrevistados en estados costeros y que estar enterado de algún anuncio sobre puertos



* 64% resulta de quienes vieron los anuncios en la televisión y en medios. Impresos y/o escucharon o se enteraron por comentarios de estos anuncios.

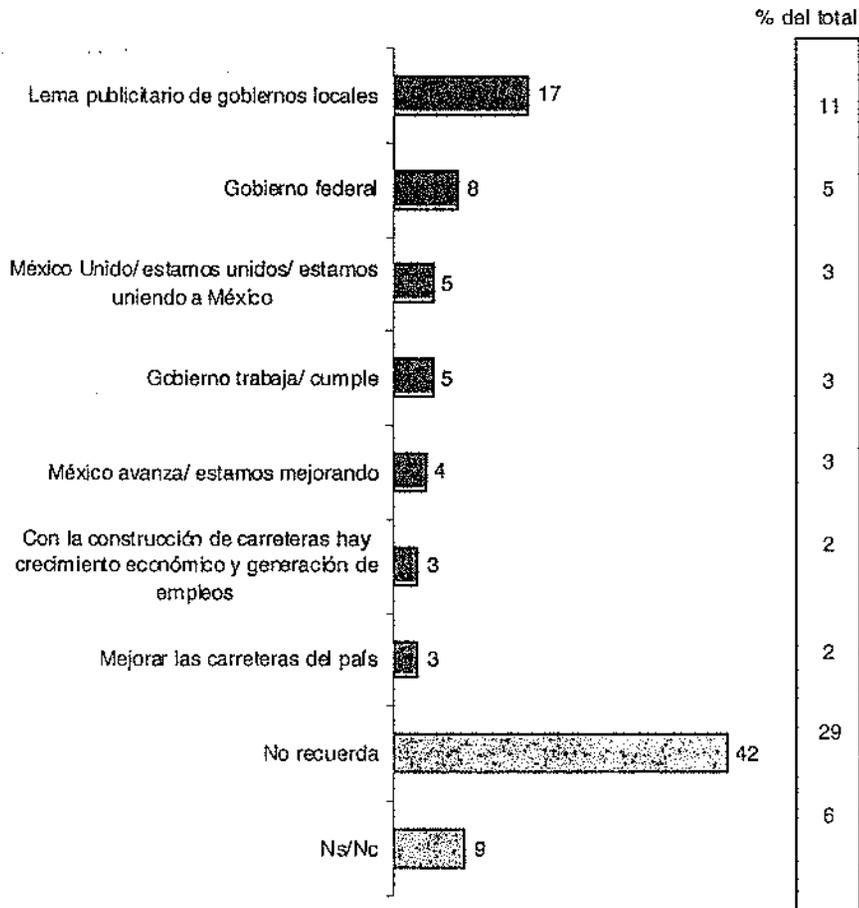
* Sólo se preguntó en Estados costeros (31% de la muestra).

4.3 CIERRE

Del 64% que dijo haber visto o escuchado algún anuncio sobre obras en carreteras, puentes, libramientos y puertos o que dijo haber visto alguna de las imágenes

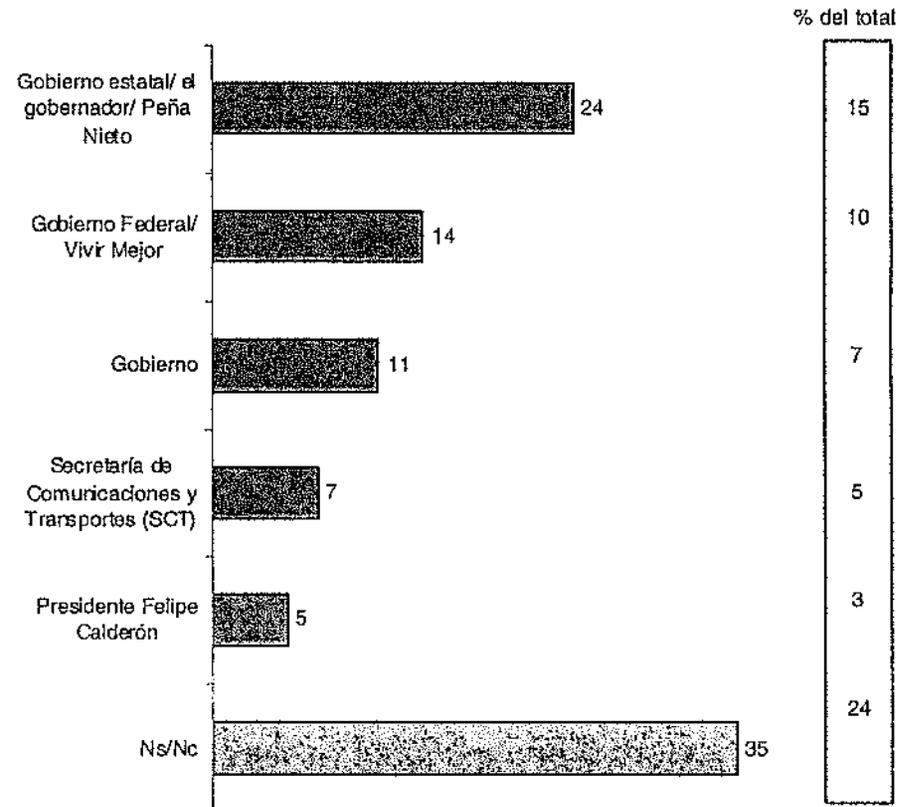
(Respuestas espontáneas)

Dígame, ¿cuál es la frase principal con la que terminan estos anuncios?



Sumando "Otro" = 100%

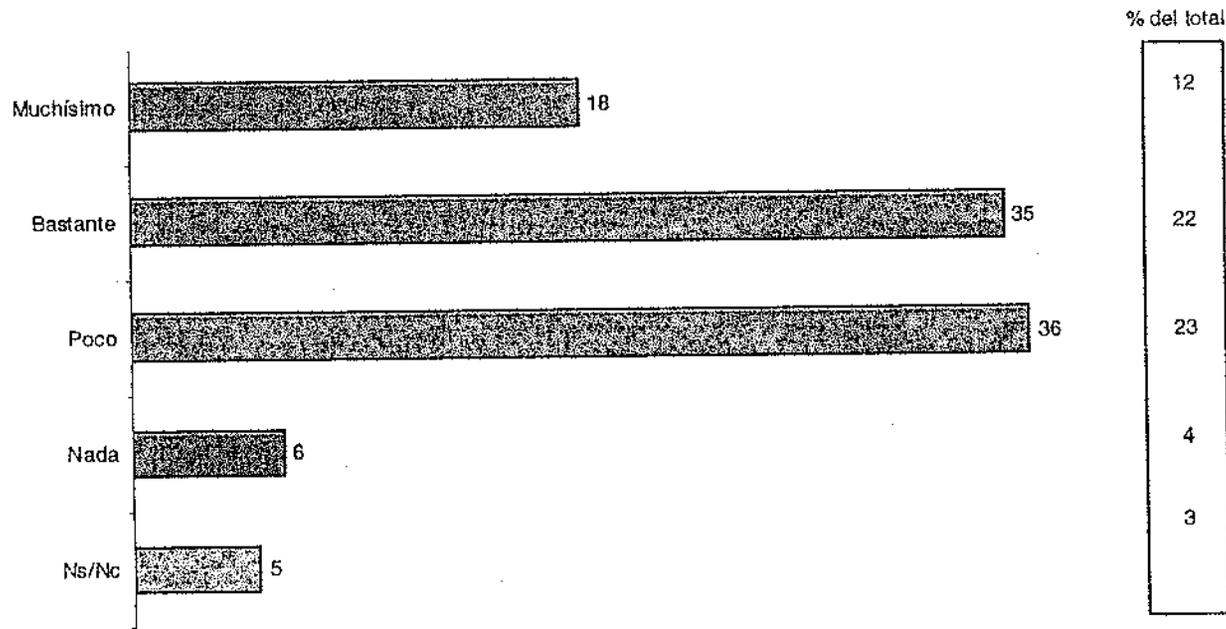
Y dígame, ¿quién firma estos anuncios?



4.4 AGRADO

Del 64% que dijo haber visto o escuchado algún anuncio sobre obras en carreteras, puentes, libramientos y puertos o que dijo haber visto alguna de las imágenes

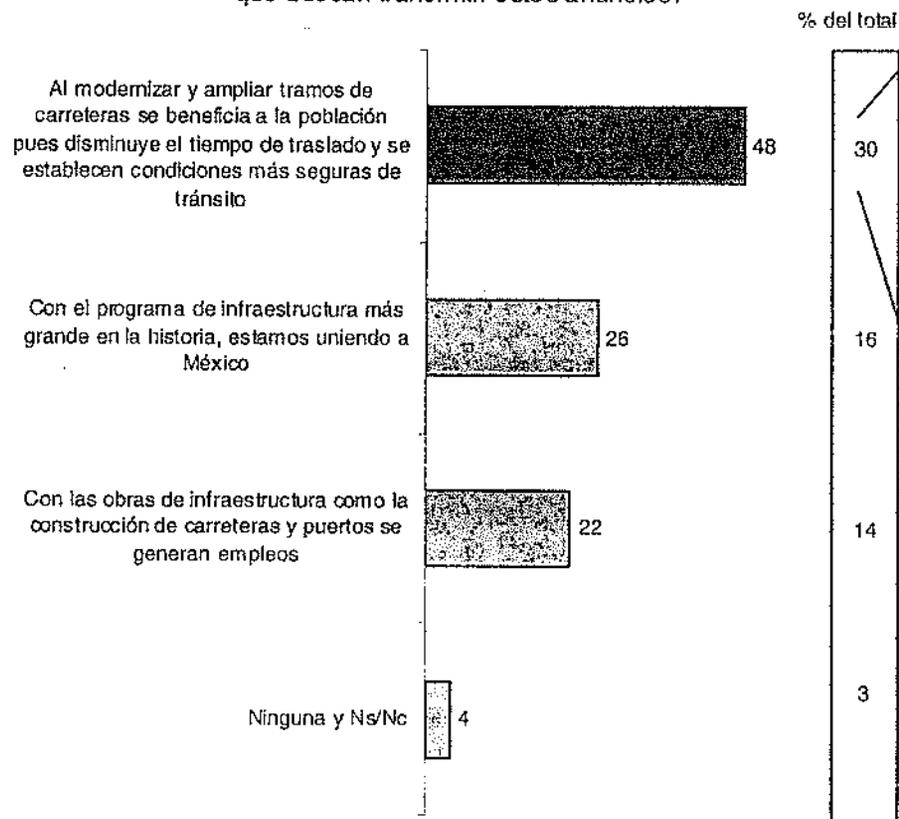
¿Qué tanto le gustó el anuncio: muchísimo, bastante, poco o nada?



4.5 CREDIBILIDAD EN EL MENSAJE

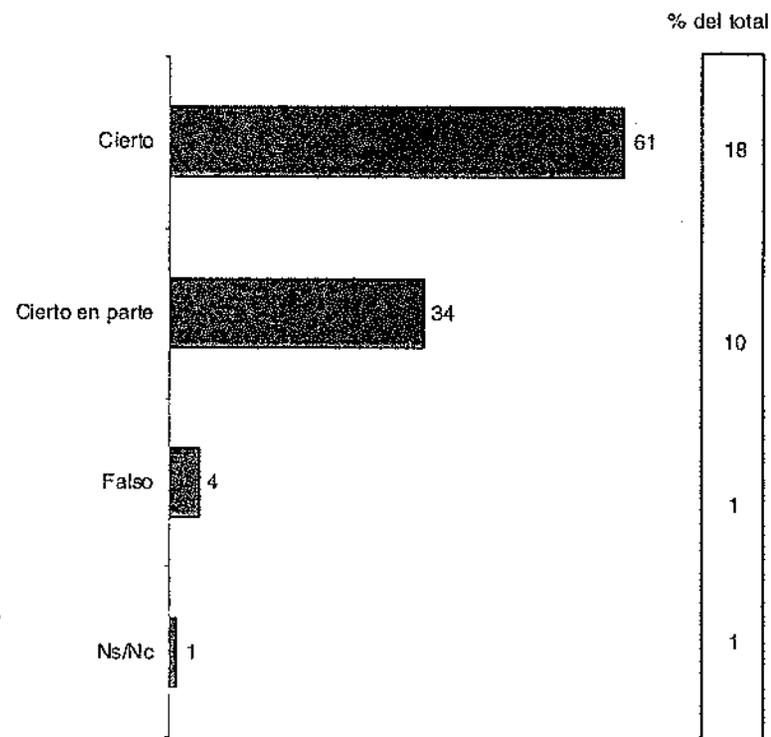
Del 64% que dijo haber visto o escuchado algún anuncio sobre obras en carreteras, puentes, libramientos y puertos o que dijo haber visto alguna de las imágenes

Le voy a leer algunas frases, dígame en su opinión, ¿cuál de ellas describe mejor el mensaje que buscan transmitir estos anuncios?



Del 30% que dijo "Al modernizar y ampliar tramos de carreteras se beneficia a la población pues..."

¿A usted le parece que este mensaje es cierto o falso?

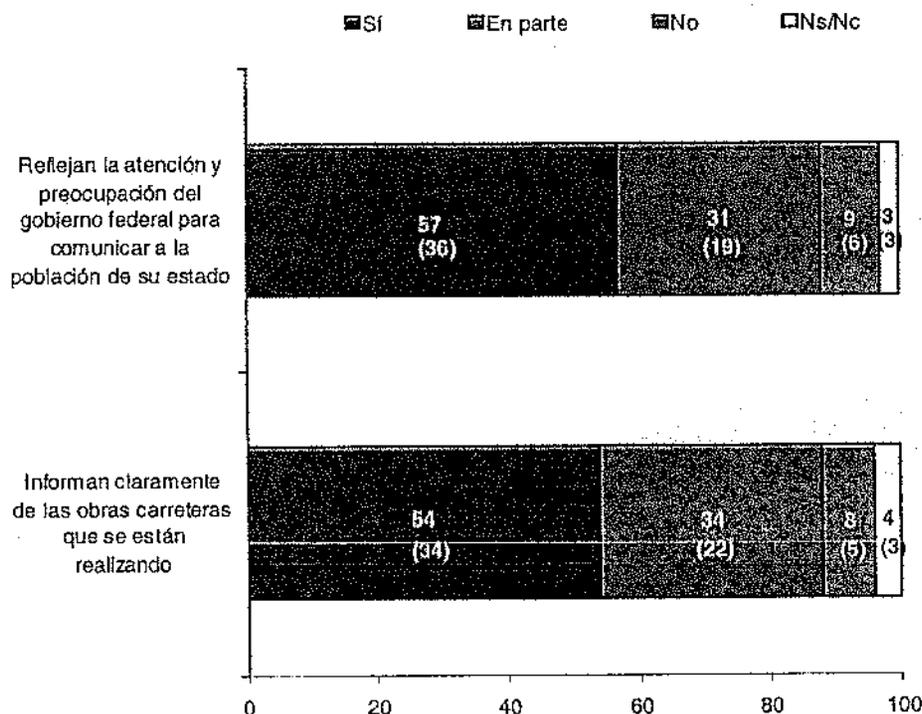


4.6 EFECTO DE LA CAMPAÑA EN LA PERCEPCIÓN DE EFICACIA GUBERNAMENTAL

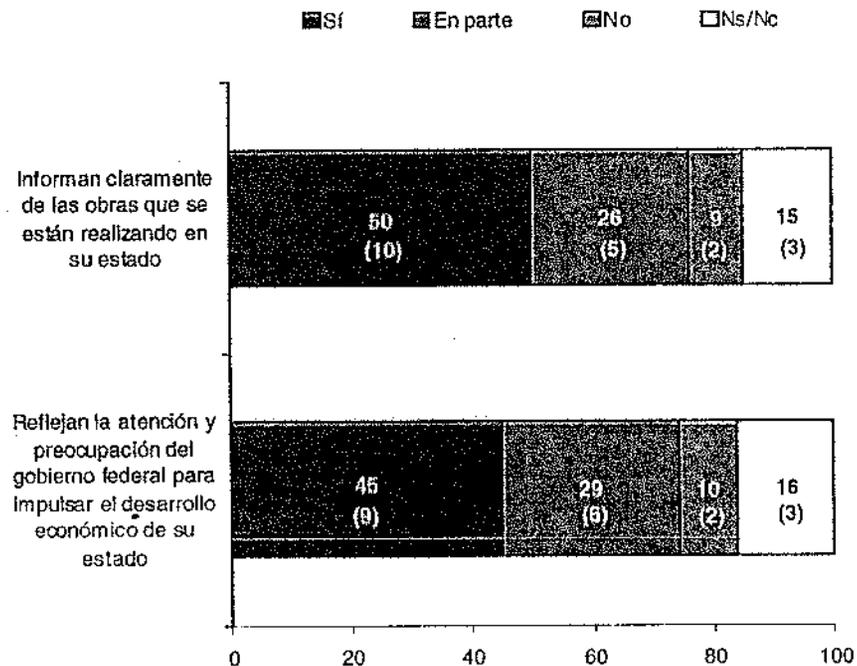
Del 64% que dijo haber visto o escuchado algún anuncio sobre obras en carreteras, puentes, libramientos y puertos o que dijo haber visto alguna de las imágenes

Del 20% de entrevistados en estados costeros y que dijo haber visto o escuchado algún anuncio sobre obras en carreteras, puentes, libramientos y puertos o que dijo haber visto alguna de las imágenes

Ahora piense en los mexicanos que utilizan con frecuencia las carreteras de su estado, ¿a usted le parece que los anuncios que vio o escuchó ...?



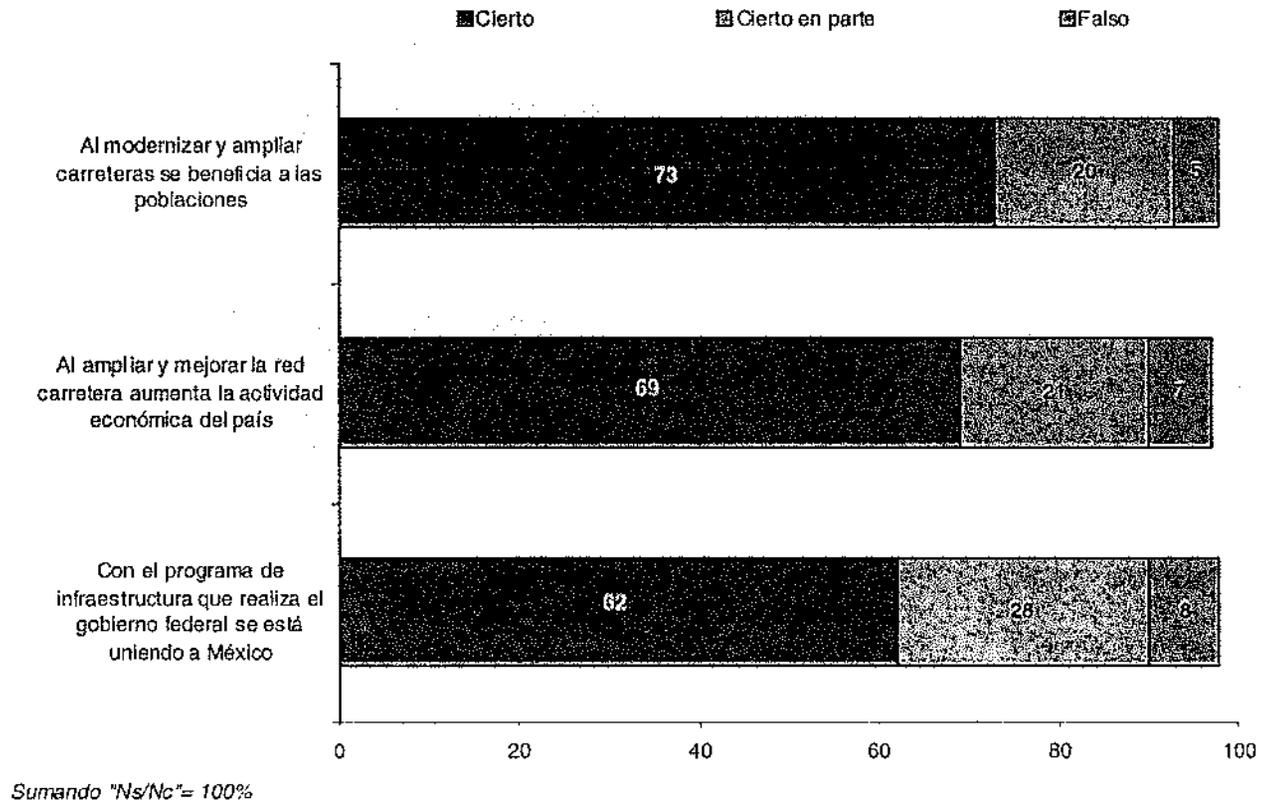
Y dígame, pensando en los puertos que se construyen en su estado, ¿a usted le parece que los anuncios que vio o escuchó ...?



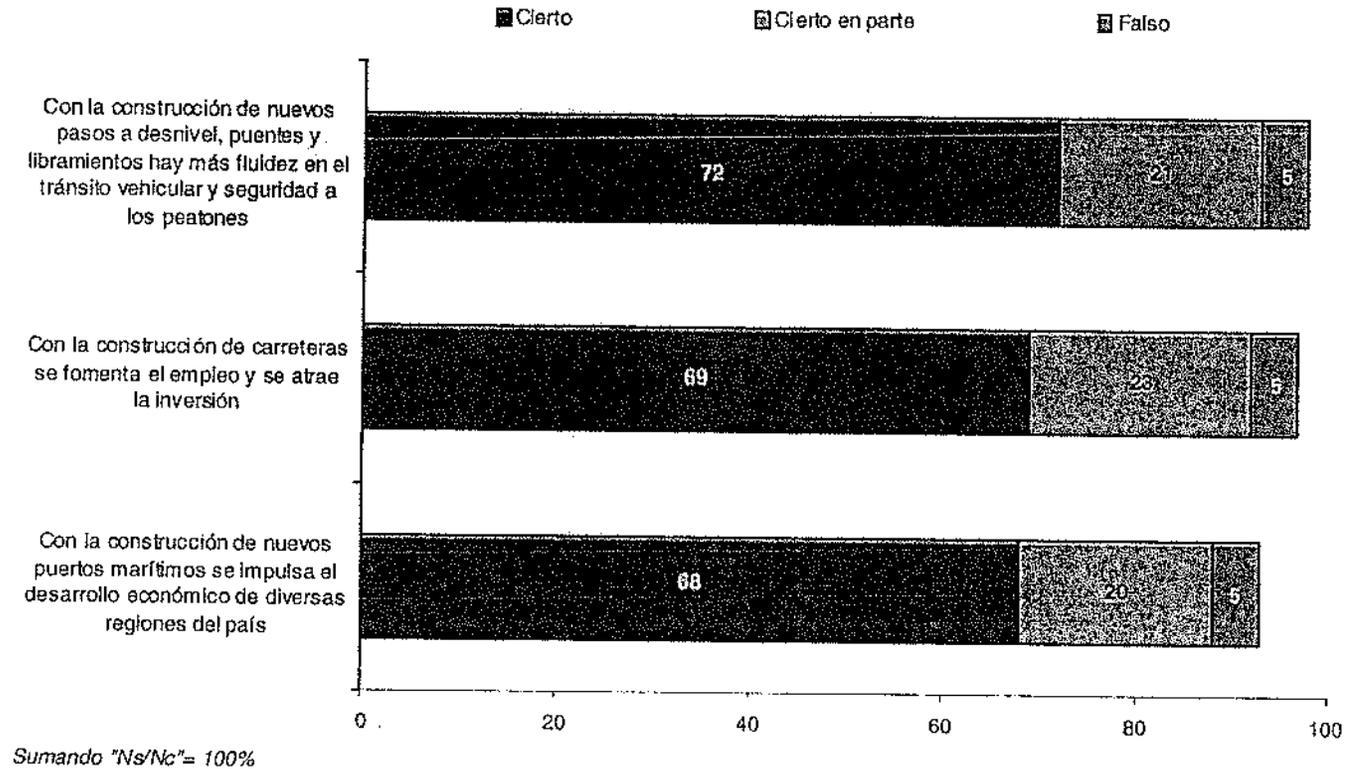
* Los porcentajes dentro del () corresponden al porcentaje del total de la muestra.

V. PROGRAMA NACIONAL DE INFRAESTRUCTURA

¿Usted cree que es cierto o falso que...?



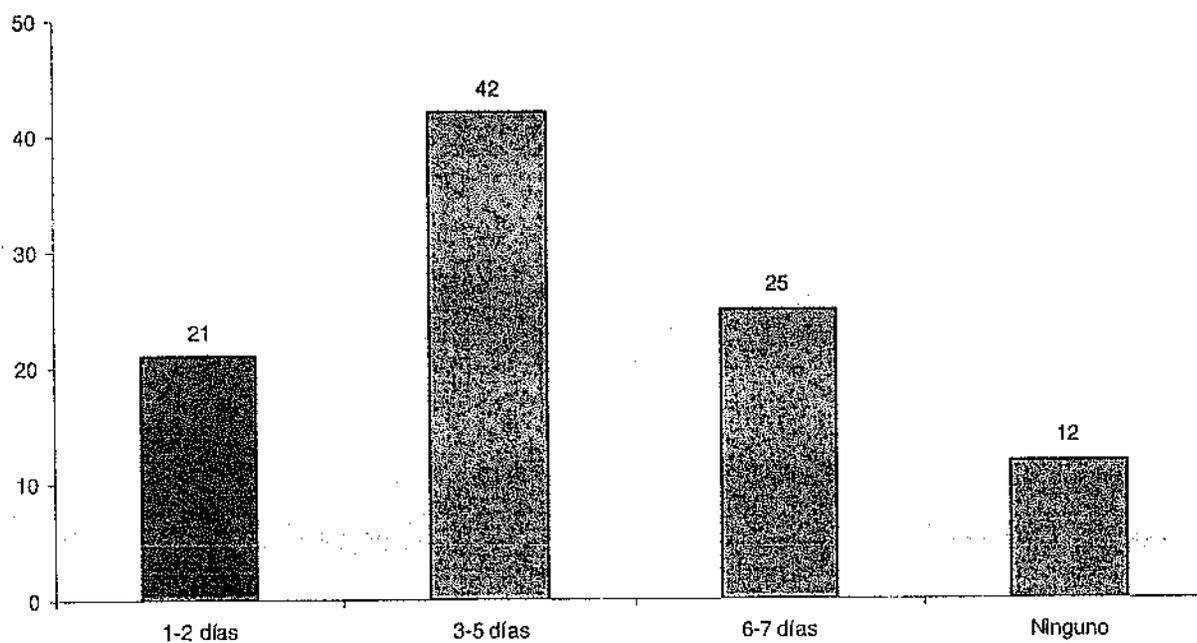
Y dígame, ¿usted cree que es cierto o falso que...?



VI. EXPOSICIÓN A MEDIOS DE COMUNICACIÓN

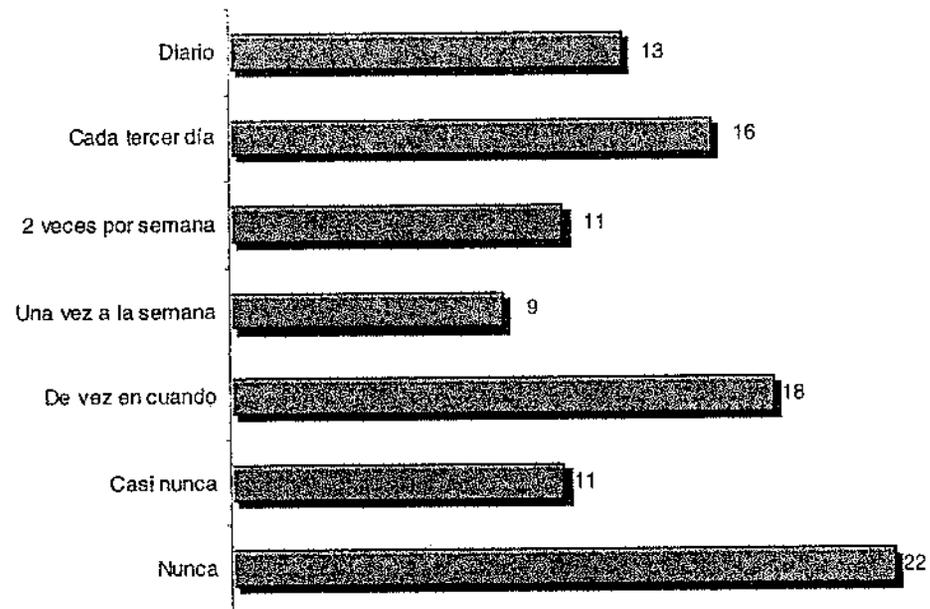
6.1 EXPOSICIÓN A NOTICIEROS NOCTURNOS

Dígame, desde el... pasado hasta ayer, ¿cuántos días vio algún noticiero de la noche?



6.2 PERIÓDICOS

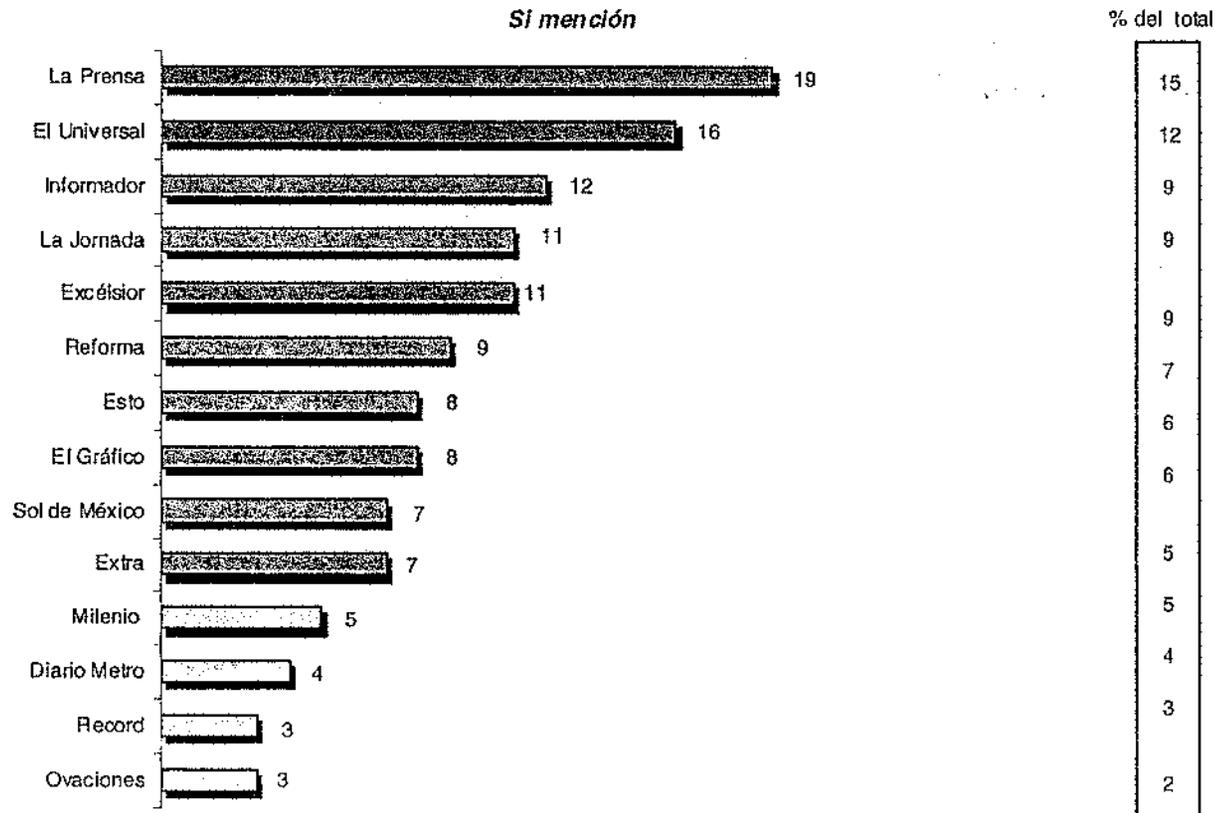
Y dígame, ¿con qué frecuencia tiene usted la oportunidad de leer u hojear algún periódico?



Del 78% que dijo leer periódicos al menos ocasionalmente

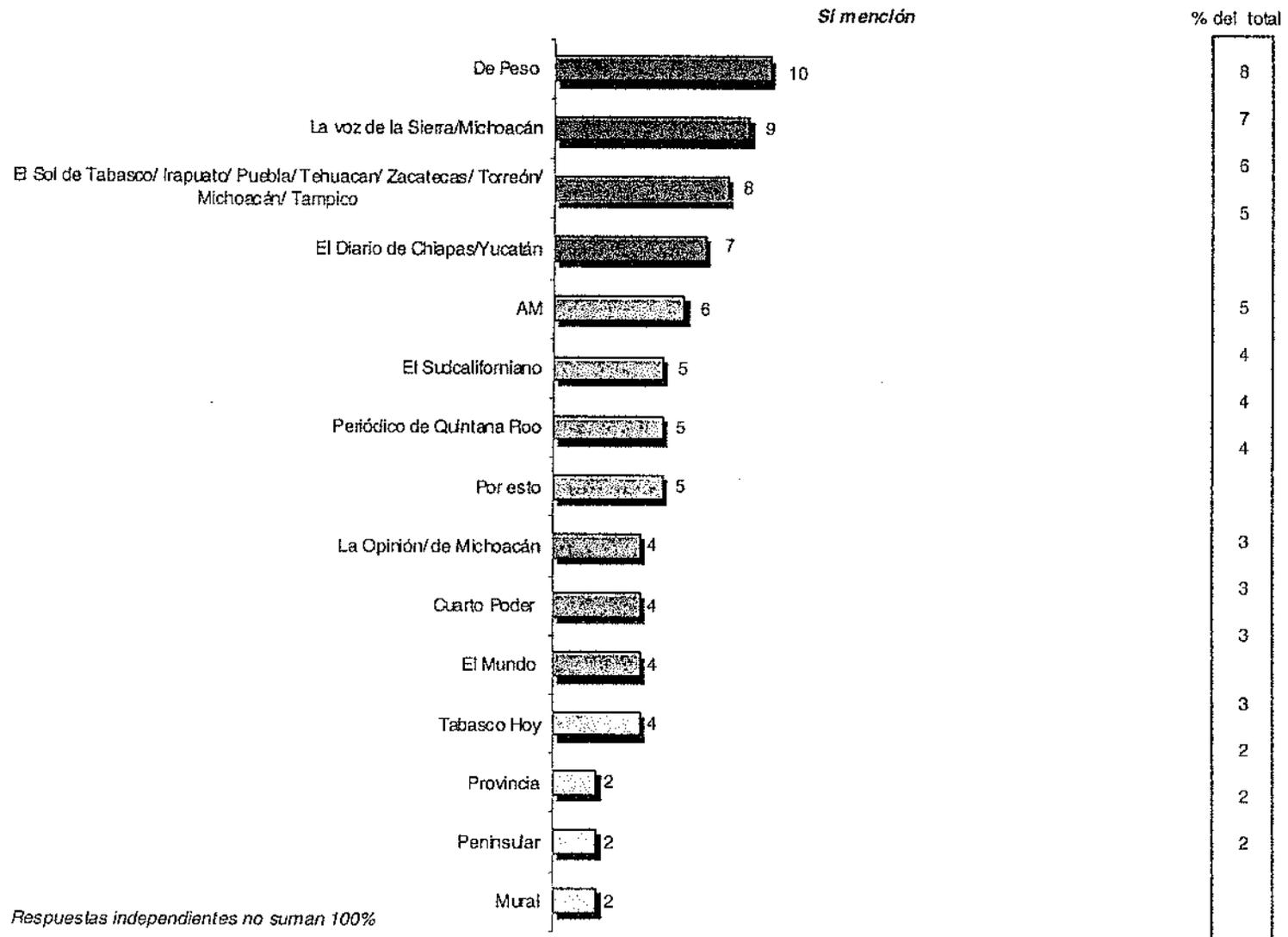
Generalmente, ¿qué periódico o periódicos lee usted?

Periódicos de circulación NACIONAL



Respuestas independientes no suman 100%

Periódicos de circulación LOCAL

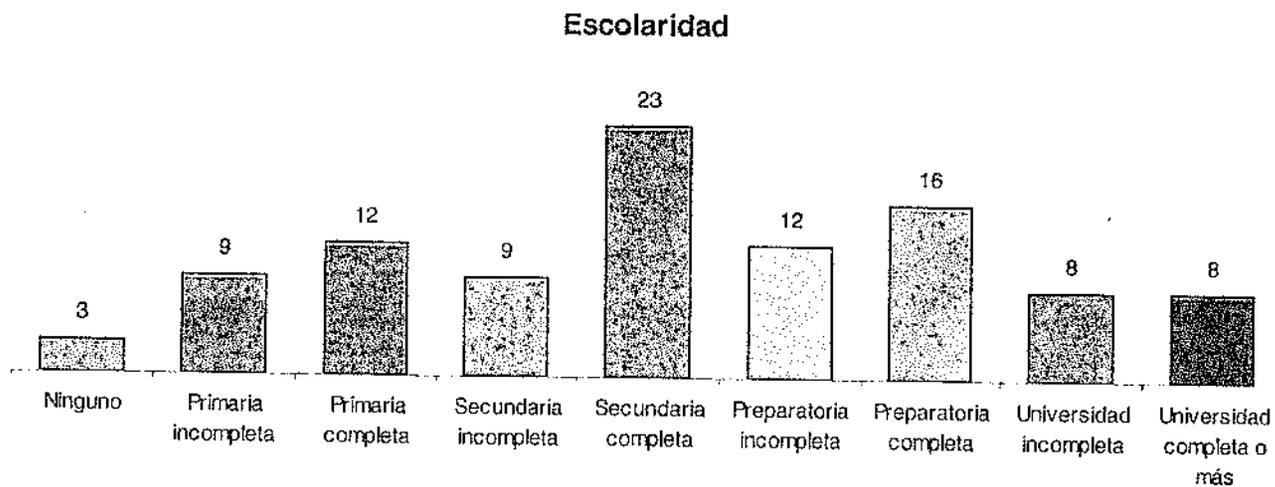
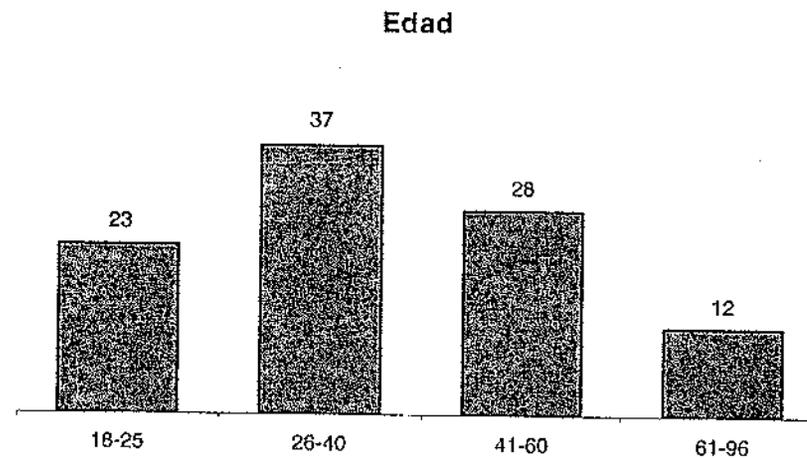
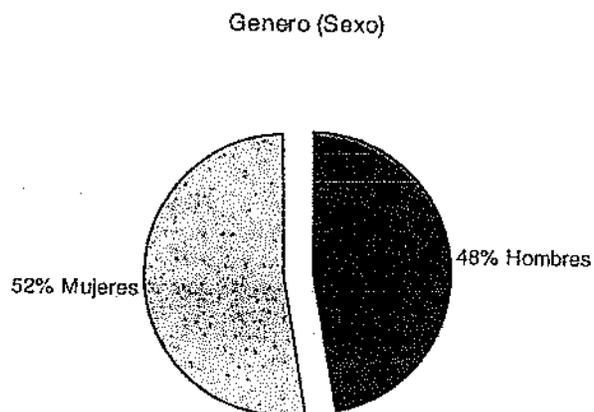


Del 78% que dijo leer periódicos al menos ocasionalmente

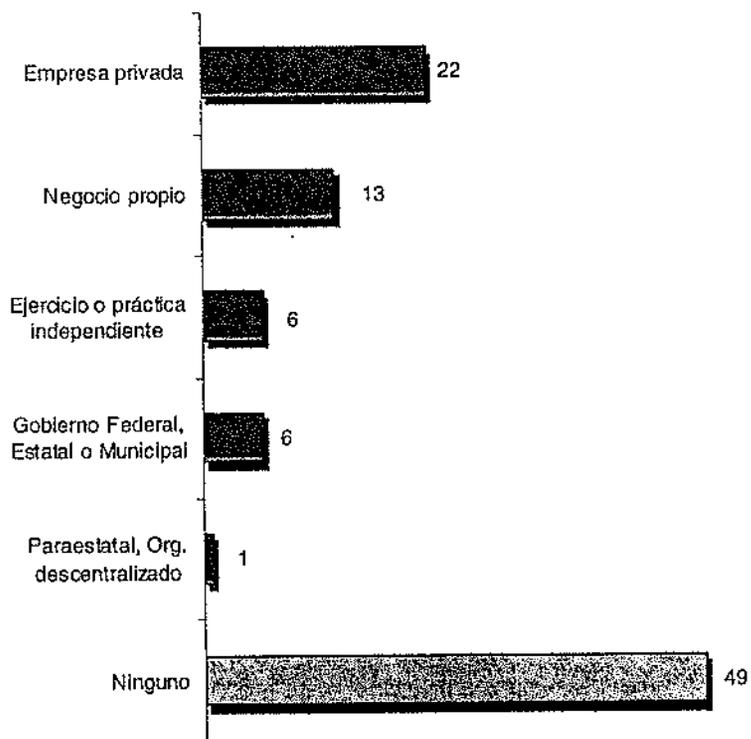
Adicionalmente se mencionaron los siguientes periódicos con respuestas dispersas de menos de 2%

Periódico	Menciones
Expreso	7
Diario Morelos	7
El Criollo	6
Frontera	4
El Zeta	4
El Reloj	4
El imparcial	3
Meridiano	2
8 Columnas	2
Tribuna	2
Publimetro	2
Presente	1
El Tiempo	1
El impulso	1
Ecos	1
Cambio de Michoacán	1
El tren	1

VII PERFIL SOCIOECONÓMICO

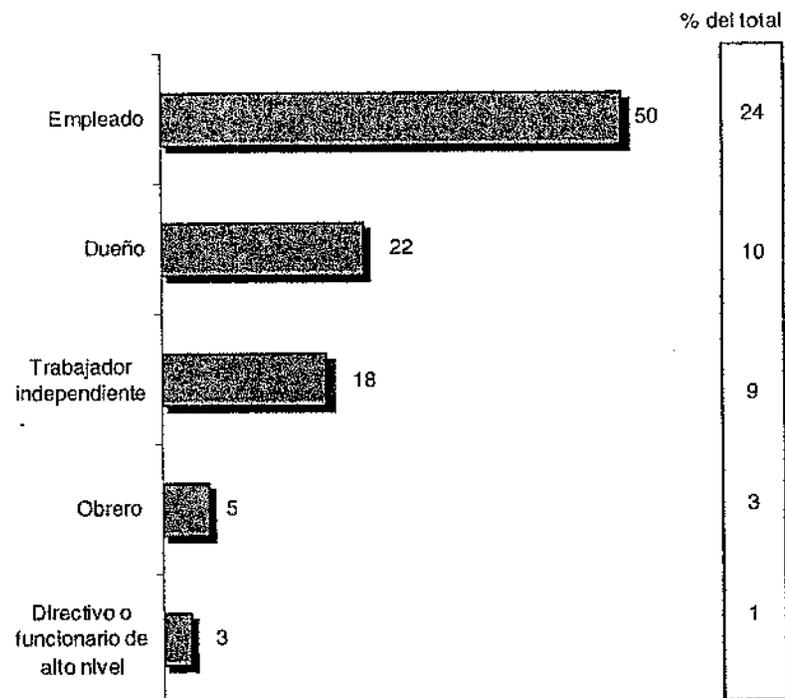


¿En qué tipo de institución, organismo o empresa trabaja usted?



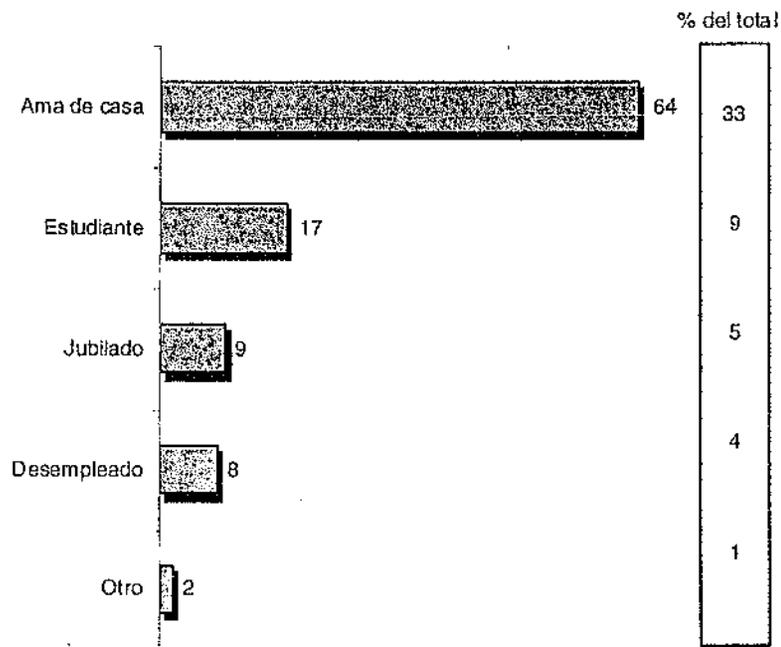
Sumando "No responde" = 100%.

¿Y usted qué es en el lugar donde trabaja?
Del 48% que dijo tener empleo



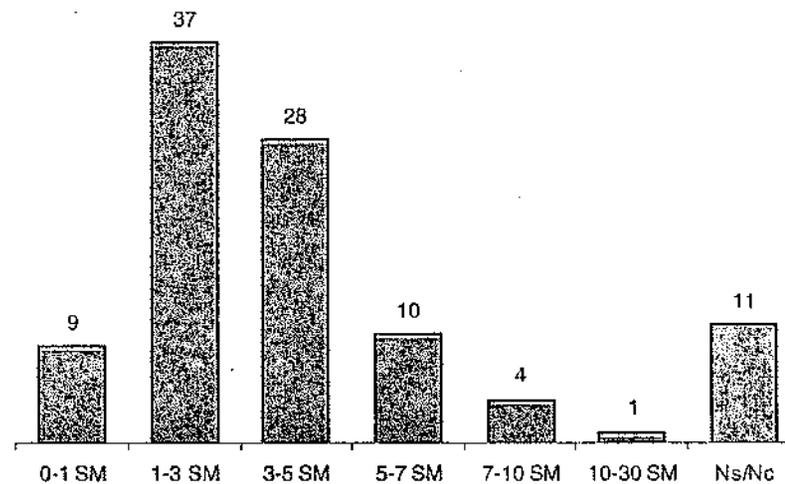
Sumando "Otro" y "Ns/Nc" = 100%

¿A qué se dedica usted?
Del 52% que dijo no trabajar actualmente



Nivel de ingreso

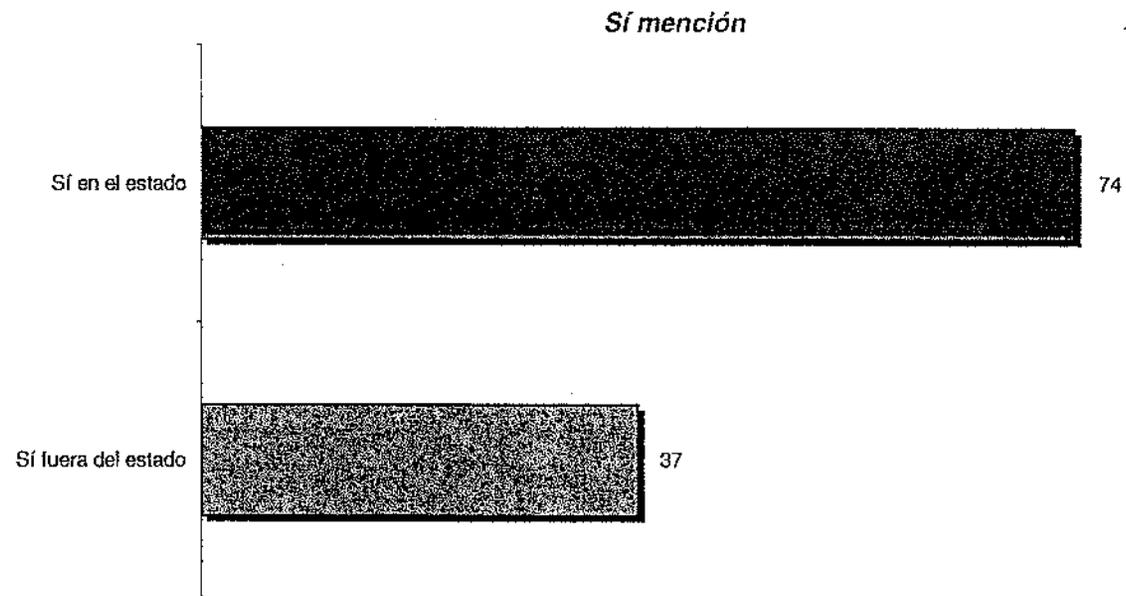
Sumando los ingresos de todas las personas que trabajan en su casa aproximadamente, ¿cuál es el rango de ingreso familiar mensual?



SM= Salario Mínimo

VIII USUARIOS DE CARRETERAS

Dígame, ¿de enero a la fecha usted ha utilizado alguna carretera o tramo carretero en su estado o fuera de él?



Respuestas independientes, no suman 100%

11.- Dígame, con lo que usted ha visto o escuchado de las acciones del gobierno de Felipe Calderón, ¿qué tanto está haciendo: mucho, bastante, poco o nada para...

	Mucho	Bastante	Poco	Nada	NS	NC
11_1. Mejorar las condiciones de vida de los más pobres	(1)	(2)	(3)	(4)	(8)	(9)
11_2. Ampliar la construcción de obras de infraestructura	(1)	(2)	(3)	(4)	(8)	(9)
11_3. Construir, modernizar y ampliar las carreteras en su estado	(1)	(2)	(3)	(4)	(8)	(9)
11_4. Combatir la delincuencia	(1)	(2)	(3)	(4)	(8)	(9)

GOB.- ¿Por favor, me puede decir el nombre del actual gobernador? (ENCUESTADOR: VERIFIQUE SI ES CORRECTO O INCORRECTO)

Correcto (1) Incorrecto (2) NS (8) NC (9)

13.- ¿Recientemente usted ha visto o escuchado algún anuncio sobre obras de infraestructura en su estado?

Sí (1) NC (9) PASE A 14
No (2) PASE A 14

13_1.- ¿Cuál anuncio ha visto o ha escuchado?

NS (98) NC (99)

14.- Dígame si antes de mencionárselo usted ya había visto, escuchado algún anuncio sobre obras en carreteras, puentes, libramientos y de puertos en su Estado o no

	Sí mención	No mención
14_1. Sí carreteras, puentes y libramientos	(1) PASE A 16	(2)
14_2. Sí puertos marítimos	(1) PASE A 16	(2)

15.- (ENCUESTADOR MOSTRAR IMÁGENES 1 Y 2) Dígame por favor recientemente usted vio o no alguna de estas imágenes:

Sí (1)
No (2) PASE A 24
NC (9) PASE A 24

16.- ¿En qué medio ha visto o escuchado el anuncio? (NO LEA OPCIONES, REGISTRE RESPUESTAS ESPONTÁNEAS).

	Sí mención	No mención
16_1. TV	(1)	(2)
16_2. Radio	(1) PASE A 18	(2)
16_3. Periódico (medio impreso)	(1)	(2)
16_4. Comentarios	(1) PASE A 18	(2)
16_5. Otro	(1) PASE A 18	(2)

17.- A LOS QUE RESPONDIERON QUE VIERON EL ANUNCIO O LAS IMÁGENES EN MEDIO IMPRESO O EN TELEVISIÓN) ¿Cuál es la imagen que más recuerda de este anuncio? (RESPUESTA ESPONTÁNEA).

NS (98) NC (99)

18.- ¿Cuál es para usted el principal mensaje que trata de transmitir el anuncio sobre carreteras en su estado? (RESPUESTA ESPONTÁNEA).

NS (98) NC (99)

SOLO PARA ENCUESTADOS EN BAJA CALIFORNIA, SINALOA, JALISCO, MICHOACAN, VERACRUZ Y TAMAULIPAS

18_2.- ¿Cuál es para usted que es el principal mensaje que trata de transmitir el anuncio sobre Puertos marítimos en su estado? (ENCUESTADOR REGISTRE RESPUESTA ESPONTÁNEA)

NS (98) NC (99)

19.- Dígame, ¿cuál es la frase principal con la que terminan estos anuncio? (NO LEA OPCIONES REGISTRE RESPUESTA ESPONTÁNEA).

NO RECUERDA (96) NC (99)

20.- Y, dígame, ¿quién firma estos anuncios? (REGISTRE RESPUESTA ESPONTÁNEA).

NS (98) NC (99)

21.- Y ¿qué tanto le gustó el anuncio: muchísimo, bastante, poco o nada?

Muchísimo (1) Nada (4)
Bastante (2) NS/NC (9)
Poco (3)

22.- (ENCUESTADOR ENTREGAR TARJETA 3) Le voy a leer algunas frases. Dígame en su opinión, ¿cuál de ellas describe mejor el mensaje que buscan transmitir estos anuncios? (ENCUESTADOR EL ENTREVISTADO DEBE ELEGIR ALGUNA OPCIÓN DE RESPUESTA)

- Con el programa de infraestructura más grande en la historia, estamos uniendo a México (1)

- Al modernizar y ampliar tramos de carreteras se beneficia a la población pues disminuye el tiempo de traslado y se establecen condiciones más seguras de tránsito (2)

- Con las obras de infraestructura como la construcción de carreteras y puertos se generan empleos (3)

Ninguna (espontánea) (4) PASE A 23
NS (98) PASE A 23
NC (99) PASE A 23

22_1.- Y, ¿a usted le parece que este mensaje es cierto o falso?

Cierto (1)
Cierto en parte (2)
Falso (3)
NS (8)
NC (9)

23.- Ahora por favor piense en los mexicanos que utilizan con frecuencia las carreteras de su estado, ¿a usted le parece que los anuncios que vio o escuchó...?

	Sí	En parte	No	NS	NC
23_1. Informan claramente de las obras carreteras que se están realizando	(1)	(2)	(3)	(8)	(9)
23_2. Reflejan la atención y preocupación del gobierno federal para comunicar a la población de su Estado	(1)	(2)	(3)	(8)	(9)

SOLO PARA ENCUESTADOS EN BAJA CALIFORNIA, SINALOA, TLAISCO, MICHOACANA, VERACRUZ Y TAMAULIPAS

23a.- Y dígame pensando en los Puertos que se construyen en su estado, ¿a usted le parece que los anuncios que vio o escuchó...?

	Sí	En parte	No	NS	NC
23a_1. Informan claramente de las obras que se están realizando en su estado	(1)	(2)	(3)	(8)	(9)
23a_2. Reflejan la atención y preocupación del gobierno federal para impulsar el desarrollo económico de su estado	(1)	(2)	(3)	(8)	(9)

24.- Con lo que usted sabe o ha escuchado de las obras que realiza el gobierno federal para construir y modernizar carreteras y puertos marítimos en los estados del país ¿qué tanto cree usted que contribuyen a traer beneficios económicos a... (ENCUESTADOR LEER OPCIONES DE RESPUESTA PARA CADA UNA DE LAS FRASES).

	Mucho	Bastante	Poco	Nada	NS	NC
24_1. La región donde usted vive	(1)	(2)	(3)	(4)	(8)	(9)
24_2. Su estado	(1)	(2)	(3)	(4)	(8)	(9)
24_3. A personas como usted	(1)	(2)	(3)	(4)	(8)	(9)

25.- Con lo que usted sabe o ha escuchado del programa de infraestructura que lleva a cabo el gobierno federal ¿su opinión sobre... mejoró o empeoró?

	Mejoró	Signo igual de bien	Signo igual de mal	Empeoró	NS	NC
25_1. El Secretario de Comunicaciones y Transportes	(1)	(2)	(3)	(4)	(8)	(9)
25_2. El Presidente Felipe Calderón	(1)	(2)	(3)	(4)	(8)	(9)

26.- Y dígame usted cree cierto o falso que... (ENCUESTADOR LEA CADA OPCION)

	Cierto	Cierto en parte (esp.)	Falso	NS	NC
26_1. Con el programa de infraestructura que realiza el gobierno federal se está uniendo a México	(1)	(2)	(3)	(8)	(9)
26_2. Al modernizar y ampliar carreteras se beneficia a las poblaciones	(1)	(2)	(3)	(8)	(9)
26_3. Al ampliar y mejorar la red carretera aumenta la actividad económica del país	(1)	(2)	(3)	(8)	(9)

27.- Y dígame, ¿usted cree que es cierto o falso que...? (ENCUESTADOR LEA CADA OPCION...)

	Cierto	Cierto en parte (vol.)	Falso	NS	NC
27_1. Con la construcción de nuevos pasos a desnivel, puentes y libramientos hay más fluidez en el tránsito vehicular y seguridad a los peatones	(1)	(2)	(3)	(8)	(9)
27_2. Con la construcción de carreteras se fomenta el empleo y se atrae la inversión	(1)	(2)	(3)	(8)	(9)
27_3. Con la construcción de nuevos puertos marítimos se impulsa el desarrollo económico de diversas regiones del país	(1)	(2)	(3)	(8)	(9)

CGR.- Con lo que usted sabe, ¿cuáles son las cámaras que tiene el Congreso de México? (ENCUESTADOR: NO LEA OPCIONES, REGISTRE RESPUESTA ESPONTÁNEA).

Diputados y Senadores	(1)	Otro	(4)	<input type="checkbox"/>
Diputados	(2)	NS	(8)	<input type="checkbox"/>
Senadores	(3)	NC	(9)	<input type="checkbox"/>

29.- En su opinión la Secretaría de Comunicaciones y Transportes tiene muy buena, buena, mala o muy mala imagen?

Muy buena	(1)	NS	(8)	<input type="checkbox"/>
Buena	(2)	NC	(9)	<input type="checkbox"/>
Regular (espontánea)	(3)			
Mala	(4)			
Muy mala	(5)			

30.- Comparado con el sexenio pasado, ¿cómo calificaría el desempeño de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, ahora es mejor o peor?

Mejor	(1)	NS/NC	(9)	<input type="checkbox"/>
Igual de bien	(2)			
Igual de mal	(3)			
Peor	(4)			

31.- Por favor, dígame si está de acuerdo o en desacuerdo con la manera como el presidente Felipe Calderón está manejando la política de comunicaciones y transportes

Acuerdo	(1)	NS	(8)	<input type="checkbox"/>
Acuerdo en parte (esp.)	(2)	NC	(9)	<input type="checkbox"/>
Desacuerdo en parte (esp.)	(3)			
Desacuerdo	(4)			

32.- Y dígame si está de acuerdo o en desacuerdo con la manera como el presidente Felipe Calderón está manejando... (LEER OPCIONES).

	Acuerdo	Acuerdo en parte	Desacuerdo en parte	Desacuerdo	NS	NC
32_1. La modernización y ampliación de las carreteras en México	(1)	(2)	(3)	(4)	(8)	(9)
32_2. La construcción de puertos marítimos	(1)	(2)	(3)	(4)	(8)	(9)

33.- Dígame por favor, ¿quién es el Secretario de Comunicaciones y Transportes? (ENCUESTADOR REGISTRE RESPUESTA ESPONTÁNEA)

NS (99) NC (97)

34.- Finalmente, dígame ¿de enero a la fecha usted ha utilizado alguna carretera o tramo carretero en su estado o fuera de él?

	Sí	No	
	Mención	Mención	
Sí en el estado	(1)	(2)	<input type="text"/>
Sí fuera del estado	(1)	(2)	<input type="text"/>

SOCIOECONÓMICOS

(ENCUESTADOR ANOTE SIN PREGUNTAR)

A.- Sexo

Masculino (1) Femenino (2)

B.- ¿Cuántos años cumplidos tiene usted?

NC (99)

C.- ¿En qué tipo de institución, organismo o empresa trabaja usted?

Ninguno (1) PASE A D

Gobierno Federal, Estatal o Municipal (2)

Parastatal, Org. descentralizado (3)

(empresa del gobierno descentralizada)

Empresa privada (4) PASE A E

Negocio propio (5)

Ejercicio o práctica independiente (6)

No responde (9) PASE A D

(Sólo para quienes no trabajan en alguna institución, organismo o empresa)

D.- ¿A qué se dedica usted?

Ama de casa (1) Desempleado (4)

Estudiante (2) Otro (5)

Jubilado (3) NS/NC (9)

(Sólo para quienes trabajan en alguna institución, organismo o empresa)

E.- ¿Y usted qué es en el lugar donde trabaja?

Dueño (1)

Trabajador independiente (2)

Directivo o funcionario de alto nivel (3)

Empleado (4)

Obrero (5)

Otro (6)

NS/NC (9)

F.- ¿Hasta qué año escolar estudió usted?

Ninguno (1)

Primaria incompleta (2)

Primaria completa (3)

Secundaria incompleta (4)

Secundaria completa (5)

Preparatoria incompleta (6)

Preparatoria completa (7)

Universidad incompleta (8)

Universidad completa o más (9)

NS/NC (10)

G).- Sumando los ingresos de todas las personas que trabajan en su casa, ¿cuál es el rango de ingreso familiar mensual?

0-1 Sal. Mín (0 - 1,644) (1)

1-3 Sal. Mín. (1,645 - 4,932) (2)

3-5 Sal. Mín. (4,933 - 8,220) (3)

5-7 Sal. Mín. (8,221 - 11,508) (4)

7-10 Sal. Mín. (11,509 - 16,440) (5)

10-30 Sal. Mín. (16,441 - 49,320) (6)

30+ Sal. Mín. (49,321 - +) (7)

NS-NC (9)

AMAI 1.- Pensando en el jefe de familia de su hogar, ¿cuál fue el último año de estudios que terminó?

No estudió (01)

Primaria incompleta (02)

Primaria completa (03)

Secundaria incompleta (04)

Secundaria completa (05)

Carrera comercial (06)

Carrera técnica (07)

Preparatoria incompleta (08)

Preparatoria Completa (09)

Licenciatura incompleta (10)

Licenciatura completa (11)

Maestría/Diplomado (12)

Doctorado (13)

NS/NC (99)

AMAI 2 En su vivienda, ¿cuenta con calentador propio de agua o boiler?

Sí (1) No (2) NS (98) NC (99)

AMAI 3. ¿Con cuántas habitaciones cuenta su vivienda?, por favor incluya las recámaras, sala, cocina, comedor y todos los otros cuartos que tenga, pero no cuente baños, pasillos, patios, cochera.

NS (98) NC (99)

AMAI 4. Contando todos los focos que utiliza para iluminar su vivienda, incluyendo los de techos, paredes y lámparas de buró o piso, dígame, ¿cuántos focos tiene en su vivienda?

NS (98) NC (99)

AMAI 5. En su hogar, ¿cuántos automóviles hay, no importa que sean taxi o un auto de alguna compañía?

NS (98) NC (99)

AMAI 6. ¿Cuántos baños con regadera tiene dentro de su hogar?

NS (98) NC (99)

HORA DE TÉRMINO DE LA ENTREVISTA _____:

CLAVE DE SUPERVISOR

PRESENTACIÓN AL ENCUESTADO

Buenos días/tardes/noches. Muchas gracias por participar en esta encuesta que realizamos para la publicación "Acontecer Nacional y Opinión Pública". Buscamos conocer su opinión sobre varios temas de interés nacional. Sus respuestas son anónimas y serán utilizadas sólo con fines estadísticos.

6.- Dígame, desde el (MENCIONAR DÍA DE LA SEMANA EN QUE LEVANTA LA ENCUESTA) pasado hasta ayer ¿cuántos días vio algún noticiero de la noche? (ANOTAR NUMERO).

De 1 a 7
 Ninguno (8)
 NS/NC (9)

7.- En general, ¿está usted de acuerdo o en desacuerdo con la manera como está gobernando el presidente Felipe Calderón?

Acuerdo (1) NS (8)
 Acuerdo en parte (esp.) (2) NC (9)
 Desacuerdo en parte (esp.) (3)
 Desacuerdo (4)

1.- Dígame por favor cuando le mencione obras de infraestructura en que piensa usted: (ENCUESTADOR ACEPTE HASTA DOS RESPUESTAS).

No sabe (98)
 No contestó (99)

2.- Ahora dígame por favor ¿cómo cree que usted que están en México... (ENCUESTADOR LEER OPCIONES) en buen estado o en mal estado?

	En buen estado	En algunos bien, en algunos mal (esp.)	En mal estado	NS	NC
2_4. Las vías de ferrocarril	(1)	(2)	(3)	(8)	(9)
2_3. Las obras que permiten servicios de telecomunicaciones como teléfono, Internet, etc.	(1)	(2)	(3)	(8)	(9)
2_2. Los aeropuertos	(1)	(2)	(3)	(8)	(9)
2_5. Los puertos marítimos	(1)	(2)	(3)	(8)	(9)
2_1. Las carreteras	(1)	(2)	(3)	(8)	(9)

3.- Con lo que usted sabe o ha escuchado de las presas, carreteras, aeropuertos, puertos, red de hospitales, refineras, escuelas y otras obras de infraestructura con que cuenta el país, ¿Usted diría en general que son... (ENCUESTADOR LEA OPCIONES DE RESPUESTA).

(1) Suficientes o (2) insuficientes para el desarrollo del país (9) NS/NC
 (1) Están en buen estado o (2) en mal estado (9) NS/NC
 (1) Adecuadas a las necesidades del país o (2) ya están viejas y atrasadas (9) NS/NC

4.- Y pensando en las carreteras del país con lo que usted sabe o ha escuchado son...

(1) Suficientes o (2) insuficientes para el desarrollo del país (9) NS/NC
 (1) Están mejorando o (2) siguen igual que antes (9) NS/NC

5- Y con lo que usted sabe o ha escuchado de los puertos marítimos del país son...

(1) Suficientes o (2) insuficientes para el desarrollo del país (9) NS/NC
 (1) Están mejorando o (2) siguen igual que antes (9) NS/NC

8.- Dígame por favor, ¿qué opinión tiene usted muy buena, buena, mala o muy mala de...?

	Muy buena	Buena	Regular (esp.)	Mala	Muy mala	NS	NC
8_1. La Secretaría de Educación Pública	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(8)	(9)
8_2. La Secretaría de Comunicaciones y Transportes	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(8)	(9)
8_3. La Secretaría de Hacienda	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(8)	(9)

9.- Y dígame ¿con qué frecuencia tiene usted la oportunidad de leer u hojear algún periódico? (ENCUESTADOR LEER OPCIONES).

Diario (1) Casi nunca (6)
 Cada tercer día (2) Nunca PASE A DIP (7)
 2 veces por semana (3) NS (8)
 Una vez a la semana (4) NC (9)
 De vez en cuando (5)

9_1.- Generalmente, ¿qué periódico o periódicos lee usted (ENCUESTADOR ACEPTE HASTA TRES MENCIONES, si no lo menciona pregunte por el periódico local que más lee.)

	Sí mención	No mención
9_1. El Universal	(1)	(2)
9_2. La Jornada	(1)	(2)
9_3. Reforma	(1)	(2)
9_4. Excélsior	(1)	(2)
9_5. Sol de México	(1)	(2)
Otro: _____ Nacional		
Otro: _____ Local		
Otro: _____ Local		

DIP.- En general, ¿cuántos años dura un diputado en su cargo (puesto)? (ENCUESTADOR NO LEA OPCIONES, REGISTRE RESPUESTA ESPONTÁNEA)

Tres años (1)
 Otro (2)
 NS (8)
 NC (9)

11.- Dígame, con lo que usted ha visto o escuchado de las acciones del gobierno de Felipe Calderón, ¿qué tanto está haciendo: mucho, bastante, poco o nada para...

	Mucho	Bastante	Poco	Nada	NS	NC
11_2. Ampliar la construcción de obras de infraestructura	(1)	(2)	(3)	(4)	(8)	(9)
11_1. Mejorar las condiciones de vida de los más pobres	(1)	(2)	(3)	(4)	(8)	(9)
11_4. Combatir la delincuencia	(1)	(2)	(3)	(4)	(8)	(9)
11_3. Construir, modernizar y ampliar las carreteras en su estado	(1)	(2)	(3)	(4)	(8)	(9)

GOB.- ¿Por favor, me puede decir el nombre del actual gobernador? (ENCUESTADOR: VERIFIQUE SI ES CORRECTO O INCORRECTO)

Correcto (1) Incorrecto (2) NS (8) NC (9)

13.- ¿Recientemente usted ha visto o escuchado algún anuncio sobre obras de infraestructura en su estado?

Sí (1) No (2) PASE A 14 NC (9) PASE A 14

13_1.- ¿Cuál anuncio ha visto o ha escuchado?

NS (98) NC (99)

14.- Dígame si antes de mencionárselo usted ya había visto, escuchado algún anuncio sobre obras en carreteras, puentes, libramientos y de puertos en su Estado o no

	Sí mención	No mención
14_1. Si carreteras, puentes y libramientos	(1) PASE A 16	(2)
14_2. Si puertos marítimos	(1) PASE A 16	(2)

15.- (ENCUESTADOR MOSTRAR IMÁGENES 1 Y 2) Dígame por favor recientemente usted vio o no alguna de estas imágenes:

Sí (1) No (2) PASE A 24 NC (9) PASE A 24

16.- ¿En qué medio ha visto o escuchado el anuncio? (NO LEA OPCIONES, REGISTRE RESPUESTAS ESPONTÁNEAS).

	Sí mención	No mención
16_1. TV	(1)	(2)
16_2. Radio	(1) PASE A 18	(2)
16_3. Periódico (medio impreso)	(1)	(2)
16_4. Comentarios	(1) PASE A 18	(2)
16_5. Otro	(1) PASE A 18	(2)

17.- A LOS QUE RESPONDIERON QUE VIERON EL ANUNCIO O LAS IMÁGENES EN MEDIO IMPRESO O EN TELEVISIÓN ¿Cuál es la imagen que más recuerda de este anuncio? (RESPUESTA ESPONTÁNEA).

NS (98) NC (99)

18.- ¿Cuál es para usted el principal mensaje que trata de transmitir el anuncio sobre carreteras en su estado? (RESPUESTA ESPONTÁNEA).

NS (98) NC (99)

SÓLO PARA ENCUESTADOS EN BAJA CALIFORNIA, SINALOA, TOLUCA, MICHOACAN, VERACRUZ Y TAMAULIPAS

18_1.- Y, ¿cuál es para usted el principal mensaje que trata de transmitir el anuncio sobre Puertos marítimos en su estado? (ENCUESTADOR REGISTRE RESPUESTA ESPONTÁNEA).

NS (98) NC (99)

19.- Dígame, ¿cuál es la frase principal con la que terminan estos anuncios? (NO LEA OPCIONES REGISTRE RESPUESTA ESPONTÁNEA).

NO RECUERDA (96) NC (99)

20.- Y, dígame, ¿quién firma estos anuncios? (REGISTRE RESPUESTA ESPONTÁNEA).

NS (98) NC (99)

21.- Y ¿qué tanto le gustó el anuncio: muchísimo, bastante, poco o nada?

Muchísimo (1) Nada (4) Bastante (2) NS/NC (9) Poco (3)

22.- (ENCUESTADOR ENTREGAR TARJETA 3) Le voy a leer algunas frases. Dígame en su opinión, ¿cuál de ellas describe mejor el mensaje que buscan transmitir estos anuncios? (ENCUESTADOR EL ENTREVISTADO DEBE ELEGIR ALGUNA OPCIÓN DE RESPUESTA)

- Con el programa de infraestructura más grande en la historia, estamos uniendo a México (1)
- Al modernizar y ampliar tramos de carreteras se beneficia a la población pues disminuye el tiempo de traslado y se establecen condiciones más seguras de tránsito (2)
- Con las obras de infraestructura como la construcción de carreteras y puertos se generan empleos (3)
- Ninguna (espontánea) (4) PASE A 23
- NS (98) PASE A 23
- NC (99) PASE A 23

22_1.- Y, ¿a usted le parece que este mensaje es cierto o falso?

Cierto (1) Cierto en parte (2) Falso (3) NS (8) NC (9)

23.- Ahora por favor piense en los mexicanos que utilizan con frecuencia las carreteras de su estado, ¿a usted le parece que los anuncios que vio o escuchó...?

	SI	En parte	No	NS	NC
23_1. Informan claramente de las obras carreteras que se están realizando	(1)	(2)	(3)	(8)	(9)
23_2. Reflejan la atención y preocupación del gobierno federal para comunicar a la población de su Estado	(1)	(2)	(3)	(8)	(9)

SÓLO PARA ENCUESTADOS EN BAJA CALIFORNIA, SINALOA, JALISCO, MICHOACÁN, VERACRUZ Y TAMAULIPAS

23a.- Y dígame pensando en los Puertos que se construyen en su estado ¿a usted le parece que los anuncios que vio o escuchó le...?

	SI	En parte	No	NS	NC
23a_1. Informan claramente de las obras que se están realizando en su estado	(1)	(2)	(3)	(8)	(9)
23a_2. Reflejan la atención y preocupación del gobierno federal para impulsar el desarrollo económico de su estado	(1)	(2)	(3)	(8)	(9)

24.- Con lo que usted sabe o ha escuchado de las obras que realiza el gobierno federal para construir y modernizar carreteras y puertos marítimos en los estados del país ¿qué tanto cree usted que contribuyen a traer beneficios económicos a... (ENCUESTADOR LEER OPCIONES DE RESPUESTA PARA CADA UNA DE LAS FRASES).

	Mucho	Bastante	Poco	Nada	NS	NC
24_1. La región donde usted vive	(1)	(2)	(3)	(4)	(8)	(9)
24_2. Su estado	(1)	(2)	(3)	(4)	(8)	(9)
24_3. A personas como usted	(1)	(2)	(3)	(4)	(8)	(9)

25.- Con lo que usted sabe o ha escuchado del programa de infraestructura que lleva a cabo el gobierno federal ¿su opinión sobre... mejoró o empeoró?

	Mejóro	Sigue igual de bien	Sigue igual de mal	Empeoró	NS	NC
25_1. El Secretario de Comunicaciones y Transportes	(1)	(2)	(3)	(4)	(8)	(9)
25_2. El Presidente Felipe Calderón	(1)	(2)	(3)	(4)	(8)	(9)

27.- Y dígame, ¿usted cree que es cierto o falso que...? (ENCUESTADOR LEA CADA OPCIÓN...)

	Cierto	Cierto en parte (vot.)	Falso	NS	NC
27_1. Con la construcción de nuevos pasos a desnivel, puentes y libramientos hay más fluidez en el tránsito vehicular y seguridad a los peatones	(1)	(2)	(3)	(8)	(9)
27_2. Con la construcción de carreteras se fomenta el empleo y se atrae la inversión	(1)	(2)	(3)	(8)	(9)
27_3. Con la construcción de nuevos puertos marítimos se impulsa el desarrollo económico de diversas regiones del país	(1)	(2)	(3)	(8)	(9)

26.- Y dígame usted cree cierto o falso que... (ENCUESTADOR LEA CADA).

	Cierto	Cierto en parte (esp.)	Falso	NS	NC
26_1. Con el programa de infraestructura que realiza el gobierno federal se está uniendo a México	(1)	(2)	(3)	(8)	(9)
26_2. Al modernizar y ampliar carreteras se beneficia a las poblaciones	(1)	(2)	(3)	(8)	(9)
26_3. Al ampliar y mejorar la red carretera aumenta la actividad económica del país	(1)	(2)	(3)	(8)	(9)

CGR.- Con lo que usted sabe, ¿cuáles son las cámaras que tiene el Congreso de México? (ENCUESTADOR: NO LEA OPCIONES, REGISTRE RESPUESTA ESPONTÁNEA).

Diputados y Senadores	(1)	Otro	(4)	<input type="checkbox"/>
Diputados	(2)	NS	(8)	
Senadores	(3)	NC	(9)	

29.- En su opinión la Secretaría de Comunicaciones y Transportes tiene muy buena, buena, mala o muy mala imagen?

Muy buena	(1)	NS	(8)	<input type="checkbox"/>
Buena	(2)	NC	(9)	
Regular (espontánea)	(3)			
Mala	(4)			
Muy mala	(5)			

30.- Comparado con el sexenio pasado, ¿cómo calificaría el desempeño de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, ahora es mejor o peor?

Mejor	(1)	NS/NC	(9)	<input type="checkbox"/>
Igual de bien	(2)			
Igual de mal	(3)			
Peor	(4)			

31.- Por favor, dígame si está de acuerdo o en desacuerdo con la manera como el presidente Felipe Calderón está manejando la política de comunicaciones y transportes

Acuerdo	(1)	NS	(8)	<input type="checkbox"/>
Acuerdo en parte (esp.)	(2)	NC	(9)	
Desacuerdo en parte (esp.)	(3)			
Desacuerdo	(4)			

32.- Y dígame si está de acuerdo o en desacuerdo con la manera como el presidente Felipe Calderón está manejando... (LEER OPCIONES).

	Acuerdo	Acuerdo en parte	Desacuerdo en parte	Desacuerdo	NS	NC
32_1. La modernización y ampliación de las carreteras en México	(1)	(2)	(3)	(4)	(8)	(9)
32_2. La construcción de puertos marítimos	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(8)

33.- Dígame por favor, ¿quién es el Secretario de Comunicaciones y Transportes? (ENCUESTADOR REGISTRE RESPUESTA ESPONTANEA)

NS (99) NC (97)

34.- Finalmente, dígame ¿de enero a la fecha usted ha utilizado alguna carretera o tramo carretero en su estado o fuera de él?

	Sí	No	
	Mención	Mención	
Sí en el estado	(1)	(2)	<input type="text"/>
Sí fuera del estado	(1)	(2)	<input type="text"/>

SOCIOECONÓMICOS

(ENCUESTADOR ANOTE SIN PREGUNTAR)

A.- Sexo

Masculino (1) Femenino (2)

B.- ¿Cuántos años cumplidos tiene usted?

_____ NS (99)

C.- ¿En qué tipo de institución, organismo o empresa trabaja usted?

Ninguno	(1) PASE A D	<input type="text"/>
Gobierno Federal, Estatal o Municipal	(2)	} PASE A E
Paraestatal, Org. descentralizado (empresa del gobierno descentralizada)	(3)	
Empresa privada	(4)	
Negocio propio	(5)	
Ejercicio o práctica independiente	(6)	
No responde	(9) PASE A D	

(Sólo para quienes no trabajan en alguna institución, organismo o empresa)

D.- ¿A qué se dedica usted?

Ama de casa	(1)	Desempleado	(4)	<input type="text"/>
Estudiante	(2)	Otro	(5)	
Jubilado	(3)	NS/NC	(9)	

(Sólo para quienes trabajan en alguna institución, organismo o empresa)

E.- ¿Y usted qué es en el lugar donde trabaja?

Dueño	(1)	<input type="text"/>
Trabajador independiente	(2)	
Directivo o funcionario de alto nivel	(3)	
Empleado	(4)	
Obrero	(5)	
Otro	(6)	
NS/NC	(9)	

F. ¿Hasta qué año escolar estudió usted?

Ninguno	(1)	<input type="text"/>
Primaria incompleta	(2)	
Primaria completa	(3)	
Secundaria incompleta	(4)	
Secundaria completa	(5)	
Preparatoria incompleta	(6)	
Preparatoria completa	(7)	
Universidad incompleta	(8)	
Universidad completa o más	(9)	
NS/NC	(10)	

G).- Sumando los ingresos de todas las personas que trabajan en su casa, ¿cuál es el rango de ingreso familiar mensual?

0-1 Sal. Mín (0 - 1,644)	(1)	<input type="text"/>
1-3 Sal. Mín. (1,645 - 4,932)	(2)	
3-5 Sal. Mín. (4,933 - 8,220)	(3)	
5-7 Sal. Mín. (8,221 - 11,508)	(4)	
7-10 Sal. Mín. (11,509 - 16,440)	(5)	
10-30 Sal. Mín. (16,441 - 49,320)	(6)	
30+ Sal. Mín. (49,321 - +)	(7)	
NS-NC	(9)	

AMAI 1.- Pensando en el jefe de familia de su hogar, ¿cuál fue el último año de estudios que terminó?

No estudió	(01)	<input type="text"/>
Primaria incompleta	(02)	
Primaria completa	(03)	
Secundaria incompleta	(04)	
Secundaria completa	(05)	
Carrera comercial	(06)	
Carrera técnica	(07)	
Preparatoria incompleta	(08)	
Preparatoria Completa	(09)	
Licenciatura incompleta	(10)	
Licenciatura completa	(11)	
Maestría/Diplomado	(12)	
Doctorado	(13)	
NS/NC	(99)	

AMAI 2 En su vivienda, ¿cuenta con calentador propio de agua o boiler?

Sí (1) No (2) NS (98) NC (99)

AMAI 3. ¿Con cuántas habitaciones cuenta su vivienda?, por favor incluya las recámaras, sala, cocina, comedor y todos los otros cuartos que tenga, pero no cuente baños, pasillos, patios, cochera.

_____ NS (98) NC (99)

AMAI 4. Contando todos los focos que utiliza para iluminar su vivienda, incluyendo los de techos, paredes y lámparas de buró o piso, dígame, ¿cuántos focos tiene en su vivienda?

_____ NS (98) NC (99)

AMAI 5. En su hogar, ¿cuántos automóviles hay, no importa que sean taxi o un auto de alguna compañía?

_____ NS (98) NC (99)

AMAI 6. ¿Cuántos baños con regadera tiene dentro de su hogar?

_____ NS (98) NC (99)

HORA DE TÉRMINO DE LA ENTREVISTA _____ :

CLAVE DE SUPERVISOR

Tarjeta #3

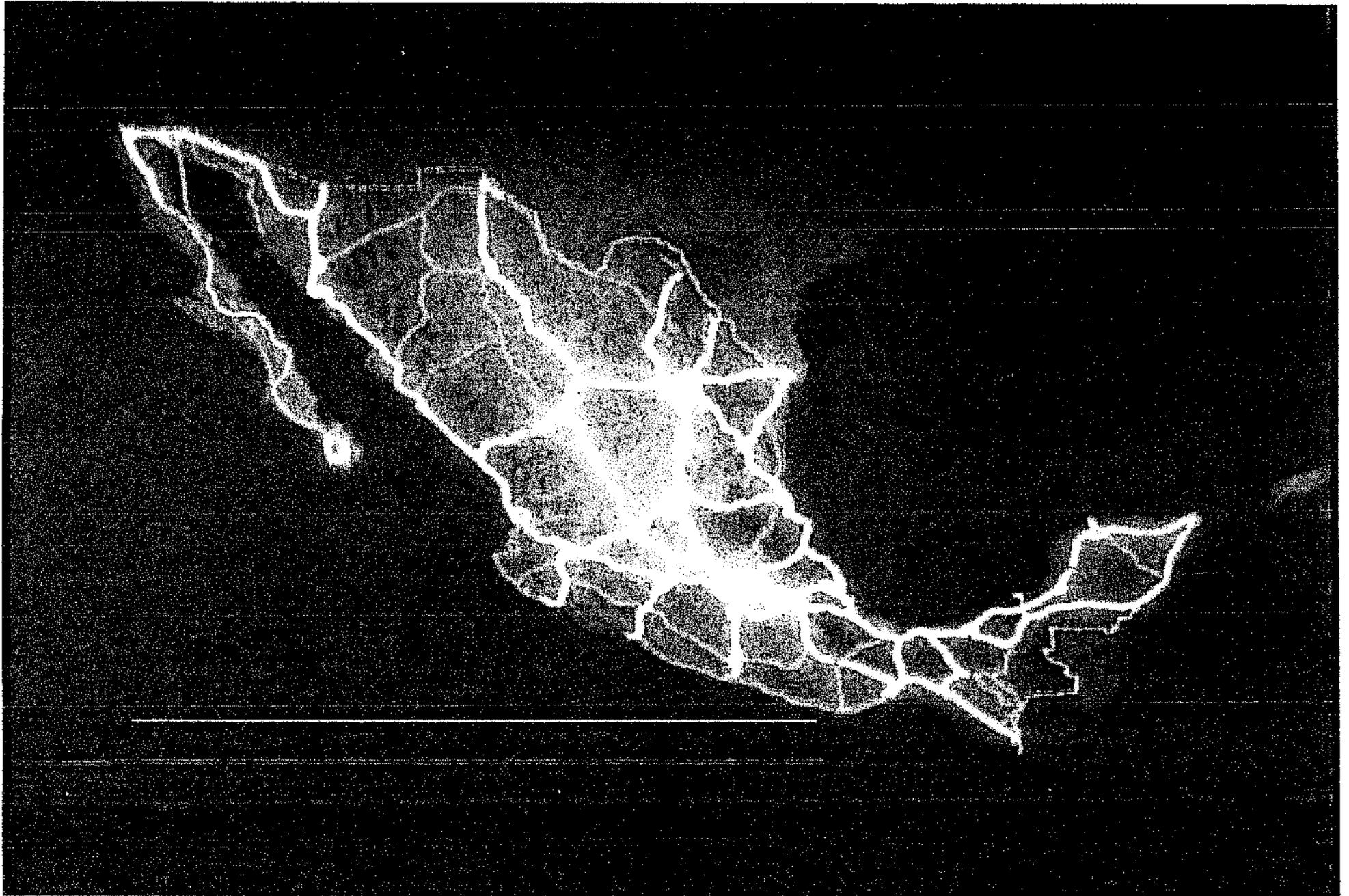
Versión 1

- Con el programa de infraestructura más grande en la historia, estamos uniendo a México.
- Al modernizar y ampliar tramos de carreteras se beneficia a la población pues disminuye el tiempo de traslado y se establecen condiciones más seguras de tránsito.
- Con las obras de infraestructura como la construcción de carreteras y puertos se generan empleos.

Tarjeta #3

Versión 2

- Al modernizar y ampliar tramos de carreteras se beneficia a la población pues disminuye el tiempo de traslado y se establecen condiciones más seguras de tránsito.
- Con las obras de infraestructura como la construcción de carreteras y puertos se generan empleos.
- Con el programa de infraestructura más grande en la historia, estamos uniendo a México.



PROGRESO
YUCALPETEN

TAMANCHE
RETORNO MERIDA

Yucatan