

Estudio Post-Test de la campaña Seguridad Vial, versión Sociedad y Satisfacción de los servicios que brinda CAPUFE en sus tramos carreteros.



CAPUFE

CAMINOS Y PUENTES FEDERALES

INFORME GENERAL



consultoría social

Unimos a empresas y gobiernos con sus comunidades

+52 55 5131 3971 / www.zeainvestigacion.com / info@zeainvestigacion.com

[in/zeainvestigacion](https://www.linkedin.com/company/zeainvestigacion) [t/ZealInvestiga](https://twitter.com/ZealInvestiga) [f/ZealInvestigacion](https://www.facebook.com/ZealInvestigacion)

Octubre 2021

METODOLOGÍA

Entrevistados:	<ul style="list-style-type: none">• Cobertura: Nacional• Urbana y rural• Hombres y mujeres• 19 a 24 años, 25 a 34 años, 35 a 44 años y 45 a 65 años y más• Nivel socioeconómico A/B, C, C+, D, D+ y E
Técnica de Levantamiento:	<ul style="list-style-type: none">• Encuesta cara a cara
Instrumento de recopilación de información:	<ul style="list-style-type: none">• Cuestionarios en papel
Marco muestral:	<ul style="list-style-type: none">• Secciones electorales actualizadas por el INE
Tamaño de muestra:	<ul style="list-style-type: none">• 1,100 entrevistas completas
Esquema de selección:	<ul style="list-style-type: none">• Selección aleatoria, estratificada, polietápica con probabilidad de selección proporcional al tamaño (PPT)
Confiabilidad estadística:	<ul style="list-style-type: none">• 95%
Margen de error:	<ul style="list-style-type: none">• +/- 2.7%

Los datos contenidos en los resultados finales del estudio de comunicación representan las opiniones y percepciones de las y los entrevistados.



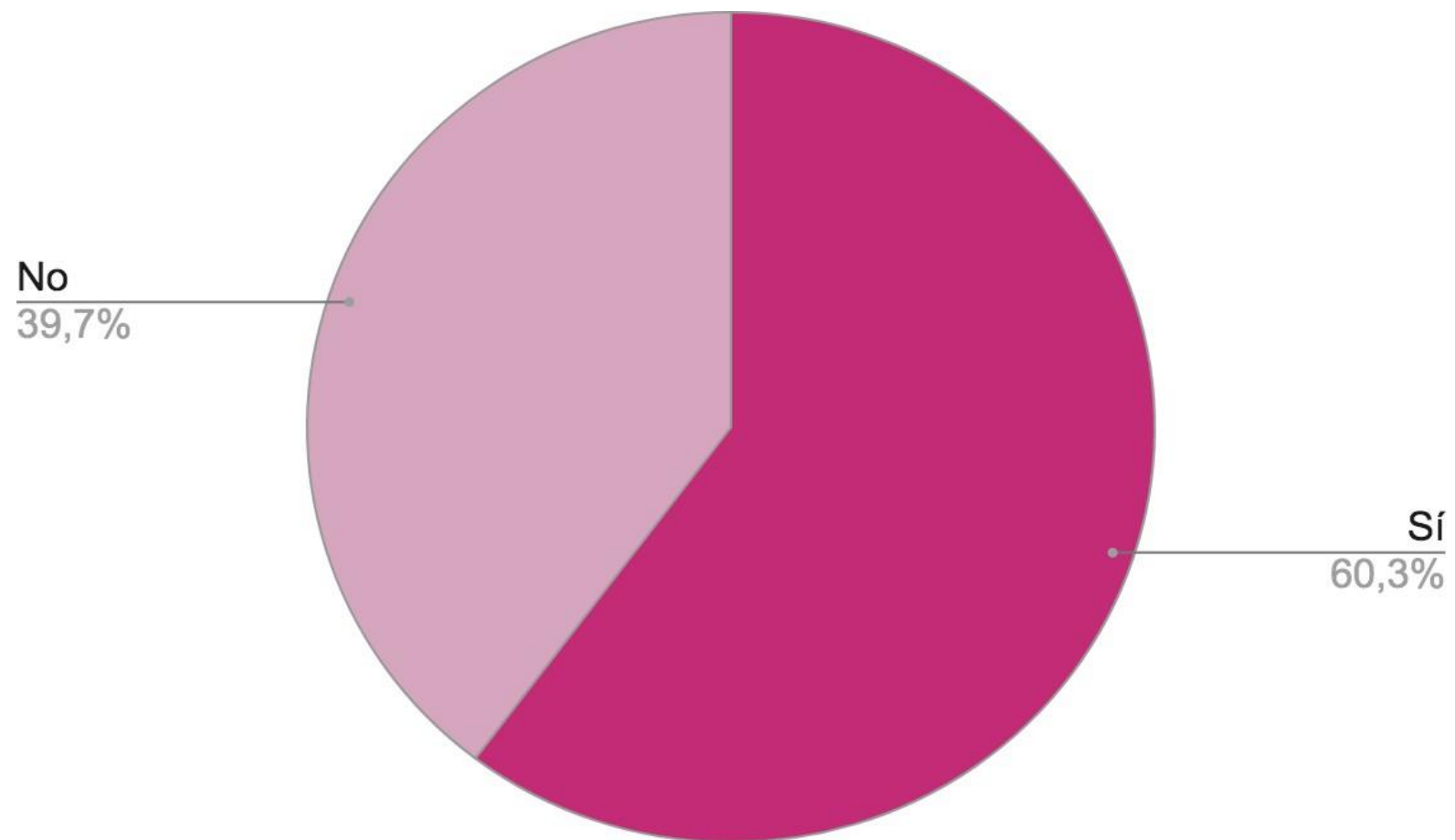
Objetivo

- **Corroborar** el cumplimiento de los objetivos de la campaña, tanto generales como específicos, establecidos durante la planeación de ésta y registrados en los formatos designados a ello.
- **Establecer** el nivel de impacto, aceptación y credibilidad de la campaña entre el público objetivo.
- **Evaluar** el nivel de recordación, comprensión e identificación de los mensajes transmitidos.
- **Determinar** la repercusión e identificación de la campaña de comunicación en la percepción e imagen de Caminos y Puentes Federales (CAPUFE).
- **Verificar** la claridad y entendimiento de los mensajes transmitidos.
- **Valorar** la efectividad de los medios de comunicación utilizados para la difusión, destacando los que fueron más eficientes para la campaña.
- **Identificar** áreas de oportunidad que permitan desarrollar ejes de comunicación para nuevas campañas.
- **Fijar** los hábitos de exposición y consumo de medios, con la finalidad de considerarlos durante el proceso de planeación de campañas.



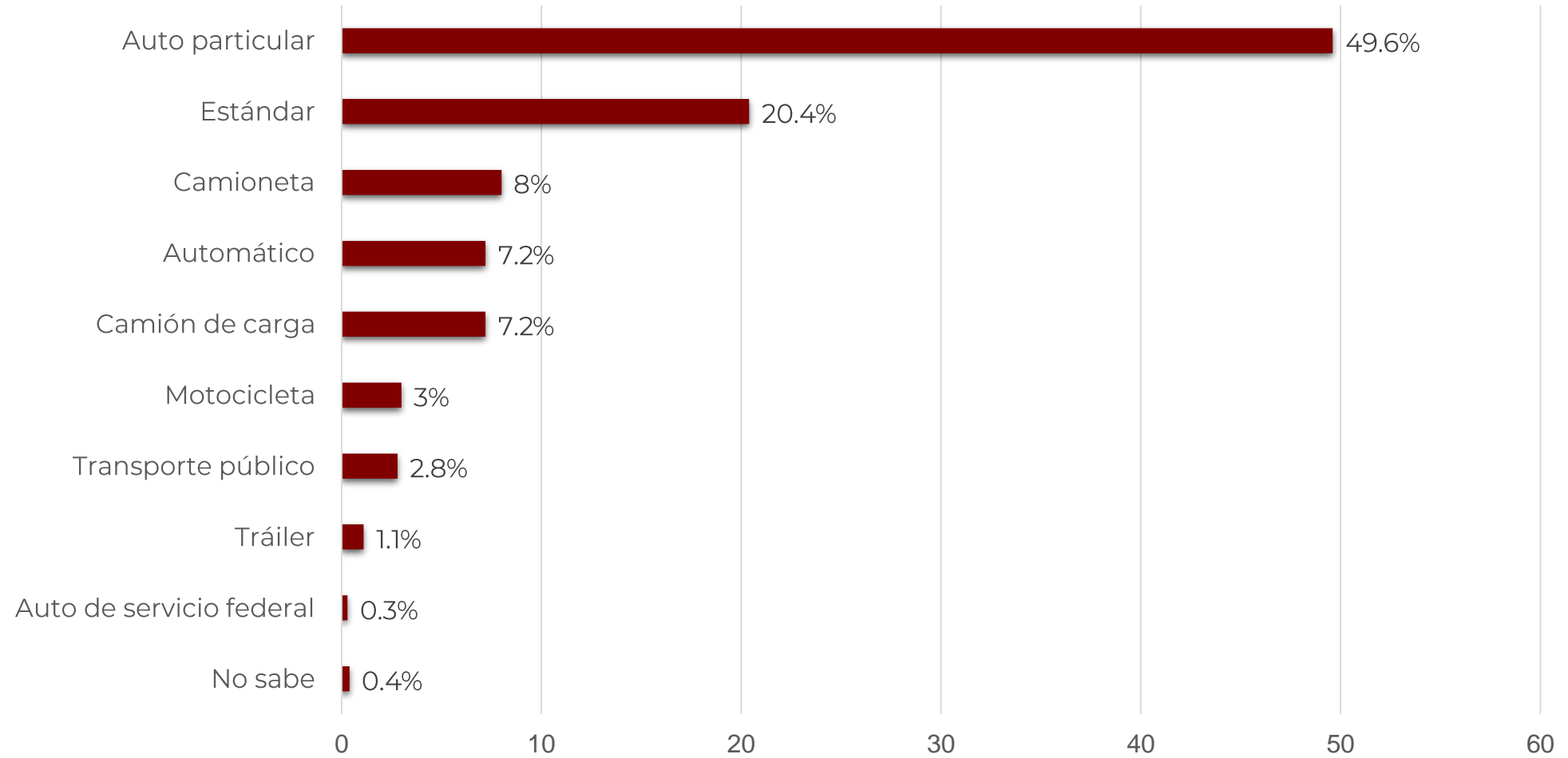
CONOCIMIENTO Y PERCEPCIÓN DEL TEMA

¿Usted maneja?



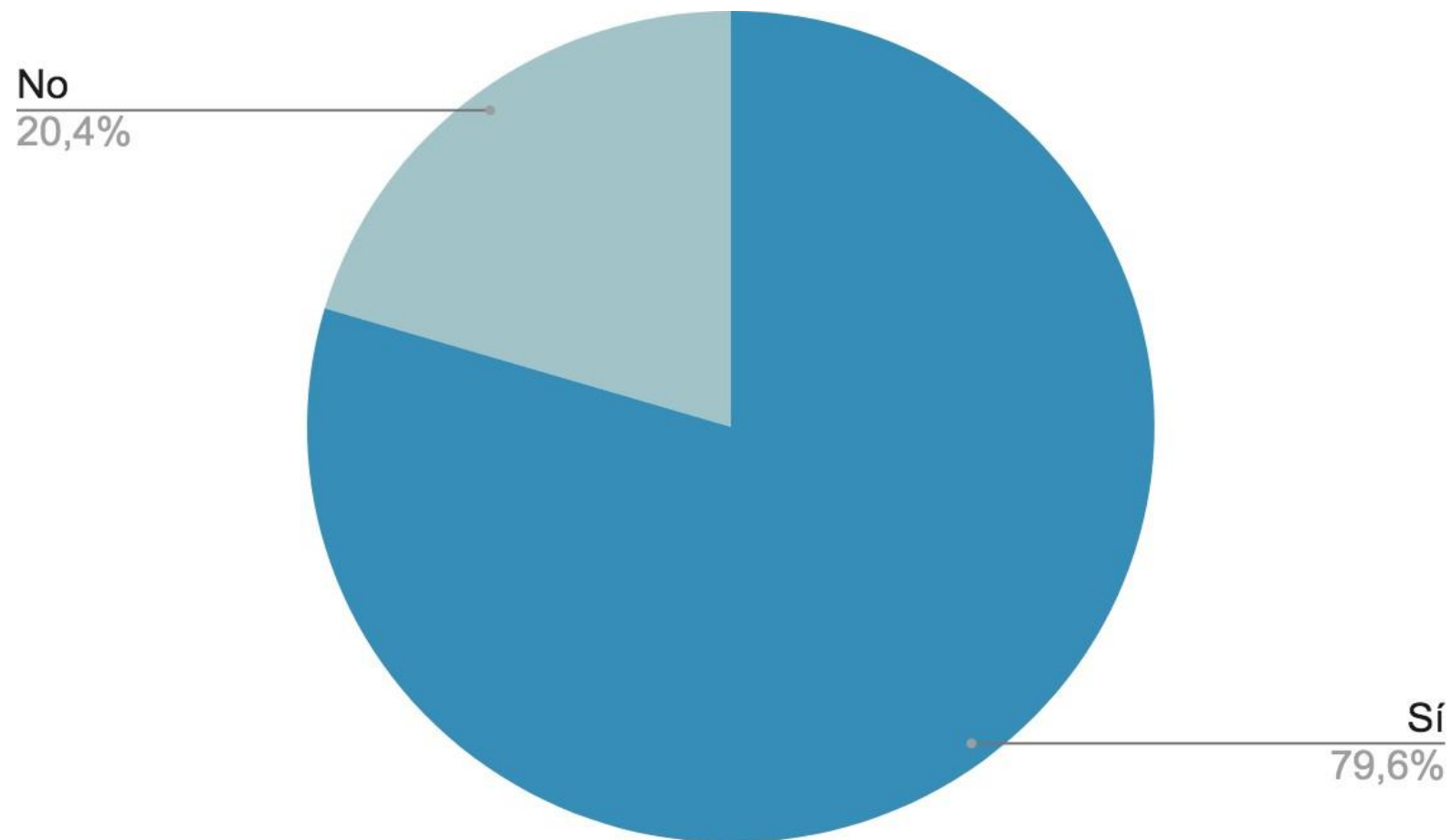
¿Qué tipo de vehículo?

Sólo a quien contestó que sí maneja



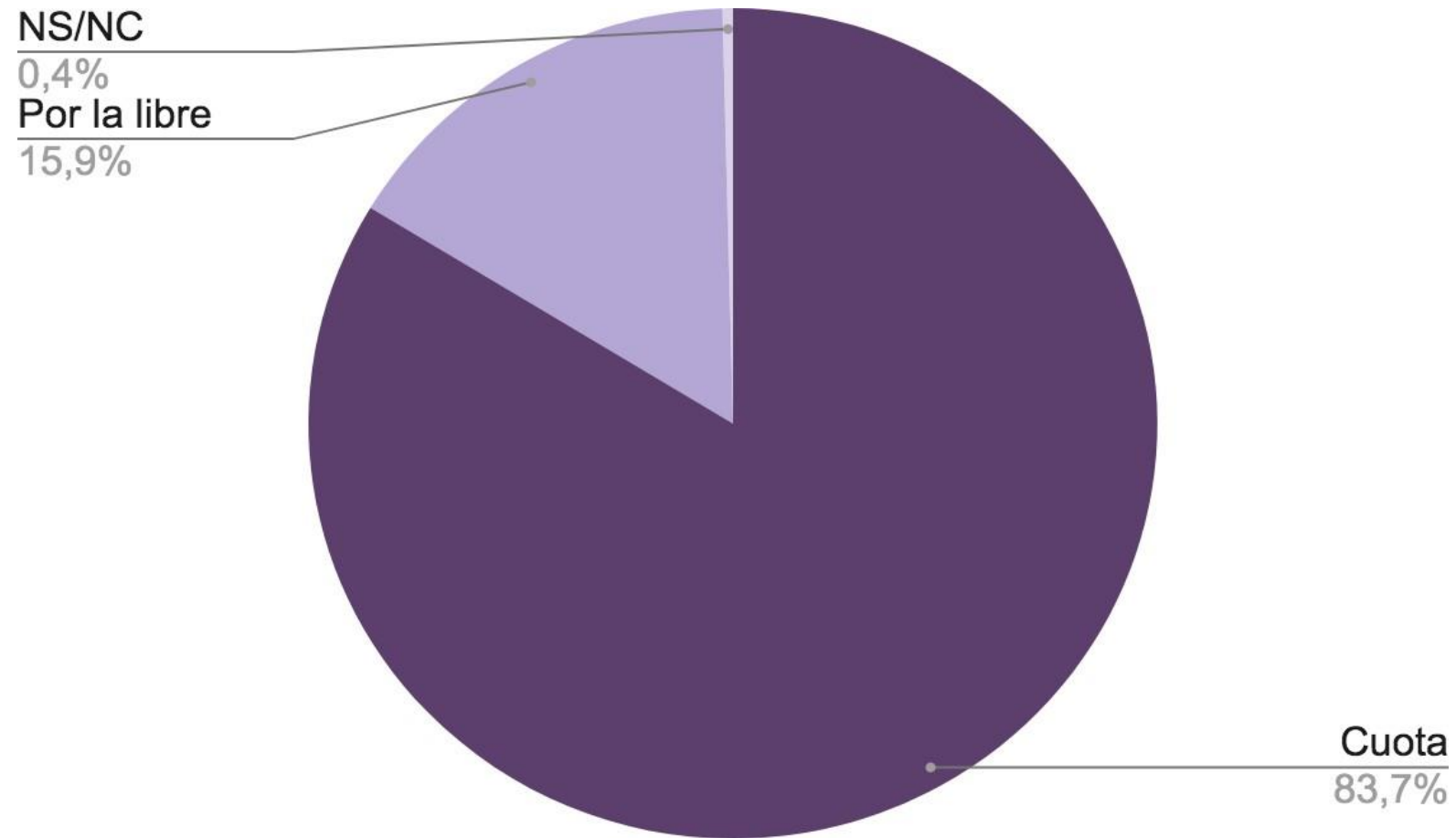
¿Maneja en carretera?

Sólo a quien contestó que sí maneja

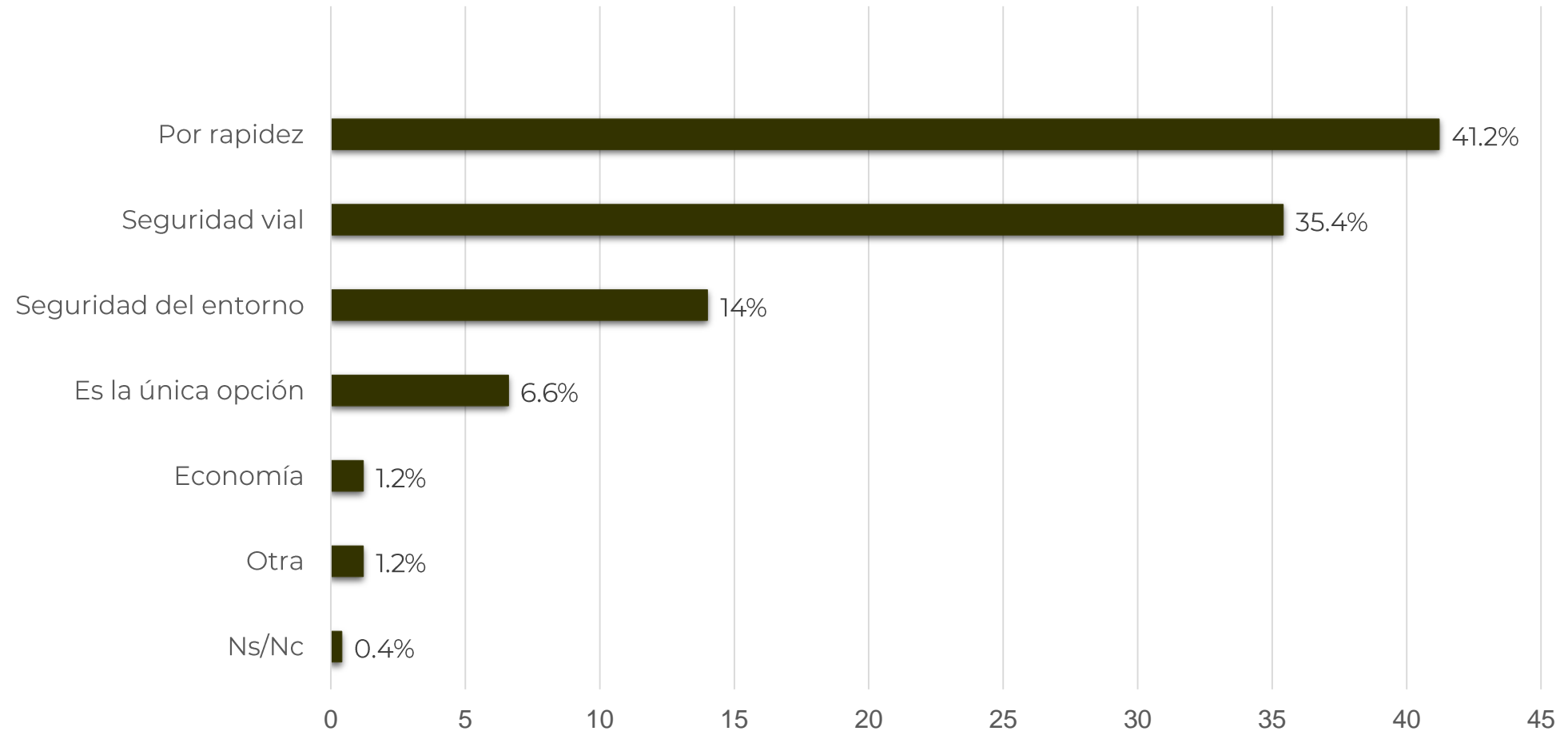


¿Si va a salir en carretera, por cuál vía prefiere irse?

Sólo a quien contestó que sí maneja en carretera

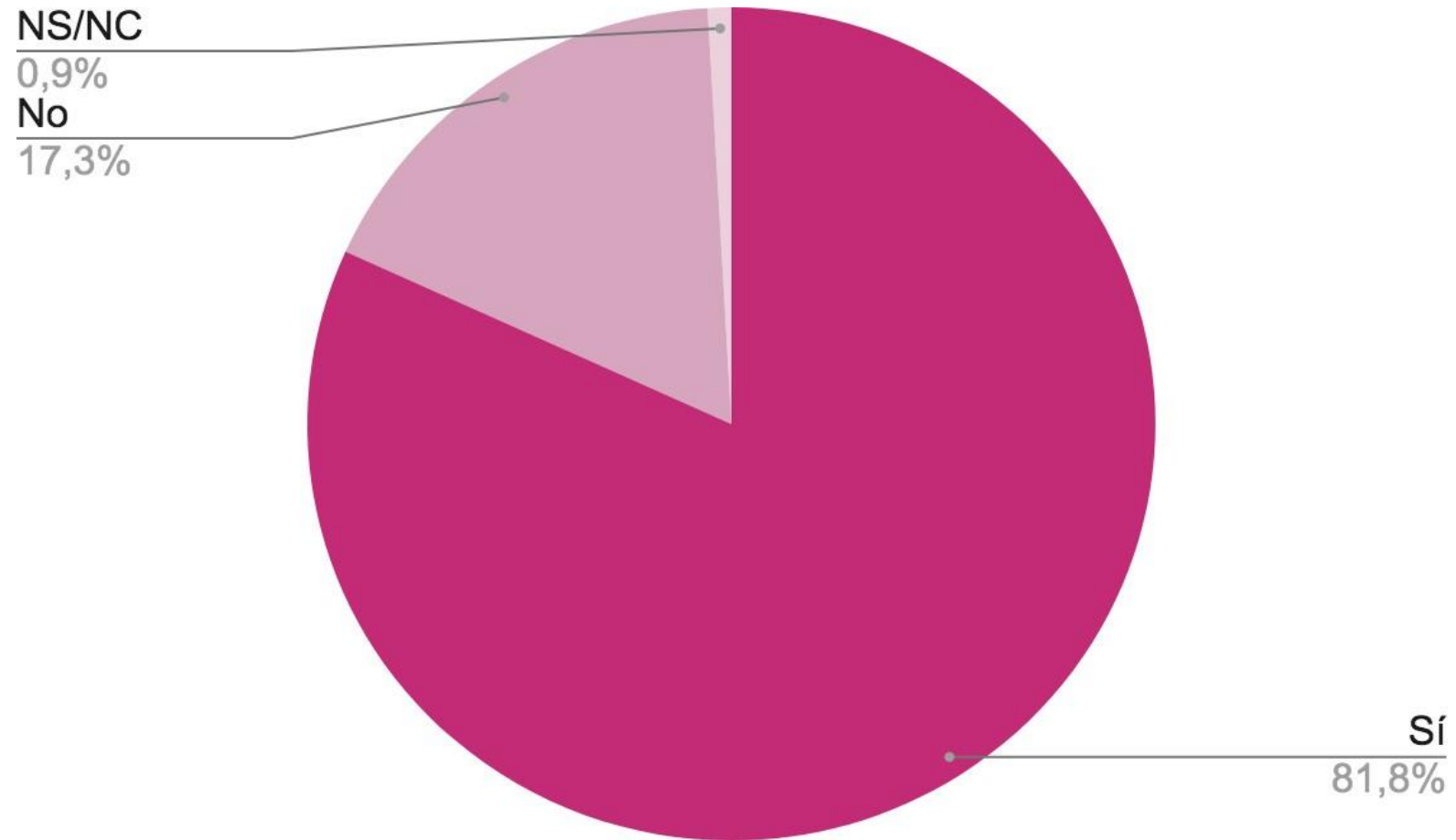


¿Por qué decide viajar por las autopistas de cuota?



Gráfica representada en %

¿Conoce o ha escuchado las recomendaciones básicas al manejar?

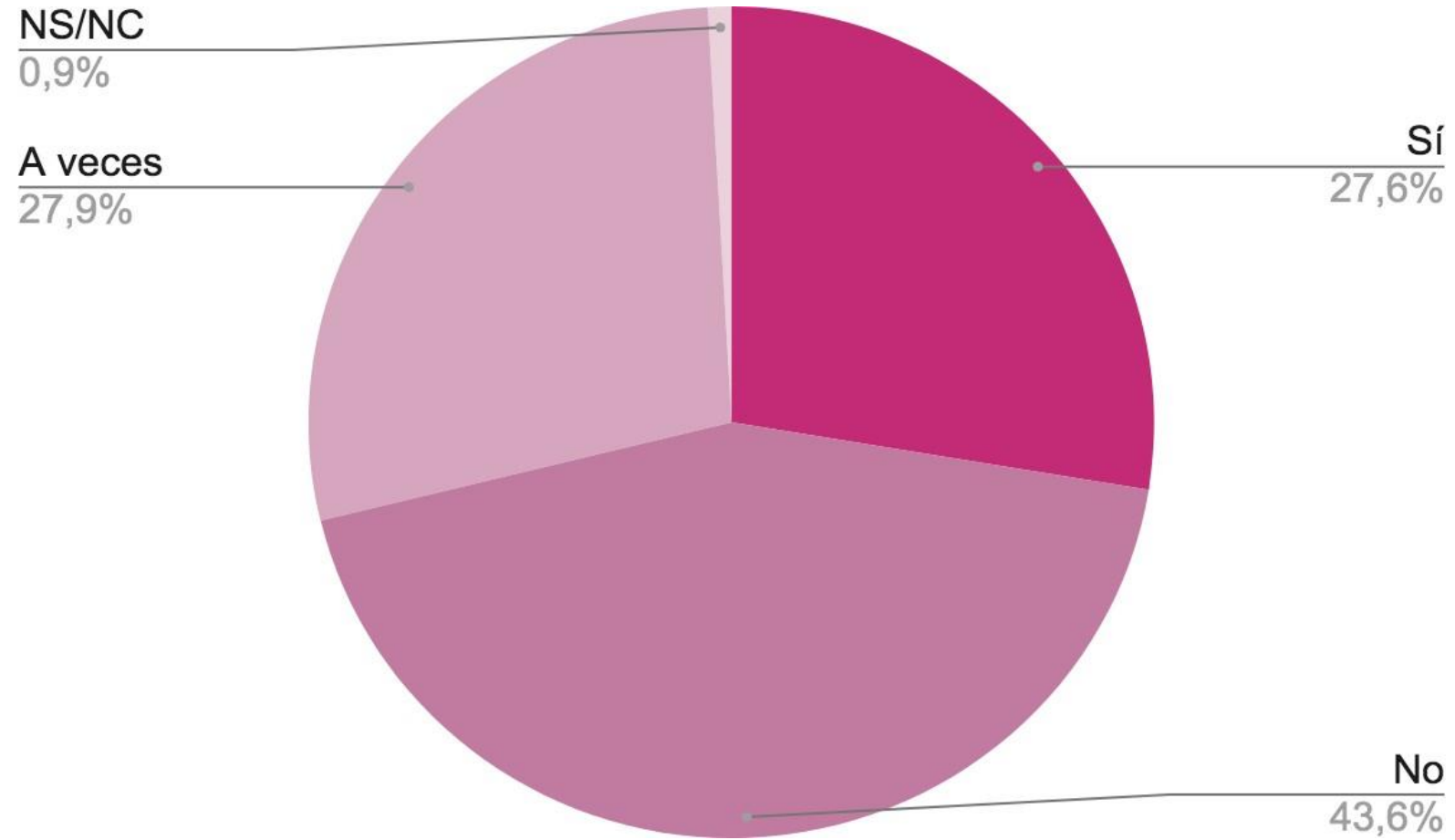


¿Cuáles conoce?

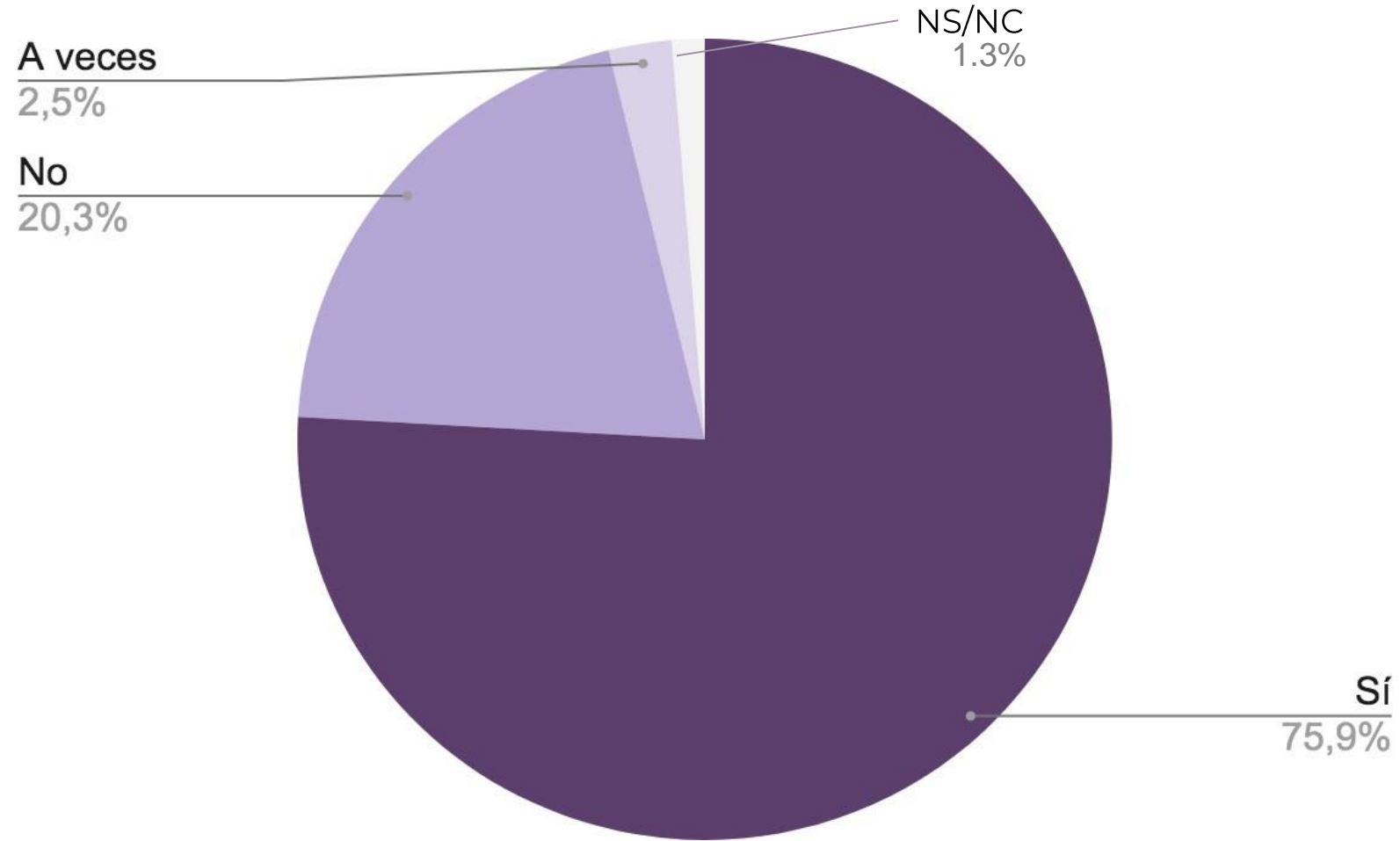
Sólo a quien contestó que sí conoce las recomendaciones básicas al manejar

	Conoce	No conoce	Ns/Nc
Utilizar el cinturón de seguridad	98.0%	1.6%	0.4%
Si vas al volante, no consumas alcohol	89.1%	10.1%	0.8%
Respetar las señales de tránsito	88.7%	10.1%	1.2%
Respetar los límites de velocidad	88.1%	10.7%	1.2%
Revisar tu vehículo si vas a salir a carretera	83.1%	15.5%	1.4%
Conducir con precaución	82.5%	15.5%	2.0%
Al conducir no atiendas el celular	82.1%	16.9%	1.0%
Si vas en motocicleta, utiliza el casco	79.0%	19.2%	1.8%

¿Ha utilizado el celular mientras conduce?



¿Ha visto a alguien utilizar el celular mientras conduce?

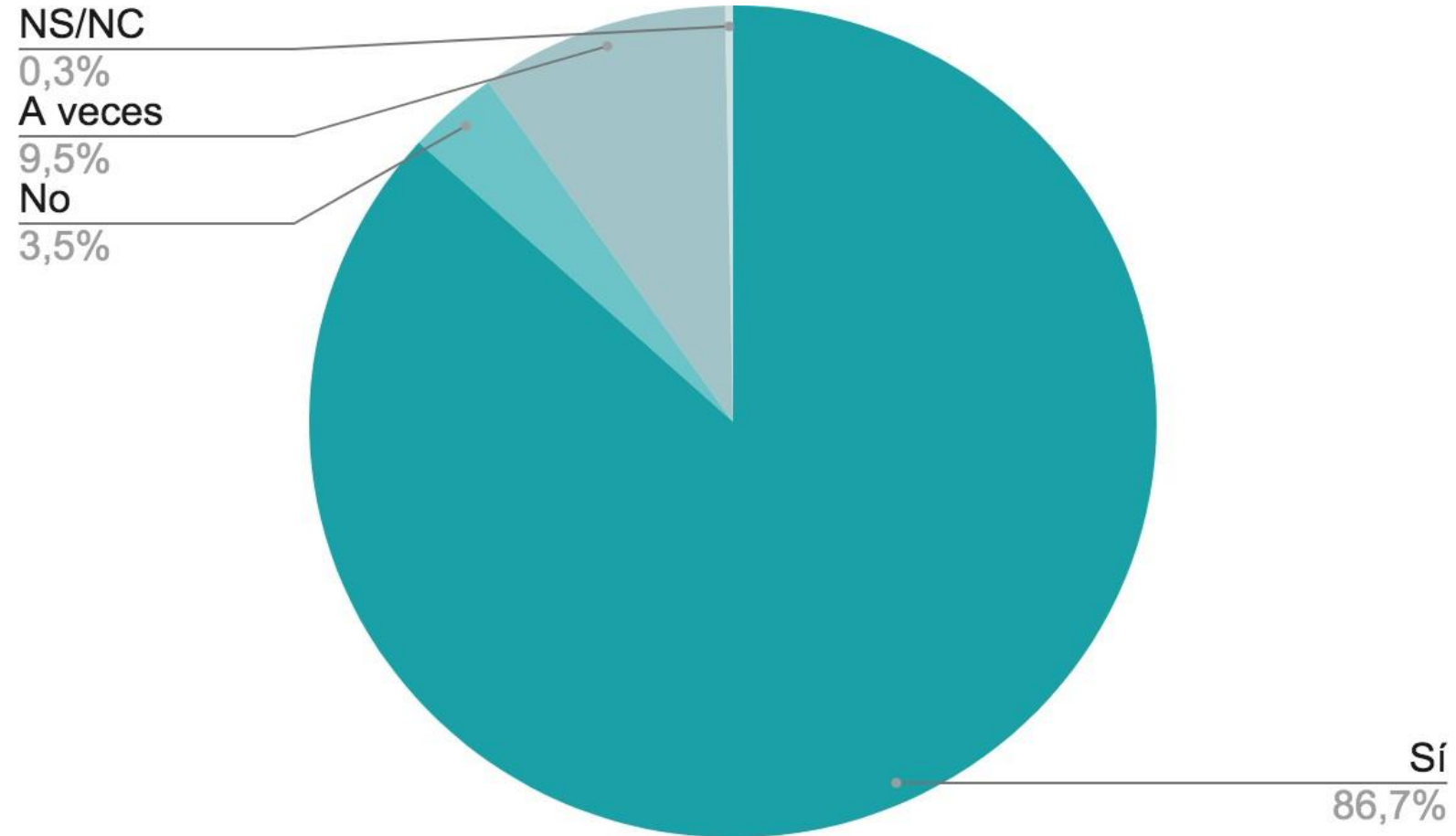


¿En qué momento lo utiliza?

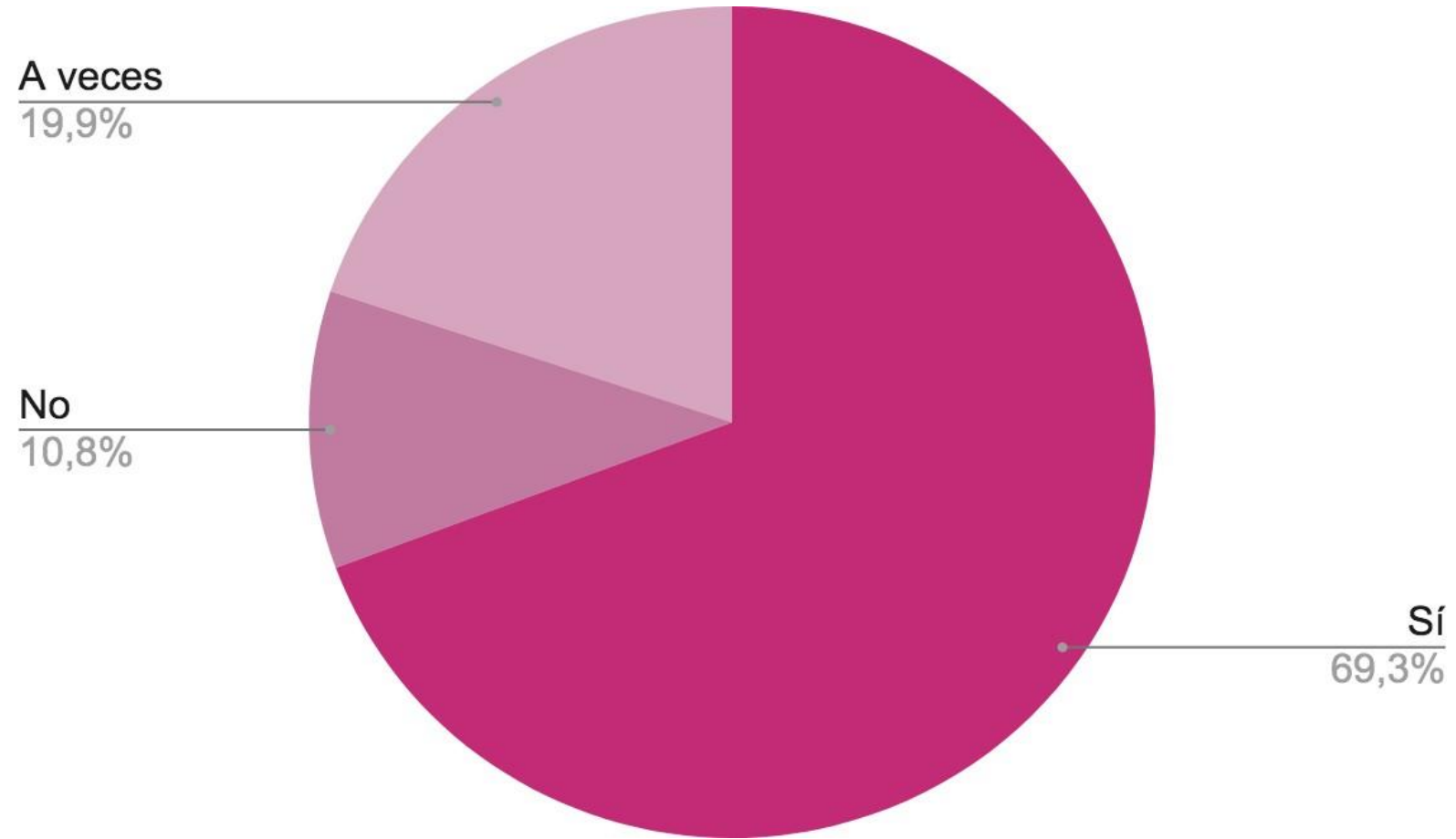
Sólo a contestó que sí ha visto a alguien usar el celular mientras maneja

	Utiliza	No lo utiliza	Ns/Nc
Para hacer una llamada o contestar una llamada	78.1%	18.0%	3.9%
Mientras está en alto total	76.9%	20.1%	3.0%
En tránsito pesado	66.3%	28.0%	5.7%
Para mensajear	62.0%	33.7%	4.3%
Para utilizar el WhatsApp	47.6%	44.2%	8.2%
Para utilizar Facebook	28.8%	60.9%	10.3%
Para utilizar Twitter	21.3%	67.4%	11.3%
Para las noticias	20.6%	67.9%	11.5%

¿Utiliza el cinturón de seguridad cuando viaja en carretera?

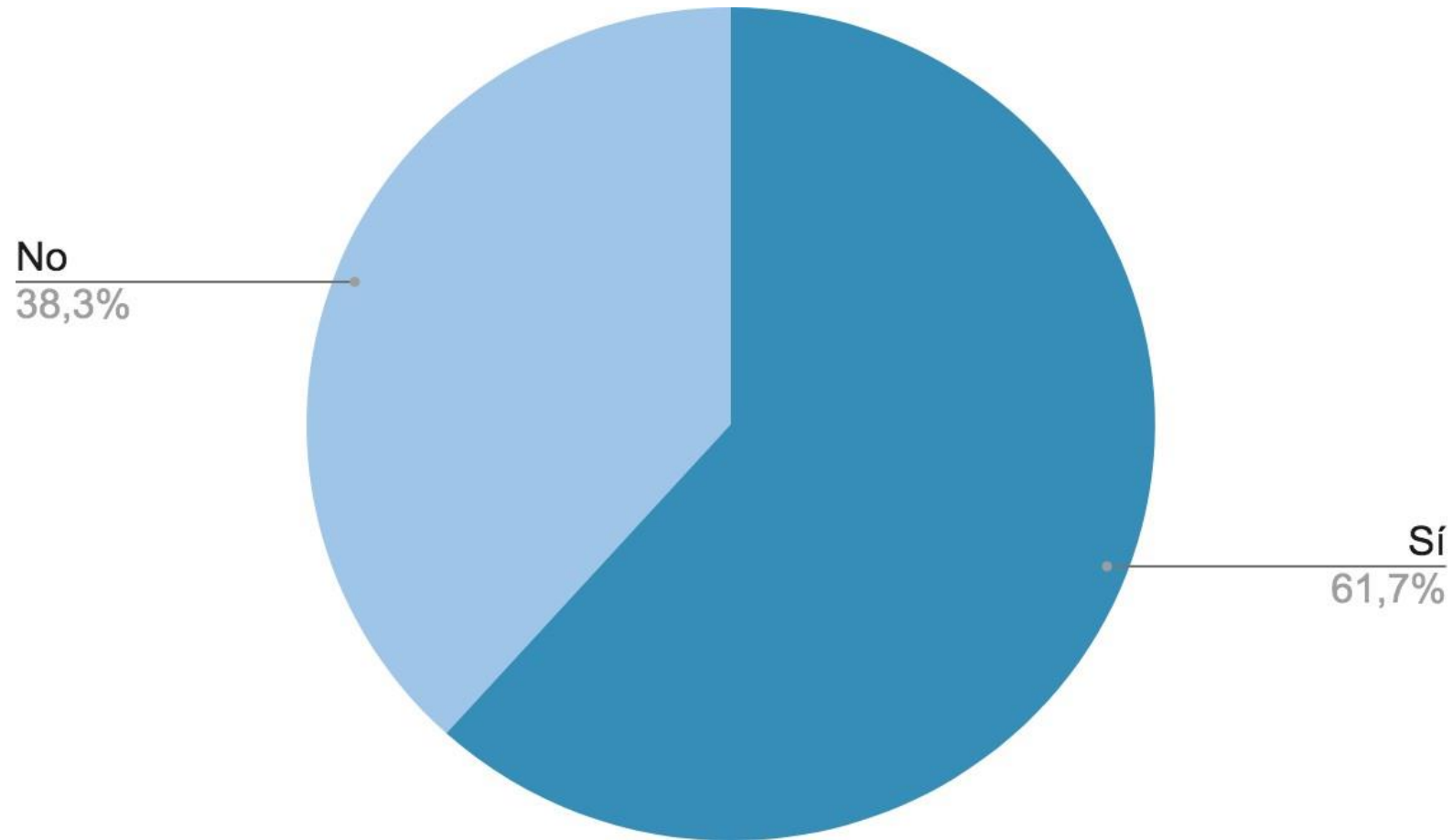


¿Ha respetado los límites de velocidad mientras conduce?



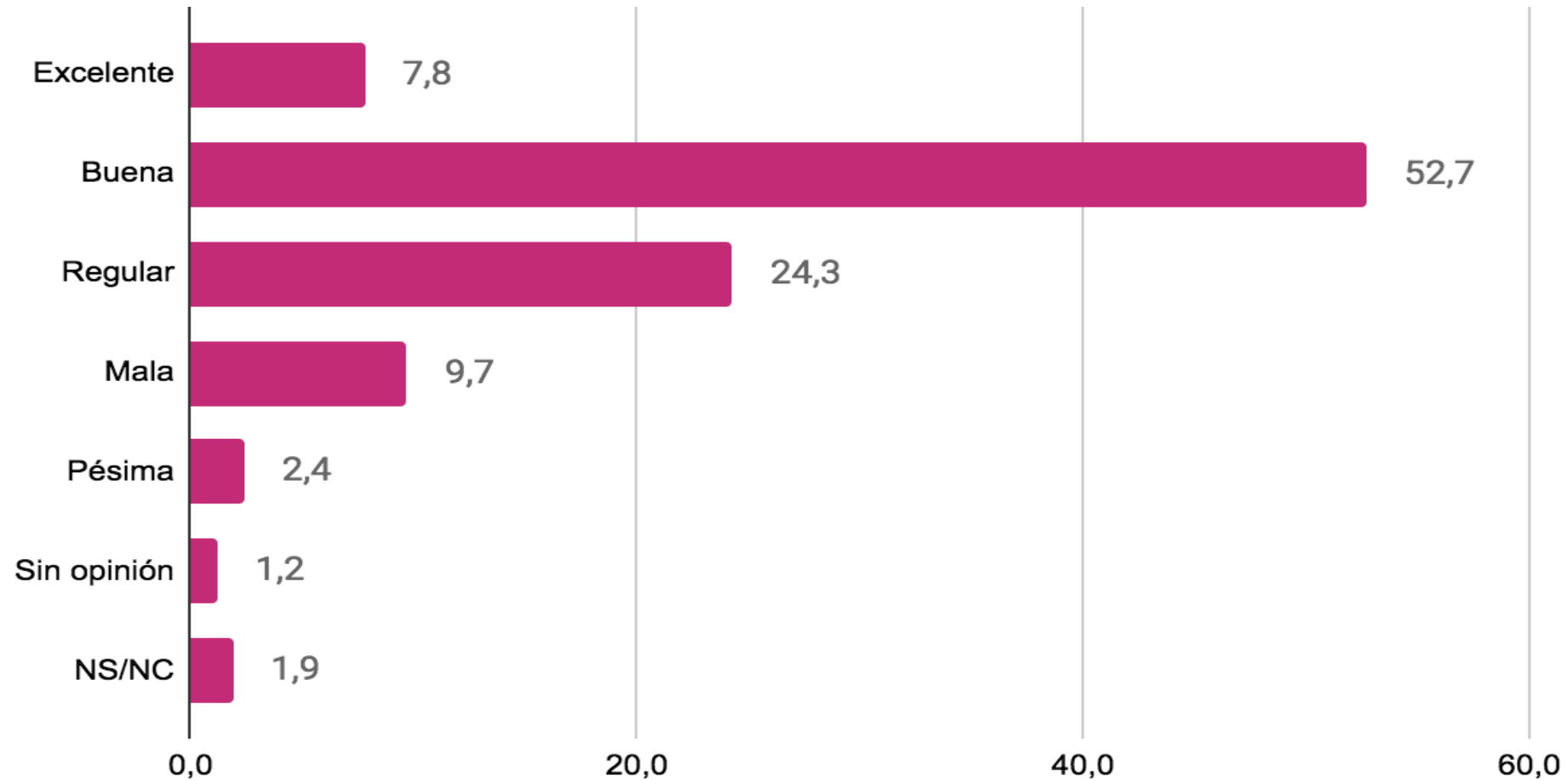
PERCEPCIÓN DE LA INSTITUCIÓN

¿Ha escuchado hablar de Caminos y Puentes Federales de Ingresos y Servicios Conexos?
(CAPUFE)



¿Qué opinión tiene de CAPUFE?

Sólo a quien contestó que sí ha escuchado hablar de CAPUFE



Gráfica representada en %

¿Por qué la califica como regular, mala o pésima?

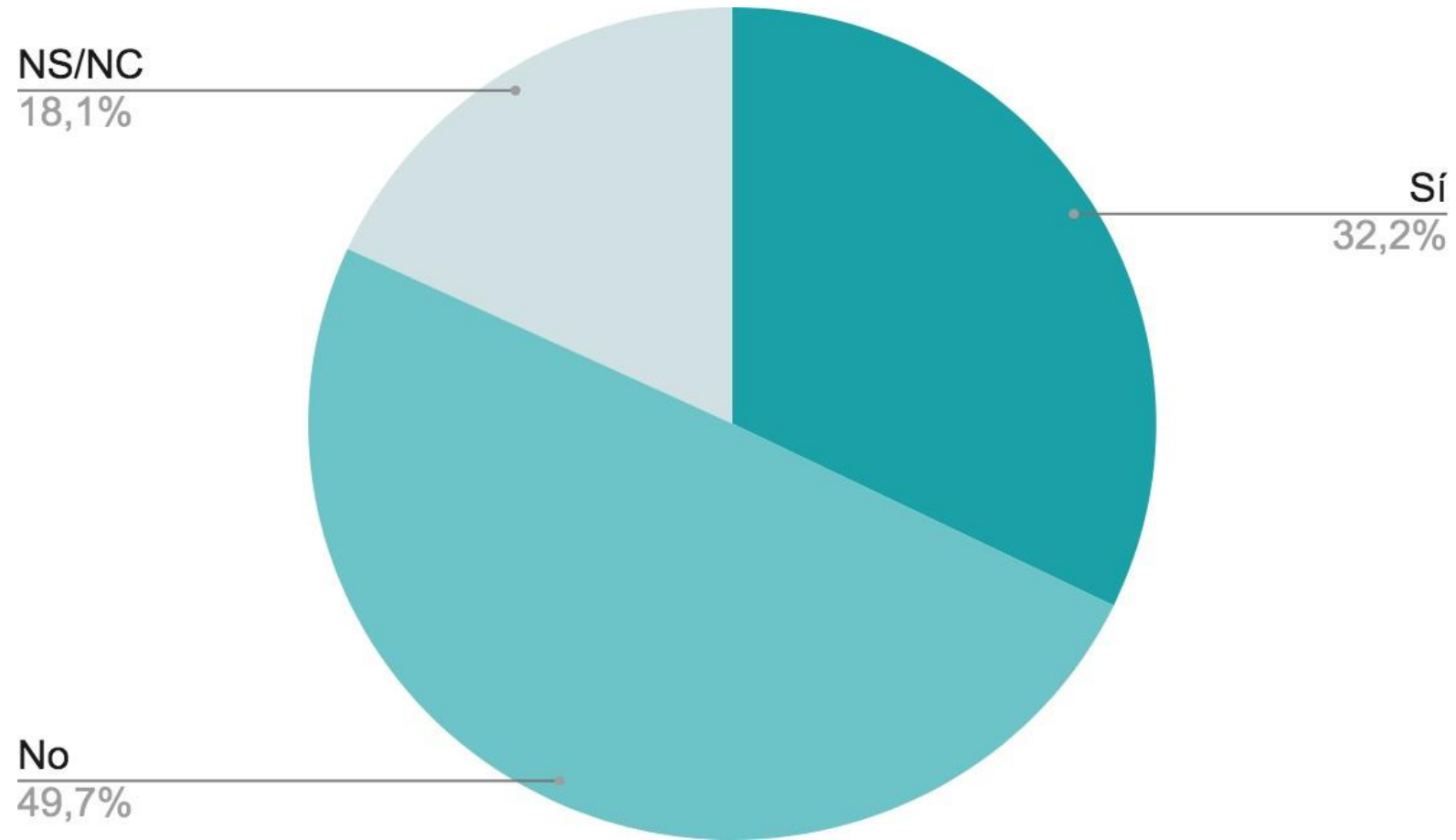
Sólo a quien respondió que tiene una opinión, regular, mala o pésima

	%
Mala condición de las carreteras	48.9
Las casetas son muy caras	25.2
Faltan señalamientos	5.9
Tardan mucho en llegar cuando los llamas	4.4
Nunca atienden los llamados	3.0
No hay veracidad/confianza en ellos	3.0
Hay mucha gente formada en las casetas	2.2
Mala administración en las casetas	1.5
Tardan mucho en hacer la reparación	1.5
Hay derrumbes en las carreteras	0.7
Siempre están arreglando las carreteras	0.7
Pasa algún incidente y no te auxilian	0.7
No te dan la protección y seguridad que necesitas	0.7
Las casetas deben ser gratis	0.7
No sabe	0.7

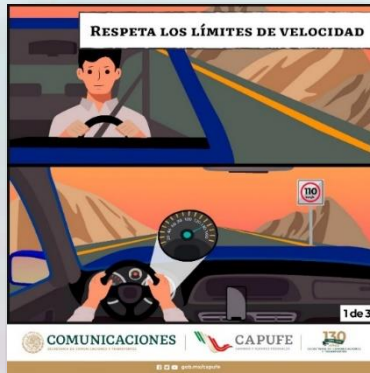
(Pregunta realizada exclusivamente al 36,4% que contestó regular, mala o pésima.)

¿Cree usted que todas las autopistas del país son operadas por CAPUFE?

Sólo a quien contestó que sí ha escuchado hablar de CAPUFE

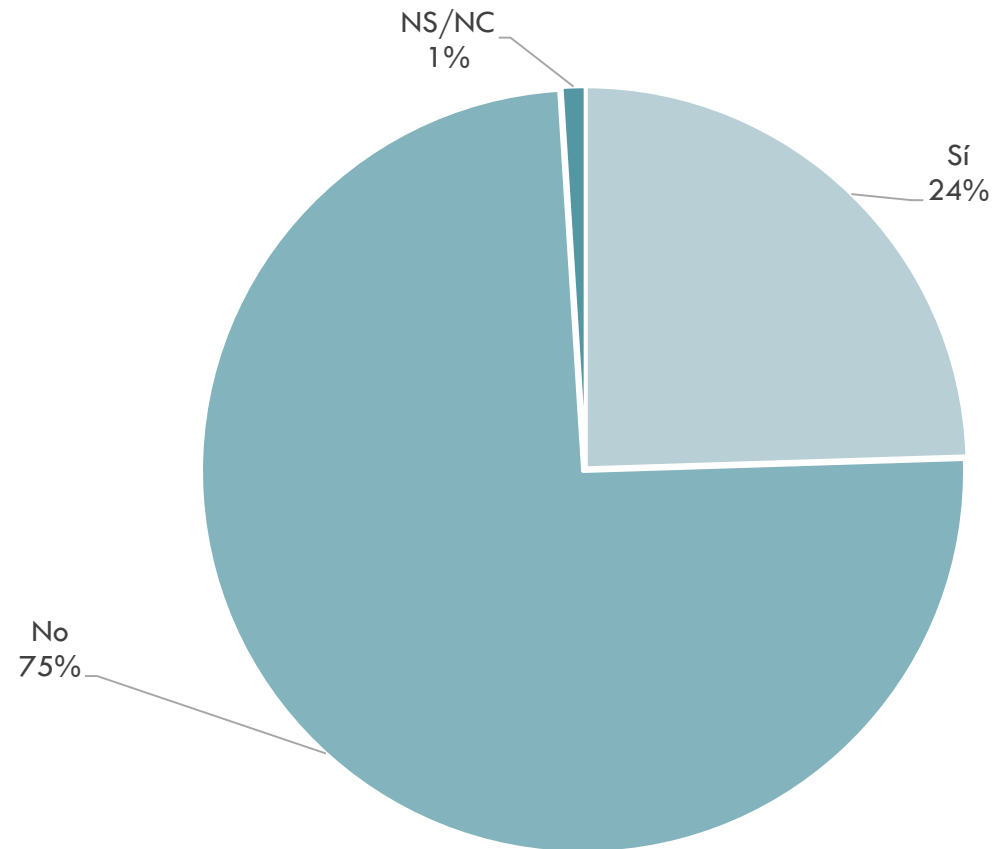


EVALUACIÓN DE LA CAMPAÑA



El riesgo de sufrir un accidente es 23 veces mayor al leer un mensaje de texto.

En los últimos 30 días, ¿ha visto, leído o escuchado alguna publicidad sobre CAPUFE?



¿En dónde la vio, leyó o escuchó?

Sólo a quien contestó que sí ha visto la publicidad de CAPUFE

	Si	No	Ns/Nc
Internet	68.8%	26.6%	4.6%
TV	17.2%	71.9%	10.9%
Radio	14.1%	75.0%	10.9%

(Pregunta realizada exclusivamente al 24% que vio, leyó, o escuchó la campaña)



¿De qué trataba la publicidad?

Sólo a quien contestó que sí ha visto la publicidad de CAPUFE

	%
Manejar con precaución	21.9
No manejar con exceso de velocidad	14.1
Uso de cinturón de seguridad/ Uso de casco	12.5
De un accidente sobre la carretera	9.4
Reparan carreteras	7.8
Hay que respetar los señalamientos	6.3
No manejar alcoholizado	6.3
Los servicios que presta CAPUFE	4.7
De CAPUFE en general	4.7
Los defectos que tienen en las carreteras	3.1
No usar el celular si maneja	1.6
Enseñar los nuevos tramos de carretera construida	1.6
No sabe	5.3

(Pregunta realizada exclusivamente al 24% que vio, leyó, o escuchó la campaña)

¿Qué mensaje recuerda de la publicidad?

Sólo a quien contestó que sí ha visto la publicidad de CAPUFE

	%
Manejar con precaución	20.3
Usar el cinturón de seguridad/Usar casco	14.1
Arreglar carreteras	9.4
Una persona manejando a alta velocidad	9.4
No exceder el límite de velocidad	9.4
No manejar alcoholizado	7.8
La seguridad de viajar por carretera	6.3
Te ayudan en un accidente	4.7
Auxilio de los ángeles verdes	4.7
No usar el celular cuando manejan	3.1
Es de CAPUFE	1.6
Buena atención del personal	1.6
Hay derrumbes por sismo	1.6
No sabe	6.0

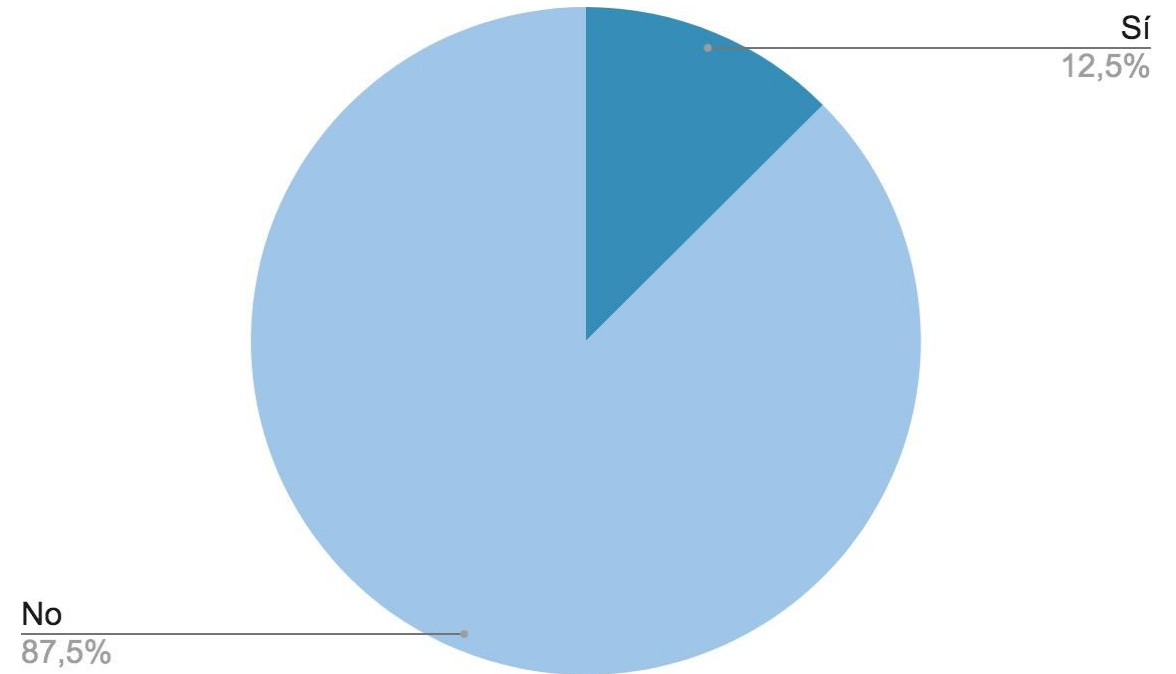
(Pregunta realizada exclusivamente al 24% que vio, leyó, o escuchó la campaña)

Evaluación video de la campaña:

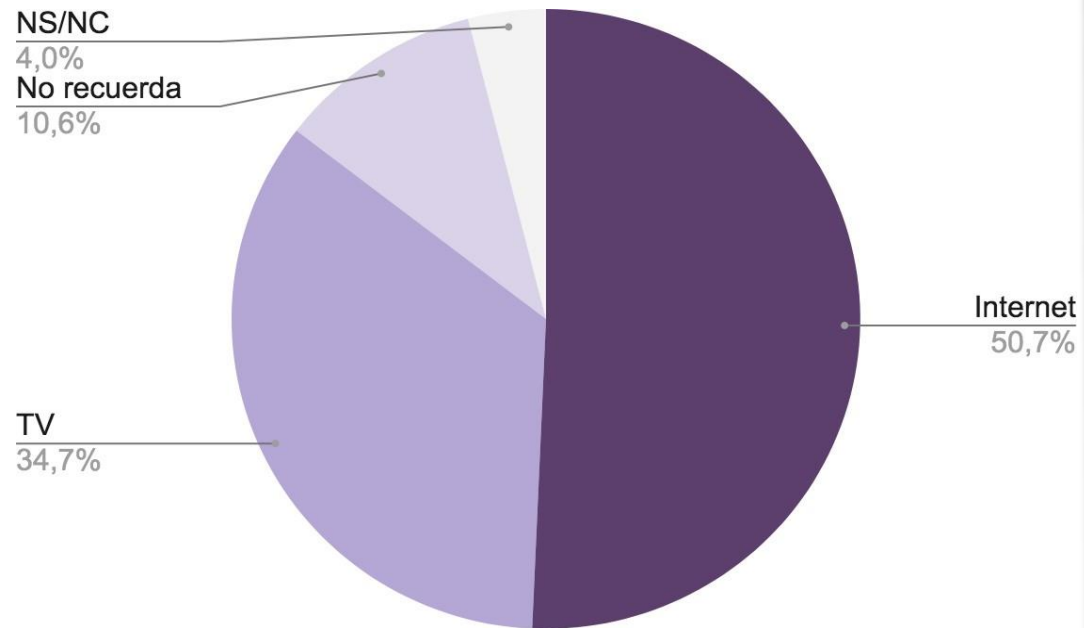
Seguridad Vial, versión Sociedad, denominada "Un segundo puede cambiar tu vida"

El riesgo de sufrir un accidente es 23 veces mayor al leer un mensaje de texto.

¿Recuerda haber visto el video?



¿Dónde lo vio?

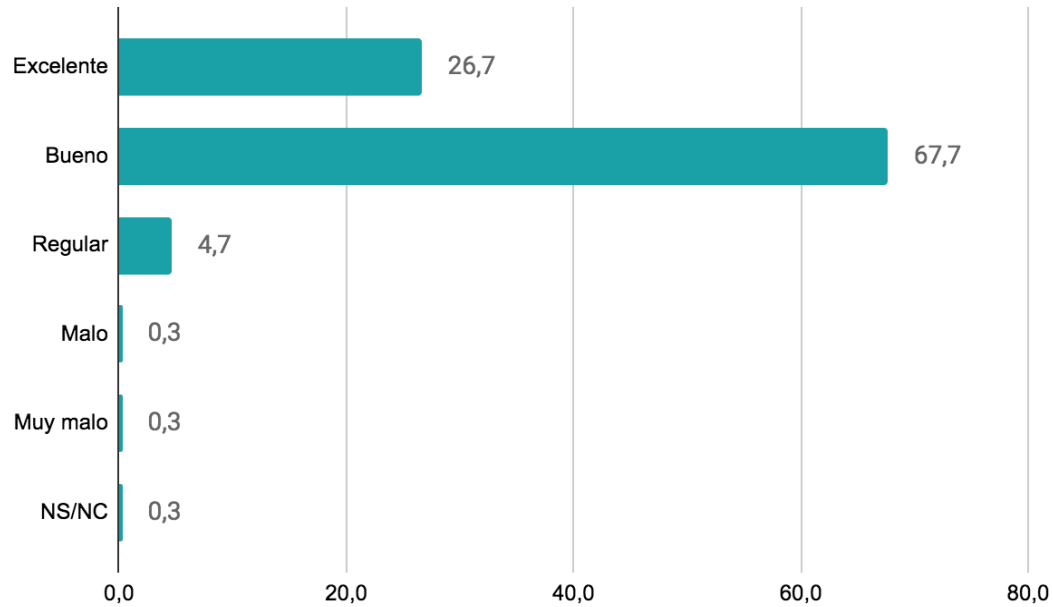


(Pregunta realizada exclusivamente al 12.5% que vio, leyó, o escuchó la campaña)

¿Qué es lo primero que se le viene a la mente cuando lo ve o lo escucha?

	%
La imprudencia por usar celular cuando manejas	31.8
Precaución al manejar	23.7
Accidentes sin especificar	8.8
Falta de precaución al conducir	7.8
La irresponsabilidad	7.0
Ser más responsables	6.8
No manejar a alta velocidad	5.2
Seguridad vial	2.3
Son vivencias personales	1.0
Otros menores a 1.0	1.8
No sabe	3.7

¿Qué le pareció el video?



Gráfica representado en %

¿Por qué le parece regular, malo o muy malo? Sólo a quien contestó que el video es regular, malo o muy malo

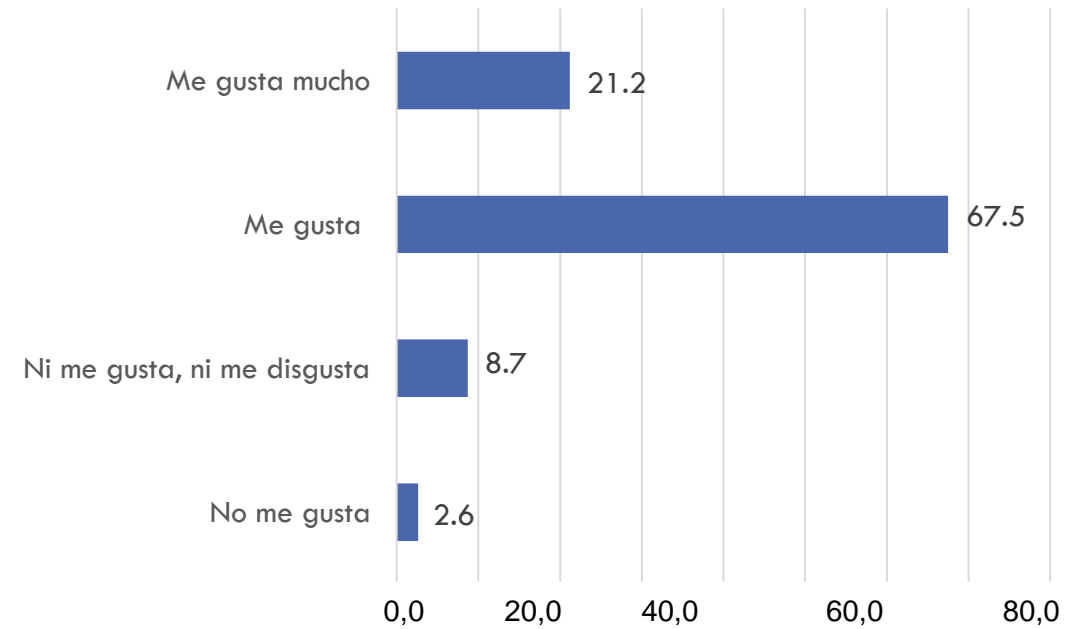
	%
No hay textos	34.4
No es muy claro el mensaje	15.6
Es un anuncio animado, no real.	15.6
Falta más publicidad	12.5
Solo dan un pequeño consejo	9.4
Dura muy poco el video	6.3
Pudiera ser mejor	3.1
No sabe	3.1

(Pregunta realizada exclusivamente al 5.3% que contestó: regular, malo o muy malo.)

¿Qué le cambiaría?

	%
Hacerlo más detallado	21.9
Sea más original	21.9
Todo	9.4
Que tenga más impacto	9.4
Más señalamiento en la vía	9.4
Tener más difusión	9.4
Dar en el mensaje el objetivo del video	6.3
El mensaje que se da	3.1
Cambiar los dibujos	3.1
Quitar los textos	3.1
El diseño en general	2.1

¿Qué le parece que el video sea con animación?



Gráfica representada en %

¿Por qué no le gustó?

Sólo a quien contestó que no le gusto el video en animación.

	%
No es real, es un dibujo.	50.0
No son llamativos los dibujos.	12.5
Mensaje. Falta poner que sean más conscientes.	12.5
No tiene sentido.	6.3
No le llamó la atención.	6.3
No saben/No contestó	12.4

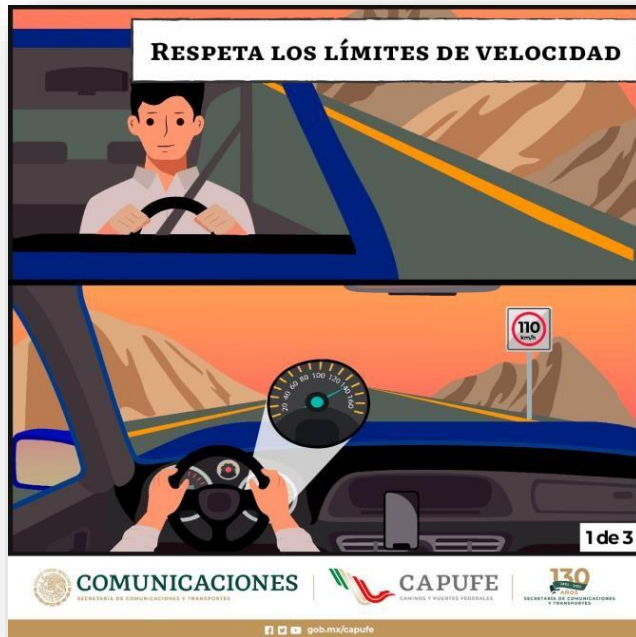
(Pregunta realizada exclusivamente al 2.6% que contestó: no me gusta.)

Del 1 al 10, ¿qué calificación le daría usted al video?

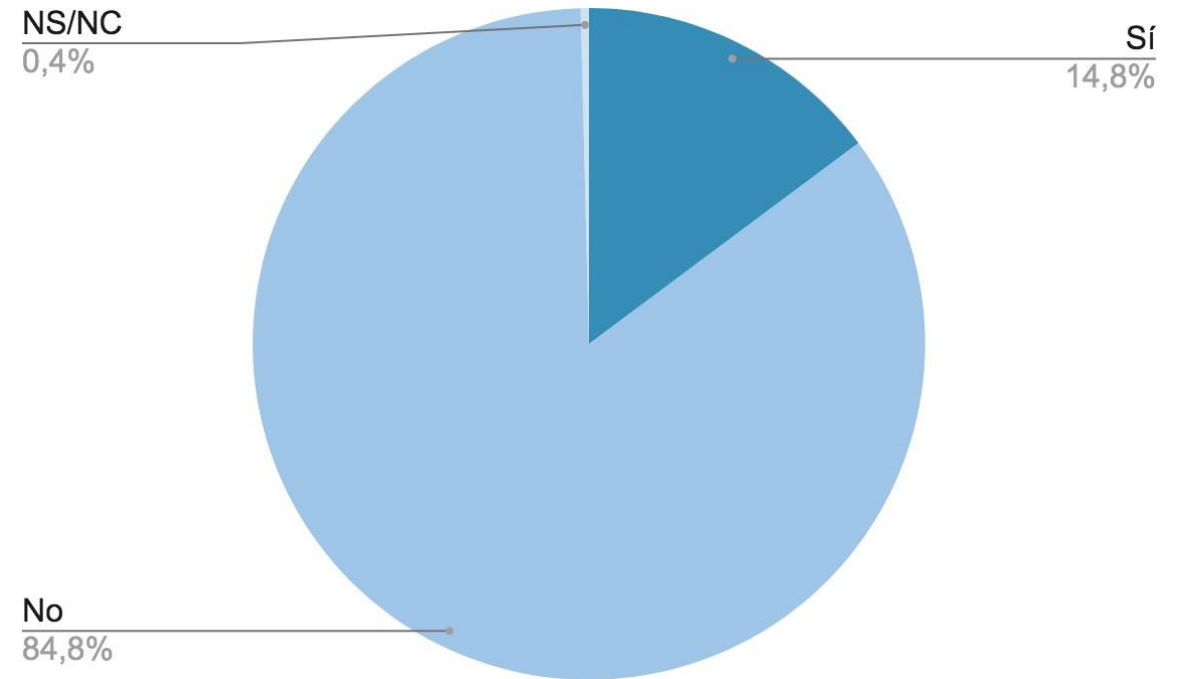
Calificación	%
1	1.3
2	1.7
3	0.5
4	0.5
5	1.2
6	2.3
7	8.3
8	24.7
9	29.2
10	30.3
Promedio:	8.4

Evaluación imagen 1 de la campaña:

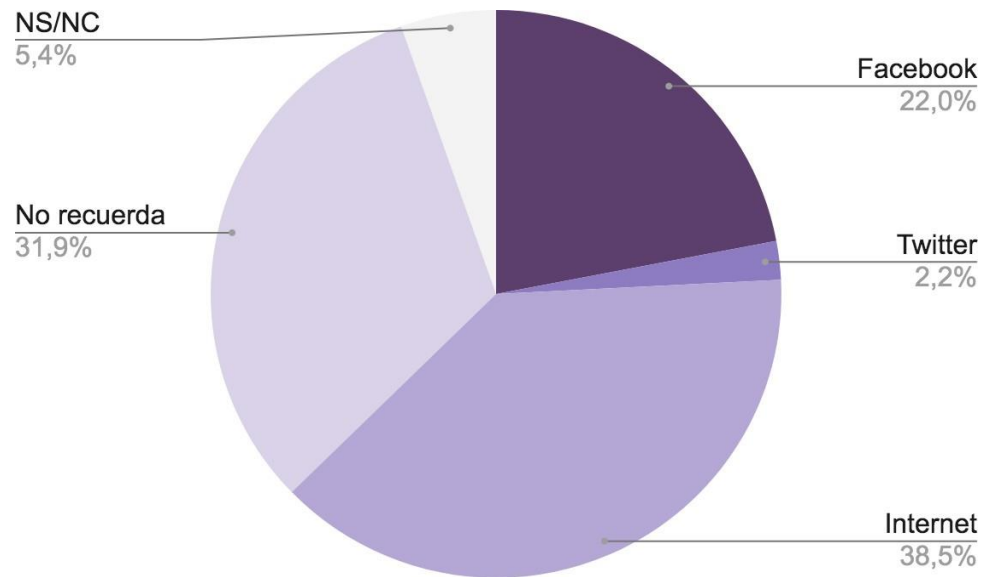
Seguridad Vial, versión Sociedad,
denominada “Un segundo puede
cambiar tu vida”



¿Recuerda haber visto esta imagen?

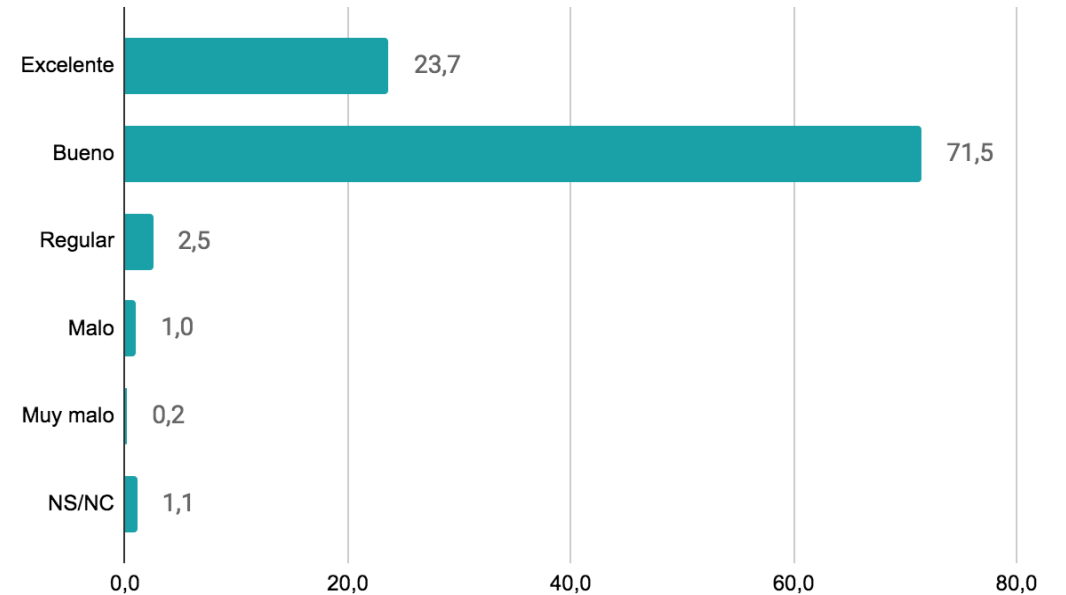


¿Dónde la vio?



(Pregunta realizada exclusivamente al 14.8% que vio, leyó, o escuchó la campaña)

¿Qué le pareció el mensaje?



Gráfica representada en %

¿Por qué le parece regular, malo o muy malo?

Sólo a quien contestó que la imagen es regular, mala o muy mala

	%
Es una caricatura, no es real.	22.7
No tiene mucha información visual	22.7
Le falta realismo	13.6
Porque es muy sencillo	9.1
Le falta prevención al mensaje	4.5
Hay que respetar la velocidad	4.5
Que no se maneje agarrando el celular	4.5
Tramos con límite de velocidad bajos	4.5
Mal diseño	4.5
No sabe	9.4

(Pregunta realizada exclusivamente al 4% que contestó: regular, malo o muy malo.)

¿Qué le cambiaría?

Sólo a quien contestó que la imagen es regular, mala o muy mala

	%
Videos de casos reales	22.7
Todo	9.1
Letras de prevención	9.1
Tener más información	9.1
Que sea real	9.1
La imagen	4.5
Poner las consecuencias que se generan	4.5
Los colores que sean más llamativos	4.5
Las imágenes están viejas	4.5
Actualización del límite de velocidad	4.5
Diseño en una sola imagen	4.5
Poner audio a los videos	4.5
No sabe	9.4

(Pregunta realizada exclusivamente al 4% que contestó: regular, malo o muy malo.)

Del 1 al 10, ¿qué calificación le daría usted al contenido de la imagen?

Calificación	%
1	0.7
2	1.3
3	0.2
4	0.3
5	1.3
6	1.5
7	8.0
8	26.5
9	31.8
10	28.3
Promedio:	8.5

¿Qué cree usted que traten de comunicarle con la imagen que acaba de ver?

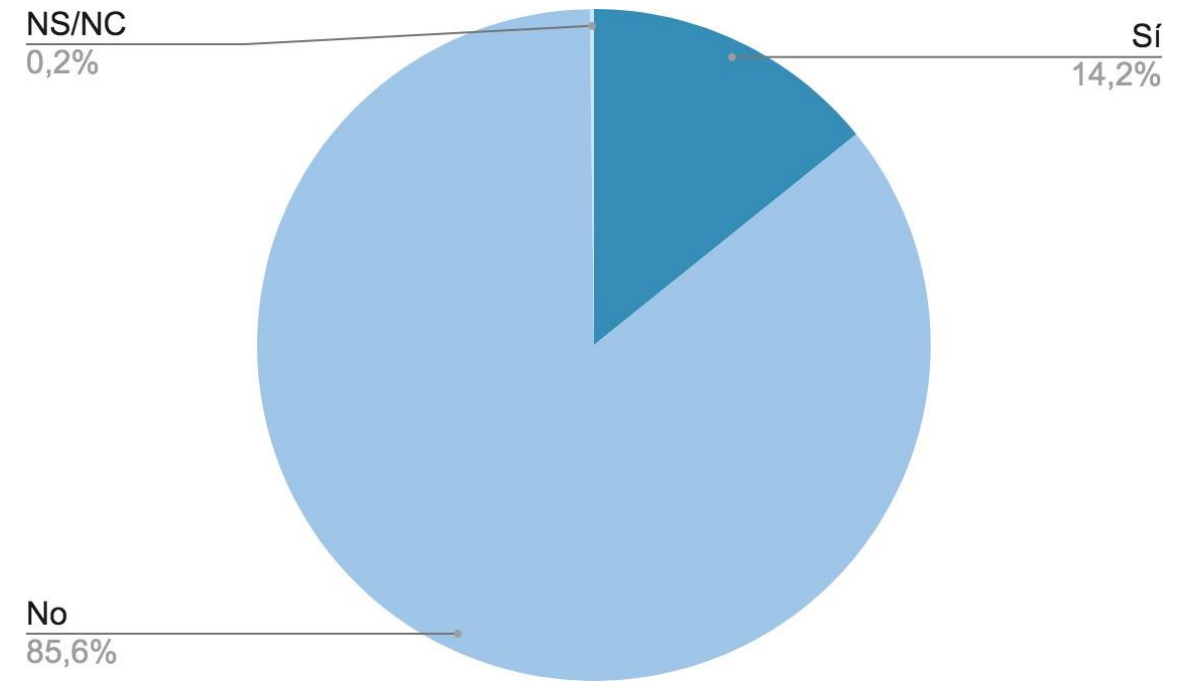
	%
Respetar los límites de velocidad	62.7
Manejar con precaución	13.7
No usar el celular cuando manejan	5.2
Seguridad vial	3.8
Respetar señalamientos	3.3
Ser responsables	2.2
No distraerse	2.2
Usar el cinturón de seguridad	1.2
Tomar conciencia de las secuelas del accidente	0.7
No hay seguridad en las carreteras	0.3
Más información de los señalamientos	0.3
No sabe	4.4

Evaluación imagen 2 de la campaña:

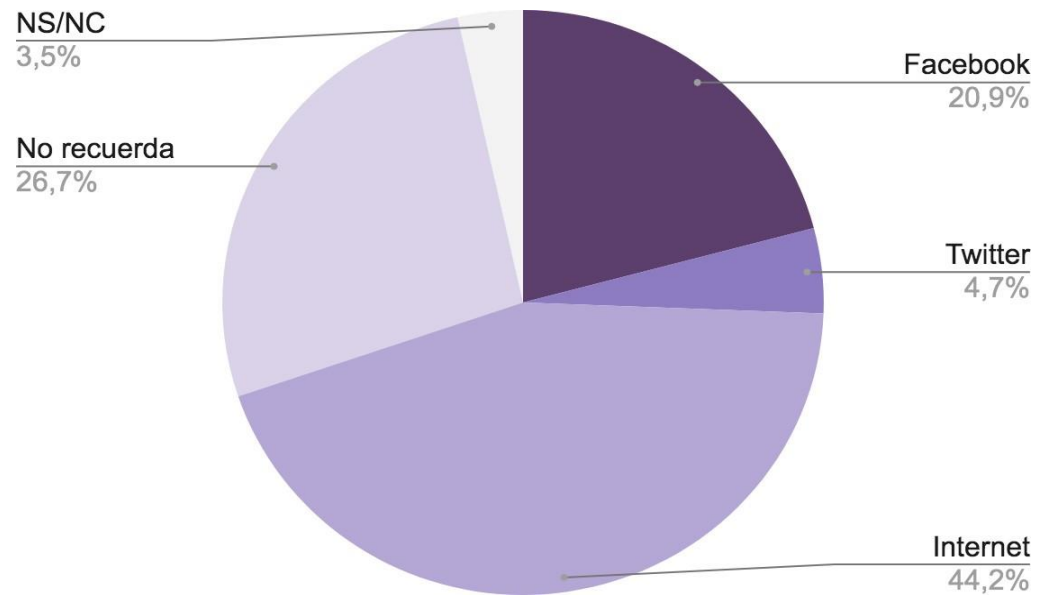
Seguridad Vial, versión Sociedad, denominada “Un segundo puede cambiar tu vida”



¿Recuerda haber visto esta imagen?

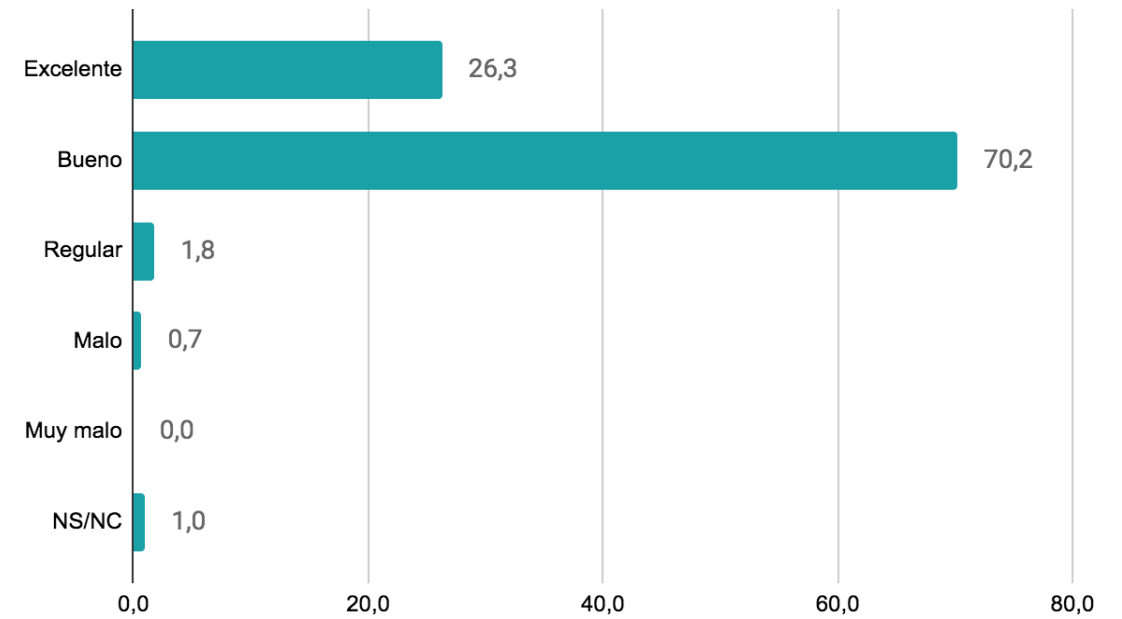


¿Dónde la vio?



(Pregunta realizada exclusivamente al 14.2% que vio, leyó, o escuchó la campaña)

¿Qué le pareció el mensaje?



Gráfica representada en %

¿Por qué le parece regular, malo o muy malo?

Sólo a quien contestó que la imagen es regular, mala o muy mala

	%
No utilizar el celular cuando manejen	26.6
Le falta más énfasis	20.0
Le falta más información	20.0
Falta de prevención	13.3
Los colores se ven opacos	6.7
Los dibujos no son reales	6.7
Hay que respetar los límites de velocidad	6.7

(Pregunta realizada exclusivamente al 2.5% que contestó: regular, malo o muy malo.)

¿Qué le cambiaría?

Sólo a quien contestó que la imagen es regular, mala o muy mala

	%
Que sea real	20.0
Todo	13.3
Más información	13.3
Mejoras en gráficos	13.3
Hacer colores más llamativos	13.3
No sabe	26.8

(Pregunta realizada exclusivamente al 2.5% que contestó: regular, malo o muy malo.)



Del 1 al 10, ¿qué calificación le daría usted al contenido de la imagen?

Calificación	%
1	0.8
2	1.0
3	0.2
4	0.2
5	0.7
6	1.2
7	7.3
8	22.8
9	33.2
10	32.6
Promedio:	8.7

¿Qué cree usted que traten de comunicarle con la imagen que acaba de ver?

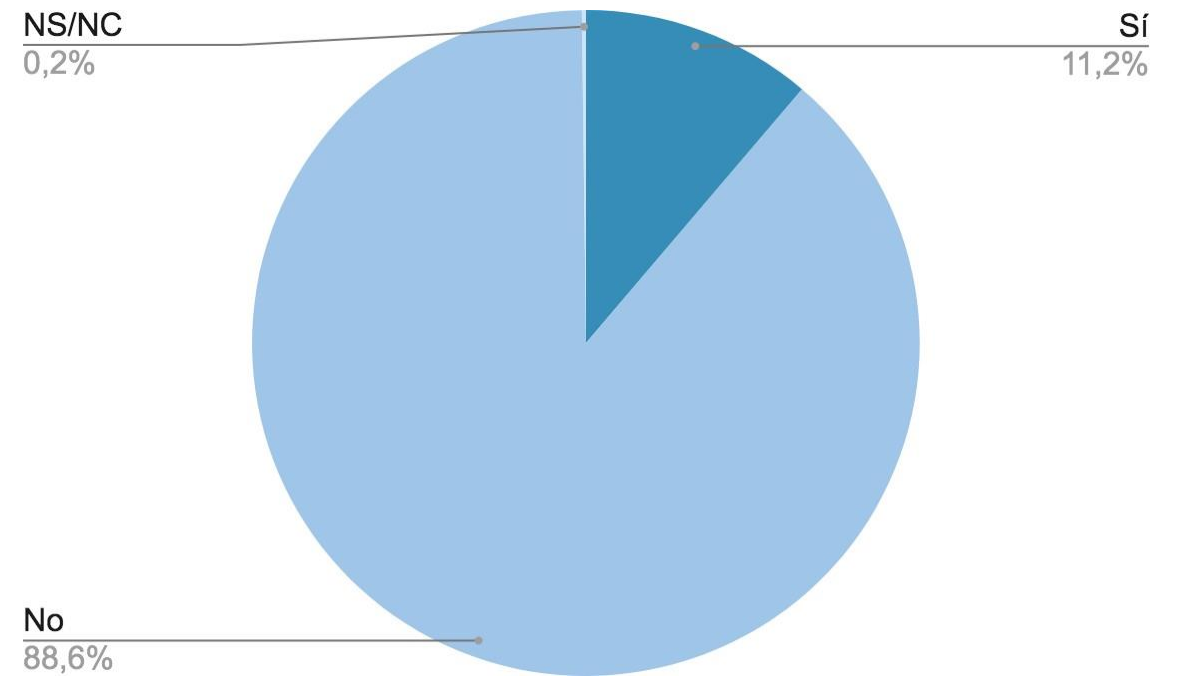
	%
No usar el celular al conducir	63.3
Manejar con precaución	11.5
No distraerse	6.5
Imprudencia	4.8
Salvar vidas/Prevenir accidentes	4.0
Falta educación vial	2.2
Respetar los límites de velocidad	2.2
Falta de más realismo	0.5
Revisión del auto al salir a carretera	0.5
No rebasar	0.3
Uso de cinturón de seguridad	0.2
No sabe	3.9

Evaluación imagen 3 de la campaña:

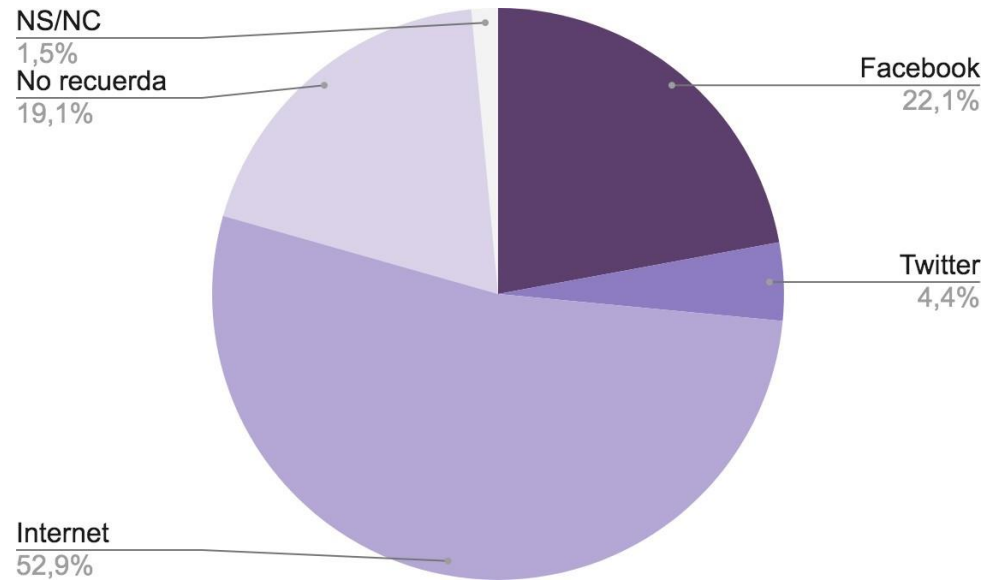
Seguridad Vial, versión Sociedad,
denominada “Un segundo puede
cambiar tu vida”



¿Recuerda haber visto esta imagen?

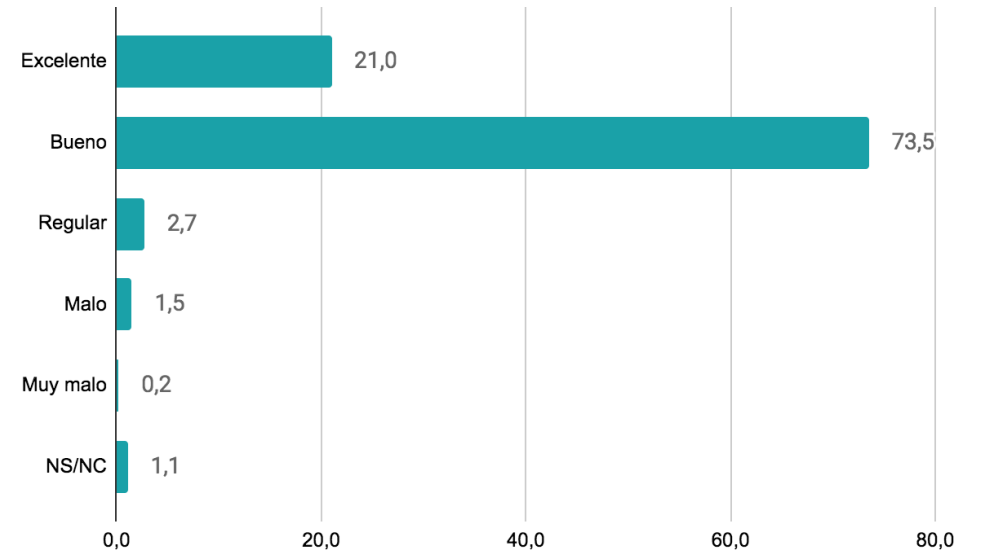


¿Dónde la vio?



(Pregunta realizada exclusivamente al 11.2% que vio, leyó, o escuchó la campaña)

¿Qué le pareció el mensaje?



Gráfica representada en %

¿Por qué le parece regular, malo o muy malo?

Sólo a quien contestó que la imagen es regular, mala o muy mala

	%
No dice mucho el mensaje	23.2
No hay prevención	19.2
Muy simple	15.4
El mensaje no dice la causa	15.4
No son hechos reales	7.7
Tienen un accidente y no se orillan	3.8
Los colores son opacos	3.8
Es muy viejo el comercial	3.8
No sabe	7.7

(Pregunta realizada exclusivamente al 4.4% que contestó: regular, malo o muy malo.)

¿Qué le cambiaría?

Sólo a quien contestó que la imagen es regular, mala o muy mala

	%
Sea más específico	34.6
Que le pongan más consecuencias	11.5
Una secuencia de hechos reales	11.5
Más señales para evitar accidentes	7.7
Poner colores fuertes	7.7
Todo	3.8
Cerrar la puerta del carro y esperar al otro conductor	3.8
Cosas modernas	3.8
Los diálogos	3.8
No sabe	11.8

(Pregunta realizada exclusivamente al 4.4% que contestó: regular, malo o muy malo.)



Del 1 al 10, ¿qué calificación le daría usted al contenido de la imagen?

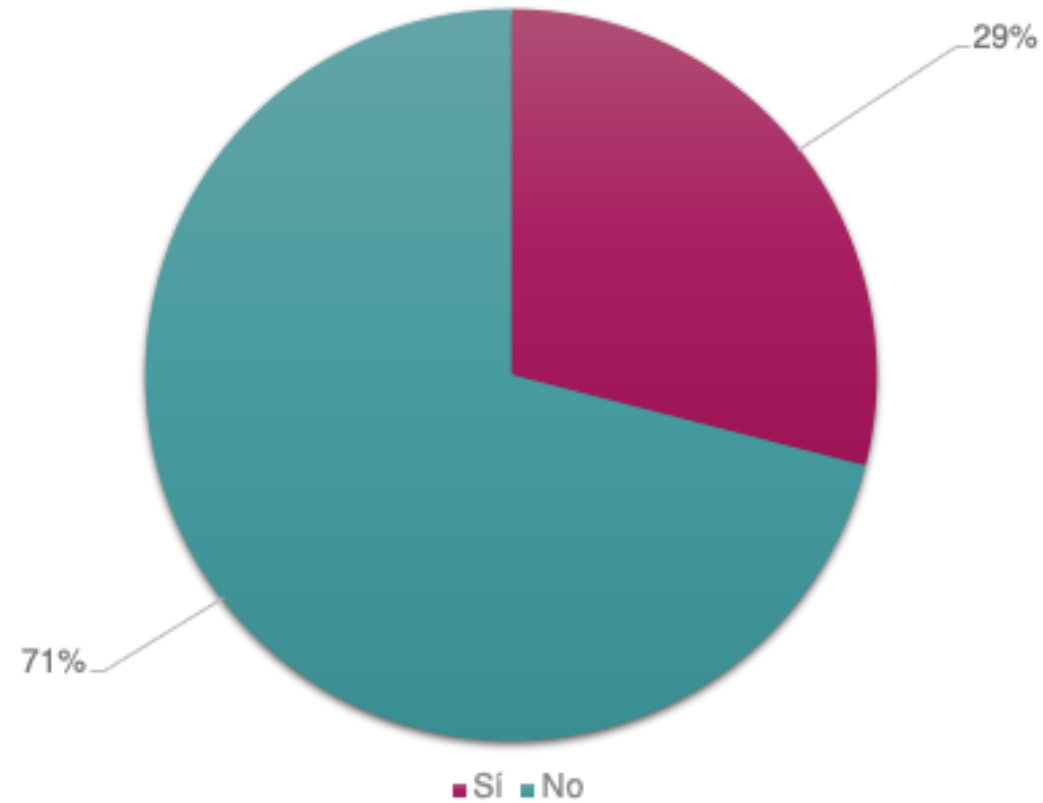
Calificación	%
1	1.3
2	1.2
3	0.2
4	0.2
5	1.8
6	3.3
7	9.2
8	25.7
9	31.0
10	26.1
Promedio:	8.4

¿Qué cree usted que traten de comunicarle con la imagen que acaba de ver?

	%
Evitar distracciones	23.8
Manejar con precaución	22.0
Imprudencia	16.7
Consecuencias de usar el celular mientras manejas	10.5
Evitar accidentes	9.5
Accidente	6.3
No respetar el límite de velocidad	4.2
No guardar su distancia	2.0
Más señalamientos	1.7
No rebasar	0.8
No sabe	2.5

De manera integral, tomando en cuenta el video y las imágenes de la campaña

Personas que han visto, leído o escuchado al menos un material de la campaña de CAPUFE



De manera integral, tomando en cuenta el video que acaba de ver, en una escala del 1 al 5 donde; 1 es completamente de acuerdo y 5 completamente en desacuerdo.

¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está usted con que esta campaña...?

	Completamente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Completamente en desacuerdo	No sabe No contestó
Comunica que no se debe usar el celular mientras conduce	70.0%	28.0%	0.7%	0.5%	0.8%	0.0%
Comunica que se debe respetar los límites de velocidad	54.7%	43.5%	0.7%	0.7%	0.2%	0.2%
Comunica que se debe mantener una distancia adecuada con el vehículo de adelante	56.0%	40.0%	2.7%	1.0%	0.3%	0.0%
Comunica no distraerse por ninguna circunstancia mientras conduce	60.5%	36.8%	1.8%	0.5%	0.2%	0.2%
Comunica "Un segundo puede cambiar tu vida"	65.8%	31.2%	2.5%	0.2%	0.3%	0.0%

De manera integral, tomando en cuenta el video que acaba de ver, en una escala del 1 al 5 donde; 1 es completamente de acuerdo y 5 completamente en desacuerdo.

¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está usted con que esta campaña...?

	Completamente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Completamente en desacuerdo	No sabe No contestó
Promociona respetar los límites de velocidad	58.7%	39.2%	1.7%	0.2%	0.0%	0.2%
Promociona respetar las señales de tránsito	55.8%	40.5%	3.2%	0.2%	0.3%	0.0%
Promociona poner atención al manejar	61.5%	36.7%	1.6%	0.0%	0.2%	0.0%
Promociona no soltar las manos del volante	60.0%	35.3%	3.2%	1.0%	0.5%	0.0%
Es creíble	58.2%	37.8%	2.8%	0.8%	0.2%	0.2%
Está dirigida a gente como usted	59.3%	36.3%	3.5%	0.7%	0.2%	0.0%

De manera integral, tomando en cuenta el video que acaba de ver, en una escala del 1 al 5 donde; 1 es completamente de acuerdo y 5 completamente en desacuerdo.

¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está usted con que esta campaña...?

	Completamente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Completamente en desacuerdo	No sabe No contestó
Invita a atender las recomendaciones al manejar	60.2%	37.2%	2.2%	0.2%	0.2%	0.0%
Invita a respetar los límites de velocidad	60.0%	38.2%	1.6%	0.0%	0.2%	0.0%
Invita a respetar las señales de tránsito	61.5%	35.5%	2.7%	0.3%	0.0%	0.0%
Invita a mantener la distancia adecuada con el vehículo de adelante	62.2%	34.8%	2.2%	0.8%	0.0%	0.0%

¿Qué aspectos NO le gustaron de esta campaña?

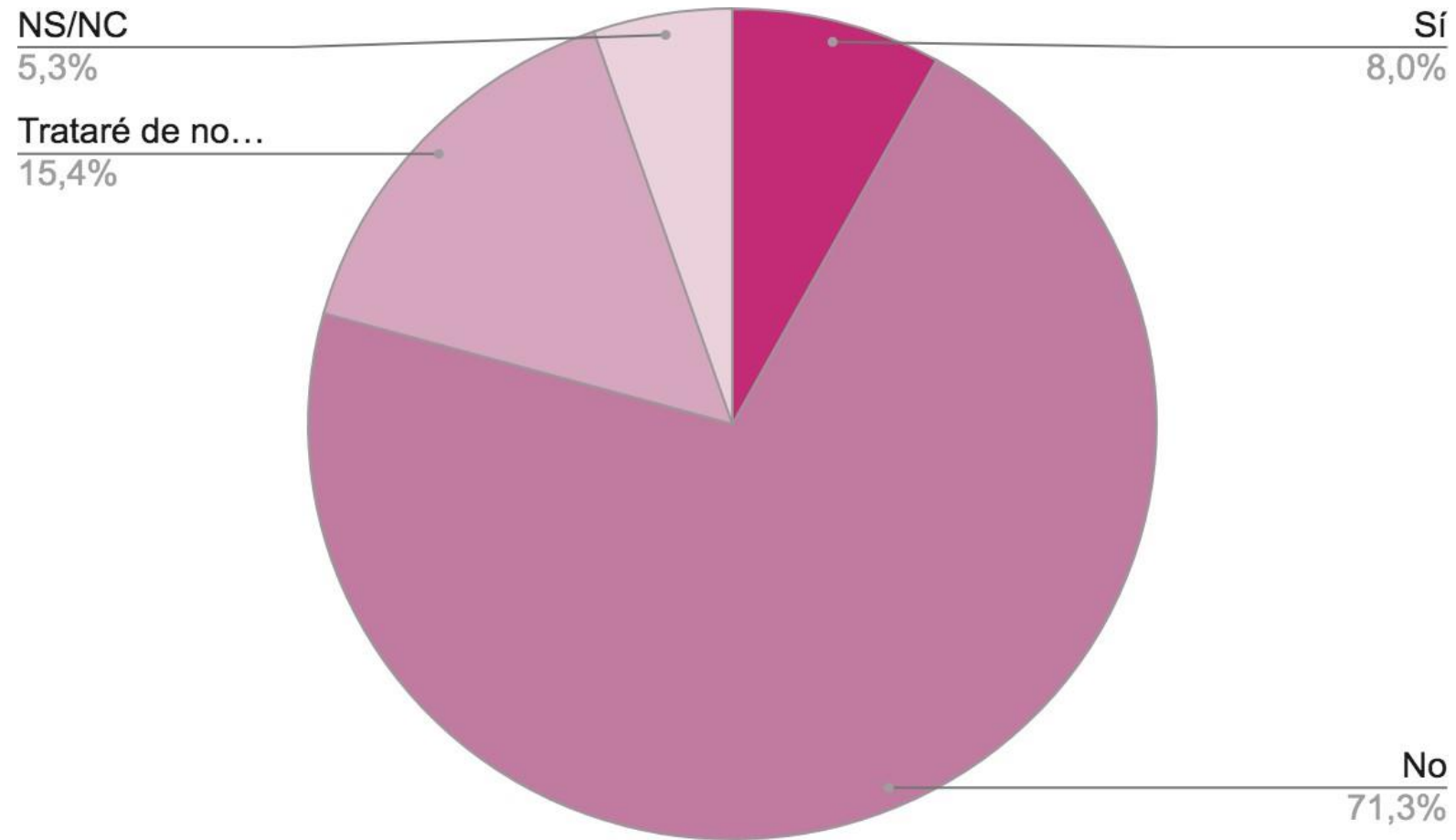
	%
Que no sea real, no animación.	6.2
No hay mucha difusión	3.3
Es muy corto el video	3.0
Es ambiguo	2.2
Falta creatividad	1.8
El accidente	1.7
La calidad de la información	1.5
Falta el sonido, solo es visual	1.3
No es muy claro	1.3
Otras menores a 1.0	4.0
Nada	36.7
Ninguno, todo me gusta	30.8
No sabe	6.2

¿Qué aspectos SÍ le gustaron de esta campaña?

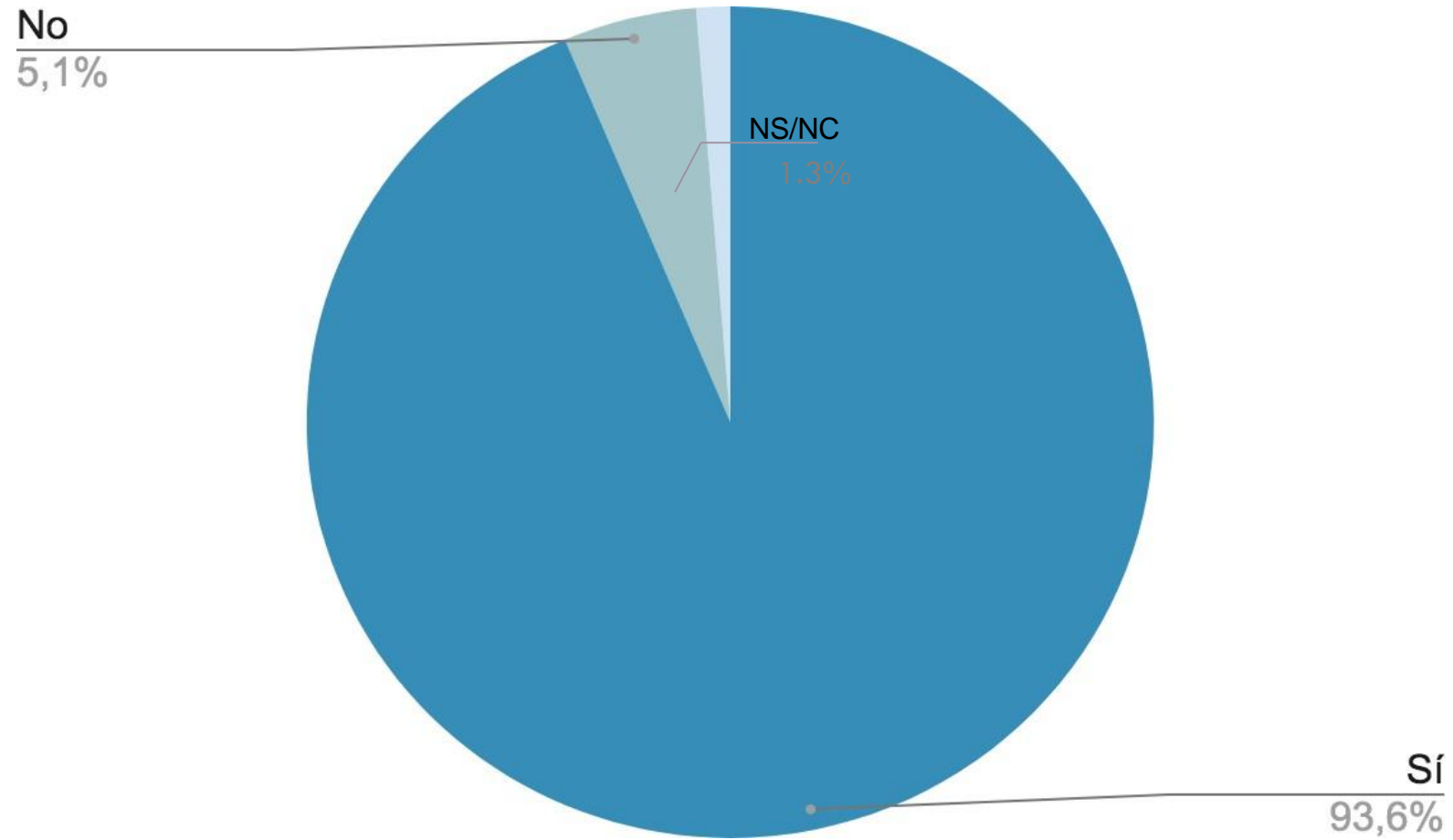
	%
Prevenición al manejar	21.5
No usar el celular cuando maneja	17.5
El mensaje es claro	13.5
Generar conciencia vial	12.0
Se puede evitar accidentes	8.3
Las imágenes animadas	5.8
Respetar los señalamientos	3.8
Respetar el límite de velocidad	2.8
Consecuencias por un descuido	2.8
Campaña interesante	2.0
Se parece a la vida diaria	1.2
Otras menores a 1.0	1.8
Todo me gusta	4.8
No sabe	2.2



Después de ver el video, ¿seguirá usted usando el celular mientras conduce?



¿Recomendaría no utilizar el celular a quien conduce?



¿Considera usted importante?

	Si	No	Ns/Nc
Usar el cinturón de seguridad	99.2%	0.8%	0.0%
Respetar las señales de tránsito	97.7%	1.7%	0.6%
No utilizar el celular mientras conduce	97.2%	2.7%	0.1%
Descansar antes de salir a carretera	97.2%	2.2%	0.6%
No conducir en estado de ebriedad	97.0%	2.5%	0.5%
Poner atención al manejar	96.8%	2.5%	0.7%
Respetar los límites de velocidad	96.5%	3.3%	0.2%
Revisar el automóvil antes de salir a carretera	96.5%	3.2%	0.3%
No conducir cansado	96.2%	3.7%	0.1%
Mantener una distancia adecuada con el vehículo de adelante	95.7%	3.8%	0.5%
No manejarse si ingirió medicamentos que puedan causar somnolencia	95.7%	2.8%	1.5%

¿Qué mensajes sugiere se difundan para prevenir accidentes?

	%
No usar el celular mientras manejas	19.3
Concentrarse al manejar	11.0
Ser más responsable	8.5
Difusión de mensajes de prevención	6.8
No conducir alcoholizado	6.2
Precaución al manejar	4.8
Videos de casos reales	3.5
Seguridad vial	3.2
No conducir cansado	3.0
Respetar los señalamientos	3.0
Capacitación para manejar	2.8
Respetar el límite de velocidad	2.8
Respetar las reglas de tránsito	2.8
Otras menores a 2.0	12.9
No sabe	9.4

¿Qué acciones sugiere realizar para prevenir accidentes?

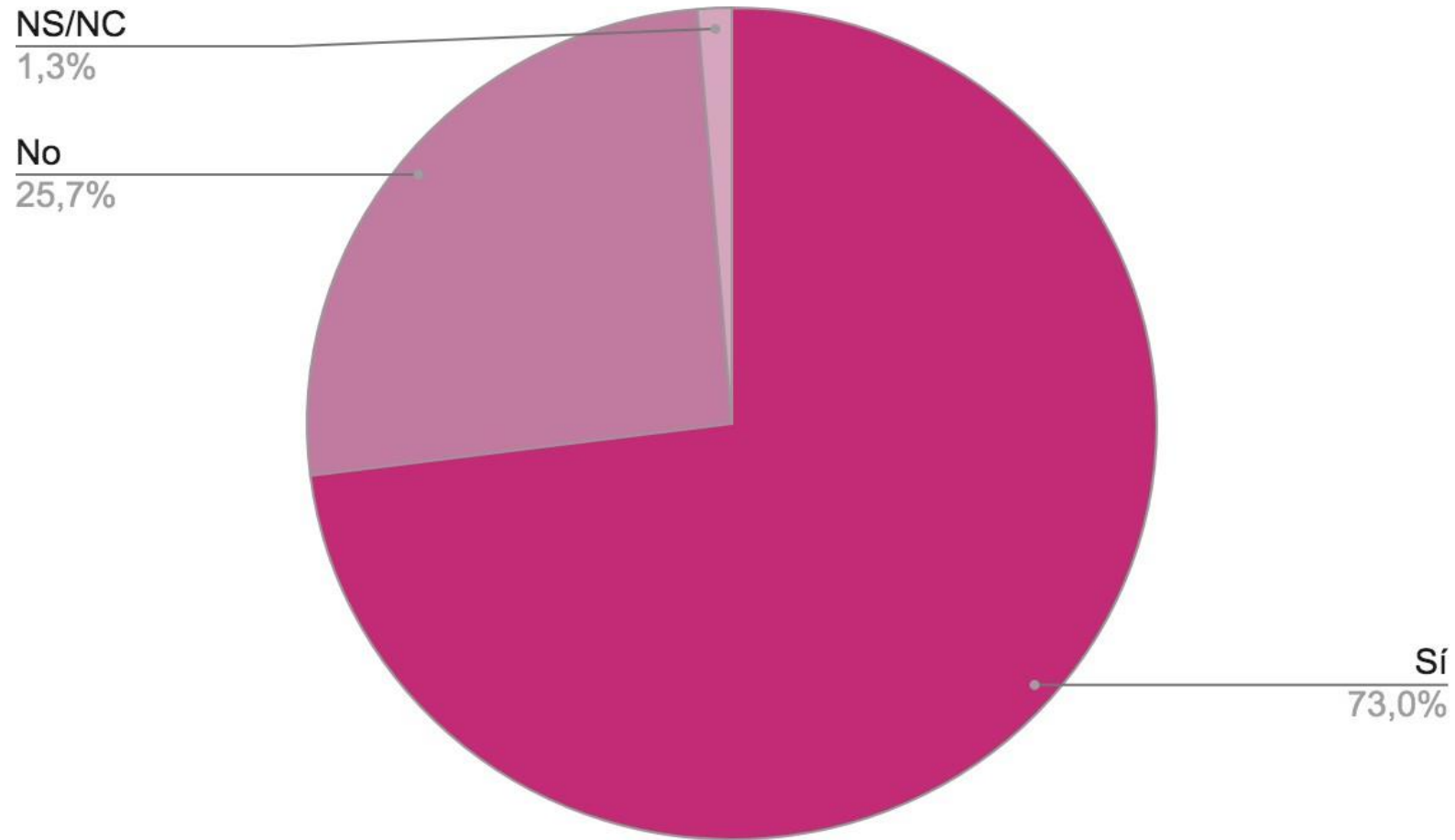
	%
Precaución al manejar	11.5
No usar el celular mientras manejas	10.3
Poner multas o sanciones severas	10.2
Más señales de prevención	9.0
Más publicidad en tv, redes sociales, trípticos.	8.2
Las autoridades hagan revisiones/retenes	7.8
Respetar las reglas de tránsito	6.5
Tener más responsabilidad	3.2
Mejor cultura vial	2.8
No tomar alcohol al conducir	2.7
Poner videos de choques reales	2.3
Descansar bien antes de manejar	2.0
Usar el cinturón de seguridad	2.0
Otras menores a 2.0	15.2
No sabe	6.3

De la siguiente lista, ¿qué factores son los que provocan los accidentes?

	Si	No	Ns/Nc
Exceso de velocidad	97.3%	1.7%	1.0%
Manejar en estado inconveniente	95.0%	3.8%	1.2%
Estado del camino	89.5%	7.8%	2.7%
Estado del vehículo	89.2%	8.7%	2.1%
Impericia del conductor	87.7%	9.7%	2.6%
Falta de dispositivos de seguridad vial	86.7%	8.8%	4.5%

SEÑALAMIENTOS E INFRAESTRUCTURA EN CARRETERA

¿Conoce el significado de los señalamientos instalados en las autopistas?

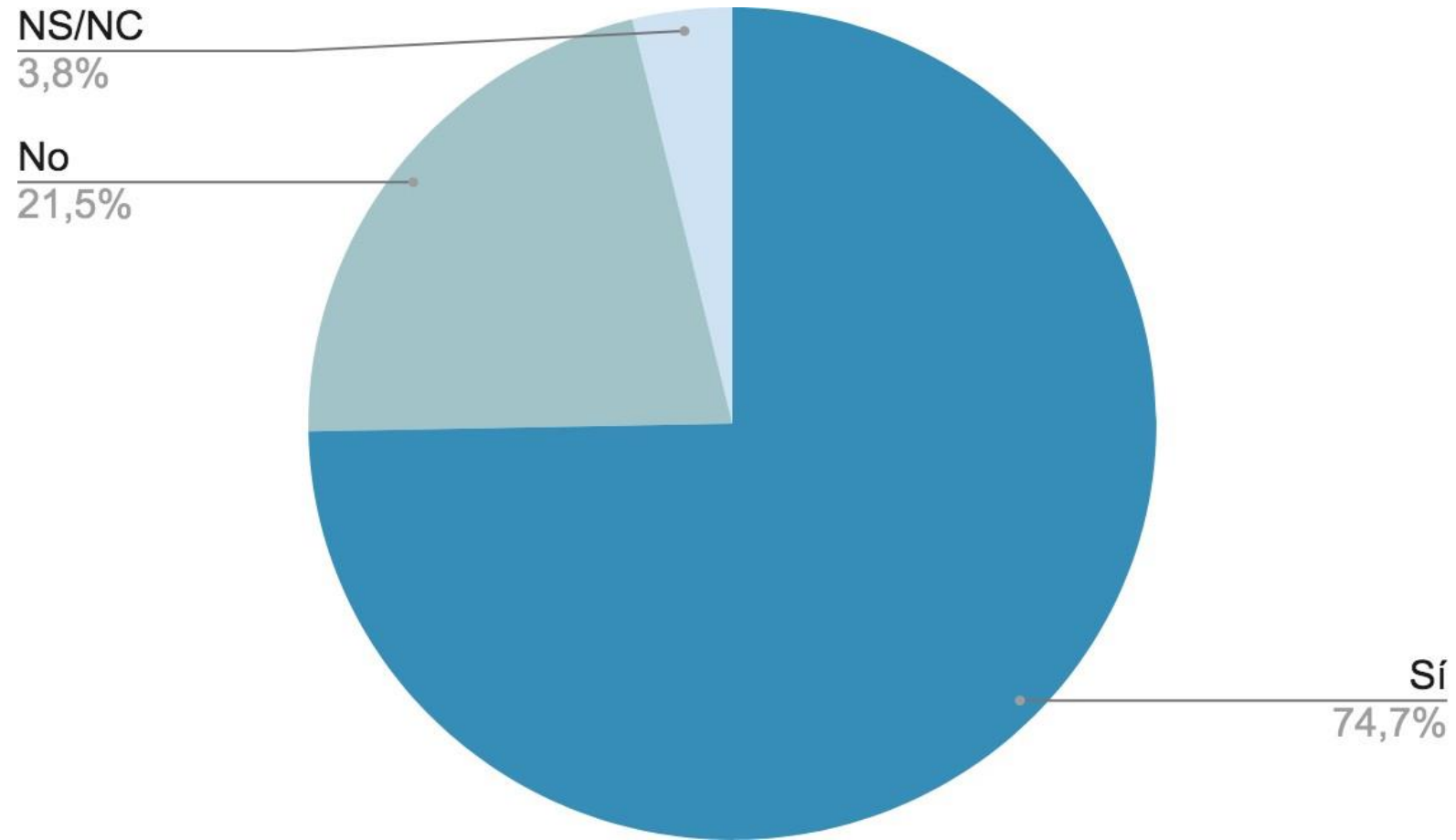


Si conoce, mencione algunas

Sólo a quien contestó que sí conoce el significado se los señalamientos

	%
Límite de velocidad	17.6
No rebasar	9.4
Curva peligrosa	6.8
Curvas	6.8
Alto total	3.7
Uso de cinturón de seguridad	3.4
Topes	3.0
Derrumbes	3.0
Estación de gasolina	3.0
Curva cerrada	3.0
Rebase en raya continua	1.6
Otras menores a 1.5	37.6
No sabe	1.1

¿Le parece que los señalamientos que existen a lo largo de las autopistas operadas por CAPUFE son suficientes?



¿Por qué no le parece que son suficientes?

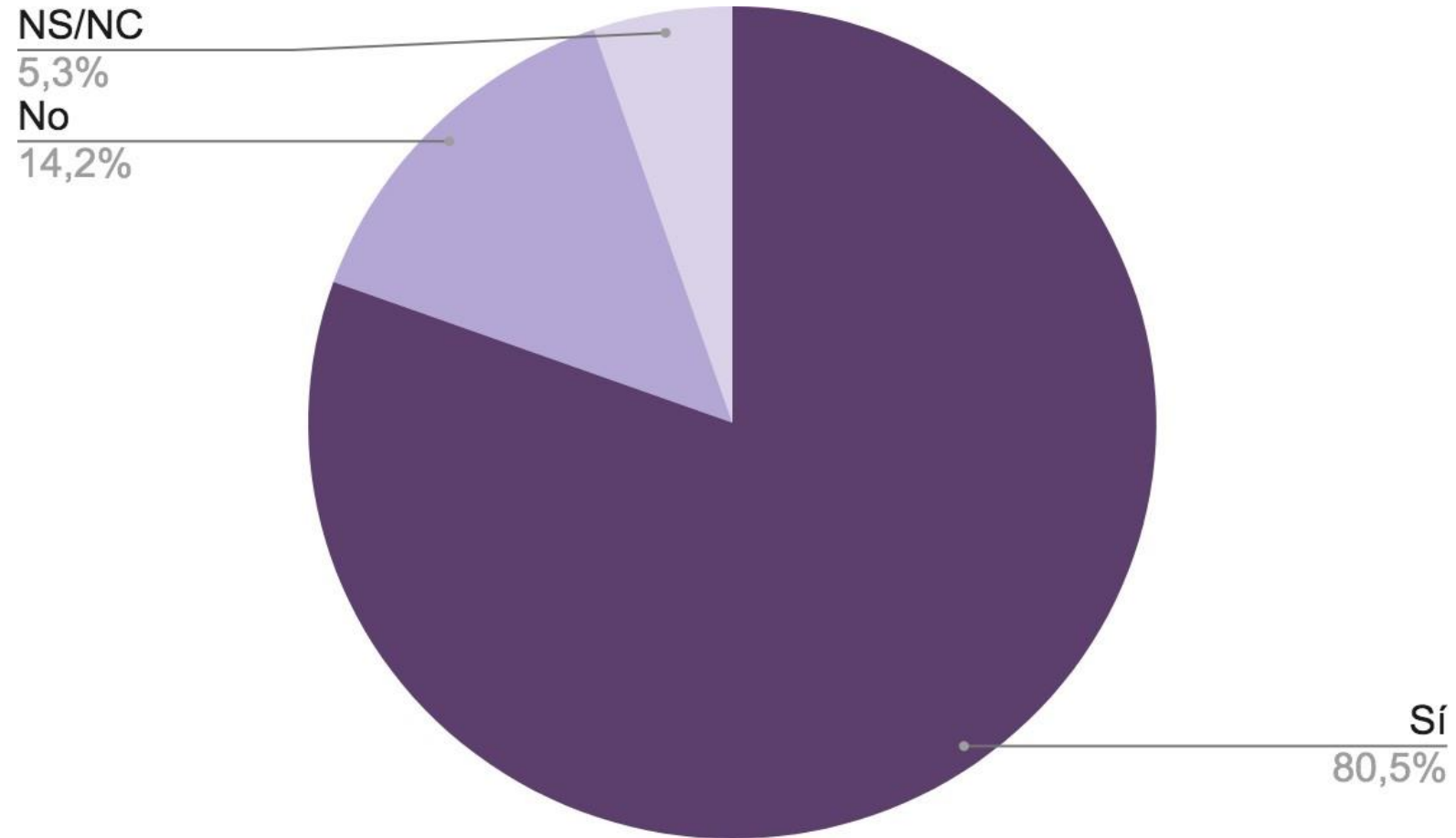
Sólo a quien contestó que nos son suficientes

	%
Faltan más señales	45.0
Mal estado	24.8
No tiene buena ubicación	12.4
Son pequeños y no se distinguen	4.7
Faltan luces centrales para que se vean	3.1
No sabe	10.0

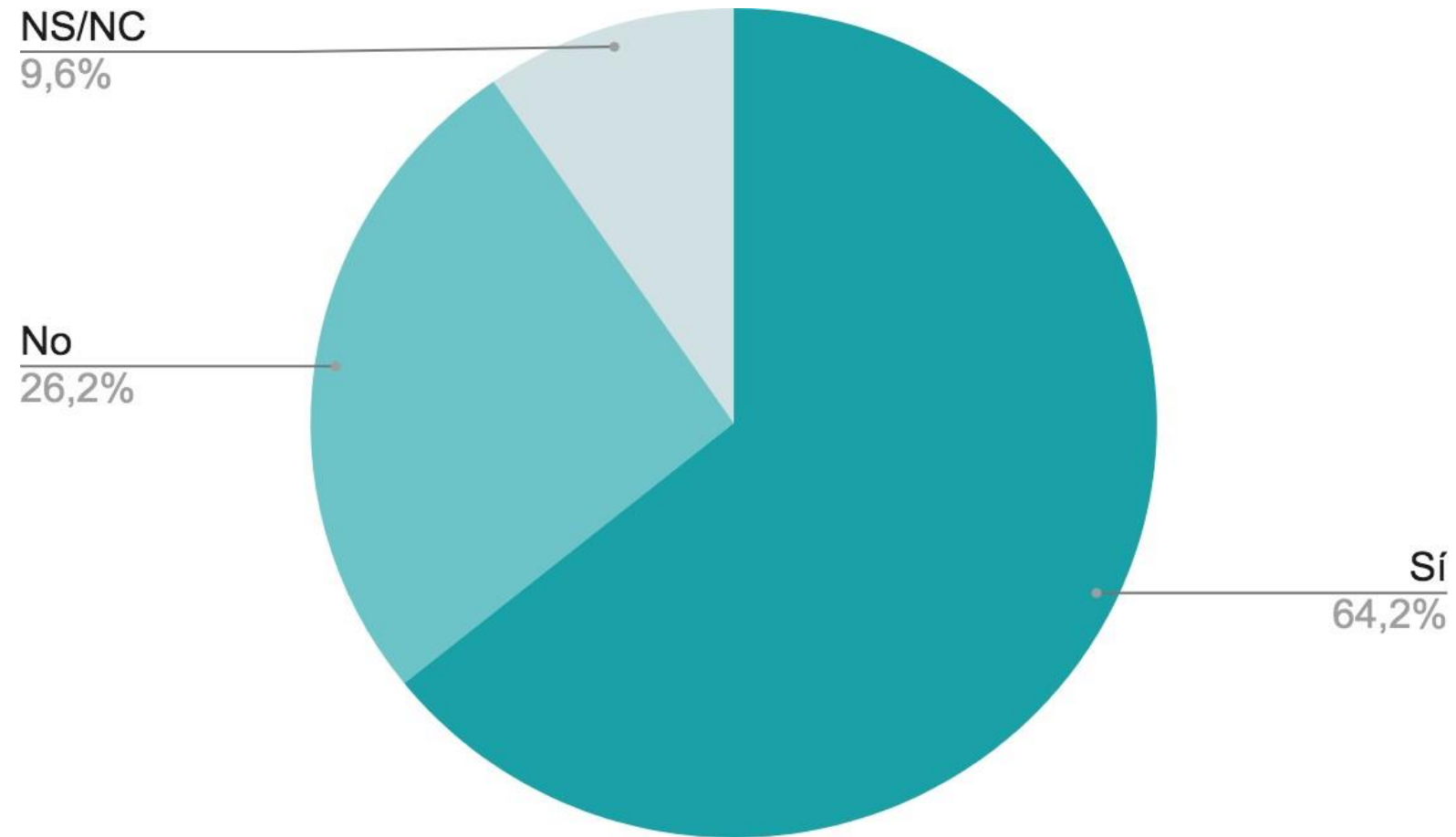
(Pregunta realizada exclusivamente al 21.5% que contestó que no)



¿Le parece que los señalamientos le orientan adecuadamente?



En las obras de mantenimiento, ¿le parece que los señalamientos que instalan son suficientes y adecuados?



Del siguiente listado, mencione, ¿cuáles de los dispositivos de seguridad que CAPUFE ha instalado en sus autopistas conoce?

	Si	No	Ns/Nc
Rampas de emergencia	75.8%	20.7%	3.5%
Defensa metálica	67.8%	26.5%	5.7%
Barrera monolítica central	55.5%	36.0%	8.5%
Pantallas de mensaje variable	55.0%	34.3%	10.7%
Bandas de alerta	52.8%	39.0%	8.2%
Malla antideslumbrante	50.5%	41.7%	7.8%
Otro	83.8%	16.2%	0.0%

OPERACIÓN DE LOS SERVICIOS QUE SE BRINDAN EN LAS AUTOPISTAS OPERADAS POR CAPUFE

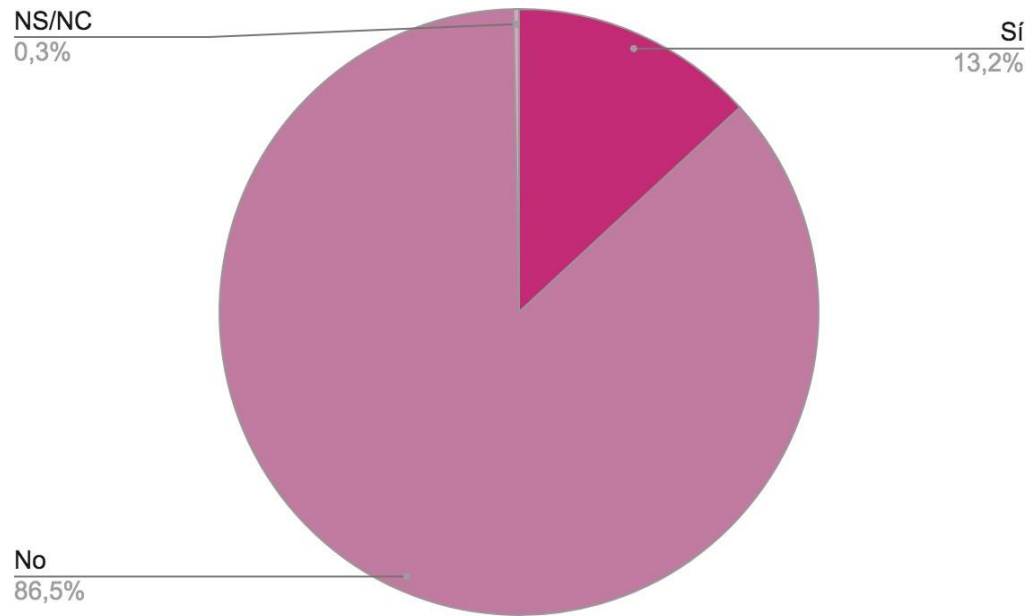
Del siguiente listado, mencione, ¿cuáles de los servicios que ofrece CAPUFE conoce?

	Si	No	Ns/Nc
Servicio de grúa	72.8%	23.5%	3.7%
Auxilio vial	68.0%	28.2%	3.8%
Teléfono de atención a usuarios 074	64.0%	28.2%	7.8%
Servicio IAVE	57.8%	34.2%	8.0%
Servicio médico	55.2%	36.3%	8.5%
Seguro de responsabilidad civil	52.6%	39.2%	8.2%

Del 1 al 10, donde 1 es la calificación más baja y 10 la más alta,
¿qué calificación le otorga a la siguiente lista?

Calificación	Atención de los cajeros	Estado físico de la plaza de cobro	Estado físico de las autopistas	Baños
1	1.0%	0.5%	0.8%	4.0%
2	1.0%	1.0%	2.7%	4.8%
3	0.7%	1.0%	2.8%	4.2%
4	0.7%	2.2%	1.5%	2.0%
5	4.2%	8.0%	10.8%	14.2%
6	6.0%	9.3%	12.8%	13.3%
7	12.2%	14.7%	22.5%	18.3%
8	30.3%	29.8%	24.7%	18.3%
9	21.8%	19.5%	11.5%	6.3%
10	14.3%	8.5%	4.8%	3.8%
Calificación Promedio	7.3	7.1	6.5	5.5

¿Alguna vez ha necesitado los servicios de auxilio vial o médico de CAPUFE?

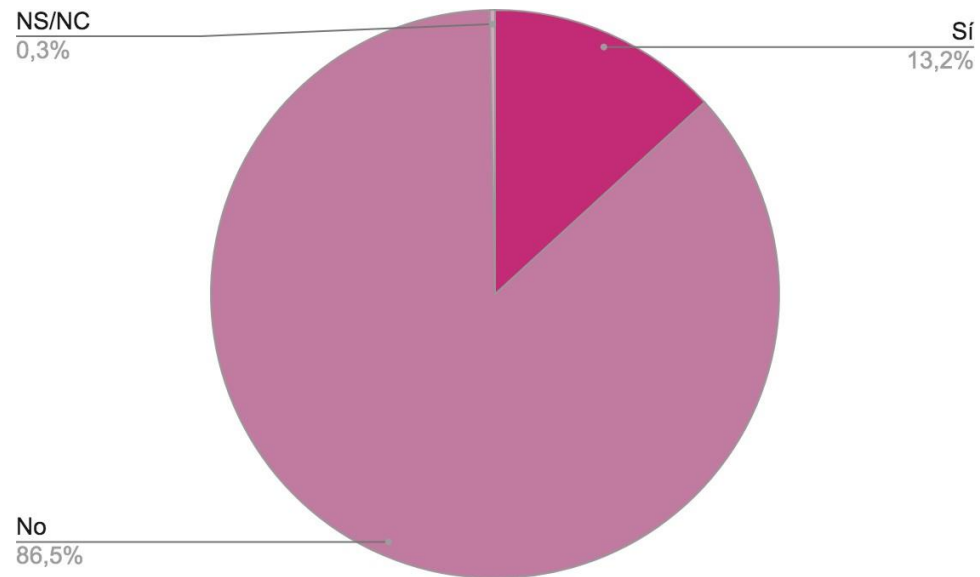


¿Qué sugerencias tiene para mejorar la calidad de los servicios que ofrece CAPUFE?

Sólo a quien contestó que si ha necesitado los servicios de auxilio vial

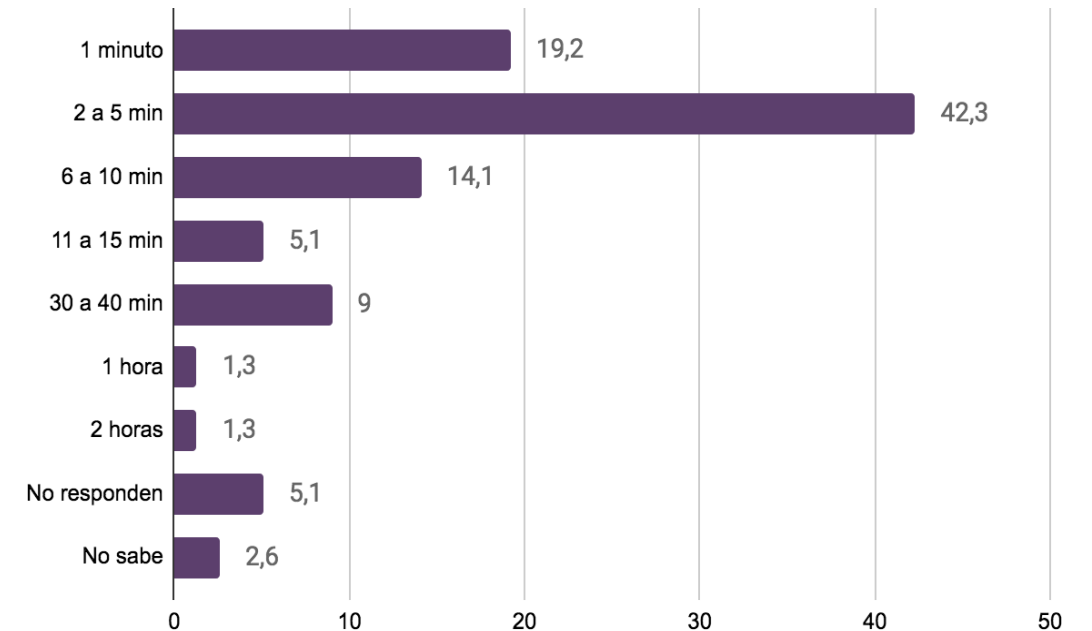
	%
Mejorar el tiempo de llegada	25.9
Que sean amables y rápidos	13.6
Teléfonos de emergencia más continuos	8.6
Más señalamientos	6.2
Tener más puntos de atención	4.9
Más seguridad en las carreteras	4.9
Ayuda vial en cada caseta	4.9
Ángeles verdes con señal satelital	3.7
Respondan los teléfonos	3.7
Que lo que se cobra se invierta en arreglar la carretera	2.5
Funcionen todos los teléfonos	2.5
Mantenimiento constante en pista	2.5
Otros menores a 2.0	6.2
No sabe	9.9

¿Ha llamado al número de atención a usuarios 074?



¿Cuánto tiempo tardaron en contestarle?

Sólo a quien contestó que sí ha llamado al 074



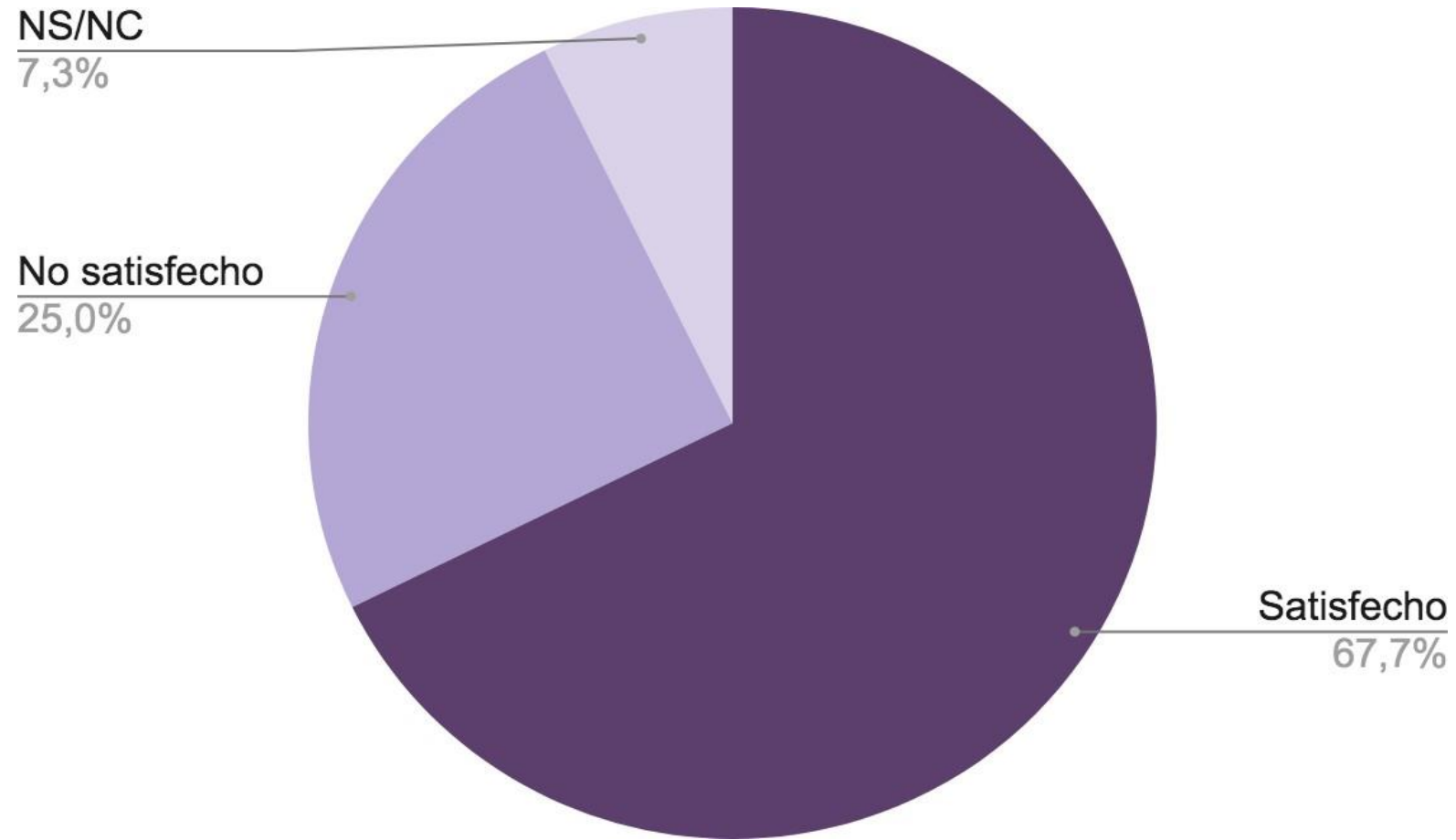
Gráfica representada en %

En la escala de 1 al 10, ¿qué calificación le otorga al servicio de atención a usuarios 074?

Sólo a quien contestó que si ha llamado al 074

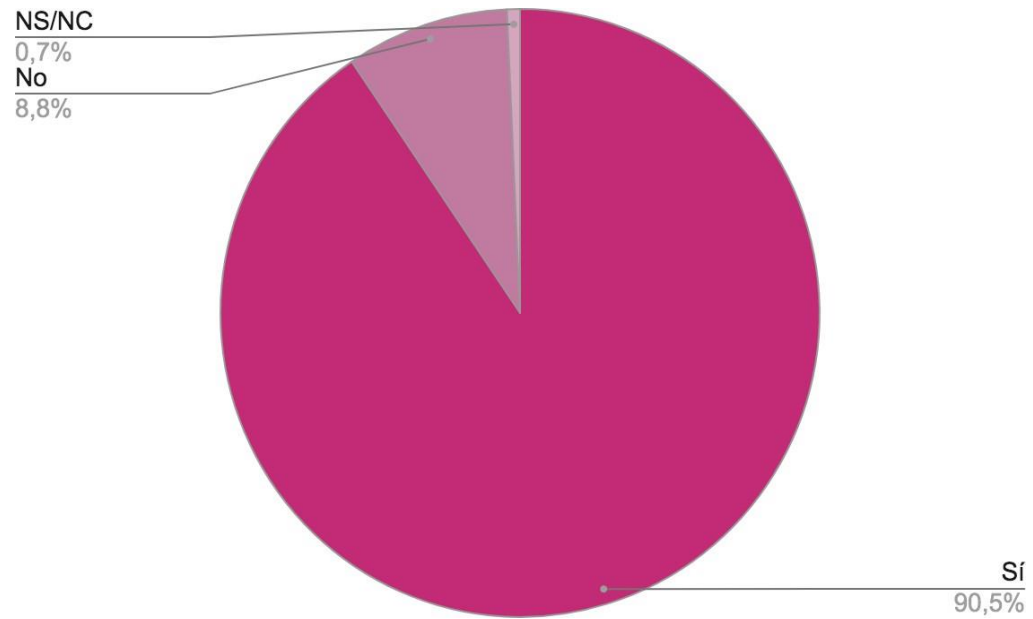
Calificación	%
1	11.5
2	2.6
3	0.0
4	1.3
5	9.0
6	7.7
7	9.0
8	30.8
9	23.1
10	5.1
Calificación Promedio:	6.8

De manera general, ¿qué tan satisfecho está usted con las autopistas operadas por CAPUFE?

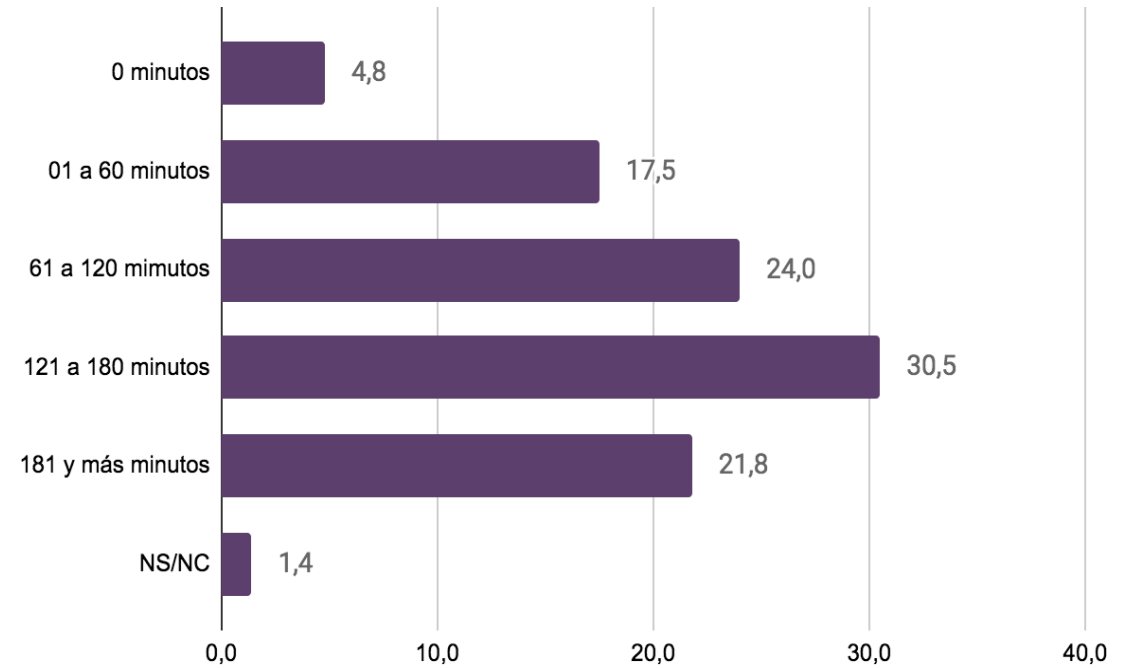


PÁGINA DE INTERNET Y REDES SOCIALES

¿Cuenta con internet?

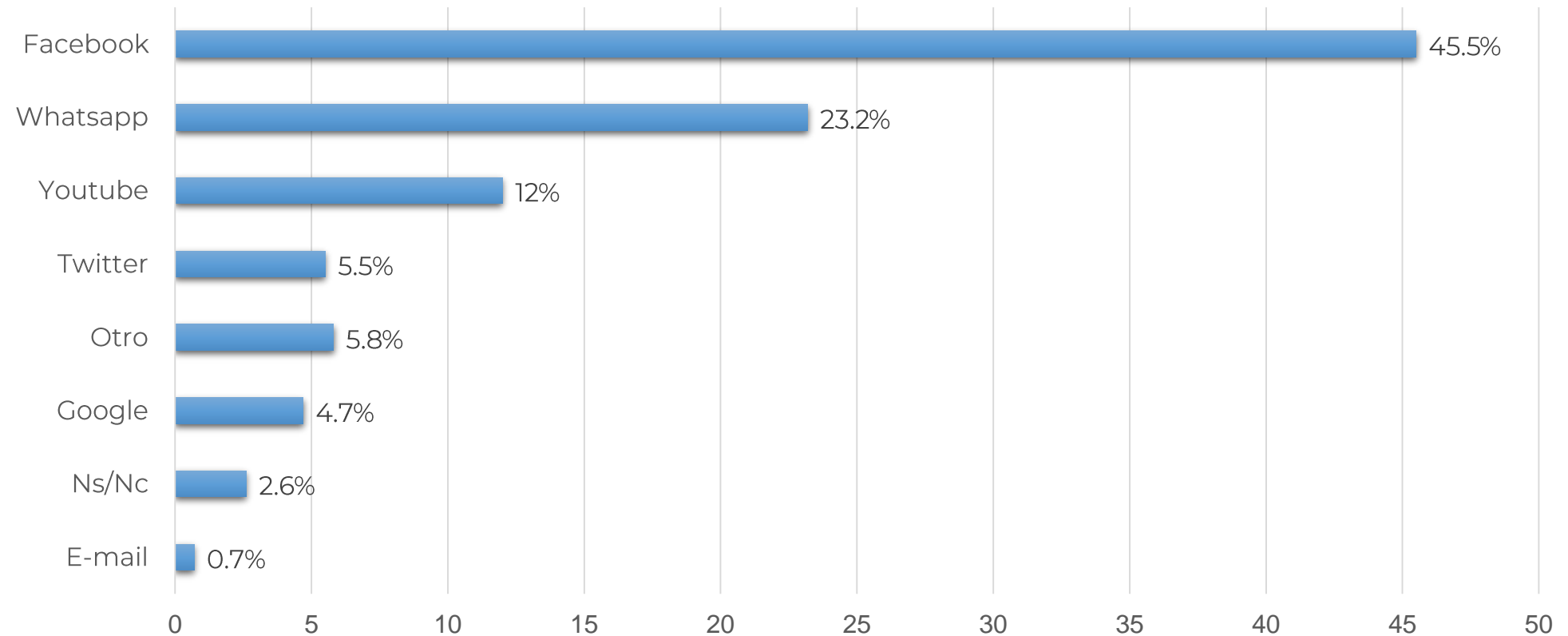


¿Cuántos minutos al día usa internet?



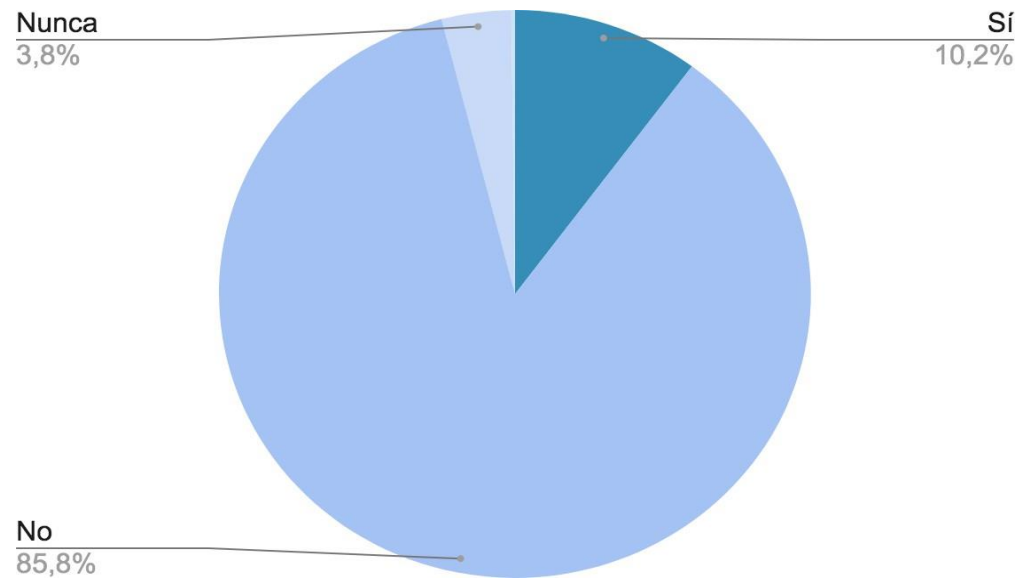
Gráfica representada en %

¿Cuál es su red social preferida?



Gráfica representada en %

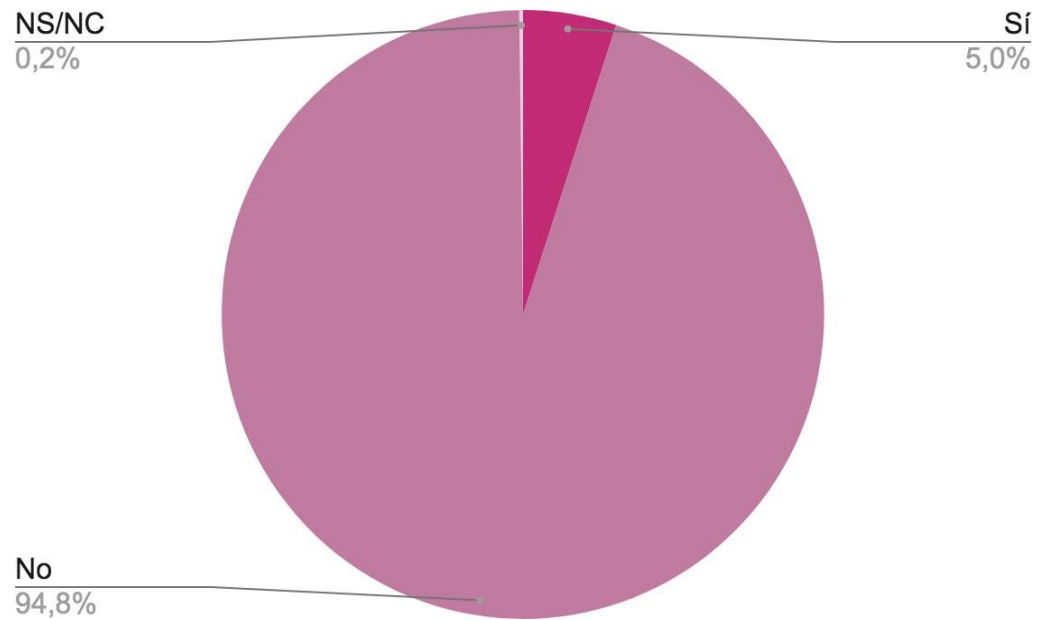
¿Ha ingresado alguna vez a la página
www.gob.mx/capufe/?



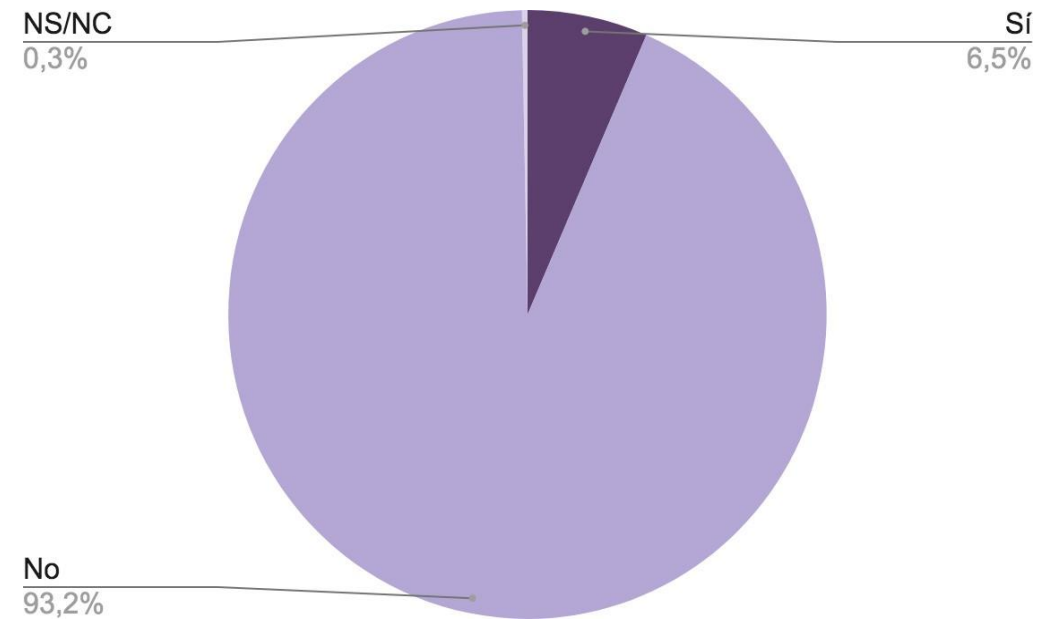
¿Para qué?

	%
Mantenerme informado	24.6
Facturar	23.0
Revisar cobro de casetas	16.4
Revisar los tiempos de una carretera a otra	14.8
Revisar qué carreteras están cerradas	4.9
Para ver videos	4.9
Revisar el número telefónico	3.3
Servicios de automóvil	3.3
Hacer una caseta	1.6
Para ver las campañas	1.6
No sabe	1.6

¿Sigue usted la cuenta de Twitter de CAPUFE?



¿Sigue usted la cuenta de Facebook de CAPUFE?



¿Qué tipo de información sugiere se difunda en redes sociales?

	%
Precaución al manejar	11.7
Videos de orientación	7.7
Cultura vial	7.5
Seguridad vial	7.5
Manejar sin uso del celular	6.2
Prevenir accidentes	4.7
Informar qué carreteras están arreglando	4.2
Los servicios de CAPUFE	4.0
Monitoreo en tiempo real de los caminos	3.5
Poner más señales	3.3
Bajar el costo de las casetas	2.0
Reglas para conducir	2.0
Otras menores a 2.0	15.0
No sabe	20.7

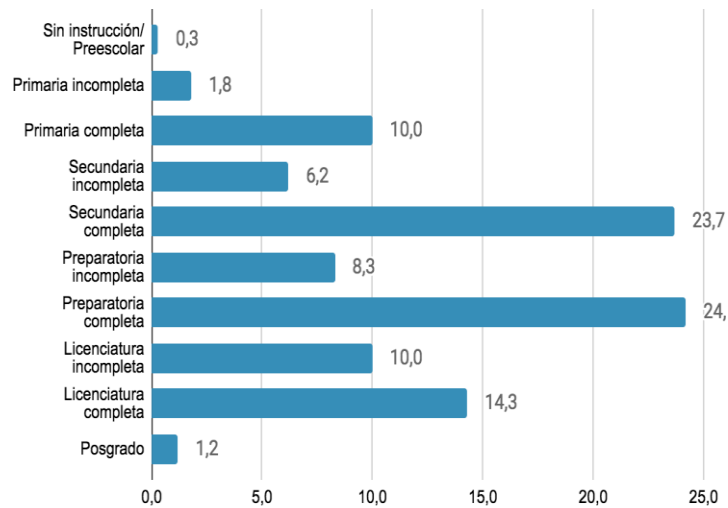
Imagine que CAPUFE es una persona a la que usted conoce, ¿qué tan honesta creería que es esta persona? Del 1 al 10 que calificación le otorgaría.

Calificación	%
1	1.5
2	0.7
3	0.3
4	0.3
5	4.3
6	4.0
7	13.3
8	40.3
9	21.8
10	9.8
Promedio:	7.6%

PERFIL DE LAS PERSONAS ENTREVISTADAS

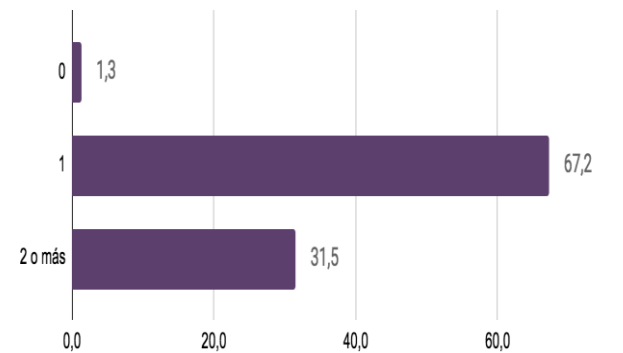
Escolaridad

Pensando en el jefe o jefa del hogar, ¿Cuál fue el último año de estudios que aprobó en la escuela?



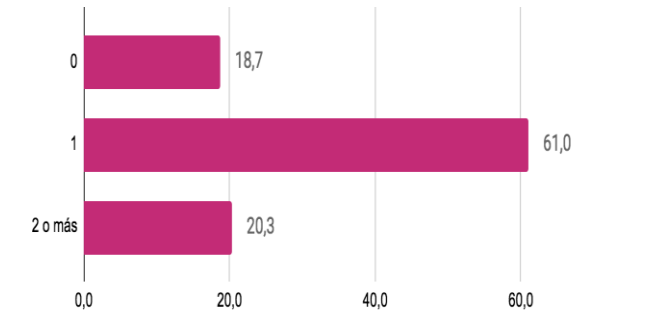
Baños y regaderas

¿Cuántos baños completos con regadera y WC hay en esta vivienda?



Automóviles

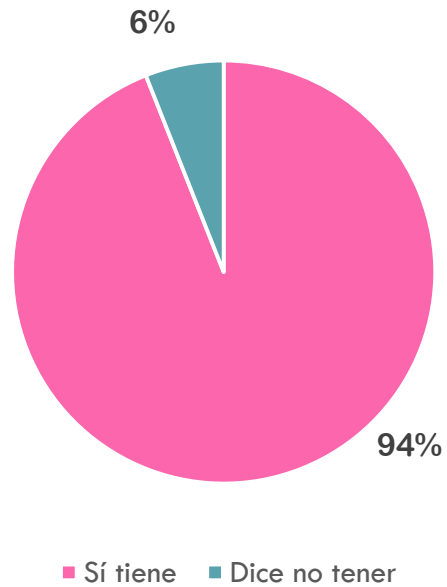
¿Cuántos automóviles o camionetas tienen en su hogar, incluyendo camionetas cerradas o cabinas o caja?



Gráficas representada en %

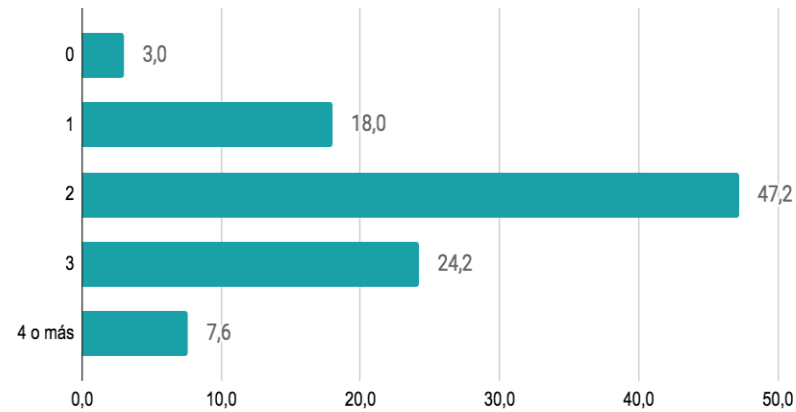
Internet

Sin tomar en cuenta la conexión móvil que pudiera tener desde algún celular, ¿este hogar cuenta con internet?



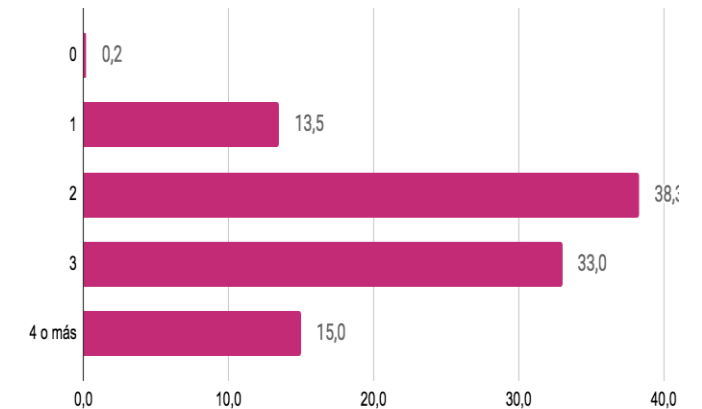
Empleo

De todas las personas de 14 años o más que viven en este hogar, ¿cuántas trabajaron en el último mes?



Cuartos para dormir

En esta vivienda, ¿cuántos cuartos se usan para dormir sin contar pasillos ni baños?



Gráficas representada en %

Conclusiones y recomendaciones

A pesar de ser un levantamiento complicado y distinto a lo “normal”, por la situación de la pandemia en el país, los resultados se pueden interpretar satisfactorios, ya que el objetivo principal de la campaña se cumplió: el 29% de la población objetivo tuvo conocimiento de ella.

En general, hay conciencia entre los ciudadanos de cuáles son las conductas importantes respecto a la seguridad vial, pero ese conocimiento del riesgo no se traduce en una conducta del manejo seguro, ya que aunque saben los peligros no toman las conductas adecuadas para remediarlas.

La institución (CAPUFE) tiene una opinión favorable entre la ciudadanía y las opiniones negativas están referidas al costo por utilizar las autopistas.

En cuanto a la producción general del video, más del 90% la evalúa favorablemente, obteniendo una calificación global de 8.4, mientras las críticas de aquellos que lo evalúan de forma negativa se centran en la falta de texto en el mensaje.

Aportar mayor información y detalle sobre el tema, así como un planteamiento con mayor originalidad son las principales sugerencias de cambio respecto al video reconocido por la audiencia.



La Imagen 1 se evalúa en términos generales de forma positiva, menos del 5% de los entrevistados lo califica regular o negativamente. Las críticas se centran en el formato de las imágenes presentadas en forma de caricatura, quisieran que transmitieran mayor realismo.

La Imagen 2 es el material mejor evaluado, con un promedio de calificación de 8.7. La claridad del mensaje es contundente, más del 60% interpreta que no se debe conducir viendo el celular.

La Imagen 3 es evaluado positivamente, aquellos que la evalúan negativamente es por ser un mensaje reiterativo, poco novedoso. Desearían ver cuáles son las consecuencias del mensaje central que se busca transmitir.

De todos los materiales evaluados la imagen 2 es la mejor evaluada ya que fue la más vista y el 63% reconocen el mensaje principal (no utilizar el celular al conducir). De igual forma, fue el material que tuvo mayor opiniones positivas y alcanzó una calificación de 8.7.

De todos los aspectos de la campaña lo que más impacto tuvo en la gente es el no uso del celular mientras se maneja.



Cerca del 55% de quienes han visto publicidad de CAPUFE interpretan que se abordan temas relacionados a la seguridad vial.

Entre las áreas de oportunidad y recomendaciones se notó que se debe de verificar que el pautaado de difusión sea adecuado al público objetivo.

Se recomienda que para próximas campañas se utilicen materiales de personas y eventos reales, ya que la gente mencionó que al ser todo animado le falta realismo.

Se recomienda que mencionen en las autopistas cuáles sí son operadas por CAPUFE para que la gente no evalúe a la institución en tramos carreteros no operados por ésta.

Se recomienda tomar en cuenta aumentar los señalamientos en las carreteras operadas por CAPUFE, debido a que los encuestados mencionan que no hay suficientes.





in/zea-investigación | +52 55.5131.3971

t/ZealInvestiga | info@zeainvestigacion.com

f /ZEaInvestigacion | www.zeainvestigacion.com
