



**Aeropuertos y
Servicios
Auxiliares**



ESTUDIO POST-TEST
Campaña: "Capacitación"
Versión: "Genérica"



**Aeropuertos y
Servicios
Auxiliares**



Información General de la Campaña



Información General de la Campaña

Nombre:

“CAPACITACIÓN”

Versión:

GENÉRICA

Objetivo de comunicación:

POSICIONAR LA OFERTA DE PROFESIONALIZACIÓN DE ASA CON CAPACITACIÓN Y CERTIFICACIÓN, TENDIENTES A ALCANZAR ESTÁNDARES MUNDIALES DE CALIDAD.



Información General de la Campaña

Vigencia: 30/10/2017 AL 12/12/2017

Cobertura: NACIONAL E INTERNACIONAL.

Población objetivo: MUJERES Y HOMBRES
25 A 64 AÑOS.
AB / C+ / C / D+.
Personas vinculadas profesionalmente al
sector aeronáutico.



Metodología



Metodología

Los resultados finales presentados en este documento, corresponden al levantamiento de encuestas cara a cara realizado a nivel nacional. Los datos contenidos en este estudio Post-Test representan las opiniones y percepciones de personas residentes de 6 entidades federativas.

1,200
Entrevistas
efectivas

Público Objetivo:

Mujeres y hombres
25 a 64 años
NSE: AB / C+ / C / D+.

Filtro:

Exclusivamente personas vinculadas
profesionalmente al sector aeronáutico.

Técnica de Levantamiento:

Face to Face

Confiabilidad estadística:

95%

Margen de error:

+/- 2.8%

Plazas:

CDMX, Baja California, Chihuahua,
Querétaro, Sonora y Nuevo León.



**Aeropuertos y
Servicios
Auxiliares**



Muestra



Muestra

Ciudad de México	200
Baja California	200
Chihuahua	200
Querétaro	200
Sonora	200
Nuevo León	200
TOTAL	1,200

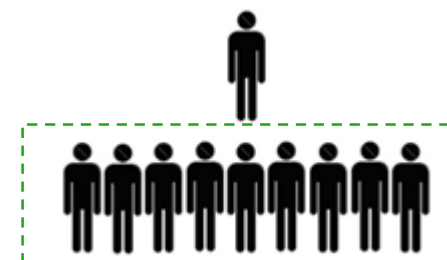


Resultados Finales



¿Conoce usted a AEROPUERTOS Y SERVICIOS AUXILIARES, ASA?

Aeropuertos y
Servicios
Auxiliares



Según los entrevistados,
casi 9 de cada 10
entrevistados
afirman conocer a ASA.

Base: 1,200 entrevistas efectivas.



**Aeropuertos y
Servicios
Auxiliares**

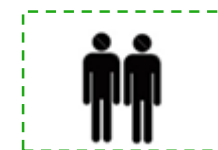
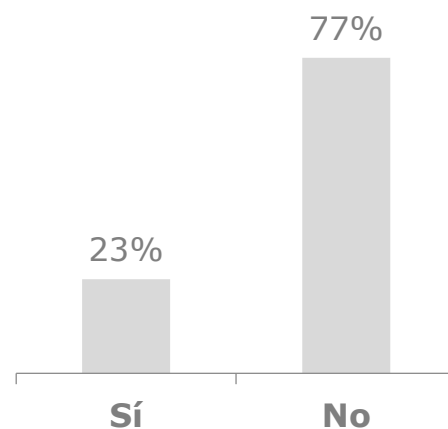


Conocimiento Espontáneo



En los últimos 30 días ¿recuerda haber visto o leído algún anuncio o comercial de ASA ?

Aeropuertos y
Servicios
Auxiliares



2 de cada 10
entrevistados,
Afirman haber visto o leído
algún anuncio sobre ASA
recientemente.

Base: 1,200 entrevistas efectivas.



¿En dónde lo vio o leyó?



Base: 270 entrevistas efectivas equivalente al 23% de los entrevistados que contestaron afirmativamente haber visto o leído algún anuncio o comercial de ASA recientemente.
Pregunta de respuesta múltiple, por tal motivo la suma total de las menciones puede ser mayor a 100 puntos porcentuales.



¿De que trataba el anuncio?

Publicidad	18%
Aviones nuevos	11%
Capacitaciones	10%
Actualización para aviadores	10%
Diplomados	8%
Conferencias	6%
Mejoramiento en Aeropuerto	6%
Cursos	5%
Menciones negativas	4%
No recuerda	23%

**197 CASOS
CORRECTOS**

✓ **QUE AFIRMAN HABER
VISTO, LEÍDO ALGÚN
ANUNCIO DE ASA
Y ADEMÁS
IDENTIFICARON
CORRECTAMENTE LA
CAMPAÑA EVALUADA.**

Base: 270 entrevistas efectivas.
La suma total de las menciones es de 101% por redondeo.



Conocimiento Espontáneo

**Conocimiento de
campaña espontáneo:**

16%

**Campaña
"Capacitación"**

Versión "Genérica"



197 CASOS

✓ QUE AFIRMAN HABER
VISTO, LEÍDO ALGÚN
ANUNCIO DE ASA
Y ADEMÁS
IDENTIFICARON
CORRECTAMENTE LA
CAMPAÑA EVALUADA.



**Aeropuertos y
Servicios
Auxiliares**



Conocimiento Ayudado

¿Recuerda haber visto el siguiente anuncio?

Somos **líderes** en capacitación
para profesionales de **aviación**

En México, durante los últimos cinco años el transporte aéreo de pasajeros se incrementó en 46% por ciento, y con ello, la demanda de personal técnico y operativo.

Para atender este crecimiento contamos con el Centro Internacional de Instrucción de Aeropuertos y Servicios Auxiliares (CIIASA), "Ing. Roberto Kobeh González", que contribuye a elevar la seguridad al capacitar a pilotos, controladores de tránsito aéreo, sobrecargos, personal de aeropuertos y técnicos de aviación.

39%

afirma haber visto este
anuncio

Gráfico 1

En México
queremos
que lo bueno
siga contando

Conoce más en
ciiasa.asa.gob.mx

SCT
SECRETARÍA DE
COMUNICACIONES
Y TRANSPORTES



Aeropuertos y
Servicios
Auxiliares

Base: 1,200 entrevistas efectivas.



¿Qué elementos de esta imagen le llaman la atención?

Aviones	44%
Liderazgo	14%
El aterrizaje	9%
La pista	8%
Flotilla de aviones	6%
Fotografía	6%
Despegue	5%
Todo en general	3%
Capacitaciones a pilotos	3%
El aeropuerto	2%

En la escala del 1 al 10 donde 1 es la calificación más baja y 10 es la calificación más alta ¿me puede decir cómo calificaría usted a esta imagen en general?

**7.91
Puntos**



¿Recuerda haber visto el siguiente anuncio?

Somos **líderes** en capacitación
para profesionales de **aviación**

Para contribuir a elevar los niveles de seguridad y la preparación del personal de aviación, el Centro Internacional de Instrucción de Aeropuertos y Servicios Auxiliares (CIIASA), "Ing. Roberto Kobehe González", cuenta con instructores altamente calificados, instalaciones de vanguardia, reconocimiento y estándares internacionales para capacitar al sector, que sólo en México, durante 2016 transportó a más de 82 millones de pasajeros.



34%
afirma haber visto este
anuncio

Gráfico 2

Base: 1,200 entrevistas efectivas.



¿Qué elementos de esta imagen le llaman la atención?

La torre	39%
Instalaciones	19%
Aviones	10%
Capacitaciones	9%
La frase	6%
Pilotos	6%
El cielo	4%
Azafata y copiloto	4%
Información	3%

En la escala del 1 al 10 donde 1 es la calificación más baja y 10 es la calificación más alta ¿me puede decir cómo calificaría usted a esta imagen en general?

**7.84
Puntos**



¿Recuerda haber visto el siguiente anuncio?



32%
afirma haber visto este
anuncio

**Banner
Capacitación
Aviones 1**



¿Qué elementos de esta imagen le llaman la atención?

Aviones	36%
Frases	12%
Aeropuerto	12%
Lideres	10%
Todo en general	7%
Logotipo	5%
Los colores	5%
Eslogan	5%
Imagen	4%
Capacitación	4%

En la escala del 1 al 10 donde 1 es la calificación más baja y 10 es la calificación más alta ¿me puede decir cómo calificaría usted a esta imagen en general?

**7.19
Puntos**



¿Recuerda haber visto el siguiente anuncio?



35%
afirma haber visto este
anuncio

**Banner
Capacitación
Torre 1**

Base: 1,200 entrevistas efectivas.



¿Qué elementos de esta imagen le llaman la atención?

La torre	39%
Instalaciones	22%
Todo en general	9%
El cielo	8%
Avión	7%
Nada	6%
Frase de liderazgo	6%
Capacitación	3%

En la escala del 1 al 10 donde 1 es la calificación más baja y 10 es la calificación más alta ¿me puede decir cómo calificaría usted a esta imagen en general?

**7.18
Puntos**



**Aeropuertos y
Servicios
Auxiliares**



Conocimiento Total



Conocimiento Total

**Conocimiento total de
la campaña:**

64%

**Campaña
"Capacitación"**

Versión "Genérica"



677 CASOS

✓ **QUE AFIRMAN HABER
VISTO, LEÍDO AL
MENOS UN MATERIAL
DE LA CAMPAÑA
EVALUADA.**



**Aeropuertos y
Servicios
Auxiliares**

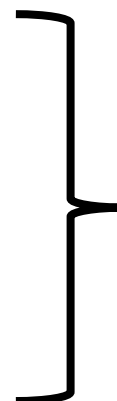


Mensaje transmitido



¿Qué cree que traten de comunicarle? ¿Alguna otra cosa por mínima que sea? ¿Algo más?

Quieren ser los mejores	14%
Liderazgo	14%
Capacitarnos	12%
Seguridad	10%
Eliminar riesgos	10%
Trabajar responsablemente	9%
Profesionalismo	6%
Actualizarnos	5%
Informarnos	4%
Dar mantenimiento	3%
No se	3%
Ofrecer un mejor servicio	3%
Hacer publicidad	2%
Reclutar	2%
Otras menciones	3%



87%
DE MENCIONES
ALINEADAS AL
OBJETIVO DE
COMUNICACIÓN DE LA
CAMPAÑA EVALUADA



Principales atributos de la campaña evaluada



Tomando en cuenta las imágenes, el video ¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está usted con que esta campaña....?

PRINCIPALES ATRIBUTOS	Positivos
Es fácil de entender	83%
Le llama la atención	81%
Es creíble	80%
Dice cosas importantes para usted	76%
Invita a acercarse a ASA	73%
Es moderna	72%
Es original y diferente	72%
Está dirigida a gente como usted	71%

Base: 1,200 entrevistas efectivas.



Conclusiones y recomendaciones



Conclusiones y recomendaciones

Es imperativo, concluir sobre los resultados finales del estudio post test de la campaña “CAPACITACIÓN” versión “GENÉRICA” emitida por Aeropuertos y Servicios Auxiliares, ASA sobre el cumplimiento a entera satisfacción del objetivo de comunicación previamente establecido, el cual consiste en *posicionar la oferta de profesionalización de ASA con capacitación y certificación, tendientes a alcanzar estándares mundiales de calidad.*

Se concluye de manera contundente que los materiales de publicidad transmiten de manera correcta el mensaje alineado al objetivo de comunicación de la campaña en cuestión.



Conclusiones y recomendaciones

En específico, se identificó que la idea central de los mensajes transmitidos tienen una concordancia al 87% con el objetivo de comunicación y los matices de los entrevistados se enfocan en conceptos como: profesionalismo, capacitación, actualización, ASA como institución con reconocimiento de primer nivel.

En resumen, la campaña “CAPACITACIÓN” versión “GENÉRICA” emitida por ASA, se determina como exitosa y pertinente entre el público objetivo.

Otro punto clave de examinación en los resultados finales del estudio post-test es el nivel de recordación de la campaña evaluada, en particular, se identifica que el porcentaje de recordación espontánea es de 16 puntos mientras que la recordación total de la campaña es de 64 puntos porcentuales.



Conclusiones y recomendaciones

Se concluye que el nivel de recordación de los materiales de publicidad de la campaña de ASA denominada “CAPACITACIÓN” versión “GENÉRICA” cumple satisfactoriamente con porcentajes de reconocimiento significativos entre el público objetivo de la campaña.

Por otro lado, resalta que ASA tiene un nivel de conocimiento de casi 9 de cada 10 entrevistados, y que estos, tienen una imagen positiva del emisor de la campaña.

De igual manera se observa que las respuestas de las preguntas abiertas, fueron contestadas en plural de primera persona, por ejemplo: capacitarnos, superarnos, especializarnos, etc. Esta característica espontánea de los entrevistados, es información cualitativa que refleja que la campaña evaluada tiene un alto “llamado de acción” entre la audiencia deseada.



Conclusiones y recomendaciones

Esta es una clara señal de la correcta colocación del mensaje entre el público objetivo como información relevante para el desarrollo de sus carreras profesionales y que además, se sintieron identificados con los materiales de publicidad evaluadas de la campaña “CAPACITACIÓN” versión “GENÉRICA”. Así mismo, el 76% de los entrevistados consideran importante el contenido de la campaña, mientras que el 71% de los entrevistados afirman que la ejecución publicitaria está dirigida a gente similar al participante.

Se destaca nuevamente sobre la correcta colocación del mensaje adecuado entre el público deseado, teniendo como resultados un ejecución publicitaria exitosa según los objetivos de ASA.