"Servicio de estudio Post Test relativo a la Campaña de Comunicación Social denominada Capacitación, versión Genérica"

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:	Del 2 de julio al 24 de agosto del 2019
Cobertura:	Nacional
Población objetivo:	Mujeres y Hombres De 25 a 64 años NSE: AB / C+ y C • Personas interesadas profesionalmente en temas de aviación • Personas vinculadas profesionalmente al sector aeronáutico

Metodología

Los resultados finales presentados en este documento, corresponden al levantamiento de encuestas cara a cara realizado a nivel nacional entre 26 y 29 de agosto de 2019. 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 De 25 a 64 años NSE: AB / C+ / C
Filtro:	• Personas interesadas profesionalmente en temas de aviación • Personas vinculadas profesionalmente al sector aeronáutico
Confiabilidad estadística:	95%
Margen de error:	+/- 2.8%
Plazas:	CDMX, Baja California, Chihuahua, Querétaro, Sonora y Nuevo León

Muestra

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

Objetivos

1) Corroborar el cumplimiento de los objetivos de comunicación generales y específicos, establecidos para la "campaña" e incluidos en los formatos destinados para ello.

2) Establecer el nivel de impacto, aceptación y credibilidad de la "campaña" en su público objetivo.

3) Evaluar el nivel de recordación, comprensión e identificación de los mensajes.

4) Verificar la claridad y entendimiento de los menajes transmitidos.

5) Identificar áreas de oportunidad que permitan desarrollar ejes de comunicación para nuevas campañas.

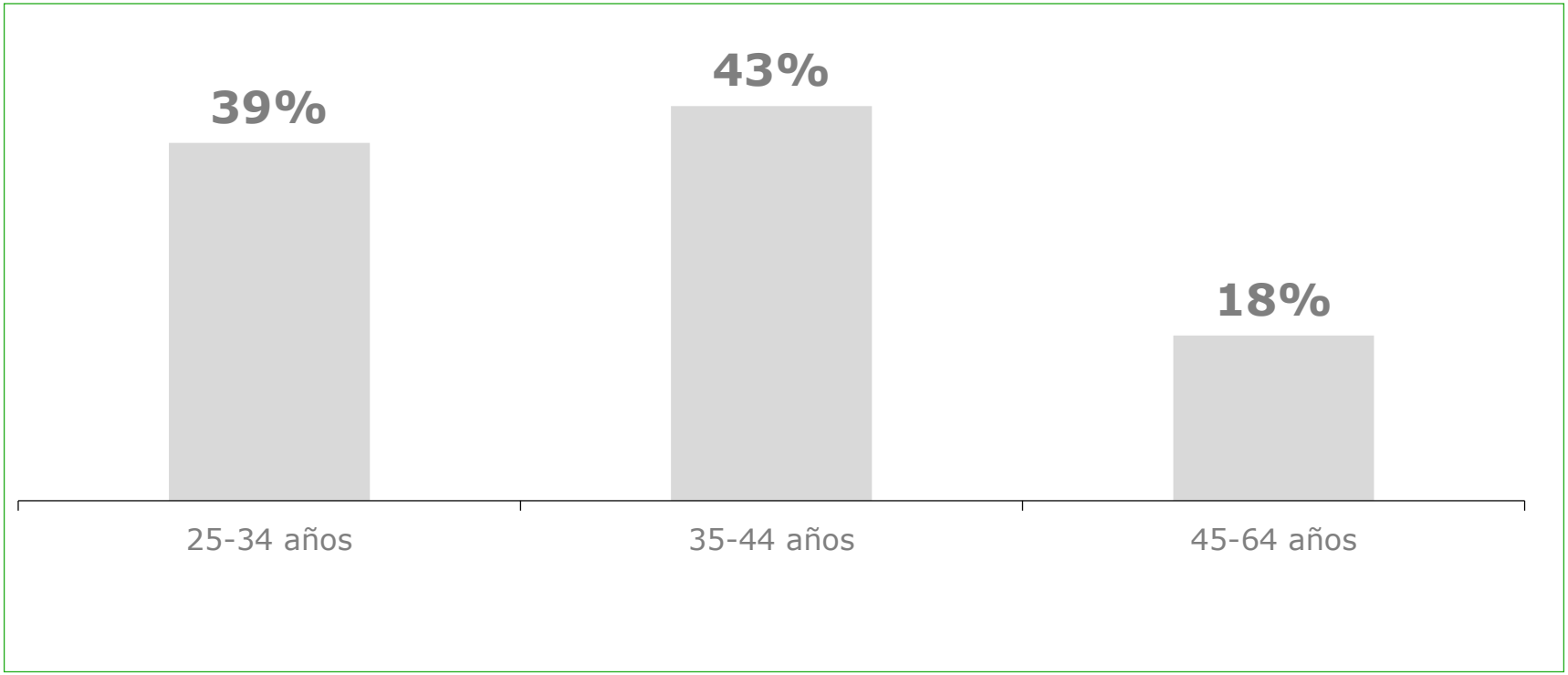
Género

37%
FEMENINO

63%
MASCULINO

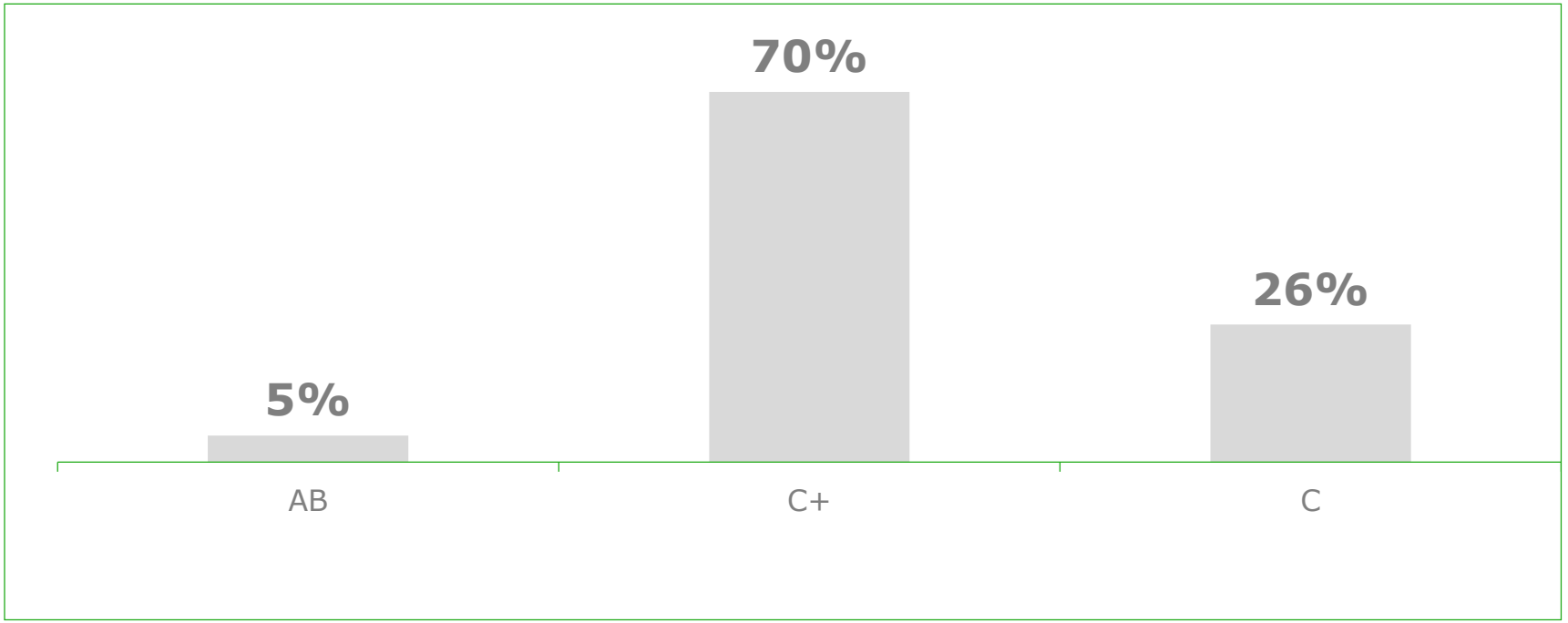
Base: 1,200 entrevistas efectivas.

Edad



Base: 1,200 entrevistas efectivas.

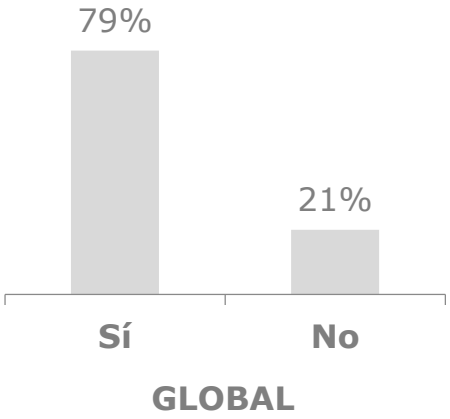
Nivel Socioeconómico



Base: 1,200 entrevistas efectivas.
NSE vigente y actualizado por el Comité de NSE la AMAI.

¿Conoce usted a AEROPUERTOS Y SERVICIOS AUXILIARES, ASA?

Aeropuertos y Servicios Auxiliares



Base: 1,200 entrevistas efectivas.

¿Cuál es su opinión de ASA?

Excelente	15%
Buena	59%
Regular	25%
Mala	1%

Base: 950 entrevistas efectivas.

Más de la mitad de los entrevistados que si conocen ASA, comentaron que tienen una **imagen positiva** del emisor**.**

¿Qué es lo primero que se le viene a la mente con ASA?

RESPUESTA ABIERTA

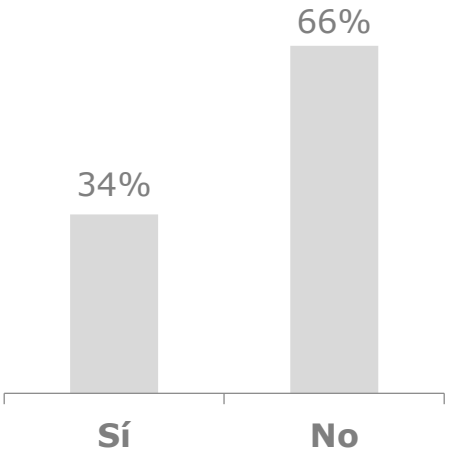
Aerolíneas y pilotos	33%
Capacitación	15%
El apoyo que dan	14%
Trabajo profesional	7%
Carga de combustibles	6%
El sindicato	4%
Calidad	3%
Competitividad	3%
Institución mexicana	2%
Tecnologías de punta	2%
Auxiliares de vuelo	2%
Formación	2%
Administración aeroportuaria	2%
Otras menciones	5%

✓100% menciones positivas

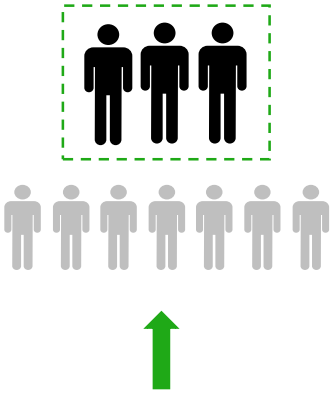
Base: 950 entrevistas efectivas.

En los últimos 30 días ¿recuerda haber visto o leído algún anuncio o comercial del Gobierno Federal?

Aeropuertos y Servicios Auxiliares



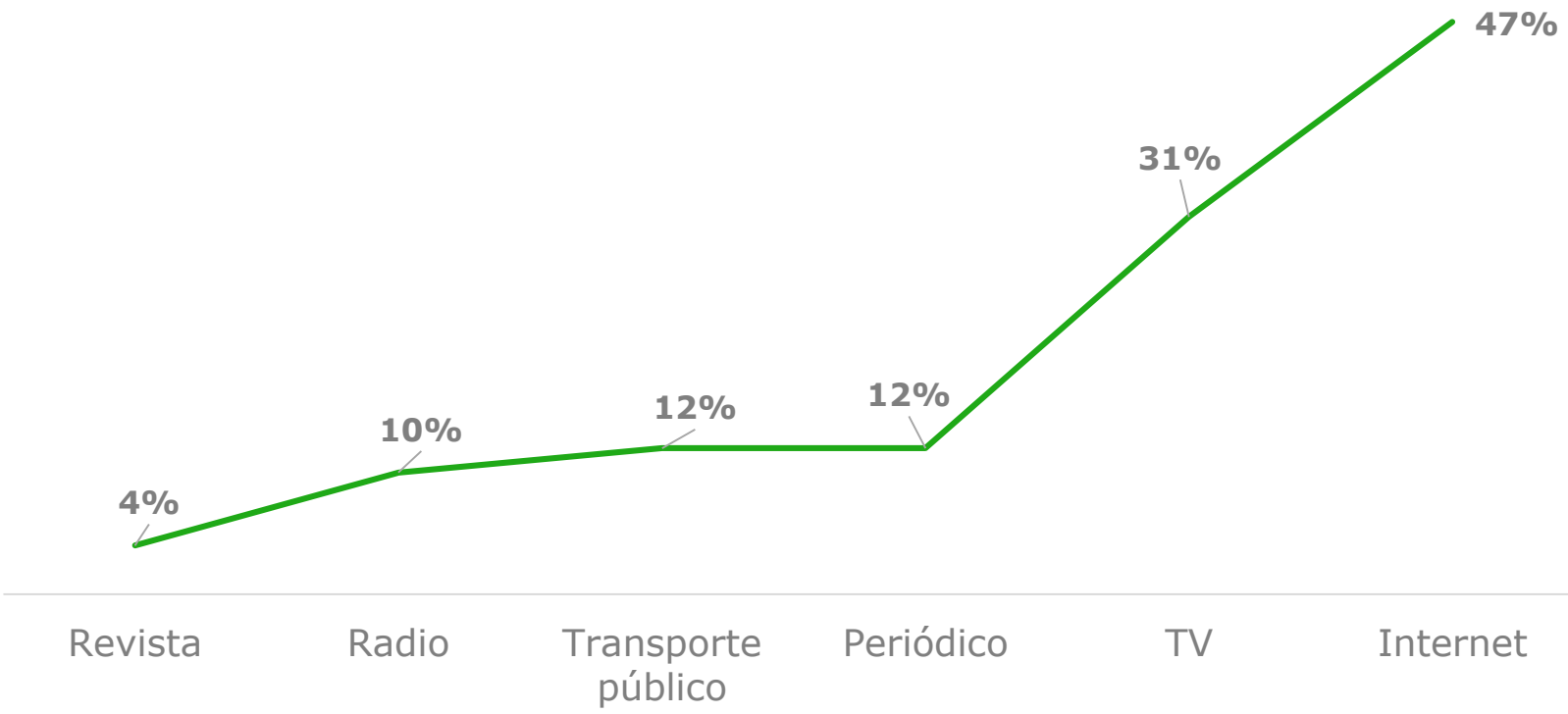
Base: 1,200 entrevistas efectivas.



Base: 412 entrevistas efectivas.

De manera espontánea, 3 de cada 10 entrevistados recuerdan publicidad del Gobierno Federal.

¿En dónde lo vio o leyó?



Base: 412 entrevistas efectivas equivalente al 34% de los entrevistados que contestaron afirmativamente haber visto o leído algún anuncio o comercial de ASA recientemente.
Pregunta de opción múltiple, por lo que la suma total de las menciones es mayor a 100 puntos porcentuales.

¿De que trataba el anuncio / Qué sucedía en el comercial?

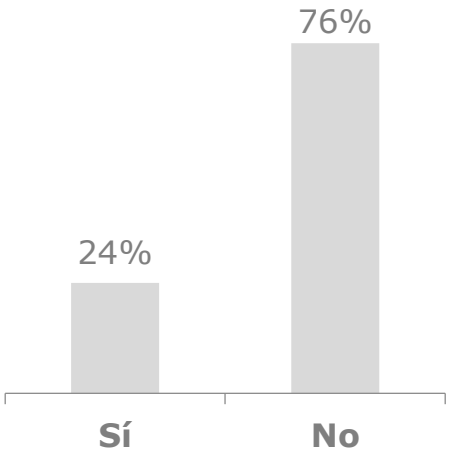
Secretarias de Gobierno	21%
1° Informe de Gobierno	20%
El cambio del país	11%
Apoyos que dan	11%
Programas sociales	7%
Capacitaciones	6%
Nueva educación	6%
Incendios forestales	6%
No sabe/No recuerda	5%

De **manera espontánea**, el 6% de las personas entrevistadas, recuerdan publicidad del Gobierno Federal relacionado con capacitaciones, tema central de la campaña "Capacitación" emitida por ASA.

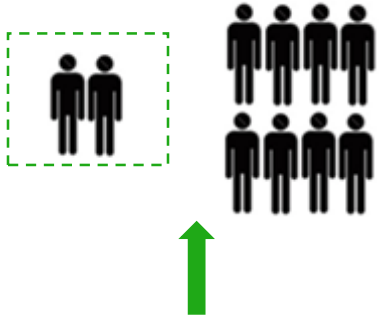
Base: 412 entrevistas efectivas.
La suma total de las menciones es de 101% por redondeo.

¿Ha escuchado publicidad donde se hable de formar y/o capacitar a las nuevas generaciones de pilotos, sobrecargos y personal técnico de aviación civil?

Aeropuertos y Servicios Auxiliares



Base: 1,200 entrevistas efectivas.



Base: 283 entrevistas efectivas.

Aproximadamente, 2 de cada 10 entrevistados, han escuchado publicidad sobre la formación y capacitación de nuevas generaciones de la fuerza laboral del sector aeronáutico.

¿De quién era o quién era el emisor?

RESPUESTA ABIERTA	
ASA / SCT / Gobierno Federal	29%
Noticias	12%
La radio	8%
Televisión	6%
Publicidad en internet	5%
Aeroméxico	7%
Escuela de aviación	5%
Otras menciones (SEMAR, Fuerza Armada, empresas privadas)	5%
No sabe / No recuerda	23%

Se destaca que la primera mención espontánea es correcta y específica.

Base: 283 entrevistas efectivas, equivalente al 24% del total de los entrevistados.

Conocimiento espontáneo

Conocimiento espontáneo de la campaña:

24%

Campaña "Capacitación"

Versión "Genérica"

283 CASOS

QUE AFIRMAN HABER VISTO, LEÍDO ALGÚN ANUNCIO SOBRE LA CAPACITACIÓN A LAS NUEVAS GENERACIONES DE PILOTOS, SOBRECARGOS Y PERSONAL TÉCNICO DE AVIACIÓN CIVIL.

Base: 1,200 entrevistas efectivas.

¿Recuerda haber visto el siguiente video?

ASA CAPACITACIÓN
30 SEG

47%
de los entrevistados **afirman** haber visto este anuncio.

Base: 1,200 entrevistas efectivas.

¿Qué elementos de este video le llaman la atención?

RESPUESTA ABIERTA

Capacitación	27%
Información	20%
El mensaje	9%
Participar	9%
Aviones	7%
Las instalaciones de ASA	5%
La inauguración	5%
Todo el video	4%
Aeropuertos	4%

Calificación del video:

8.74 Puntos

Base: 562 entrevistas efectivas.

¿Recuerda haber escuchado el siguiente audio?

ASA CAPACITACIÓN
30 SEG

29%
de los entrevistados **afirman** haber escuchado este anuncio.

Base: 1,200 entrevistas efectivas.

¿Qué elementos de este audio le llaman la atención?

RESPUESTA ABIERTA	
Capacitaciones	26%
Información	14%
Calidad del audio	10%
Apoyos	9%
Instalaciones de vanguardia	8%
Reconocimiento internacional	7%
Lo que ofrece	5%
Aeropuerto	5%
La aviación	5%

Calificación del audio:

8.42
Puntos

Base: 349 entrevistas efectivas.

¿Recuerda haber visto el siguiente anuncio?

Banner ASA

30%
de los entrevistados **afirman** haber visto este anuncio.

Base: 1,200 entrevistas efectivas.

¿Qué elementos de esta imagen le llaman la atención?

RESPUESTA ABIERTA

Imágenes	14%
Personas trabajando	14%
Acercarse a ASA	14%
La información	10%
Los pilotos	10%
Cómo participar	8%
Servicios	8%
Capacitaciones	8%
Los estudiantes	8%

Calificación de la imagen:

8.39 Puntos

Base: 359 entrevistas efectivas.

¿Recuerda haber visto el siguiente anuncio?

Gráfico ASA

38%
de los entrevistados **afirman** haber visto este anuncio.

Base: 1,200 entrevistas efectivas.

¿Qué elementos de esta imagen le llaman la atención?

RESPUESTA ABIERTA

Trabajadores	14%
Imágenes	13%
Los pilotos	10%
La información	10%
Crecimiento de ASA	8%
Estudiantes	8%
Me gusta	7%
Capacitación	5%
Sus cambios	4%
Gobierno de México	4%
Todo	4%

Calificación de la imagen:

8.69 Puntos

Base: 452 entrevistas efectivas.

Conocimiento total

Conocimiento total de la campaña:

73%

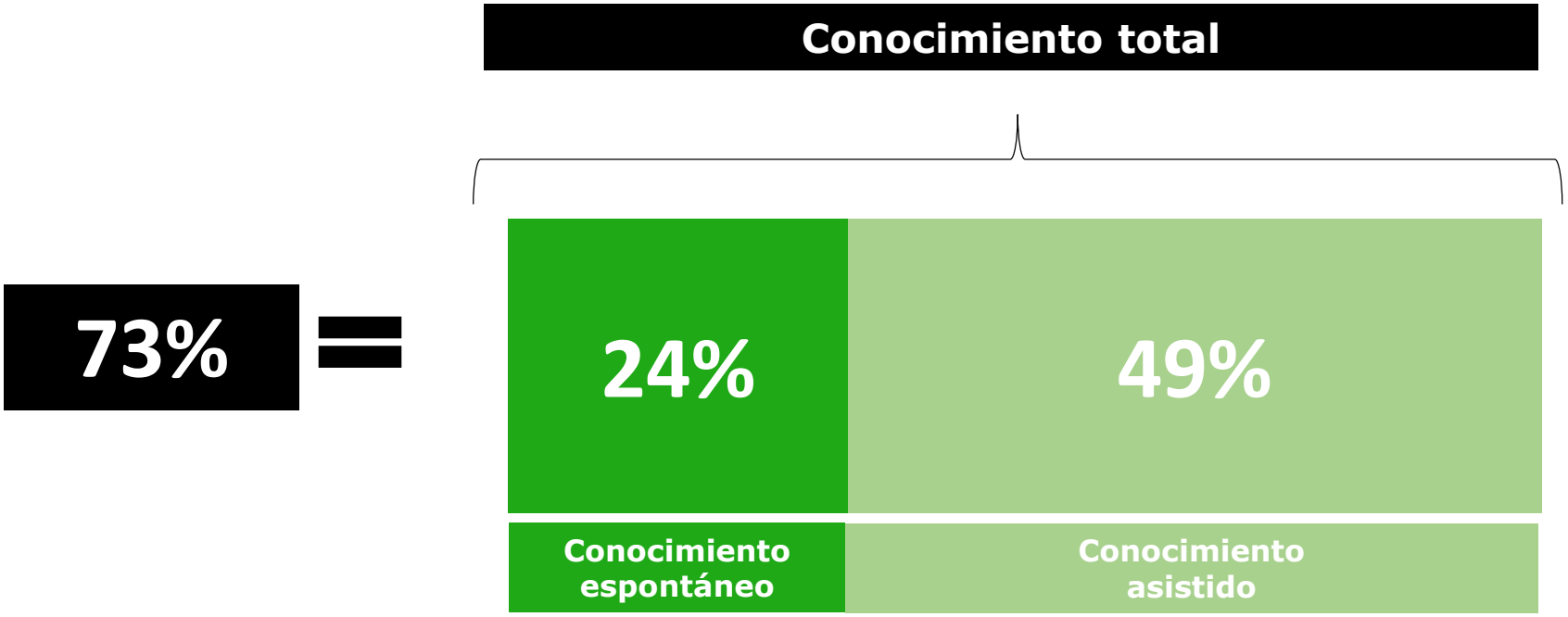
Campaña "Capacitación"

Versión "Genérica"

878 CASOS

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

Base: 1,200 entrevistas efectivas.



Base: 1,200 entrevistas efectivas.

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

RESPUESTA ABIERTA	
Las capacitaciones en ASA	36%
Lo que hace ASA	12%
Cómo trabaja ASA	11%
Me invita a participar	10%
Cuál es la función de ASA	8%
Informarnos	6%
Cómo apoya ASA	5%
Actualizarnos	4%
Escuelas de aviación	7%

100%
DE MENCIONES ALINEADAS AL OBJETIVO DE COMUNICACIÓN DE LA CAMPAÑA EVALUADA

Base: 1,200 entrevistas efectivas.

Tomando en cuenta las imágenes ¿qué tan de acuerdo o en desacuerdo está usted con que esta campaña….?

PRINCIPALES ATRIBUTOS	Positivos
Es creíble	94%
Es fácil de entender	93%
Le Invita a informarte sobre los cursos de capacitación de ASA	88%
Comunica que ASA contribuye a la capacitación y profesionalización del sector aeroportuario del país	88%
Le llama la atención	82%
Es moderna	81%
Dice cosas importantes para usted	80%
Está dirigida a gente como usted	78%

Base: 1,200 entrevistas efectivas.

Tras ver los anuncios de esta campaña, ¿Mejoró o empeoró la imagen que tiene de ASA?

Mejoró	67%
No hubo cambio	32%
Empeoró	1%

Base: 1,200 entrevistas efectivas.

Conclusiones

Los resultados cuantitativos del presente documento, concluyen que la campaña “Capacitación” versión “Genérica” emitida por Aeropuertos y Servicios Auxiliares, en lo sucesivo ASA, registra un nivel de conocimiento total de 73%.

Se concluye el cumplimiento satisfactorio de la meta de recordación del mensaje. En particular la meta se supera por 43 puntos porcentuales según las cifras de recordación de los entrevistados.

Es imperativo mencionar que los materiales de publicidad de la campaña evaluada, fueron calificados de manera positiva en los diferentes formatos de los estímulos publicitarios (impacto, mensaje, calidad de producción).

Conclusiones

Se destaca entonces que la campaña se considera como una campaña altamente **eficiente y eficaz** entre los entrevistados por su nivel de recordación.

Sobresale de manera significativa el conocimiento espontáneo de la campaña evaluada de 24 puntos porcentuales. Destaca dicha cifra entre campañas de comunicación emitidas por la Administración Pública, ya que generalmente, estas no alcanzan dos dígitos en recordación espontánea.

Es imperativo destacar la importancia del conocimiento espontáneo entre los entrevistados, ya que es un indicador que hace referencia al impacto y la correcta difusión al mismo tiempo, en el inconsciente del público objetivo.

Conclusiones

Se concluye que el contenido de los materiales y estímulos publicitarios son poderosos y calificados de manera satisfactoria.

Para empezar, se identifica que ASA logró captar la atención de las personas interesadas profesionalmente en temas de aviación, así como a personas vinculadas profesionalmente al sector aeronáutico en situaciones cotidianas e incluso aspiracionales logrando empatía entre los entrevistados y los materiales de la campaña “Capacitación” versión “Genérica”.

Este acierto, provoca entre los entrevistados apertura y credibilidad ante el mensaje transmitido de ASA, en donde se posiciona la oferta de profesionalización de ASA mediante capacitaciones y certificaciones con estándares mundiales de calidad.

Conclusiones

Una característica de la campaña evaluada es que el emisor, ASA, comunica un mensaje claro y preciso, es decir, que este proporciona capacitaciones con estándares internacionales despertando la inquietud del público objetivo a acercarse y buscar más información para el desarrollo de su carrera profesional en el sector aeroespacial.

Se concluye que los materiales son calificados como creíbles y fáciles de entender.

Sobre la imagen del emisor, se registra que ASA goza de imagen positiva entre los entrevistados y que además la campaña “Capacitación” versión “Genérica” tiene una repercusión positiva sobre la imagen del emisor.

Conclusiones

Sobre los medios de comunicación se identifica que los entrevistados muestran un alto consumo de medios digitales. La campaña “Capacitación” versión “Genérica” emitida por ASA, seleccionó correctamente los medios de comunicación para la difusión de los materiales publicitarios correspondientes, en donde se destaca la eficiencia del internet como principal medio de consumo del público objetivo.

Se recomienda la continuación de los medios de comunicación seleccionados para esta campaña en futuros ejercicios publicitarios.

Conclusiones

Se recomienda que en futuras campañas de divulgación de ASA, se continúe con las características de la campaña evaluada: mensaje correcto y sencillo, situaciones reales, información relevante para el público objetivo, de tal manera que se garantice la efectividad de la comunicación de ASA.

En conclusión, la campaña evaluada es una ejecución publicitaria poderosa y eficaz en términos de recordación, repercusión, cumplimiento de metas, mensaje transmitido, impacto positivo, entre muchas otras variables.

Conclusiones

Según los resultados cuantitativos de la campaña de ASA denominada “Capacitación” versión “Genérica”, se concluye que es una campaña exitosa, eficaz y pertinente.