



enkoll.

Servicios de evaluación Post Test de la campaña de publicidad de productos para el presente año 2023

Ciudad de México, a 01 de septiembre de 2023

Guillermo Rafael Vargas Vidales
Jefe de Proyecto
Presente

COTIZACIÓN DEL SERVICIO

I. OBJETO DE LA CONTRATACIÓN

Con la finalidad de medir el grado de cumplimiento de los objetivos y metas de comunicación de una **Campaña publicitaria** difundida a través de diferentes medios de comunicación masiva, se requiere un “Estudio *Post-Campaña*”, por medio de encuestas digitales para analizar diversos aspectos de la percepción posterior que tiene la población objetivo acerca de la misma.

La información resultante del estudio de opinión permitirá a la **Casa de Moneda** medir el desempeño y la eficacia general de la campaña con la población objetivo, y contar con información de la opinión pública sobre la misma, las políticas de promoción y difusión y tomar las decisiones que corresponda.

II. OBJETIVOS

Contar con un estudio **Estudio POST-Campaña**.

- **Corroborar** el cumplimiento de los objetivos comunicación generales y específicos, establecidos para la campaña.
- **Establecer** el nivel de impacto, aceptación y credibilidad de la campaña entre el público objetivo.
- **Evaluar** el nivel de recordación, comprensión e identificación del mensaje transmitido.
- **Determinar** la repercusión de la campaña en la percepción e imagen de la dependencia o entidad y establecer la identificación de la dependencia.
- **Verificar** la claridad y entendimiento del mensaje transmitido.
- **Valorar** la efectividad de los medios de comunicación utilizados para su difusión, destacando los que fueron más eficientes para la campaña.



enkoll.

- **Identificar** áreas de oportunidad que permitan desarrollar ejes de comunicación para nuevas campañas.
- **Determinar** los hábitos de exposición y consumo de medios, con la finalidad de considerarlos durante el proceso de planeación de campañas.

III. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

Estudio post-campaña a través del levantamiento de 600 encuestas digitales mediante un cuestionario, como instrumento de investigación, compuesto de preguntas cerradas y algunas abiertas; con una duración como máximo de 10 minutos.

Las entrevistas se realizarán “vía digital”, utilizando como herramienta la recolección de datos un cuestionario aplicado a un panel en todos los estados donde se haya expuesto la campaña publicitaria.

- Se registrarán los datos generales sociodemográficos del entrevistado.
- La muestra deberá tener un margen de error agregado de +/- 4%, y segmentada en hombres y mujeres de 18 a 65 años o más, de todos los Niveles Socioeconómicos.
- La selección debe llevarse a cabo de modo que la muestra cumpla con las características de la población objetivo.
- El instrumento aplicado debe asegurar que todas las instrucciones de aplicación se cumplan.

Enkoll realiza los estudios Post Test, en apego a los criterios metodológicos emitidos por la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la Secretaría de Gobernación: así como, cualquier actualización que sufra el documento referido, que emita la DGNC de la SEGOB.

III. METODOLOGÍA

Población objetivo: Hombres y mujeres de 18 a 65 años o más, de todos los Niveles Socioeconómicos.

Tipo de levantamiento: El levantamiento será mediante una panel digital donde participan personas que residen en toda la república mexicana.

Tamaño de la muestra: 600 encuestas.

Cuestionario: El instrumento de recolección de datos será un cuestionario, como instrumento de investigación, compuesto por preguntas cerradas y algunas abiertas; con una duración máximo de 12 minutos, el cual registrará datos generales sociodemográficos del entrevistado.

La estructura del cuestionario quedará de la siguiente forma, la cual por supuesto que puede modificarse de acuerdo con los requerimientos del cliente:



enkoll.

Alcance del estudio: Nacional.

Levantamiento de campo: Mediante la plataforma de captura de la información proporcionada por los informantes, se llevará un registro o folio de los cuestionarios.

La encuesta se llevará a cabo aplicando el cuestionario a un **Panel**, que consiste en una plataforma de inteligencia artificial para recolección de data que permiten abordar diferentes temas por medio de muestras ad hoc al estudio que se realice. Los panelistas que integran la muestra a levantar entran directamente a la plataforma de reclutamiento y también reciben una notificación recordatorio vía correo electrónico. Tanto en los recordatorios como en la plataforma, se informa el tiempo de duración y bonificación ofrecida para cada encuesta, evitando así cualquier tipo de interferencia en los datos recolectados sin faltar a la transparencia necesaria con los informantes. Este modelo de reclutamiento posibilita alcanzar desafiantes públicos en segmentos específicos. Se utiliza una herramienta propia llamada FRAUD AI™, que utiliza inteligencia artificial para asegurar la calidad e integridad de los datos colectados, previniendo la ocurrencia de fraudes ya sean a propósito o no, por ejemplo, solo acepta una respuesta de una dirección IP, solo una respuesta por persona registrada en el panel, evita respuestas automatizadas, respuestas no comprometidas, etc. Esta herramienta posee algoritmos avanzados que estudian el comportamiento y estándar de respuestas de los panelistas, cruzando con factores relevantes como IP e informaciones demográficas, para mitigar la ocurrencia de respuestas con características que de alguna forma puedan levantar sospecha y/o distorsionar resultados.

El perfilamiento avanzado que se aplica en el panel permite estimaciones precisas para una mejor performance del estudio, asegurando la calidad de las respuestas obtenidas de las personas con el perfil y ubicaciones requeridos. Par a reforzar la calidad de los datos resultantes se establecen cuotas por edad y sexo de acuerdo con la estructura demográfica del país, evitando con ello sub estimar o sobrestimar a algún grupo poblacional.

Muestra:

El interés del estudio se centra en estimar proporciones poblacionales (o porcentajes), p : la proporción de personas que tienen ciertas características de interés, en este caso percepción, conocimiento de una campaña publicitaria. Con este propósito, se extraerá una muestra contactando a la población que cumpla con los criterios de selección, en este caso, Hombres y mujeres de 18 a 65 años o más de todos los NSE, residentes de la República Mexicana; posteriormente se calculará la proporción, \hat{p} , de personas para el indicador de interés que tienen la población en cuestión.

En general, el objetivo es que la distancia entre el estimador, \hat{p} , y el parámetro poblacional que se quiere estimar, p , sea pequeña. Formalmente, lo anterior se expresa con la siguiente ecuación:

$$|p - \hat{p}| \leq d, \quad (1)$$

En donde d es la **precisión requerida** en la estimación del parámetro objetivo del estudio.



enkoll.

Como el estimador \hat{p} no será el mismo si se extraen varias muestras, se pide que al menos para el $(1-\alpha)\times 100\%$ de las muestras se cumpla con (1). En esta expresión, α , es un número entre 0 y 1 y a la cantidad $(1-\alpha)\times 100\%$ se le llama nivel de confianza. Lo anterior se resume en la ecuación (2).

$$P(|p - \hat{p}| \leq d) = 1 - \alpha, \quad (2)$$

Una vez seleccionado un registro, se realizarán al menos 3 intentos de contacto en días y horarios distintos con la finalidad de conseguir una respuesta. Sólo una vez realizados estos tres intentos se podrá reemplazar el registro seleccionado.

Bajo muestreo aleatorio simple, para 600 entrevistas se tiene un **margen de error** a nivel **global** del $\pm 4.0\%$ en los principales indicadores del estudio, con un nivel de **confianza estadística del 95%**.

IV. ENTREGABLES

Enkoll entregará lo siguiente

- Presentación en Power point, con los resultados de la investigación, así como los hallazgos y las conclusiones.
- Tablas, gráficas, con las bases numéricas totales de las entrevistas utilizadas para cada pregunta.
- Archivo del cuestionario
- Bases de datos de las entrevistas hechas vía digital.

V. PLAZOS Y LUGARES DE LA ENTREGA DE LOS SERVICIOS

El plazo para la entrega del servicio será a más tardar 20 días después de iniciado el estudio.

VI. VIGENCIA DEL SERVICIO

La vigencia del servicio será al 31 de diciembre de 2023

VII. PROGRAMA DE TRABAJO

RESPONSABLE: ENKOLL

ACTIVIDADES PARA REALIZAR LA ENCUESTA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Autorización de cuestionario	█																			
Programación y validación de cuestionario	█	█																		
Levantamiento de Campo			█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█						
Codificación													█	█						
Procesamiento y Tabulados															█	█				
Análisis y elaboración de Informe																█	█	█	█	█
Presentación																				█





enkoll.

VIII. PROPUESTA ECONÓMICA

CONCEPTO	INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	SUBTOTAL
Servicio de estudio post-campaña	600 encuestas vía digital en la República Mexicana	1	\$ 129,310	\$ 129,310.34
			IVA	\$ 20,689.66
			TOTAL	\$ 150,000.00

(Ciento cincuenta mil pesos 00/100 M.N.). Incluye I.V.A.

Atentamente

ENKOLL, S.A. DE C.V.
RFC: ENK160426UT5
Alberta Agustina Cordova Hernández
Apoderado Legal