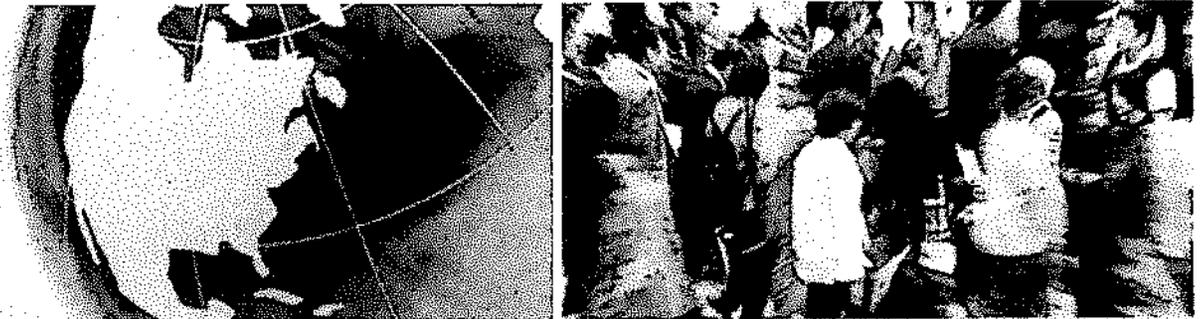




Ipsos Public Affairs

THE SOCIAL RESEARCH AND CORPORATE REPUTATION SPECIALIST



EVALUACIÓN DE CAMPAÑA PUBLICITARIA "AEROPUERTOS PARA LA COMPETITIVIDAD Y EL DESARROLLO"

Aeropuertos y
Servicios
Auxiliares



00188

DICIEMBRE, 2008



Metodología	3
Introducción	4
Capítulo1: Conocimiento	6
Capítulo2: Evaluación de campaña	14
Conclusiones	20

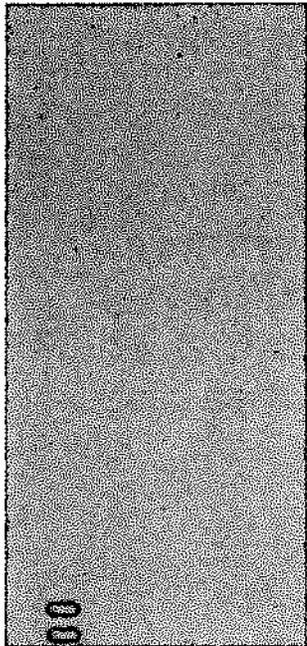
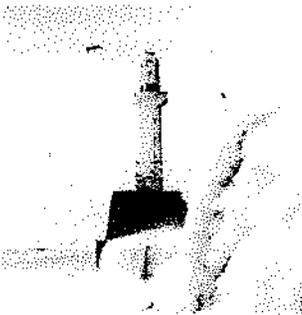


TIPO DE ENTREVISTA	Telefónica, empleando unidades de CATI
SELECCIÓN DE LA MUESTRA	Los resultados se obtuvieron al tabular las respuestas de 1000 entrevistas telefónicas en el país. Las entrevistas se hicieron al contactar viviendas a través de una selección aleatoria de números telefónicos almacenados en un banco de números telefónicos.
PÚBLICO OBJETIVO	Hombres y mujeres de 18 años o más, con credencial de elector y con teléfono en la República Mexicana. Las personas con teléfono tienen niveles de información e ingreso superiores al conjunto de la población
TAMAÑO DE LA MUESTRA	1000 entrevistas en el país
MARGEN DE ERROR	El error aproximado es de +- 3.68 puntos porcentuales.
NIVEL DE CONFIANZA	95%
FECHA DE LEVANTAMIENTO	Del 9 al 16 de diciembre de 2008.



Ipsos Public Affairs

THE SOCIAL RESEARCH AND CORPORATE REPUTATION SPECIALIST



00185

Introducción



Aeropuertos y Servicios Auxiliares (ASA) es un organismo descentralizado del Gobierno Federal, que cuenta con personalidad jurídica y patrimonio propios.

Creada en junio de 1965, ASA ha contribuido al fortalecimiento de la industria aeroportuaria de México por más de 43 años.

Las principales funciones de nuestra institución son diseñar, construir y operar terminales aeroportuarias. Actualmente opera una red de 20 aeropuertos a lo largo del territorio nacional. Asimismo, ASA tiene a su cargo el suministro de combustible para aeronaves a través de 63 estaciones.



Ipsos Public Affairs

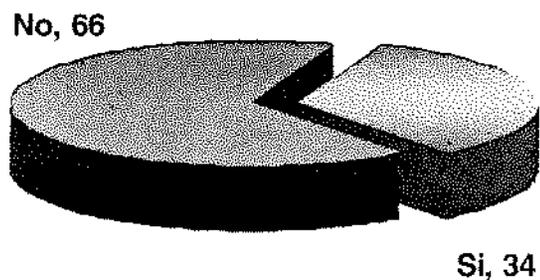
THE SOCIAL RESEARCH AND CORPORATE REPUTATION SPECIALIST

Capítulo 1: Conocimiento

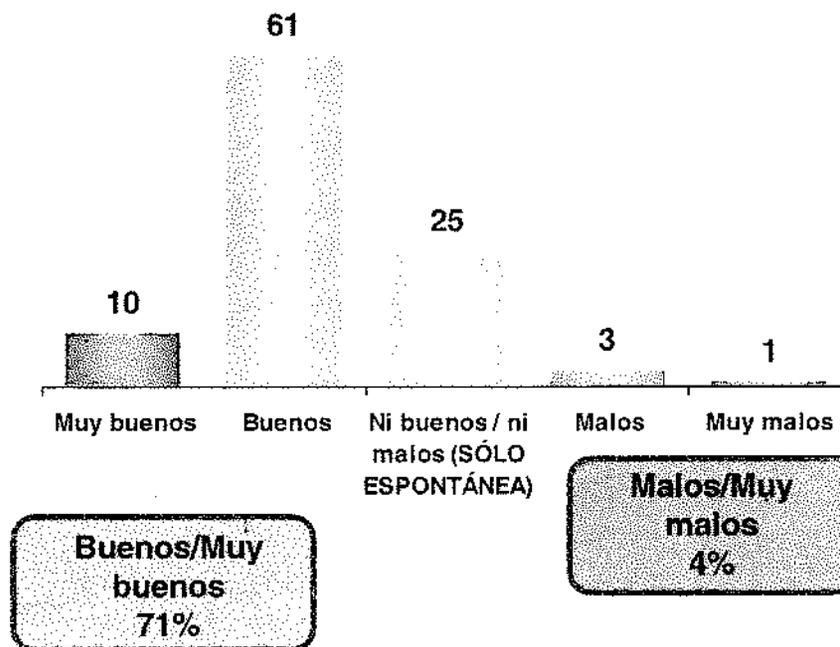


Uso de aeropuertos

¿En el último año a utilizado los servicios de algún aeropuerto, ya sea en su estado o en algún otra entidad, no importa que no sean servicios de viaje? (RU)(%)



¿Por las experiencias que ha tenido con los servicios de Aeropuertos, pensando en la última ocasión que hizo uso de alguno de los servicios que imagen tiene en general. Cree que son _____? RU)(%)





Uso de aeropuertos

¿En el último año a utilizado los servicios de algún aeropuerto, ya sea en su estado o en algún otra entidad, no importa que no sean servicios de viaje? (RU)(%)

	EDAD				SEXO	NIVEL EDUCATIVO					
Si	34%	30%	37%	32%	45%	22%	-	13%	16%	36%	46%
No	66%	70%	63%	68%	55%	78%	100%	88%	84%	64%	54%
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Entre los que aseguraron que han utilizado los aeropuertos recientemente, se destacan las opiniones de los hombres con 45% de opiniones afirmativas



Uso de aeropuertos

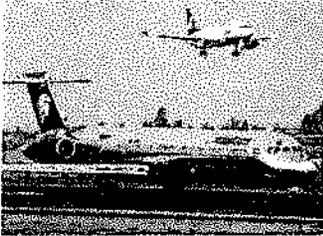
¿Por las experiencias que ha tenido con los servicios de Aeropuertos, pensando en la última ocasión que hizo uso de alguno de los servicios que imagen tiene en general. Cree que son _____ ? RU)(%)

	EDAD				SEXO			NIVEL EDUCATIVO			
	18-24	25-34	35-44	45-54	Hombres	Mujeres	Indefinido	Primaria	Secundaria	Universitaria	Post-secundaria
Buenos/ Muy buenos	71%	76%	71%	63%	79%	63%	50%	42%	64%	78%	78%
Ni buenos / ni malos	25%	22%	26%	32%	19%	32%	50%	51%	34%	19%	19%
Malos	3%	2%	2%	4%	1%	4%	-	6%	2%	2%	2%
Muy malos	1%	-	1%	1%	1%	1%	-	1%	-	1%	1%
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Entre los que aseguraron que han utilizado los aeropuertos recientemente, se destacan las opiniones positivas de los hombres con 79%



Conocimiento de ASA



¿Conoce o ha oído hablar de ASA Aeropuertos y Servicios Auxiliares, o no? (RU)(%)

NO 78%

SÍ

22%

BASE TOTAL: 1000 casos

¿En dónde recuerda haber visto o escuchado acerca de ASA, Aeropuertos y Servicios Auxiliares? (RU) (ESPONTÁNEA)(%)

AEROPUERTO	41%
TELEVISION	28%
RADIO	11%
AMIGOS / FAMILIARES	8%
PERIODICOS	7%
CAMIONES / TAXIS / CARROS	5%
POR MI TRABAJO	4%
INTERNET	2%
ESPECTACULARES	2%
OTROS	1%
NO CONTESTO	5%

BASE TOTAL: 217 casos

¿Qué es lo que recuerda haber visto o escuchado de ASA, Aeropuertos y Servicios Auxiliares, por mínimo que sea? (RU) (ESPONTÁNEA)(%)

TIENE BUEN SERVICIO BUEN ATENCION	18%
LOS SERVICIOS QUE OFRECE	10%
ADMINISTRABAN LOS AEROPUERTOS	
DE TODA LA REPUBLICA	5%
EL LOGOTIPO	5%
ES EL QUE DA EL SERVICIO DE	
MANTENIMIENTO A LOS AEROPUERTOS	5%
EL NOMBRE DE ASA	4%
LOS DESTINOS CON LOS QUE CUENTA	3%
VIAJAS CON COMODIDAD	3%
NADA	3%
NO RECUERDA	24%

BASE TOTAL: 217 casos



Conocimiento de ASA

¿Conoce o ha oído hablar de ASA Aeropuertos y Servicios Auxiliares, o no? (RU)(%)
RU

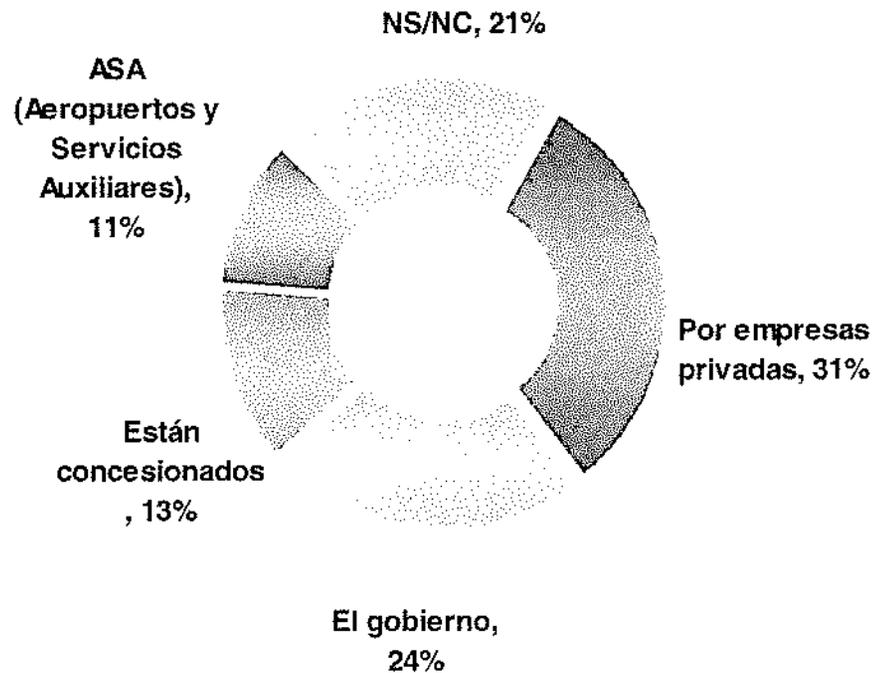
	EDAD				SEXO		NIVEL EDUCATIVO				
	18-24	25-34	35-44	45-54	M	F	Primaria	Secundaria	Preparatoria	Universitaria	Posgrado
SI	22%	14%	20%	36%	22%	22%	20%	21%	16%	24%	60%
NO	78%	86%	80%	64%	78%	78%	80%	79%	84%	76%	40%
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Entre los que aseguraron que si conocen o han escuchado hablar de ASA, se destacan las opiniones de las personas que tienen un mayor nivel educativo (posgrado) con 60% de opiniones positivas además de las personas de 50 años y más con 36% de opiniones positivas



¿Quién opera los aeropuertos de México?

Con lo que usted sabe o a escuchado algunos aeropuertos de México son operados por...?
(RU)(%)





¿Quién opera los aeropuertos de México?

Con lo que usted sabe o a escuchado algunos aeropuertos de México son operados por...?
(RU)(%)

	EDAD				SEXO			NIVEL EDUCATIVO			
	18-24	25-34	35-44	45-54	H	M	OT	Primaria	Secundaria	Preparatoria	Superior
Por empresas privadas	31%	34%	32%	27%	36%	27%	10%	14%	24%	37%	36%
El gobierno	24%	29%	23%	21%	26%	23%	20%	20%	31%	27%	21%
Están concesionados	13%	10%	15%	14%	14%	12%	-	3%	9%	14%	16%
ASA (Aeropuertos y Servicios Auxiliares)	11%	10%	11%	12%	13%	9%	10%	9%	9%	10%	13%
NS/NC	20%	18%	18%	26%	10%	29%	60%	54%	25%	11%	15%
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

BASE TOTAL: 1000 casos



Ipsos Public Affairs
THE SOCIAL RESEARCH AND CORPORATE REPUTATION SPECIALIST

Capítulo 2: Evaluación de campaña



Conocimiento Espontáneo De Campaña Publicitaria

Por favor dígame recientemente ¿Ha usted visto u oído alguna publicidad en los medios de la empresa ASA (Aeropuertos y Servicios Auxiliares)? (RU)(%)

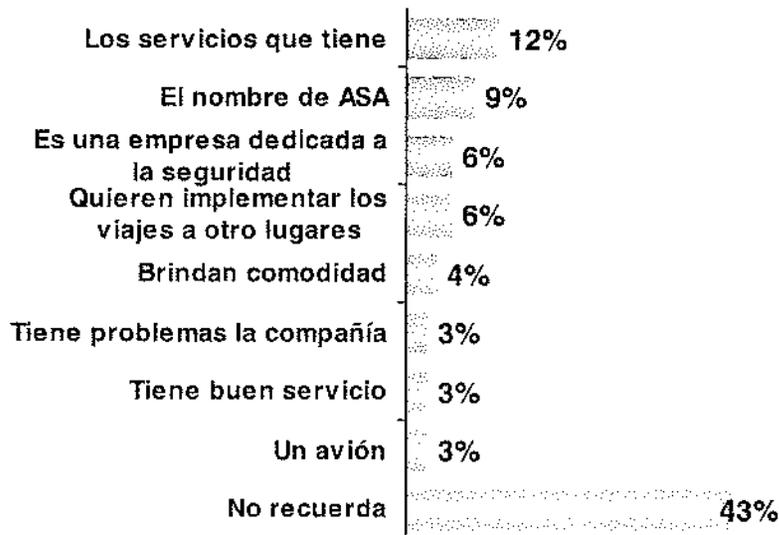


Si

No

NS/NC

Ud. me dijo que recordaba publicidades de ASA (Aeropuertos y Servicios Auxiliares), podría decirme ¿qué vio? o ¿qué decía? ¿Algo más? Por Favor, dígame todo lo que recuerda (ESPONTÁNEA)(%)



¿Cuál fue la principal idea que le generó este comercial ó anuncio? (ESPONTÁNEA)(%)





Conocimiento Espontáneo De Campaña Publicitaria

Por favor dígame recientemente ¿Ha usted visto u oído alguna publicidad en los medios de la empresa ASA (Aeropuertos y Servicios Auxiliares)? (RU)(%)

	EDAD				SEXO		NIVEL EDUCATIVO				
Si	7%	6%	5%	10%	7%	6%	-	7%	7%	6%	8%
No	92%	93%	94%	89%	92%	92%	100%	93%	90%	93%	92%
NS/NC	1%	1%	1%	1%	0	2%	-	-	4%	1%	0
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Entre los que aseguraron que si han escuchado alguna publicidad de ASA, se destacan las opiniones de las personas de más de 50 años con 10% de opiniones positivas



Conocimiento Ayudado De Campaña Publicitaria

A continuación le voy a hacer escuchar un fragmento de un comercial que está al aire en algunas estaciones de radio de su ciudad.

LEER A TODOS LOS ENTREVISTADOS

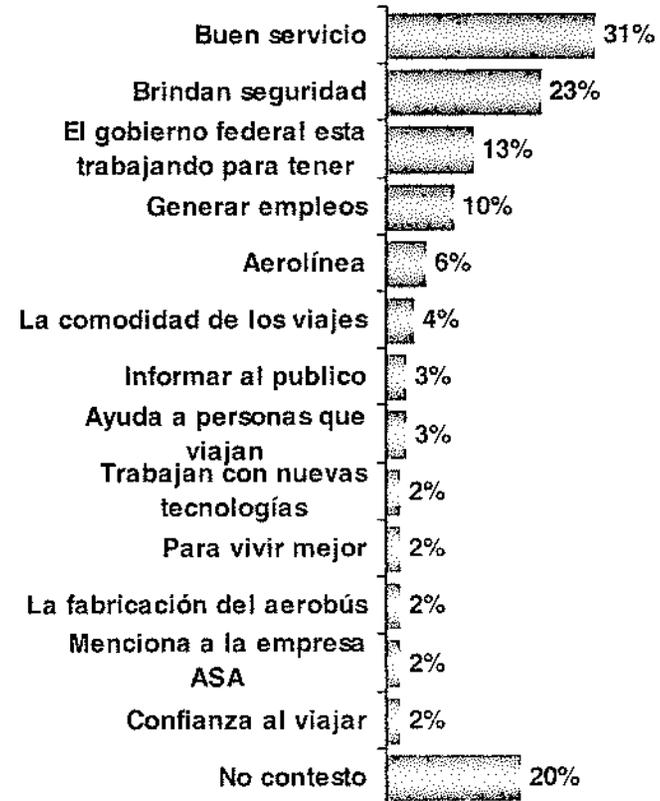
EL GOBIERNO FEDERAL ELEVA LOS ESTÁNDARES DE SEGURIDAD Y DESARROLLO TECNOLÓGICO EN LA RED DE AEROPUERTOS Y SERVICIOS AUXILIARES...A TRAVÉS DEL FONDO SECTORIAL ASA-CONACYT SE FABRICARON EL PRIMER AEROBUS Y EL VEHÍCULO DE RESCATE Y EXTINCIÓN DE INCENDIOS...ASÍ, FORTALECEMOS EL DESARROLLO TECNOLÓGICO MEXICANO Y GENERAMOS MÁS EMPLEOS...VIVIR MEJOR.... GOBIERNO FEDERAL.

¿Cuál fue la principal idea de este comercial? RU)(%)

Por favor dígame...(RU)(%)



- Seguramente ha escuchado este comercial antes
- Estoy casi seguro/a de que ha escuchado este comercial
- Creo que he escuchado este comercial o uno parecido a este
- Nunca he escuchado este comercial



BASE TOTAL: 1000 casos



Conocimiento Espontáneo De Campaña Publicitaria

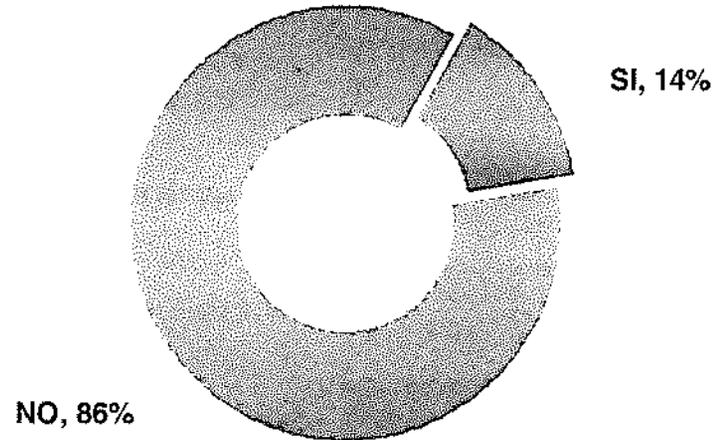
A continuación le voy a hacer escuchar un fragmento de un comercial que está al aire en algunas estaciones de radio de su ciudad.
Por favor dígame...(RU)(%)

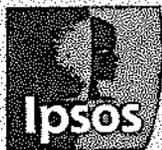
	EDAD				SEXO			NIVEL EDUCATIVO			
	18-24	25-34	35-44	45-54	M	F	OTRO	Primaria	Secundaria	Preparatoria	Superior
Seguramente ha escuchado este comercial antes	5%	3%	6%	7%	4%	6%	20%	4%	9%	3%	5%
Estoy casi seguro/a de que ha escuchado este comercial	4%	4%	3%	5%	4%	4%	-	4%	5%	3%	4%
Creo que he escuchado este comercial o uno parecido a este	35%	37%	37%	29%	42%	28%	-	17%	33%	44%	34%
Nunca he escuchado este comercial	56%	56%	54%	59%	50%	61%	80%	75%	53%	49%	56%
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100



Recordación total de campaña publicitaria (ESPONTÁNEO Y AYUDADO)

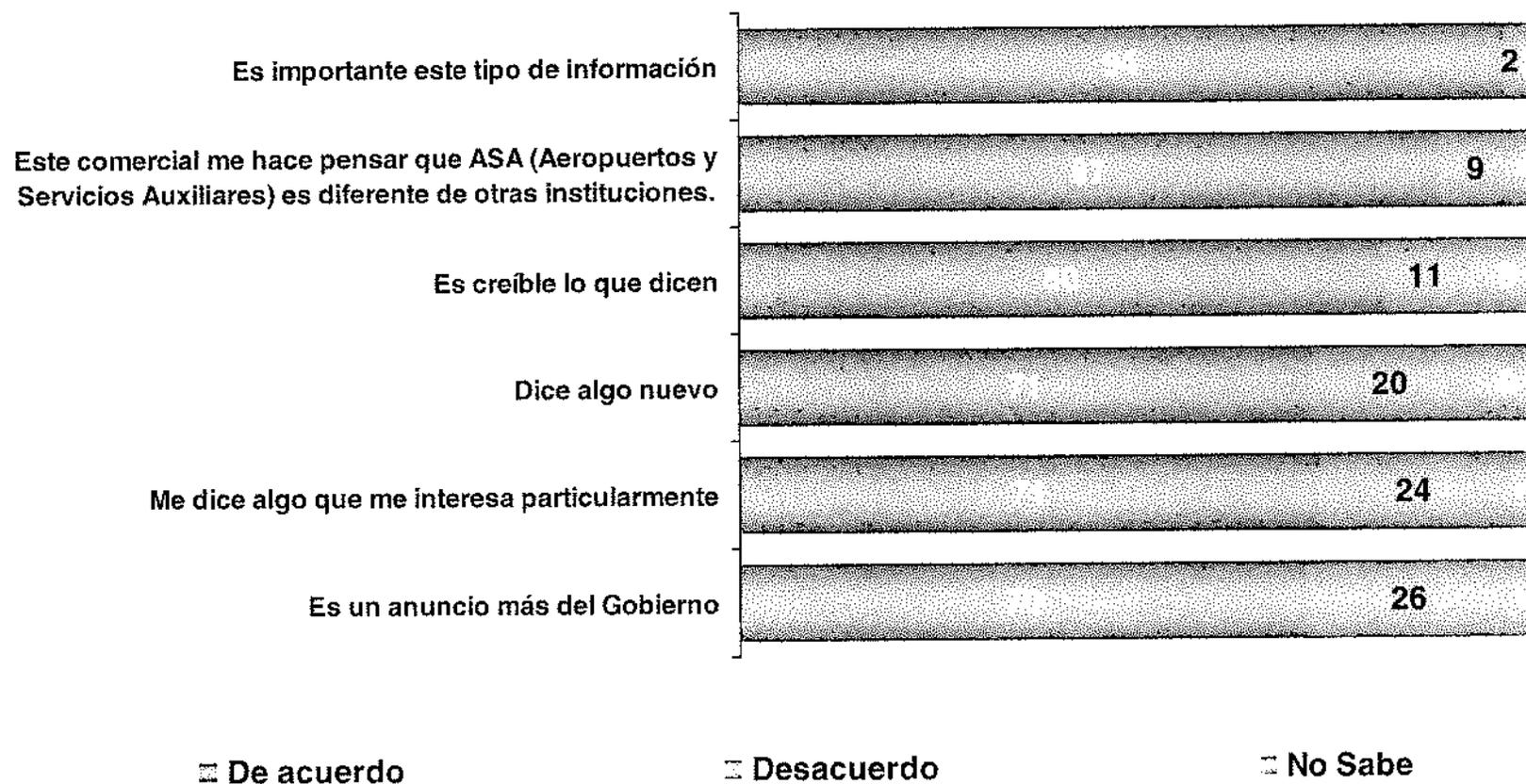
Por favor dígame recientemente ¿Ha usted visto u oído alguna publicidad en los medios de la empresa ASA (Aeropuertos y Servicios Auxiliares)? (RU)(%)





Credibilidad del comercial

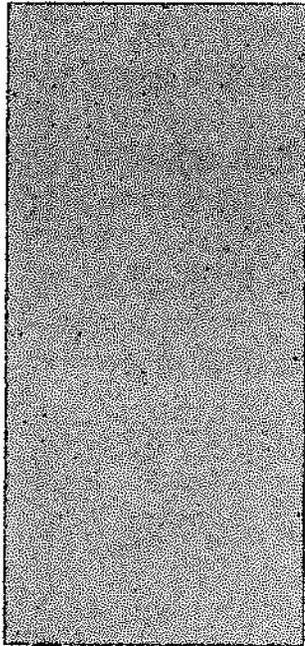
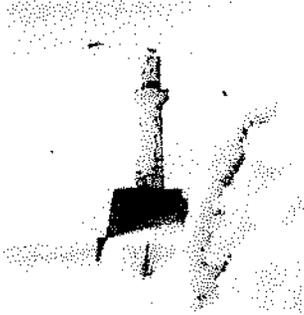
Ahora voy a leerle una serie de frases que pueden ser utilizadas para describir el comercial. Para cada una de ellas, le voy a pedir que me diga si esta usted de acuerdo o en desacuerdo con la frase y el contenido del comercial que le acabo de leer. (RU)(%)





Ipsos Public Affairs

THE SOCIAL RESEARCH AND CORPORATE REPUTATION SPECIALIST



Conclusiones



Conclusiones

- Solo 2 de 10 personas identifican la marca ASA, en donde las personas mayores conocen por arriba del promedio total.
- De forma espontánea sólo 7% recordó la publicidad de ASA, de ellos, el 12% recuerda que el comercial hacía alusión a los servicios que da y la principal idea que le generó fue buen servicio
- En suma, considerando recordación espontánea y la recordación ayudada, el 14% recuerda el comercial de ASA.
- Al momento de mencionarles el comercial solo 9% lo recordó, llama la atención que los entrevistados manifiestan que han escuchado algún otro parecido a este.
- Para el 94% de los entrevistados cree que es importante la información que maneja el comercial.
- El 87% piensa que el comercial la hace pensar que ASA es diferente.
- El 80% dice que es creíble lo que dicen.
- El 71% asegura que el algo nuevo lo que dice.
- El 70% asegura que es un anuncio más del gobierno.



Ipsos Public Affairs

THE SOCIAL RESEARCH AND CORPORATE REPUTATION SPECIALIST

Ipsos Public Affairs

**Hegel 221 Colonia Polanco
México DF**

Tel. +52 55 1101 0000

Fax + 52 55 1101 0008

www.ipsos.com

© 2008 Ipsos México. Todos los Derechos Reservados. Contiene Información Confidencial y Patentada de Ipsos. Los contenidos de esta propuesta constituyen la única y exclusiva propiedad de Ipsos México y/o sus compañías afiliadas ("Ipsos"). Además, son confidenciales y los debe usar el destinatario, sus directores y empleados exclusivamente con el propósito de evaluar la propuesta para los servicios ofrecidos.

AUTOGESTIÓN

INVOLUCRAMIENTO TOTAL

Tenemos la capacidad de involucrarnos en los proyectos que nos interesan y que generen responsabilidad para nosotros por los resultados que generen un valor para el equipo en cada proyecto.

PASIÓN POR LA PERFECCIÓN

Sabemos que cada tarea en la que participamos es valiosa y puede ser mejorada.

PASIÓN POR GANAR

Buscamos del éxito personal y profesional en todo lo que hacemos.

INTEGRIDAD/ORGULLO

Sabemos que lo que hacemos, lo hacemos bien y ponemos nuestro nombre con orgullo.

TRABAJO EN EQUIPO

Tenemos capacidad para trabajar modularmente, para delegar y realizar lo que nos corresponde, evitando duplicidad, retrabajo y desperdicio.

CONFIANZA

En nosotros mismos y en el equipo en que participamos.

Hegel 221, Col. Polanco
México, D.F., C. P. 04560
Tel: 1101 0000, Fax: 1101 0003

00165