



Mind Labs

Agencia de Marketing Science



1. PROPUESTA



“En MindLabs vamos más allá de lo obvio, encontramos verdades transformadoras accionables para las marcas”

CLIENTE



OBJETIVO GENERAL

- ✓ Evaluar la resonancia y el impacto del lema "Y Santo Remedio" entre consumidores adultos que podrían recordarlo y consumidores más jóvenes, para determinar si el lema todavía posee relevancia y puede influir positivamente en la percepción de la marca Bronquisol, facilitando así la reactivación efectiva de su comunicación en el mercado actual.



OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ **Identificar** el nivel de recordación del lema "Y Santo Remedio" entre consumidores adultos que posiblemente estuvieron expuestos al mismo en el pasado.
- ✓ **Evaluar** las asociaciones y percepciones actuales que los consumidores tienen con el lema, determinando si evocan sentimientos positivos, negativos o indiferentes.
- ✓ **Explorar** si los consumidores más jóvenes consideran el lema relevante o lo perciben como anticuado, y si este influye en su percepción de la marca.
- ✓ **Validar** la efectividad del lema en términos de comunicación, investigando si los consumidores creen que contribuye al entendimiento y atractivo del producto.
- ✓ **Determinar** la disposición de los consumidores a responder a una campaña de marketing renovada que incluya el lema, y si esto podría influir en su decisión de compra.
- ✓ **Analizar** posibles modificaciones o mejoras al lema que podrían aumentar su aceptación y efectividad entre las diferentes demografías de consumidores.



METODOLOGÍA



Investigación
Cualitativa

Cultural Lab

Metodología de Exploración y Profundización Cultural: Nuestra aproximación se centra en descubrir insights culturales que influyen en la percepción del consumidor y evaluar la resonancia del lema "Y Santo Remedio" en diferentes generaciones.

15 Entrevistas en Profundidad:

Segmentadas por edad para explorar no solo las connotaciones emocionales y los recuerdos asociados al lema **"Y Santo Remedio"**, sino también para evaluar su relevancia y potencial impacto en la percepción actual de la marca Bronquisol.

- ✓ **Recopilación de Datos Históricos:** Investigación detallada sobre la creación y la evolución del lema dentro de la marca para entender su posicionamiento histórico y su persistencia en la memoria cultural.

METODOLOGÍA



Investigación
Cuantitativa

Encuesta
Interactiva Online



Tamaño de
muestra
268

Esta fase nos permitirá validar las percepciones y emociones identificadas en la fase cualitativa, como también obtener datos representativos y estadísticamente significativos asegurando que las conclusiones sobre la resonancia del lema "Y Santo Remedio" sean robustas y confiables. Al aplicar un análisis cuantitativo, podemos medir la efectividad del lema en diferentes segmentos demográficos y ajustar las estrategias de marketing de Bronquisol para maximizar su impacto en el mercado.

PERFIL DE LOS PARTICIPANTES

- **Género:** Hombres y Mujeres
- **Edad:** 35 a 55 años
- **NSE:** 2 y 4
- **Ciudades:** Principales del País
- **Características:**
- Consumidores que regularmente usan productos para el cuidado respiratorio, incluyendo aquellos que han experimentado problemas de tos y bronquitis





5. ACCIONABLES Y ENTREGABLES

EL ACCIONABLE DE LA PROPUESTA **LA INVESTIGACIÓN EN RESUMEN PERMITE:**



Oportunidades:

Determinará los espacios de oportunidad y fidelización.



Insights:

Permitirá conocer a profundidad el usuario y determinar los drivers emocionales y funcionales que lo movilizan.



ADN:

Permitirá definir códigos de marca y definir los contenidos idóneos para la comunicación de la marca.



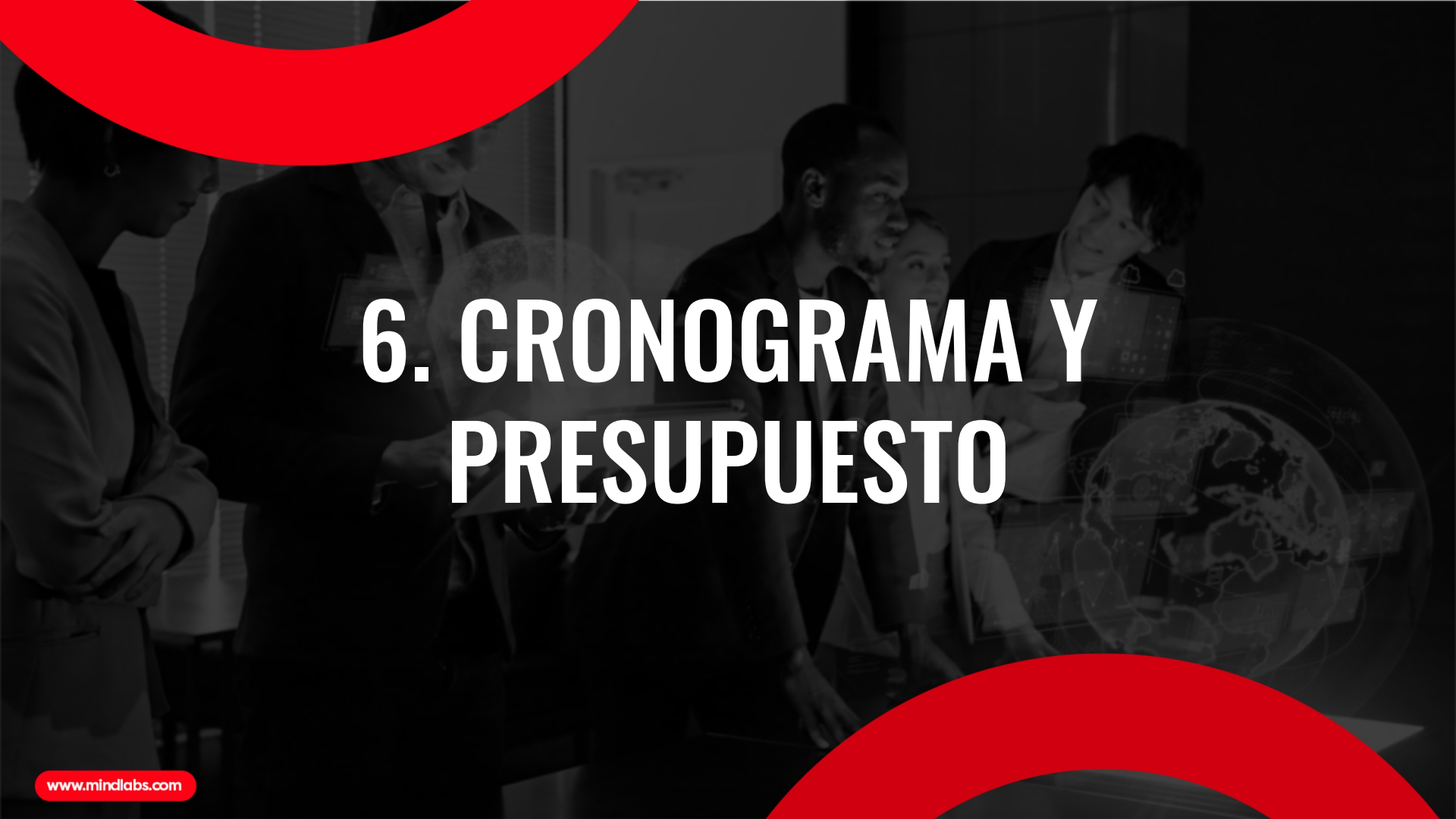
Estrategias:

Desarrollar estrategias de comunicación digital y mercadeo centradas en el consumidor.

ENTREGABLE DE LA PROPUESTA

- ✓ Link de seguimiento en tiempo real de investigación:
El cliente podrá visualizar la investigación cuantitativa de forma clara y sencilla en tiempo real.
- ✓ Infografías en video con las conclusiones de la investigación: Los resultados finales del estudio, adicional a ser presentados mediante un informe, serán presentados utilizando recursos audiovisuales.
- ✓ Data y variables de cruce en SPSS y Excel: Todo el material obtenido en el estudio es propiedad del cliente y se entrega en su totalidad.
- ✓ Informe de resultados con estrategias accionables:
Se presentara el informe final cliente – equipo investigador, para revisar los hallazgos de la investigación.



A grayscale background image of a diverse group of business professionals in a meeting, looking at documents and a tablet. A large, semi-transparent globe is overlaid on the right side of the image. Two large red semi-circular shapes are positioned at the top-left and bottom-right corners of the frame.

6. CRONOGRAMA Y PRESUPUESTO



CRONOGRAMA DE LA INVESTIGACIÓN

El estudio de MindLabs está previsto para ser entregado en 4-5 semanas, tiempo estándar de este tipo de proyectos. Sin embargo, los tiempos están sujetos a la aprobación de guías e instrumentos por parte del cliente.

Semanas / actividades a desarrollar	0	1	2	3	4	5
Aprobación de la propuesta y kick off del proyecto						
Fase Cualitativa: Cultural Lab 15 Entrevistas						
Fase Cuantitativa: 268 Encuestas efectivas						
Entrega de Reporte Final						

PROPUESTA DE INVERSIÓN



Item	Descripción	Valor Total
1. Cualitativa	FASE 1: Cultural Lab 15 Entrevistas a Profundidad	\$13.500.000
2. Cuantitativa	FASE 2: ENCUESTA INTERACTIVA ONLINE 268 efectivas, con un Nivel de confianza del 95% y un margen de error del 6%.	\$16.250.000
Valor sin iva		\$29.750.000

La investigación en consumidores incluye:


- Programación
- Reclutamiento
- Incentivos
- Procesamiento de datos
- Informe Final

PROPUESTA DE INVERSIÓN



Precios, forma de pago, tiempo de entrega

1. **Precio e impuestos:** Los precios están en pesos colombianos y no incluyen el impuesto de valor agregado IVA, el cual será facturado de acuerdo a las disposiciones legales que rijan en la fecha de facturación.
2. **Forma de pago:** Se requiere un anticipo del 50% al aceptar la propuesta, el 50% restante será facturado una vez se entregue el estudio a satisfacción del cliente.
3. **Entrega y cronograma:** Las fechas del cronograma son estimadas, el cumplimiento de estas depende en un alto porcentaje de la disposición del cliente para el suministro de información y retroalimentación de guías e instrumentos.
4. **Validez de la oferta:** Esta oferta es válida por 30 días contados a partir de la fecha de presentación.

A grayscale image of a person with glasses, resting their chin on their hand in a thinking pose. The background is dark and filled with glowing digital elements: a world map, bar charts, line graphs, and various data points. Two large red circular shapes are positioned in the top-left and bottom-right corners of the frame.

“No se puede innovar con los consumidores de hoy
utilizando los métodos de investigación de ayer”

¡GRACIAS!

www.mindlabs.co



(602) 485 4787
3187564751



contacto@mindlabs.co



Cra 100 # 5 – 169 Oficina 715,
Edificio Oasis, Unicentro Cali -
Colombia