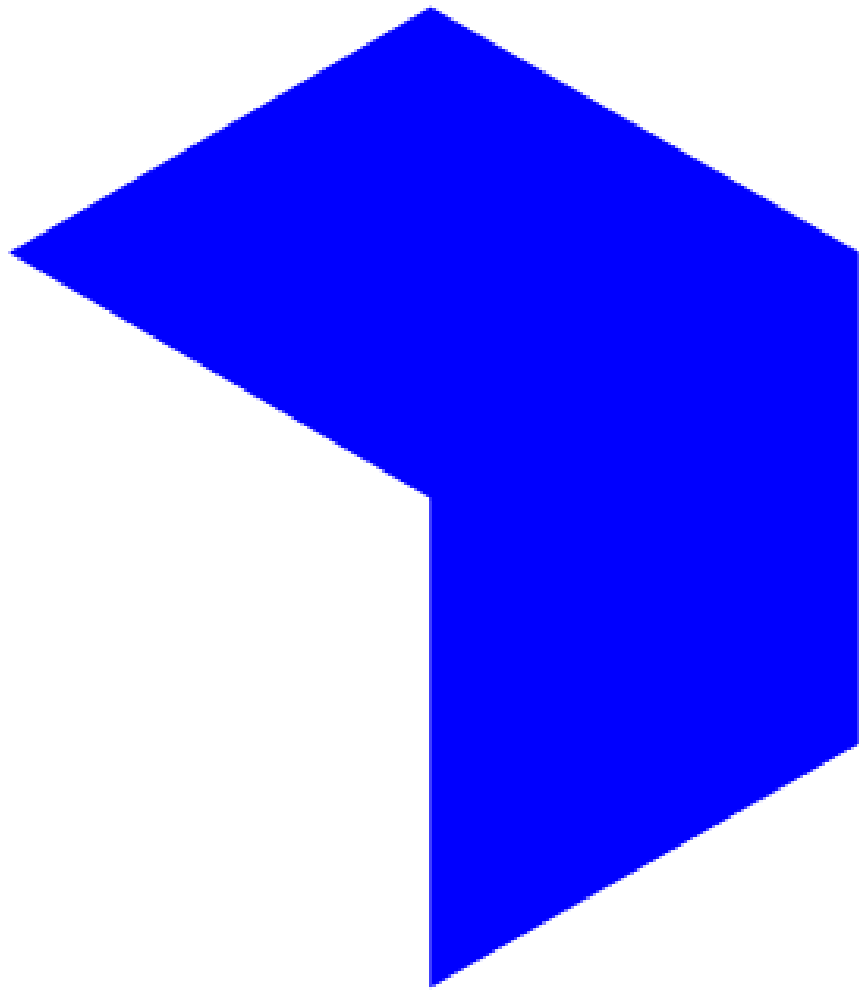


# Plano de avaliação

Exemplo

2025



# Avaliação de impacto: Fresh Bucks

Cidade de Centreville | Plano de avaliação | 08/2023

Gerente do projeto de avaliação: Leslie Daniel

Equipe do projeto de avaliação: Tom Gaines, April Salas

## Sumário

<b>Sumário</b> .....	<b>1</b>
<b>Resumo do projeto de avaliação</b> .....	<b>2</b>
<b>Visão geral do programa e teoria da mudança</b> .....	<b>3</b>
<b>Visão geral da avaliação</b> .....	<b>6</b>
<b>Perguntas de pesquisa</b> .....	<b>7</b>
<b>Atividades de pesquisa</b> .....	<b>7</b>
<b>Planejamento do método de pesquisa</b> .....	<b>8</b>
Estudo controlado e randomizado (ECR).....	8
Resumo.....	8
População e amostra.....	8
Grupos de comparação.....	8
Randomização.....	8
Medida(s) de resultado.....	9
Vinculação do exercício ao resultado.....	10
Validade interna.....	10
Cegueira.....	10
Transbordamentos.....	10
Atrito.....	10
Potência.....	11
Fontes de dados.....	11
Análise.....	12
Mitigação de riscos.....	13
Implementação.....	13
<b>Cronograma</b> .....	<b>15</b>

# Resumo do projeto de avaliação

## **Qual é o programa que queremos avaliar e o que ele pretende alcançar?**

O Fresh Bucks é um programa que fornece acesso a alimentos aos residentes de baixa renda de Centreville.

## **O que esperamos aprender com essa avaliação?**

Apesar de se candidatarem e estarem inscritos no programa, alguns clientes não estão usando ativamente seus benefícios. O Escritório de Sustentabilidade e Meio Ambiente, que administra o programa, está interessado em saber se as comunicações por e-mail aos novos membros do programa serão uma forma eficaz de aumentar a utilização dos benefícios entre os novos inscritos. Essa avaliação testará o impacto de um lembrete por e-mail nas taxas de participação e utilização dos benefícios do Fresh Bucks.

---

Essa avaliação será significativa, inovadora e prática para Centreville. A seguir, descrevemos por que essa avaliação é importante e como os resultados serão usados.

### **Significativa**

O Fresh Bucks fornece acesso a alimentos aos residentes de baixa renda de Centreville. Há clientes inscritos no programa, mas não ativos, e gostaríamos que o maior número possível de clientes se tornasse ativo. Há um grupo recém-inscrito, e as 6 a 8 semanas após a inscrição determinam se alguém se torna um usuário ativo ou abandona o programa.

### **Inovadora**

A equipe do programa não enviou ou testou anteriormente nenhuma comunicação com os participantes. Essa avaliação fornecerá novas informações sobre se o e-mail é um canal de comunicação eficaz com os participantes do programa.

### **Acionável**

Os resultados informarão diretamente a integração de novos inscritos e o gerenciamento da participação do cliente em geral.

# Visão geral do programa e teoria da mudança

O Fresh Bucks é um programa que oferece acesso a alimentos aos residentes de baixa renda de Centreville. Os clientes qualificados e inscritos recebem R\$ 220 por mês para gastar em mercados de agricultores, mercearias independentes e supermercados participantes usando o Cartão Fresh Bucks. Os participantes do programa recebem um cartão de benefícios que deve ser ativado antes do uso.

Desenvolvemos uma teoria da mudança (abaixo) para esse programa, mostrando os principais insumos e atividades do programa, bem como os resultados desejados de curto e longo prazo do programa. Essa teoria da mudança mostra como acreditamos que o programa causa impacto.

Entradas	Atividades	Saídas	Resultados	Impacto
<p><b>Financiamento:</b> Recursos financeiros para custear os cartões de benefícios e as operações do programa.</p> <p><b>Equipe:</b> Pessoal administrativo para gerenciar a distribuição de cartões, o atendimento ao cliente e as relações com os fornecedores.</p> <p><b>Parcerias com varejistas locais:</b> Acordos com varejistas que oferecem alimentos saudáveis e aceitam o cartão de benefícios.</p> <p><b>Tecnologia:</b> Sistemas para rastrear o uso do cartão, o registro e a comunicação (por exemplo, e-mail)</p> <p><b>População-alvo:</b> Residentes de baixa renda qualificados para os cartões.</p> <p><b>Marketing/alcance:</b> Estratégias de comunicação externa para promover a conscientização sobre o programa e incentivar a participação.</p>	<p><b>Distribuição de cartões de benefícios:</b> Identificar residentes de baixa renda qualificados e distribuir cartões a eles.</p> <p><b>Coordenação de parcerias:</b> Trabalhar com os varejistas locais para garantir que os cartões de benefícios sejam aceitos e promover opções de alimentos saudáveis.</p> <p><b>Atividades de conscientização do programa:</b> Alcance geral da comunidade mais ampla para aumentar a conscientização sobre o programa por meio da mídia e de organizações comunitárias.</p>	<p><b>Número de cartões distribuídos:</b> O número total de cartões de benefícios fornecidos aos residentes qualificados.</p> <p><b>Taxas de ativação:</b> Número de indivíduos cientes do programa por meio de e-mail e outros canais de divulgação.</p> <p><b>Utilização dos cartões de benefícios:</b> Mais inscritos usam os cartões de benefícios regularmente para comprar alimentos saudáveis dos varejistas participantes.</p> <p><b>Participação dos varejistas:</b> O número de varejistas que aceitam os cartões e oferecem opções de alimentos saudáveis.</p>	<p><b>Melhoria no acesso a alimentos saudáveis:</b> Os residentes de baixa renda têm melhor acesso a opções de alimentos saudáveis e acessíveis por meio de varejistas locais.</p> <p><b>Melhoria da ingestão nutricional:</b> Os participantes melhoram suas dietas comprando alimentos mais nutritivos.</p>	<p><b>Redução da insegurança alimentar:</b> Redução a longo prazo da insegurança alimentar entre os residentes de baixa renda devido ao acesso contínuo a opções de alimentos saudáveis e acessíveis.</p> <p><b>Melhorias na saúde da comunidade:</b> Como resultado de uma melhor nutrição, pode haver reduções nos problemas de saúde relacionados à dieta, como obesidade, diabetes e doenças cardíacas.</p>
		<p><b>Pressupostos:</b> Participantes</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Receber seus cartões</li> <li>● Saber como ativar e usar seus cartões de benefícios</li> <li>● Lembre-se de usar seus benefícios</li> </ul>		

		<ul style="list-style-type: none"><li>• Pode encontrar varejistas locais</li></ul>		
--	--	--	--	--

## Visão geral da avaliação

Esta avaliação se concentra em um componente-chave dessa teoria da mudança: Como as comunicações de lembrete por e-mail aos inscritos influenciam o uso do benefício.

Nossa avaliação examinará as suposições subjacentes aos resultados do programa. Especificamente,

- Os participantes sabem como ativar e usar seus cartões de benefícios?
- Os participantes se lembram de usar seus benefícios?
- Os participantes podem encontrar varejistas locais que aceitem seu benefício?

Ao analisar os dados existentes do programa, sabemos que muitos participantes que se inscrevem no programa acabam não usando o benefício. Com os grupos anteriores de participantes, a equipe do programa contou com organizações comunitárias para integrar os participantes ao programa de benefícios.

A equipe gostaria de testar se uma comunicação por e-mail de lembrete para os novos inscritos terá um impacto positivo no número de inscritos que usam o benefício.

Realizaremos uma avaliação de impacto para responder à nossa pergunta de pesquisa, designando aleatoriamente metade dos participantes inscritos para receber a comunicação por e-mail de lembrete e metade para receber a integração padrão.

Essa avaliação não explorará a experiência do participante no programa nem coletará informações sobre por que os participantes do programa podem ou não estar ativando seus cartões ou usando seus benefícios. Seu objetivo principal é testar se um e-mail de lembrete pode aumentar as taxas de uso do programa entre os inscritos.

## Perguntas de pesquisa

Pergunta de pesquisa	É uma questão de impacto ou de processo?
Um e-mail de lembrete para novos participantes que ainda não usaram o programa Fresh Bucks aumenta a proporção de participantes que usam o programa em até 9 dias após o recebimento do e-mail em comparação com aqueles que não recebem um e-mail de lembrete?	Impacto

## Atividades de pesquisa

Método de pesquisa	Descrição da fonte de dados
Estudo controlado e randomizado (ECR)	Dados de uso do benefício do participante; listas de e-mail do govDelivery

### **Se os resultados forem negativos...**

Discutiremos os resultados com os parceiros da organização comunitária e procuraremos quaisquer questões externas (por exemplo, questões de correio) que possam ter influenciado os resultados.

### **Se os resultados forem nulos...**

Revisaremos a linguagem do e-mail e o testaremos novamente.

### **Se os resultados forem positivos...**

Incorporaremos este processo de comunicação por e-mail ao processo de integração.

# Planejamento do método de pesquisa

## Estudo controlado e randomizado (ECR)

### Resumo

Realizaremos um teste A/B para avaliar o impacto dos lembretes por e-mail na participação no Fresh Bucks. Os resultados dessa avaliação informarão a integração do inscrito.

### População e amostra

- População: Participantes do programa Fresh Bucks que não usaram o benefício
- Características da amostra: Participantes do programa Fresh Bucks que atendem a todos os 3 critérios
  - Parte do grupo que se inscreveu no programa no final de 2021
  - Não utilizou o benefício
  - Tenha e-mails exclusivos
- Tamanho da amostra: 179
- Qual é a diferença entre sua amostra e sua população? Descreva quem pode ser excluído e como isso pode afetar os resultados.
  - Nossa população inclui participantes que não têm endereços de e-mail. Como nosso ECR está testando especificamente um lembrete por e-mail, seus resultados não podem ser usados para melhorar o envolvimento deles com o programa.

### Grupos de comparação

- Controle: Participantes da amostra que não receberão um e-mail de incentivo
- Tratamento: Participantes da amostra que receberão um e-mail de incentivo

### Randomização

- Faremos a randomização de participantes individuais usando endereços de e-mail exclusivos.
- Como você fará a randomização? Se for relevante, descreva detalhes sobre agrupamento ou estratificação.
  - Vamos extrair uma lista de membros ativos (n=750) dessa coorte em uma planilha do Excel, incluindo endereços de e-mail e as identificações de cada participante.

- Classificaremos cada participante nos quatro estratos da jornada do cliente:
  - 1. Não ativadores
  - 2. Nunca usuários
  - 3. Usuários de primeira viagem
  - 4. Usuários repetidos
- Separando apenas os não ativadores e os nunca usuários em um grupo "nunca usado", teremos um tamanho de amostra de n=179.
- Os 179 participantes serão designados aleatoriamente para o grupo de Controle ou de Tratamento. Os grupos terão o mesmo tamanho.

### **Medida(s) de resultado**

- Medida de resultado primário: Uso do programa (ida às compras para usar os cupons)
  - Quando você vai coletá-lo?
    - 22 de agosto (o dia em que o e-mail for enviado) a 31 de agosto de 2023
  - Por que essa é uma boa medida?
    - É uma medida direta do uso dos benefícios do Fresh Bucks, que é o comportamento que estamos interessados em mudar por meio da intervenção.
    - Temos muitos dados de linha de base sobre essa medida, pois é uma forma importante de monitorar o programa.
  - Há limitações para o que essa medida pode lhe dizer?
    - 9 dias pode não ser tempo suficiente para determinar a eficácia dos lembretes por e-mail.
- Medida de resultado secundário: nível de utilização do benefício (valor gasto em dólares)
  - Período de tempo:
    - *Igual à medida do resultado primário*
  - Por que essa é uma boa medida?
    - Essa medida nos informa se os participantes estão maximizando seus benefícios, o que é uma forma de medir o envolvimento com o programa.
  - Há limitações para o que essa medida pode lhe dizer?
    - Os gastos são muito influenciados pelo dia do mês, sendo grande parte deles no último dia.

- Devido a isso e ao fato de que o período de observação é de apenas 9 dias, não podemos generalizar os resultados para o restante do mês ou do ano.

### **Vinculação do exercício ao resultado**

Quando você tiver os dados dos resultados, como determinará o grupo de tratamento de cada participante?

- Os dados de resultados incluem o identificador exclusivo de cada indivíduo, que pode ser vinculado à nossa tabela onde atribuímos os grupos de tratamento e os grupos de estratos.

### **Validade interna**

#### **Cegueira**

- Os participantes conhecerão seu grupo de tratamento?
  - Não
- A equipe do programa saberá a designação do tratamento dos participantes?
  - Sim

#### **Transbordamentos**

- Os resultados poderiam ser afetados pela "contaminação cruzada" dos grupos de tratamento, como a exposição dos participantes a outras condições de tratamento?
  - Esses participantes são muito ligados em rede e compartilham informações entre si por meio de comunicação formal e informal. Temos capacidade limitada para mitigar isso.

#### **Atrito**

- Os participantes podem deixar sua amostra antes do término da coleta de dados (atrito)? Em caso afirmativo, como e por que isso pode acontecer?
  - O atrito com o programa e o atrito com a avaliação estarão conectados - 1% do programa (7-10 participantes).
    - Os endereços estão desatualizados: Devolveram a correspondência e nunca receberam o benefício em primeiro lugar. Em nossa análise, examinaremos as taxas de correspondência devolvida.
    - Os endereços de e-mail estão desatualizados: Os participantes do grupo de tratamento com endereços desatualizados não

receberão o lembrete por e-mail. Em nossa análise, examinaremos as taxas de devolução de e-mails.

## Potência

Para calcular a potência, defina:

- Tamanho previsto da amostra, levando em conta o atrito: 160
- Tipo de medida de resultado (binária/contínua): Binário
- Medida da linha de base do resultado primário ou do resultado esperado que você planeja alcançar: 9%
- Se for realizar a randomização de clusters, o número e o tamanho dos clusters: N/A

Efeito que você tem condições de detectar: mudança de 17 pontos percentuais

- O cálculo parece razoável?
  - Possivelmente.
  - A comparação mais próxima é um protocolo diferente que foi enviado aos clientes com pelo menos 3 meses de não uso consecutivo, notificando-os de que serão desativados, o que gera aproximadamente 50% de atividade.
    - Isso não é diretamente comparável, pois a notificação de desativação é uma sequência de comunicações, incluindo um e-mail e uma carta enviada pelo correio, e não fizemos um ECR para determinar qual é o verdadeiro impacto das comunicações de desativação.

## Fontes de dados

**Conjunto de dados nº 1:** dados em nível de transação para uso do programa

- Qual é a fonte de dados?
  - Nosso fornecedor de benefícios faz o upload de um relatório no dia 1º de cada mês em um FTP<sup>1</sup> seguro.
- Como e quando os dados foram coletados?
  - Os dados são coletados no ponto de venda pelo fornecedor do benefício (empresa do cartão)
- Ele inclui um indicador do grupo de tratamento?

---

<sup>1</sup> Protocolo de Transferência de Arquivos

- Sim, o número do cartão e da conta pode ser vinculado à randomização
- Quais variáveis estão incluídas nos dados? Inclui alguma covariável que você planeja usar?
  - As variáveis incluíam: O participante que fez a compra/estava envolvido na transação, data, local, valor em dólares
  - Isso não inclui as covariáveis que planejamos usar.
- Você tem motivos para acreditar que esses dados podem não ser precisos ou confiáveis?
  - Não
- Descreva todas as medidas de segurança de dados que você tem em vigor.
  - Todos os dados são armazenados em nossos repositórios de dados seguros e com acesso controlado.

### **Conjunto de dados nº 2:** Informações do cliente

- Qual é a fonte de dados?
  - CRM do Fresh Bucks
- Como e quando os dados foram coletados?
  - Os participantes forneceram suas informações pessoais quando se inscreveram no programa
- Ele inclui um indicador do grupo de tratamento?
  - Sim - isso será vinculado ao conjunto de dados nº 1 usando um número de conta
- Quais variáveis estão incluídas nos dados? Inclui alguma covariável que você planeja usar?
  - Variáveis incluídas: Nome do participante, endereço de e-mail, número da conta
  - Isso inclui as covariáveis que planejamos usar (status de ativação no momento em que os e-mails são enviados)
- Você tem motivos para acreditar que esses dados podem não ser precisos ou confiáveis?
  - Não
- Descreva todas as medidas de segurança de dados que você tem em vigor.
  - Todos os dados são armazenados em nossos repositórios de dados seguros e com acesso controlado.

### **Análise**

- Análise do resultado primário

- O que você estará comparando?
  - Queremos determinar se há uma diferença no uso do programa Freshbucks entre aqueles que recebem um incentivo por e-mail (grupo de comparação 1) e aqueles que não recebem um incentivo por e-mail (grupo de comparação 2).
- Que teste estatístico você usará para testar a comparação?
  - Regressão logística
- Quais covariáveis, se houver, você incluirá?
  - Covariável de não ativadores e nunca usuários
- Análise de resultados secundários
  - Estatísticas descritivas do nível de utilização do benefício (valor gasto em dólares).

### **Mitigação de riscos**

- Como você está coletando o consentimento?
  - Os participantes optaram por participar do programa e forneceram consentimento para participar e para serem contatados pelo programa.
- Como você está protegendo os dados dos participantes?
  - Todos os dados são armazenados em nossos repositórios de dados seguros e com acesso controlado.
- Quais riscos físicos, psicológicos, econômicos ou sociais os participantes podem enfrentar?
  - O grupo de controle não poderá ativar ou usar os benefícios sem o lembrete. Se for eficaz, planejamos enviar um lembrete ao grupo de controle o mais rápido possível.

### **Implementação**

- Que etapas específicas precisam ser realizadas antes de iniciar sua avaliação?
  - Elaboração de conteúdo de e-mail
  - Solicitação de traduções de e-mail
  - Criação do conteúdo final da mensagem para distribuição
  - Extração de lista de e-mails do CRM
  - Coordenação da logística de entrega de e-mails
- Que medidas específicas precisam ser tomadas para implementar e monitorar o teste?

- Monitorar mensagens não entregues e quaisquer perguntas dos participantes
- Quais etapas específicas precisam acontecer para encerrar o teste?
  - Nenhuma ação formal necessária
- Como você determinará se os participantes realmente receberam o tratamento designado?
  - Monitoraremos as notificações de devolução no Outlook.
- Como você garantirá que a única diferença entre os grupos de comparação é o que está sendo avaliado?
  - Há pouca interação entre a equipe do programa e a maioria dos participantes do programa, portanto, não prevemos que isso influencie os resultados.

# Cronograma

A avaliação será realizada de 7 de julho de 2023 a 3 de novembro de 2023.

Atividade	Proprietário	Prazo final	Status
<b>Fase de planejamento</b>	<b>Leslie (gerente de projeto)</b>	<b>07-07-2023</b>	Completo
Desenvolver/refinar a teoria da mudança com a equipe de Centreville	Leslie	06-16-2023	Completo
Plano de avaliação completo	Leslie	06-30-2023	Completo
Revisar o plano de avaliação com a equipe de Centreville e outras partes interessadas importantes	Leslie	07-07-2023	Completo
<b>ECR</b>	<b>Leslie</b>	<b>09-15-2023</b>	
Desenho completo do estudo	Leslie	07-14-2023	Em andamento
Conduzir a randomização	Tom (membro da equipe do projeto)	07-24-2024	
Verificar a randomização	Maria (membro da equipe do projeto)	07-28-2023	
Teste de lançamento	Tom	07-31-2023	
Revisar dados de teste	Maria	08-11-2023	
Teste de lançamento	Tom	08-22-2023	
Encerrar o julgamento	Tom	08-31-2023	
Limpar e analisar dados	Maria	09-15-2023	
<b>Fluxo de trabalho: Relatório final e</b>	<b>Leslie</b>	<b>11-03-2023</b>	

Atividade	Proprietário	Prazo final	Status
<b>apresentações</b>			
Esboço do relatório final	Leslie	09-22-2023	
Esboço do conteúdo do relatório final, incluindo recomendações	Maria e Tom	10-06-2023	
Reúna-se com a equipe de Centreville para analisar as descobertas iniciais e receber feedback	Leslie	10-13-2023	
Finalizar o relatório	Leslie	10-20-2023	
Preparar e apresentar descobertas e recomendações à liderança da cidade	Leslie	11-03-2023	