

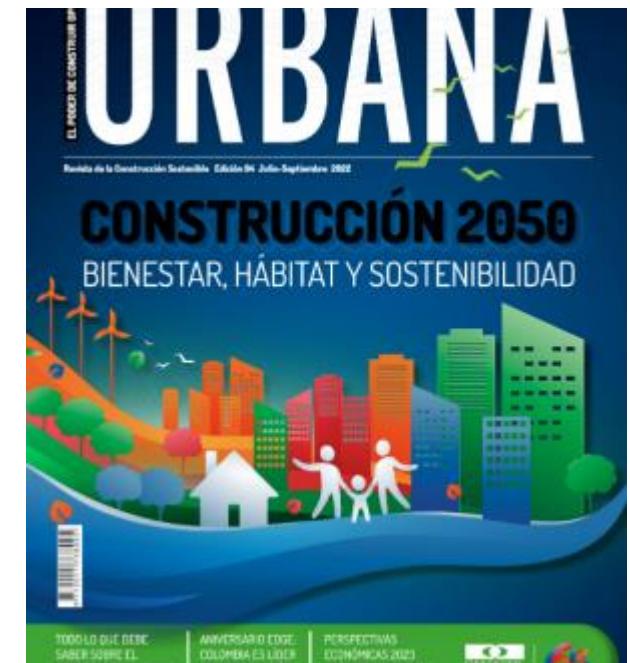
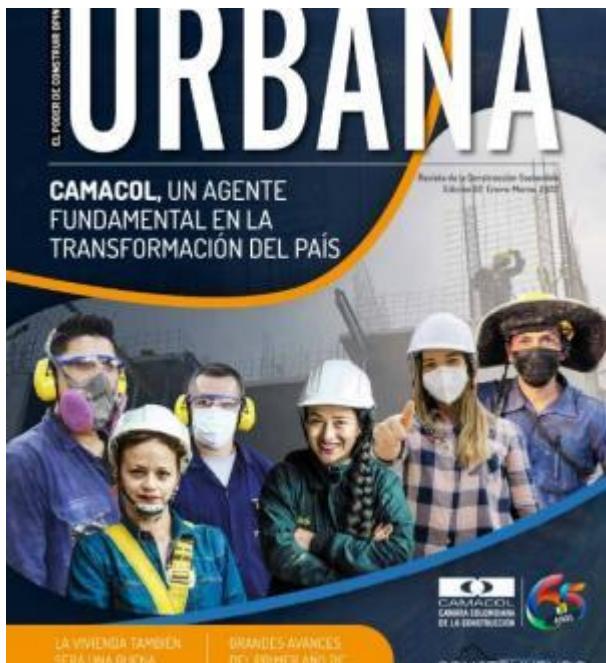
REVISTA URBANA

Resultados encuesta de satisfacción

Noviembre 30 de 2022



Ediciones 92, 93 y 94



ESTUDIO DE SATISFACCIÓN

Objetivo:

Evaluar el nivel de satisfacción de los clientes – pautantes de la Revista Urbana, en las ediciones 92, 93 y 94, y la tendencia en relación con los resultados previos.

Variables de evaluación:

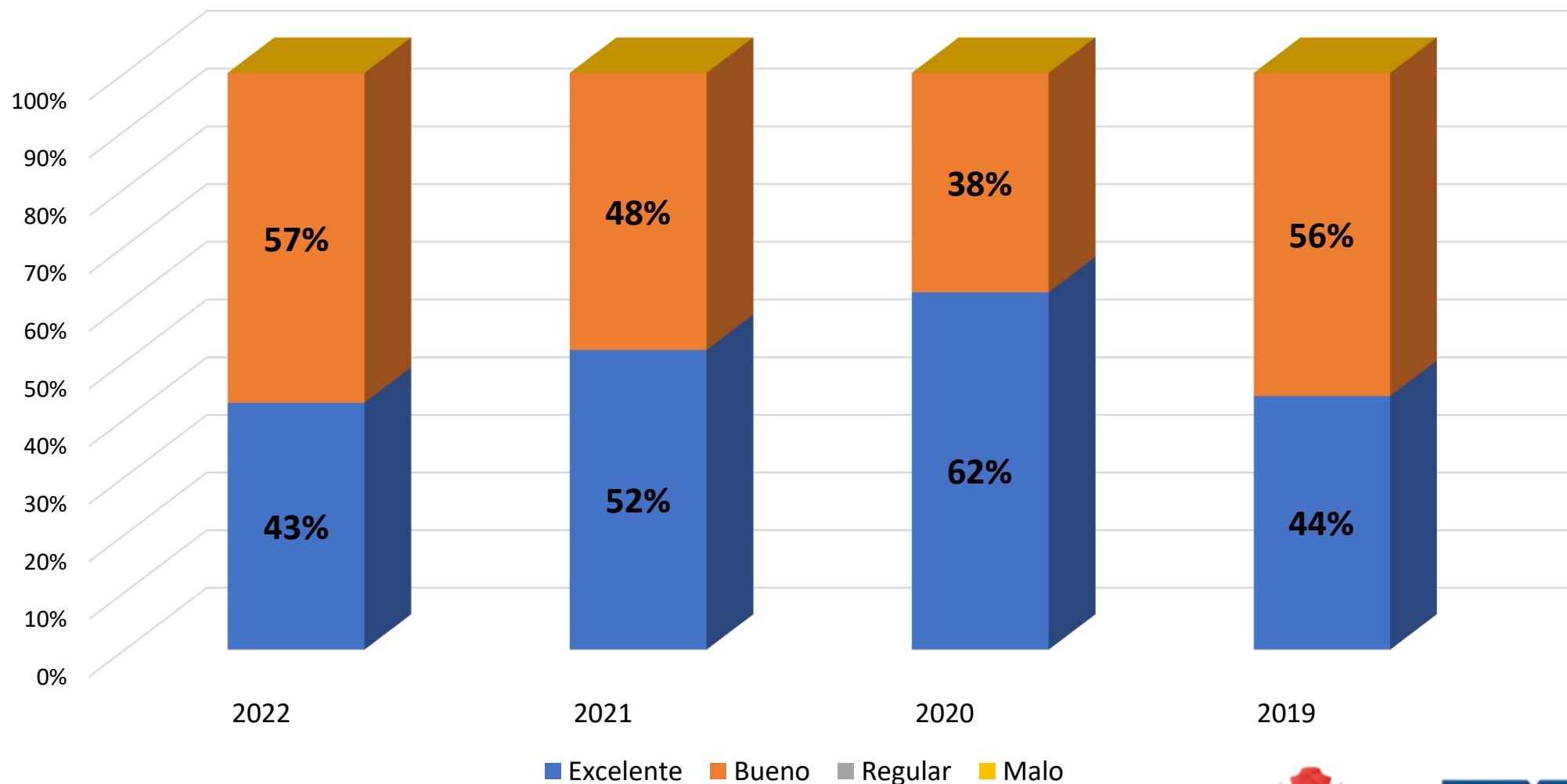
- Diagramación y diseño
- Contenido
- Localización pauta
- Atención equipo comercial
- Proceso entrega materiales
- Importancia dentro del plan de inversión

Ediciones evaluadas: 92, 93, 94

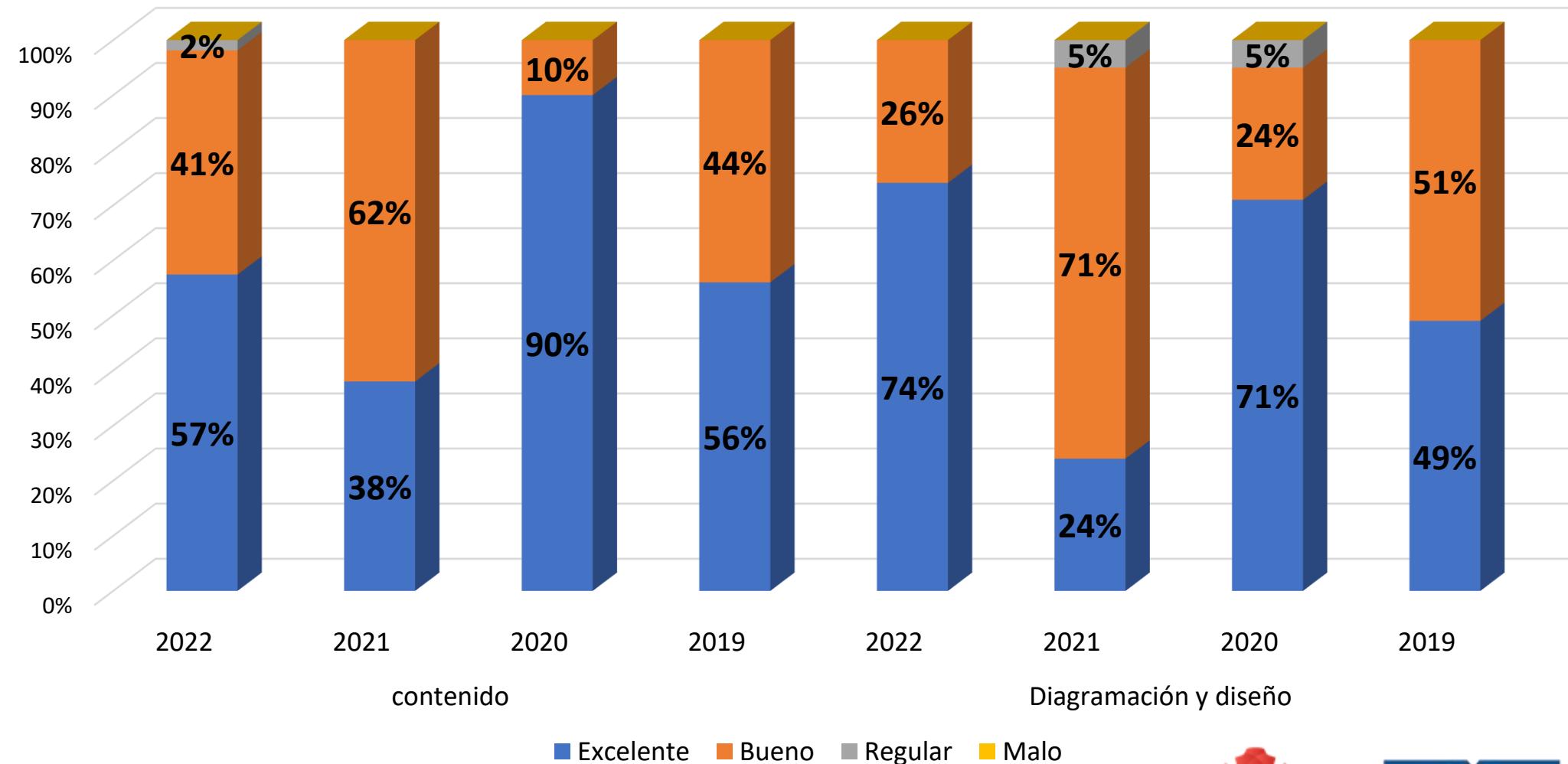
Recurso utilizado: Microsoft Forms

Año	No. Encuestas	No. Empresas pautantes
2015	21	15
2016	16	16
2017	28	19
2018	30	18
2019	16	13
2020	21	13
2021	21	16
2022	14	28

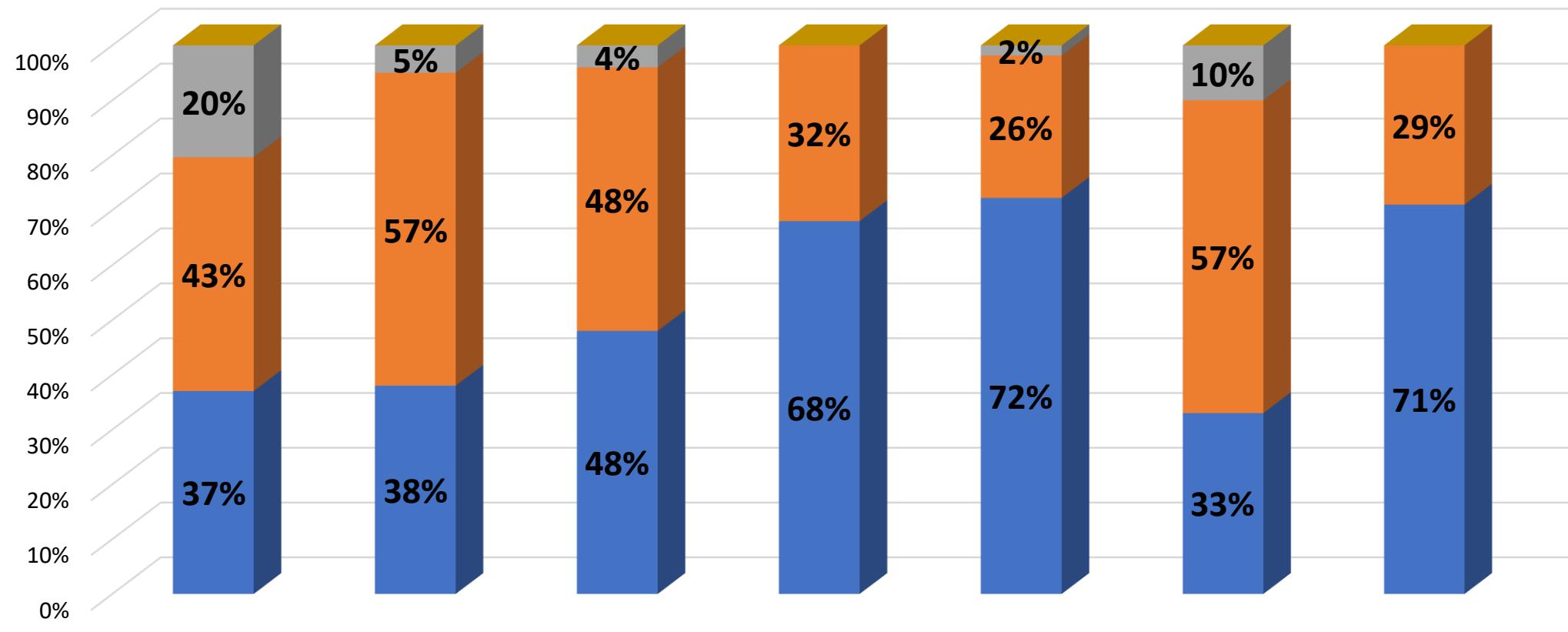
Calificación de la revista a nivel general



Aspectos de evaluación de la revista (1)



Aspectos de evaluación de la revista (2)

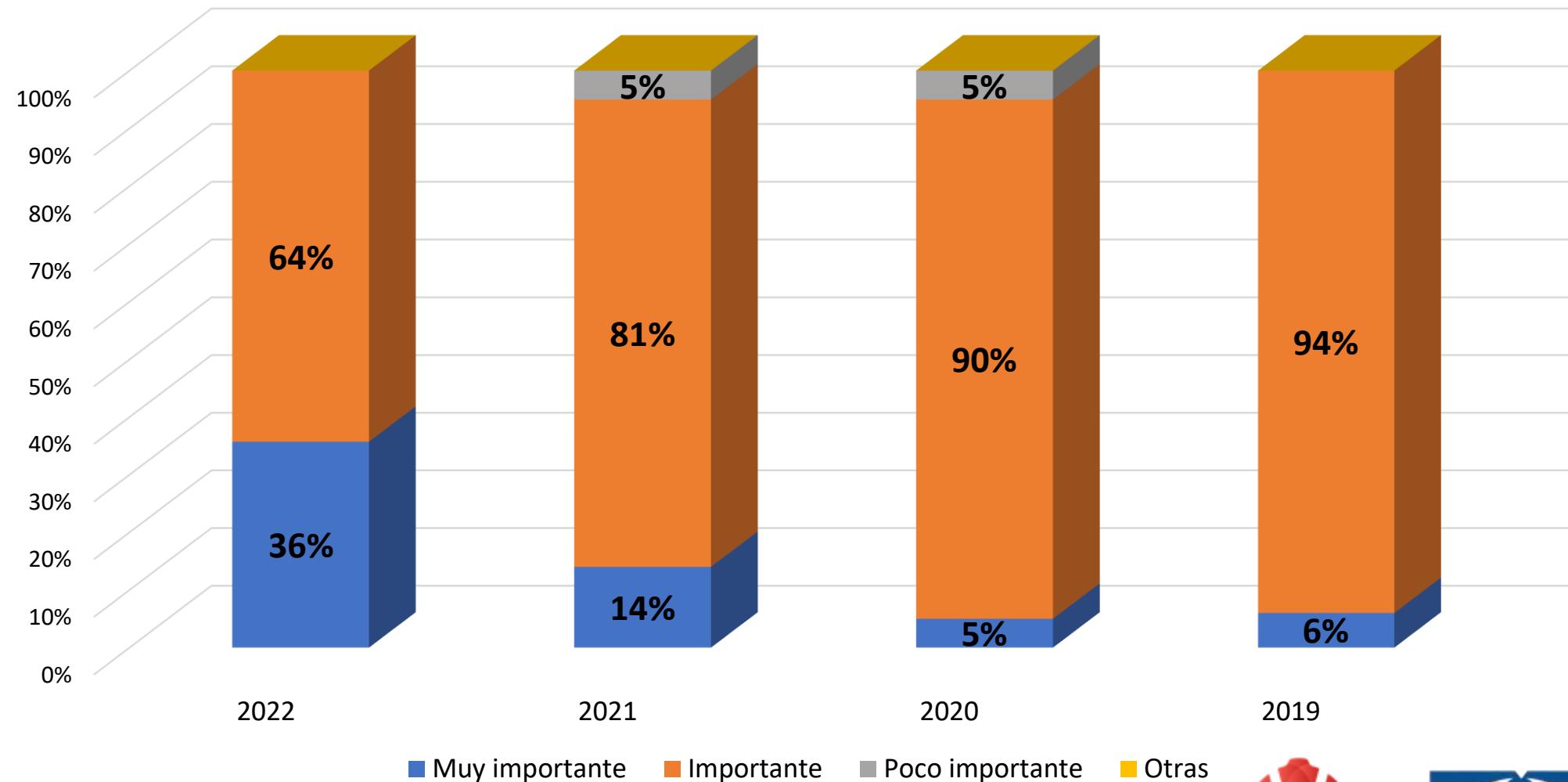


Localización pauta

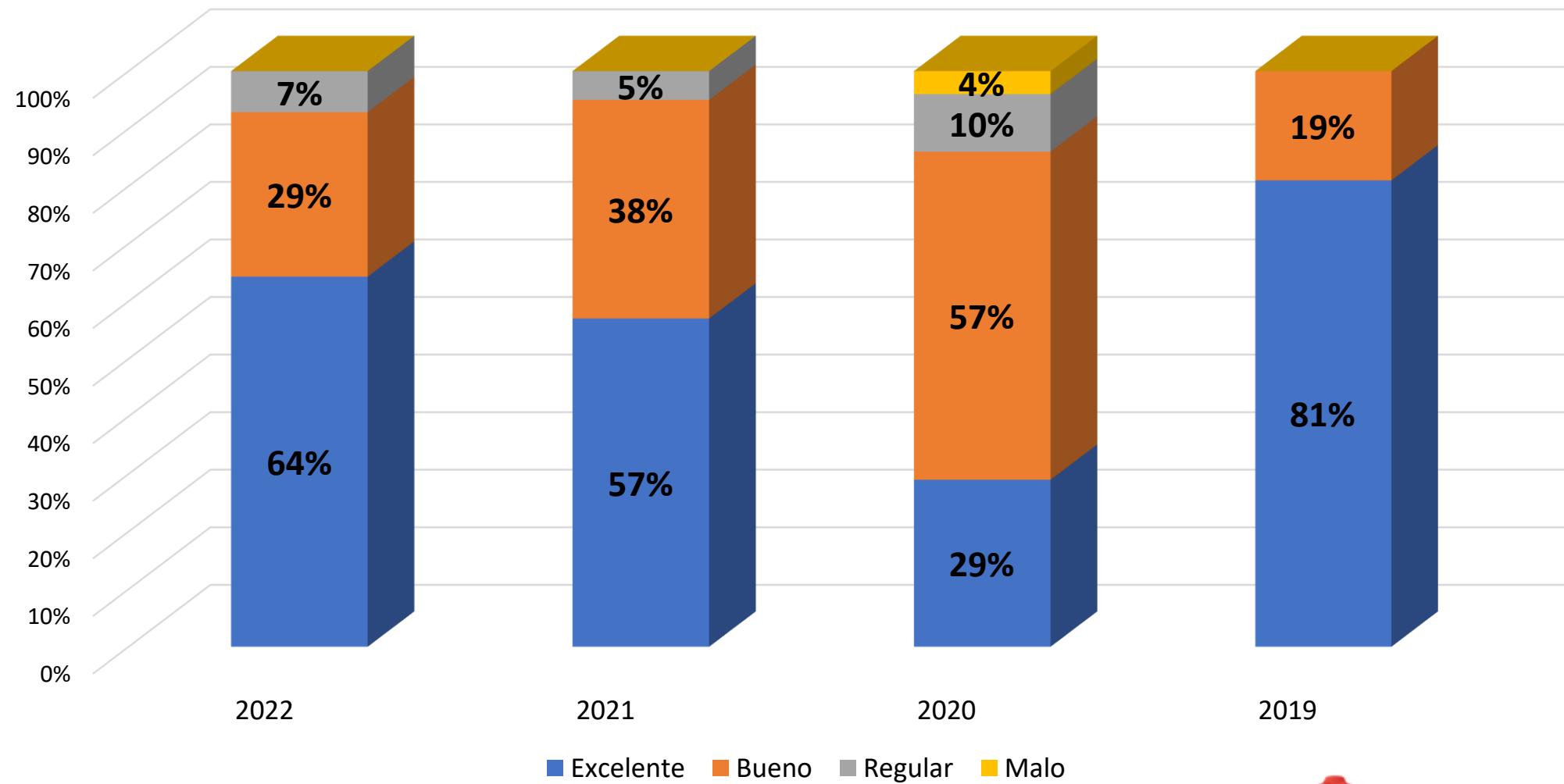
Lecturabilidad y legibilidad

■ Excelente ■ Bueno ■ Regular ■ Malo

Importancia de la revista urbana en el plan de inversión publicitaria



Atención recibida por el equipo comercial



Comentarios adicionales

- Se han presentado situaciones que se están superando al trabajar bajo un cronograma, con fechas, formatos, medios. (Universidad del Rosario, Edición 92)
- Se sugiere verificar la posibilidad de ubicar la pauta en las primeras secciones de la revista y que mantenga afinidad con las temáticas que se aborden dentro de los artículos. (Universidad del Rosario, Edición 94)
- Me parece que el artículo de PREVEO es casi ilegible, la letra es muy chiquita, tanto en la revista física como digital, quedamos muy sorprendidos, pues demasiado texto. (Preveo, Edición 94)
- Sugiero hacer más apoyo a los lanzamientos por redes sociales y canales afines al sector, para darle mayor visibilidad a la revista y a los anuncios en general. (Taller 675, Edición 94)
- Hace falta publicidad. (Taller 675, Edición 94)



Resultados y conclusiones



Resultados y conclusiones

- En general, el 100% de los encuestados califica con puntuación Excelente – bueno la revista urbana.
- El 100% de los pautantes consideran muy importante – importante la pauta con revista urbana, como parte de su programa de publicidad.
- En promedio, el 92,75% de los encuestados califica los aspectos evaluados de la revista (contenido, diagramación y diseño, localización de la pauta, lecturabilidad y legibilidad) con puntuación Excelente – bueno.
- Se presenta una mejoría significativa en cuanto a la lecturabilidad y legibilidad de las pautas, respecto a años anteriores (del 90% en 2021 a 98% en 2022).
- En promedio, el 93% de los encuestados califica con puntuación Excelente – buena la atención recibida por parte del equipo comercial. El 7% restante, que corresponde a “Regular” es evaluada por parte del pautante Universidad del Rosario (Edición 92)
- Se presenta una disminución en la satisfacción de la localización de las pautas, respecto al comportamiento histórico, dado que del 95% en 2021 se reduce al 80% en 2022. El 20% restante corresponde a “Regular”, evaluado por los pautantes Universidad del Rosario (Ediciones 92 y 94) y Taller 675 (Edición 94).



GRACIAS

