

¿QUE OPINAN LOS SUSCRIPTORES?

Lila Farías

Los resultados del estudio que a continuación les presentamos forma parte de la tesis "La Mercadotecnia en un medio de Comunicación Social (caso Revista SIC)", defendida el 30 de Enero de este año en la Universidad Central de Venezuela, para optar a la Licenciatura en Comunicación Social, mención Relaciones Públicas y Publicidad. Realizamos una investigación mediante encuesta por muestreo a los suscriptores de SIC que constituyó la base sobre la cual se apoyó el desarrollo del Plan de Mercadotecnia aplicado a la Revista.

En estas páginas se incluyen los resultados más significativos de la investigación por el interés que este tema puede despertar en los lectores de SIC y además, también, como una forma de corresponder a la colaboración que nos dieron los suscriptores seleccionados en la muestra.

LA ENCUESTA

El procedimiento de selección de la muestra fue el muestreo aleatorio simple sin reposición aplicado a un universo compuesto por los suscriptores de la Revista SIC del área metropolitana de Caracas (se excluyeron las personas que reciben la Revista por apartado postal) en un número de 663 suscriptores, de los cuales fueron seleccionadas 100 personas, a través de una fórmula estadística. (Esto además facilita la lectura de las tablas ya que los números absolutos coinciden con los porcentajes)

A la muestra seleccionada se le suministró un cuestionario de 19 preguntas, 15 de ellas cerradas y 9 abiertas, el cual les fue llevado a su domicilio, dándoles un plazo de cinco días para contestarlo.

Entre los objetivos planteados en la investigación podemos ubicar como los más significativos la determinación del perfil de lectores —suscriptores de SIC, la evaluación de algunas características de la Revista y de la distribución y promoción.

EL PERFIL DE LECTORES DE SIC

Si tomamos en cuenta que la selección de la muestra fue efectuada de una forma científica, a través de un procedimiento estadístico, podemos decir que el resultado es significativo. El perfil de lectores lo podemos inferir en base a las características de la muestra estudiada, que son las siguientes:

Respecto a la profesión:

- 78 profesionales
- 10 religiosos
- 7 estudiantes
- 3 amas de casa
- 2 secretarías

En cuanto al sexo:

- 65 hombres
- 35 mujeres

En relación a la edad

- 29 de menos de 34 años
- 42 de entre 35 y 49 años
- 29 de 50 años o más

De la ocupación de los 78 profesionales encontramos:

- 15 Ingenieros y Arquitectos
- 15 Docentes
- 7 Administradores
- 6 Médicos y afines
- 5 Abogados
- 5 Comunicadores Sociales
- 5 Jubilados

y otra variedad de ocupaciones poco significativas en cantidad.

Respecto al tiempo de suscripción, el mayor número de suscriptores tiene menos de cinco años recibiendo la Revista. Esto nos lleva a la conclusión de que en los últimos años la Revista SIC se ha abierto hacia un mercado más amplio de nuevos lectores.

En cuanto a la condición religiosa

85 de los entrevistados resultaron católicos, 3 manifestaron ser cristianos pero no católicos, 8 no creyentes y 3 no contestaron a la pregunta.

En base al análisis de las características del lector suscriptor de SIC, señaladas anteriormente, podemos definir el perfil de lectores de la Revista SIC como *personas de alto nivel de capacitación académica, con un porcentaje considerable de Ingenieros, Arquitectos, Médicos y Docentes, fundamentalmente de sexo masculino, cuya edad oscila entre los 35 y 49 años, con un tiempo de suscripción*

OCUPACION DE LOS 78 PROFESIONALES	
OCUPACION	No.
Ingenieros y Arquitectos	15
Docentes	15
Administradores	7
Médicos y Profesionales afines	6
Abogados	5
Comunicadores Sociales	5
Jubilados	3
Desempleados	3
Estadísticos	3
Investigadores	2
Analista	2
Militar	1
Político	1
Ministro	1
Técnico Electromecánico	1
Producción Televisiva	1
Empleado Bancario	1
Ejecutivo	1
Analista Seg. Indust.	1
Sociólogo	1
Parlamentarios	1
Relac. Interparlament.	1
Trabajador Social	1
Total	78

CARACTERISTICAS DE LA MUESTRA						
Profesión	Total	SEXO		EDAD		
		Masculino	Femenino	34 años ó menos	35 a 49	50 ó más
Profesionales	78	58	20	22	36	20
Religiosos	10	5	5	1	4	5
Estudiantes	7	2	5	6	1	—
Amas de casa	3	—	3	—	—	3
Secretarías	2	—	2	—	1	1
Total	100	65	35	29	42	29

relativamente reciente y de religión católica.

APRECIACION DE LA REVISTA A NIVEL GENERAL Y PARTICULAR

La apreciación de la Revista a nivel general es bastante positiva: se inclina entre muy buena y buena. El resultado era de suponer ya que el hecho de ser suscriptores de SIC implica un interés.

Si pasamos a los aspectos más particulares de la Revista, tomamos en cuenta la *presentación*. Esta característica es ampliamente aceptada. Las variables evaluadas fueron diagramación, impre-

CANTIDAD DE ARTICULOS QUE LEEN

— Todos	12
— Las tres cuartas partes	42
— La mitad	34
— Una cuarta parte	12
— Ninguno	—
Total	100

PRESENTACION DE LA REVISTA

	Muy Buena	Buena	Mala	Muy Mala	Total
Diagramación	19	68	11	2	100
Impresión	30	60	10	—	100
Titulación	28	62	10	—	100
Tipo de letras	16	68	16	—	100
Fotografías	9	46	42	3	100
Portadas	50	49	1	—	100
Gráficos	34	59	7	—	100

NIVEL DE INTERESES PARA LAS SECCIONES

	Mucho	Poco	Nada	Total
Editoriales	89	11	—	100
Comentarios	79	20	1	100
Vida Nacional	85	14	1	100
Artículos en General	77	23	—	100
Documentos	58	35	7	100

NIVEL DE INTERES PARA LOS TEMAS

	Mucho	Poco	Nada	Total
Políticos	77	21	2	100
Económicos	76	22	2	100
Teológicos	49	41	10	100
Temas de Iglesia	53	34	13	100
Temas Sociales	85	14	1	100
Educacionales	72	28	—	100
Culturales	59	39	2	100
Cine/teatro/TV	46	42	12	100

NUMERO DE LECTORES POR EJEMPLAR

1	16
2	31
3	24
4	11
5	6
6 ó más	11
No contesta	1
Total	100

sión, titulación, tipo de letras, fotografías, portadas y gráficos. El resultado aparece en un cuadro anexo.

Otra variable importante analizada es la cantidad de artículos que leen los suscriptores de SIC. El resultado refleja que los hábitos de lectura del suscriptor son óptimos, lo cual revela que los lectores son personas serias e interesadas en la temática de SIC, apreciación que podría agregarse a las características del perfil del lector.

En cuanto al nivel de interés por las secciones y a la elección para el tratamiento de los temas, los lectores se inclinaron hacia los editoriales y la vida nacional y en el tratamiento ubicaron en primer lugar a las secciones de opinión. Esto nos revela que el lector busca en SIC el medio de comunicación que asume posturas ante la vida nacional, quiere ver en la Revista los comentarios de lo que pasa en el país y la toma de postura respecto a cualquier hecho.

Otro punto resaltante es la preferencia por temas. El nivel de interés positivamente se inclina en primer lugar hacia los temas sociales, lo cual es revelador de una característica del público



lector: sensibilidad social, expectativa ante problemas sociales. Los que menos gustan son los de Cine/teatro/T.V., ya que un 42 por ciento dijo que le gustaban poco y un 12 por ciento nada.

Respecto al funcionamiento del sistema de envío, un 58 por ciento dijo que recibía la Revista a tiempo y un 40 por ciento con dificultad.

En cuanto al número de lectores por ejemplar, factor importante a la hora de evaluar la rentabilidad un medio de comunicación impreso, de acuerdo a los resultados observados en la tabla correspondiente, podemos calcular que SIC tiene algo más de tres lectores por ejemplar, cifra bastante significativa, al lado de otras Revistas que poseen entre 1,5 y 2 lectores por ejemplar. Esto arroja como conclusión que SIC es una Revista de consulta que supera los 16.000 lectores, si consideramos una venta efectiva de más de 5.000 ejemplares.

La última pregunta que se formuló en el cuestionario se refería a las sugerencias que daría el suscriptor para que la Revista sea leída por un mayor número de personas. Observamos que se hicieron tanto proposiciones de tipo promocional, como referidas al producto. Un 69,5 por ciento se inclinó por las sugerencias sobre difusión y promoción; el 27,0 por ciento por aquellas que se referían a modificaciones en la Revista; y un 3,5 por ciento no contestó a la pregunta.