

Medición de expectativas y satisfacción de los usuarios de servicios de comunicaciones



Desarrollado por

brandstrat⁺
Ágiles y estratégicos



COMISIÓN
DE REGULACIÓN
DE COMUNICACIONES
REPÚBLICA DE COLOMBIA

Agosto 2024

CONTENIDO

01. CONCEPTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

02. DINÁMICA DE USO DE RADIO

03. CALIDAD PERCIBIDA DEL SERVICIO

04. CONCLUSIONES



CONCEPTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

- Descripción de la categoría
- Objetivo general
- Metodología



DESCRIPCIÓN DE LA CATEGORÍA

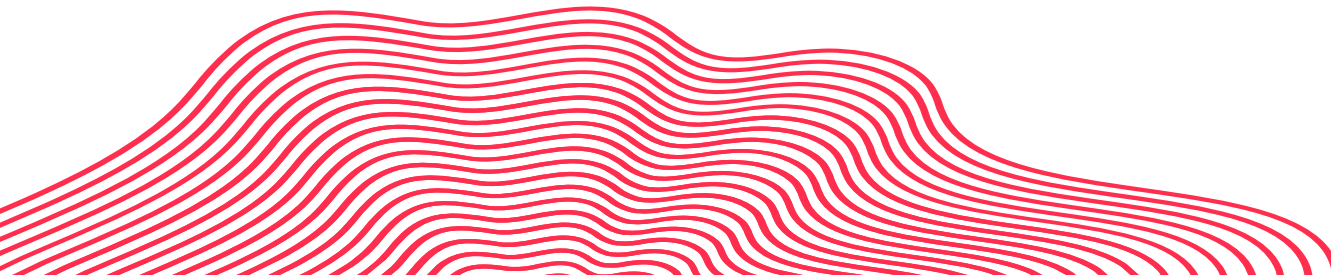
La radio, también conocida como radiocomunicación, **es una tecnología de comunicación a distancia a través de la emisión de ondas electromagnéticas que transportan señales de audio**, recuperables mediante un aparato receptor, conocido como radiorreceptor o simplemente radio. Las ondas que utiliza se denominan hertzianas. La radio fue la primera tecnología que permitió transmitir sonidos (como música o la voz humana) a lo largo de grandes distancias.






OBJETIVO GENERAL

Medición y diagnóstico de las expectativas y satisfacción de los usuarios del servicio de **radiodifusión sonora** en 2024 con el fin de identificar **las estrategias a mantener e implementar**, así como aquellas que se deben eliminar o replantear, para mejorar la calidad percibida del servicio y la satisfacción de los usuarios



¿Cómo vamos a recoger la información?

• Técnica	Telefónica y presencial	• Instrumento
• Grupo/Población objetivo	Hombres y mujeres que usan servicios de radio (en cualquier dispositivo), entre los 18 y 80 años y estratos del 1 al 6	
• Mercado	Colombia	
• Características del instrumento	Duración: 15 min aprox. 100% Preguntas cerradas	
• Cronograma de recolección	15 al 29 de Julio de 2024	

➤ **Tamaño y distribución de la muestra**

Ciudad	Bogotá	Medellín	Cali	B-quilla	B/manga	Cartagena	Cúcuta	Ibagué	Pereira	Pasto	Manizales	Villavicencio	Montería
Encuestas realizadas	83	53	40	31	32	40	39	43	10	28	27	35	30

Ciudad	Quibdó	Leticia	San Andrés	Arauca	Florencia	Yopal	TOTAL	% error muestral
Encuestas realizadas	16	16	14	25	27	26	615	3,95%

• Nivel de Análisis (Asumiendo universos infinitos) y un nivel de confianza del 95%	X	Concluyente (error <=6%).
---	---	---------------------------

➤ Uso de factores de expansión	Por demográficos (ciudad, genero, edad y NSE)
---------------------------------------	---

¿Cómo vamos a recoger la información?

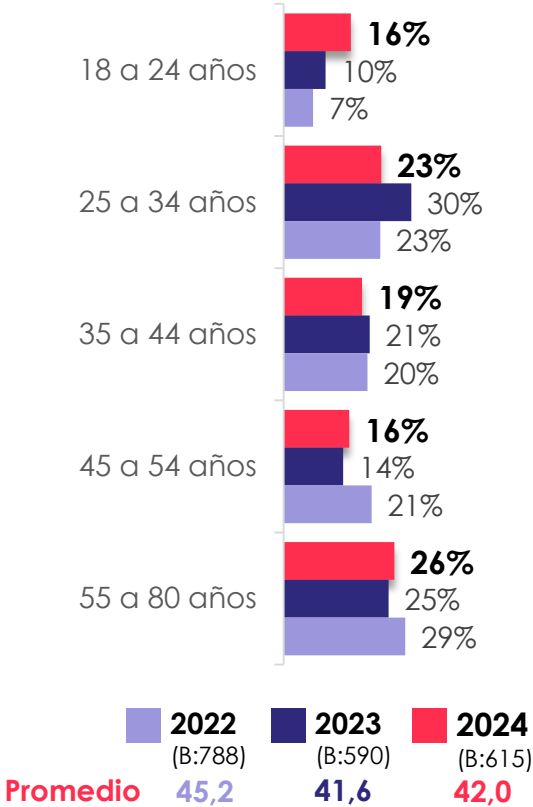
	SI/NO	SI, CUALES
QUANTITATIVO		
• Uso de factores de ponderación	SI	Por demográficos (ciudad, genero, edad y NSE)
• Marco muestral (si aplica)	NO	
• Proporción de muestra / Universo (solo aplica para universos infinitos)	NO	
• Uso de datos secundarios (Si aplica)	SI	<ul style="list-style-type: none">• Naturaleza: BBDD enviada por el cliente• Uso / Objetivos: Facilitar contactos de operadores específicos
• Características de muestreo	SI	<ul style="list-style-type: none">• A conveniencia
Subcontratación de fases del proceso (Especificar con que proveedor se va a realizar esta fase)	NO	
Tipo de estudio	01 Adhoc	01 Adhoc

Certificado de calidad	brandstrat cumple con los lineamientos de la Norma Internacional ISO 20252:2019 Investigación de Mercados, Social y de la Opinión.
	Cumplimiento con la legislación y los códigos éticos y profesionales de ESOMAR



Ciudad

	2022	2023	2024
Bogotá	36%	42%	41%
Medellín	27%	13%	14%
Cali	16%	11%	10%
Barranquilla	3%	6%	8%
Cúcuta	3%	4%	4%
Cartagena	2%	3%	4%
Montería		2%	3%
Ibagué	5%	3%	3%
Bucaramanga	3%	3%	3%
Villavicencio		3%	3%
Manizales		2%	3%
Pasto	1%	2%	2%
Pereira	2%	3%	1%
Yopal	1%	1%	1%
Florencia	1%	1%	1%
Quibdó		1%	1%
Arauca		1%	1%
San Andrés		0,3%	0,3%
Leticia		0,3%	0,2%
BASE	788	590	615

Edad



Género

	2022	2023	2024
	46%	46%	48%
	54%	54%	52%
BASE	788	590	615

NSE

	2022	2023	2024
Bajo (1-2)	61%	53%	58%
Medio (3)	26%	31%	29%
Alto (4-6)	13%	16%	14%
BASE	788	590	615

DINÁMICA DE USO DE RADIO

→ Caracterización del usuario de Radio

- Frecuencia y momentos de uso de radio
- Tipo de emisoras y contenidos que escucha en radio
- Razones de preferencia de radio
- Frecuencia de radio escuchada
- Dispositivos usados para escuchar radio

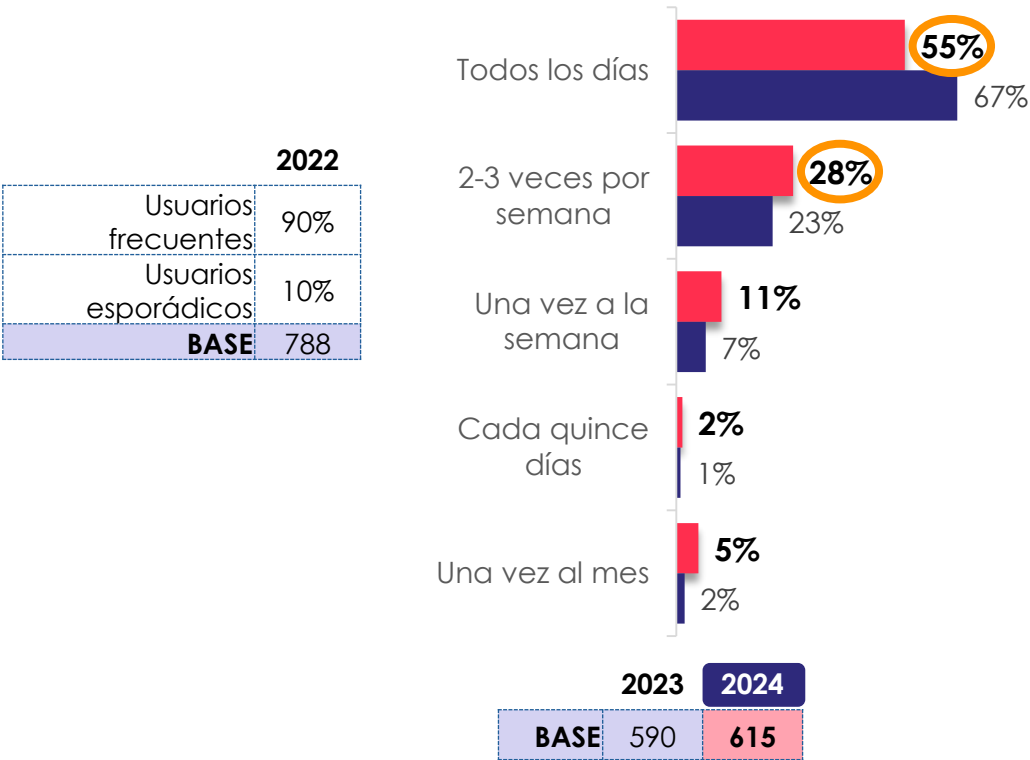


Frecuencia y momentos de uso de radio

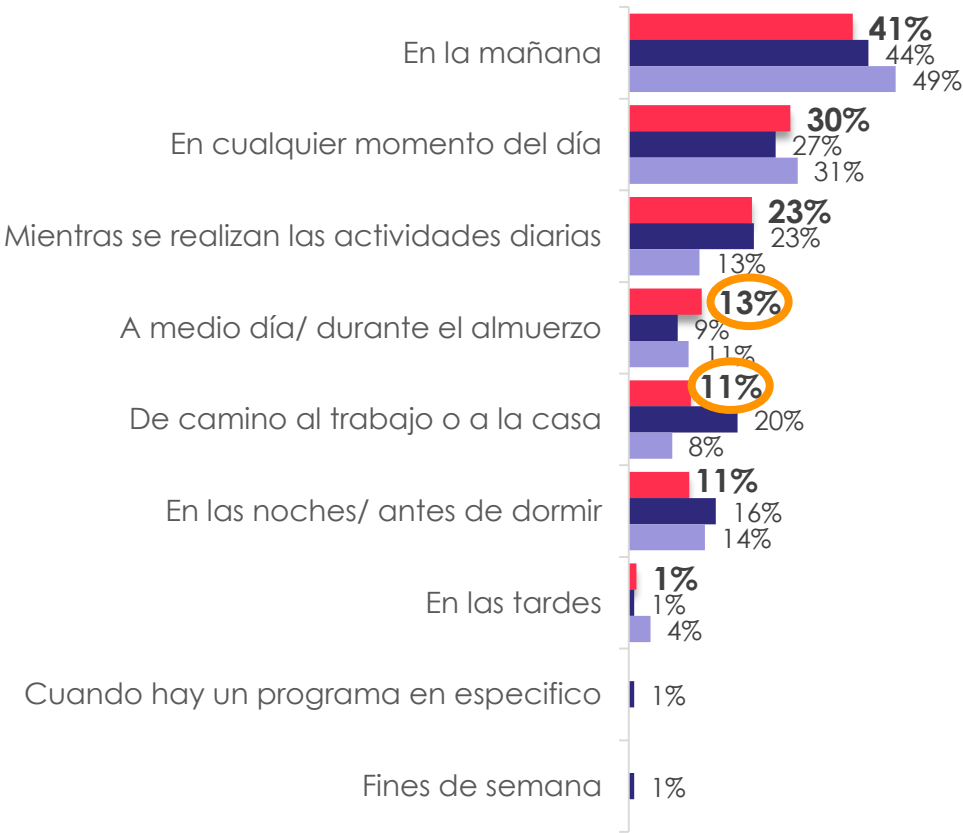
Se evidencia una disminución significativa en la frecuencia de uso diario de la radio respecto al año pasado y un aumento en menores frecuencias, lo que aunado a la disminución en algunos momentos específicos del día, puede reflejar cambios en los hábitos o en la relevancia de la radio en contextos específicos como los desplazamientos. El uso flexible y la presencia constante de la radio en las rutinas matutinas siguen siendo puntos claves en su consumo.

Frecuencia de uso de radio

* No se realiza el comparativo con la medición del 2022 ya que las opciones de respuesta se modificaron



Momentos de uso de radio

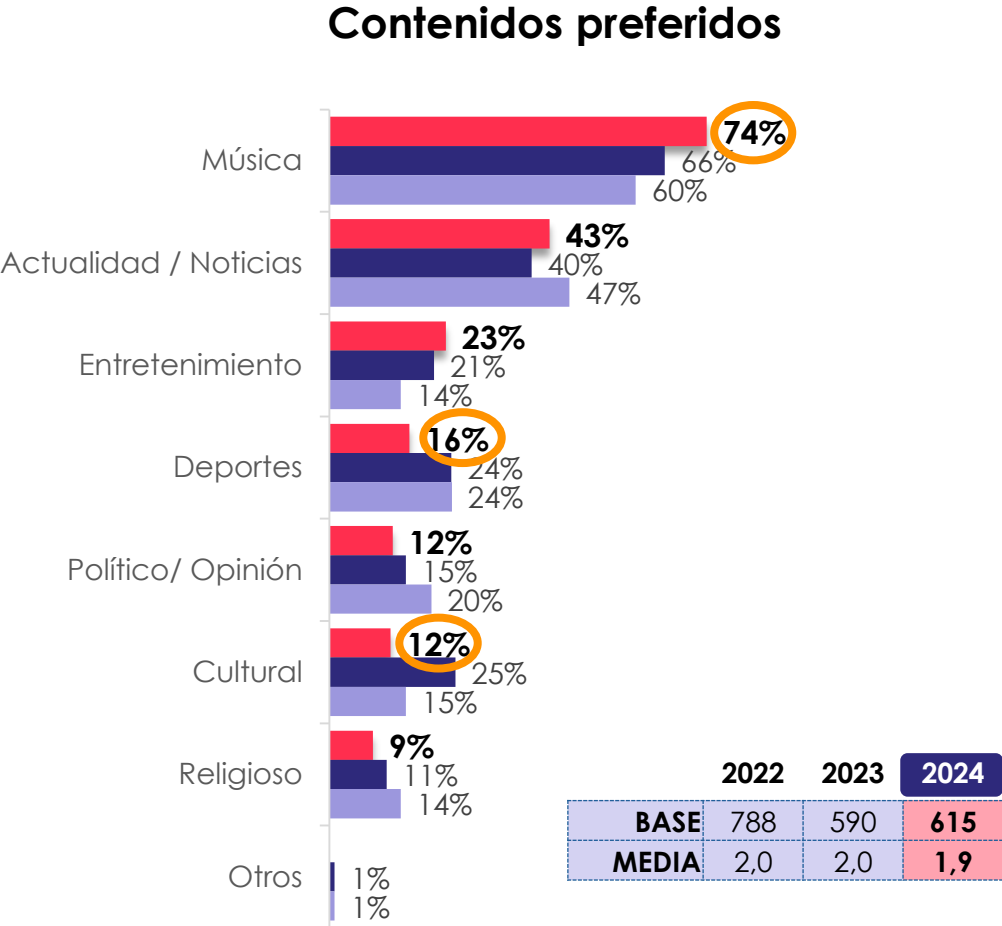
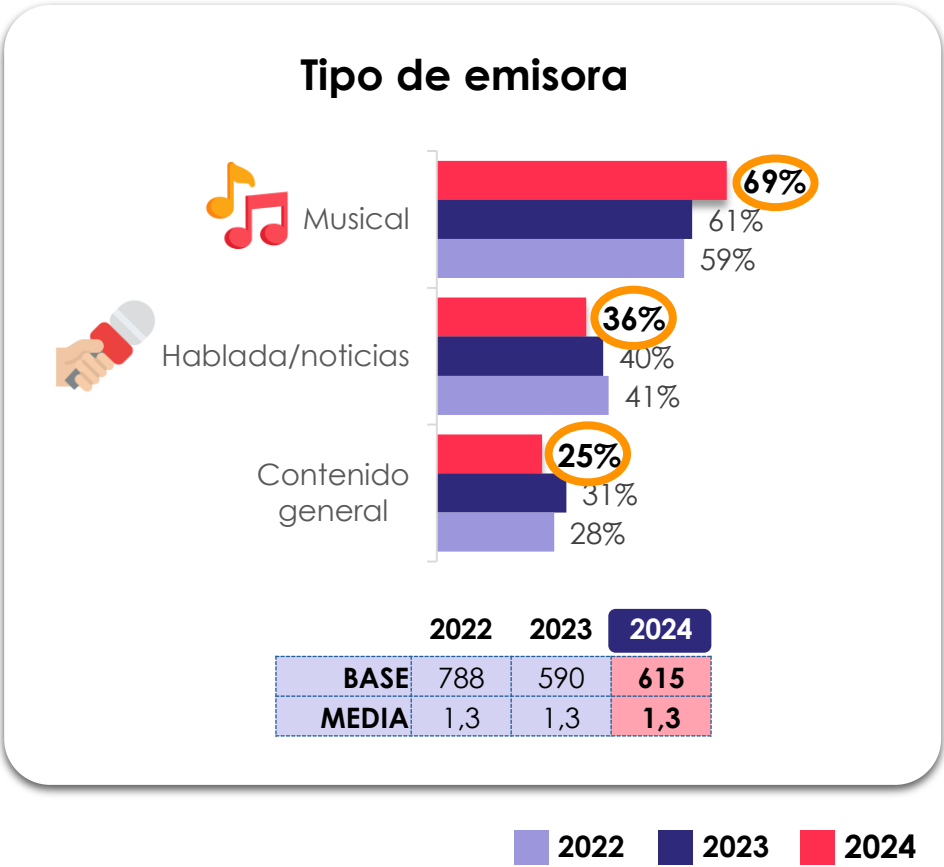


	2022	2023	2024
BASE	788	590	615
MEDIA	1,3	1,4	1,3

2022 2023 2024

Tipo de emisoras y contenidos que escucha en radio

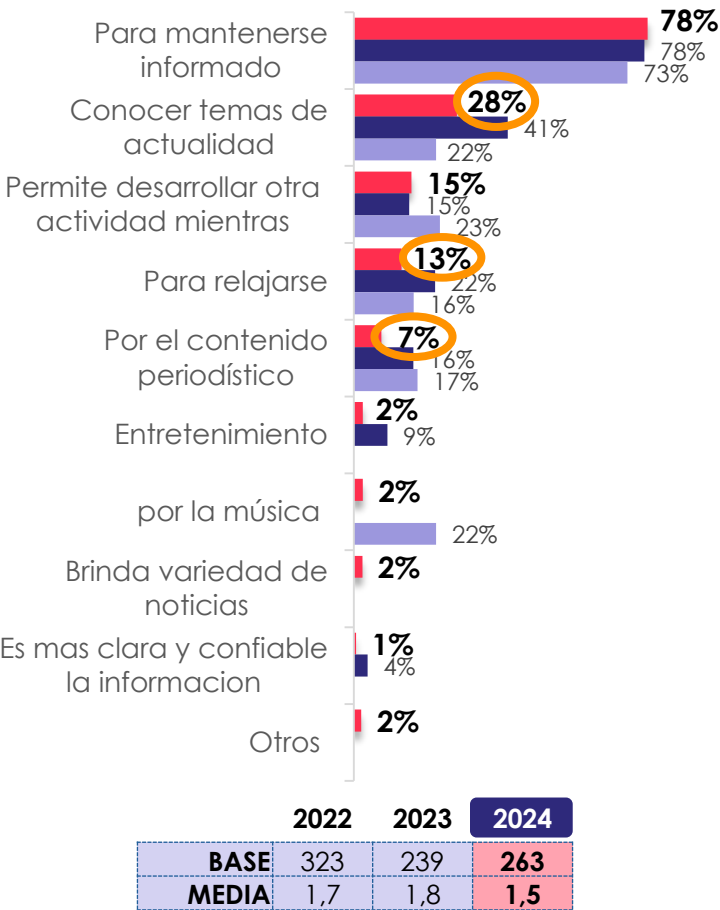
Se presenta un aumento significativo y tendencial en la preferencia de tipo de emisoras musicales y una disminución en las habladas/noticias y de contenido general; asimismo, se evidencia un aumento en la música como contenido preferido.



Razones de preferencia de contenido que escucha en radio

En general se percibe una menor incidencia de mantenerse informado y conocer temas de actualidad como motivos de uso de la radio, en particular en los emisoras de contenido general.

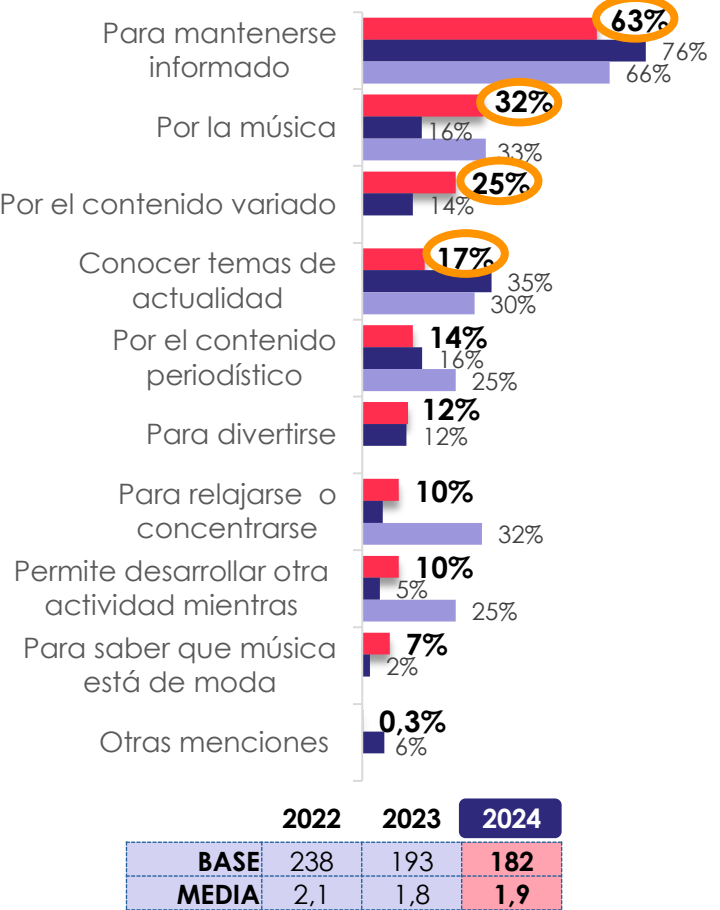
HABLADA / NOTICIAS



MUSICAL



CONTENIDO GENERAL

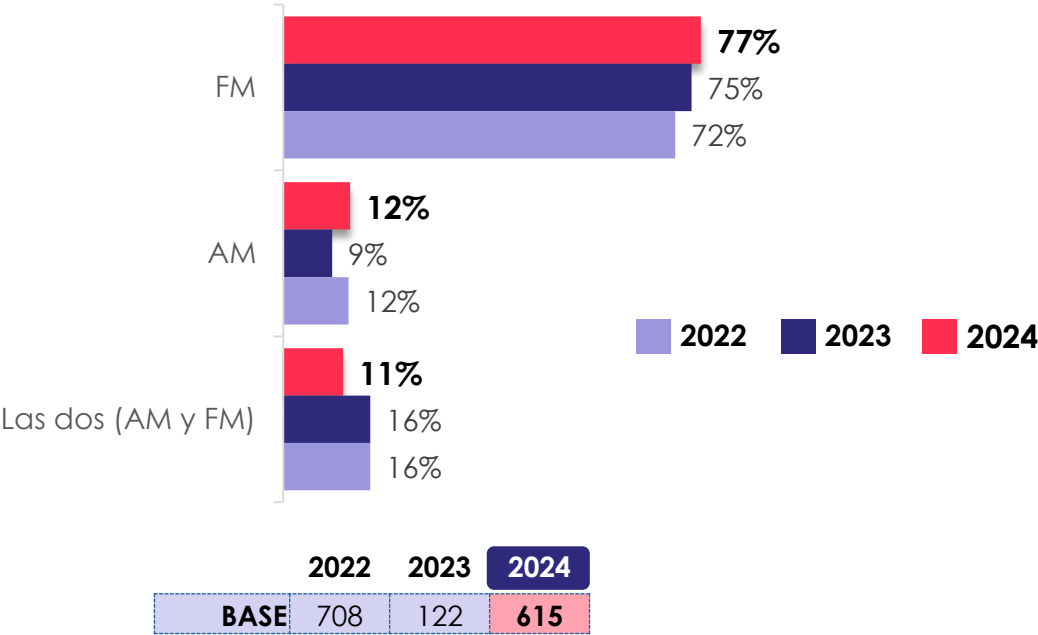


P6¿Por qué le gusta escuchar emisoras de radio hablada/de noticias?
P7¿Por qué le gusta escuchar emisoras de radio musicales?
P8¿Por qué le gusta escuchar emisoras de radio de contenidos generales?

Frecuencia de radio escuchada

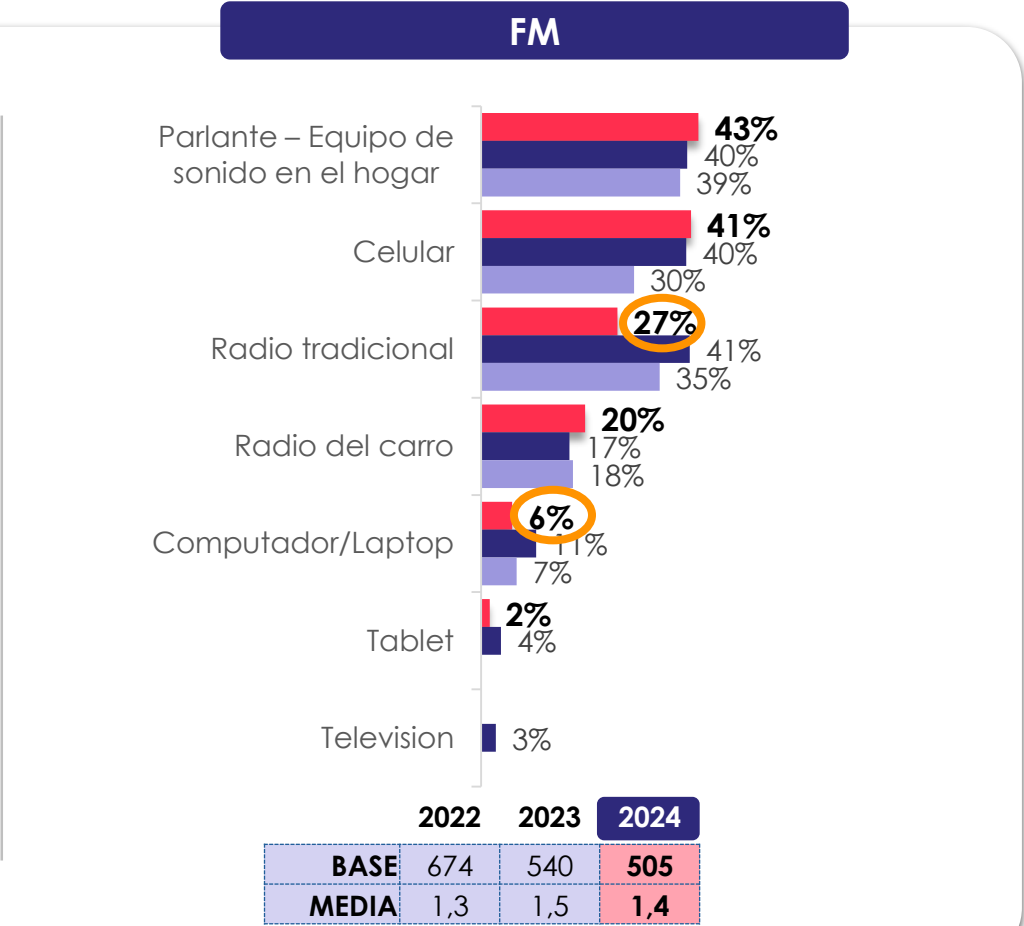
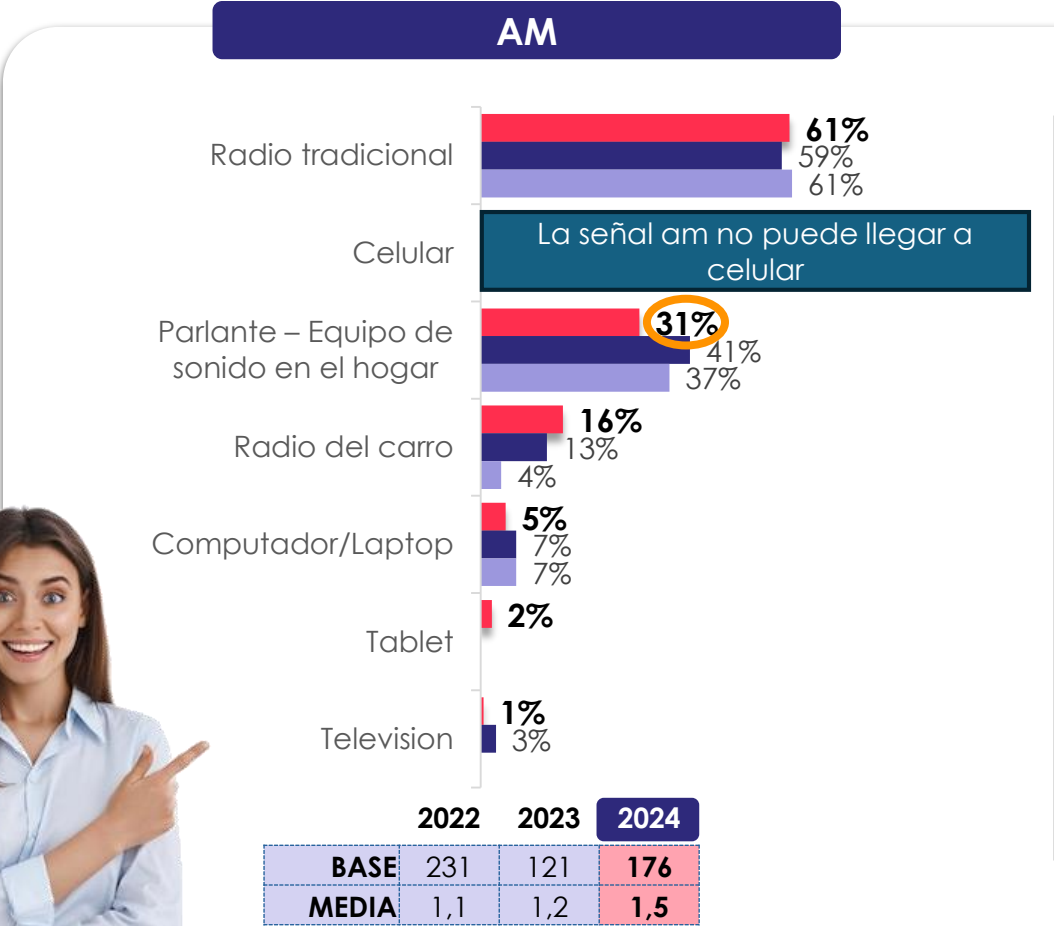
Se mantiene la tendencia de aumento en el uso de radio FM, mientras el uso de Am continua siendo marginal.

¿Por qué tipo de frecuencia escucha la radio, AM o FM?



Dispositivos usados para escuchar radio

La frecuencia de radio AM presenta una disminución significativa en el uso de equipos de sonido/parlantes y la frecuencia FM en la radio tradicional y en laptop/computador. Los dispositivos más utilizados siguen siendo la radio tradicional para AM y el quepo de sonido/parlante en FM.



P12A ¿Qué dispositivo o dispositivos suele usar para escuchar Radio AM?
P12B ¿Qué dispositivo o dispositivos suele usar para escuchar Radio FM?

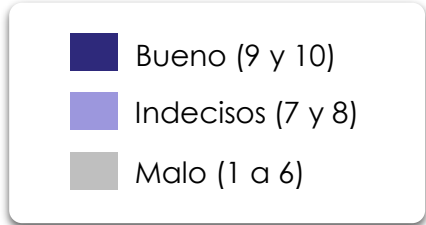
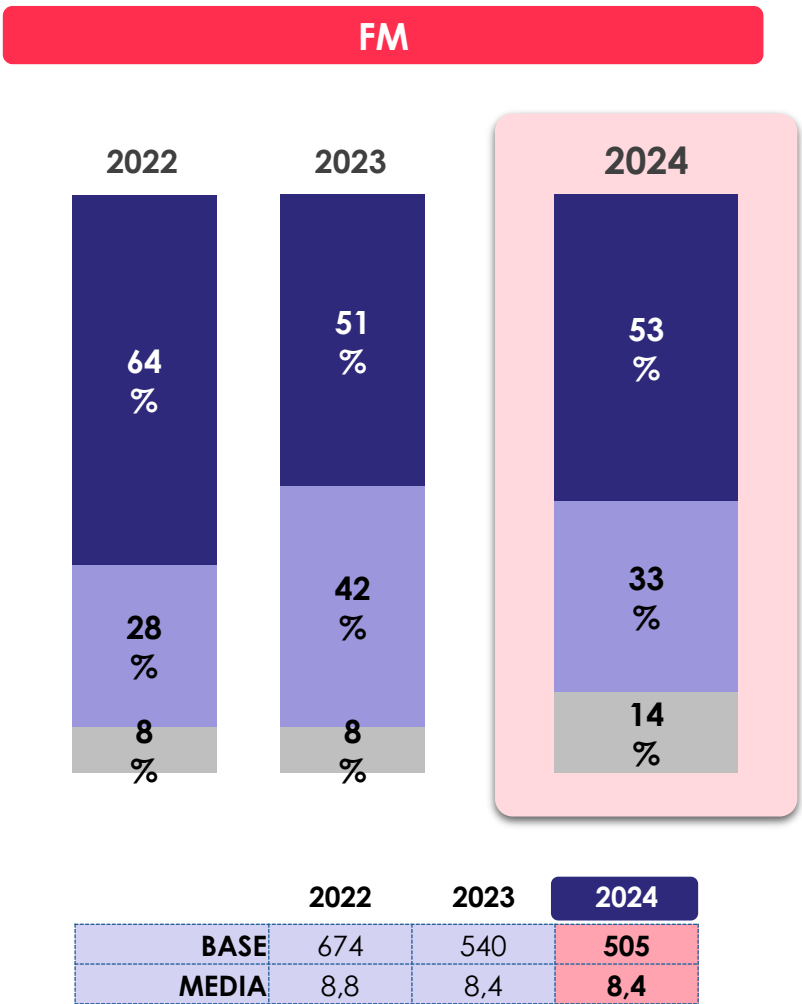
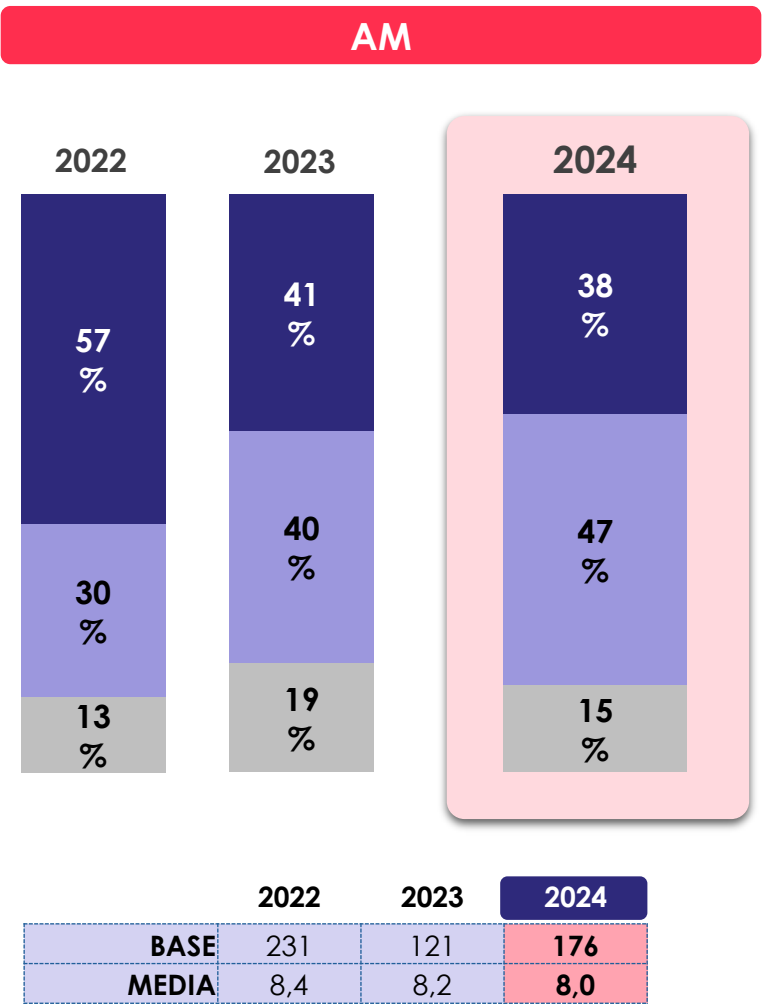
CALIDAD PERCIBIDA DEL SERVICIO

- Nivel de calidad del servicio AM/FM
- Servicio AM
- Servicio FM
- Nivel de recomendación del servicio AM/FM



Nivel de calidad del servicio de radio

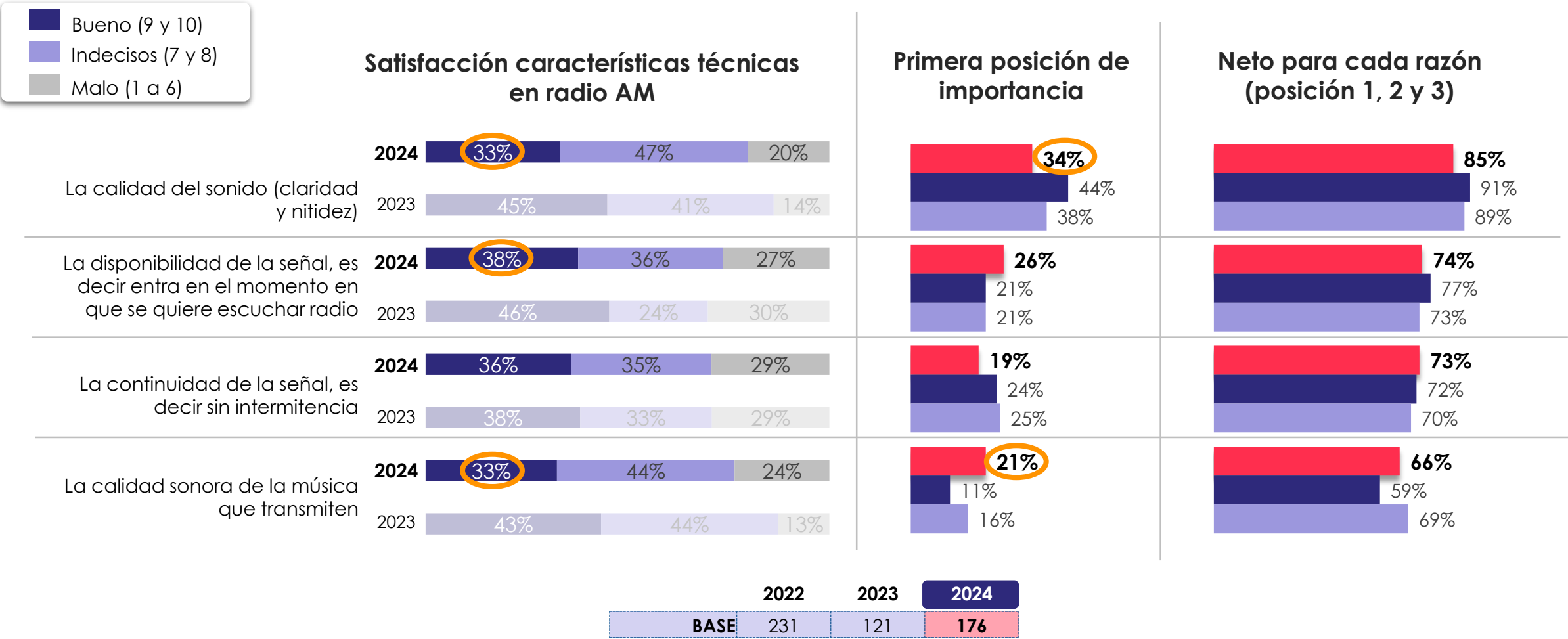
Se mantiene la tendencia de disminución en la calificación de “bueno” respecto a la calidad del servicio percibido de la frecuencia AM, mientras que la frecuencia FM presenta un leve aumento en la calificación “bueno”, pero no logra recuperar el nivel alcanzado en el año 2022.



P23 Hablando de la calidad del servicio de **Radio AM**, en una escala de 1 a 10, en donde 1 es “Muy Malo” y 10 es “Muy bueno”, ¿Cómo califica la calidad del servicio de la **Radio AM**?
P24 Hablando de la calidad del servicio de **Radio FM**, en una escala de 1 a 10, en donde 1 es “Muy Malo” y 10 es “Muy bueno”, ¿Cómo califica la calidad del servicio de la **Radio FM**?

Nivel de satisfacción y relevancia de las características técnicas de radio AM

Se presentan disminuciones significativas en las calificaciones de “bueno” de la mayoría de características técnicas evaluadas de la frecuencia AM respecto al año pasado. Se evidencia un aumento significativo en la relevancia de la *calidad sonora de la música que transmiten*, lo cual esta en línea con aumento evidenciado de uso de la radio para escuchar música.

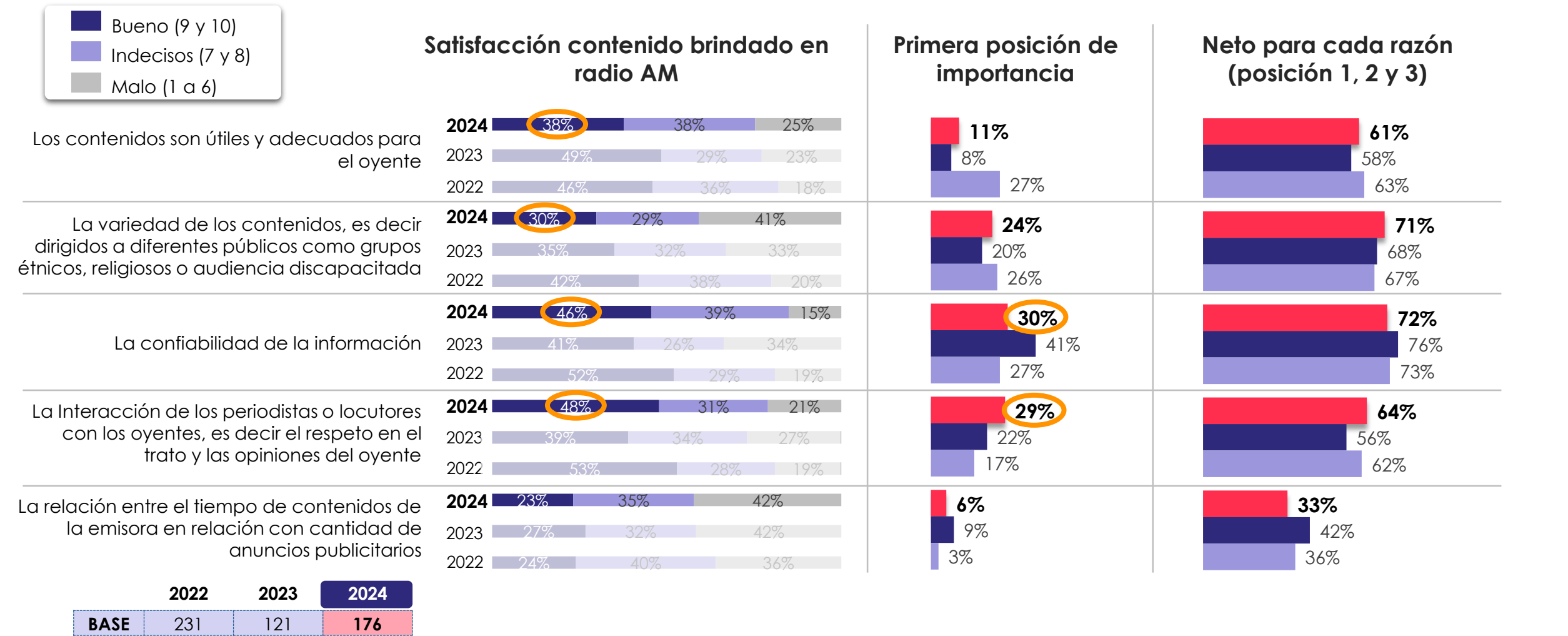


P25. Hablando de la calidad del servicio de la Radio AM en cuanto a características técnicas y considerando una escala de 1 a 10 en donde 1 es "Muy Malo" y 10 es "Muy bueno", ¿Cómo califica los siguientes aspectos?

P26. ¿cuáles serían los tres más importantes para que el servicio de la Radio AM sea el esperado en cuanto a características técnicas? ¿Cuál sería el primero? ¿Cuál el segundo? ¿Cuál el tercero?

Nivel de satisfacción y relevancia del contenido brindado por radio AM

Se presentan aumentos en las calificaciones de “indecisos” respecto al año pasado; y disminuciones significativas en las calificaciones de “bueno” en los contenidos útiles y adecuados para la audiencia, la variedad de contenidos y la relación entre el tiempo de contenido de la emisora y la publicidad.



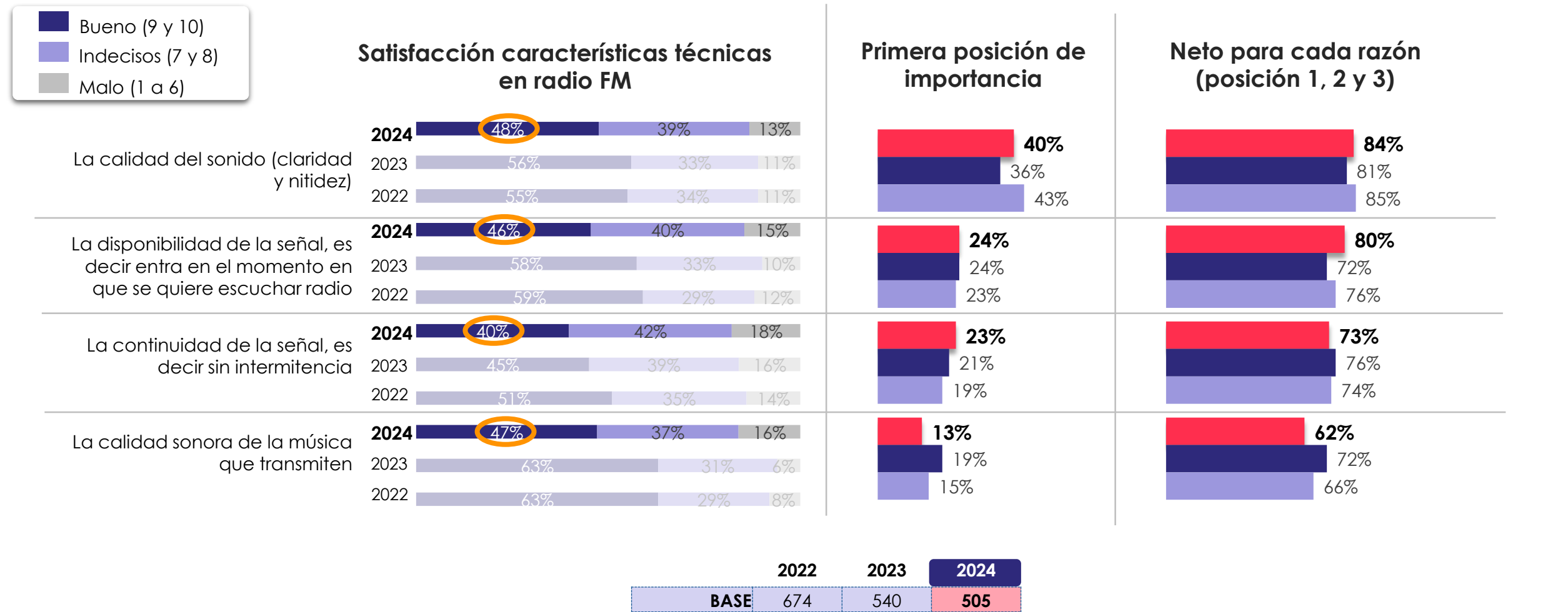
P27. Hablando de la calidad del servicio de la Radio AM en cuanto a al contenido que brindan y considerando una escala de 1 a 10 en donde 1 es “Muy Malo” y 10 es “Muy bueno”, ¿Cómo califica los siguientes aspectos?

P28. ¿cuáles serían los tres más importantes para que el servicio de la Radio AM sea el esperado en cuanto al contenido que brindan ? ¿Cuál sería el primero? ¿Cuál el segundo? ¿Cuál el tercero?

18

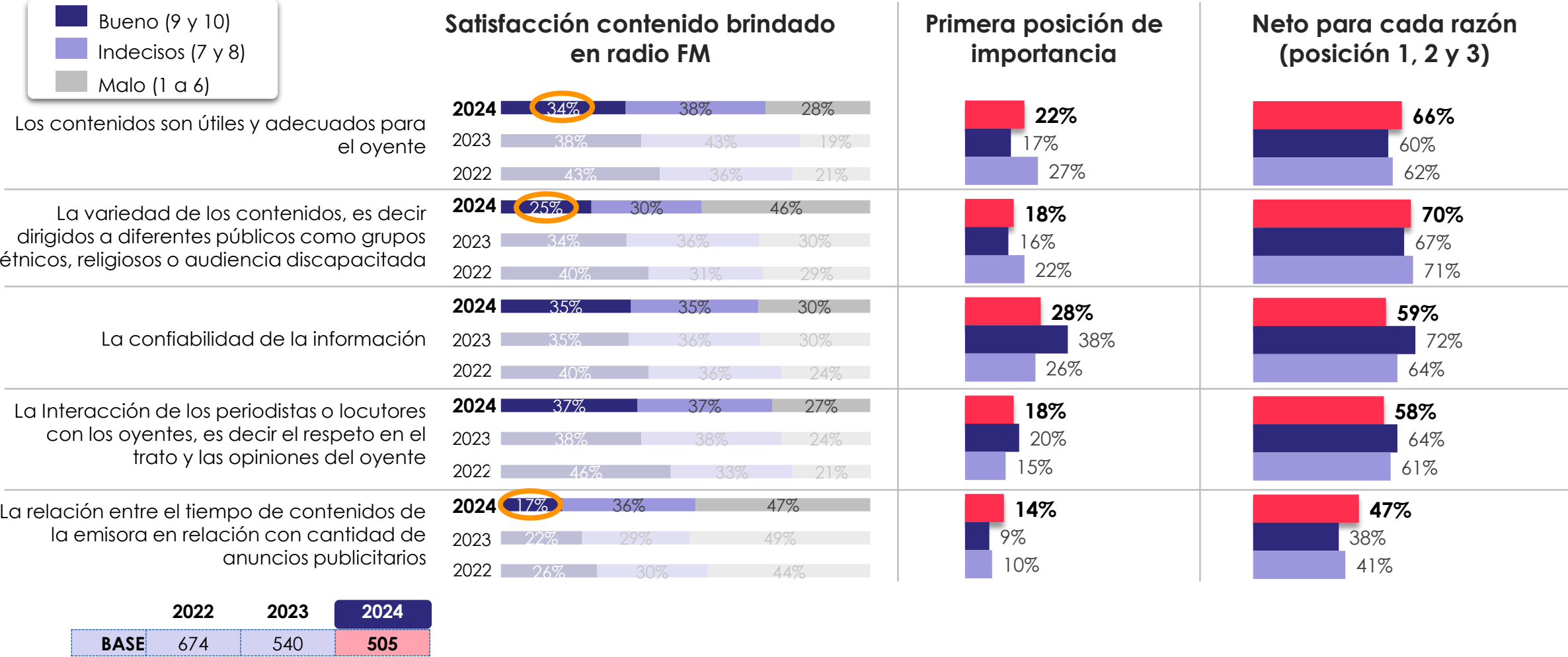
Nivel de satisfacción y relevancia de las características técnicas FM

Se presentan disminuciones significativas en la calidad del sonido, la disponibilidad y continuidad de la señal y la calidad sonora de la música. A nivel de la relevancia de las diferentes características técnicas en general se mantienen similar vs el 2023.



Nivel de satisfacción y relevancia del contenido brindado por Radio FM

Se presentan disminuciones significativas en las calificaciones de “bueno” para los contenidos útiles y adecuados para el oyente, la variedad de los contenidos y la relación entre el contenido de la emisora y la publicidad. La confiabilidad de la información cae en la proporción en la que es escogido como el aspecto más relevante, lo cual puede estar relacionado al mayor uso entre los oyentes de FM de otros medios diferentes a la radio para informarse.



P31. Hablando de la calidad del servicio de la Radio FM en cuanto a al contenido que brindan y considerando una escala de 1 a 10 en donde 1 es “Muy Malo” y 10 es “Muy bueno”, ¿Cómo califica los siguientes aspectos?

P32. ¿cuáles serían los tres más importantes para que el servicio de la Radio FM sea el esperado en cuanto al contenido que brindan ? ¿Cuál sería el primero? ¿Cuál el segundo? ¿Cuál el tercero?

El IPN/NPS (INDICE DE PROMOTORES NETO/NET PROMOTER SCORE) fue creado por Frederick F Reichheld y responde a la pregunta “Recomendaría esta compañía a una amigo/colega o familiar” en una escala de 0 a 10. Reichheld demostró en un estudio con más de 150 compañías que existía una correlación positiva en entre el IPN/NPS y el crecimiento de las compañías



ÍNDICE DE
PROMOTORES NETOS

ÍNDICE DE PROMOTORES NETOS

Cálculo:

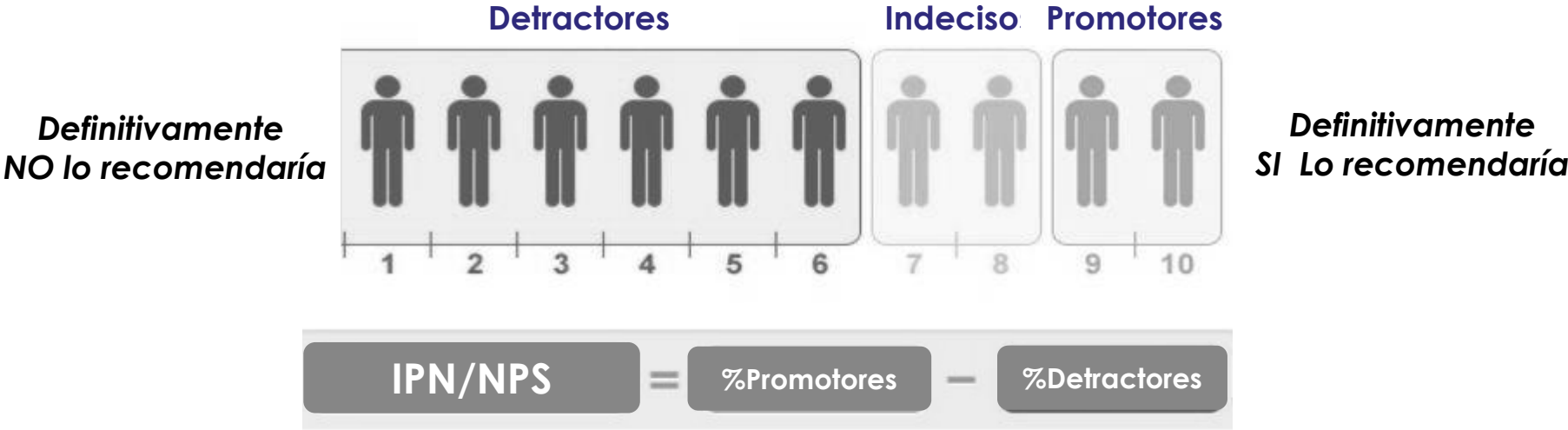
Calificación entre 9 y 10 en recomendación

- Calificación entre 0 y 6 en recomendación

= Índice de promotores netos

P49A ¿Qué tan probable es que recomiende usar el servicio de la Radio AM, a un familiar o a un amigo?

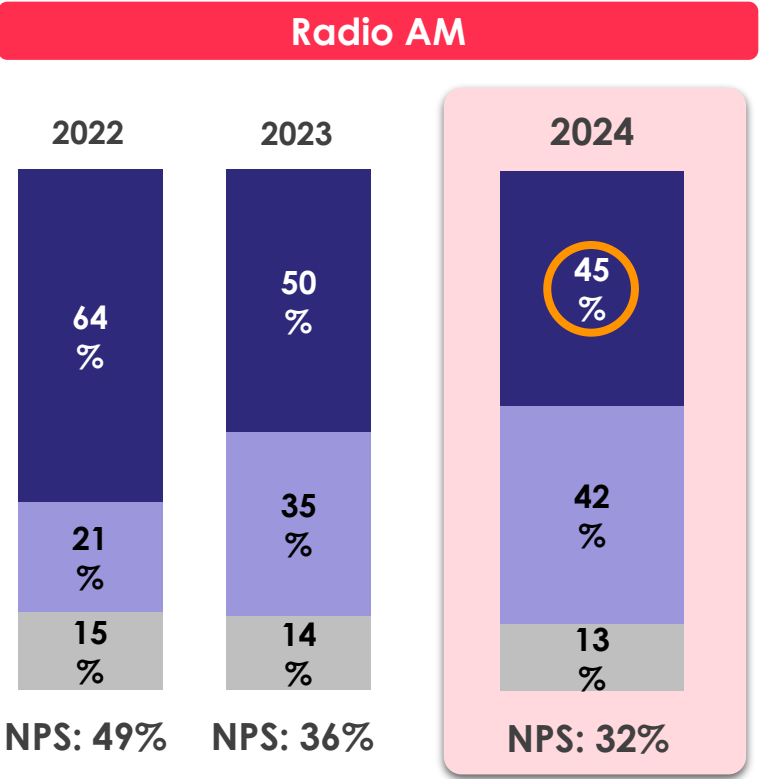
P49B ¿Qué tan probable es que recomiende usar el servicio de la Radio FM, a un familiar o a un amigo?



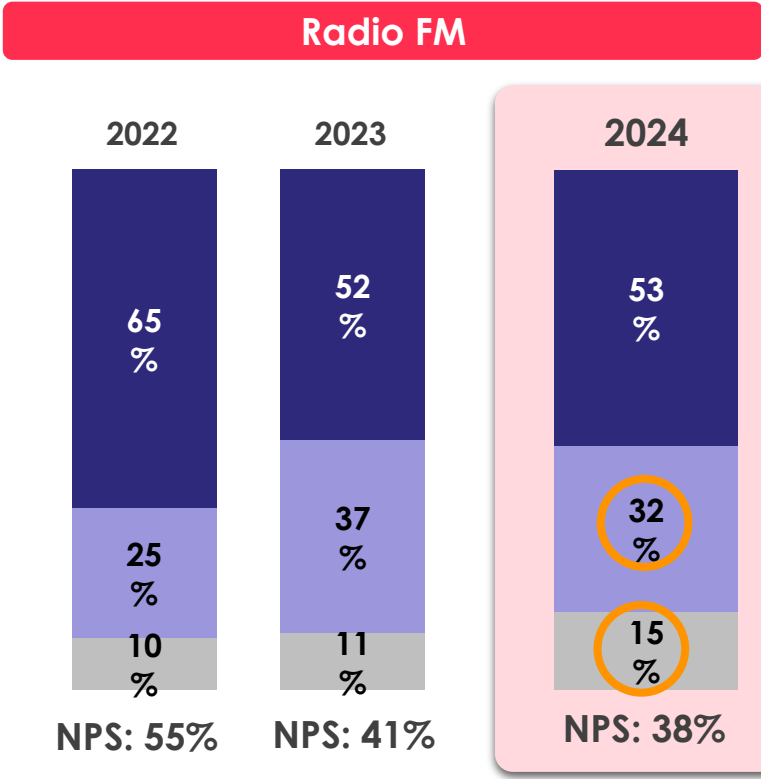
Rango normal*: 40%-60%

Nivel de recomendación del servicio de Radio AM/FM

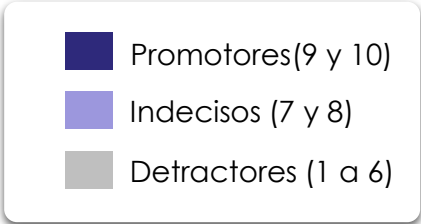
Se evidencia una disminución en significativa en las calificaciones más altas “9 y 10” para radio AM y un aumento significativo en las calificaciones de “indeciso”, aunque curiosamente la media de calificación se mantiene, lo cual evidencia mayor polarización en las calificaciones (menor proporción de las calificaciones más bajas “1 a 3” con relación al 2022). En radio FM se evidencia un aumento en la proporción de detractores, mientras los promotores se mantienen estables en relación a la medición del 2023.



	2022	2023	2024
BASE	231	121	176
MEDIA	8,2	8,2	8,2



	2022	2023	2024
BASE	674	540	505
MEDIA	8,4	8,4	8,3



P49A¿Qué tan probable es que recomiende usar el servicio de la Radio AM, a un familiar o a un amigo?
P49B¿Qué tan probable es que recomiende usar el servicio de la Radio FM, a un familiar o a un amigo?

CONCLUSIONES

- Principales hallazgos
- Matriz de desempeño vs. relevancia AM
- Matriz de desempeño vs. relevancia FM



Perfil de uso de radio

La radio sigue siendo un medio relevante, especialmente en rutinas matutinas y para el consumo de contenido musical y de entretenimiento. **Sin embargo, enfrenta desafíos debido a cambios en los hábitos de consumo y preferencias**, lo que podría estar disminuyendo su frecuencia de uso diario y desplazándolo como medio de comunicación principal en ciertos contextos.

- 5 de cada 10 oyentes de radio la escuchan todos los días, lo que confirma que la radio ha perdido relevancia como medio de consumo diario en relación al 2023 (7 de cada 10 personas), lo que sugiere que la radio se está desplazando como medio principal en ciertos momentos del día.
- 7 de cada 10 personas prefieren emisoras musicales, mientras que 3,6 de cada 10 optan por emisoras habladas o de noticias. Este patrón refleja que la radio continúa cumpliendo dos funciones principales: entretener e informar. Además, hay un incremento en la preferencia por contenidos ligeros como la música, lo que destaca un cambio hacia el ocio en el consumo de radio. **Hipótesis validada:** la radio sigue siendo una fuente clave de entretenimiento principalmente por la música, y aunque continua siendo un medio para informarse, se observa que puede estar perdiendo terreno con otros medios para este fin.
- La radio FM se consolida como la frecuencia predominante, utilizada en su mayoría en dispositivos móviles como celulares. En contraste, la frecuencia AM mantiene una presencia marginal, lo que podría indicar una tendencia a su desaparición o un rol cada vez más limitado en el futuro. **Hipótesis validada:** la frecuencia AM mantiene niveles de incidencia de uso bastante marginales y se espera que continúe la tendencia de pérdida de relevancia en un futuro.

Calidad percibida del servicio

Se mantiene la tendencia de disminución en la calificación de “bueno” respecto a la calidad del servicio percibido de la frecuencia AM, mientras que la frecuencia FM presenta un leve aumento en la calificación positiva, aunque aun no logra recuperar el nivel alcanzado en el año 2022.

Es importante monitorear el incremento que se da en los detractores de la frecuencia FM a nivel de recomendación, que llega a un nivel de 15% (siendo recomendable que este indicador no sea mayor a un 10%). Es clave fortalecer la percepción en relación a la **variedad de contenidos aptos para diferentes públicos** y el **balance que las emisoras de esta frecuencia tienen entre contenido y publicidad**.

A nivel de los bloques evaluados para medir la calidad del servicio, a continuación se destacan los aspectos en los que las emisoras de la frecuencia AM deben enfocar sus planes de acción:

Características técnicas

- *La calidad del sonido (claridad y nitidez)*
- *Disponibilidad de la señal, es decir entra en el momento en que se quiere escuchar*
- *La continuidad de la señal, es decir sin intermitencia*

Contenido brindado

- *Variedad de los contenidos, es decir dirigidos a diferentes públicos*
- *Relación entre tiempo de contenidos y cantidad de anuncios publicitarios*

Calidad percibida del servicio

A nivel de los bloques evaluados para medir la calidad del servicio, a continuación se destacan los aspectos en los que las emisoras de la frecuencia FM deben enfocar sus planes de acción:

Contenido brindado

- *Confiabilidad de la información*
- *Contenidos son útiles y adecuados para el oyente*
- *Variedad de los contenidos, es decir dirigidos a diferentes públicos*
- *Relación entre tiempo de contenidos y cantidad de anuncios publicitarios*

Es clave que las emisoras fortalezcan la confiabilidad de información, esto es vital para volver a recuperar los niveles que se tenían en mediciones previas de la radio como medio informativo actualizado. **Hipótesis a validar en próximas mediciones:** debido a la erosión de las emisoras FM como medio confiable para informarse las personas están migrando a otros medios para satisfacer su necesidad de mantenerse informados y actualizados.

Matriz estratégica de trabajo

Construimos una matriz de ruta de trabajo, donde se indica los aspectos donde los operadores se deben concentrar para mejorar la valoración del servicio por parte de los oyentes.

- Para la evaluación de la calidad del servicio, tanto de AM como de FM, el nivel de satisfacción de cada cliente se contrasta con el nivel de relevancia que se tiene para cada atributo. De esta forma, cada atributo se ubica en el gráfico según el nivel de relevancia que tiene en general y su nivel de desempeño (satisfacción)-
- Al observar el mapa, se señalan unos números que marcan la ruta de acción estratégica.



- Las preguntas que se utilizaron para la generación de la gráfica son:
 - Hablando de la calidad del servicio de la Radio AM/FM en cuanto a características técnicas/contenido brindado y considerando una escala de 1 a 10 en donde 1 es "Muy Malo" y 10 es "Muy bueno", ¿Cómo califica los siguientes aspectos?
 - ¿Cuál de estos aspectos considera es el más importante para que el servicio de la Radio AM/FM sea el esperado en cuanto a características técnicas/contenido brindado?

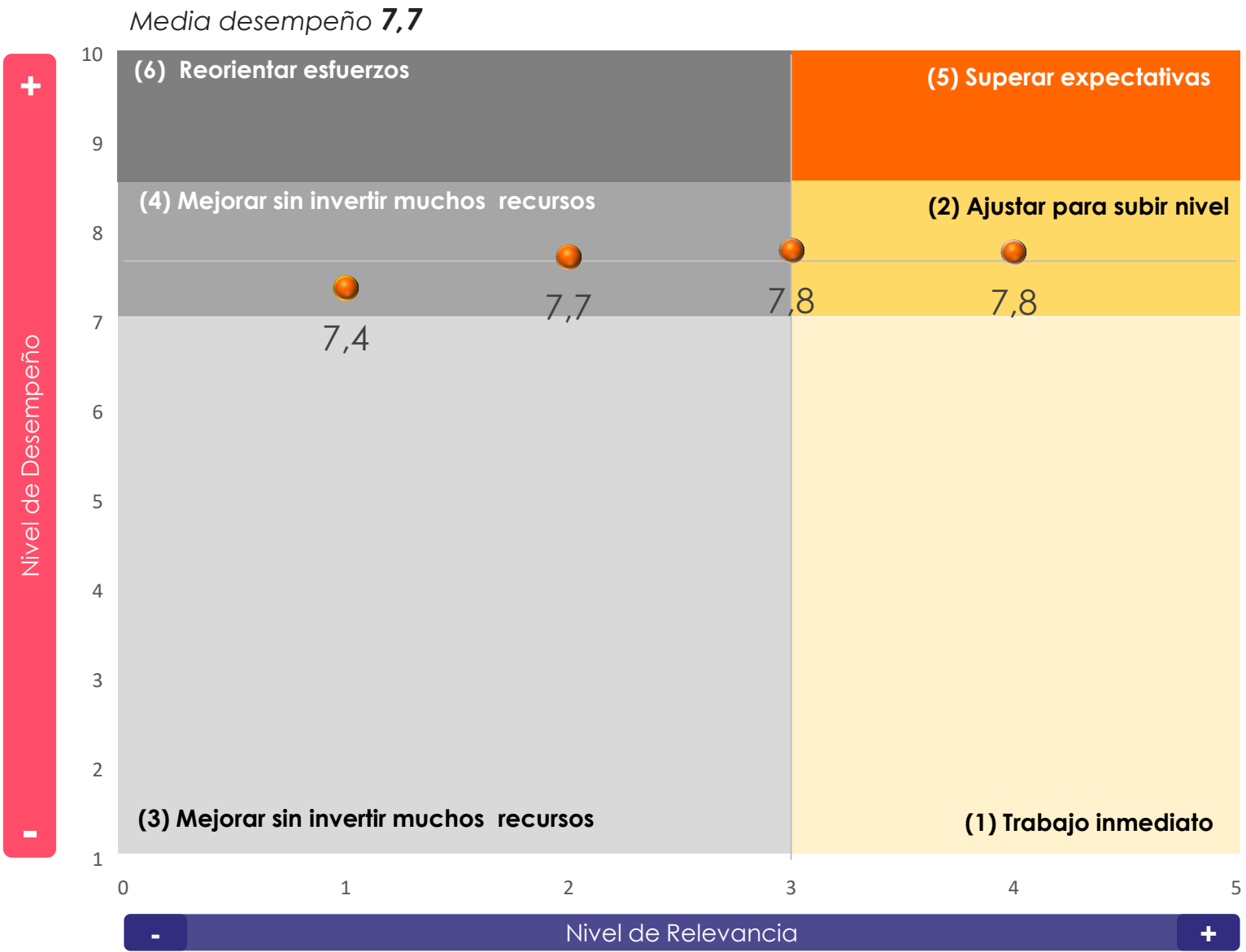
Matriz de desempeño vs. relevancia / Características técnicas en AM

La calidad del sonido y disponibilidad de la señal en todo momento son los aspectos en los que se deben focalizar los esfuerzos para mejorar el impacto percibido de radio AM a nivel de características técnicas.

Donde 4 es el más importante y 1 el menos importante

Atributos	Relevancia (Eje X)
4. La calidad del sonido (claridad y nitidez)	34%
3. La disponibilidad de la señal, es decir entra en el momento en que se quiere escuchar radio	26%
2. La calidad sonora de la música que transmiten	21%
1. La continuidad de la señal, es decir sin intermitencia	19%

Base: 176



Matriz de desempeño vs. relevancia / Contenido brindando en AM

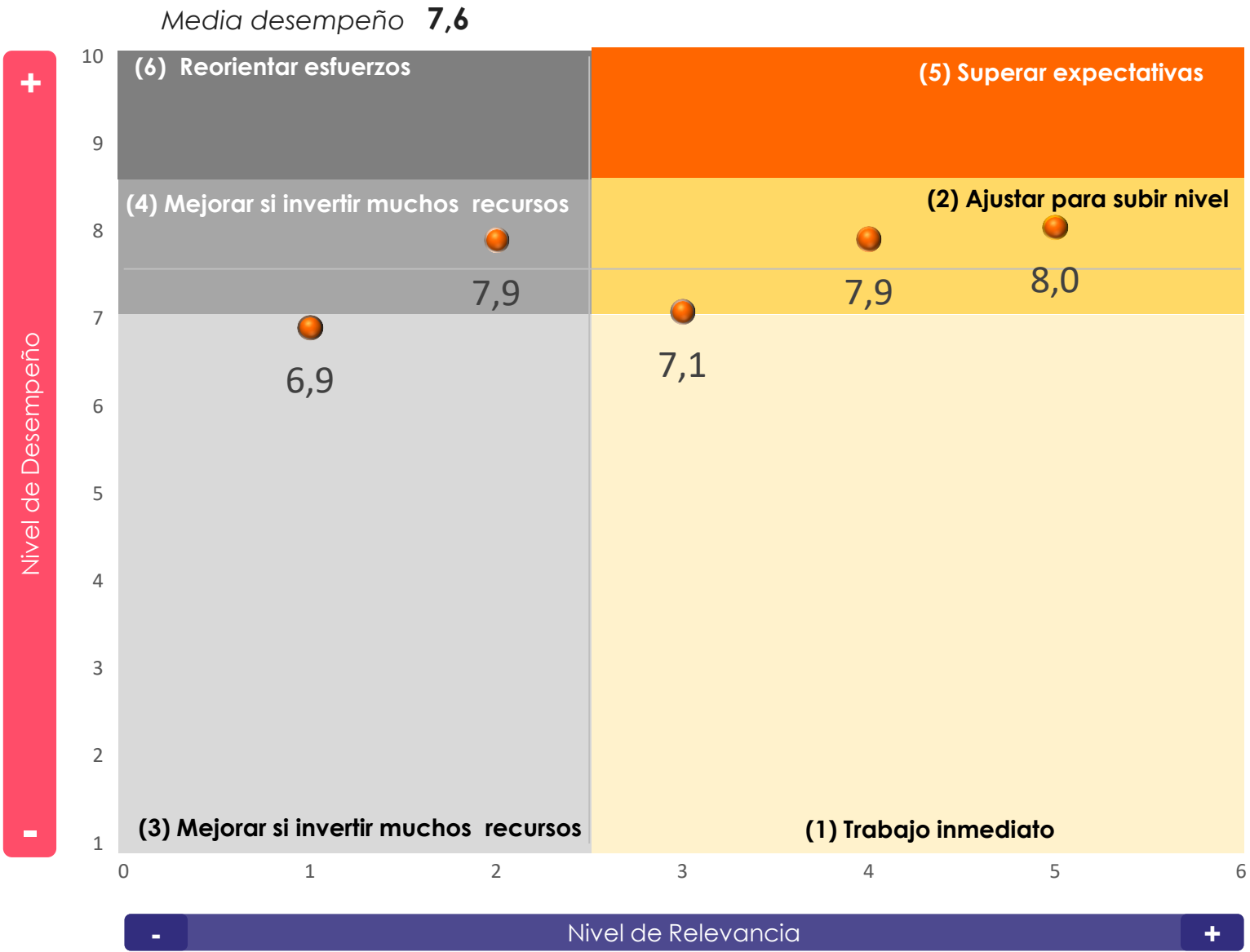
Se destaca la relevancia que tienen la *confiabilidad de la información* y la *interacción de los locutores con el público* como ejes claves para brindar una buena experiencia, que actualmente tienen un nivel de valoración aceptable.

Se debe enfocar esfuerzos en la *variedad de contenidos*, que es un aspecto de alta relevancia que esta en el limite en convertirse un aspecto de trabajo inmediato.

Donde 5 es el más importante y 1 el menos importante

Atributos	Relevancia (Eje X)
5. La confiabilidad de la información	30%
4. La Interacción de los periodistas o locutores con los oyentes, es decir el respeto en el trato y las opiniones del oyente	29%
3. La variedad de los contenidos, es decir dirigidos a diferentes públicos como grupos étnicos, religiosos o audiencia discapacitada	24%
2. Los contenidos son útiles y adecuados para el oyente	11%
1. La relación entre el tiempo de contenidos de la emisora en relación con cantidad de anuncios publicitarios	6%

Base: 176



- La *variedad de contenido* y la *relación entre el tiempo de contenido y publicidad* representan un reto para las emisoras AM, dado el bajo nivel de calificación en relación a los otros aspectos evaluados.

PREGUNTA	Prioridades de acción (según cuadrante)
P25. Hablando de la calidad del servicio de la Radio AM en cuanto a características técnicas y considerando una escala de 1 a 10 en donde 1 es "Muy Malo" y 10 es "Muy bueno", ¿Cómo califica los siguientes aspectos?	
4. La calidad del sonido (claridad y nitidez)	2
3. La disponibilidad de la señal, es decir entra en el momento en que se quiere escuchar radio	2
2. La calidad sonora de la música que transmiten	4
1. La continuidad de la señal, es decir sin intermitencia	4
P27. Hablando de la calidad del servicio de la Radio AM en cuanto a al contenido que brindan y considerando una escala de 1 a 10 en donde 1 es "Muy Malo" y 10 es "Muy bueno", ¿Cómo califica los siguientes aspectos?	
5. La confiabilidad de la información	2
4. La Interacción de los periodistas o locutores con los oyentes, es decir el respeto en el trato y las opiniones del oyente	2
3. La variedad de los contenidos, es decir dirigidos a diferentes públicos como grupos étnicos, religiosos o audiencia discapacitada	2
2. Los contenidos son útiles y adecuados para el oyente	4
1. La relación entre el tiempo de contenidos de la emisora en relación con cantidad de anuncios publicitarios	3

Matriz estratégica de trabajo FM

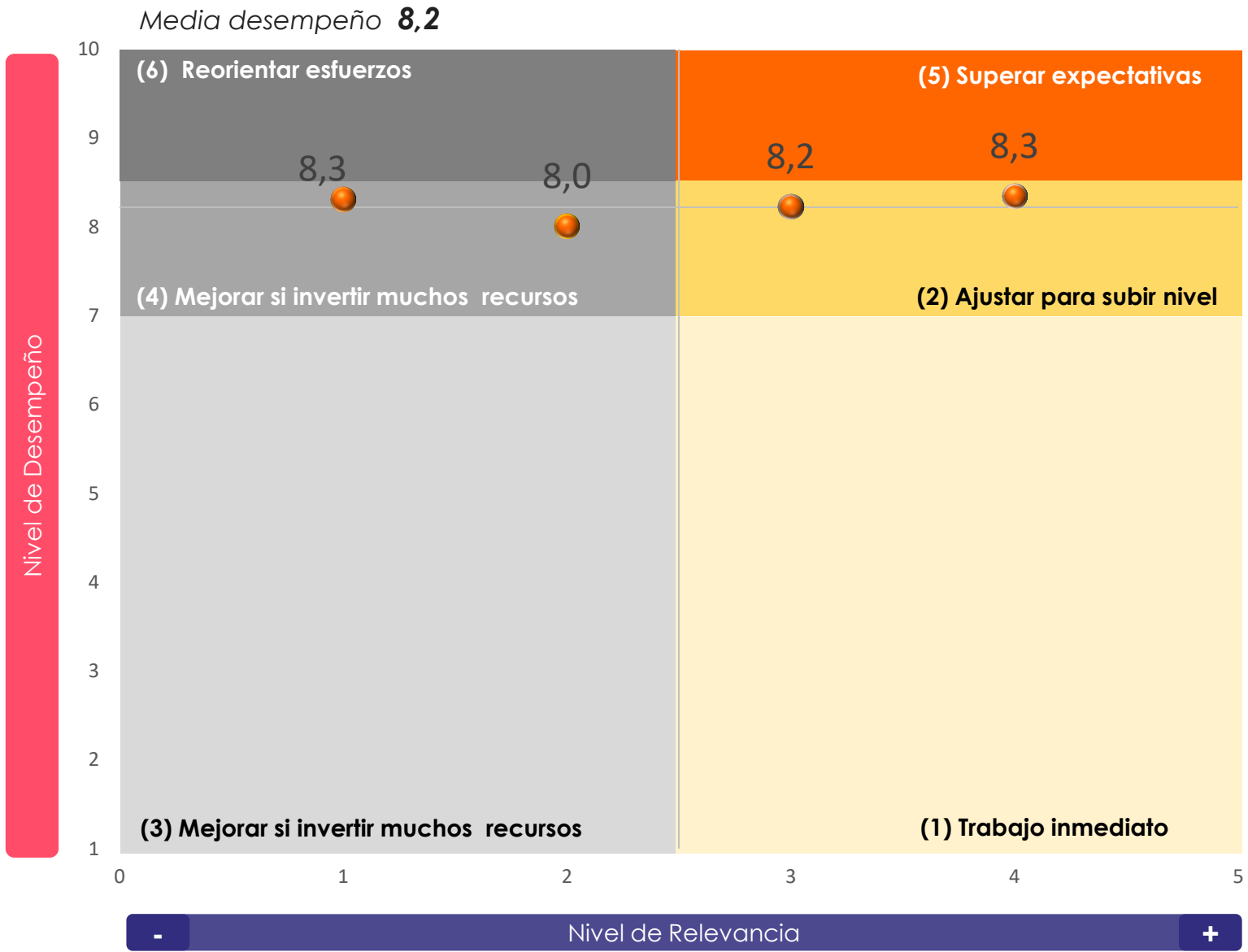
Matriz de desempeño vs. relevancia / Características técnicas en FM

Los atributos relacionados con las características técnicas de la frecuencia FM cumplen en su totalidad con las expectativas de los oyentes; destacando la relevancia que tiene *la calidad del sonido (claridad y nitidez)* como eje clave para brindar una buena experiencia.

Donde 4 es el más importante y 1 el menos importante

Atributos	Relevancia (Eje X)
4. La calidad del sonido (claridad y nitidez)	40%
3. La disponibilidad de la señal, es decir entra en el momento en que se quiere escuchar radio	24%
2. La continuidad de la señal, es decir sin intermitencia	23%
1. La calidad sonora de la música que transmiten	13%

Base: 505



Matriz de desempeño vs. relevancia / Contenido brindando en FM

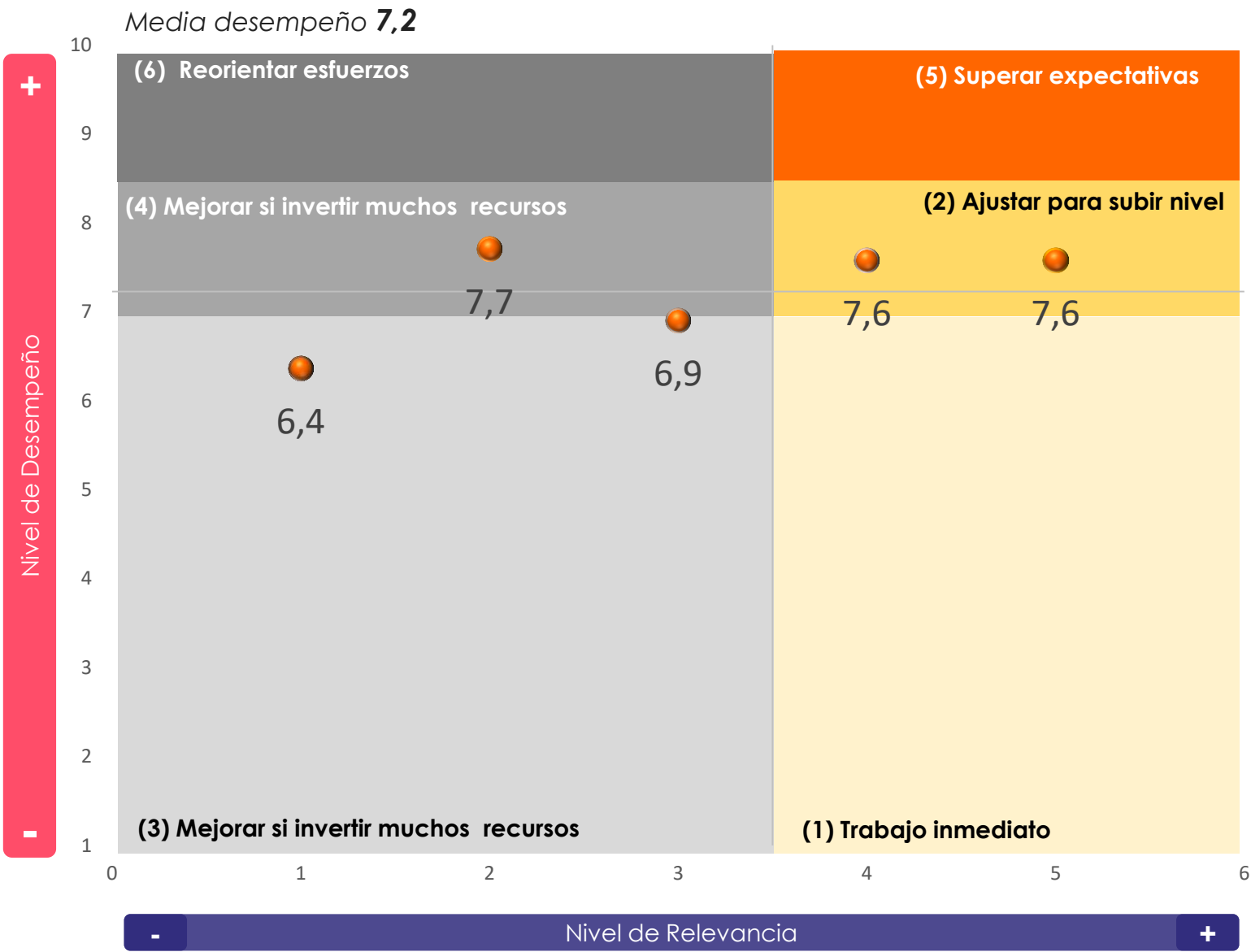
Los aspectos relacionados con el contenido brindado en FM presentan en general oportunidad de mejora: la *confiabilidad de la información* y la *utilidad e idoneidad* de los contenidos presentan un **alto nivel de relevancia y tienen oportunidad de mejora** de acuerdo a la calificación que obtienen, **siendo estos la principal prioridad de trabajo**.

Por su parte *la variedad de contenidos y la relación entre contenidos emitidos y la publicidad* **son los aspectos con menor calificación** y que también deben ser considerados al momento de definir planes de acción por parte de las emisoras de FM.

Donde 5 es el más importante y 1 el menos importante

ATRIBUTOS	Relevancia
5. La confiabilidad de la información	28%
4. Los contenidos son útiles y adecuados para el oyente	22%
3. La variedad de los contenidos, es decir dirigidos a diferentes públicos como grupos étnicos, religiosos o audiencia discapacitada	18%
2. La Interacción de los periodistas o locutores con los oyentes, es decir el respeto en el trato y las opiniones del oyente	18%
1. La relación entre el tiempo de contenidos de la emisora en relación con cantidad de anuncios publicitarios	14%

Base: 505



- Los oyentes clasifican **la calidad del sonido** en el cuadrante 2, lo que indica que el atributo cumple las expectativas, lo que presenta una oportunidad de **centrar la atención y estrategias** en mejorar el indicador y ver la **continuidad de la señal**, que se ubica en una zona de mayor prioridad (cuadrante 4)
- La **confiabilidad de la información**, tiene gran relevancia para los oyentes, pero evidencia **oportunidad a nivel de su desempeño**, por lo que **es importante que los operadores de la frecuencia de FM trabajen para fortalecerlo**. Se debe **identificar** primero, a través de estudios más focalizados, **las razones por las que no se califica óptimamente este atributo**.
- Aunque no tienen un relevancia tan alta, **se debe trabajar** en la *variedad de contenidos y la relación contenidos-publicidad* que son los dos aspectos que se encuentran en un área de desempeño bajo.

PREGUNTA	Prioridades de acción (según cuadrante)
P29. Hablando de la calidad del servicio de la Radio FM en cuanto a características técnicas y considerando una escala de 1 a 10 en donde 1 es "Muy Malo" y 10 es "Muy bueno", ¿Cómo califica los siguientes aspectos?	
4. La calidad del sonido (claridad y nitidez)	2
3. La disponibilidad de la señal, es decir entra en el momento en que se quiere escuchar radio	2
2. La continuidad de la señal, es decir sin intermitencia	4
1. La calidad sonora de la música que transmiten	4
P31. Hablando de la calidad del servicio de la Radio FM en cuanto a al contenido que brindan y considerando una escala de 1 a 10 en donde 1 es "Muy Malo" y 10 es "Muy bueno", ¿Cómo califica los siguientes aspectos?	
5. La confiabilidad de la información	2
4. Los contenidos son útiles y adecuados para el oyente	2
3. La variedad de los contenidos, es decir dirigidos a diferentes públicos como grupos étnicos, religiosos o audiencia discapacitada	3
2. La Interacción de los periodistas o locutores con los oyentes, es decir el respeto en el trato y las opiniones del oyente	4
1. La relación entre el tiempo de contenidos de la emisora en relación con cantidad de anuncios publicitarios	3



Datos de contacto

Teléfono: 5202832 - Email: info@brandstrat.co

Dirección: Cll 95 No 11ª-37 - Bogotá D.C.

www.brandstrat.co

brandstrat⁺
Ágiles y estratégicos