

Primer estudio realizado sobre *clipping* en España

Estudio sobre servicios de *clipping* en España

Madrid, 12 de julio de 2018

Ficha técnica



Universo: DIRCOMs y profesionales de la Comunicación, con y sin servicios de clipping contratados, con cualquiera de las principales empresas de clipping de España.



Ámbito geográfico: España



Preguntas: Cerradas y abiertas. Ninguna de respuesta obligatoria.



Procedimiento de recogida de la información: Entrevista online asistida por ordenador (CAWI) y refuerzo telefónico.



Tamaño de la muestra: 400 entrevistados.



Error muestral: $\pm 4,9\%$ para un grado de confianza del 95,5% (dos sigmas) y en la hipótesis más desfavorable de $P=Q=0,5$ en el supuesto de muestreo aleatorio simple.



Duración de la entrevista: 6 minutos aproximadamente.

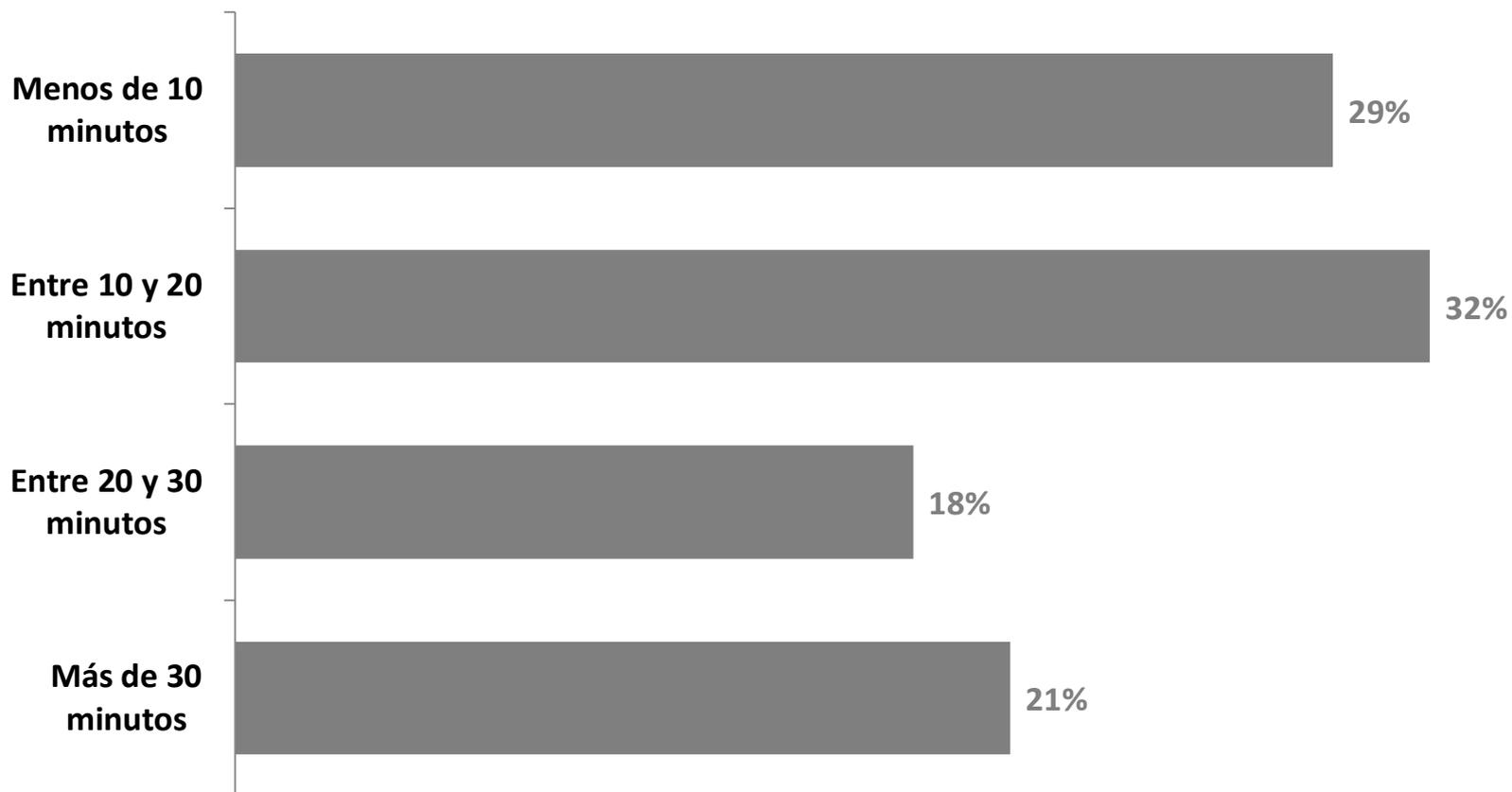


Fechas del trabajo de campo: 24 de abril - 24 de mayo de 2018.



Tiempo dedicado al clipping

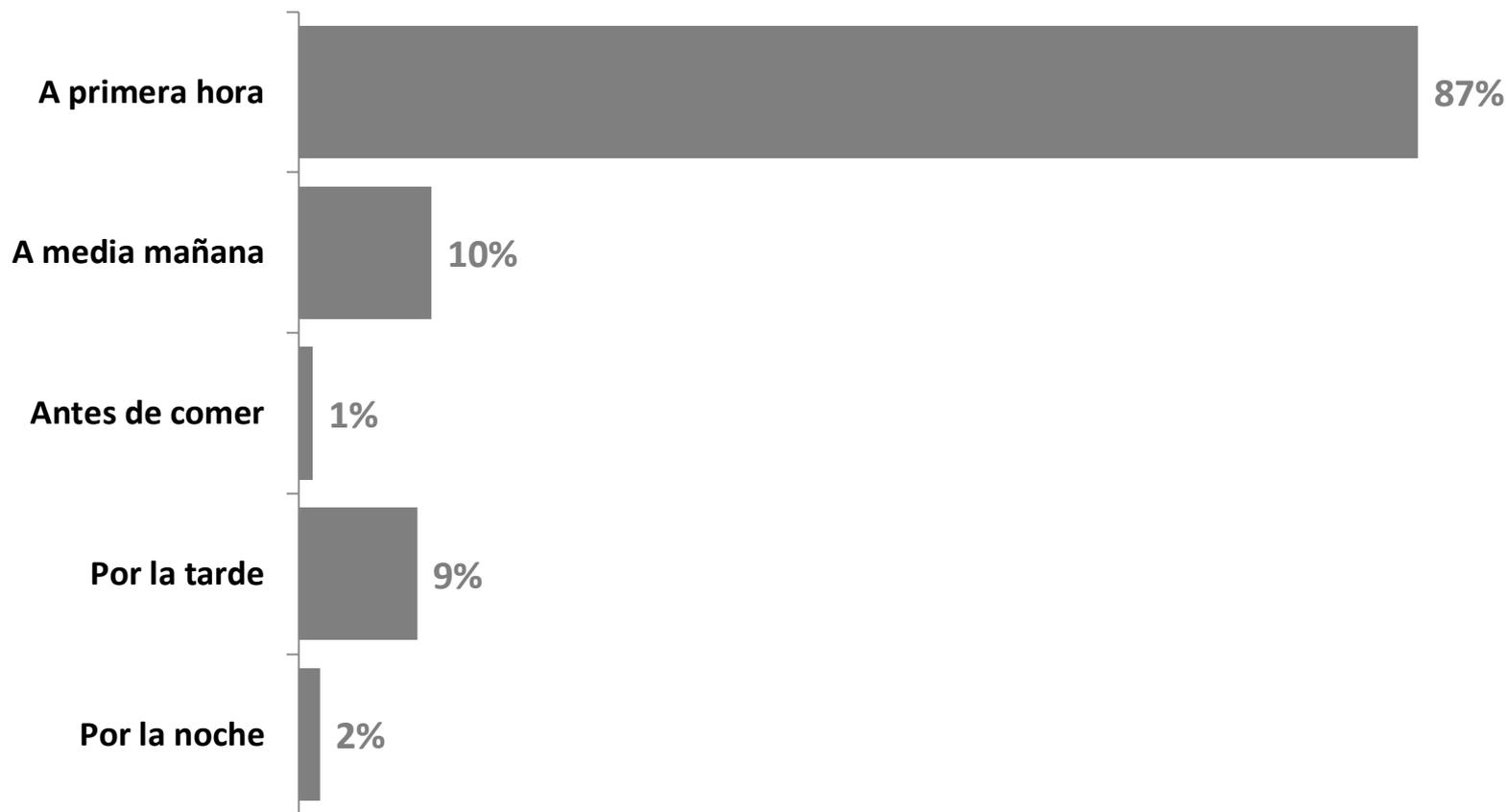
- ✓ El 61% de los DIRCOM y profesionales de la comunicación entrevistados dedica menos de 20 minutos al día a ver el clipping que recibe.



PREGUNTA: ¿Cuánto tiempo dedica al día a ver el clipping?

Hora

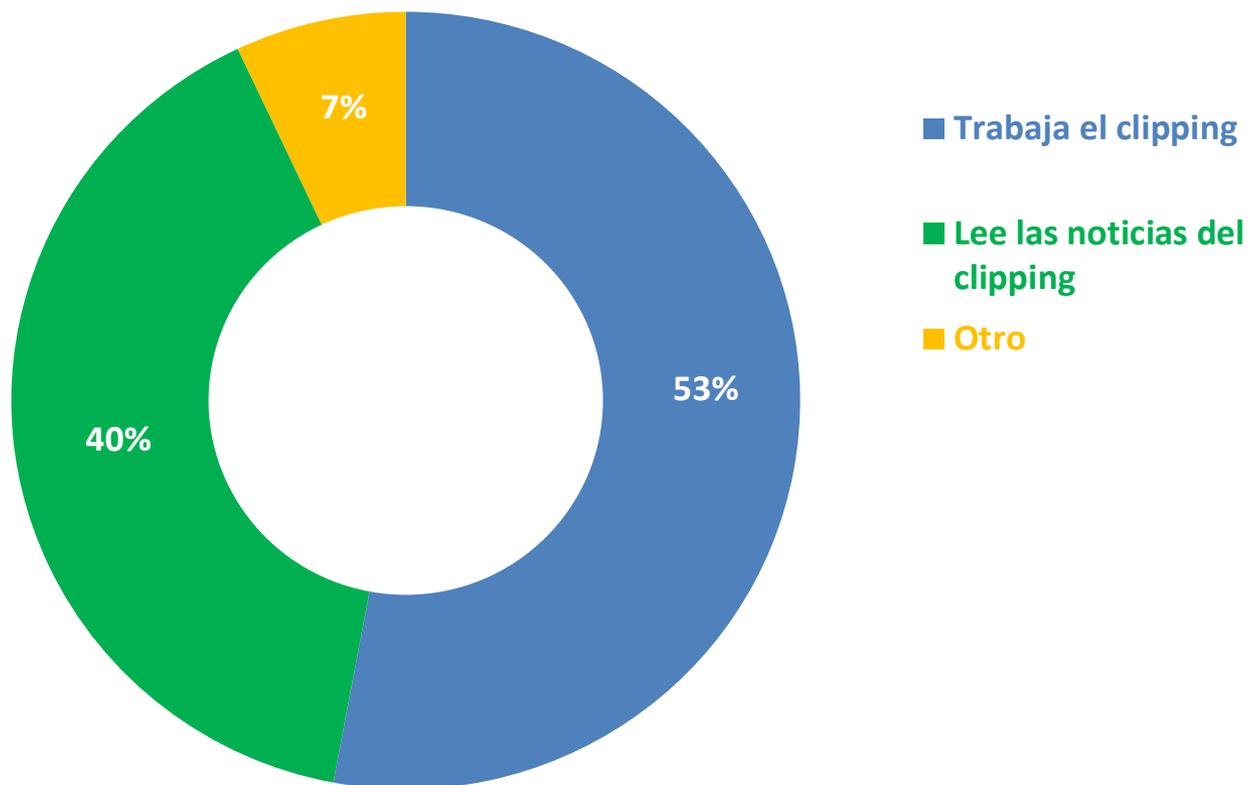
- ✓ Nueve de cada diez DIRCOMs y profesionales de la Comunicación (87%) ven o trabajan el clipping a primera hora de la mañana.
- ✓ El 10% lo ve a media mañana, y otro 9% por la tarde.



PREGUNTA: ¿Cuándo ve el clipping? (Se pueden seleccionar varias opciones)

Uso principal

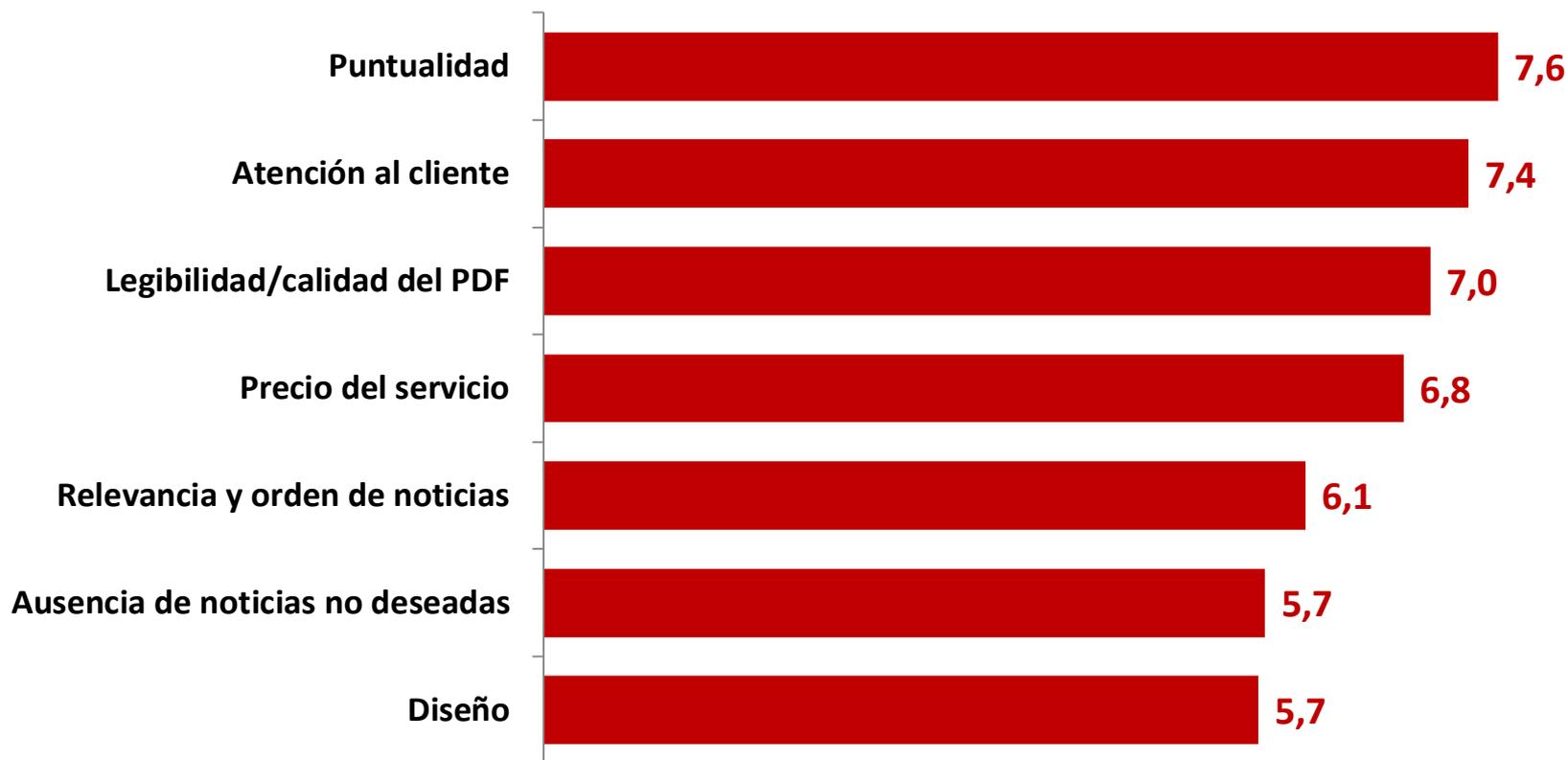
- ✓ Uno de cada dos DIRCOMs y profesionales de la comunicación entrevistados (53%) trabaja el clipping.
- ✓ Asimismo, cuatro de cada diez (40%) únicamente leen el clipping.



PREGUNTA: ¿Qué uso hace del clipping?

Valoración del servicio

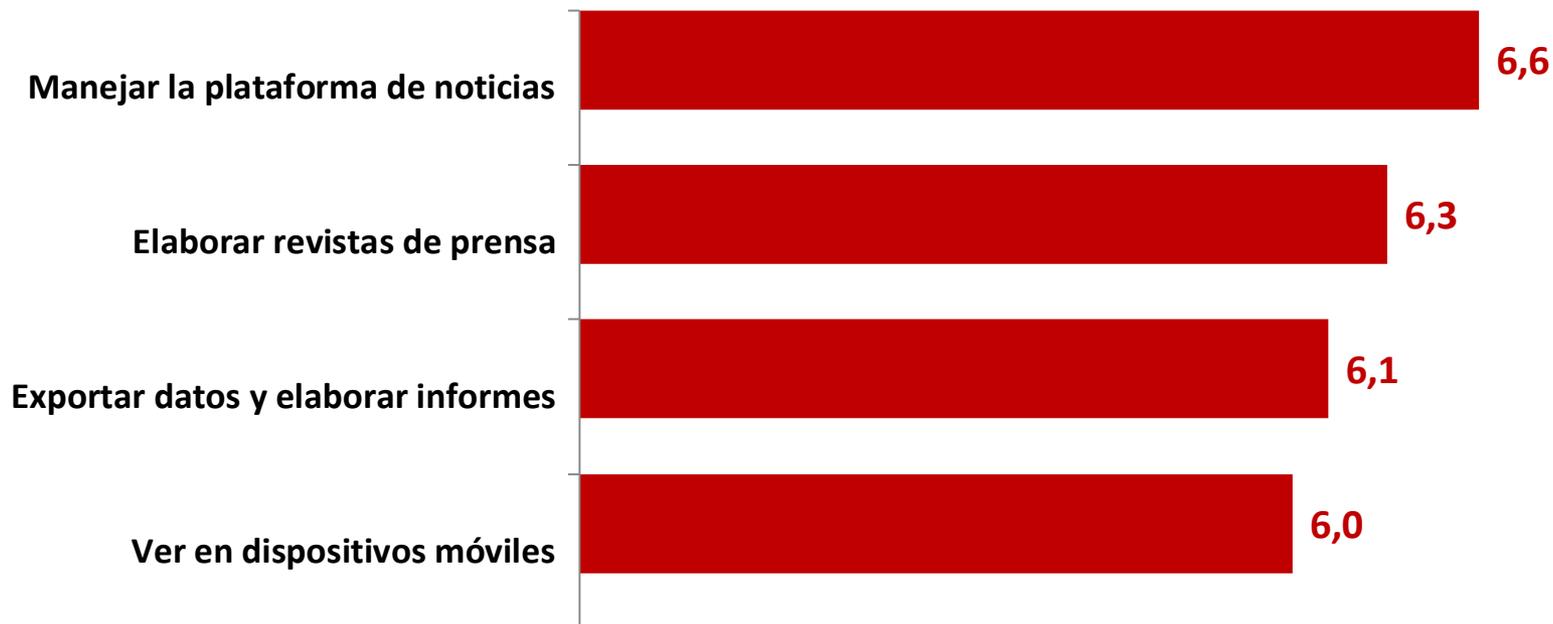
- ✓ La puntualidad para recibir el clipping y la atención al cliente por parte del proveedor que cada cliente tiene contratado son las variables que mejor valoran los DIRCOMs y profesionales de la Comunicación. En una escala sobre 10, la primera recibe 7,6 puntos, y la segunda, 7,4.
- ✓ El diseño y la ausencia de noticias no deseadas son los aspectos que reciben una peor valoración por parte de los entrevistados; 5,7 puntos, respectivamente.



PREGUNTA: ¿Cómo valora el servicio de clipping que recibe?

Facilidad de uso

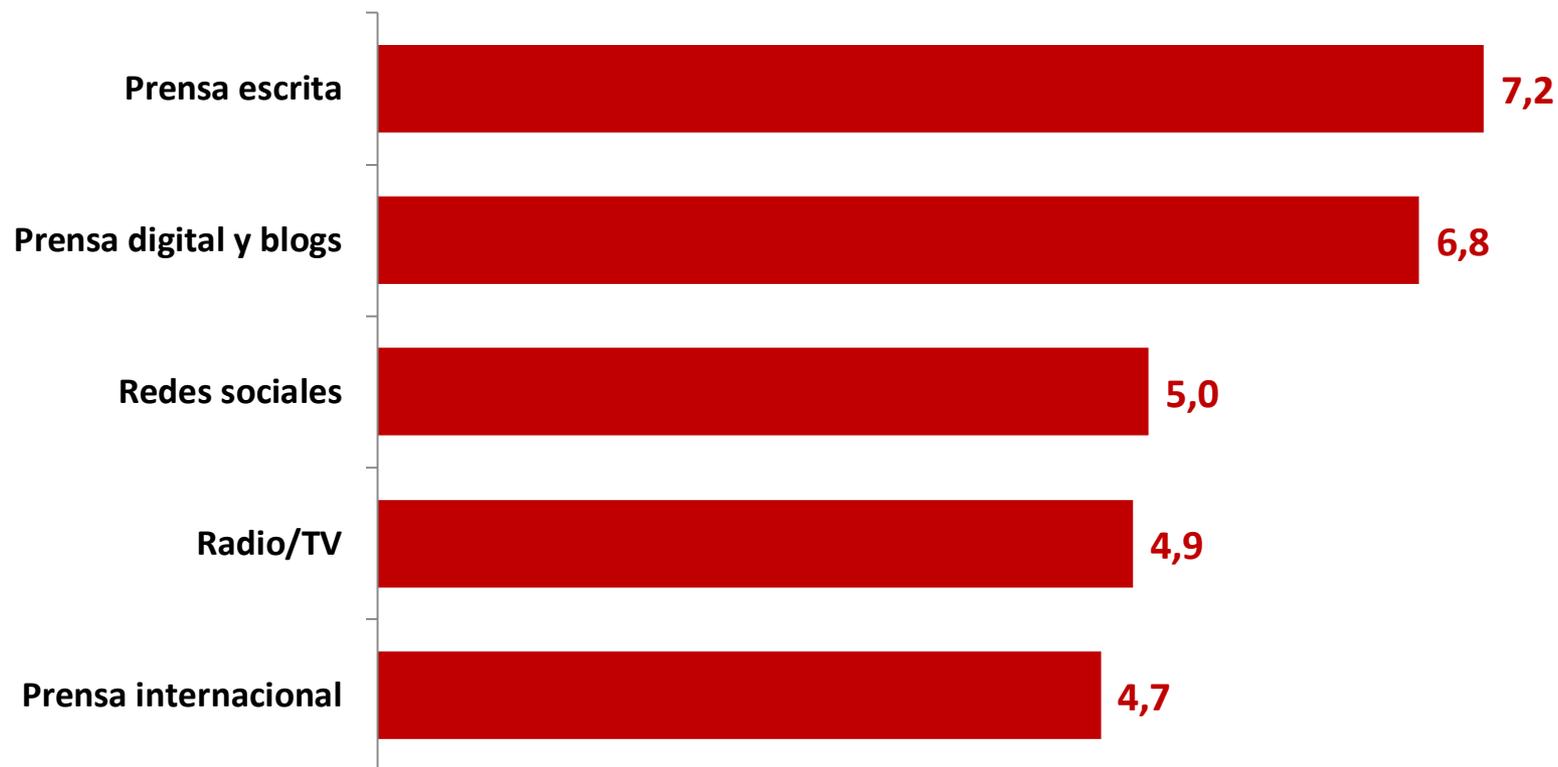
- ✓ Los DIRCOMs y profesionales de la Comunicación entrevistados otorgan 6,6 puntos sobre 10 a la facilidad de manejo de las plataformas de clipping que tienen contratados.
- ✓ A escasa distancia aparece puntualidad la capacidad de elaborar revistas de prensa.
- ✓ La facilidad para acceder al clipping en dispositivos móviles es la variable que aparece como peor valorada en este segmento, recibiendo en cualquier caso 6 puntos sobre diez, de media.



PREGUNTA: ¿Y la facilidad para...?

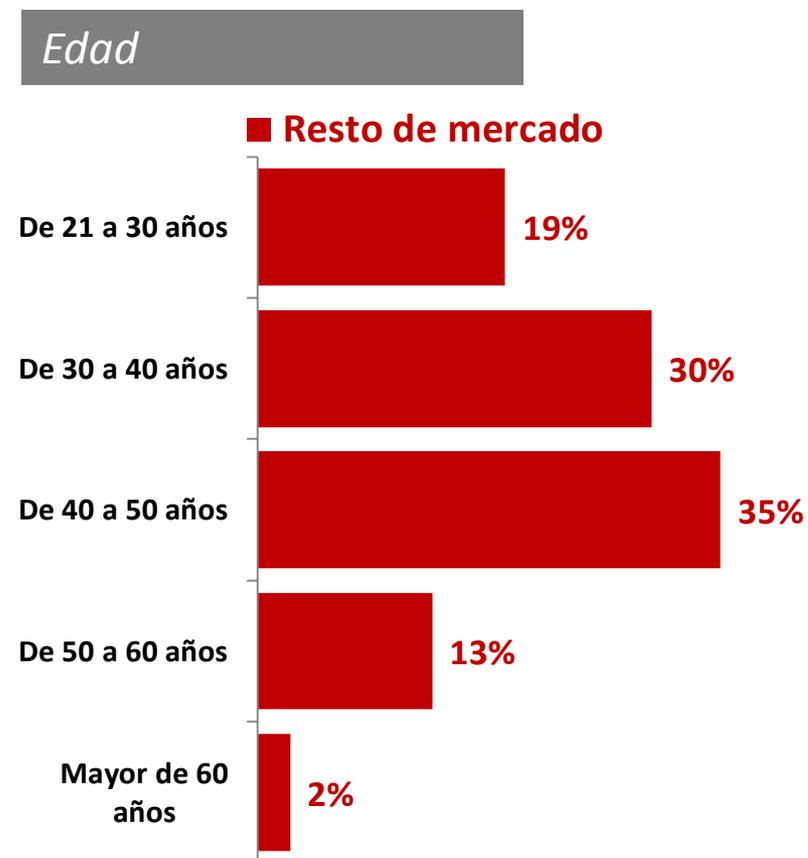
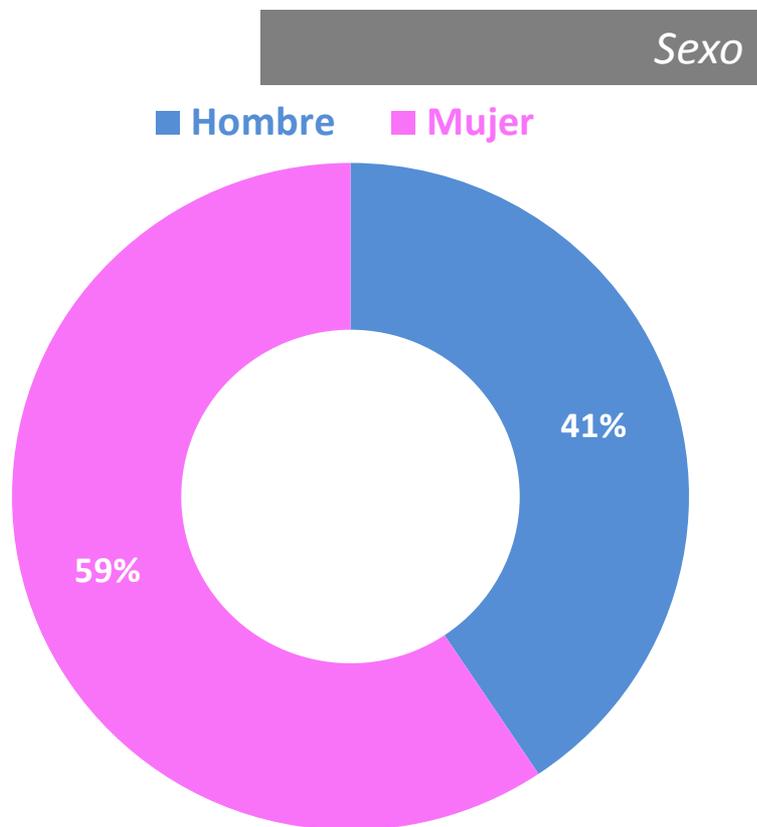
Seguimiento de las noticias

- ✓ En cuanto al seguimiento de noticias, el relativo a prensa escrita es el que aparece mejor valorado por los DIRCOMs y profesionales de la Comunicación entrevistados: 7,2 puntos sobre 10. A escasa distancia aparece el relativo a prensa digital y blogs.
- ✓ El seguimiento en redes sociales logra un aprobado justo (5 puntos sobre 10), y el relativo a Radio/TV y prensa internacional se sitúa ligeramente por debajo de la franja del aprobado.

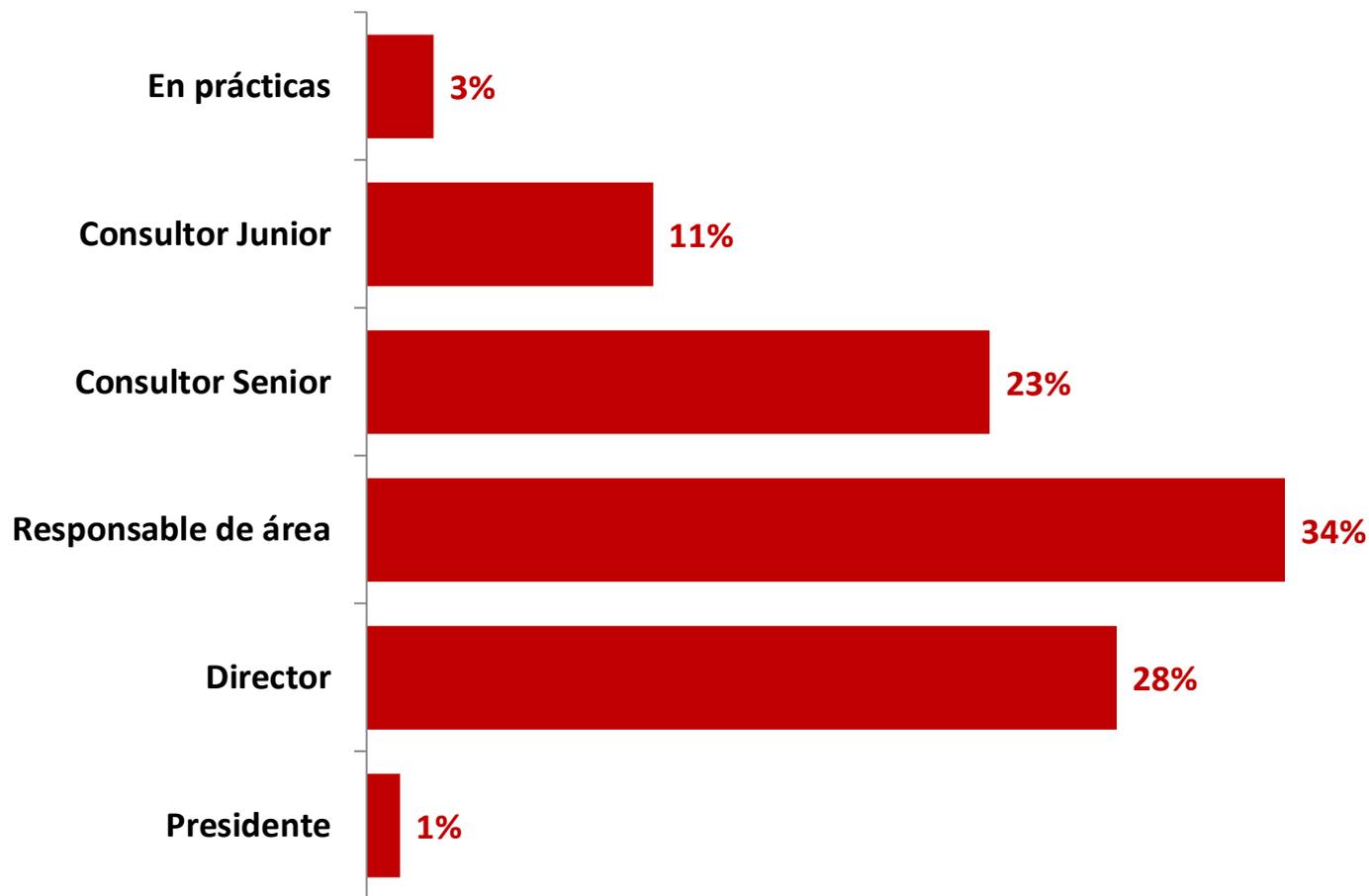


PREGUNTA: ¿Y el seguimiento de las noticias que le facilita su proveedor de clipping?

- ✓ En cuanto al perfil de los encuestados, seis de cada diez son mujeres y cuatro de cada diez son hombres.
- ✓ Por edades, el 65% de los entrevistados tienen entre 30 y 50 años.

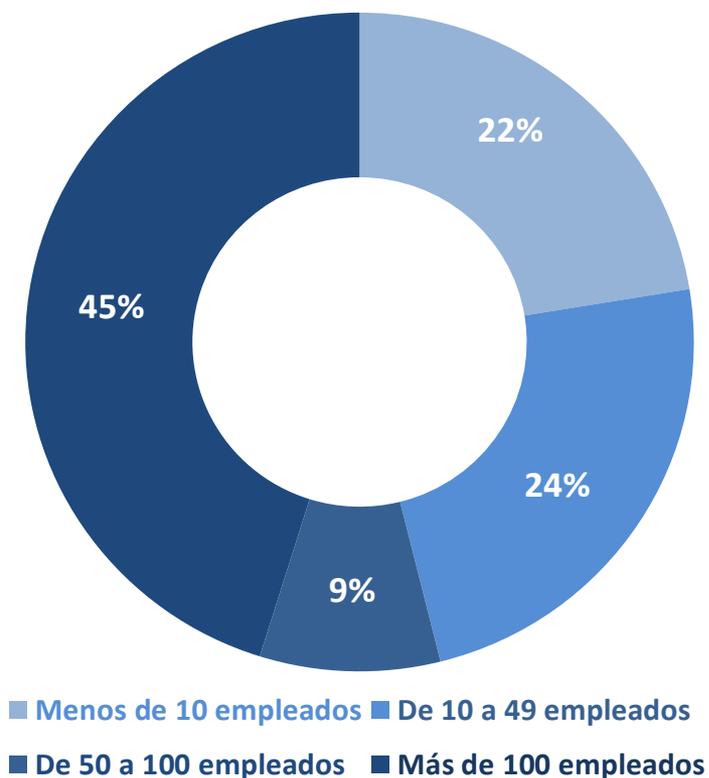


- ✓ La mayor parte de los entrevistados (62%) desempeña cargos de responsabilidad/decisión, concentrándose en el grupo “Responsable de Área”, seguido de “Director”.

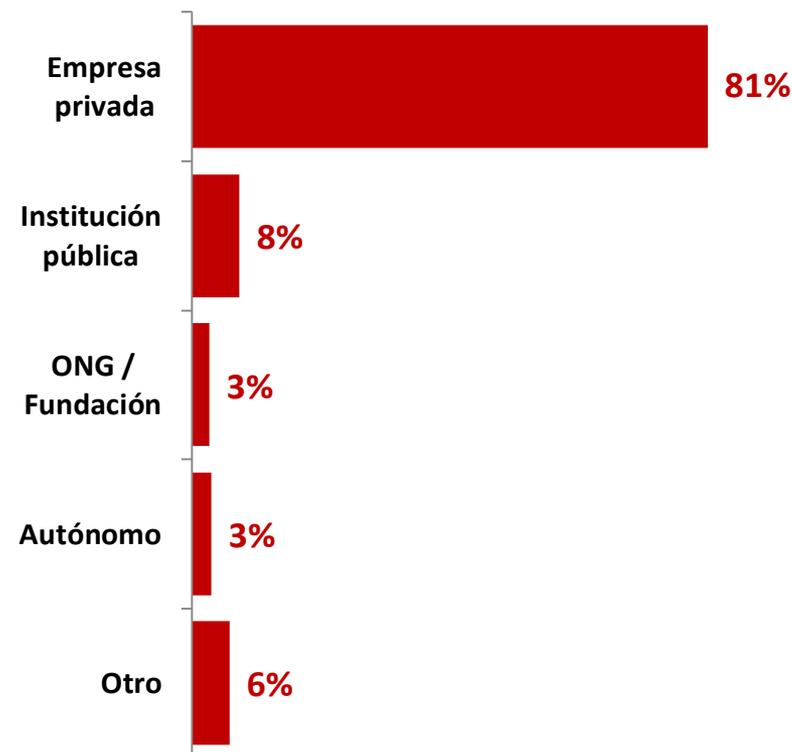


- ✓ La mayor parte de las personas entrevistadas trabajan en empresas con más de 100 empleados; concretamente, el 45% del total.
- ✓ En cuanto a tipo de organización, la mayoría de los entrevistados desempeñan su actividad profesional en empresas privadas (81% de los entrevistados).

Número de empleados



Tipo de organización





Consulting • Research • Communication

www.gad3.com

C/ Alcalá 75, 4º izq. 28009-Madrid

Tel: +34 91 369 7994

madrid@gad3.com



@GAD3_com



GAD3