

EROSKI CONSUMER con notable y en ascenso

Un año más, los consumidores valoran de manera muy satisfactoria nuestro proyecto informativo



Los resultados

>> La revista

¿Se conoce la revista?

Por supuesto. Más de la mitad de la población conoce la revista EROSKI CONSUMER. No en vano, es la más nombrada de todas las que existen en el mercado de temática similar. El porcentaje escala hasta casi el 90% cuando la pregunta se formula entre los clientes de EROSKI.

Además, EROSKI CONSUMER se posiciona como una revista de referencia en el sector de las publicaciones relacionadas con el consumo, siendo la opción preferida para siete de cada diez lectores de este tipo de medio. De hecho, el lector cada vez tiene más claro cómo definir la revista: el 57% de los lectores considera que es una publicación práctica y útil para la vida cotidiana, mientras que el 19,2% piensa que aporta información necesaria para comprar mejor. Ambos porcentajes se incrementan en el último año tres y medio punto, respectivamente.

La revista continúa manteniendo buenos niveles de valoración que resultan ligeramente superiores con respecto a 2011. Así, la satisfacción de los lectores con EROSKI CONSUMER se traduce en un notable 7,6.

¿Qué es lo más valorado?

Los aspectos mejor valorados coinciden con las líneas básicas que caracterizan a la publicación desde sus inicios: contenidos amenos y de fácil comprensión, gracias a un sencillo estilo de redacción y a un diseño muy visual, y siempre tratados con objetividad y rigor. La revista destaca, sobre todo, por sus contenidos comprensibles y el estilo de redacción, que en la valoración de los lectores roza el notable alto con un 7,9 sobre 10 puntos.

En EROSKI CONSUMER trabajamos para servir de ayuda al consumidor. Somos un medio de comunicación que refleja con informaciones rigurosas y de calidad los temas que interesan y preocupan al consumidor de hoy en día, para que pueda decidir en cada ocasión lo más conveniente para sus intereses. Por eso, nuestra temática es amplia y variada y abarca: Alimentación, Bebé, Bricolaje, Economía Doméstica, Educación, Mascotas, Medio Ambiente, Salud, Solidaridad, Nuevas Tecnologías y Seguridad Alimentaria.

Con ese compromiso nació en 1974 esta revista impresa y desde 1998 en Internet su hermana "pequeña", la web de EROSKI CONSUMER (www.consumer.es).

Pero en realidad ¿somos una guía de referencia para el consumidor? ¿Ofrecemos la información útil y práctica que demanda? ¿Seguimos fiel a nuestras intenciones iniciales?

La labor que realizamos desde EROSKI CONSUMER es testada todos los meses por nuestros lectores y usuarios: ya sea recogiendo o no la revista en su tienda o hiper habitual, leyendo cada página o solo los contenidos que más le interesan, visitando nuestra web de forma asidua o accediendo a los boletines temáticos de cada canal al que está suscrito.

Sin embargo, cada año queremos saber si el periodismo de servicio que desempeñamos desde hace casi 40 años es el que espera el consumidor de estos tiempos. Para conocer su opinión, hemos realizado una amplia encuesta en la que han participado más de 2.300 personas a quienes agradecemos su colaboración desinteresada, no hay duda de que nos ayudarán a mejorar.



¿CONOCE LA REVISTA EROSKI CONSUMER?

