

INFORME DE INVESTIGACIÓN

Estudio de SATISFACCIÓN

Para: **lacnic** 

11 de Junio de 2018



Caracterización



Evaluación global del evento *LACNIC 29*



Nuevos participantes



Sugerencias de mejora



Conclusiones

Aspectos técnicos - metodológicos

Objetivo general:

Evaluación con la organización de eventos «LACNIC»

- ***Satisfacción global*** con los servicios ofrecidos y ***razones***
- ***Motivos de asistencia*** al evento
- Principales ***temas de interés***
- ***Experiencia y visión*** de quienes participan por primera vez



Para el cumplimiento de los objetivos de investigación se implementó una **estrategia metodológica con herramientas cuantitativas**



- **Universo:** Participantes en eventos organizados por LACNIC
- **Unidad de análisis:** individuos
- **Tipo de entrevista:** Auto-administrada
- **Tamaño muestra:** 219 casos
- **Duración de la entrevista:** 10 minutos promedio

Análisis de la Información

1. CARACTERIZACIÓN

1.a. PERFIL

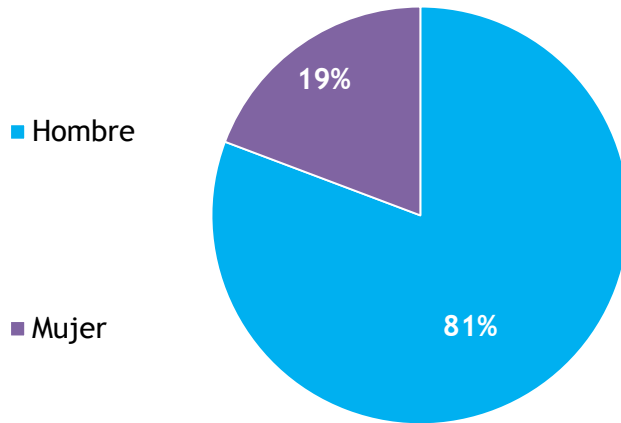


MERCOPLUS
LATIN AMERICA
Investigación de Mercado

PERFIL DE LOS PARTICIPANTES

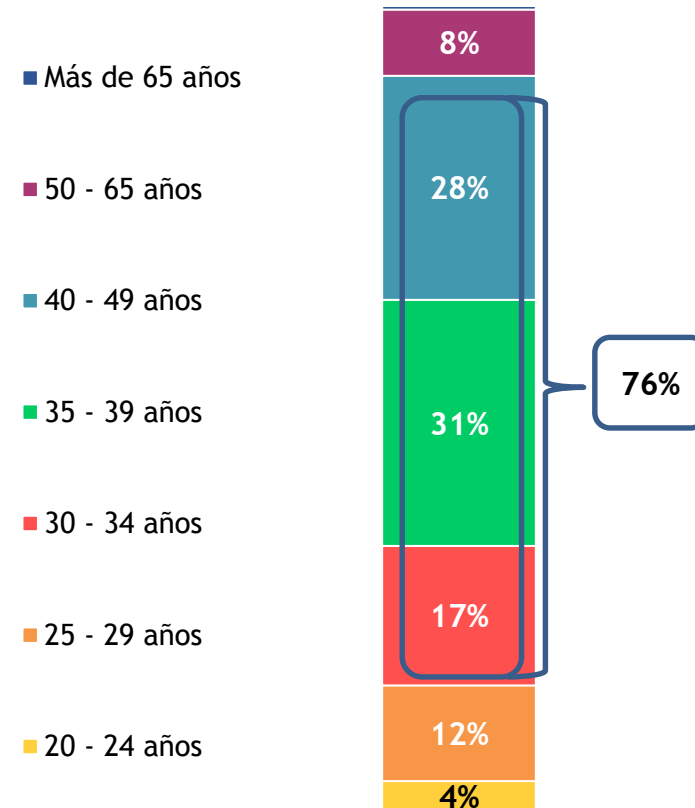
SEXO

Por favor indique su sexo [RU]



EDAD

¿Cuál es su edad? [RU]

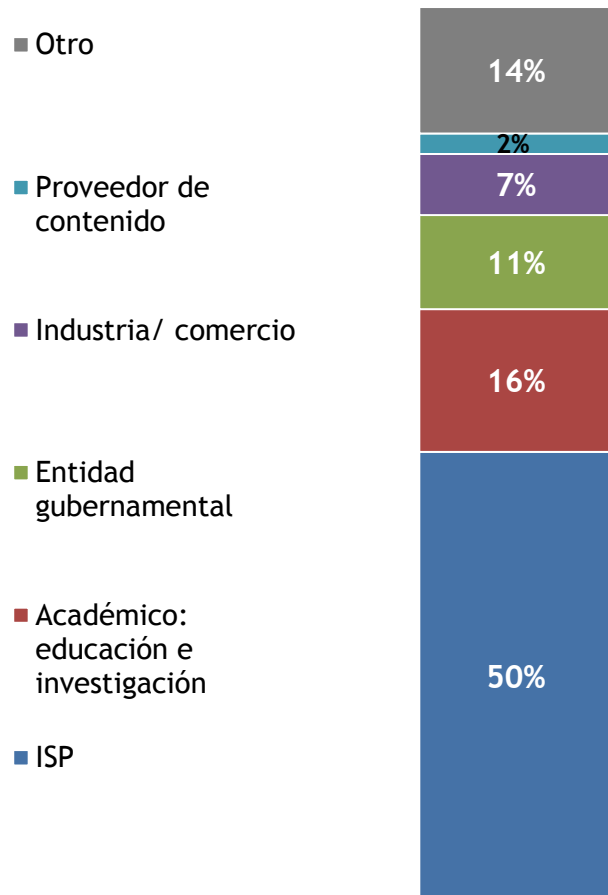


Se observa una **MAYOR RESPUESTA** de las **MUJERES**, y el segmento de **EDADES MEDIA AUMENTA** respecto a la medición pasada.

PERFIL DE LOS PARTICIPANTES

TIPO DE ORGANIZACIÓN

Podría marcar ¿cuál es el tipo de organización a la que pertenece? [RU-ESP]

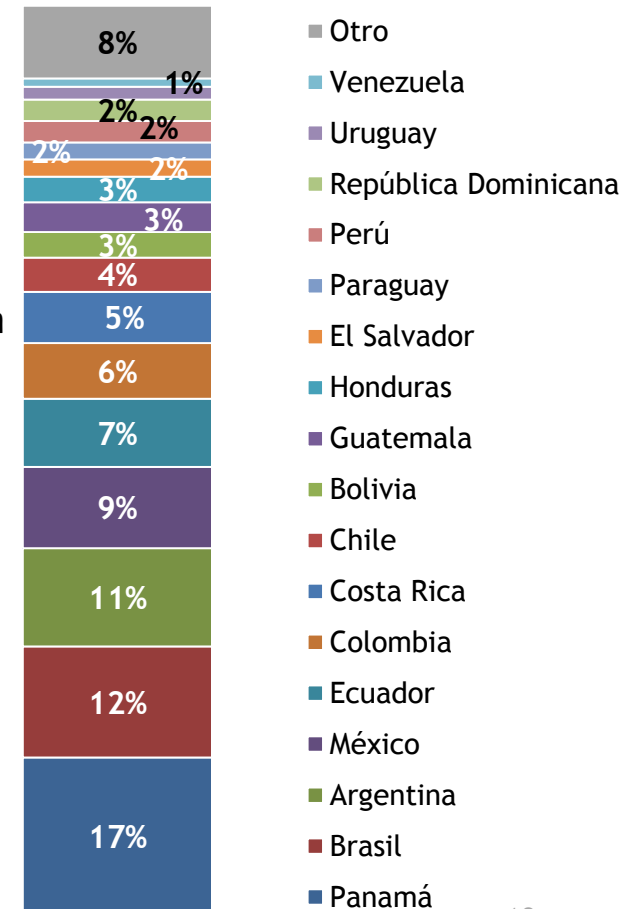


En términos generales se **MANTIENE** el perfil de las organizaciones respondentes. El único sector que manifestó una baja fue sector **ACADÉMICO** con 5 puntos porcentuales por debajo del evento anterior.

En cuanto a la concurrencia por países, este evento tuvo un mayor equilibrio que los anteriores.

PAÍS DE RESIDENCIA

¿En qué país reside? [RU-ESP]



PERFIL DE LOS PARTICIPANTES según MOTIVOS de asistencia

Podría marcar ¿cuál es el tipo de organización a la que pertenece? [RU-ESP]

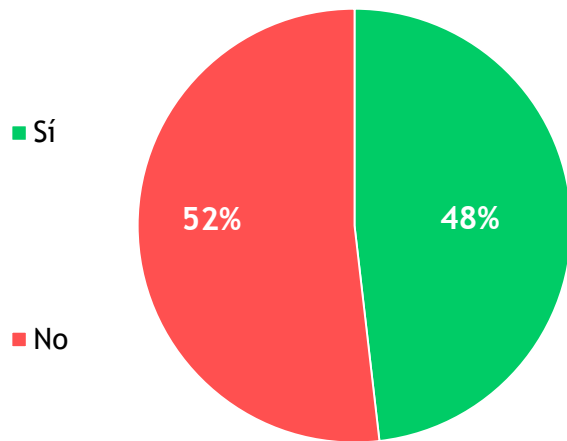
	Total	Networking	Relaciones comerciales	Implementación IPv6	Ser miembro de LACNIC	Conocimiento técnico	Foro de políticas	Foro técnico de LACNIC
ISP	50%	53%	61%	63%	61%	52%	50%	51%
Académico: educación e investigación	16%	15%	4%	16%	16%	18%	13%	19%
Entidad gubernamental	11%	7%	8%	10%	5%	11%	14%	11%
Industria / Comercio	7%	7%	13%	2%	5%	7%	4%	4%
Proveedor de contenido	2%	2%	3%	2%	1%	2%	2%	2%
Otros*	14%	16%	12%	7%	12%	10%	18%	14%

***Otros incluye:** CABASE, ISOC, Seguridad informática, Data Center, Independiente, Servicios, Carrier, RIR, ASEP, ONG, Administrador IXP, NIC, Consultor, Cooperativa de Telecomunicaciones, CERT, Personal, CDN, CCTLD, CISCO, Sin fines de lucro, Capacitación y Consultoría

PARTICIPACIÓN



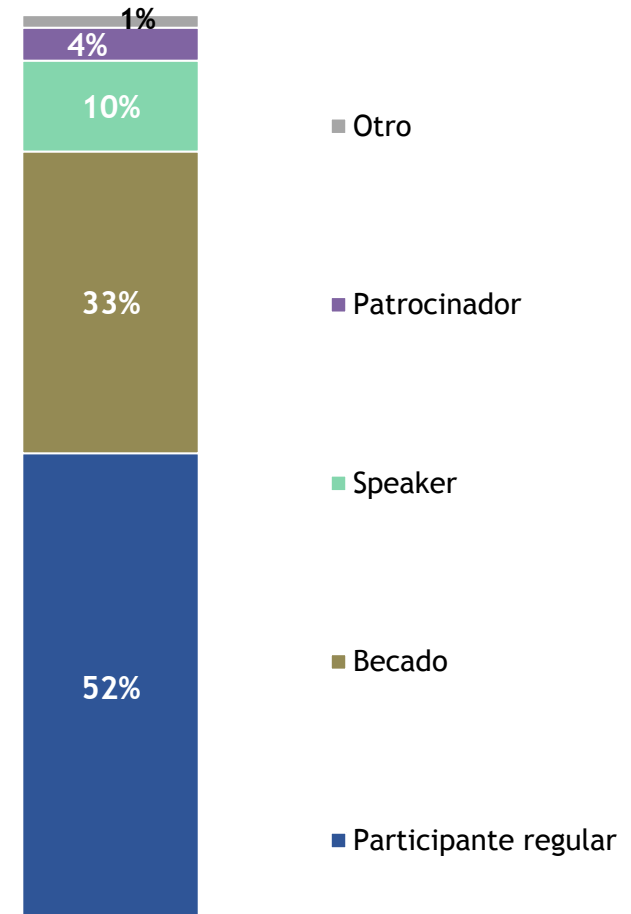
¿LACNIC 29 fue su primera experiencia en un evento de LACNIC? [RU - ESP]



Se visualiza una **MAYOR PARIDAD** entre aquellos respondientes que han llegado por primera vez vs. los ya experientes. El segmento de **BECADOS** desciende respecto a la medición anterior, en 7 puntos porcentuales.

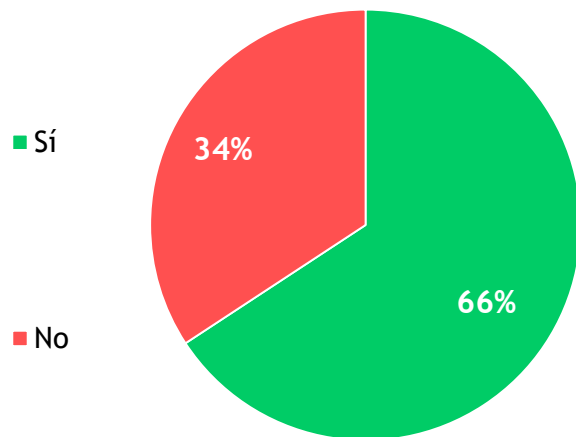
Base: total de la muestra

En este evento, ¿Ud. fue...? [RU]

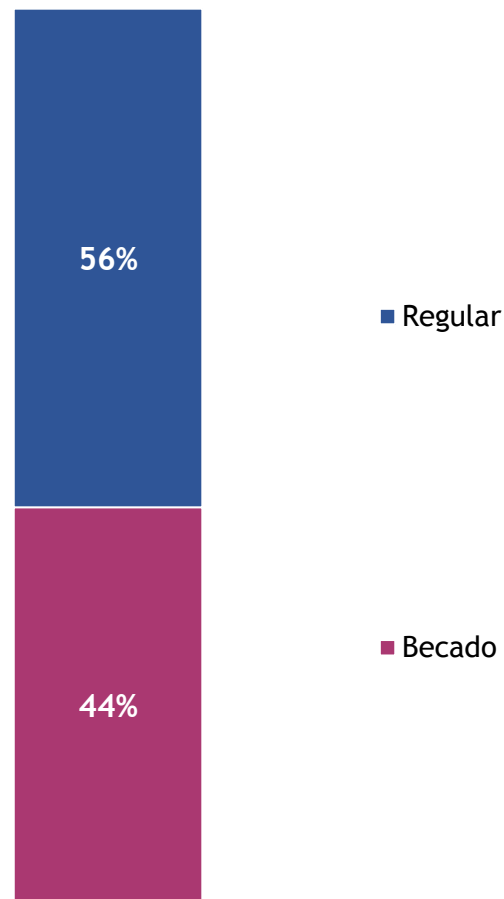


MIEMBRO LACNIC

¿Es miembro de LACNIC? [RU - ESP]



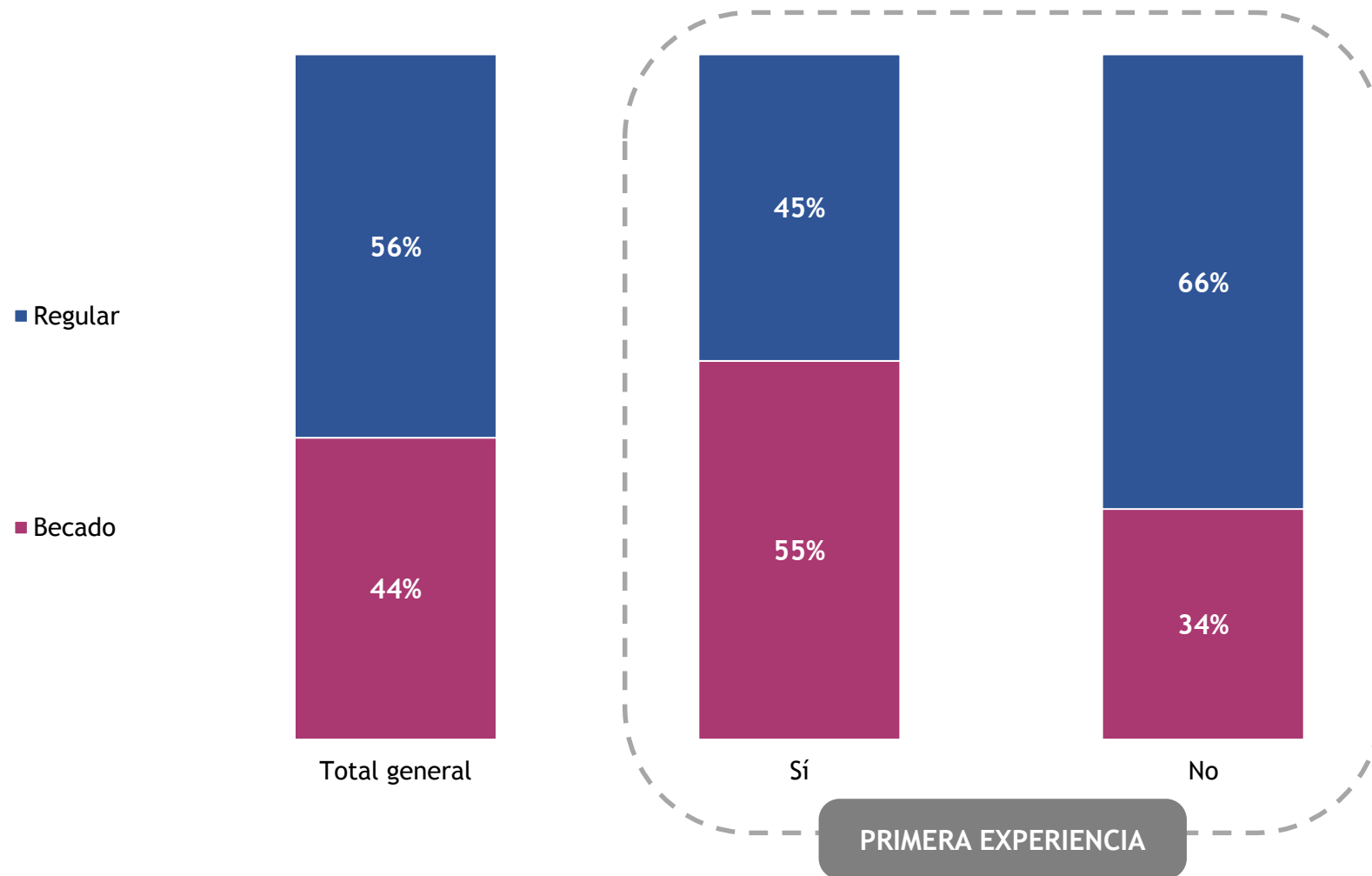
¿Usted es un participante becado o regular? [RU - ESP]



Este último evento contó con **MAYOR** peso de **MIEMBROS** de LACNIC

MIEMBRO LACNIC

¿Usted es un participante becado o regular?
¿LACNIC 29 fue su primera experiencia en un evento de LACNIC? [RU - ESP]



BENCHMARK DE INDICADORES

		BENCHMARK	Jun-18
ORGANIZACIÓN	Académico: educación e investigación	20%	16%
	ISP	49%	50%
	Entidad gubernamental	7%	11%
	Industria / Comercio	9%	7%
	Proveedor de contenido	3%	2%
	Otros	13%	14%
ROL EN EVENTO	Primera experiencia	59%	48%
	Speaker	9%	10%
	Participante regular	53%	52%
	Patrocinador	3%	4%
	Becado	34%	33%
	Otros	3%	1%
	Miembro LACNIC	60%	66%
TIPO DE PARTICIPACIÓN	Becado	41%	56%
	Regular	60%	44%

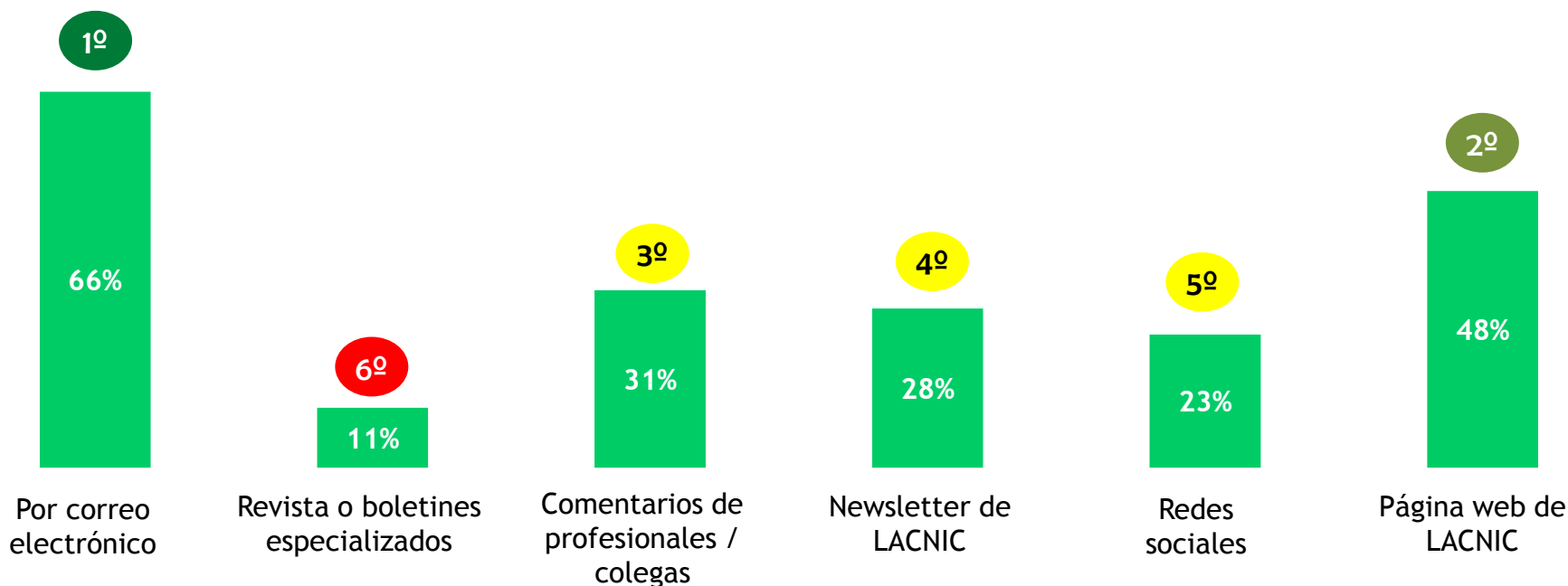
El "Benchmark" es el promedio de los dos eventos anteriores (2017), en cada uno de los indicadores presentados.

2. EVALUACIÓN GLOBAL DEL EVENTO *LACNIC* 29

MEDIOS DE INFORMACIÓN según Total de Participantes



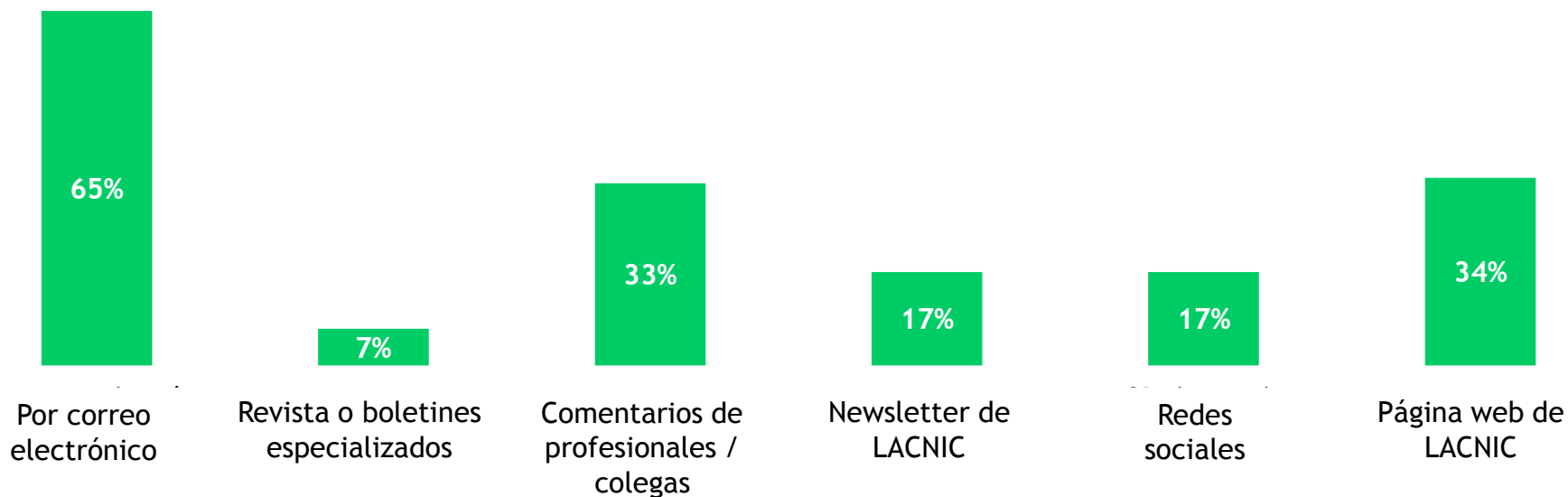
¿A través de qué medios se enteró del evento LACNIC 29? [RM]



Queda claro que el medio de información por **EXCELENCIA** es el **CORREO ELECTRÓNICO**, seguido por la **WEB** de LACNIC.

MEDIOS DE INFORMACIÓN según Participantes por Primera vez

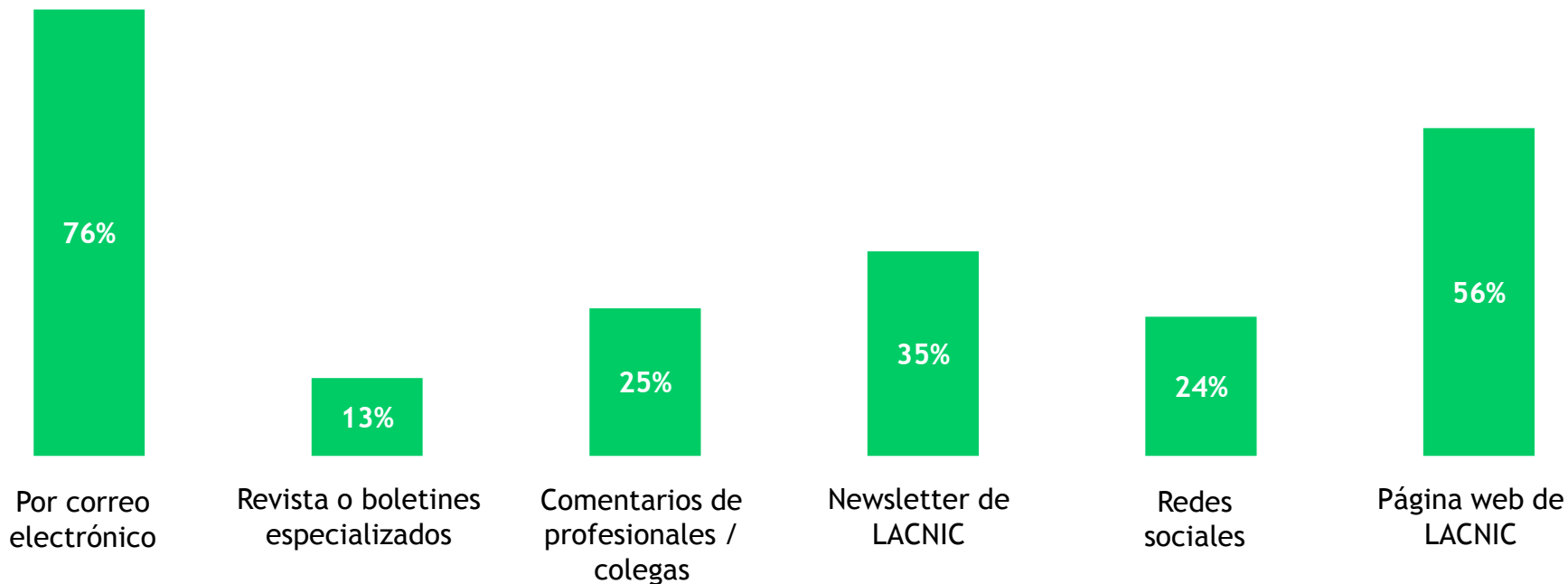
¿A través de qué medios se enteró del evento LACNIC 29? [RM]



MEDIOS DE INFORMACIÓN según Asociados a LACNIC



¿A través de qué medios se enteró del evento LACNIC 29? [RM]



BENCHMARK DE INDICADORES

		BENCHMARK	Jun-18
MEDIOS	Correo electrónico	56%	66%
	Revistas o boletines especializados	7%	11%
	Comentarios de profesionales / colegas	35%	31%
	Newsletter de LACNIC	27%	28%
	Redes sociales	17%	23%
	Página web de LACNIC	40%	48%

El "Benchmark" es el promedio de los dos eventos anteriores (2017), en cada uno de los indicadores presentados.

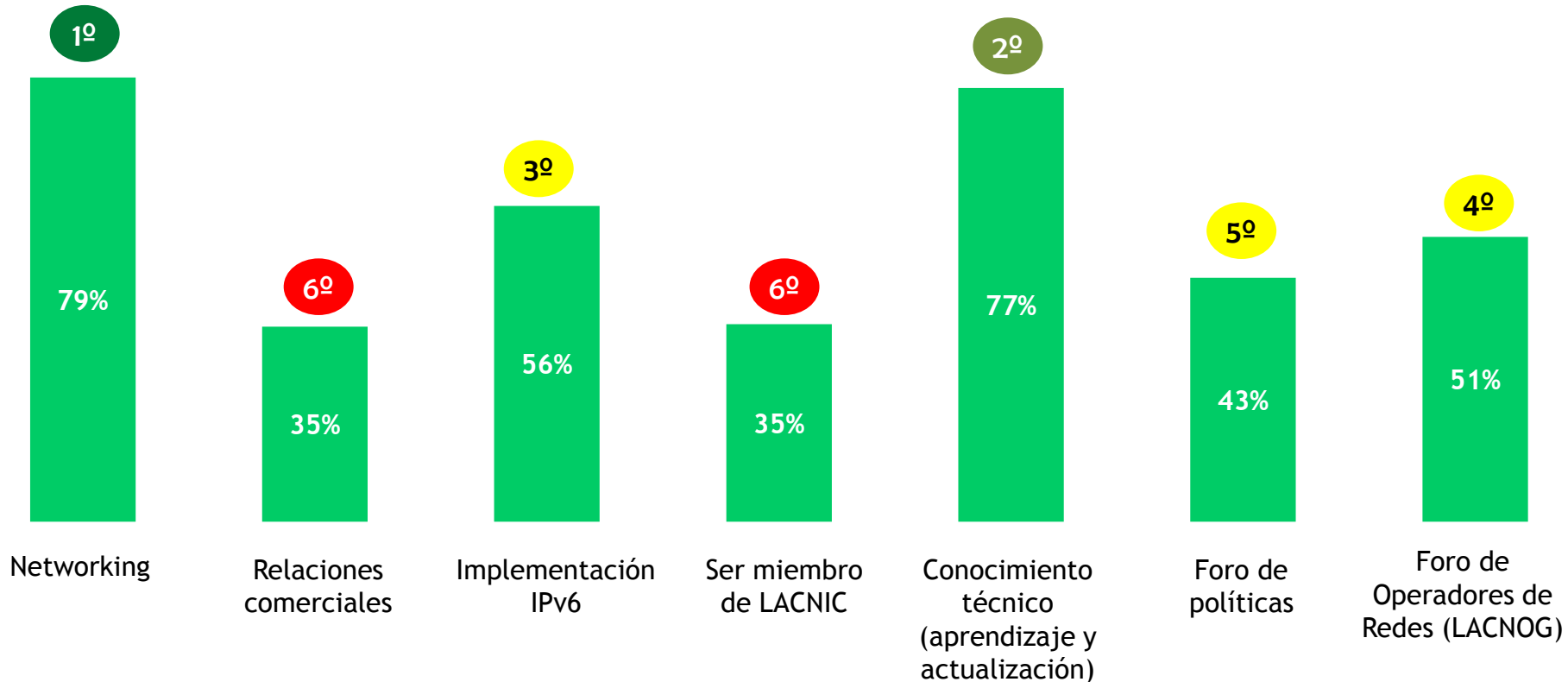
2.a. MOTIVOS DE ASISTENCIA



MERCOPLUS
LATIN AMERICA
Investigación de Mercado

MOTIVOS DE ASISTENCIA

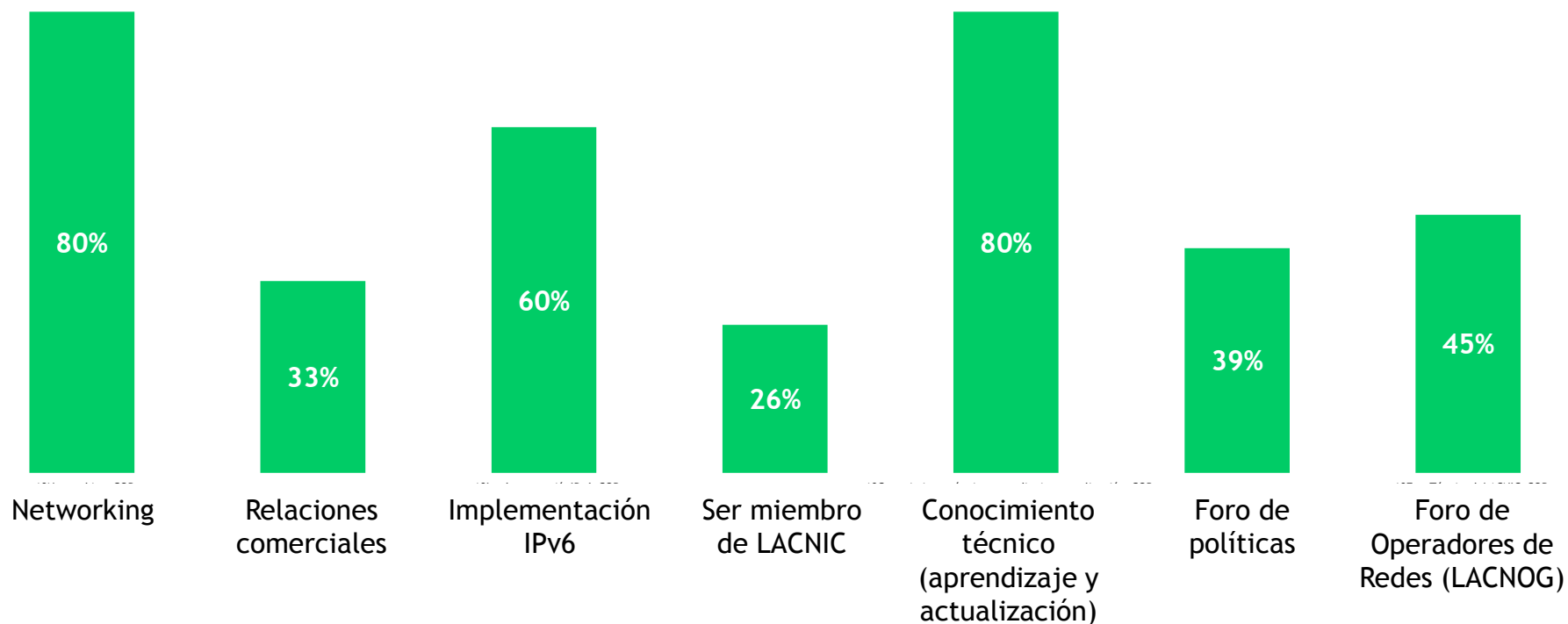
¿Cuáles fueron los motivos/razones por los cuáles Ud. decidió concurrir al evento? [RM]



El **NETWORKING** y el **CONOCIMIENTO TÉCNICO**, siguen siendo los mayores motivos de asistencia.

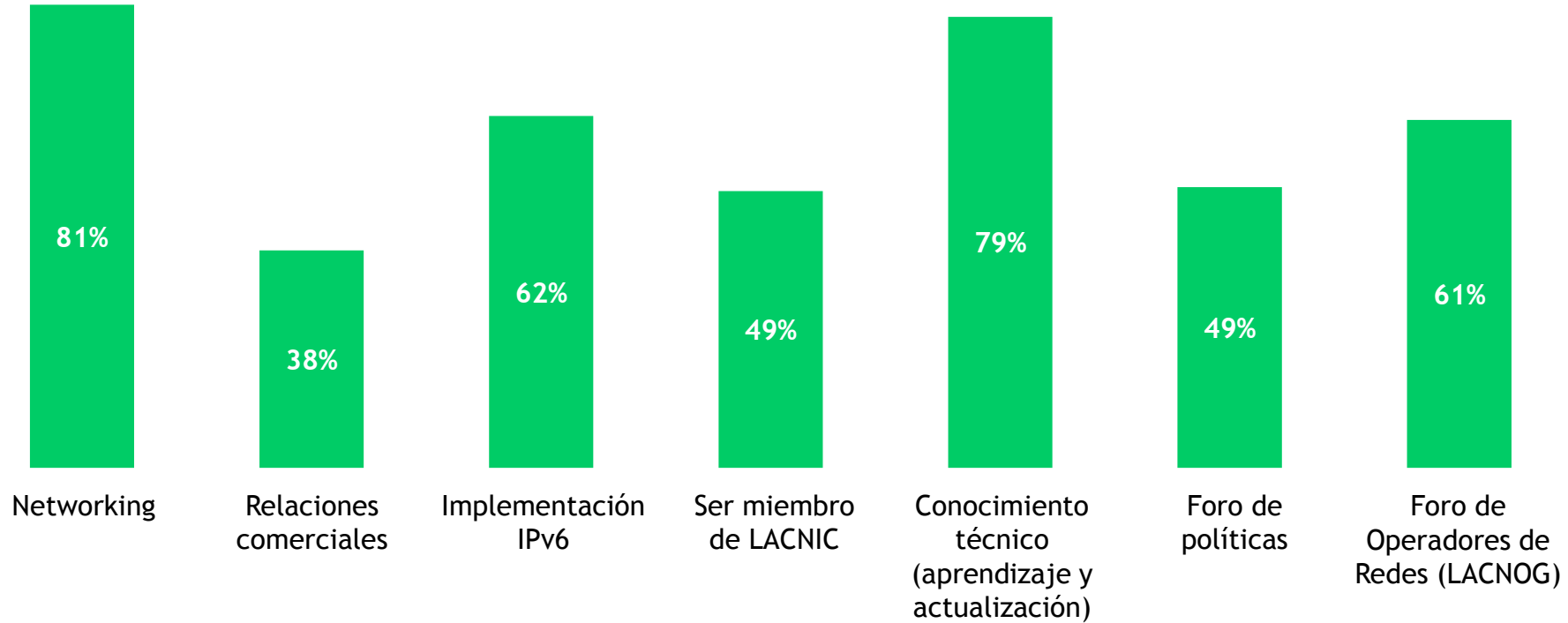
MOTIVOS DE ASISTENCIA (I)

¿Cuáles fueron los motivos/razones por los cuáles Ud. decidió concurrir al evento? [RM]



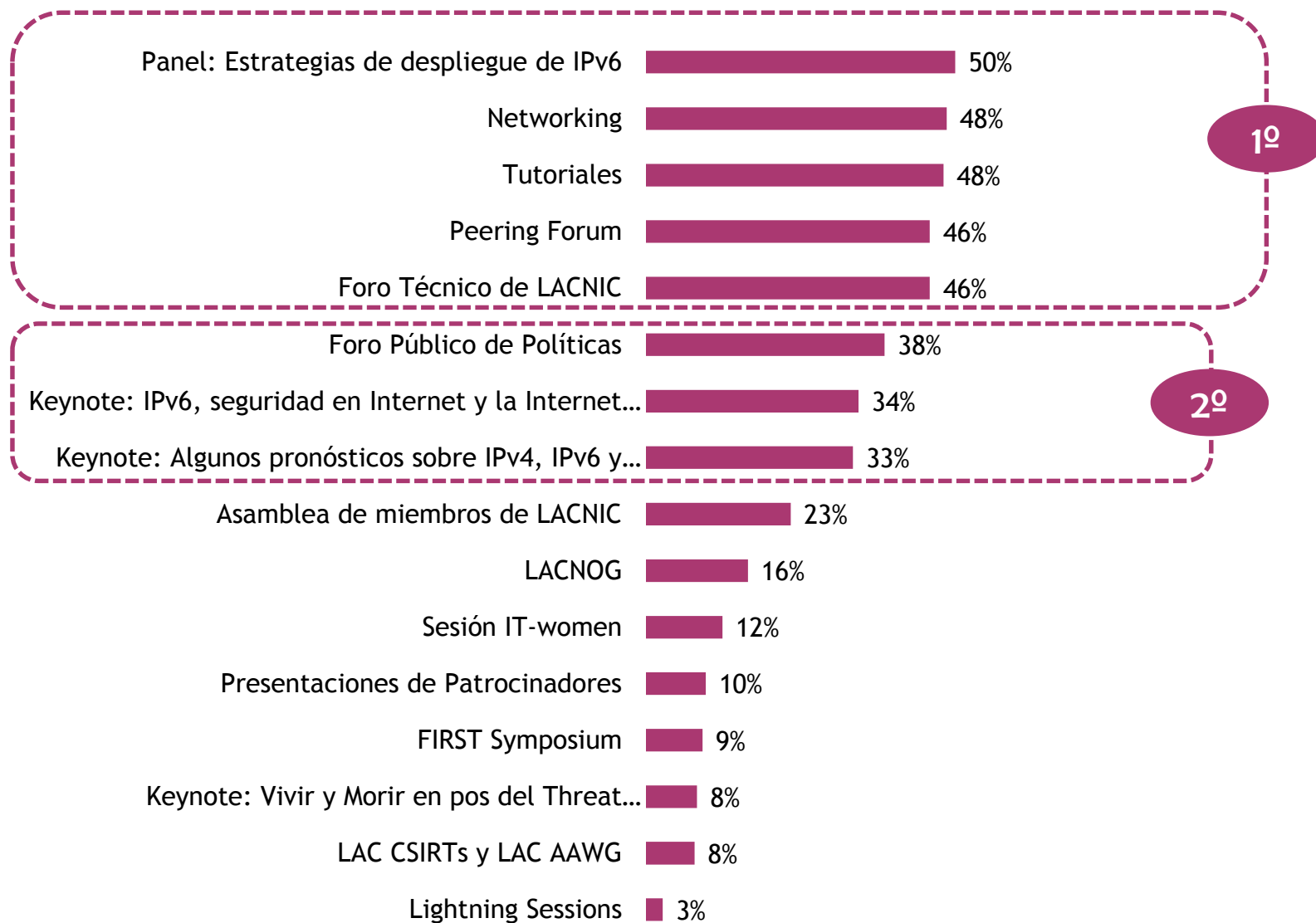
MOTIVOS DE ASISTENCIA: según ASOCIADOS a LACNIC

¿Cuáles fueron los motivos/razones por los cuáles Ud. decidió concurrir al evento? [RM]



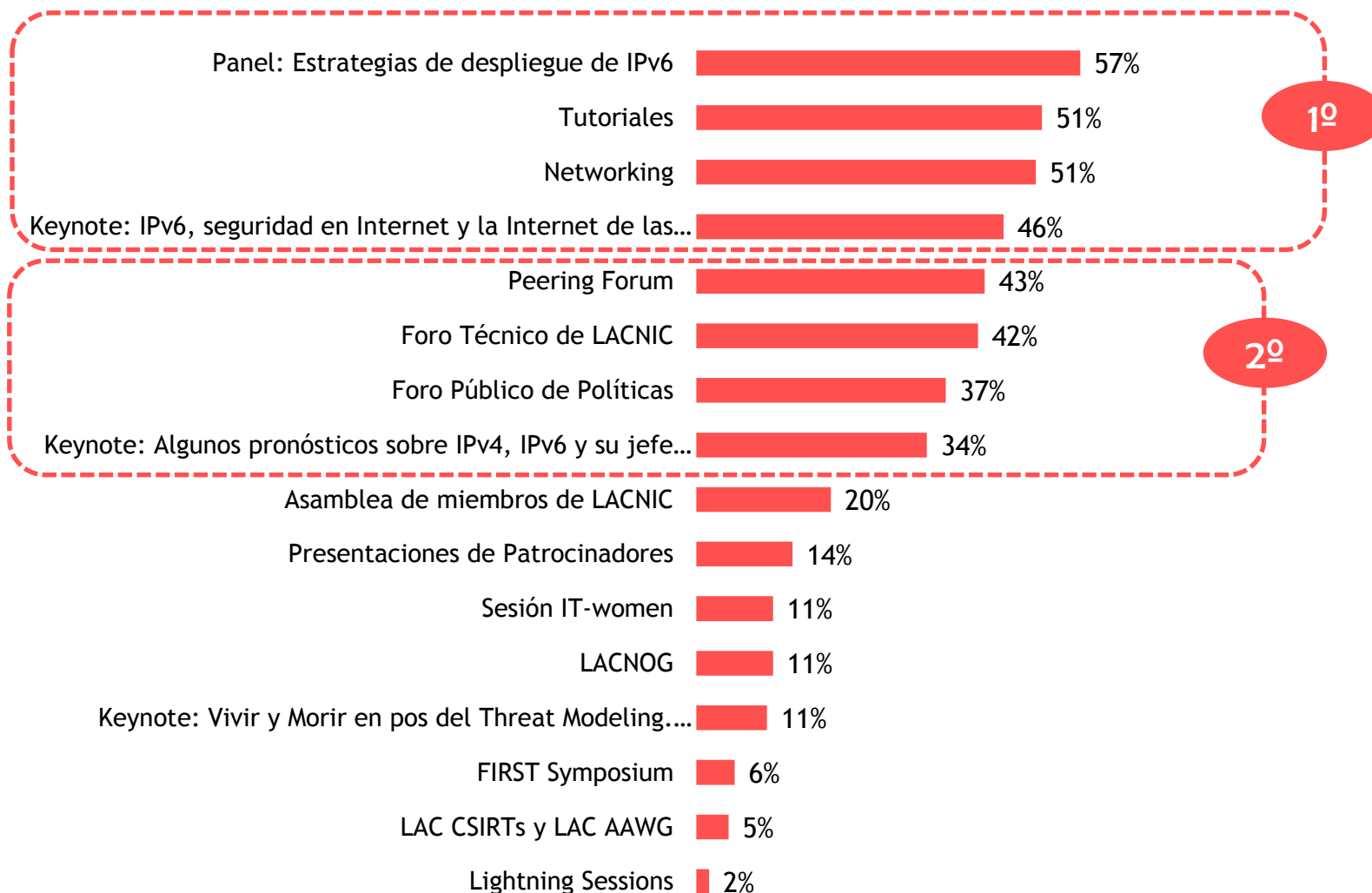
TEMÁTICAS MÁS INTERESANTES

¿Cuáles fueron las temáticas tratadas en el evento que más le interesaron? [RM hasta 5 respuestas]



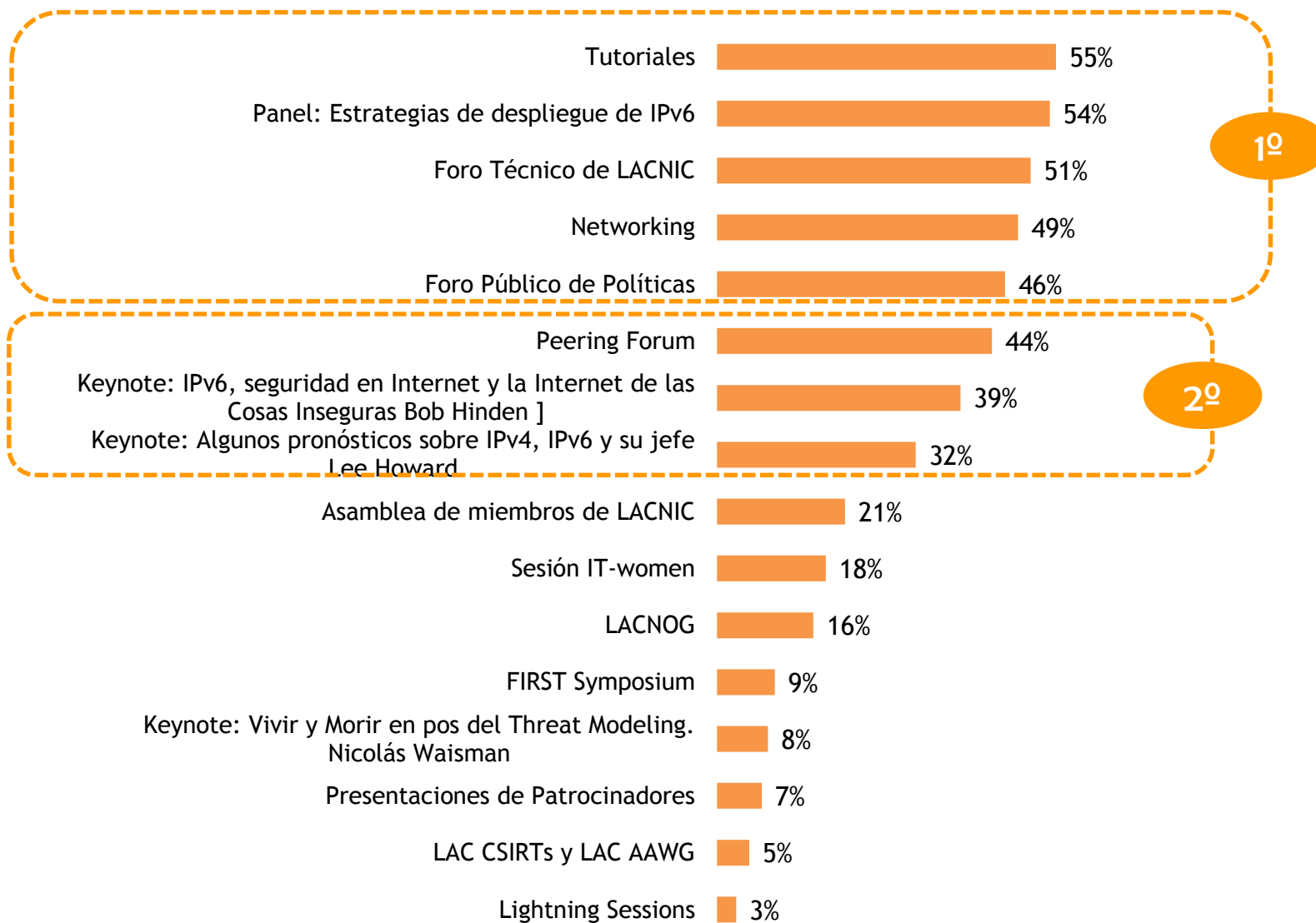
TEMÁTICAS MÁS INTERESANTES, según participantes 1ª. vez

¿Cuáles fueron las temáticas tratadas en el evento que más le interesaron? [RM hasta 5 respuestas]



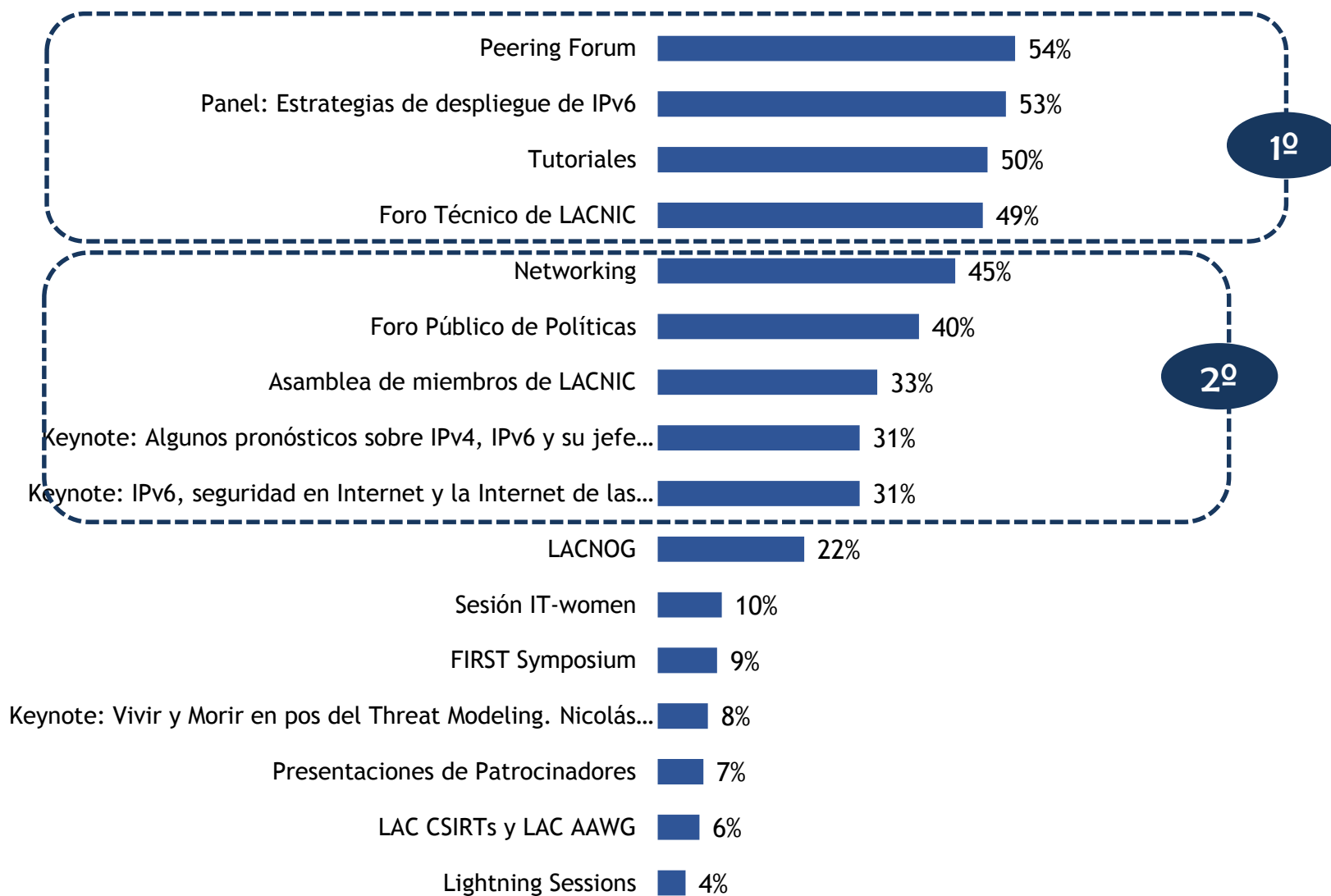
TEMÁTICAS MÁS INTERESANTES: según BECADOS

¿Cuáles fueron las temáticas tratadas en el evento que más le interesaron? [RM hasta 5 respuestas]



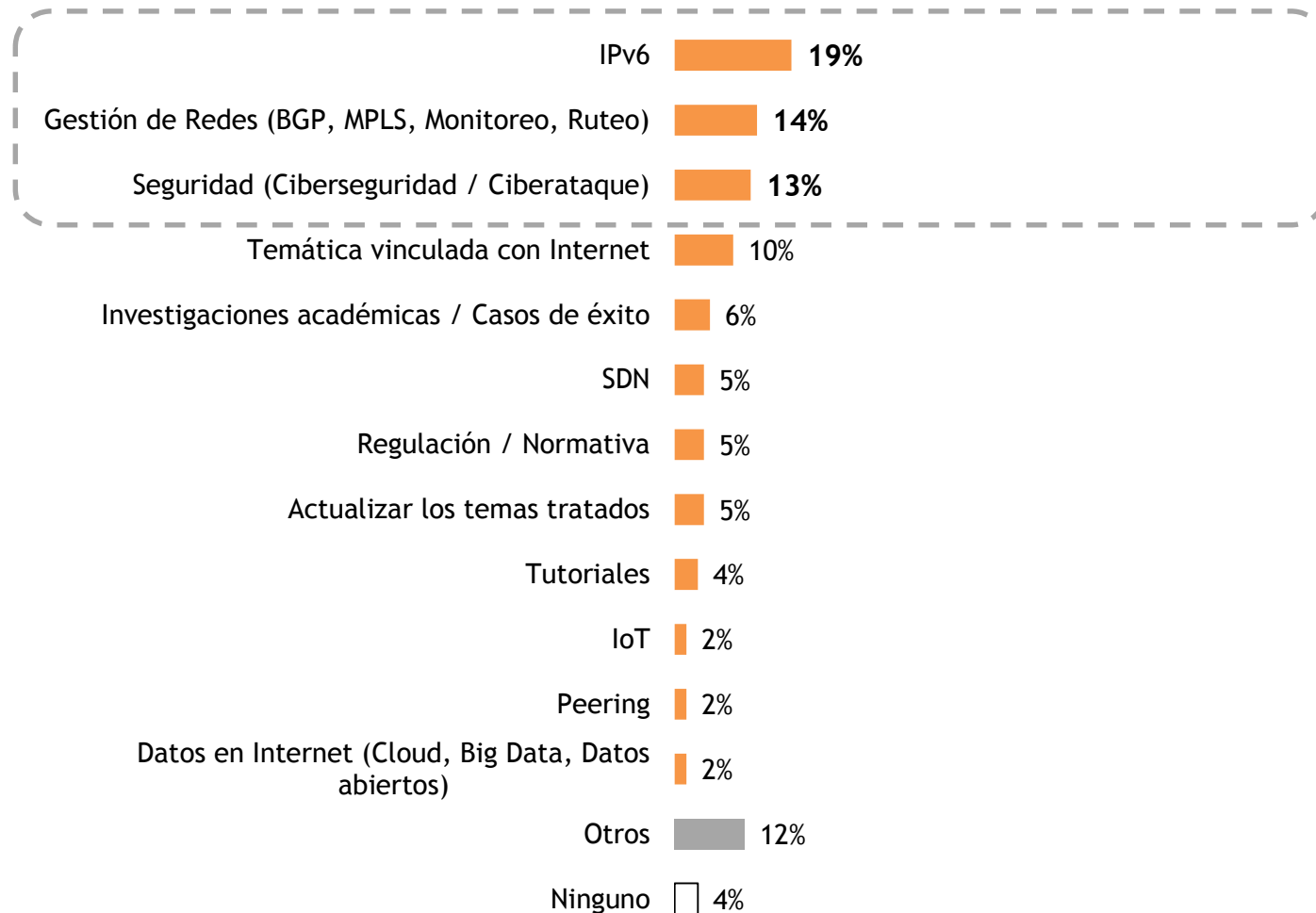
TEMÁTICAS MÁS INTERESANTES: según ASOCIADOS

¿Cuáles fueron las temáticas tratadas en el evento que más le interesaron? [RM hasta 5 respuestas]



OTRAS TEMÁTICAS DE INTERÉS

¿Hay algún tema que no se trató en este evento, que le gustaría que lo tuviéramos en cuenta para las próximas ediciones? [RM-ESP]

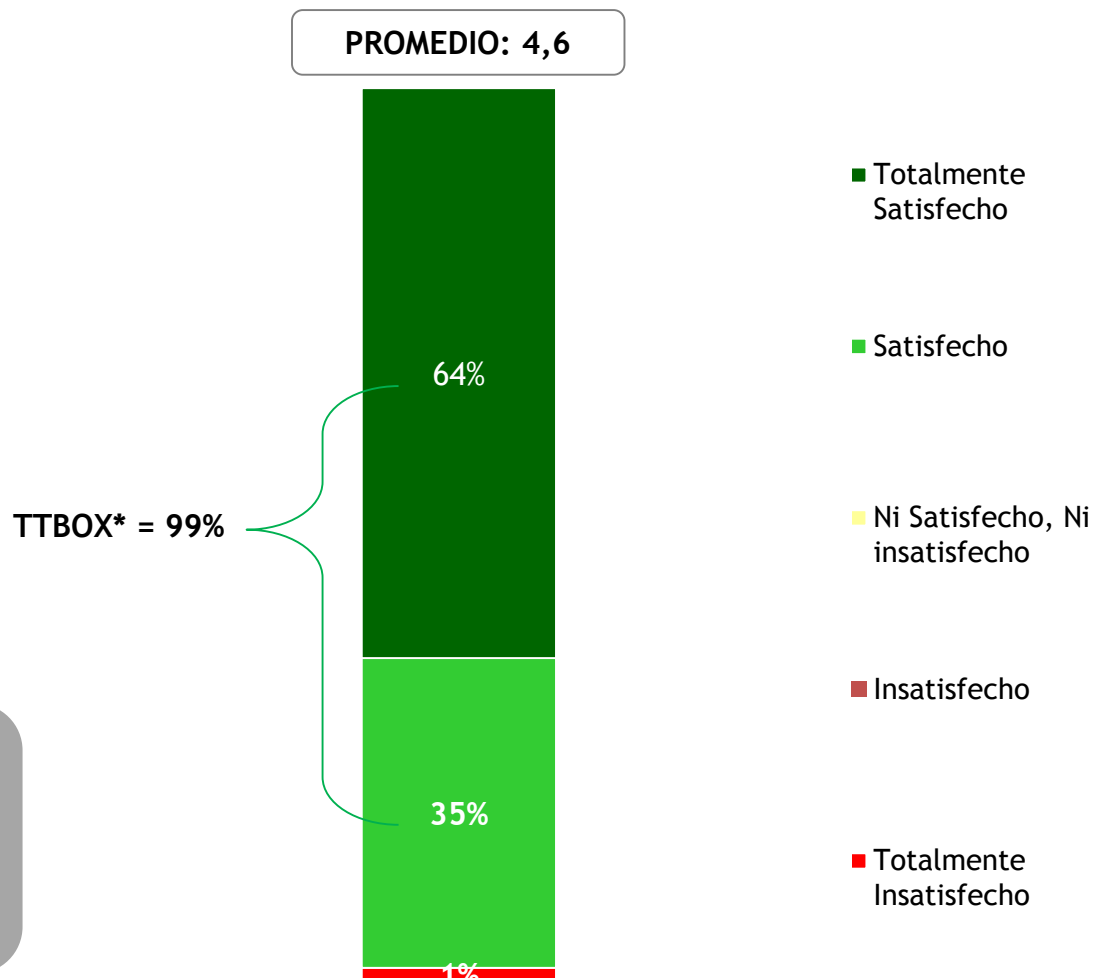


2.b. NIVEL DE SATISFACCIÓN GLOBAL

SATISFACCIÓN GLOBAL (I)



Utilizando una escala del 1 al 5, dónde 1 es “Totalmente Insatisfecho” y 5 “Totalmente Satisfecho” ¿qué tan satisfecho se encuentra en términos generales con el evento de LACNIC?
[RU-GUI]



Benchmark del mercado

TTBOX: 96%
Promedio: 4,5

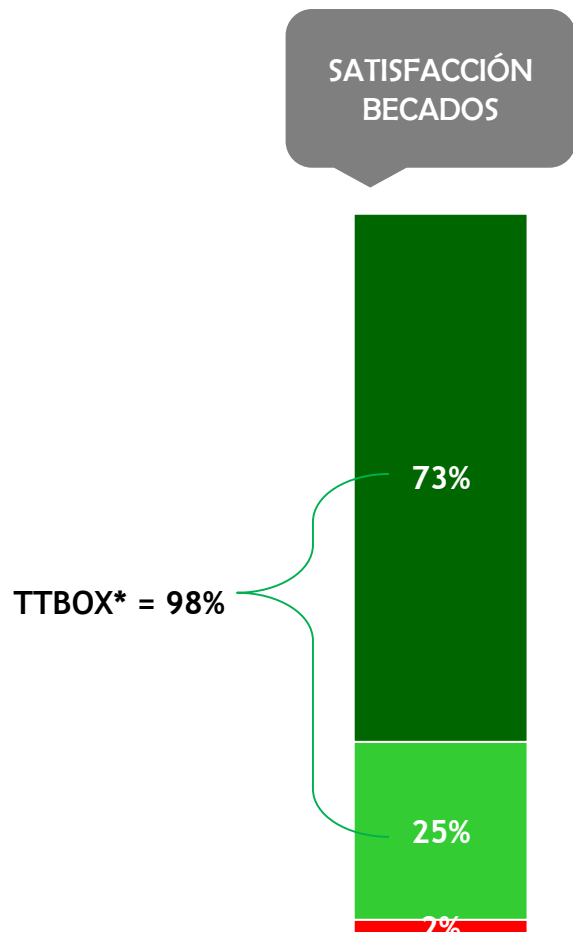
Base: total de la muestra

*TTBOX: Es la suma de los dos valores extremos de la escala (4 y 5)

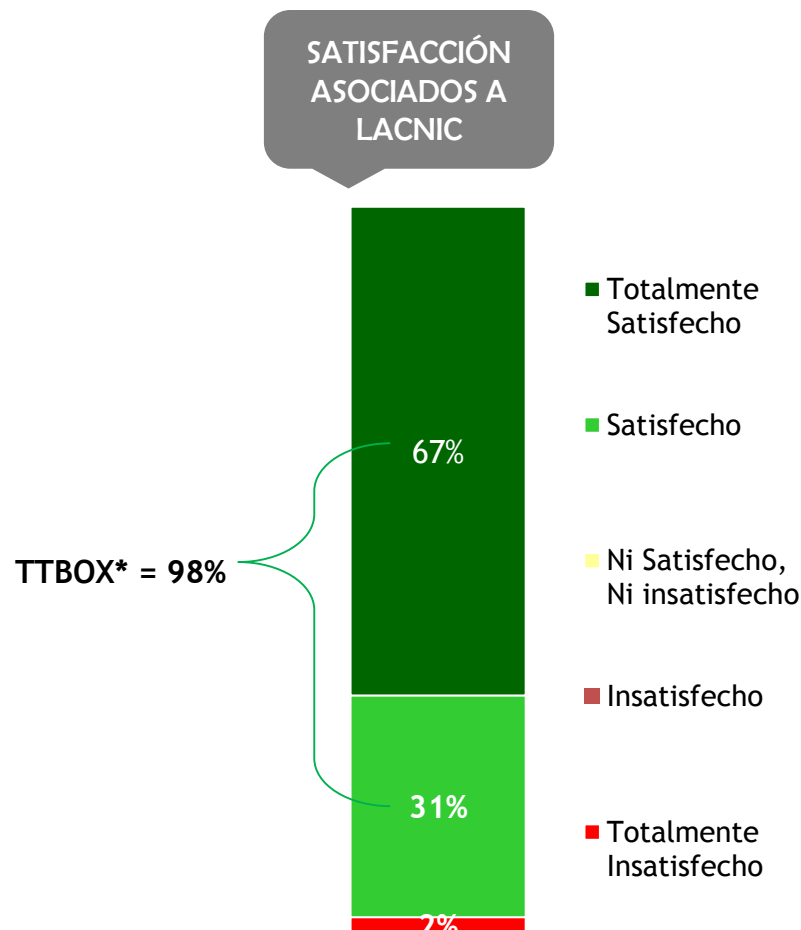
SATISFACCIÓN GLOBAL (II)



Utilizando una escala del 1 al 5, dónde 1 es “Totalmente Insatisfecho” y 5 “Totalmente Satisfecho” ¿qué tan satisfecho se encuentra en términos generales con el evento de LACNIC?
[RU-GUI]



Base: total de quienes son becados

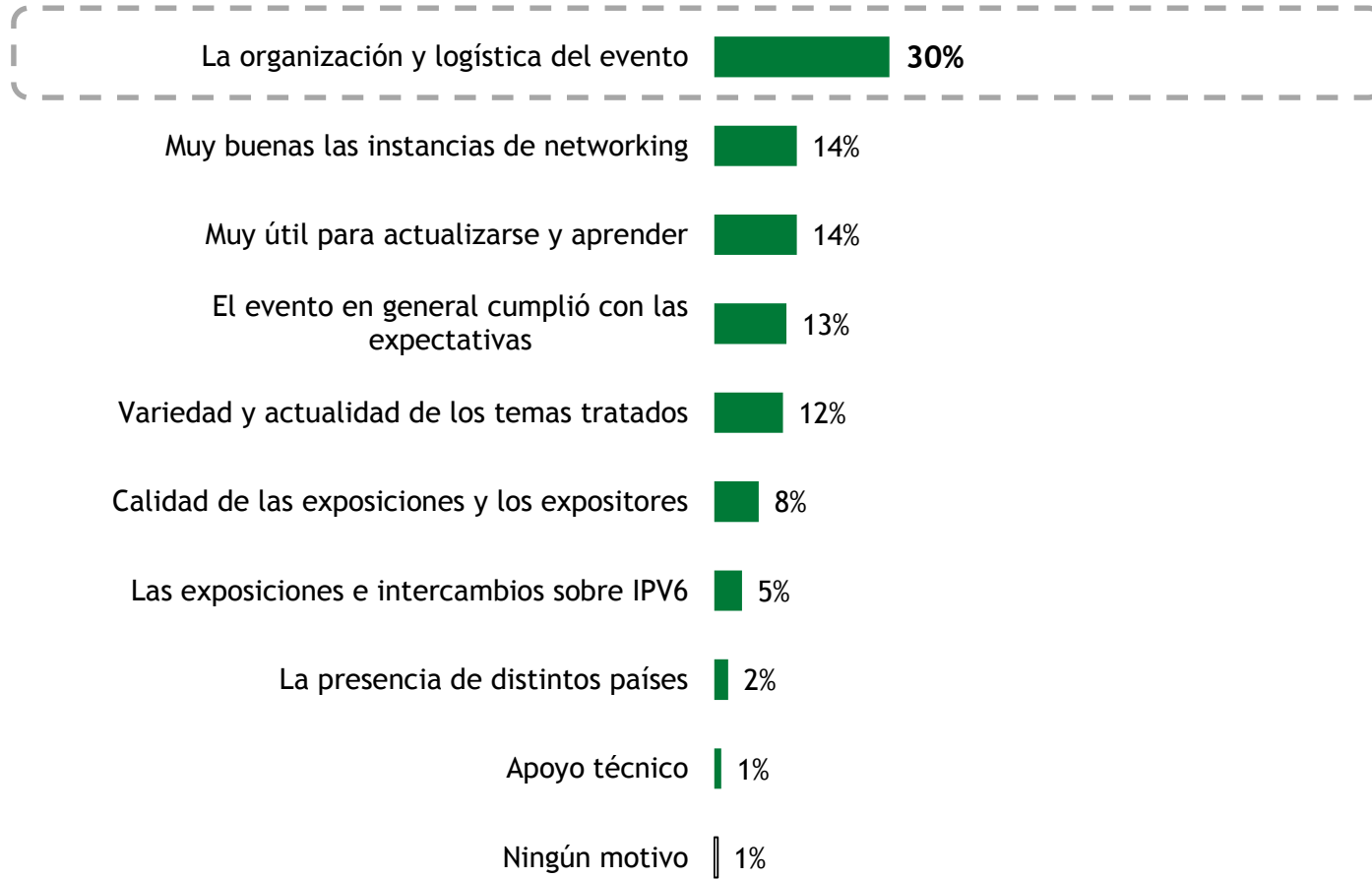


Base: Total de Asociados a LACNIC

ASPECTOS A MEJORAR de quienes hoy se sienten Totalmente Satisfechos

64%

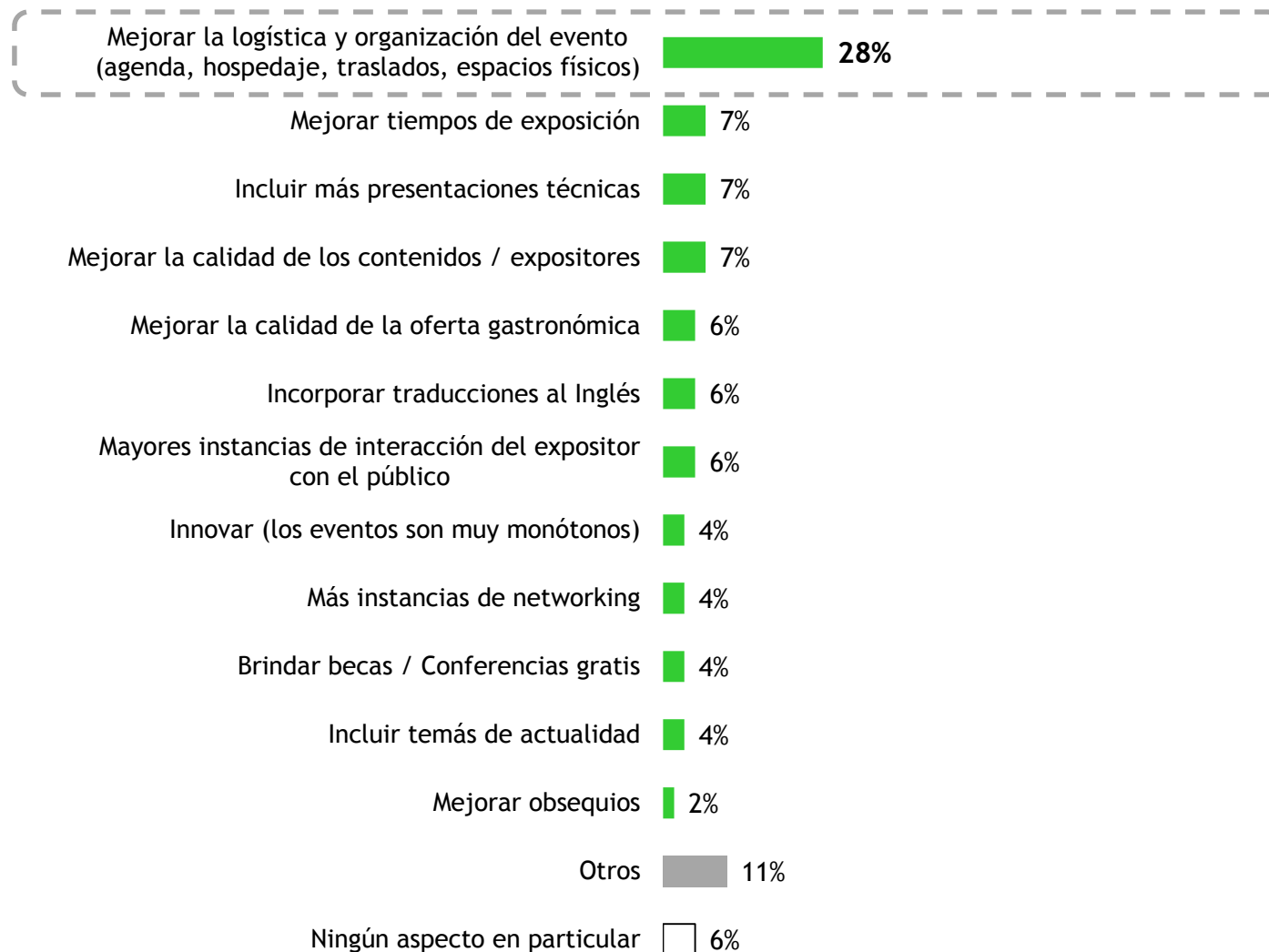
Dígame ¿por qué motivos usted se siente Totalmente Satisfecho con el evento de LACNIC? [RM-ESP]



ASPECTOS A MEJORAR de quienes hoy se sienten Totalmente Satisfechos

35%

¿Qué aspectos deberían mejorar para que Usted pudiera decir que se siente Totalmente satisfecho? [RM-ESP]



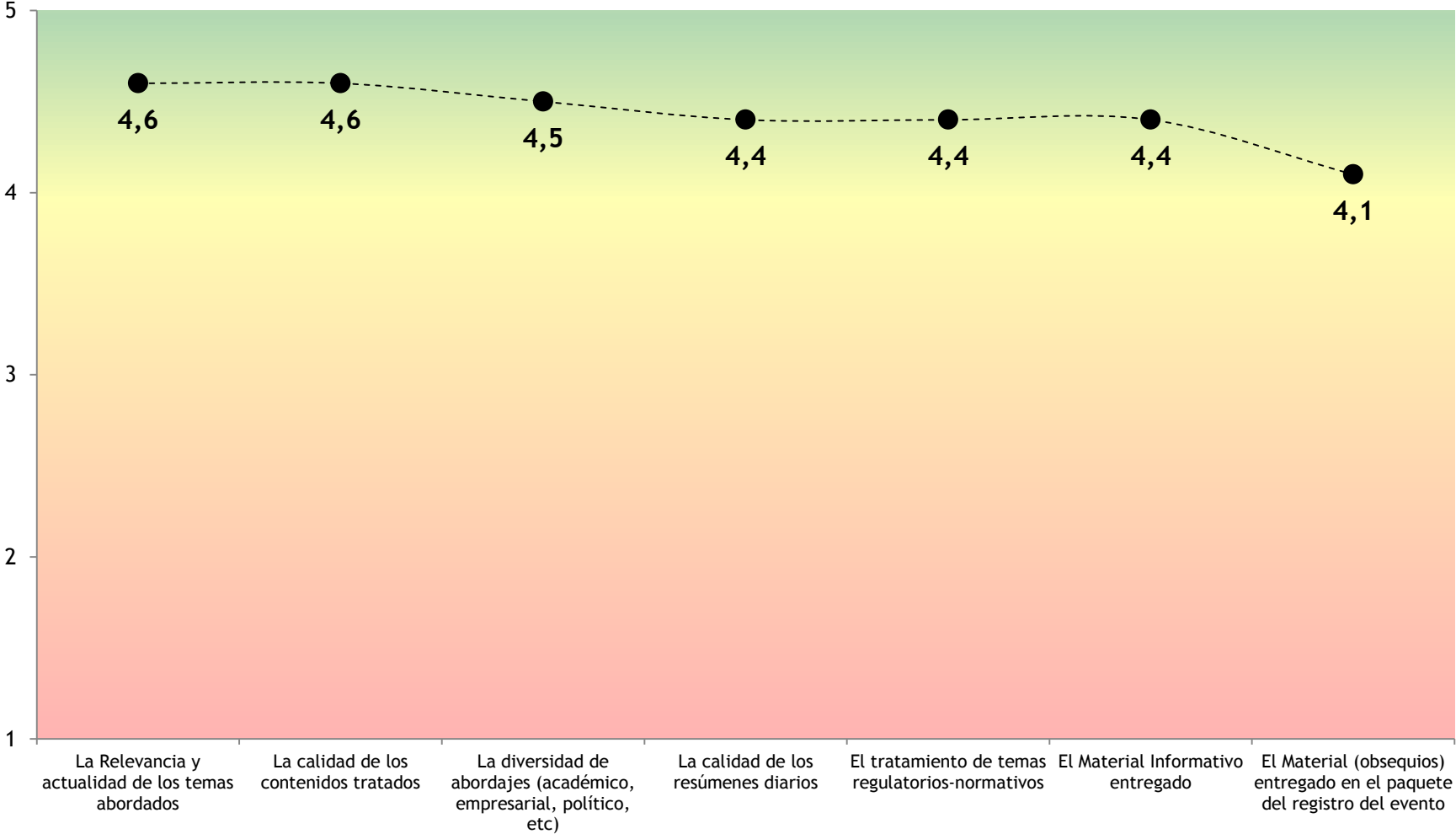
2.c. NIVEL DE SATISFACCIÓN ESPECÍFICA - CONTENIDOS



MERCOPLUS
LATIN AMERICA
Investigación de Mercado

CONTENIDOS (I)

Del 1 al 5 en donde 1 es “Totalmente insatisfecho” y 5 es “Totalmente satisfecho”,
¿cuál es su nivel de satisfacción con...? [RU-POR ATRIBUTO]

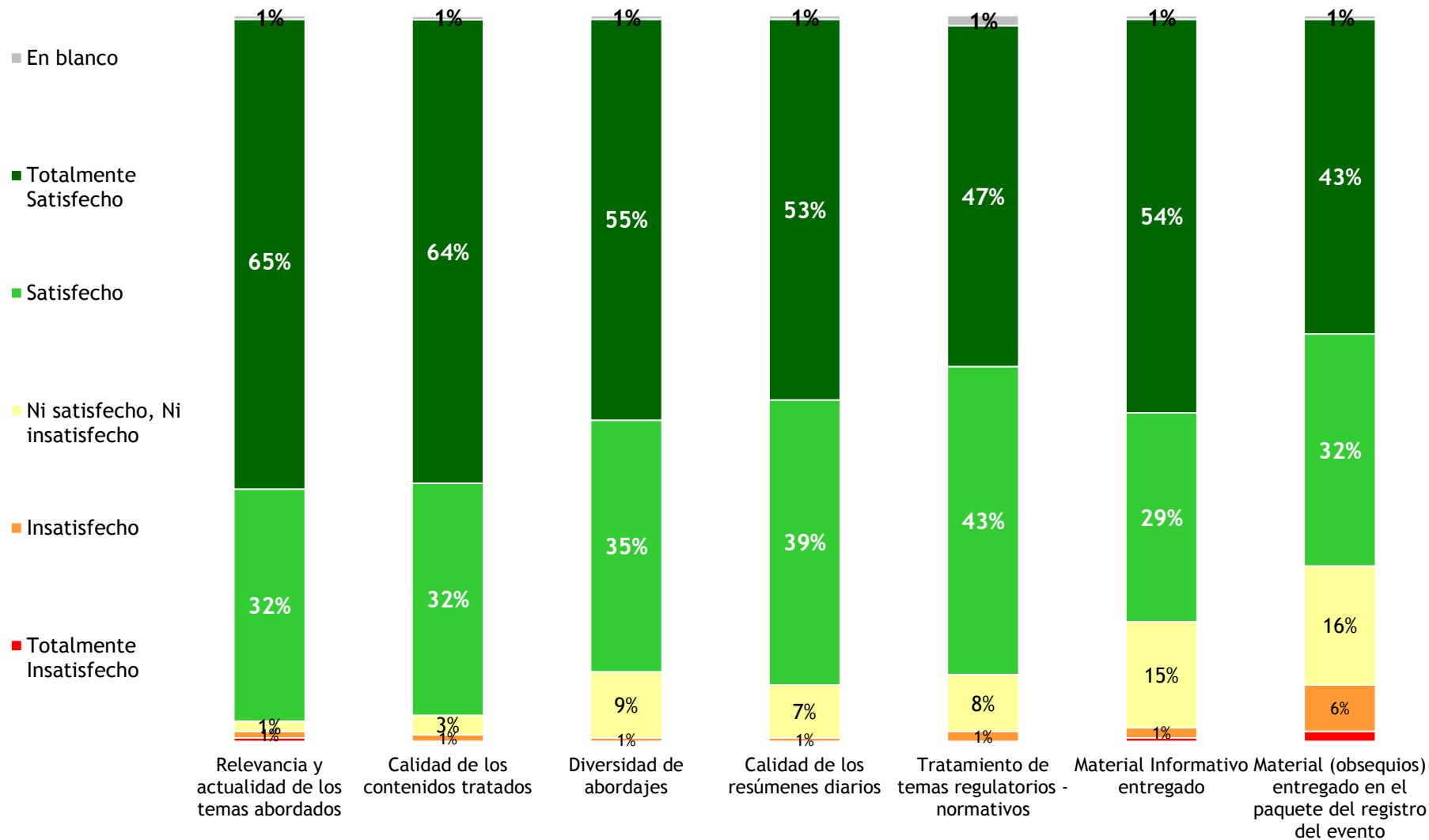


Base: total de la muestra

CONTENIDOS (II)

Del 1 al 5 en donde 1 es “Totalmente insatisfecho” y 5 es “Totalmente satisfecho”,

¿cuál es su nivel de satisfacción con...? [RU-POR ATRIBUTO]



BENCHMARK DE INDICADORES

		BENCHMARK	Jun-18
Relevancia y actualidad de los temas abordados	TTBOX	95%	97%
	Promedio	4,6	4,6
Calidad de los contenidos tratados	TTBOX	94%	96%
	Promedio	4,5	4,6
Tratamiento de temas regulatorios-normativos	TTBOX	84%	90%
	Promedio	4,3	4,4
Material informativo entregado	TTBOX	82%	83%
	Promedio	4,2	4,4

		BENCHMARK	Jun-18
Material (obsequios) entregado en el paquete del registro del evento	TTBOX	80%	75%
	Promedio	4,2	4,1
Calidad de los resúmenes diarios	TTBOX	87%	92%
	Promedio	4,4	4,4
Diversidad de abordajes	TTBOX	90%	90%
	Promedio	4,4	4,5

El "Benchmark" es el promedio de los dos eventos anteriores (2017), en cada uno de los indicadores presentados.

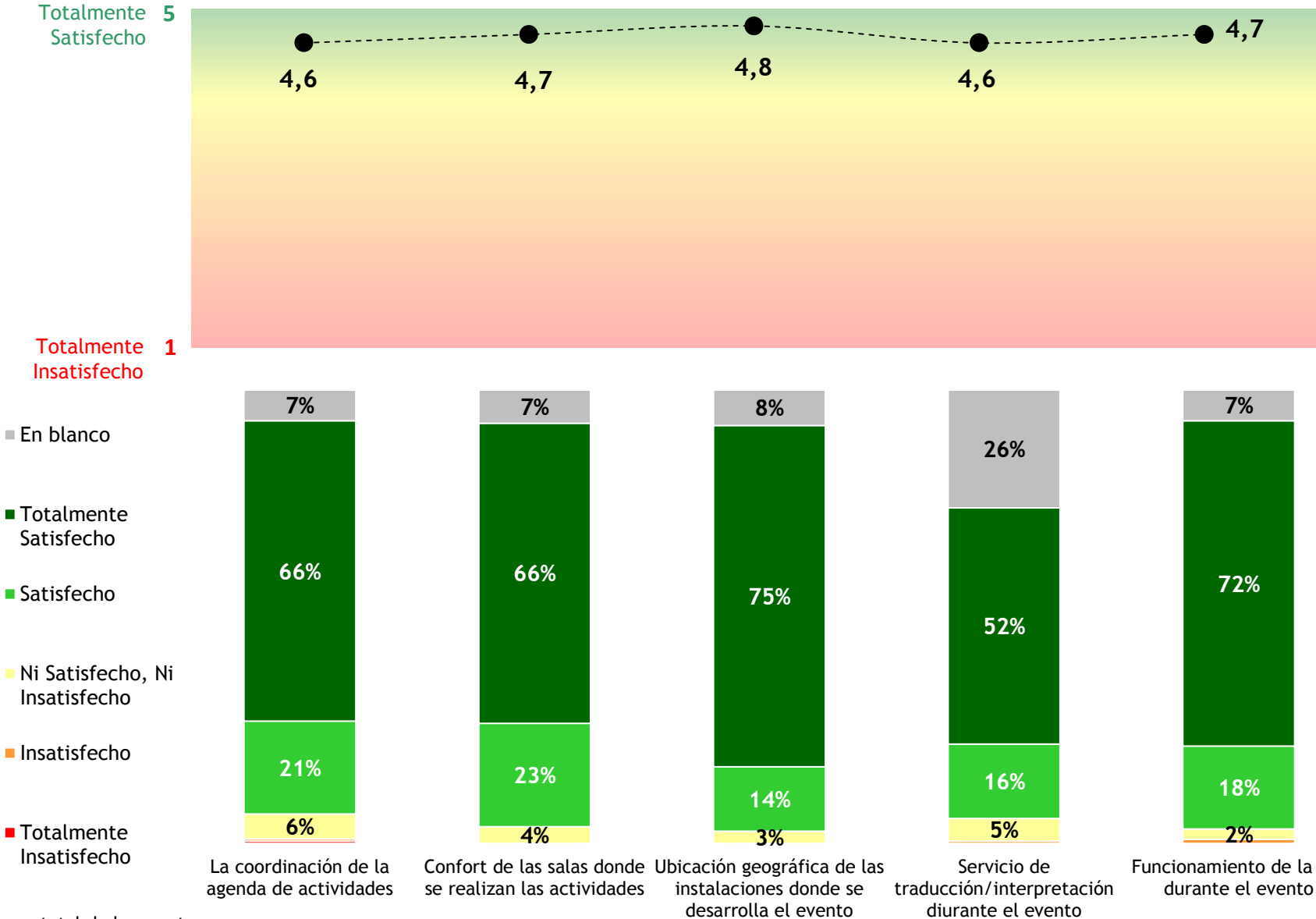
2.d. NIVEL DE SATISFACCIÓN ESPECÍFICA - ORGANIZACIÓN E INFRAESTRUCTURA



MERCOPLUS
LATIN AMERICA
Investigación de Mercado

ORGANIZACIÓN E INFRAESTRUCTURA

Utilizando la misma escala de 1 a 5 ¿cuál es su nivel de satisfacción con...? [RU-POR ATRIBUTO]



Base: total de la muestra

BENCHMARK DE INDICADORES

		BENCHMARK	Jun-18
Coordinación de la agenda de actividades	TTBOX	94%	87%
	Promedio	4,7	4,6
Confort de las salas donde se realizan las actividades	TTBOX	93%	89%
	Promedio	4,6	4,7
Ubicación geográfica de las instalaciones donde se desarrolla el evento	TTBOX	94%	89%
	Promedio	4,7	4,8
Servicio de traducción / interpretación durante el evento	TTBOX	87%	68%
	Promedio	4,5	4,6
Funcionamiento de la red durante el evento	TTBOX	81%	90%
	Promedio	4,2	4,7

El "Benchmark" es el promedio de los dos eventos anteriores (2017), en cada uno de los indicadores presentados.

2.e. NIVEL DE SATISFACCIÓN ESPECÍFICA - ACCESIBILIDAD Y COMUNICACIÓN

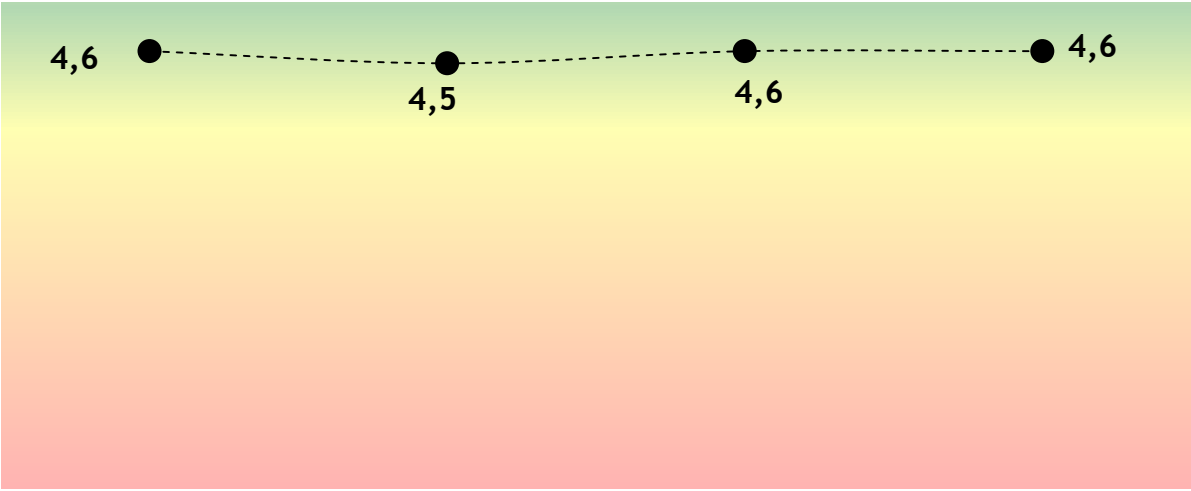


MERCOPLUS
LATIN AMERICA
Investigación de Mercado

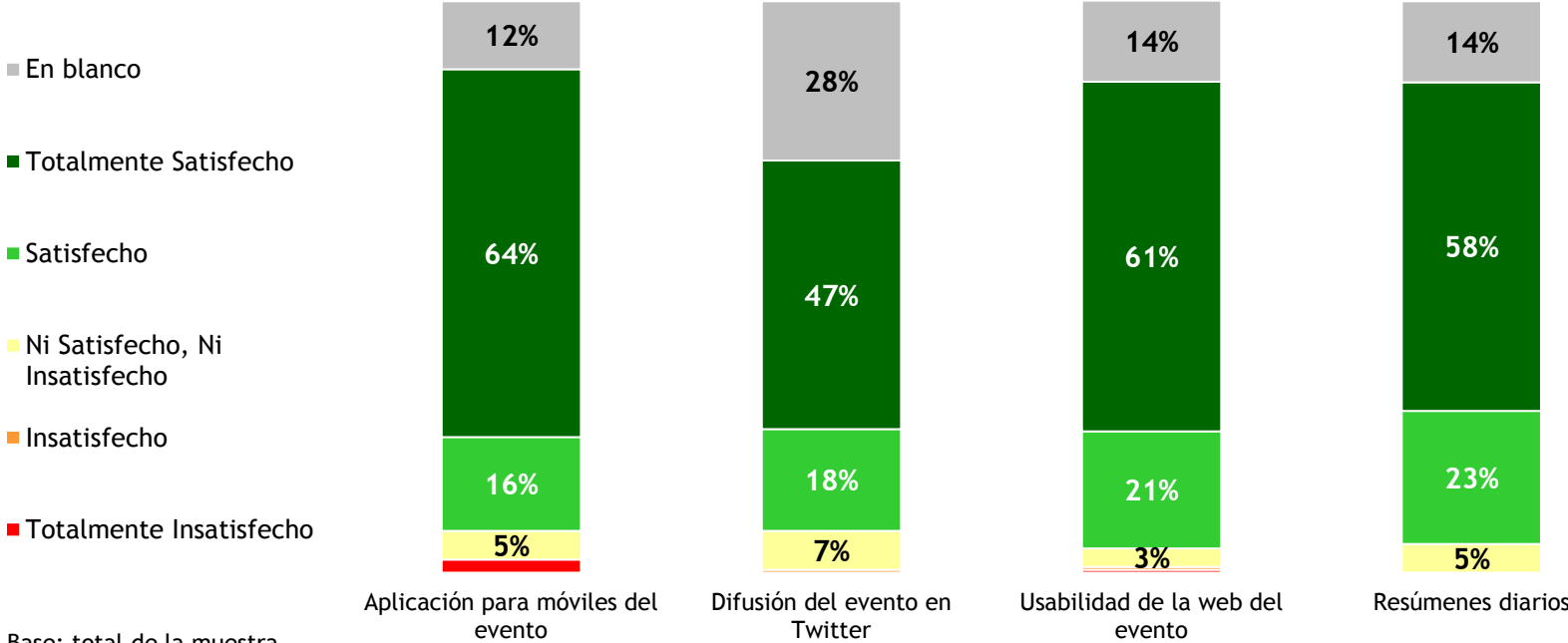
ACCESIBILIDAD Y COMUNICACIÓN

Utilizando la misma escala de 1 a 5 ¿cuál es su nivel de satisfacción con...? [RU-POR ATRIBUTO]

Totalmente Satisfecho 5



Totalmente Insatisfecho 1



Base: total de la muestra

BENCHMARK DE INDICADORES

		BENCHMARK	Jun-18
La aplicación para móviles del evento	TTBOX	92%	80%
	Promedio	4,6	4,6
La difusión del evento en Twitter	TTBOX	84%	65%
	Promedio	4,3	4,5
La usabilidad de la web del evento	TTBOX	88%	82%
	Promedio	4,4	4,6
Los resúmenes diarios	TTBOX	90%	81%
	Promedio	4,4	4,6

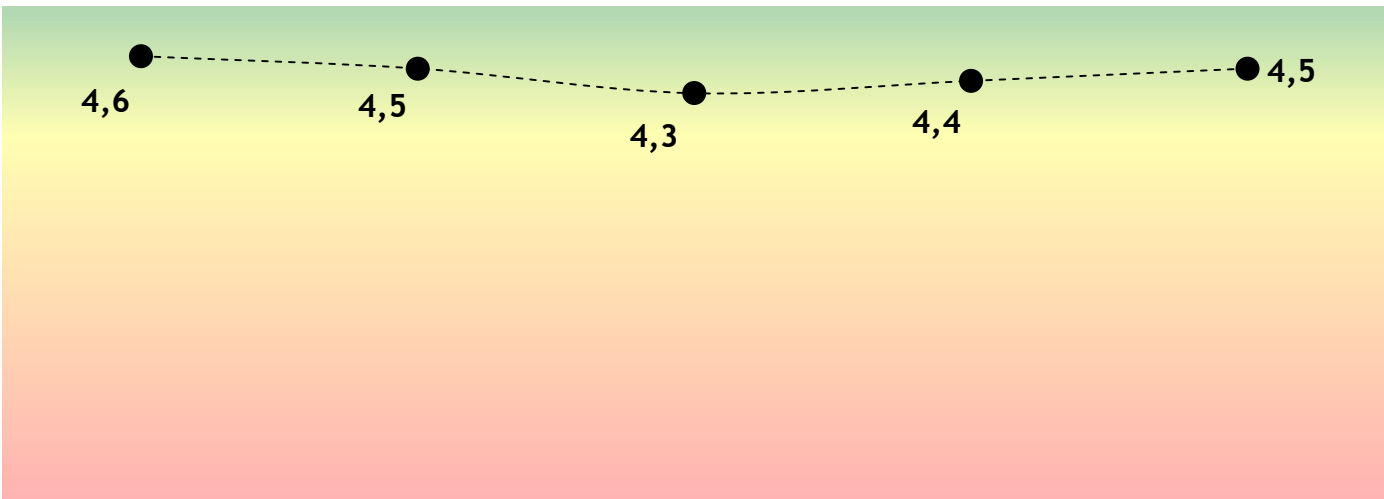
El "Benchmark" es el promedio de los dos eventos anteriores (2017), en cada uno de los indicadores presentados.

2.e. NIVEL DE SATISFACCIÓN ESPECÍFICA - SERVICIOS ASOCIADOS AL EVENTO

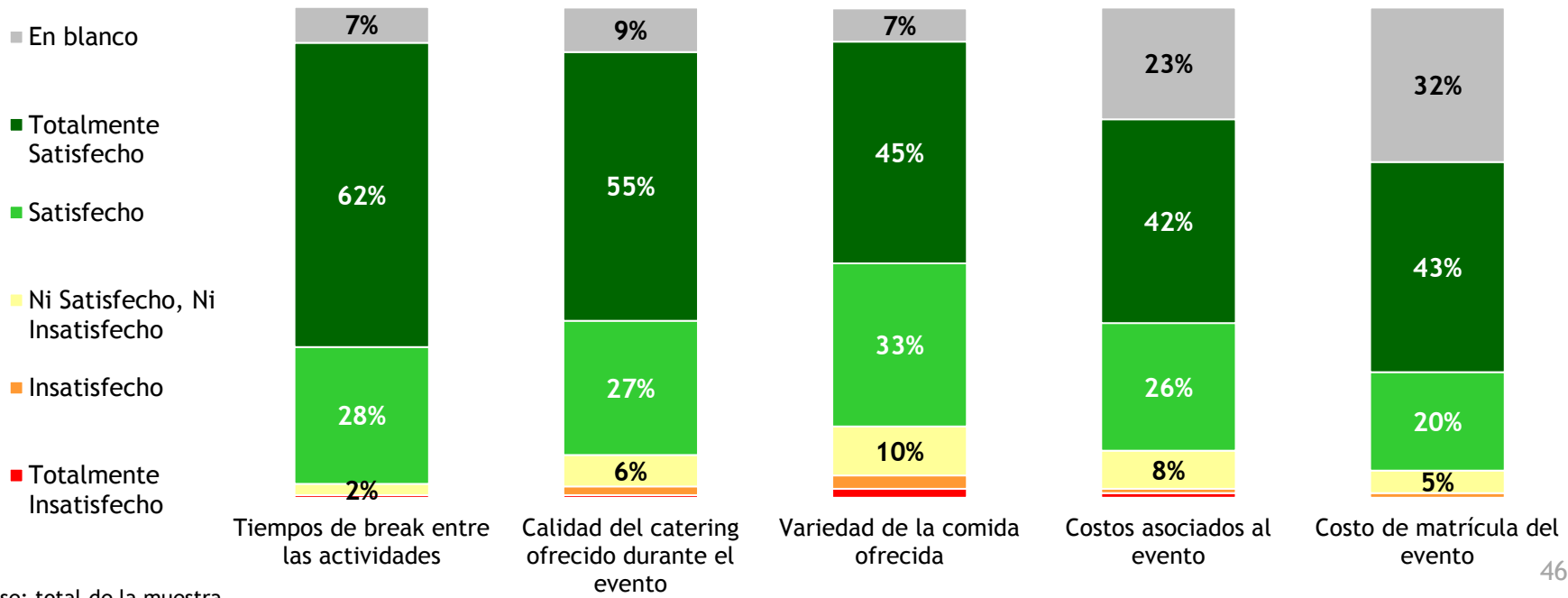
SERVICIOS ASOCIADOS AL EVENTO (I)

Utilizando la misma escala de 1 a 5 ¿cuál es su nivel de satisfacción con....? [RU-POR ATRIBUTO]

Totalmente Satisfecho 5



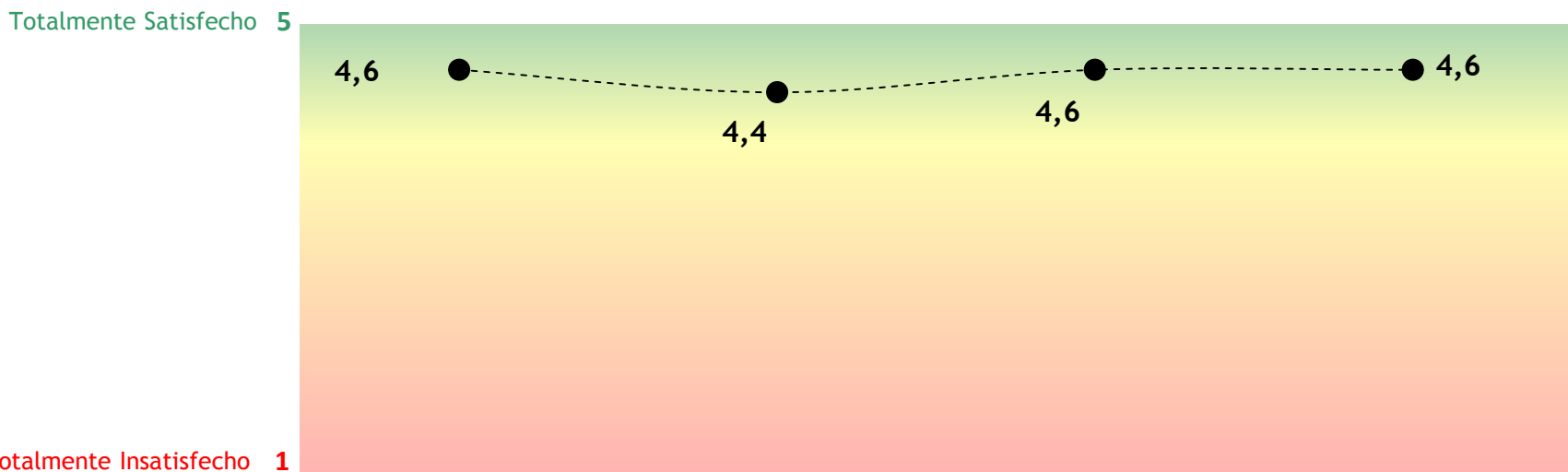
Totalmente Insatisfecho 1



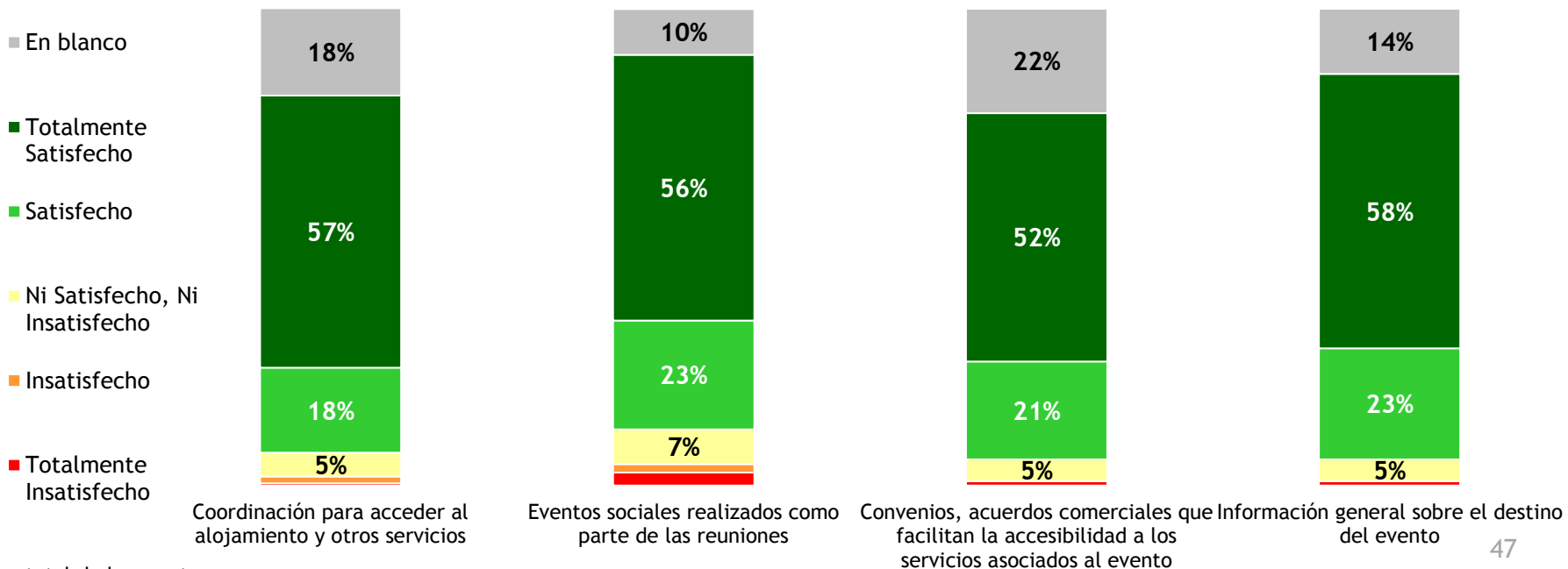
Base: total de la muestra

SERVICIOS ASOCIADOS AL EVENTO (II)

Utilizando la misma escala de 1 a 5 ¿cuál es su nivel de satisfacción con....? [RU-POR ATRIBUTO]



Totalmente Insatisfecho 1



Base: total de la muestra

BENCHMARK DE INDICADORES

		BENCHMARK	Jun-18
Tiempos de break entre las actividades	TTBOX	93%	90%
	Promedio	4,6	4,6
Calidad del catering ofrecido durante el evento	TTBOX	88%	82%
	Promedio	4,5	4,5
Variedad de la comida ofrecida	TTBOX	83%	78%
	Promedio	4,3	4,3
Costos asociados al evento	TTBOX	80%	68%
	Promedio	4,2	4,4

		BENCHMARK	Jun-18
Costos de matrícula del evento	TTBOX	79%	63%
	Promedio	4,2	4,5
Coordinación para acceder al alojamiento y otros servicios	TTBOX	90%	75%
	Promedio	4,5	4,6
Eventos sociales realizados como parte de las reuniones	TTBOX	90%	79%
	Promedio	4,5	4,4
Convenios, acuerdos comerciales que faciliten la accesibilidad a los servicios asociados al evento	TTBOX	88%	73%
	Promedio	4,4	4,6
Información general sobre el destino del evento	TTBOX	92%	81%
	Promedio	4,5	4,6

El "Benchmark" es el promedio de los dos eventos anteriores (2017), en cada uno de los indicadores presentados.

3. NUEVOS PARTICIPANTES

SATISFACCIÓN DE QUIENES VIENEN POR PRIMERA VEZ

¿Qué tan satisfecho se encuentra en términos generales con el evento de LACNIC? [RU-GUI]

¿Cómo evalúa la Sesión para Nuevos Participantes? [RU-GUI]

¿Cuán satisfecho se encuentra con los tutoriales a los que asistió? [RU-GUI]

SATISFACCIÓN
TOTAL



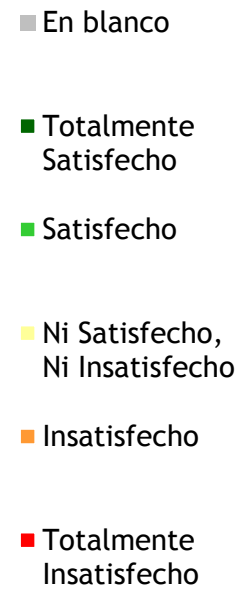
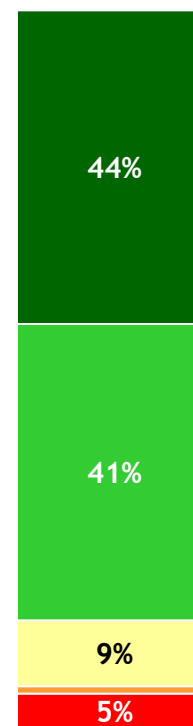
SATISFACCIÓN
SESIÓN NUEVOS
USUARIOS



SATISFACCIÓN
TUTORIALES
NUEVOS
USUARIOS



SATISFACCIÓN
TUTORIALES
GENERALES



BENCHMARK DE INDICADORES

		BENCHMARK	jun-18
Nuevos participantes - Satisfacción	TTBOX	95%	98%
	Promedio	4,5	4,6
Satisfacción sesión nuevos usuarios	TTBOX	88%	89%
	Promedio	4,4	4,5
Satisfacción Tutoriales	TTBOX	84%	85%
	Promedio	4,1	4,2

3.1. IMPORTANCIA DE TEMÁTICAS



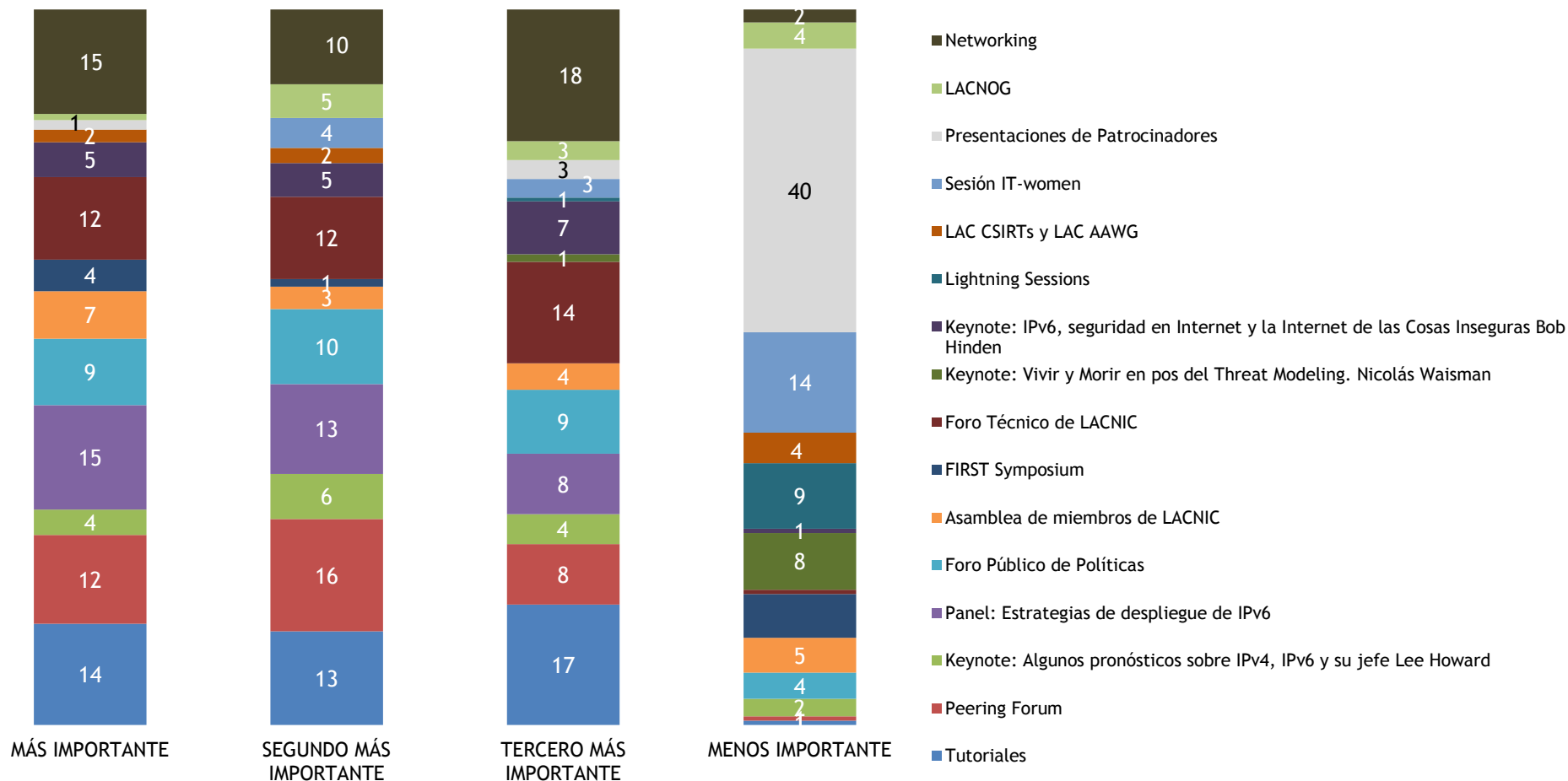
MERCOPLUS
LATIN AMERICA
Investigación de Mercado

IMPORTANCIA TEMÁTICAS Y PANELES

Le pido que piense en las temáticas y paneles que se desarrollaron durante el evento...

En función de la importancia que Ud. le asigna a cada uno de estos aspectos, indique ¿cuáles son para usted los 3 aspectos **MÁS IMPORTANTES?** [RU-GUI]

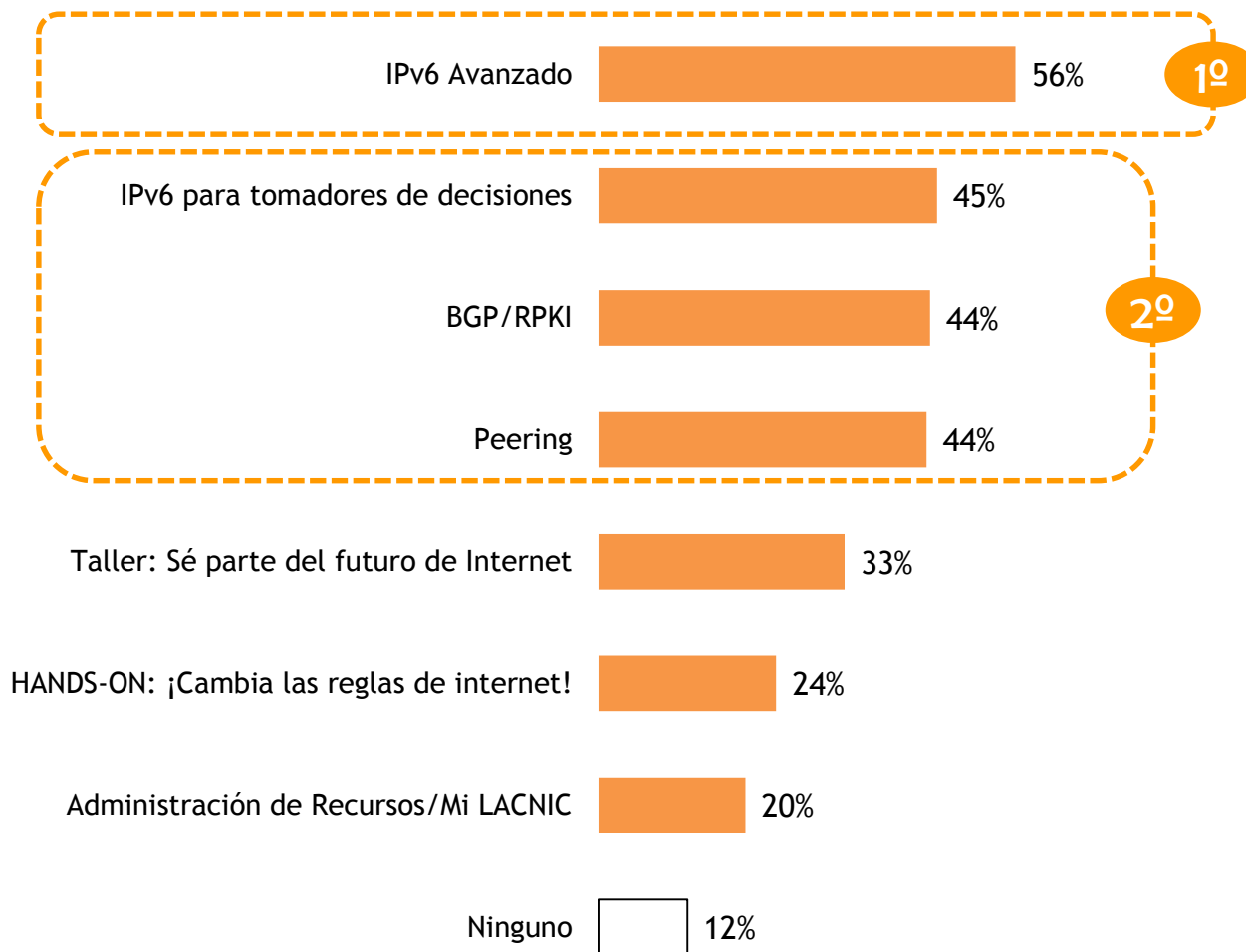
¿Y cuál es el **MENOS** importante? [RU-GUI]



ASISTENCIA A LOS TUTORIALES

Pensando en los tutoriales disponibles durante el evento de LACNIC

¿A qué tutoriales asistió en esta oportunidad? [RM-GUI]

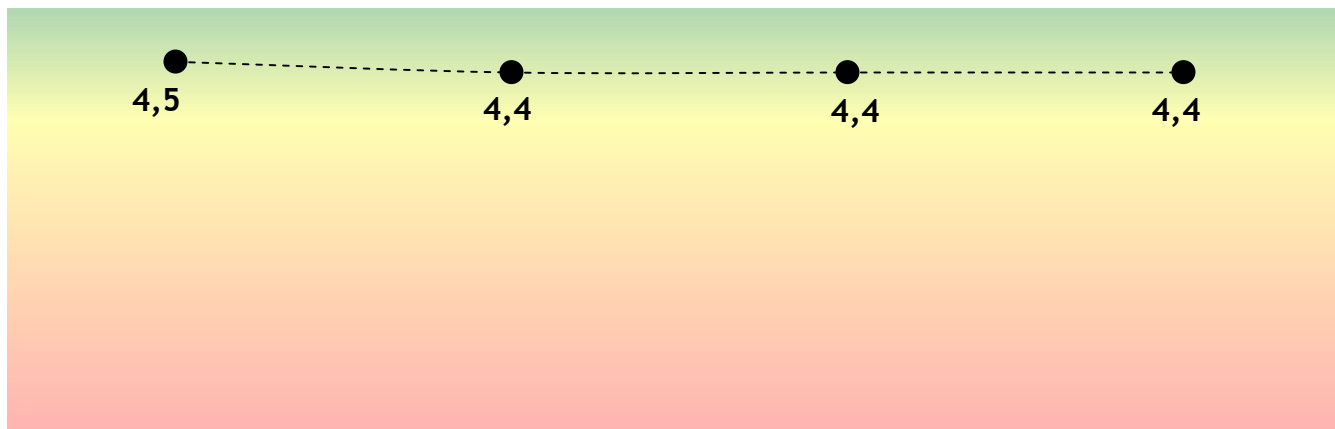


SATISFACCIÓN ESPECÍFICA CON LOS TUTORIALES

Ahora le pido que para cada frase indique que tan satisfecho o insatisfecho se encuentra usando la escala de 1 a 5 donde 1 es "Totalmente Insatisfecho" y 5 "Totalmente Satisfecho".

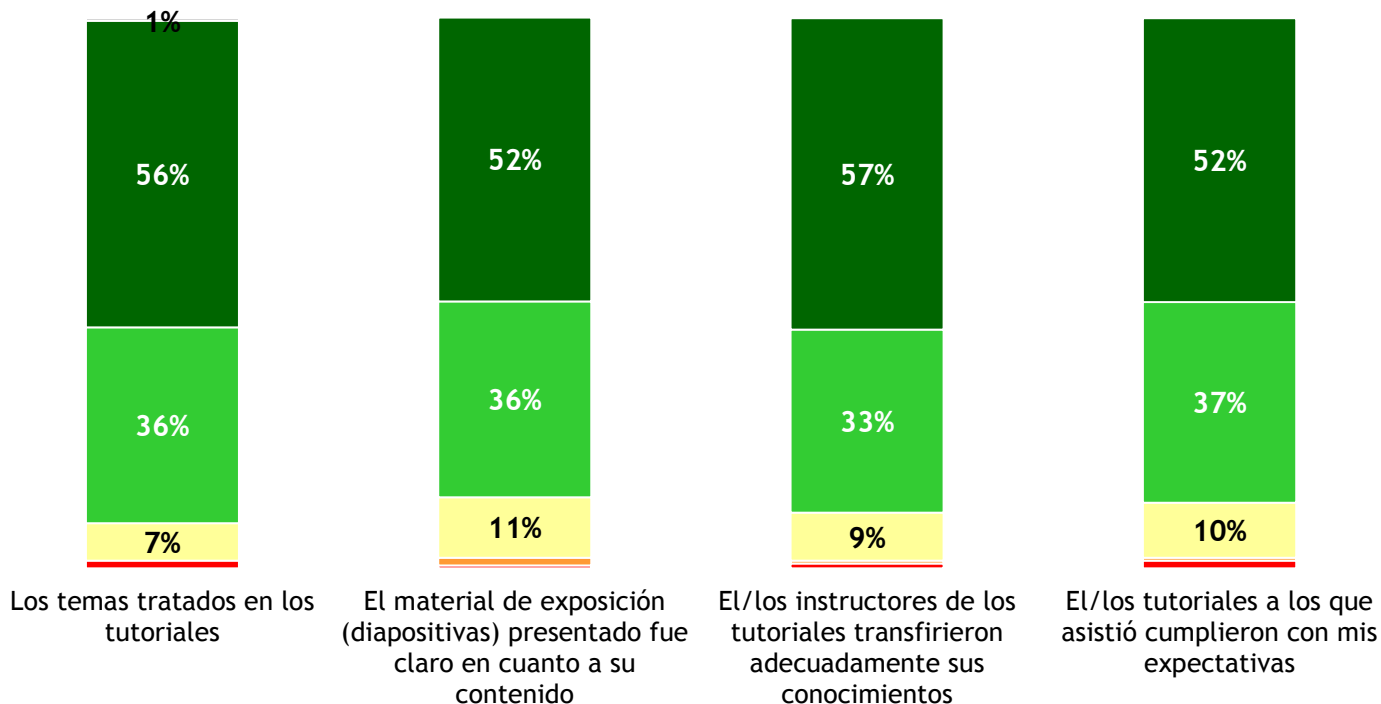
¿Qué tan satisfecho se encuentra Ud. con ...? [RU POR ATRIBUTO-GUI]

Totalmente Satisfecho 5



Totalmente Insatisfecho 1

- En blanco
- Totalmente Satisfecho
- Satisfecho
- Ni Satisfecho, Ni Insatisfecho
- Insatisfecho
- Totalmente Insatisfecho



BENCHMARK DE INDICADORES

		BENCHMARK	Jun-18
Temas tratados en los tutoriales	TTBOX	87%	92%
	Promedio	4,3	4,5
Material de exposición presentado fue claro en cuanto a su contenido	TTBOX	84%	88%
	Promedio	4,2	4,4
El/los instructores de los tutoriales transfirieron adecuadamente sus conocimientos	TTBOX	86%	90%
	Promedio	4,3	4,4
El/los tutoriales a los que asistió cumplieron con mis expectativas	TTBOX	84%	89%
	Promedio	4,2	4,4

El "Benchmark" es el promedio de los dos eventos anteriores (2017), en cada uno de los indicadores presentados.

4. SUGERENCIAS DE MEJORA

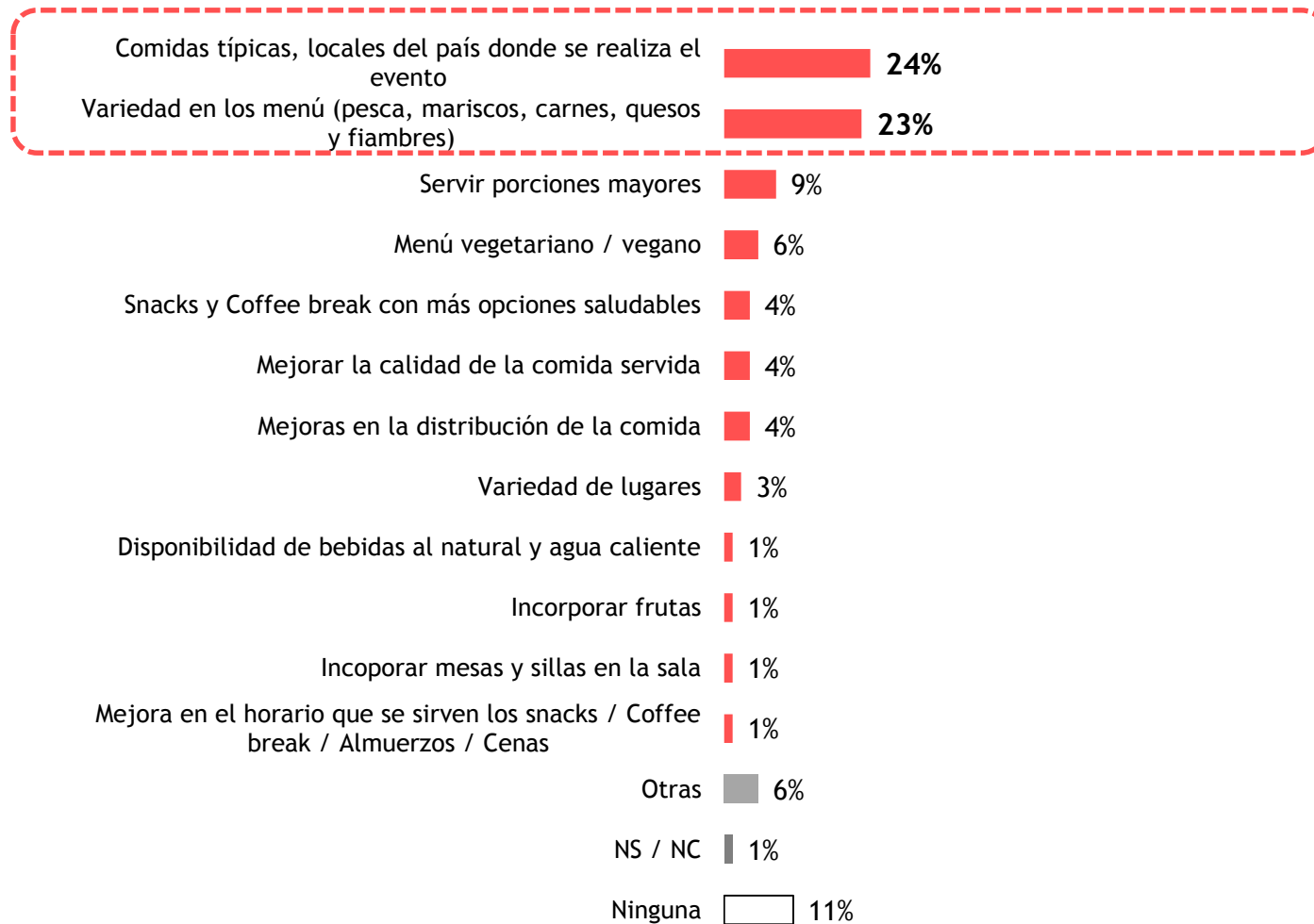
Es muy importante para nosotros saber cuáles son las sugerencias que nos pueda ofrecer para poder mejorar en los próximos eventos de LACNIC [RU-ESP]



SUGERENCIAS DE MEJORA - GASTRONOMÍA



¿Qué *sugerencias* realizaría para mejorar la propuesta gastronómica del próximo evento de LACNIC? [RM-ESP]



Conclusiones

¿Cuáles el nivel de satisfacción con el evento?



El evento alcanza un ALTO nivel de satisfacción. El top box (Totalmente satisfecho) aumenta entre los participantes becados, lo que indica un cumplimiento de las expectativas de este segmento.

Los aspectos a mejorar que mencionan no tienen que ver con lo específico del evento, sino con aspectos secundarios relacionados con la logística y la organización. Temas ya ubicados en eventos anteriores, como foco de mejora.

¿Cuál es la evaluación de los contenidos?



A nivel general, han sido evaluados con MUY buenos niveles de satisfacción, todos por encima de los 4 puntos de promedio (*escala de 1 a 5*).

En todos ellos se observa una tendencia al aumento respecto a las mediciones anteriores.

Aún cuando los obsequios tienen altos niveles de evaluación, comparativamente con los eventos anteriores presentan un descenso en su valoración. Otro tema que podría trabajarse con el fin de aumentar -a nivel perceptivo- la performance del evento.

RESUMEN DE HALLAZGOS

¿Cuáles son los canales de información más utilizados para la concurrencia al evento?



El líder indiscutido es el correo electrónico, seguido por la WEB de LACNIC. Esto evidencia que la comunicación directa-personalizada es el medio que facilita la concurrencia al evento.

Esta posición se mantiene respecto a los anteriores eventos, pero su peso relativo aumenta considerablemente (10% por encima del benchmark).

RESUMEN DE HALLAZGOS

¿Ha cambiado el perfil de los participantes respecto a los anteriores eventos?



NO, a nivel general no se observan cambios significativos en la composición del segmento de participantes.

Se evidencia una tendencia *(que habrá que corroborar en las siguientes instancias)* al aumento de las mujeres, así como también miembros de LACNIC.

La beca parece ser un “facilitador” para aquellos participantes que acuden por primera vez. Lo que supone un estímulo muy positivo para las futuras participaciones a los eventos.

Visión

*Ser una empresa elegida internacionalmente
por contribuir significativamente al crecimiento del negocio
de nuestros clientes con soluciones desafiantes, imaginativas y efectivas*

Misión

*Responder a las empresas que nos eligen con un trabajo
riguroso y metódico que les permita detectar, conocer, entender
y conectar mejor con su target,
apoyando así el desempeño exitoso
de nuestros clientes en sus mercados*



MERCOPPLUS[®]
LATIN AMERICA
Investigación de Mercado

www.mercoplus-la.com



<https://www.facebook.com/Mercoplusla/>