

INFORME DE RESULTADOS

Hábitos de Exposición a Prensa
Ciudad Juárez

Julio, 2007



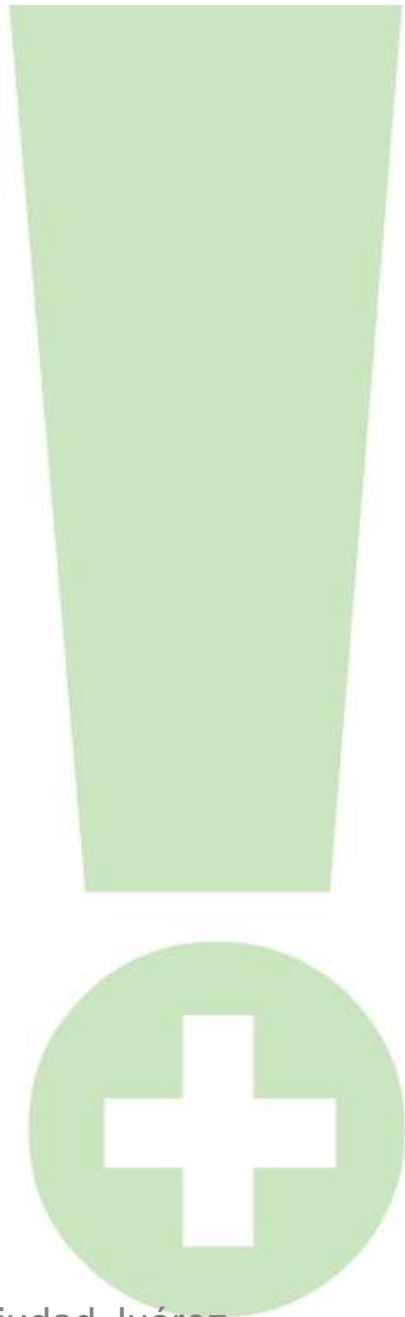
- El principal objetivo de esta investigación consistió en tener conocimiento de la importancia del medio prensa en la plaza de Ciudad Juárez, así como obtener información detallada acerca de los lectores, sus hábitos de exposición a prensa y sus hábitos de consumo.
- Se hicieron 350 entrevistas mediante un cuestionario estructurado pregunta-respuesta a través de entrevistas personales bajo la mecánica denominada Lugar Central (Puestos de Periódicos, Kioscos, Voceadores, etc.).
- Los entrevistados fueron personas de 18-65 años de edad (no se establecieron cuotas por edad, sexo o NSE para determinar el perfil) residentes en Ciudad Juárez y que hubieran comprado / leído algún periódico durante la semana del levantamiento.
 - Fecha de Levantamiento: 07 al 14 de Mayo 2007.



El perfil de la muestra quedó conformado de la siguiente manera:

	Base			
	Natural		Ponderada	
	#	%	#	%
18-24	50	14.2%	50	14.2%
25-34	103	29.2%	144	40.8%
35-44	118	33.4%	84	23.8%
45-65	82	23.2%	75	21.2%
HOMBRES				
	277	78.5%	165	46.7%
MUJERES				
	76	21.5%	188	53.3%
A/B				
	14	4.0%	30	8.5%
C+				
	69	19.5%	55	15.6%
C				
	110	31.2%	74	21.0%
D+				
	126	35.7%	139	39.4%
D				
	33	9.3%	39	11.0%
E				
	1	0.3%	16	4.5%
	353	100.0%	353	100.0%

Los resultados fueron ponderados de acuerdo al peso poblacional de Ciudad Juárez.



Segmentación



El objetivo de este modelo consiste en medir el grado de **CONVERSIÓN** de los lectores con los periódicos que *leen* y su **DISPONIBILIDAD** o apertura hacia aquellos que no están leyendo actualmente:

LECTORES DE "X"

NO LECTORES DE "X"

**"AMO ESTE
Diario"**

Convertidos

**"LEO ESTE
Diario"**

En Conversión

**"LEO OTRO
Diario"**

En Transición

**"LO CONOZCO
PERO NO
LO LEO"
"NO LO
CONOZCO"**

NO Disponibles

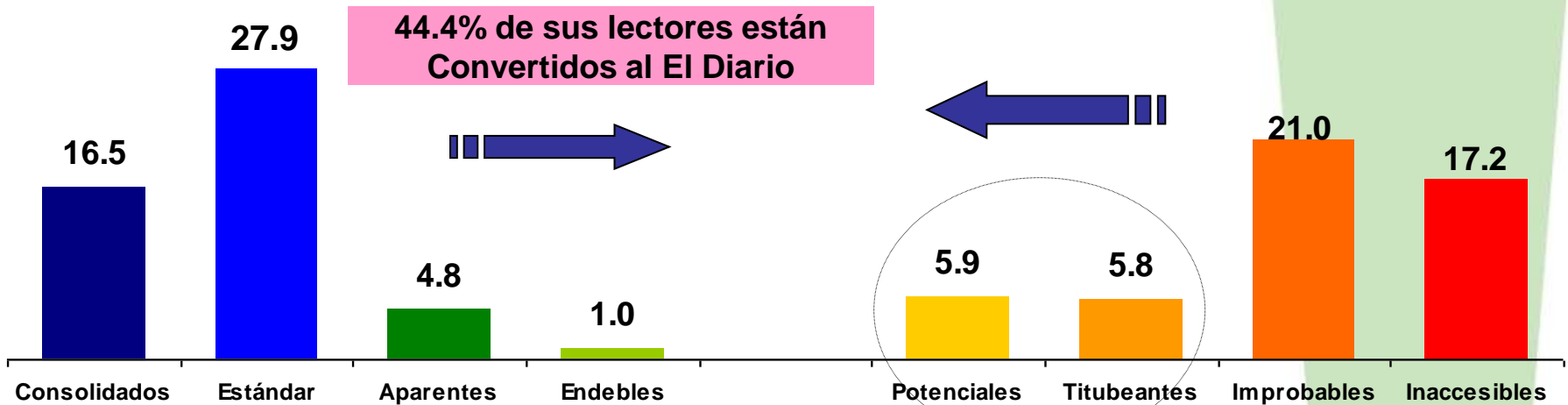
Principales Resultados [Por Título]



50.3 % LECTORES

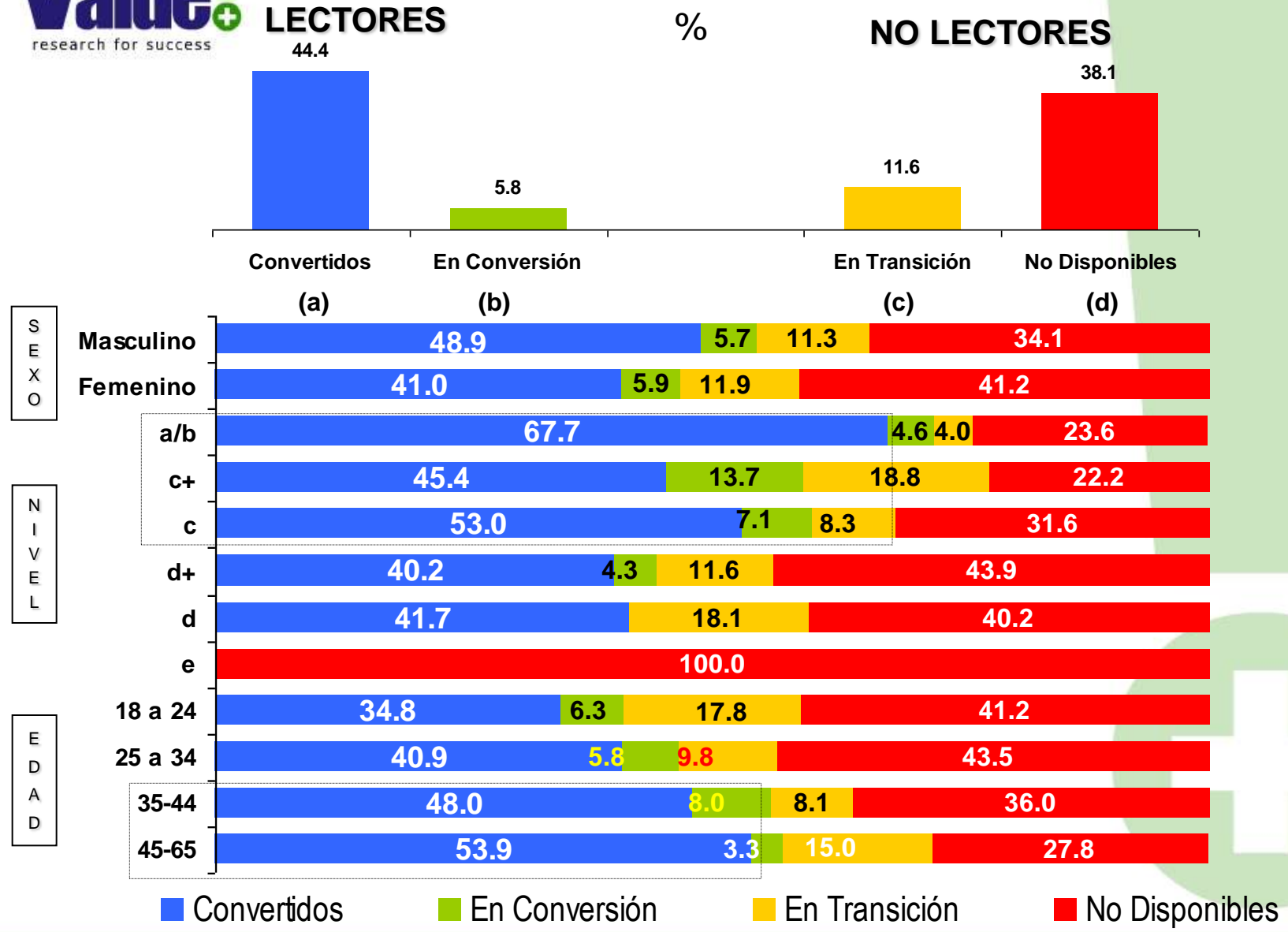
49.7% NO LECTORES

44.4% de sus lectores están Convertidos al El Diario



Base: Total Lectores de Cd.. Juárez (353)

<p>Consolidados Fuertemente comprometidos. Imposible que se cambien a otra marca</p>	<p>Estándar Comprometidos pero no fuertemente. Algunos podrían cambiarse a otra marca</p>	<p>Potenciales Podrían cambiar rápidamente a nuestra marca.</p>	<p>Titubeantes No están seguros de cambiar de marca.</p>
<p>Aparentes No comprometidos. Bajo riesgo de cambiar de marca.</p>	<p>Endebles Muy inconformes. Cambiarían de inmediato a otra marca. O recién se incorporaron.</p>	<p>Improbables Comprometidos con otra marca</p>	<p>Inaccesibles Comprometidos con su marca.</p>

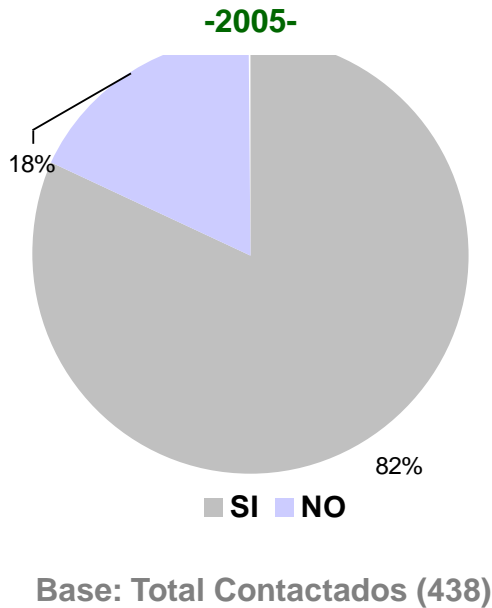


Principales Resultados [La Categoría]

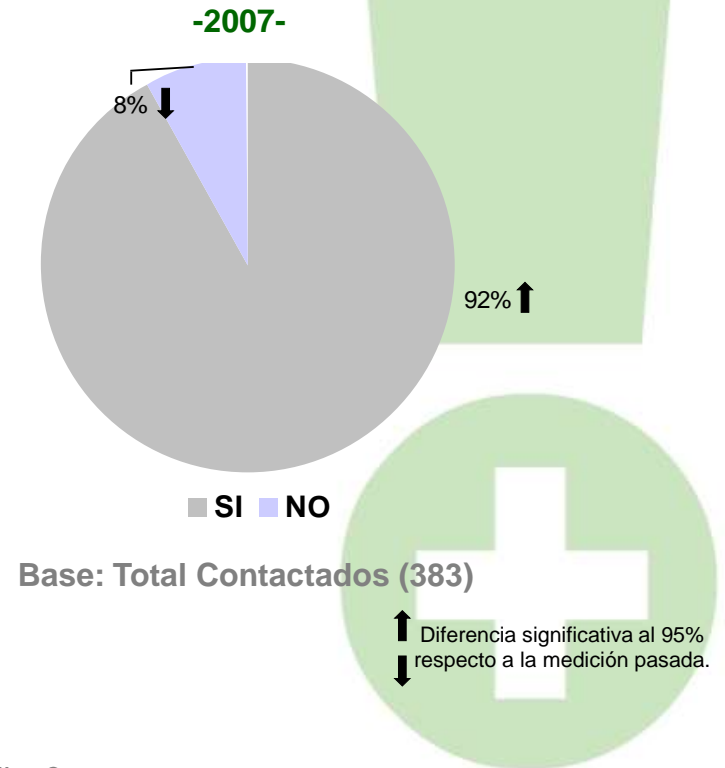


Incidencia de lectura de periódicos

- Última semana -

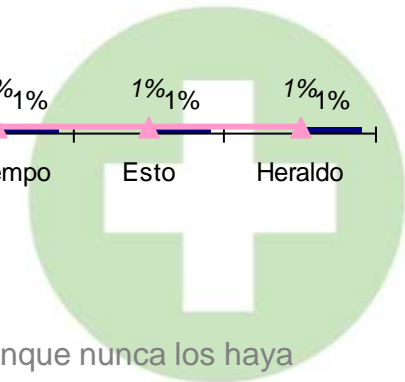
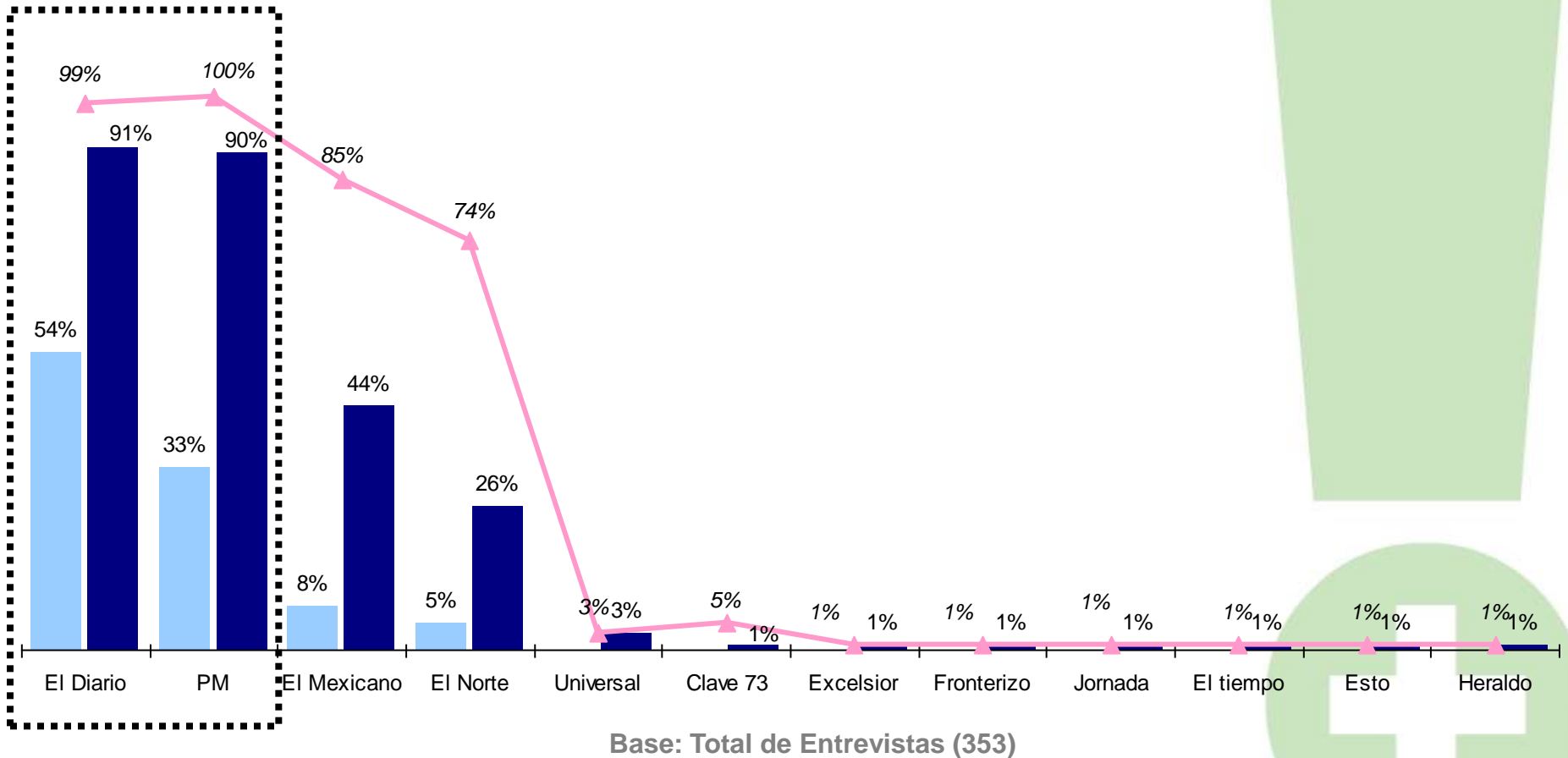


El mercado creció 10% en 2 años



F1. Por favor dígame: ¿en la última semana compró y leyó usted algún periódico?

■ T.O.M ■ S.O.M ▲ ESPONTANEO + AYUDADO

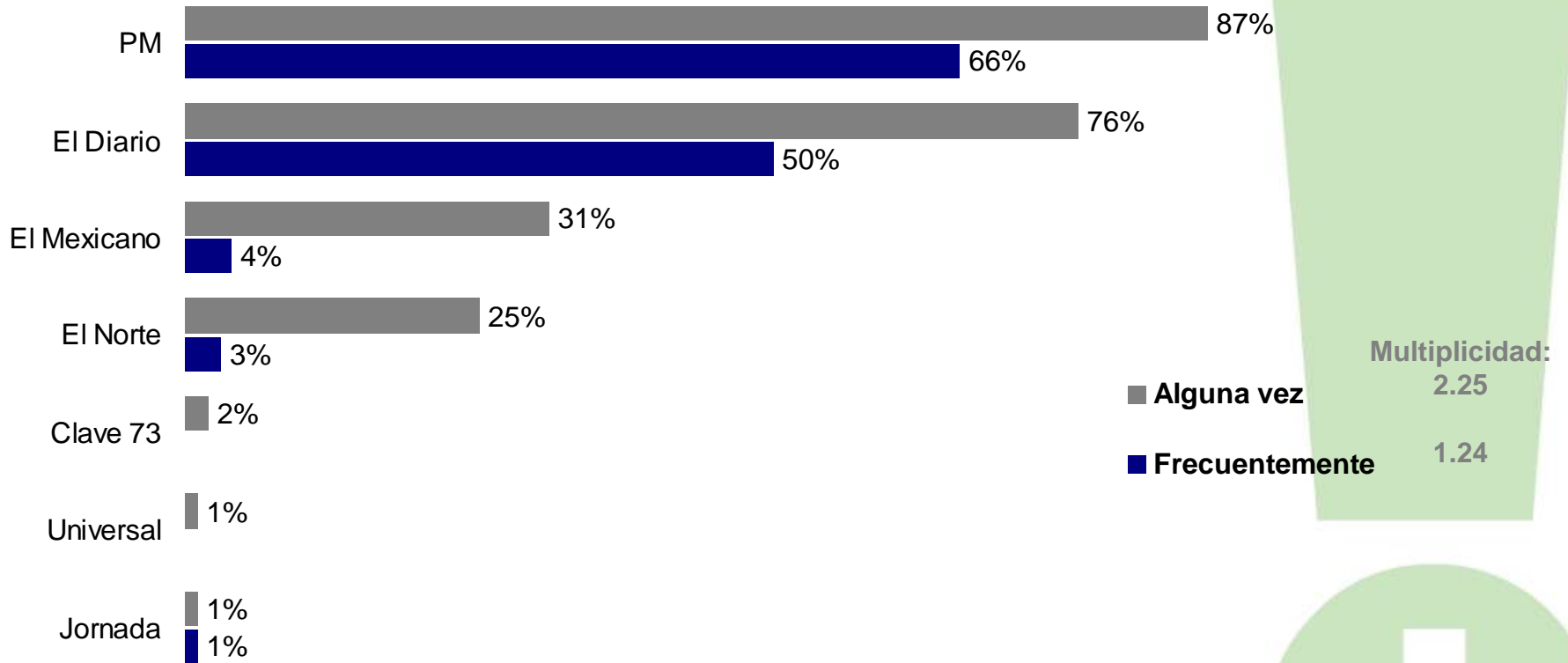


P1. ¿Cuál o cuáles periódicos conoce o ha oído nombrar aunque nunca los haya leído?

P2. ¿Cuál o cuáles de los siguientes periódicos que le voy a mencionar conoce o ha oído nombrar, aunque nunca los haya leído?

Lectura de periódicos

- Periódicos leídos en alguna ocasión / frecuentemente -

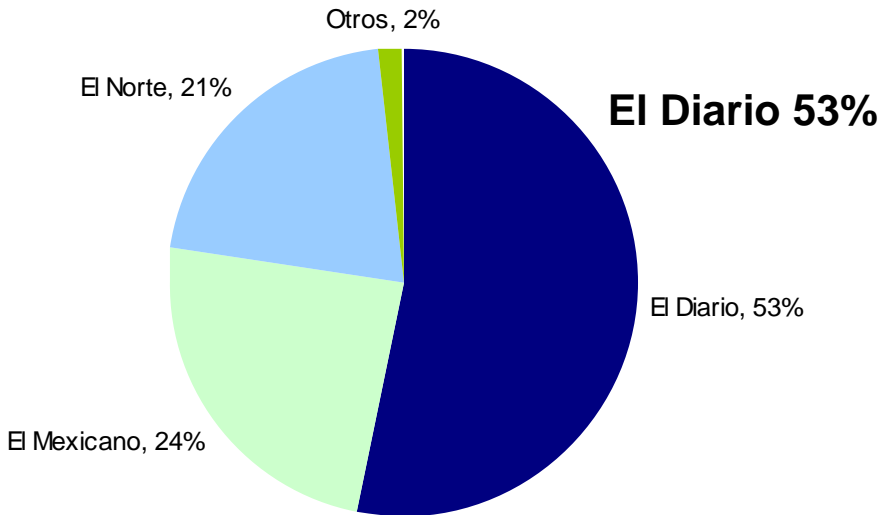


Base: Total de Entrevistas (353)



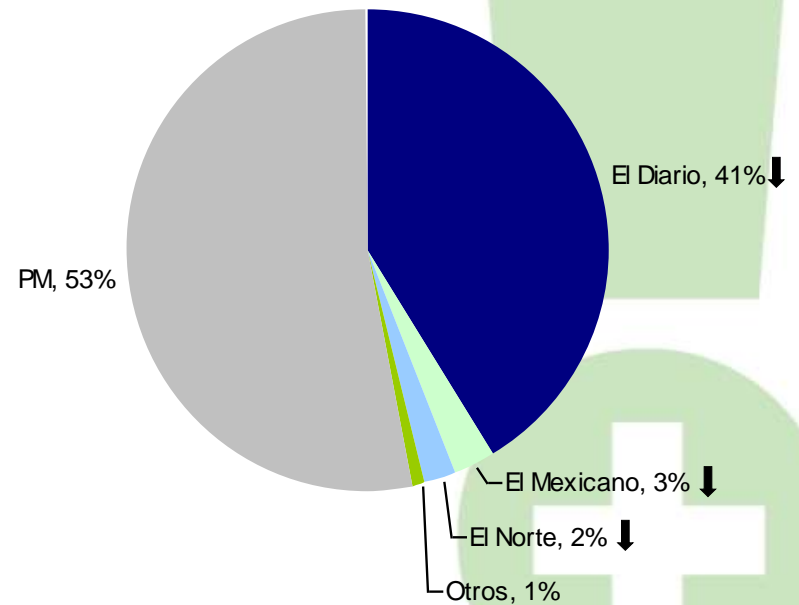
P4. Usted me indicó que acostumbra a leer periódico, ¿dígame que periódicos son los que ha leído en alguna ocasión?
 P5. Y ¿cuáles son los periódicos que lee usted con mayor frecuencia?

-2005-



Base: Total Entrevistas (360)

-2007-



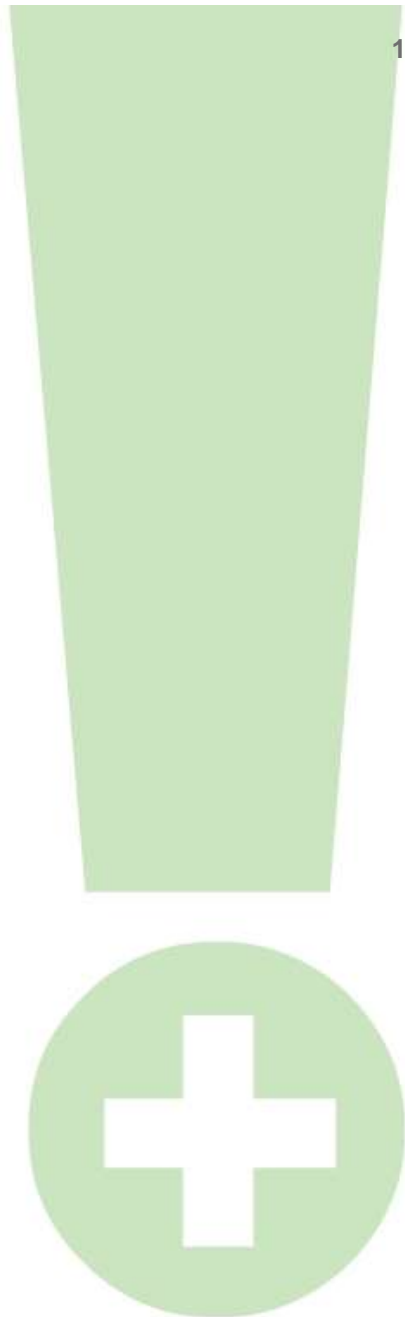
Base: Total Entrevistas (353)

El Diario 41%
PM 53%
TOTAL 94%

↑ Diferencia significativa al 95%
↓ respecto a la medición pasada.

P5. Y ¿cuáles son los periódicos que lee usted con mayor frecuencia?

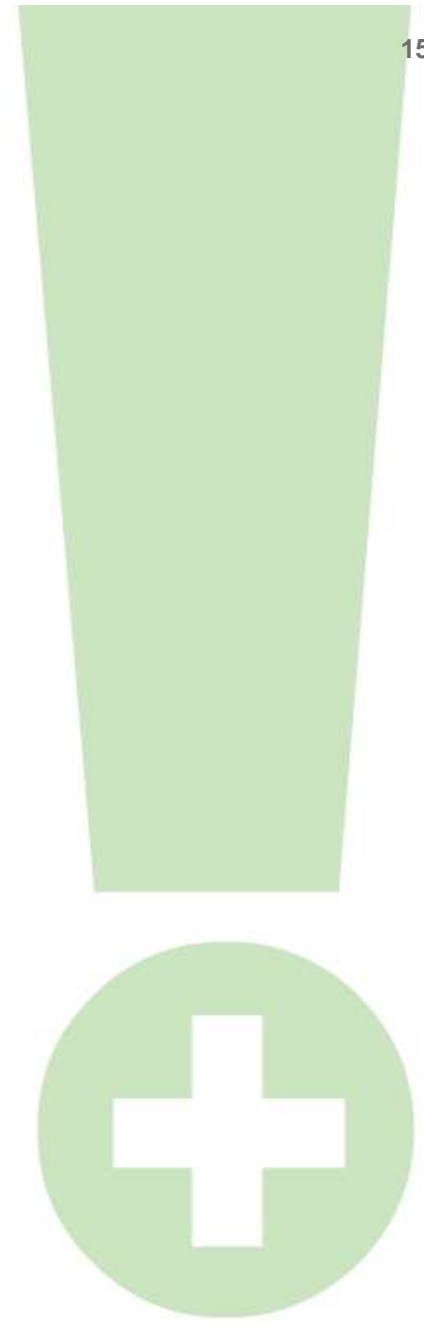
	Cd.Juárez	El Diario		
	POP	Units	%	Index
TOTAL	100.0%	186		
MASC	46.7%	87	46.8%	100
FEM	53.3%	99	53.2%	100
18-24	14.2%	21	11.3%	80
25-34	40.8%	73	39.2%	96
35-44	23.8%	47	25.3%	106
45-65	21.2%	45	24.2%	114
A/B	8.5%	24	12.9%	152
C+	15.6%	37	19.9%	128
C	21.0%	45	24.2%	115
D+	39.4%	64	34.4%	87
D/E	11.0%	16	8.6%	78



Perfil del Lector

- Periódicos de Ciudad Juárez-

El Diario		
INDEX		
	2005	2007
MASC	100	100
FEM	100	100
18-24	97	80
25-34	102	96
35-44	103	106
45-65	96	114
A/B	92	152
C+	102	128
C	108	115
D+	107	87
D/E	91	78



Frecuencia de lectura semanal: 3.9 veces

Tiempo diario dedicado a la lectura: 49.3 minutos

Lectores por ejemplar: 3.3

Días de lectura: Lunes (61%), Sábado (57%) y Domingo (55%)

Lugar de lectura: Casa (74%)

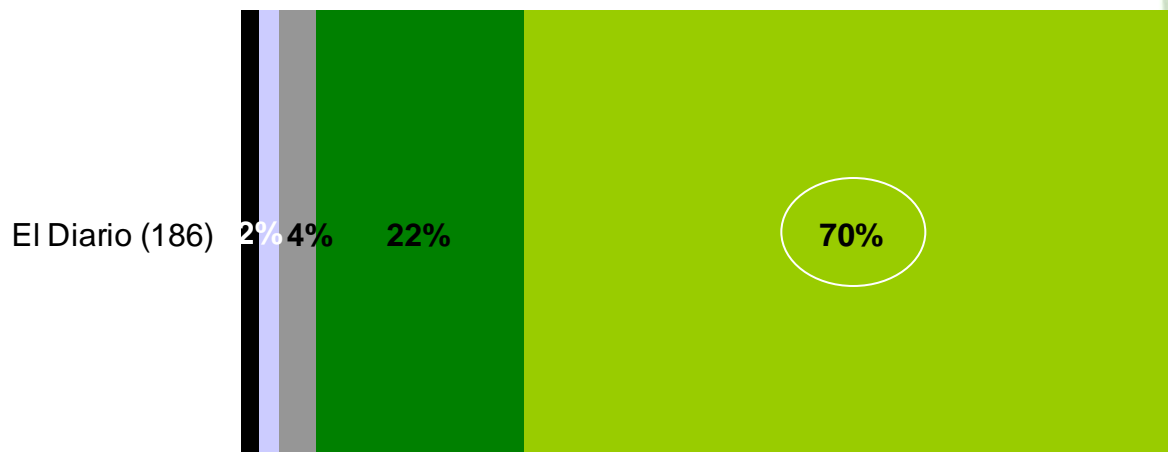
Porcentaje del periódico que lee: 65.1%



Lectura de periódicos

- Tiempo de ser lector -

- Un mes o menos
- 2 a 3 meses
- 4 a 5 meses
- 6 a 11 meses
- 1 a 2 años
- Más de 2 años



Base: Total Lectores

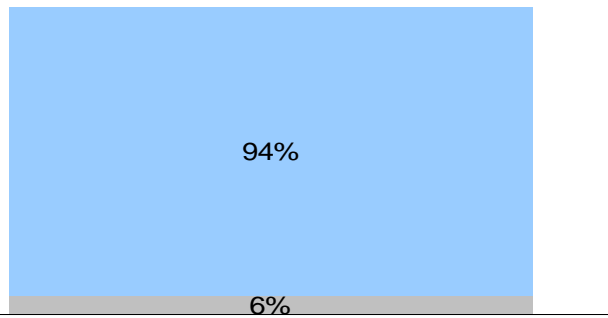


P16. ¿Desde hace cuánto tiempo lee usted.. ?

Lectura de periódicos

- Sustitución de periódico -

-Dejó de leer algún periódico-



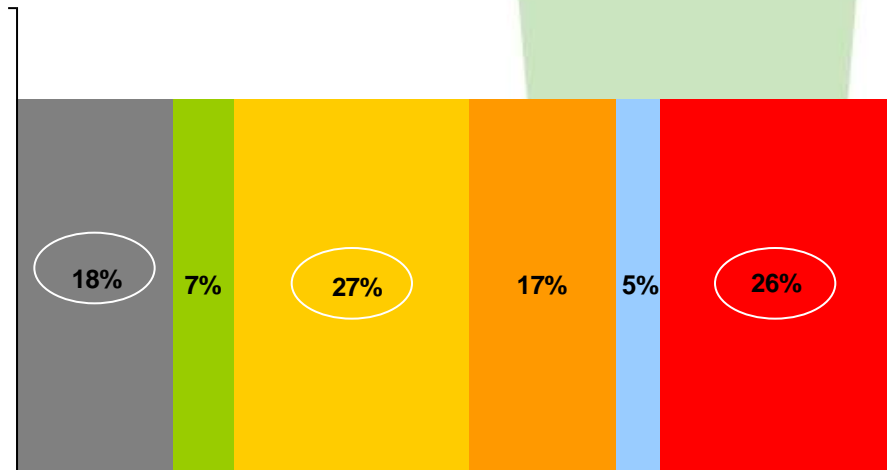
El Diario (186)
■ Sí ■ No

Base: Total Lectores

*Base Insuficiente

-Periódico que dejaron de leer-

EL DIARIO (12)*



- El Norte
- El Mexicano
- El Diario
- Esto
- Diario de Chihuahua
- El Sol de Durango
- Diario de Itsmo
- El Fronterizo

Base: Total de lectores que dejaron de leer algún periódico para leer el periódico



P17. Usted mencionó que... lo lee desde hace..., ¿dejó de leer algún periódico para empezar a leer...?
P17A. ¿Cuál es el periódico que usted dejó de leer para empezar a leer...

Lectura de periódicos

- Razones de sustitución de periódico -

	TOTAL	El Diario
(BASE: NATURAL)	48	12*
(BASE: PONDERADA)	44	11
Porque es más barato/económico	33%	-
Trae la información más amplia / Es el más	29%	41%
Por los chistes	14%	-
Cambio de domicilio	12%	32%
Porque tienen mejor explicación / Es más fácil	11%	7%
Por la sección policíaca	9%	-
Es más directo	9%	-
Es más verídico / Es transparente la	7%	15%
Tiene menos hojas	6%	-
Es más fácil de encontrar / Fácil obtenerlo / Es el	5%	12%
Porque es más interesante	5%	-
Trae noticias actuales / Recientes	5%	7%
Porque es serio	1%	-
Porque el papel es más grueso	1%	-
NINGUNO	2%	7%

Base: Lectores que dejaron de leer algún periódico

*Base Insuficiente

P18. ¿Por qué razones cambió de periódico? ¿Alguna otra razón?. ¿Alguna otra?

Satisfacción



Puntos de Corte y Patrón de Colores

Se empleó una escala de 5 puntos, a la cual, a efectos de generar los promedios que constan en las gráficas, se le asignó *a posteriori* un valor numérico ordinal (“Muy Satisfecho”: 5 puntos, “Satisfecho”: 4, Neutral: 3, “Insatisfecho”: 2, “Muy Insatisfecho”: 1).

ESCALA	PUNTUACIÓN	COLOR	DESCRIPCIÓN
5 puntos	4.49-5.00	Verde	<i>Fortaleza:</i> Calificaciones correspondientes al primer cuartil superior (otorgadas por el 25% de los entrevistados que calificaron más alto). Suponen gran satisfacción relativa de cartera, que coadyuva vigorosamente a la lealtad espontánea hacia el periódico.
	4.32-4.48	Azul	<i>Operativo:</i> Calificaciones correspondientes al segundo cuartil superior. Buen nivel relativo de satisfacción de cartera.
	4.21-4.31	Amarillo	<i>Alerta:</i> Calificaciones correspondientes al tercer cuartil. Aspectos que el periódico debe por lo menos considerar, ya que tienen el potencial de afectar negativamente la percepción general del periódico y amenazar la lealtad.
	1.00-4.20	Rojo	<i>Problema:</i> Calificaciones correspondientes al cuartil inferior (otorgadas por el 25% de los entrevistados que calificaron más bajo). La percepción del servicio es decididamente peor que las demás. Si a la vez son importantes para los clientes, estos aspectos pueden configurar una fuerte amenaza contra la lealtad de cartera.

Los *puntos de corte* para los intervalos de calificaciones que constan en esta tabla fueron establecidos *ad hoc* para este estudio mediante un programa de software especializado. Dichos *puntos de corte*, por lo tanto, son arbitrarios y específicos para los resultados de este estudio, y no tienen por qué coincidir con los utilizados en otros estudios de Calidad.

EVALUACIÓN POR FRECUENCIAS

Criterio *Top Two Box*

Además de los promedios de puntuación detallados en la página anterior, un criterio adicional de evaluación de la satisfacción de cartera con cualquier tema o atributo lo constituye la distribución de entrevistados que otorgan las dos máximas calificaciones, las que, por lo demás, son en nuestra escala las únicas realmente positivas: 5: “Muy Satisfecho”, 4: “Satisfecho”.

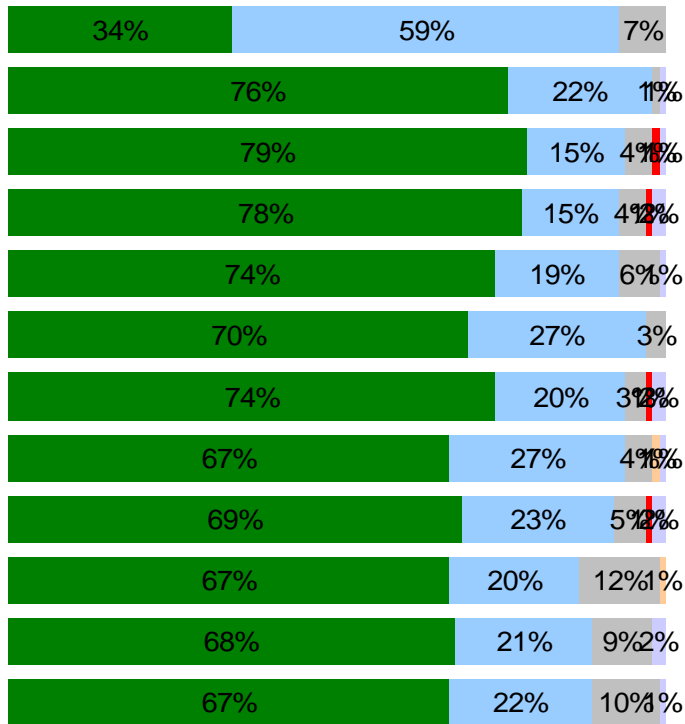
A diferencia del de Puntos de Corte, éste criterio, basado conceptualmente en la distribución de Pareto, es *preestablecido* (por lo tanto *rígido*). Esto lo hace más universal en su aplicación, pero por lo mismo menos específico y preciso.

Para una apreciación integral se recomienda evaluar cada atributo y tema mediante *ambos* criterios: Puntos de Corte y *Top Two Box*.

Se considera que:

Un ítem presenta un nivel de satisfacción aceptable, cuando el 80% de los entrevistados le otorga calificaciones de 4 a 5 puntos (*Top Two Box* - TTB)

PROPORCIONES (TTB)



- 5 Muy bueno
- 4 Bueno
- 3 Regular
- 2 Malo
- 1 Muy malo
- No sabe

Base: Lectores El Diario (186)

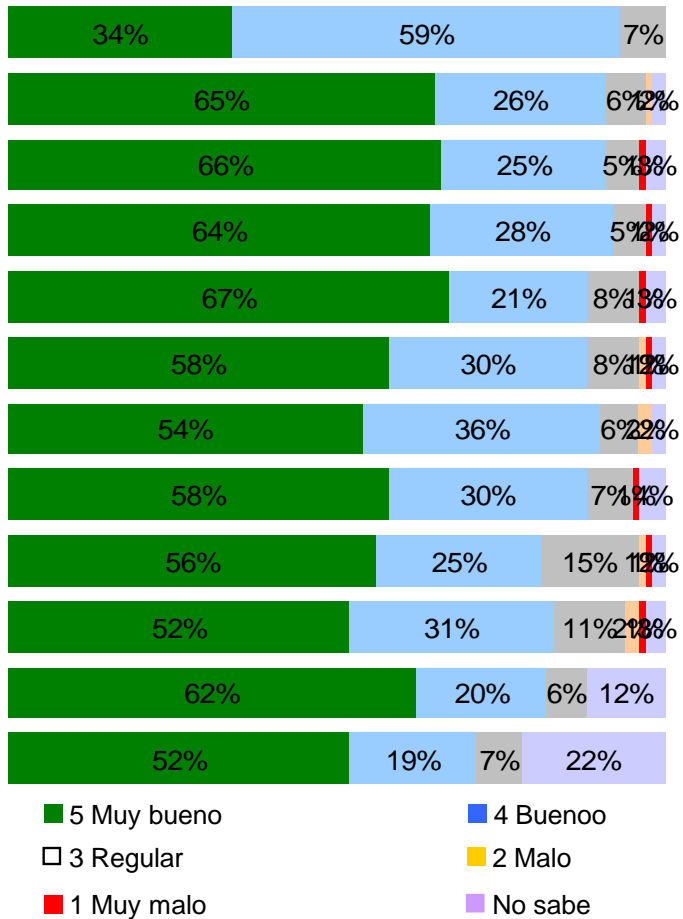
MEDIA



Continúa ...

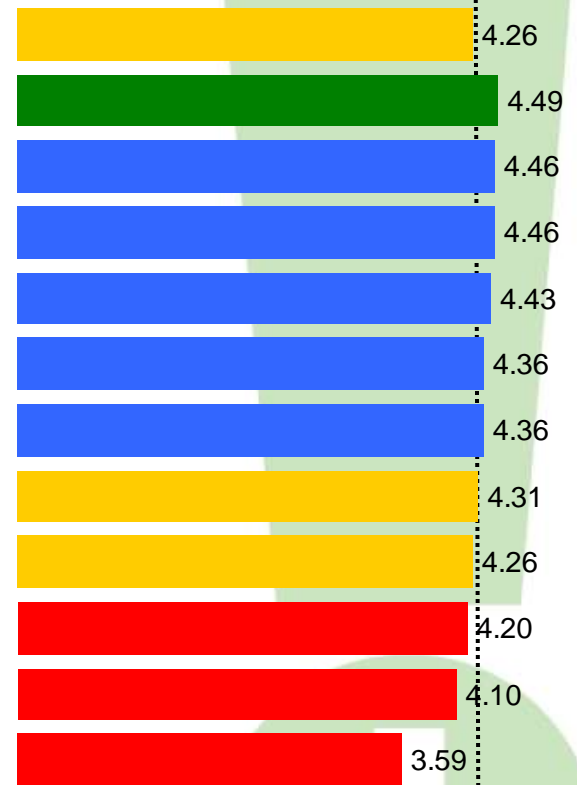
P8. ¿Le voy a leer una serie de atributos acerca del periódico El Diario y quiero que los evalúe en una escala de 5 puntos, donde 1 significa muy malo y 5 significa muy bueno, ¿qué calificación le daría a...?

... continuación **PROPORCIONES (TTB)**



- SATISFACCIÓN GLOBAL
- Las secciones
- La extensión de las notas
- La información de deportes
- La publicación de ofertas
- La información de policía
- Los suplementos
- Los monitos
- El clima
- Los cartones políticos
- Las entregas a tiempo
- La atención al suscriptor

MEDIA



Base: Lectores El Diario (186)







P8. ¿Le voy a leer una serie de atributos acerca del periódico El Diario y quiero que los evalúe en una escala de 5 puntos, donde 1 significa muy malo y 5 significa muy bueno, ¿qué calificación le daría a...?

Evaluación de Atributos

- El Diario y Competidores-

	TOTAL	El Diario	TOTAL COMPETENCIA
(BASE: NATURAL)	447	186	261
(BASE: PONDERADA)	437	177	260
SATISFACCIÓN GLOBAL	4.19	4.26	4.15
La facilidad para adquirirlo	4.61	4.64	4.58
La facilidad para leerlo	4.59	4.65	4.54
Los avisos clasificados	4.55	4.72	4.43
El precio es el justo que puedo pagar	4.52	4.52	4.52
Reportajes	4.50	4.60	4.44
El formato	4.49	4.50	4.48
El diseño del periódico	4.47	4.64	4.36
La calidad de impresión	4.42	4.55	4.33
La información de espectáculos	4.39	4.51	4.30
Su objetividad	4.38	4.64	4.20
La información de policía	4.38	4.36	4.39
La información de deportes	4.37	4.46	4.31

	Competidor más cercano
	Competidor que supera a El Diario
	Total Competencia supera a El Diario
	PM supera a El Diario

Base: Total de Entrevistas

Continúa ...





P8. ¿Le voy a leer una serie de atributos acerca del periódico... y quiero que los evalúe en una escala de 5 puntos, donde 1 significa muy malo y 5 significa muy bueno, ¿qué calificación le daría a...?

Evaluación de Atributos

- El Diario y Competidores-

... continuación

	TOTAL	El Diario	TOTAL COMPETENCIA
(BASE: NATURAL)	447	186	261
(BASE: PONDERADA)	437	177	260
SATISFACCIÓN GLOBAL	4.19	4.26	4.15
Las secciones	4.33	4.49	4.22
Los columnistas	4.31	4.56	4.14
La extensión de las notas	4.30	4.46	4.18
Los monitos	4.27	4.31	4.25
La publicación de ofertas	4.25	4.43	4.13
Las fotografías	4.23	4.51	4.04
El clima	4.19	4.26	4.14
Los suplementos	4.05	4.36	3.84
Los cartones políticos	4.00	4.20	3.87
Las entregas a tiempo	3.91	4.10	3.78
La atención al suscriptor	3.36	3.59	3.19

	Competidor más cercano
	Competidor que supera a El Diario
	Total Competencia supera a El Diario
	PM supera a El Diario

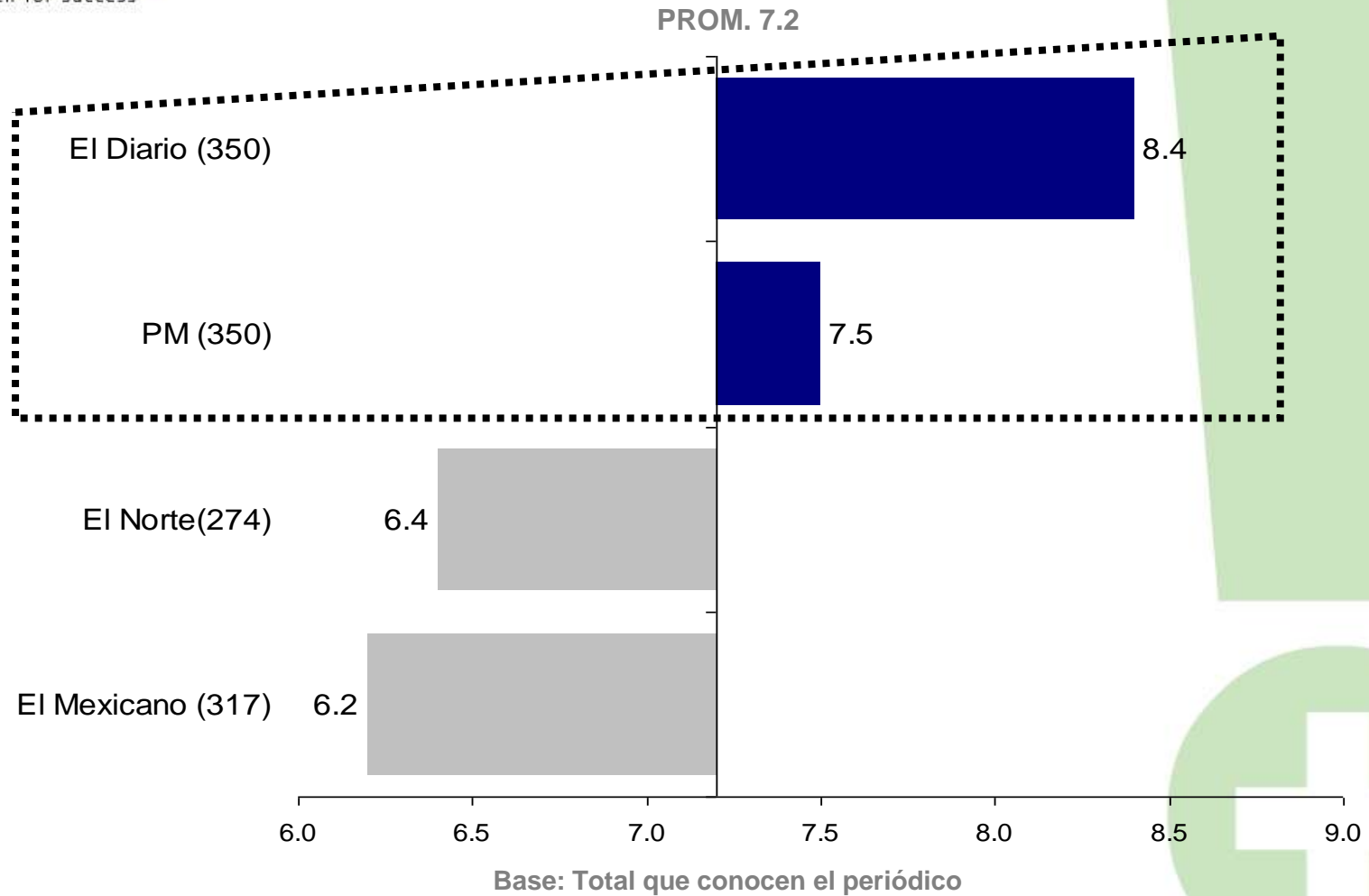
Base: Total de Entrevistas



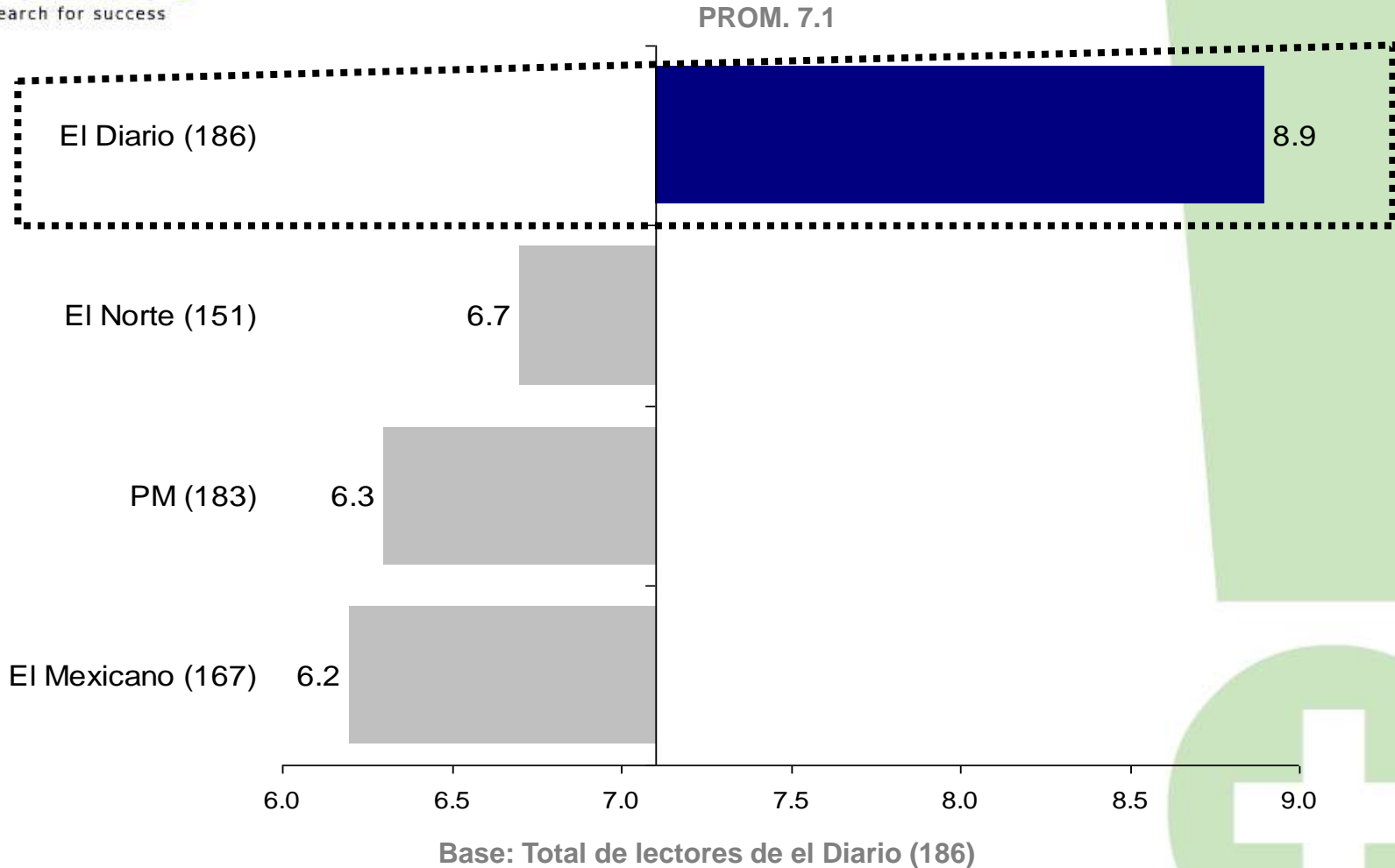
P8. ¿Le voy a leer una serie de atributos acerca del periódico... y quiero que los evalúe en una escala de 5 puntos, donde 1 significa muy malo y 5 significa muy bueno, ¿qué calificación le daría a...?

Contenido





P3. Tomando en consideración todo lo que busca en un periódico, por favor evalúe cada periódico que usted conoce; usando una escala de 10 puntos, donde el 10 significa que usted piensa que el periódico es "Perfecto" y 1 significa que usted piensa que es "Pésimo". No importa si lo ha leído o no, nos gustaría su opinión sobre todos los que conoce.



P3. Tomando en consideración todo lo que busca en un periódico, por favor evalúe cada periódico que usted conoce; usando una escala de 10 puntos, donde el 10 significa que usted piensa que el periódico es "Perfecto" y 1 significa que usted piensa que es "Pésimo". No importa si lo ha leído o no, nos gustaría su opinión sobre todos los que conoce.

Lectura de periódicos

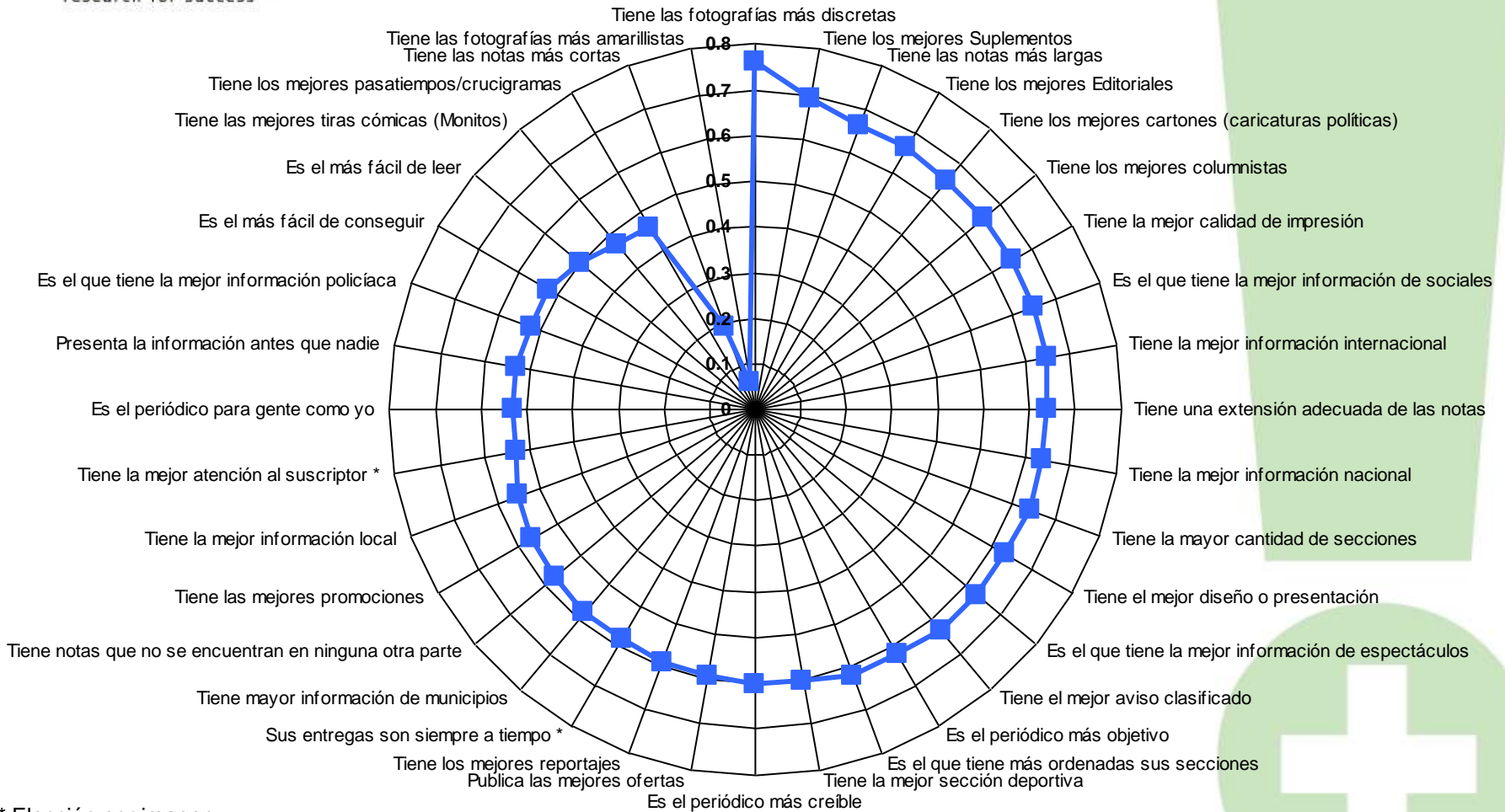
- Razones de lectura -

	TOTAL	El Diario
(BASE: NATURAL)	447	186
(BASE: PONDERADA)	437	177
Para enterarme que pasa en mi Estado	17%	13%
Por las noticias están más completas	16%	22%
Es verídico / Está comprometido con la verdad	13%	20%
Por su precio barato / Es más económico	11%	4%
Por las notas policíacas/por la información policíaca	9%	1%
Por su sección de deportes / Noticias deportivas	9%	11%
Por la nota roja / Asesinatos	8%	3%
Trae mejores explicaciones	7%	3%
Por los chistes	5%	-
Porque es el que más vende / Más fácil de conseguir	5%	9%
Porque les tengo confianza / Es serio	5%	12%
Por las notas de los espectáculos	5%	5%
Por los horóscopos	5%	-

Base: Total Lectores

P20. En sus propias palabras, por favor dígame, por qué razones lee usted con mayor frecuencia...

■ El Diario



* Elección por imagen

Base: Total de Entrevistas (353)

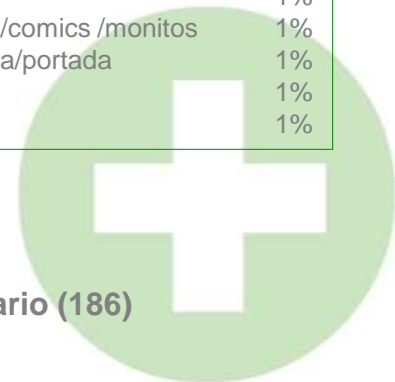
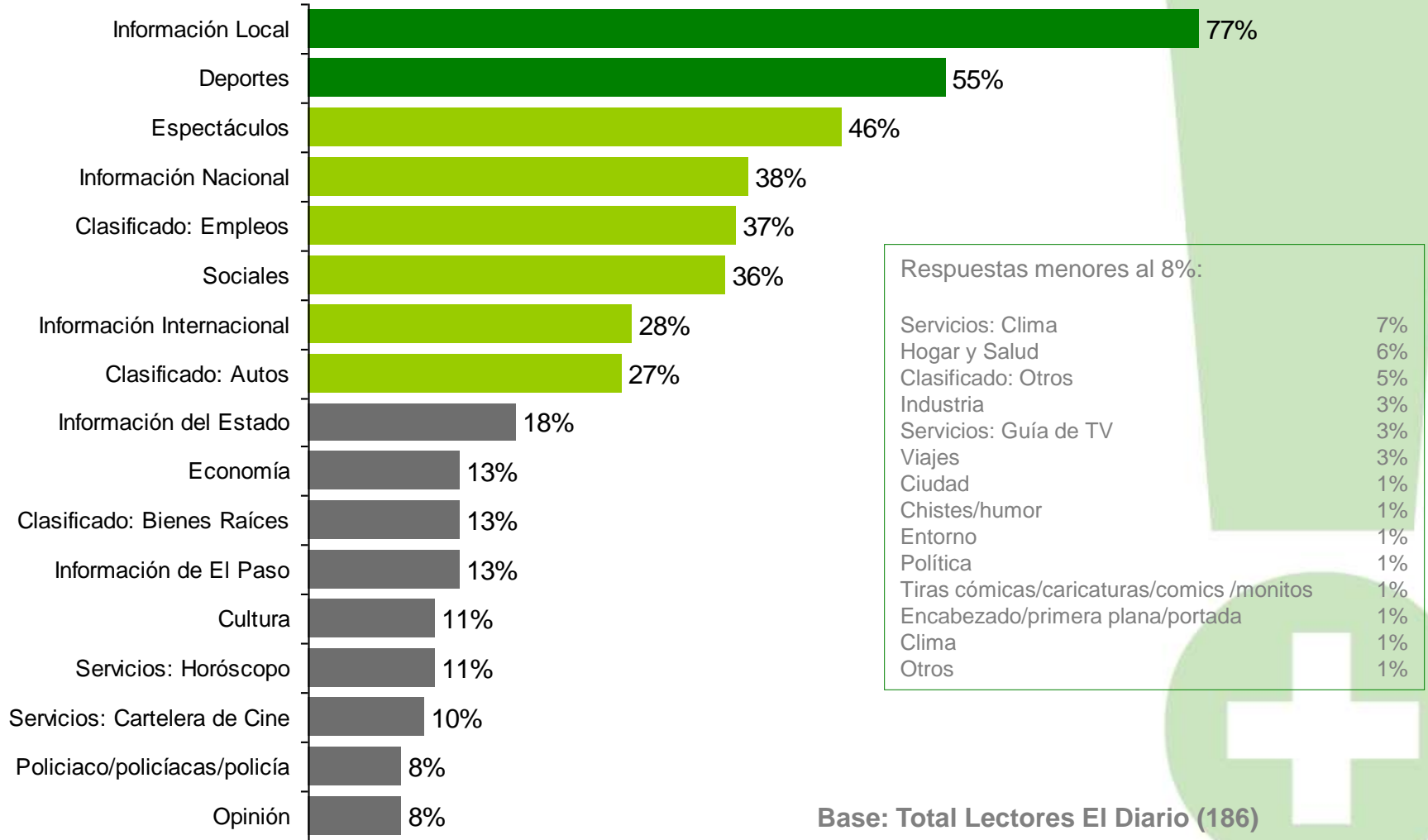


P29. De los periódicos que conoce o ha oído nombrar, ¿cuál periódico diría usted que describe mejor cada uno de los siguientes atributos?

Tipo de información

-Lectores El Diario -

Multiplicidad: 4.82



P31. ¿Cuál es la información que acostumbra leer en EL Diario? ¿Alguna otra?, ¿alguna más?

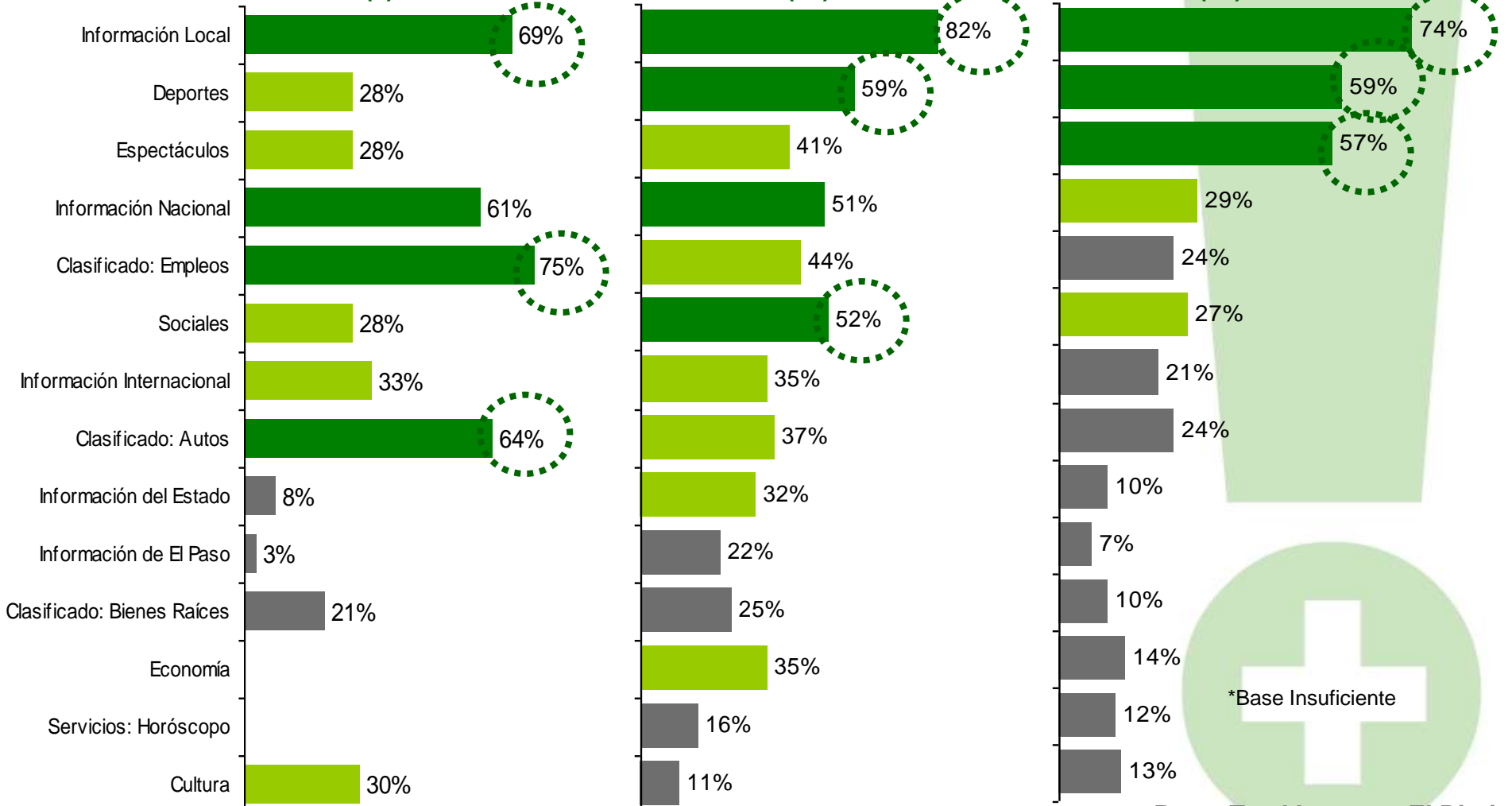
Tipo de información

-Lectores EL Diario -

-Nivel Socioeconómico- C+ (47)

A/B (9)*

C (64)



Multiplicidad: 5.17

6.29

4.38

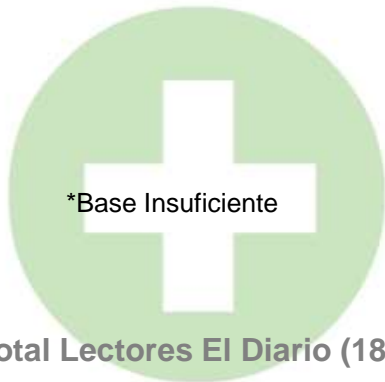
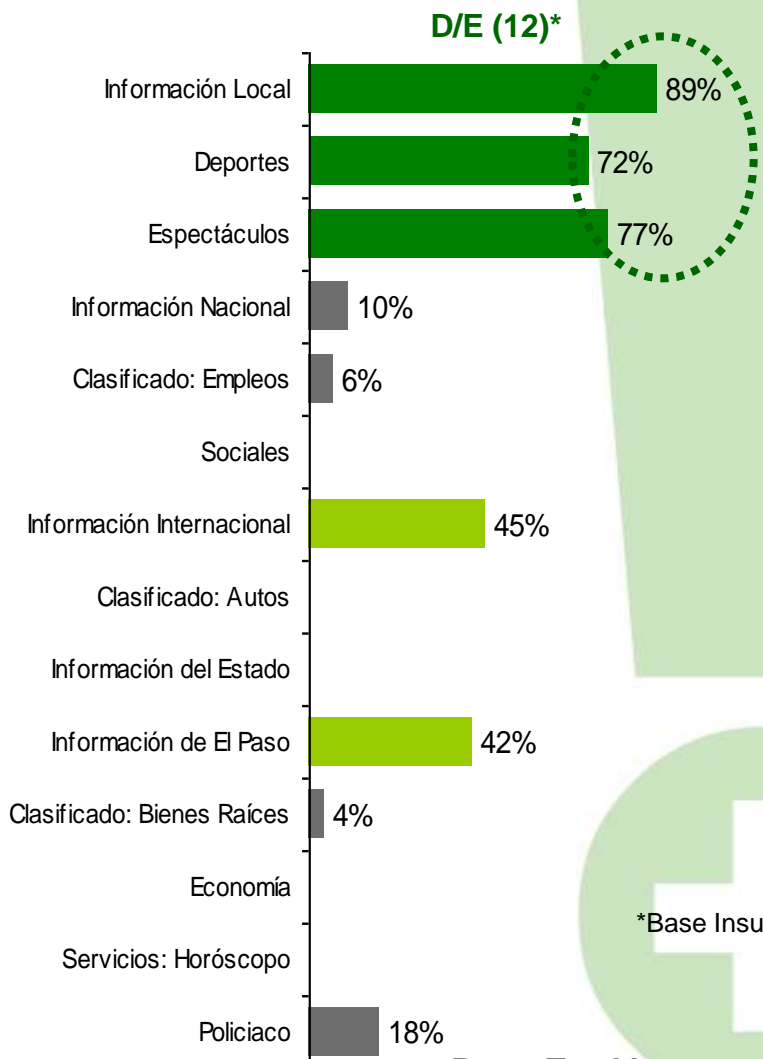
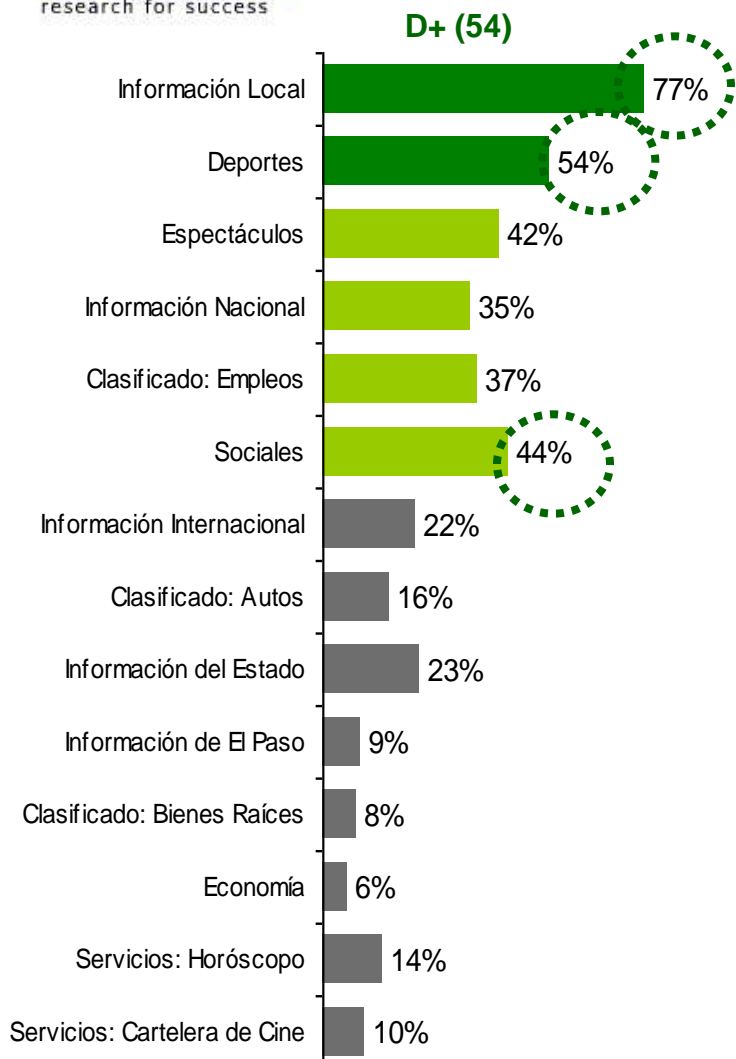
Base: Total Lectores EL Diario (186)

*Base Insuficiente

P31. ¿Cuál es la información que acostumbra leer en EL Diario? ¿Alguna otra?, ¿alguna más?

Tipo de información

-Lectores EL Diario -



Multiplicidad: 4.45

3.65

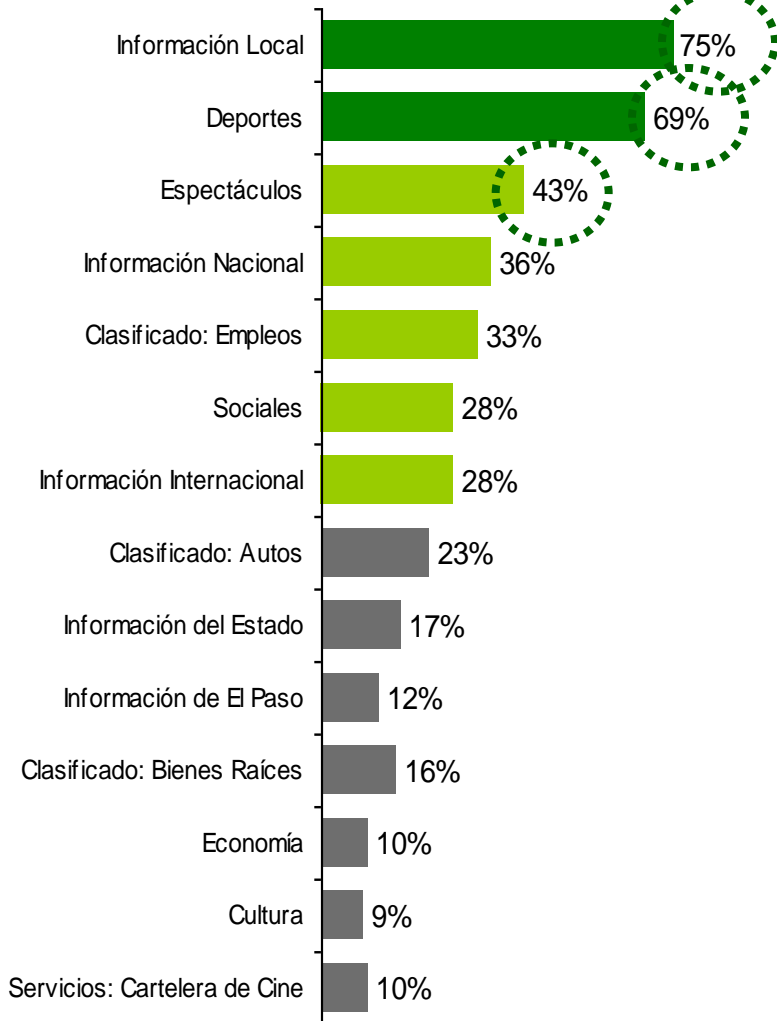
Base: Total Lectores EL Diario (186)

P31. ¿Cuál es la información que acostumbra leer en EL Diario? ¿Alguna otra?, ¿alguna más?

Tipo de información

-Lectores EL Diario -

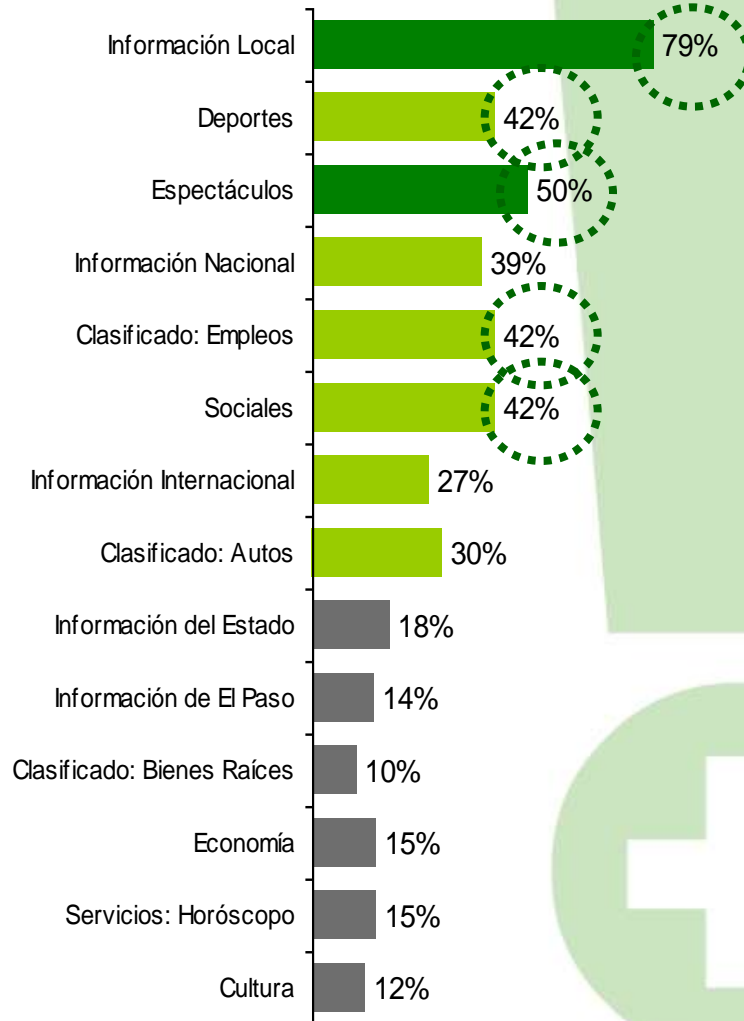
Masculino (146)



Multiplicidad: 4.81

-Sexo-

Femenino (40)



4.83

Base: Total Lectores EL Diario (186)

P31. ¿Cuál es la información que acostumbra leer en EL Diario? ¿Alguna otra?, ¿alguna más?

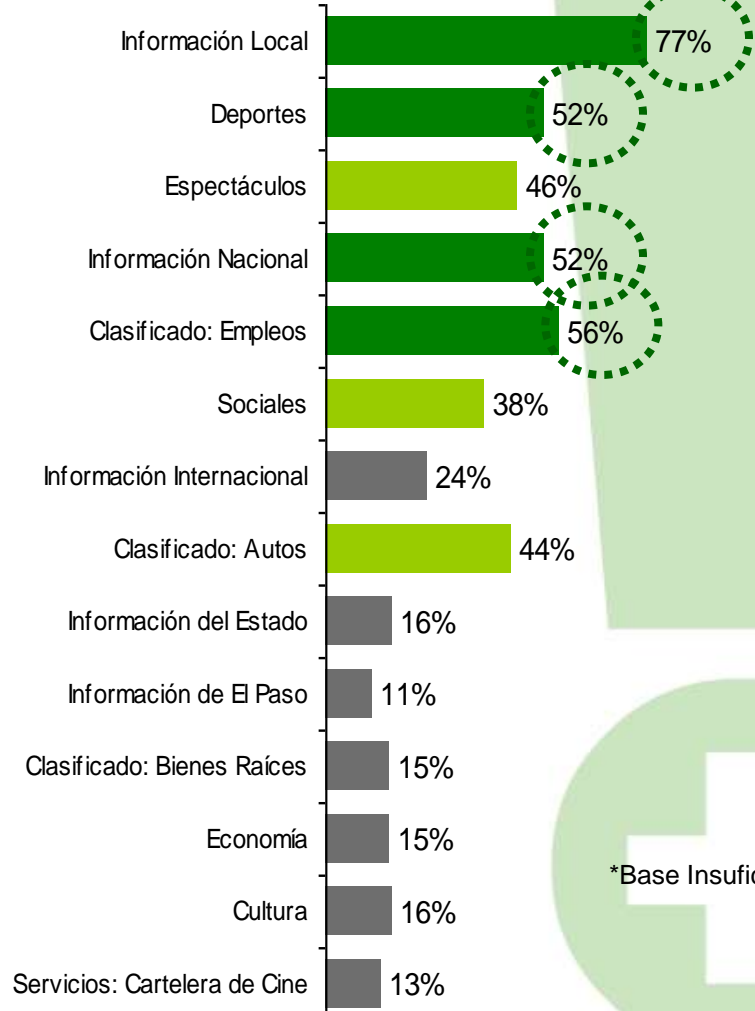
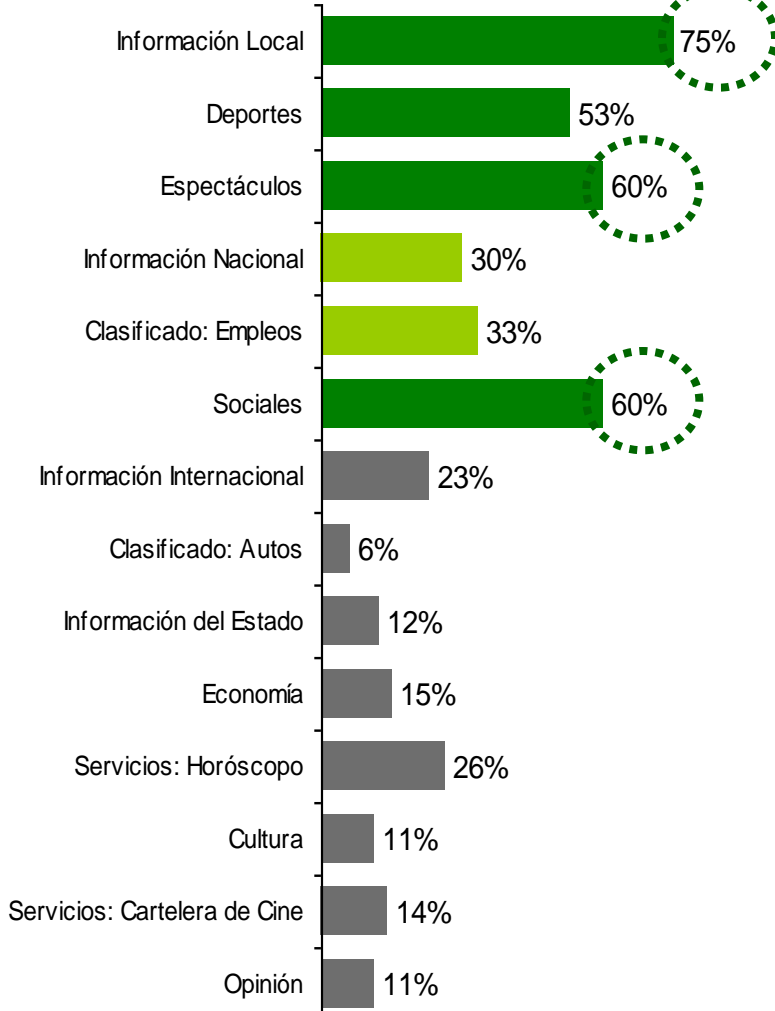
Tipo de información

- Lectores EL Diario -

18-24 (21)*

-Rangos de Edad-

25-34 (55)



Multiplicidad: 4.79

5.24 Base: Total Lectores EL Diario (186)

P31. ¿Cuál es la información que acostumbra leer en EL Diario? ¿Alguna otra?, ¿alguna más?

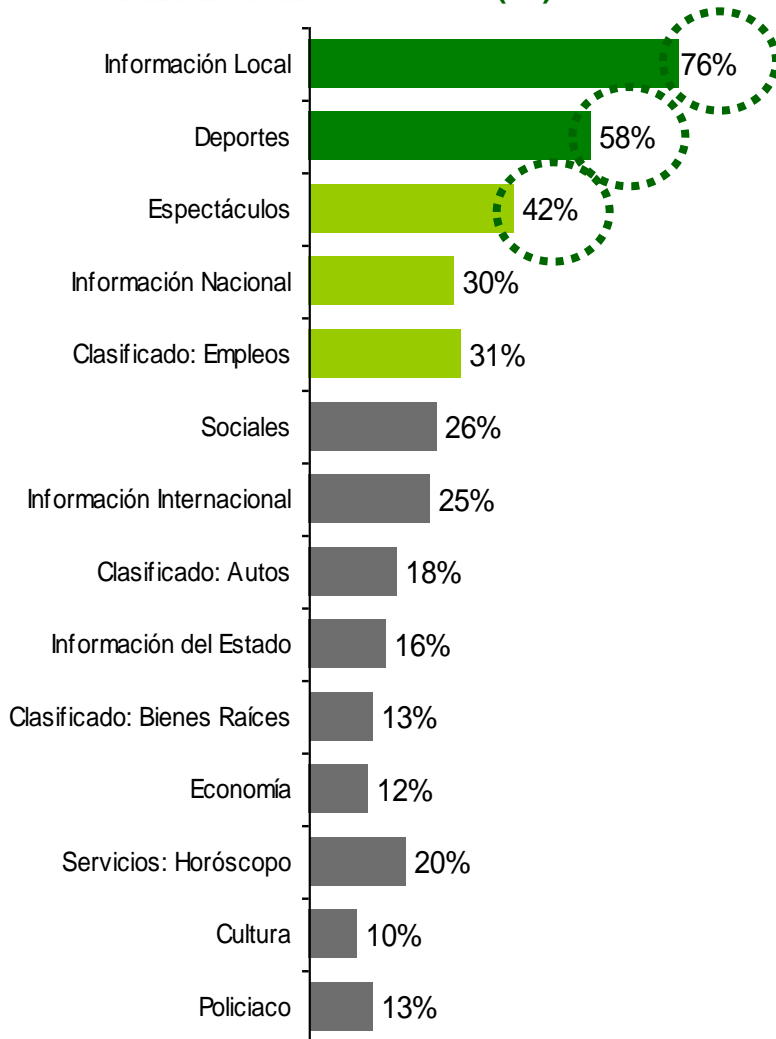
Tipo de información

- Lectores EL Diario -

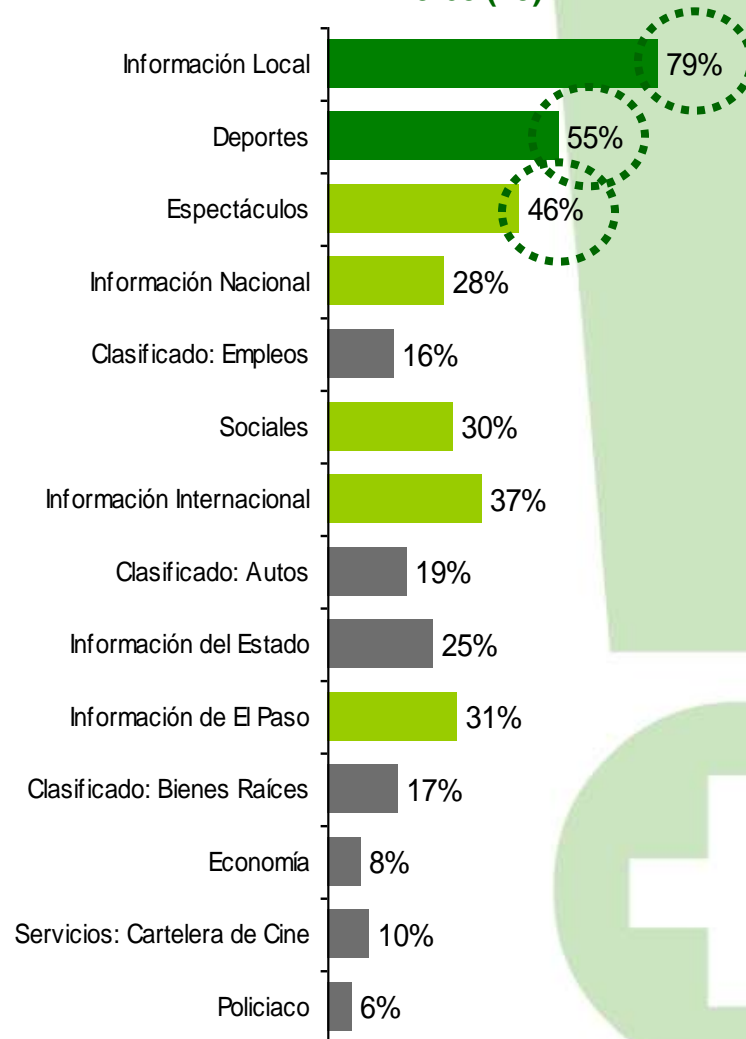
35-44 (65)

-Rangos de Edad-

45-65 (45)



Multiplicidad: 4.46



4.53

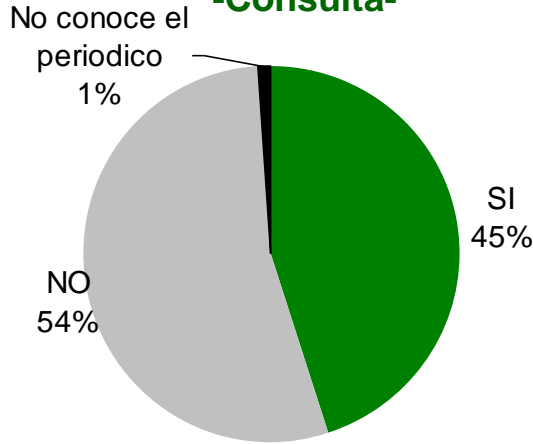
Base: Total Lectores EL Diario (186)

P31. ¿Cuál es la información que acostumbra leer en EL Diario? ¿Alguna otra?, ¿alguna más?

Aviso Clasificado



-Consulta-



Base: Total Entrevistas (353)

-Motivo-

	El Diario
(BASE: NATURAL)	168
(BASE: PONDERADA)	159
Buscar empleo	61%
Comprar auto	37%
Artículos varios	19%
Renta de casa / departamento	16%
Buscar autos	14%
Por curiosidad	11%
Compra de casa / departamento	9%
Servicios técnicos/servicios de TV	4%

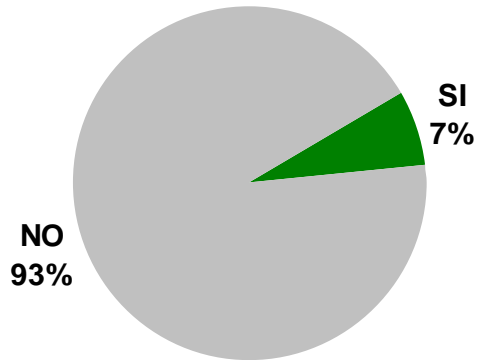
Base: A los que mencionaron haber consultado el Aviso Clasificado de El Diario



P50. ¿Ha consultado en alguna ocasión el AVISO CLASIFICADO del periódico El Diario?

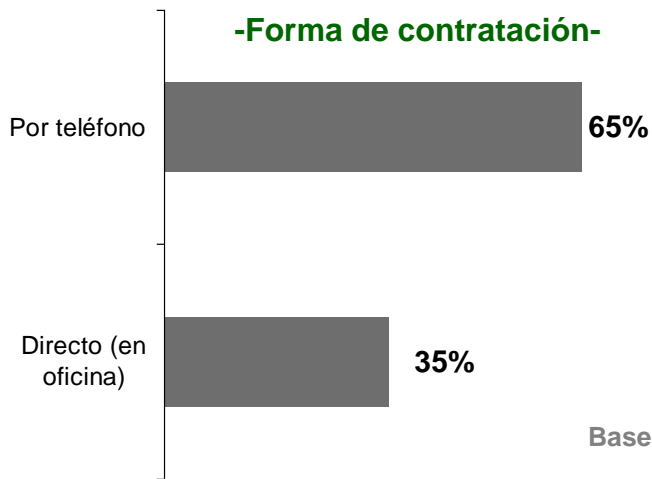
P51. ¿Para que consultó el AVISO CLASIFICADO del periódico El Diario?

-Contratación-



Base: Total Entrevistas (353)

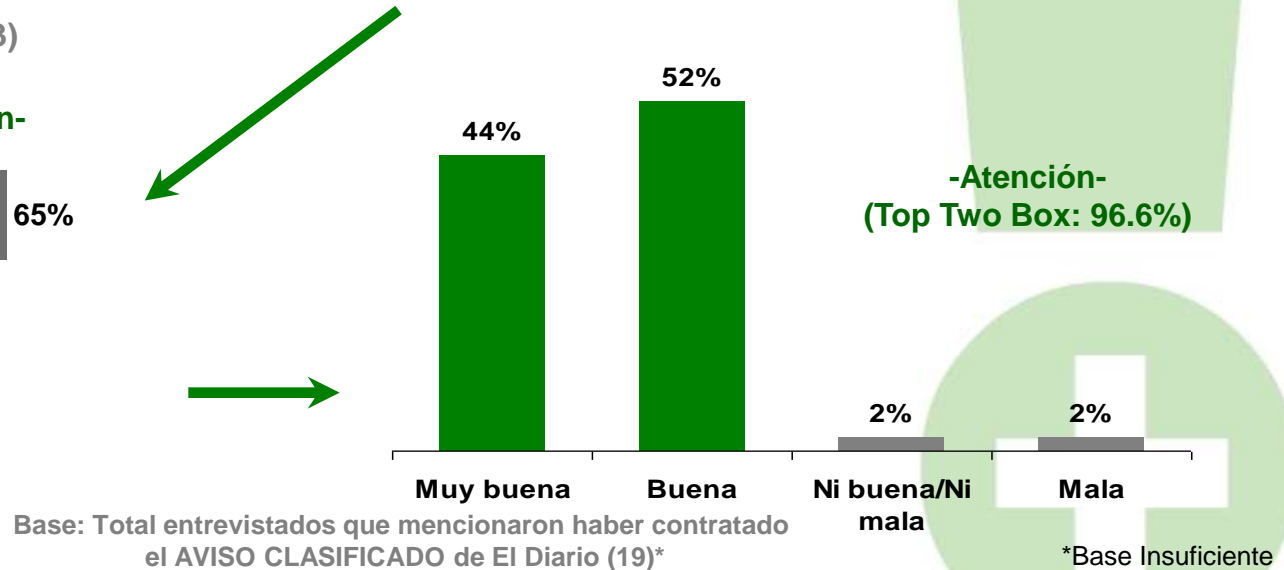
-Forma de contratación-



Motivo

Motivo	El Diario
(BASE: NATURAL)	19*
(BASE: PONDERADA)	24
Pérdida de pasaporte / Anunciar algo perdido	30%
Ventas en general	25%
Venta de auto	22%
Ofrecer sus servicios	17%
Para ofrecer empleo / Vacantes	15%
Renta de casa / departamento	7%

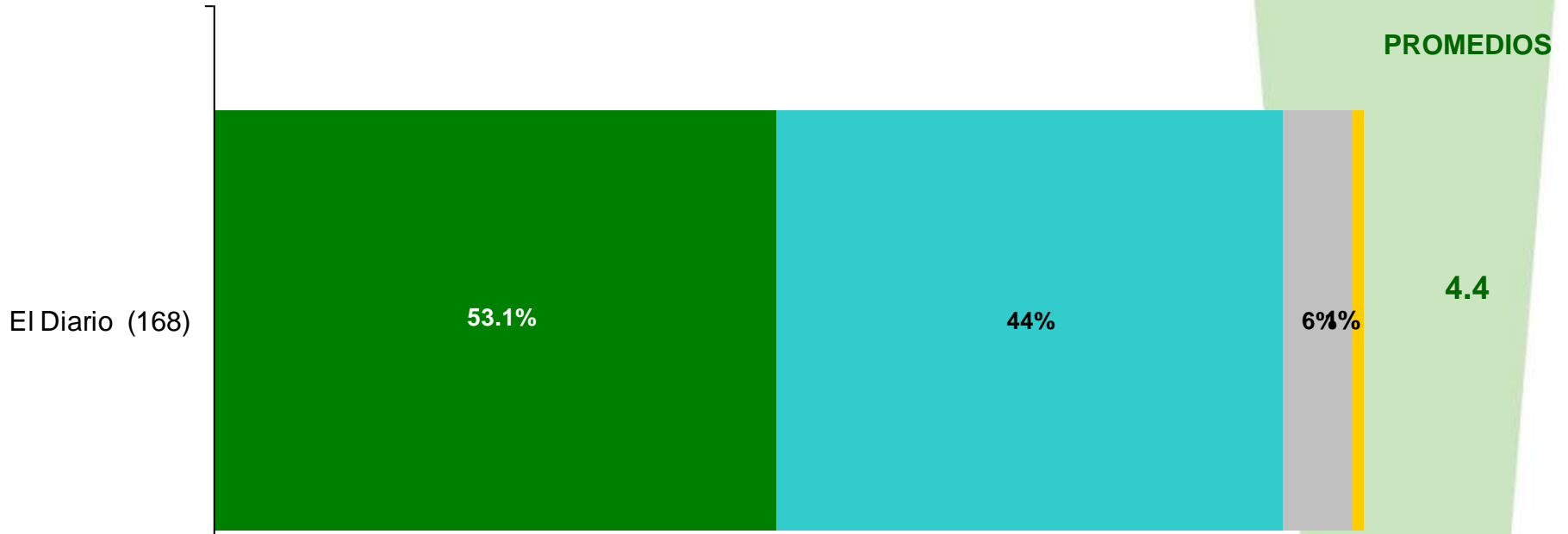
-Atención- (Top Two Box: 96.6%)



- P53. ¿Ha puesto un anuncio en alguna ocasión en el AVISO CLASIFICADO del periódico El Diario?
- P54. ¿Podría decirme para qué puso un anuncio en el AVISO CLASIFICADO del periódico El Diario?
- P55. ¿Cómo lo contrató?
- P56. ¿La atención que recibió diría que fue... ?

Efectividad de la Consulta del Aviso Clasificado

- El Diario y Competidores -



■ Muy Efectiva
 ■ Algo Efectiva
 ■ Indiferente
 ■ Poco Efectiva
 ■ Nada Efectiva

Base: A los que mencionaron haber consultado el Aviso Clasificado



P52.- ¿Qué tan efectiva le resultó la consulta del AVISO CLASIFICADO del periódico... ¿usted diría que...?

Suscripciones



Lectura de periódicos

- Forma de adquisición -

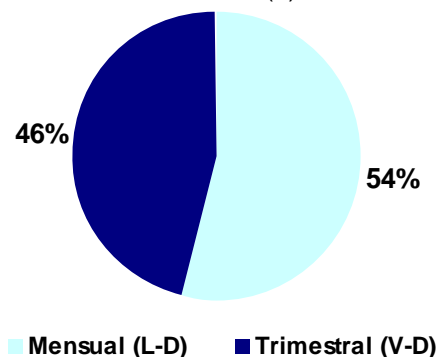
-Forma de Adquisición-

	TOTAL	El Diario
(BASE: NATURAL)	447	186
(BASE: PONDERADA)	437	177
Voceadores	46%	31%
Puestos fijos de periódicos	23%	25%
Establecimientos	23%	32%
Prestado	5%	8%
Sistema de entrega	2%	2%
Estoy suscrito	1%	2%
PAGADOS	95%	92%

Base: Total de Entrevistas

-Tipo de Suscripción-

EL DIARIO (4)*



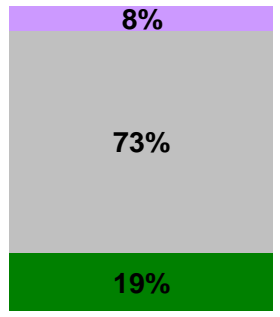
Base: A quienes mencionaron estar suscritos al periódico

P15. ¿De acuerdo a la siguiente tarjeta...?, ¿cuál opción describe mejor la forma en la que obtiene ...?

P21.- ¿El tipo de suscripción que tienen con el periódico... diría que es ...?

- Conocimiento de promociones para suscribirse: El Diario-

-Conocimiento de promociones-



El Diario (186)

■ Sí ■ No ■ No Sabe

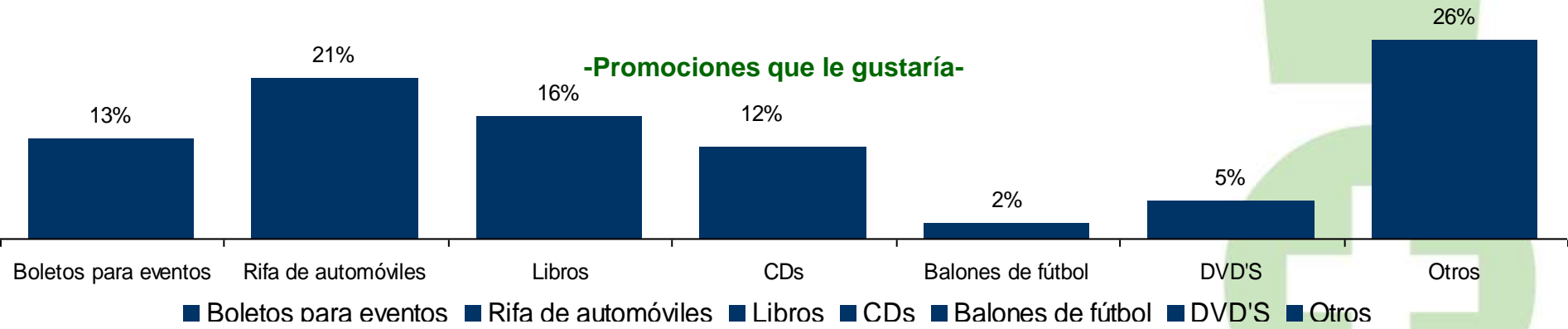
Base: Total de Entrevistas

-Tema de la promoción-

	EL DIARIO
(BASE: NATURAL)	42
(BASE: PONDERADA)	34
Regalo de CD/discos	35%
Más barato por suscripción / Suscripción	30%
Regalo de películas	5%
Vienen libros	9%
Boletos de descuento para el cine / Boletos	2%
Rifan casas	9%
Vienen enciclopedias / Enciclopedias	7%
Te llevan el periódico gratis a tu casa	9%

Base: Entrevistados que sí han visto promociones

-Promociones que le gustaría-

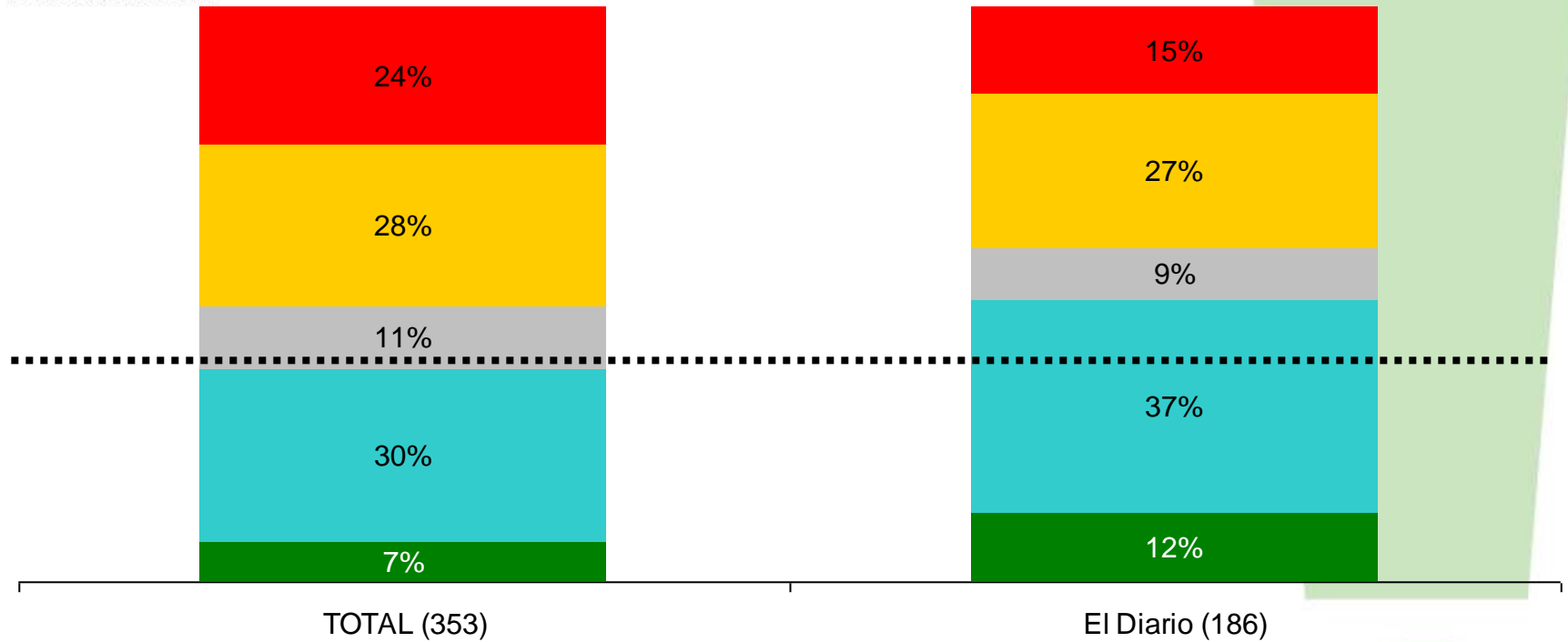


■ Boletos para eventos ■ Rifa de automóviles ■ Libros ■ CDs ■ Balones de fútbol ■ DVD'S ■ Otros

Base: Total de Entrevistas

P26. ¿Ha visto alguna vez promociones de suscripciones a periódicos?
 P26A. ¿Recuerda de qué se trataba la promoción?
 P26B. ¿Qué es lo que busca en una promoción, es decir, qué tipo de cosas u obsequios le gustaría que le ofrecieran?

Suscripción a El Diario



PROMEDIO:

2.7

3.1

■ Muy Interesado
 ■ Algo Interesado
 ■ Le da igual
 ■ Poco Interesado
 ■ Nada Interesado

Base: Total de Entrevistas

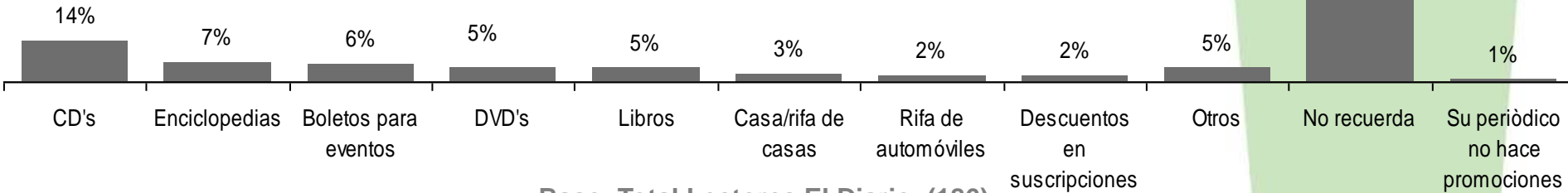


P28. Seleccionando un periódico al azar, por ejemplo El Diario, ¿qué tan interesado estaría usted en suscribirse a El Diario?, ¿usted diría que está...?

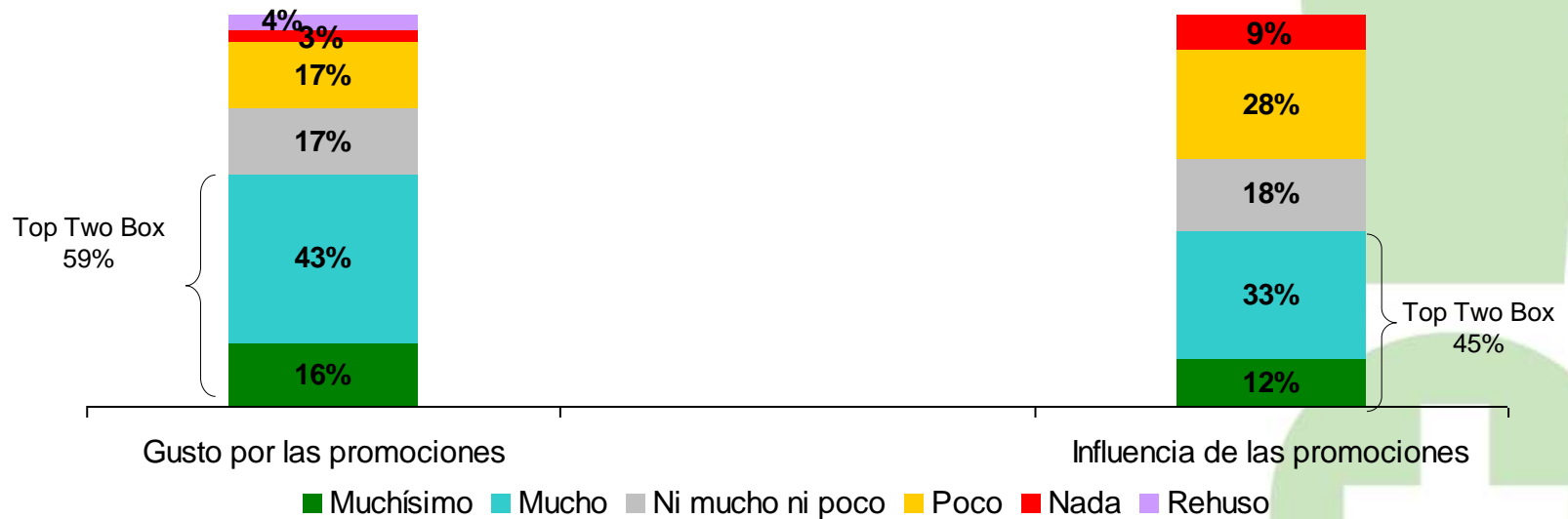
Promociones



-Promociones Realizadas-



Base: Total Lectores El Diario (186)



Gusto por las promociones

Influencia de las promociones

■ Muchísimo ■ Mucho ■ Ni mucho ni poco ■ Poco ■ Nada ■ Rehuso

Base: Total Lectores El Diario que recordaron promoción (83)

Total Lectores El Diario (186)

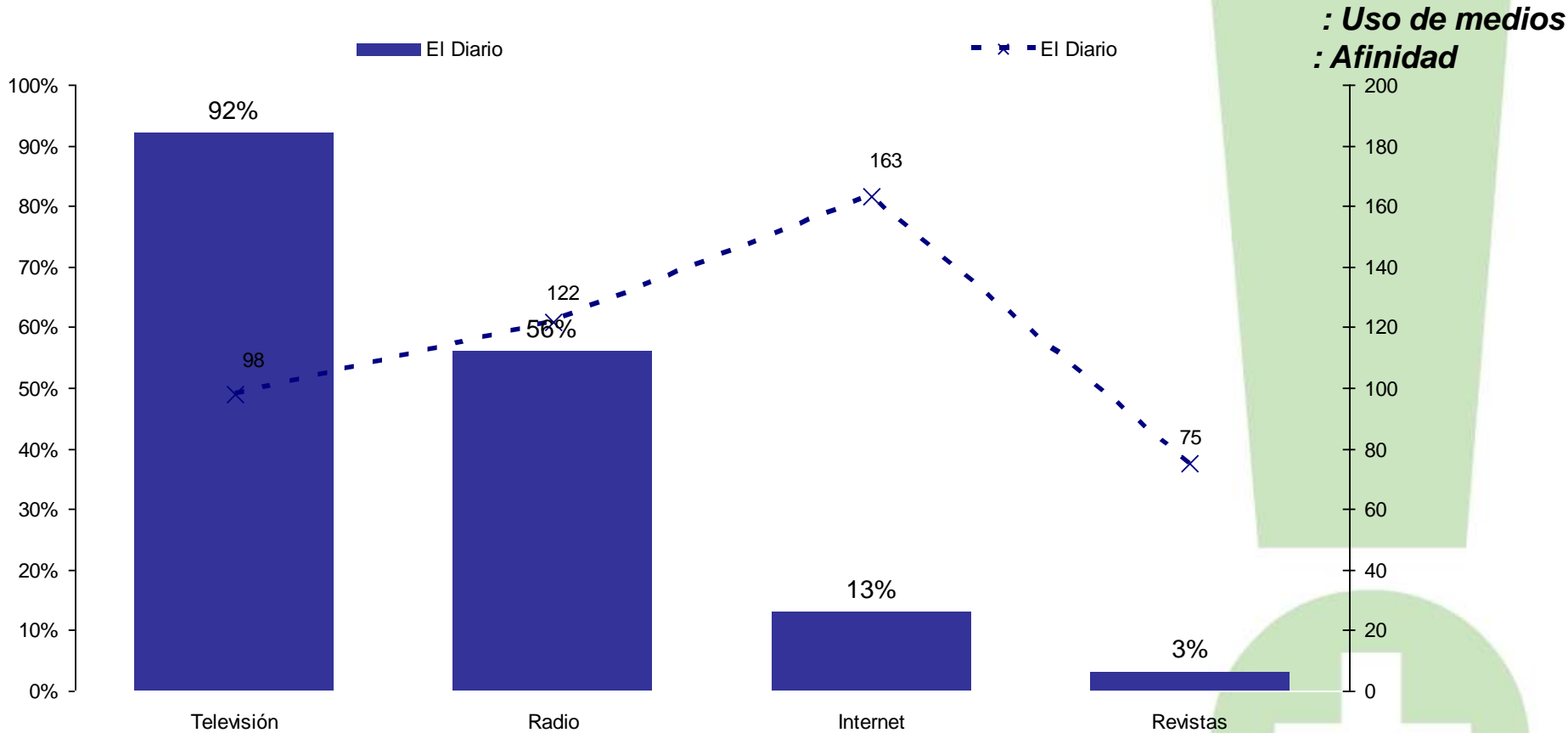
P59. ¿Qué promociones recuerda usted que haya realizado el periódico El Diario?

P62. En general, ¿qué tanto le gustan las promociones que ha tenido el periódico El Diario?

P63. ¿Qué tanto influyen las promociones que hacen los periódicos para que usted los compre? ¿Diría que...

Medios

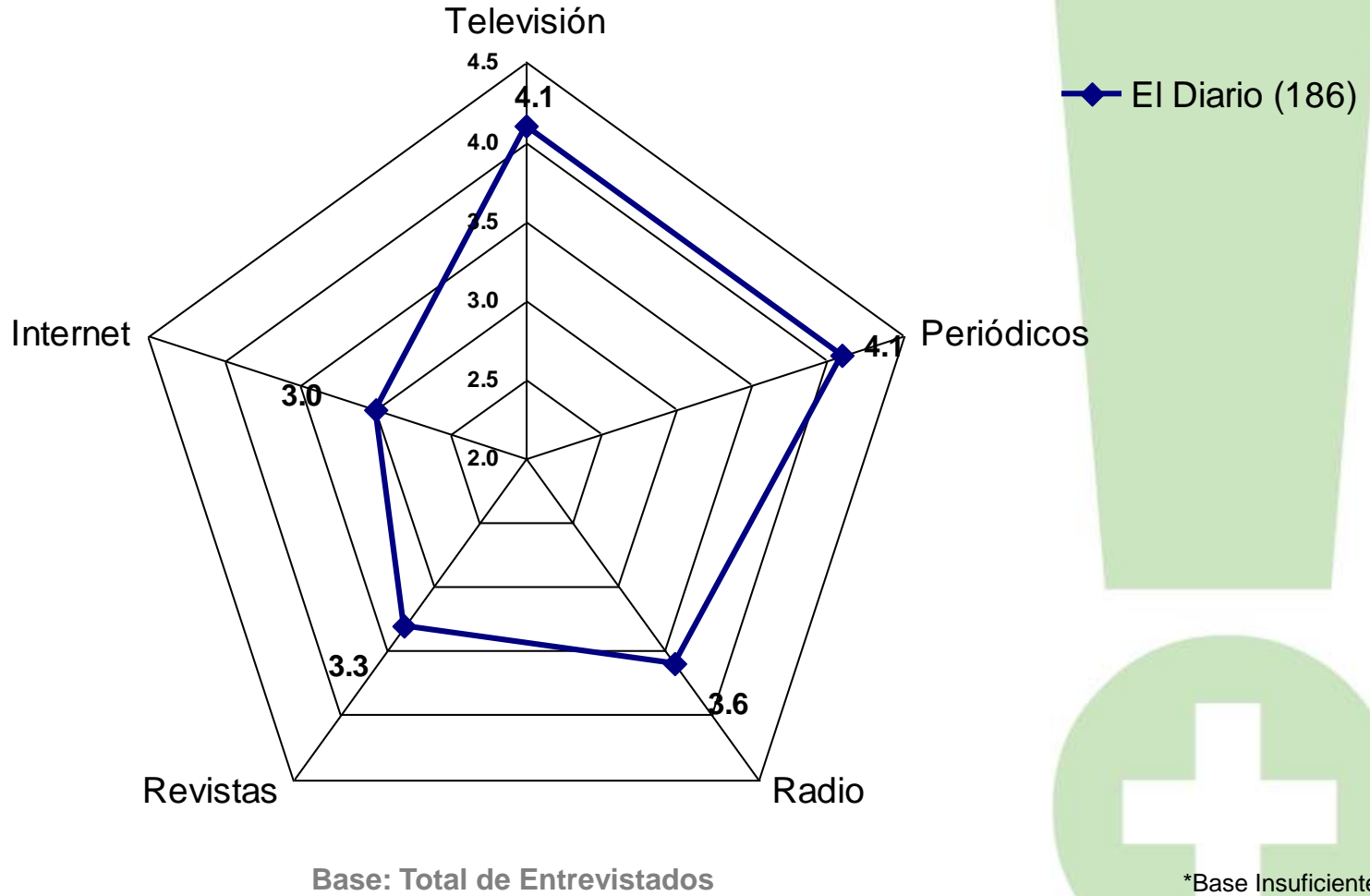




Base: Total de Entrevistas (353)

P44. Además de leer el periódico, ¿qué otros medios de comunicación, utiliza usted para estar informado? ¿Alguno otro?

Confianza en los medios de comunicación diferentes al periódico



P43. En una escala del 1 al 5 donde 1 significa que ese medio es nada confiable y 5 significa muy confiable, por favor evalúe a cada medio de acuerdo a su opinión. Por ejemplo, qué tan confiable es para usted...?

Internet

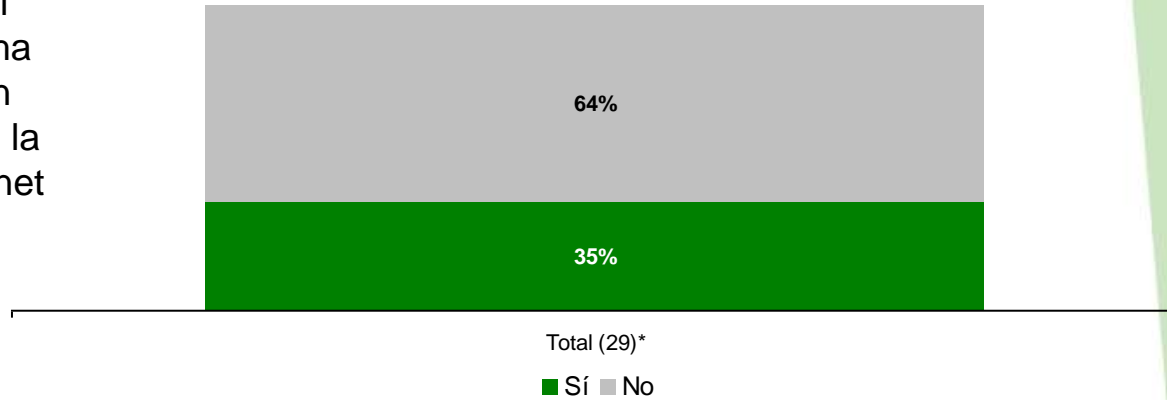


Visita a la página de El Diario

- El Diario y Competidores -

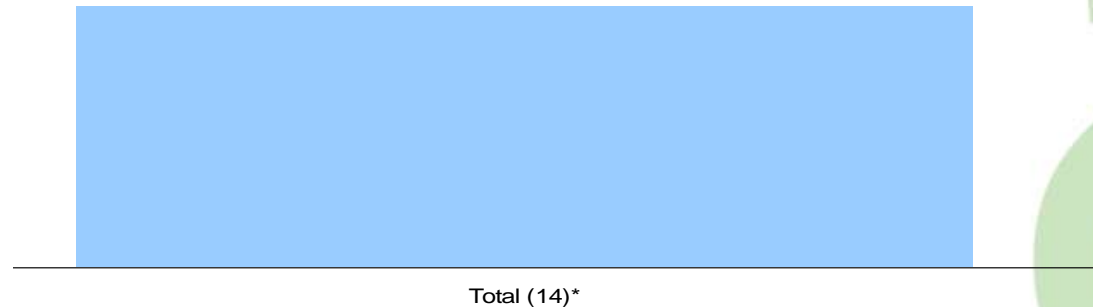
4.6% del total entrevistados ha consultado en alguna ocasión la página de internet de El Diario

-Consulta de la página de El Diario-



Base: A quienes mencionaron Internet

-Frecuencia de consulta semanal- (promedio en días)



Base: Lectores por periódico que sí consultan la página de El Diario

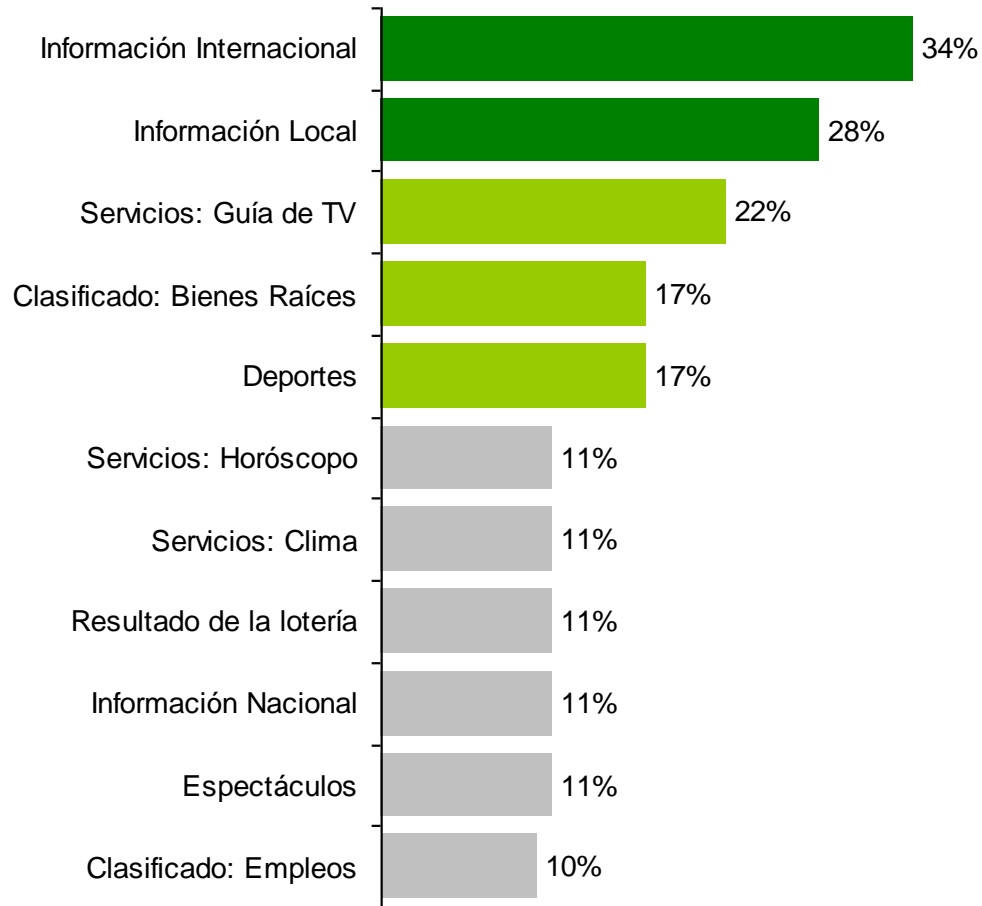
*Base Insuficiente



P46. Usted mencionó que el Internet lo utiliza como medio de información. ¿Ha consultado en alguna ocasión la página del periódico EL Diario?

P47. En una semana normal, ¿cuántos días ha consultado la página del periódico EL Diario?

Información consultada en la página de El Diario

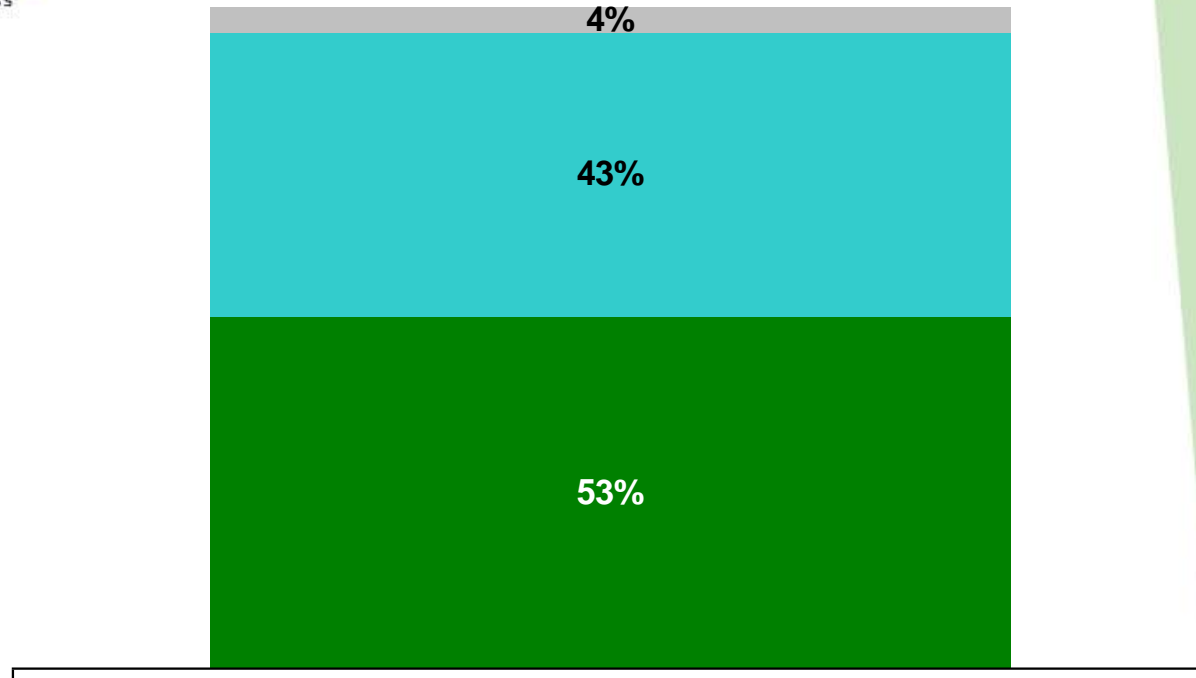


Base: Total lectores que sí consultan la página de El Diario (14)

*Base Insuficiente



P48. Regularmente, ¿cuál es la información del periódico EL Diario que consulta por Internet?



Total (14)*

PROMEDIO:

4.5

- Totalmente de Acuerdo
- Ni de acuerdo ni es desacuerdo
- Totalmente en Desacuerdo
- De Acuerdo
- En Desacuerdo

Base: Total lectores por periódico que sí consultan la página de El Diario

*Base Insuficiente

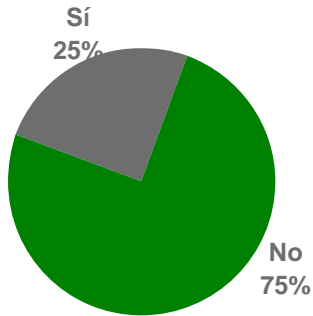


P49. ¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con la siguiente frase: “La página de EL Diario es la mejor que conozco de todas las páginas de periódico en Internet”, usted diría que...?

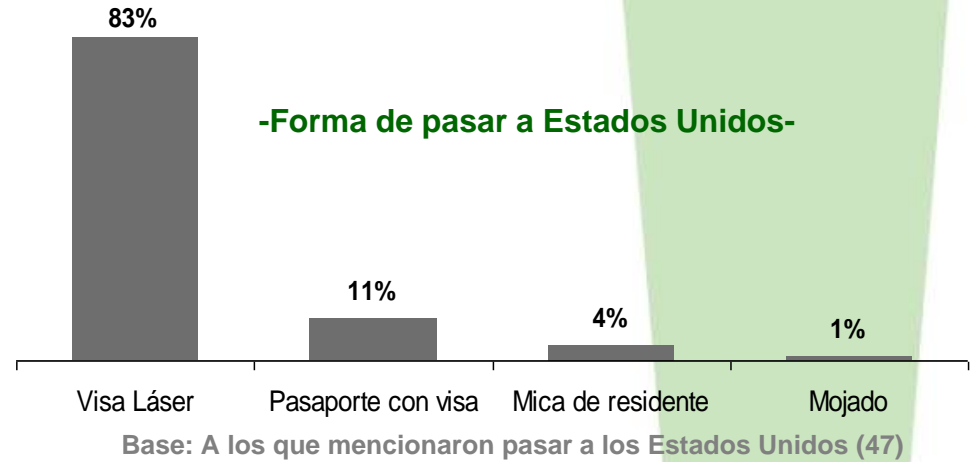
Hábitos y Consumos



-El Diario-
Base (186)

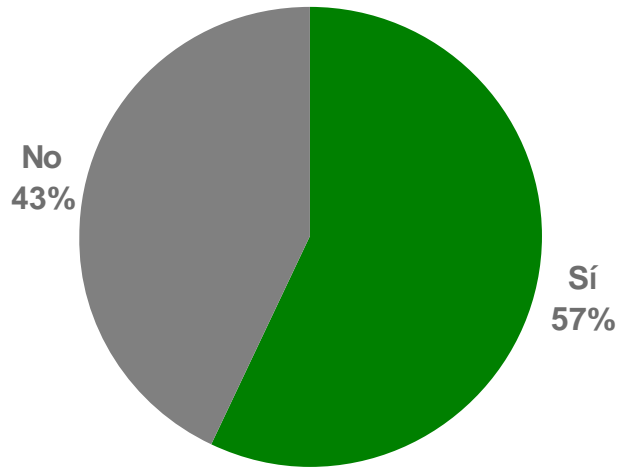


-Forma de pasar a Estados Unidos-



P91. ¿Pasa usted a los Estados Unidos?
P92. ¿Con cuáles de las siguientes opciones pasa a los Estados Unidos?.

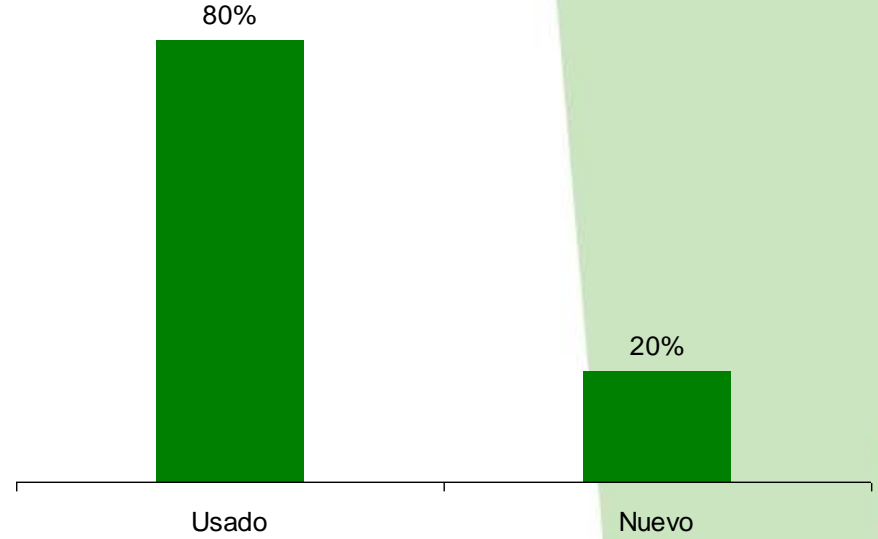
-Posesión de automóvil-



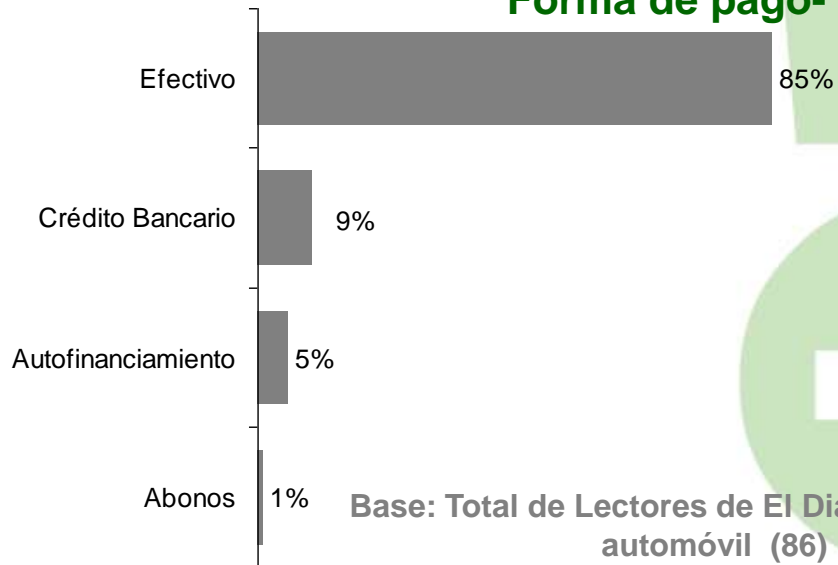
Base: Total de Lectores El Diario (186)



-Obtención de automóvil-



Forma de pago-

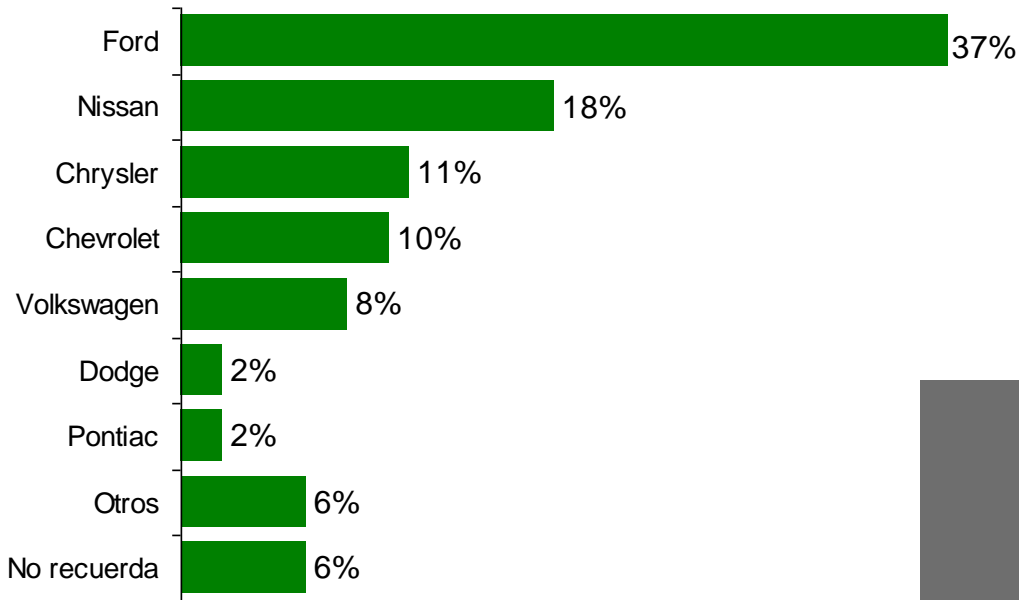


Base: Total de Lectores de El Diario que poseen automóvil (86)

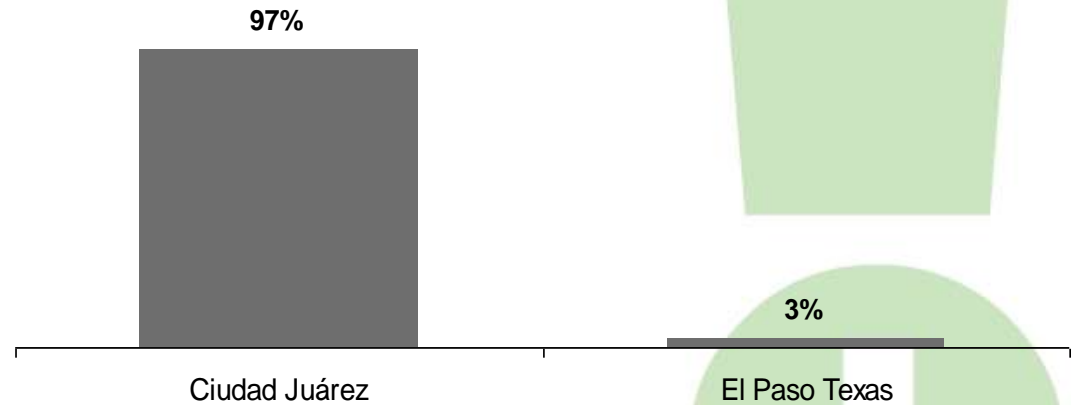
P83. ¿Tiene automóvil?
P86. ¿Cómo obtuvo su auto?
P86A. ¿Cómo fue el pago de su auto?



-Marca de automóvil-



-Lugar de Compra-

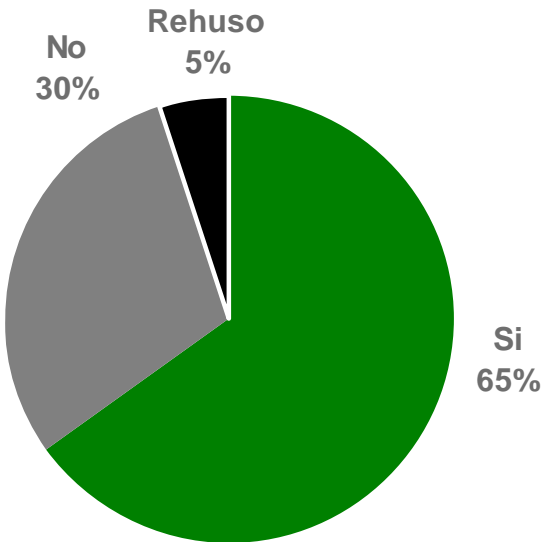


Base: Total de Lectores de El Diario que poseen automóvil (86)

P84. ¿Cuál es la marca?

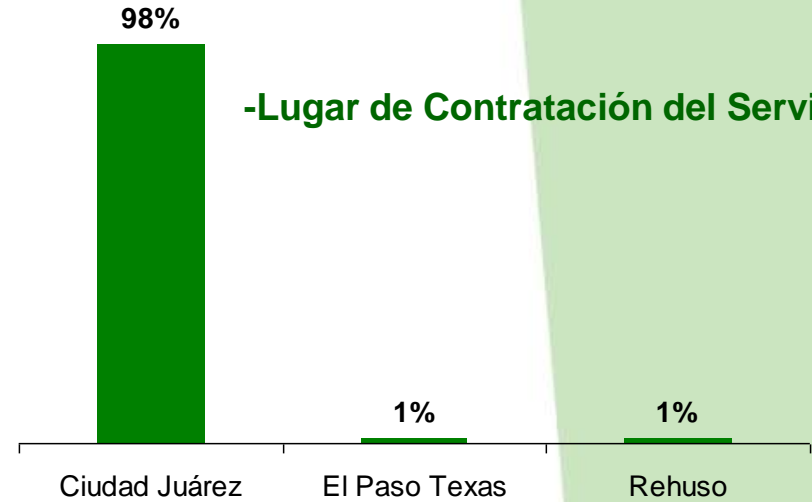
P85. ¿En dónde compro su auto, es decir, en que ciudad?

-Posesión de teléfono celular-

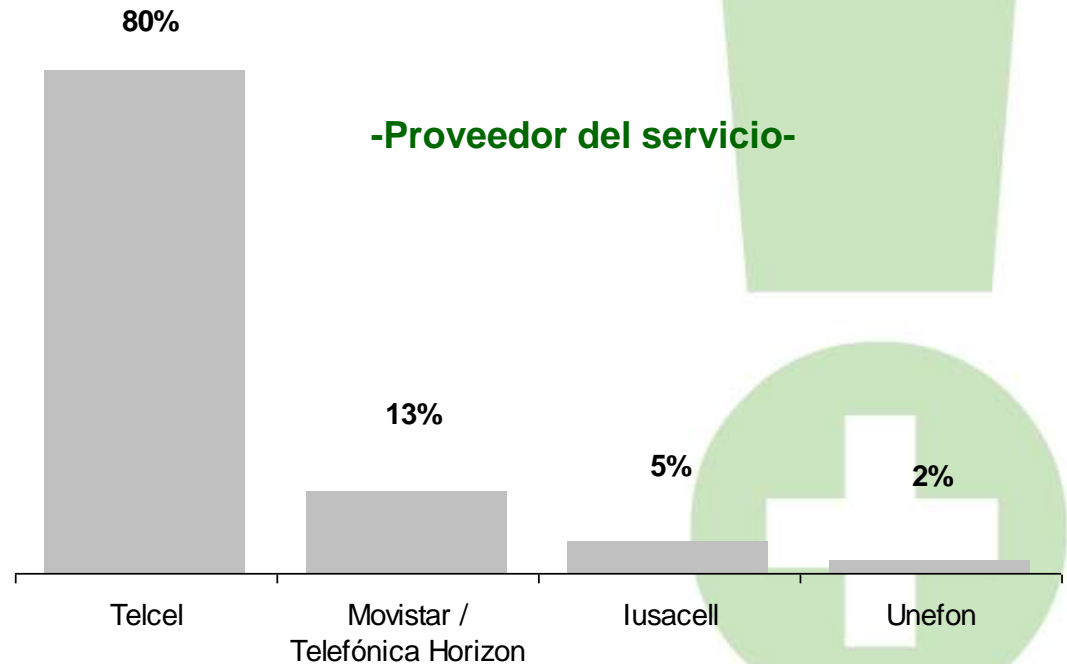


Base: Total de Lectores El Diario (186)

-Lugar de Contratación del Servicio-



-Proveedor del servicio-



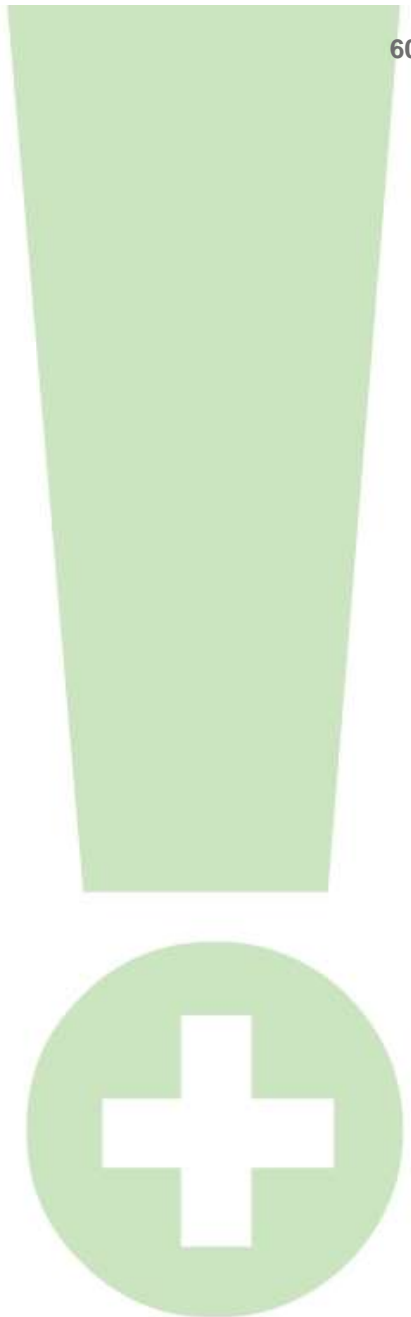
Base: Total de Lectores El Diario que poseen teléfono celular (113)

- P88. ¿Tiene teléfono celular?
- P89. ¿Con quién tiene contratado el servicio?
- P90. ¿En qué ciudad tiene contratado el servicio?

	TOTAL	El Diario
(BASE: NATURAL)	353	186
(BASE: PONDERADA)	351	177
Refrigerador	91%	92%
Lavadora de ropa	85%	89%
Calentador de agua / Boiler	77%	87%
Videocassetera y/o DVD	76%	80%
Equipo de sonido	71%	76%
Horno de microondas	65%	67%
Aire acondicionado / Clima	56%	65%
Teléfono convencional	50%	59%
Tostador de pan	46%	58%
Sistema de TV de paga	35%	42%
Aspiradora	30%	35%
Juegos de videos	26%	29%
Computadora personal / Lap Top	22%	33%

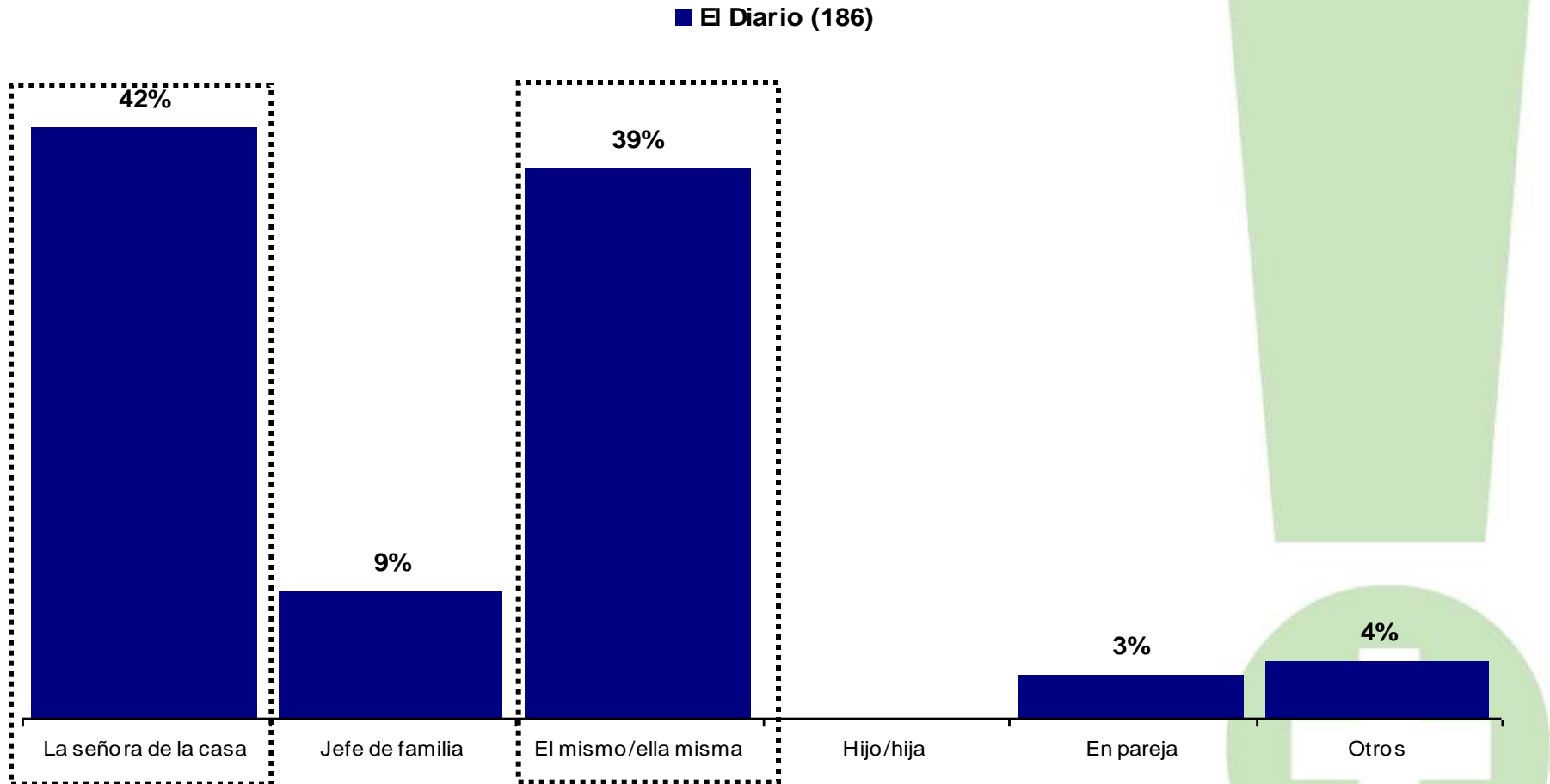
Base: Total entrevistados

P82. De la siguiente lista que le voy a leer, por favor dígame, qué equipo posee en el hogar?



Despensa

-Persona que la compra-



Base: Total de Entrevistados

P75. ¿Quién es la(s) persona(s) encargada(s) de comprar la despensa en su hogar?

Despensa

-Frecuencia y días de compra-

-Frecuencia de compra-

	El Diario
(BASE: NATURAL)	186
(BASE: PONDERADA)	177
Diario	1%
Cada tercer día	6%
Cada semana / Una vez a la semana	73%
Cada 15 días / Cada quincena	12%
Cada 21 días / Cada 3 semanas	2%
Menos frecuente	2%
Rehusó	4%

-Día de compra-

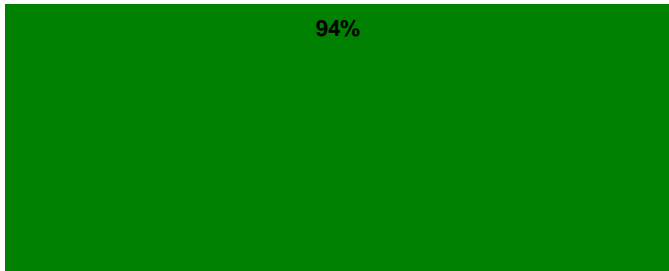
	El Diario
(BASE: NATURAL)	186
(BASE: PONDERADA)	177
Lunes	4%
Martes	14%
Miércoles	12%
Jueves	5%
Viernes	10%
Sábado	39%
Domingo	10%
Sin día específico	12%
No sabe / Rehusó	4%

Base: Total de Entrevistados



P76. Por lo general, ¿cada cuándo se compra la despensa en su hogar?
 P77. ¿Qué día acuden a realizar las compras de la despensa en su hogar?

-Compran en Ciudad Juárez-



El Diario (186)

Base: Total de Entrevistados

-Lugar de compra-	TOTAL	El Diario
(BASE: NATURAL)	342	179
(BASE: PONDERADA)	335	167
Smart	68%	74%
Soriana	23%	18%
Wal Mart	3%	6%
Sam's	2%	2%
Extra	2%	-
Supermercado González	1%	-
Mercado de abastos	1%	-

Base: Entrevistados que compran la despensa en Ciudad Juárez

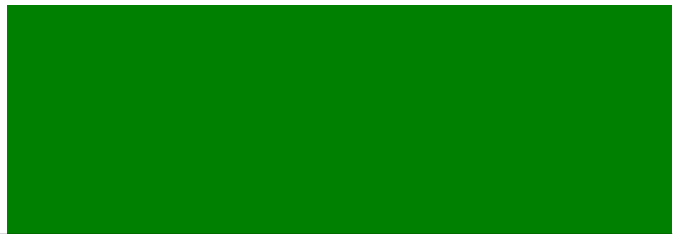
P78. ¿En qué lugar (CIUDAD) acostumbra surtir la despensa de su hogar? ¿Algún otro aunque sea en el extranjero?

P79. Por favor, dígame el nombre del supermercado o el establecimiento, al que asisten con más frecuencia para comprar la despensa?



-Compran en El Paso, Texas-

2%



El Diario (186)

Base: Total de Entrevistados

-Lugar de compra-	TOTAL	El Diario
(BASE: NATURAL)	9*	7*
(BASE: PONDERADA)	6	4
Wal Mart	45%	62%
Smart	30%	19%
Mall	13%	19%
Sam's	12%	-

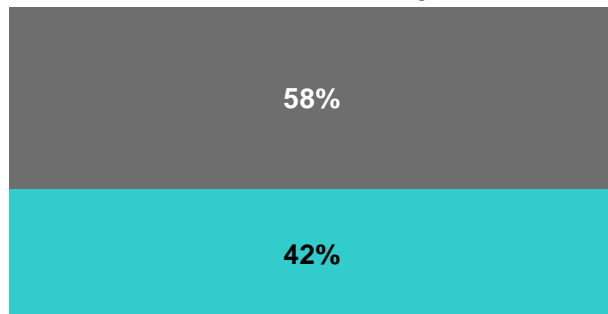
Base: Entrevistados que compran la despensa en El Paso, Texas



P78. ¿En qué lugar (CIUDAD) acostumbra surtir la despensa de su hogar? ¿Algún otro aunque sea en el extranjero?
 P79. Por favor, dígame el nombre del supermercado o el establecimiento, al que asisten con más frecuencia para comprar la despensa?

Tiendas Departamentales

-Asistencia a Tiendas Departamentales-



El Diario (186)

■ Sí ■ No

-Tiendas Departamentales que visita-

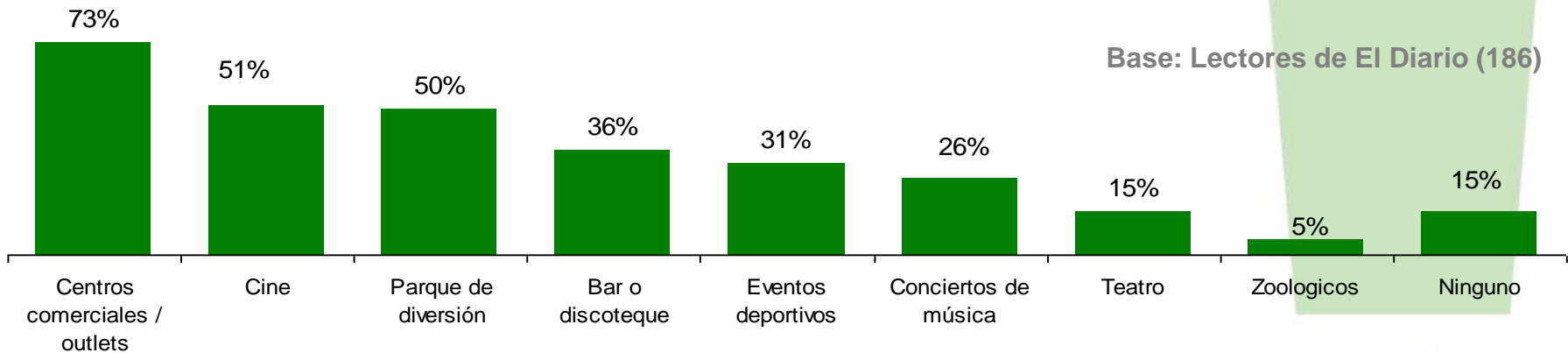
	TOTAL	El Diario
(BASE: NATURAL)	107	70
(BASE: PONDERADA)	110	74
Sanborns	39%	45%
Cimaco	24%	20%
Sears	23%	20%
Fábricas de Francia	20%	27%
Coppel	12%	9%
Dillards	6%	8%
JC Pennys	5%	4%
Marvins	5%	4%
Dorians	4%	4%
Sam's	4%	3%
Burlington	2%	3%
Best Buy	2%	3%
Wal Mart	1%	1%
Famsa	1%	1%
ELEKTRA	1%	1%
C&A	1%	1%
Milano	1%	-
Futurama	0%	1%
Otros	3%	0%

Base: Entrevistados que asisten a Tiendas Departamentales

P80- ¿Asiste a tiendas departamentales regularmente?

P81. ¿A qué tiendas departamentales asiste usted regularmente?

Lugares a los que asiste en Ciudad Juárez



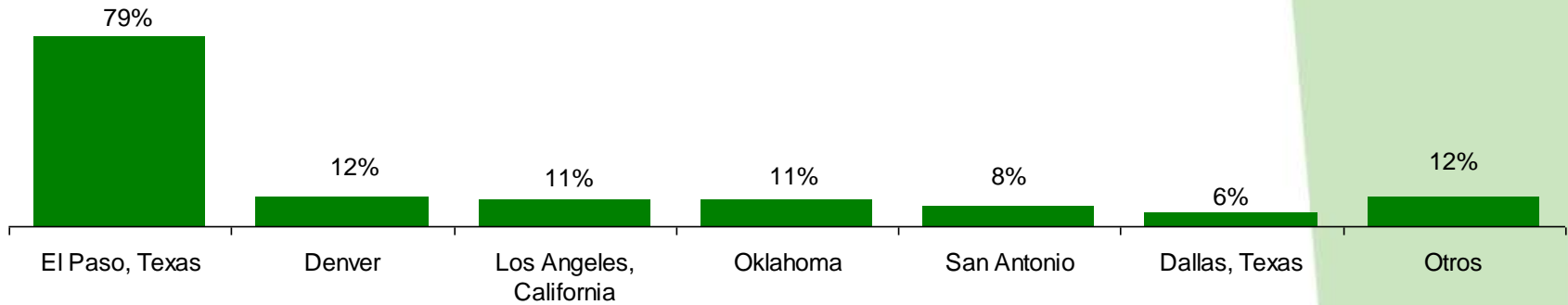
Base: Lectores de El Diario (186)

Multiplicidad: 3.03



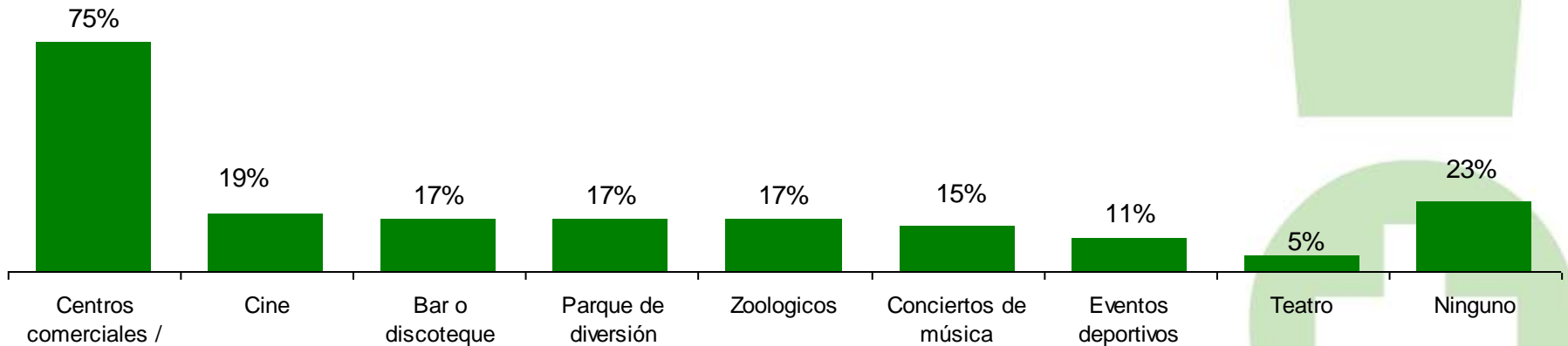
P96. De los siguientes lugares que le voy a leer, por favor dígame ¿si ha asistido aquí en Ciudad Juárez en los últimos 30 días?

-Ciudades visitadas en E.U.A.-



Multiplicidad: 1.38

-Sitios a donde asisten en E.U.A.-



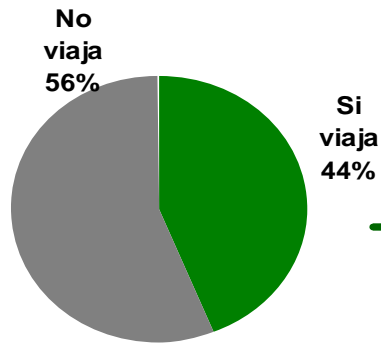
Base: Lectores de El Diario que van a Estados Unidos (47)

Multiplicidad: 1.98

P93. ¿Qué ciudades de Estados Unidos visita con frecuencia?

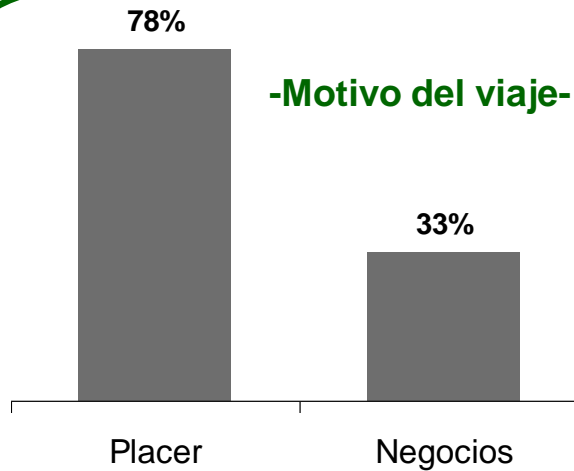
P95. En general, cuando usted visita ciudades de Estados Unidos, ¿a cuál o cuáles de los sitios que le leeré a continuación ha asistido en los últimos 30 días?

-Incidencia de Viajes-

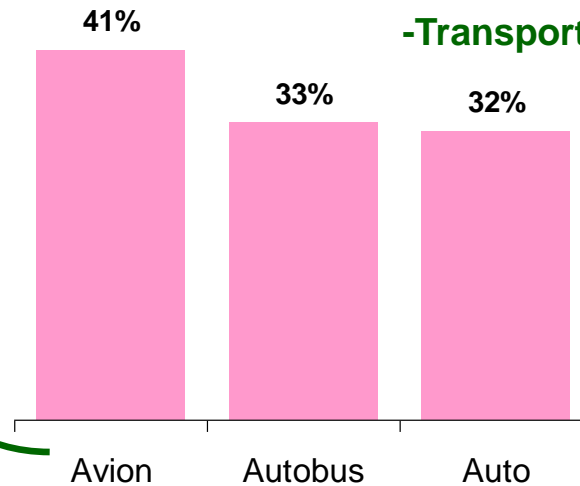


Base: Total de Lectores El Diario (186)

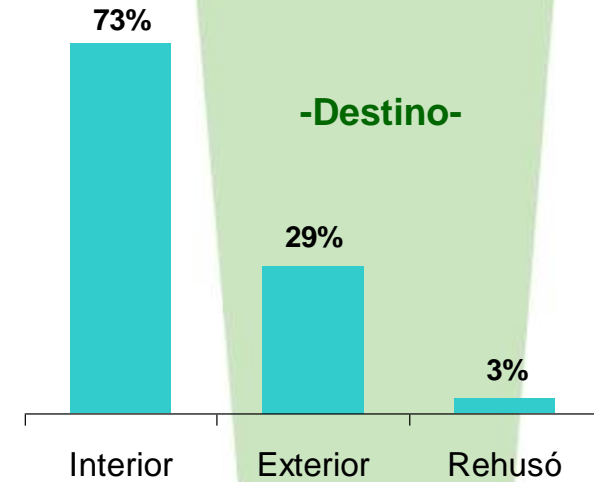
-Motivo del viaje-



-Transporte-



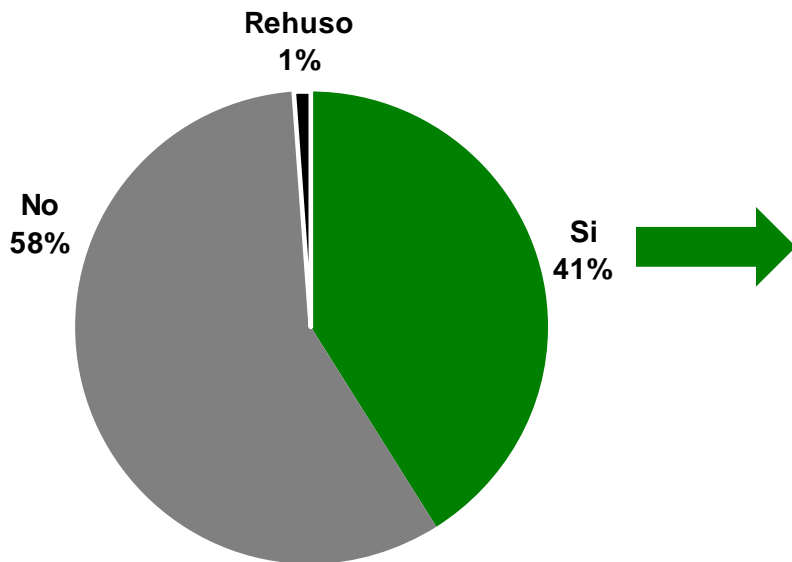
-Destino-



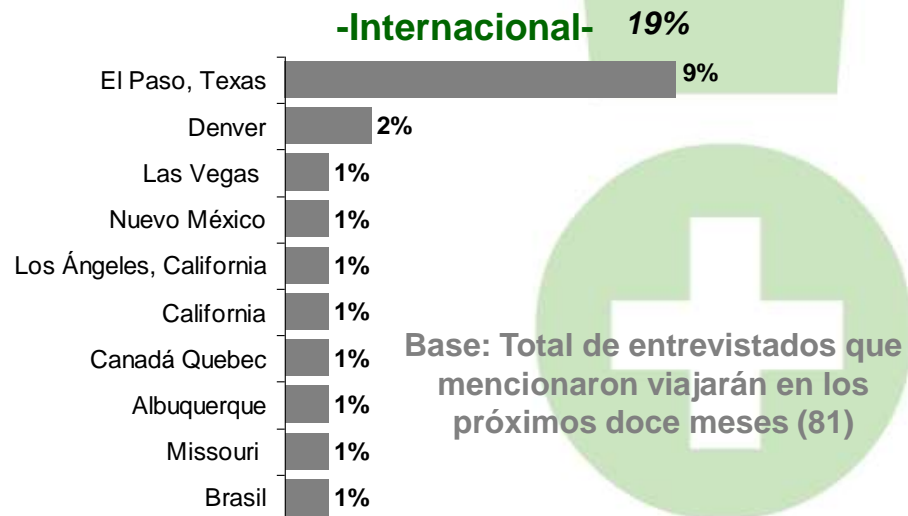
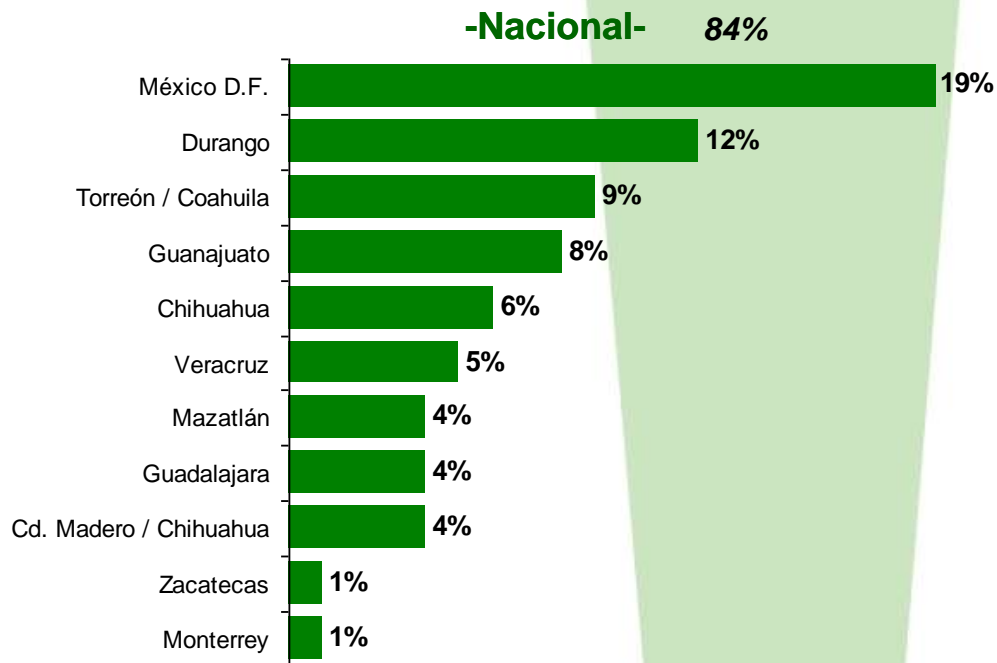
Base: Total de Lectores El Diario que han viajado en el último año (75)



P97. Ahora quisiera que pensara en el último año y me gustaría que me dijera si ha viajado por placer o por negocios.
 P98A. ¿Y estos viajes (POR PLACER Y/O NEGOCIOS) fueron al interior de la República o al Extranjero?
 P98B. ¿Y qué medio de transporte usó para realizar sus viajes?



Base: Total de Lectores El Diario (186)

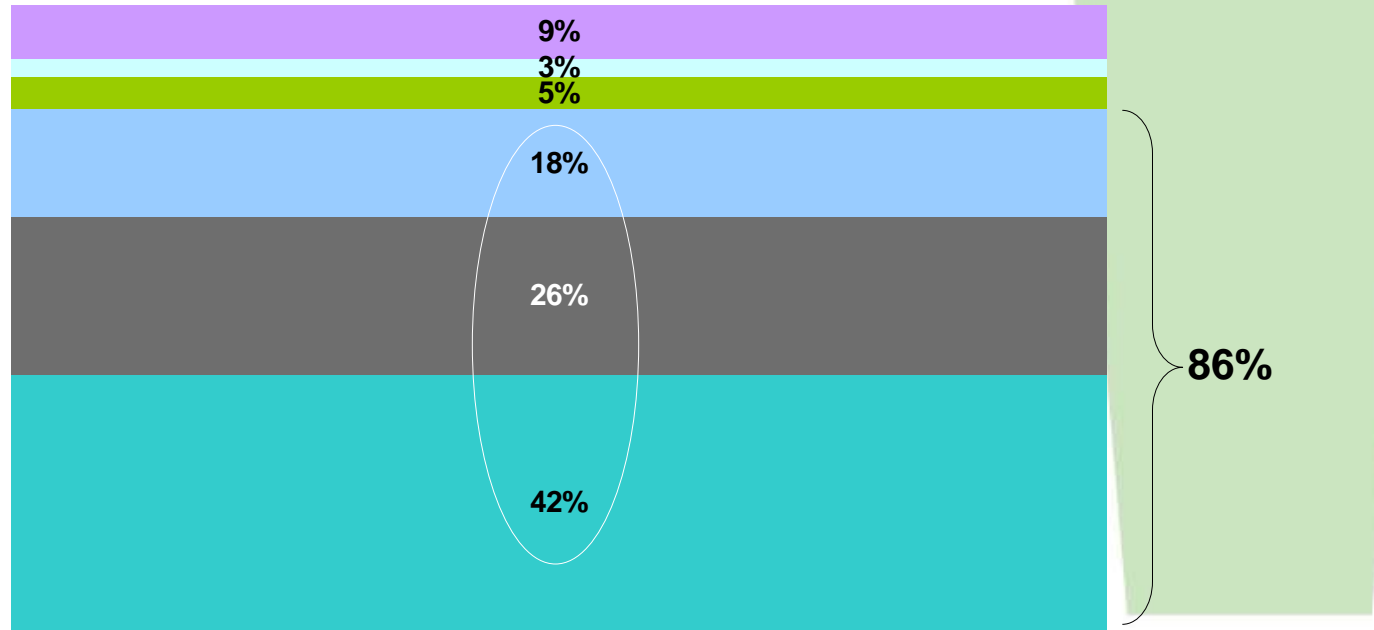


Base: Total de entrevistados que mencionaron viajarán en los próximos doce meses (81)

P99. ¿Piensa realizar algún viaje en los próximos doce meses?
 P100. ¿A qué lugar piensa usted viajar en los próximos doce meses?

Viajes

-Frecuencias: El Paso, Texas-



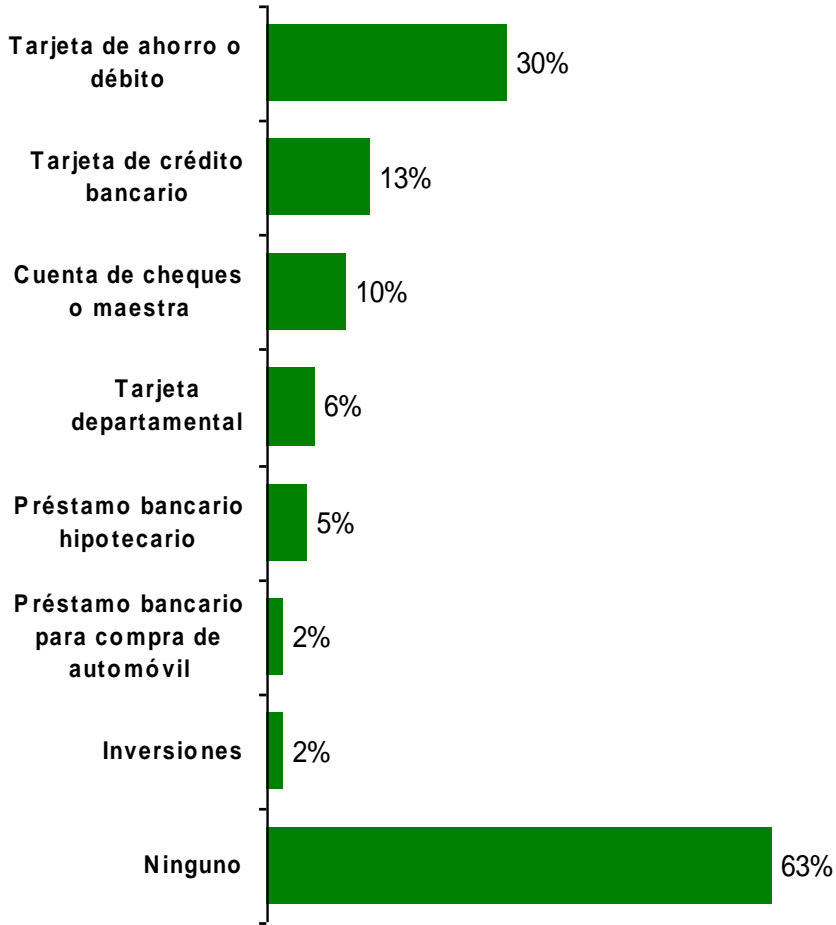
El Diario (37)

■ Cada mes ■ Cada 15 días ■ Cada semana ■ Cada seis meses ■ Cada año ■ Otras frecuencias

Base: Total de Entrevistados que sí visitan E.U.A.



P94. ¿Con qué frecuencia visita usted El Paso, Texas?



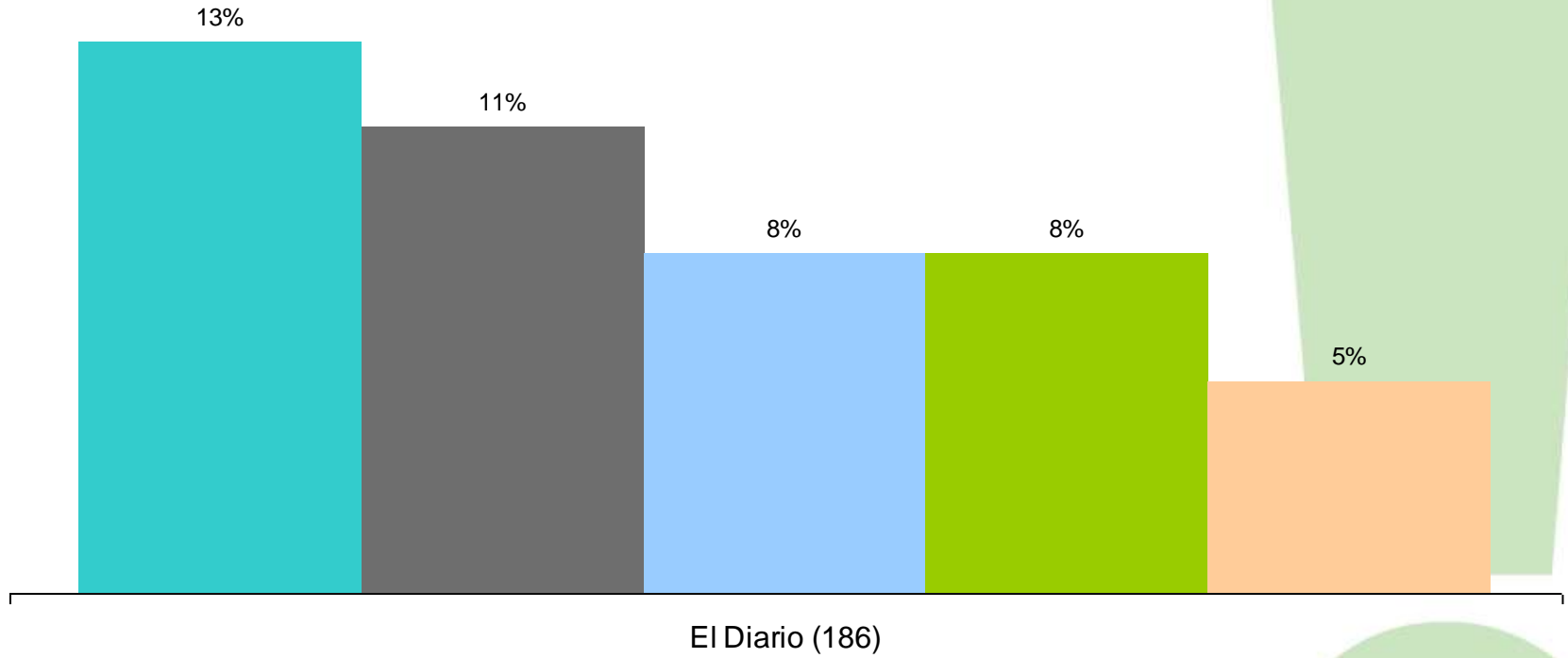
-Servicios Bancarios- Por N.S.E

A/B 25%, C+ 22%, C 28% D+ 24%, D/E 1%
A/B 35%, C+ 27%, C 30% D+ 8%, D/E -
A/B 52%, C+ 17%, C 26% D+ 5%, D/E -
A/B 10%, C+ 22%, C 39% D+ 25%, D/E 4%
A/B 75%, C+ 14%, C 11% D+ -, D/E -
A/B -, C+ 66%, C 10%, D+ 24%, D/E -
A/B 29%, C+ 34%, C 37%, D+ -, D/E -
A/B 2%, C+ 20%, C 22% D+ 43%, D/E 13%

Base: Total de Lectores El Diario (186)

P101. De la siguiente lista que le voy a leer por favor dígame ¿qué tipo de servicio bancario tiene?

P102. ¿En qué ciudad tiene contratado cada uno de estos servicios?



■ Banamex ■ BBVA Bancomer ■ Santander Serfin ■ HSBC ■ Banorte



P104. ¿Con qué bancos trabaja, es decir, con qué bancos tiene cuentas y/o créditos?



Creemos en la magia de la **intuición**,
Creemos en la valerosa **determinación** del emprendedor,
Creemos en la sagacidad y el aplomo que da la **experiencia**,
Y creemos en la solidez del **razonamiento especulativo**,
Pero cuando se añade la **investigación rigurosa**,
entonces empezamos a creer en el prodigio
de la **infallibilidad**

Sandra Segovia
Socio-Director

ssegovia@valueconsulting.com.mx



Nancy Lazcano

Gerente de Producción



nlazcano@valueconsulting.com.mx

(01 55) 5273 8115 / (01 55) 5271 4425



(01 55) 5273 8115 / (01 55) 5271 4425

www.valueconsulting.com.mx

