

# INFORME DE RESULTADOS

Perfil de Lector  
- Ensenada -

Agosto, 2006



- antecedentes/objetivos ▶
- segmentación ▶
- la categoría ▶
- el contenido ▶
- aviso clasificado ▶
- medios ▶
- hábitos de consumo ▶
- conclusiones ▶





## Antecedentes / Objetivos

- El principal objetivo de esta investigación consistió en tener conocimiento de la importancia del medio prensa en la plaza de Ensenada, así como obtener información detallada acerca de los lectores, sus hábitos de exposición a prensa y sus hábitos de consumo.
- Se hicieron 250 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 Ensenada y que hubieran leído algún periódico durante la semana del levantamiento.
  - Fecha de Levantamiento: 17-31 de julio de 2006.





## Perfil de la Muestra

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

		NATURAL		PONDERADO	
		#	%	#	%
NSE	AB	46	18%	8	7%
	C+	92	37%	13	11%
	C	64	26%	20	17%
	D+	33	13%	40	35%
	D/E	15	6%	34	30%
EDAD	18-29	90	36%	46	40%
	30-44	96	38%	43	37%
	45-65	64	26%	25	22%
SEXO	FEMENINO	89	36%	60	52%
	MASCULINO	161	64%	55	48%

- Los resultados fueron ponderados de acuerdo al peso poblacional de Ensenada (Fuentes: INEGI y AMAI).



## Segmentación

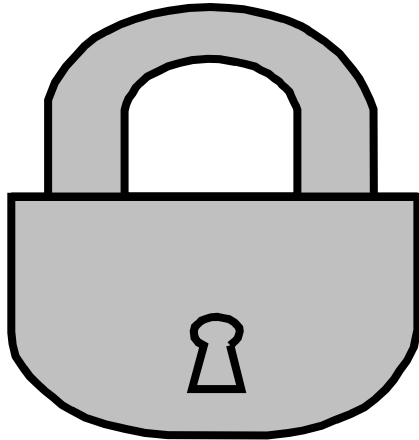


advertising + media research

## Segmentos

El objetivo de este modelo es el de medir el grado de **COMPROMISO** de los lectores en relación a los periódicos que utilizan y su **DISPONIBILIDAD** hacia aquellos que no están utilizando actualmente:

### LECTORES



Afianzado Promedio



**Lectores Comprometidos**



Superficiales



**Lectores No Comprometidos**

### LECTORES DE OTROS TÍTULOS



Ambivalentes



**Otros Lectores Disponibles**



Débiles



**Otros Lectores Inaccesibles**

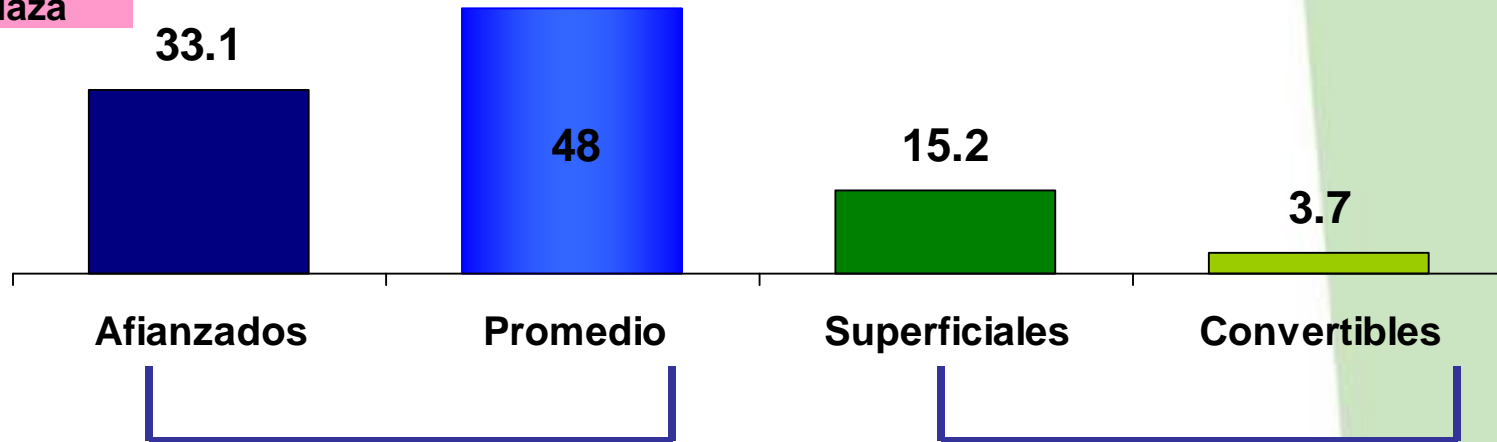
Fuertes



**LECTORES**

%

81.1% de lectores comprometidos en la plaza



**Comprometidos**

**No Comprometidos**

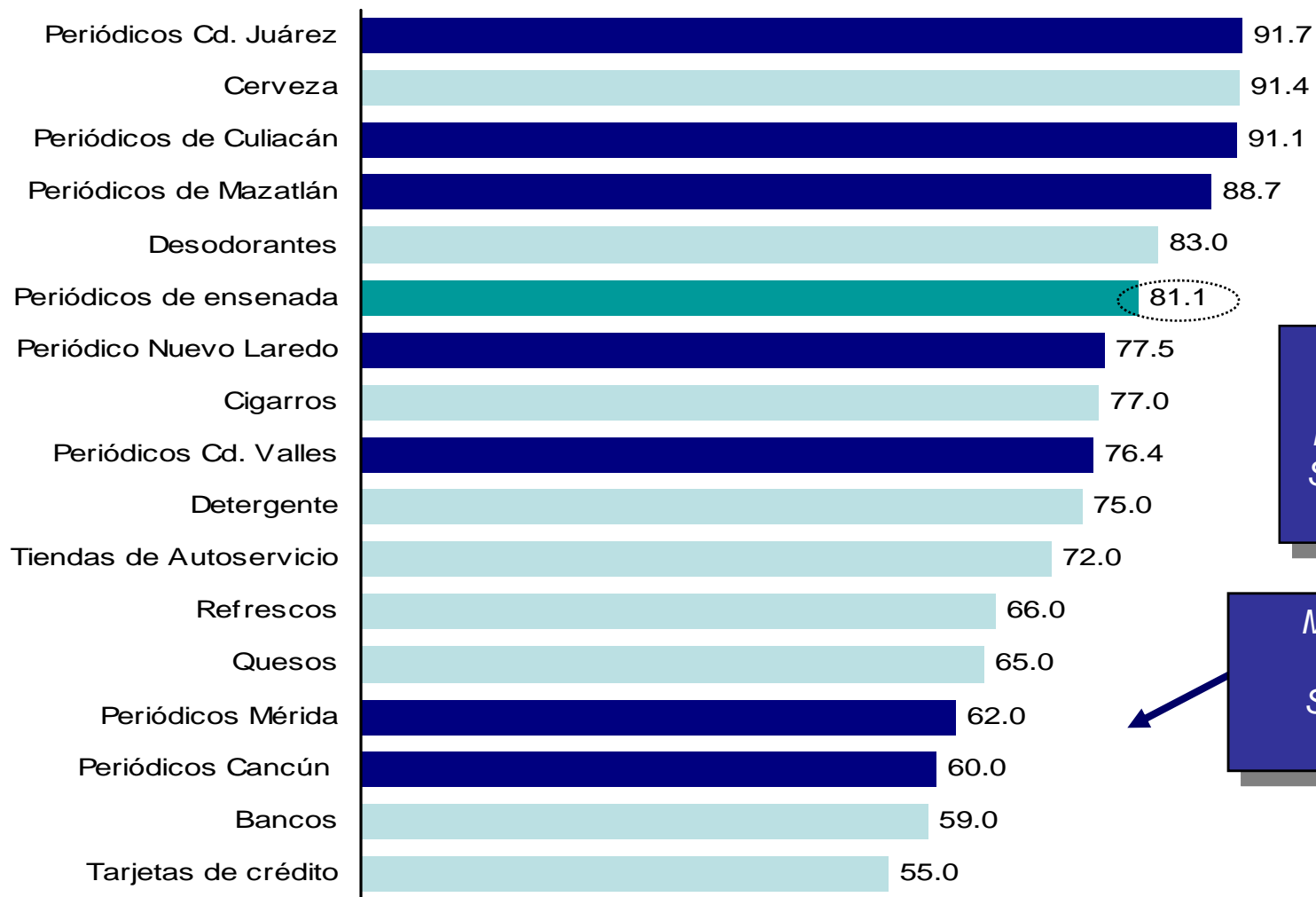
<p><b>Afianzados</b></p> <p>Fuertemente comprometidos. Imposible que se cambien a otro título</p>	<p><b>Promedio</b></p> <p>Comprometidos pero no fuertemente. Algunos podrían cambiar de título</p>
<p><b>Superficiales</b></p> <p>No comprometidos. Bajo riesgo de cambiar de título</p>	<p><b>Convertibles</b></p> <p>Muy inconformes. Cambiarían de inmediato a otro título o recién se incorporaron</p>





# Grados de Compromiso por Categorías

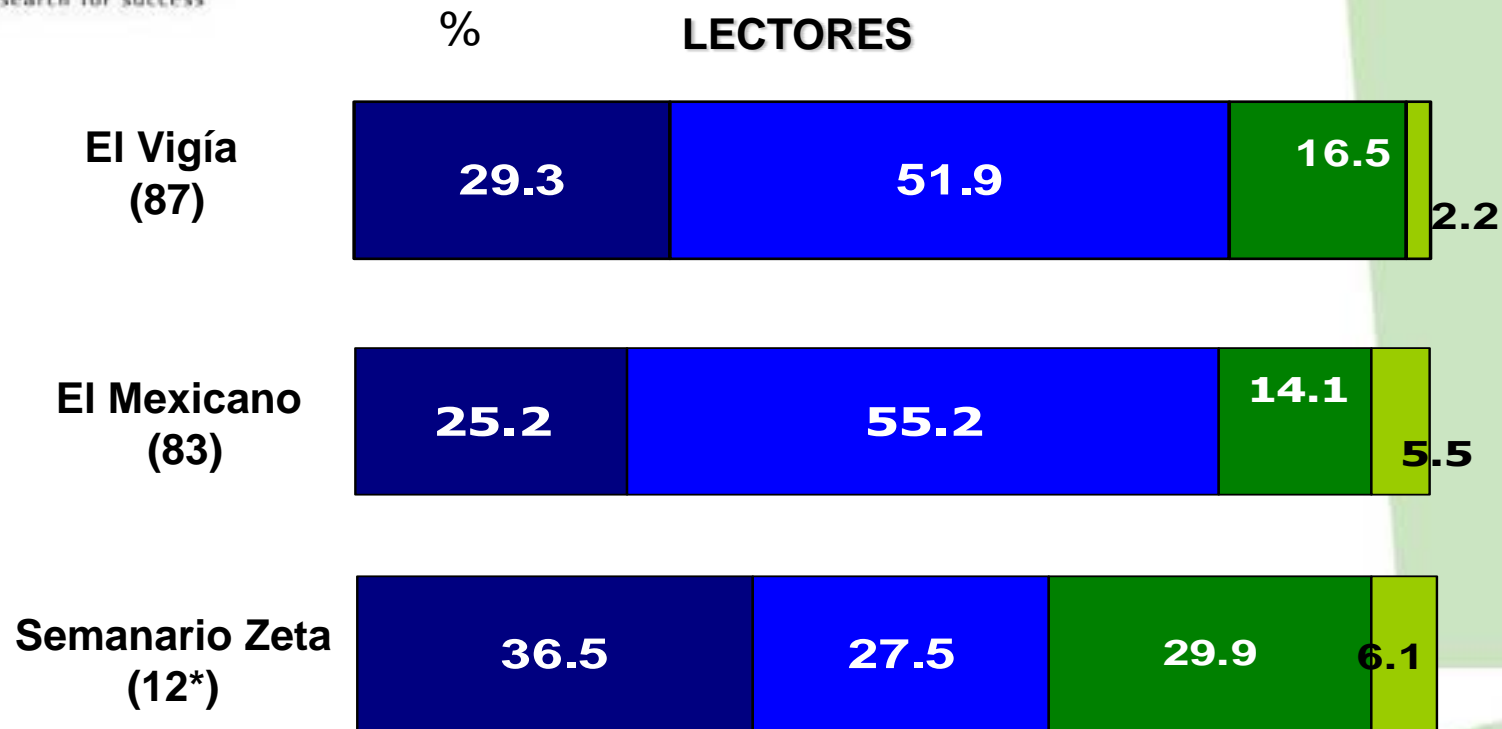
PORCENTAJES DE CLIENTES O USUARIOS COMPROMETIDOS CON SUS RESPECTIVAS MARCAS



*Mercados difíciles de penetrar.  
No sensibles al precio.  
Soportados por marcas fuertes.*

*Mercados fáciles de penetrar.  
Sensibles al precio.  
Marcas débiles.*

# FUERZA DE COMPROMISO

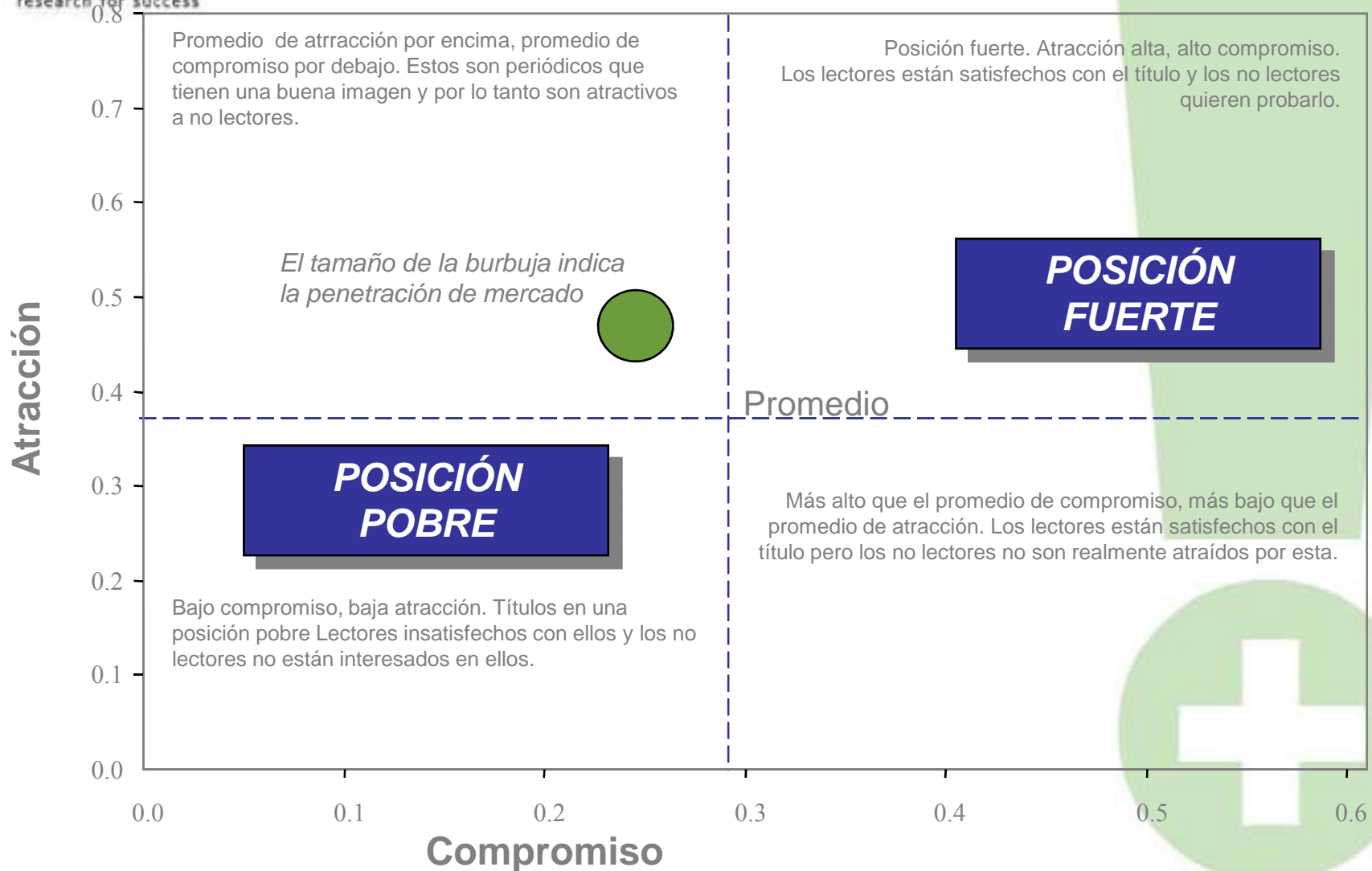


■ Afianzados   
 ■ Promedio   
 ■ Superficial   
 ■ Convertibles

Base: Total Lectores de Ensenada (250)

\*Base estadísticamente insuficiente, considerar con las reservas del caso

# Mapa de Proporciones



**Índice de Compromiso:** El Ratio de lectores comprometidos es una proporción del número total de lectores

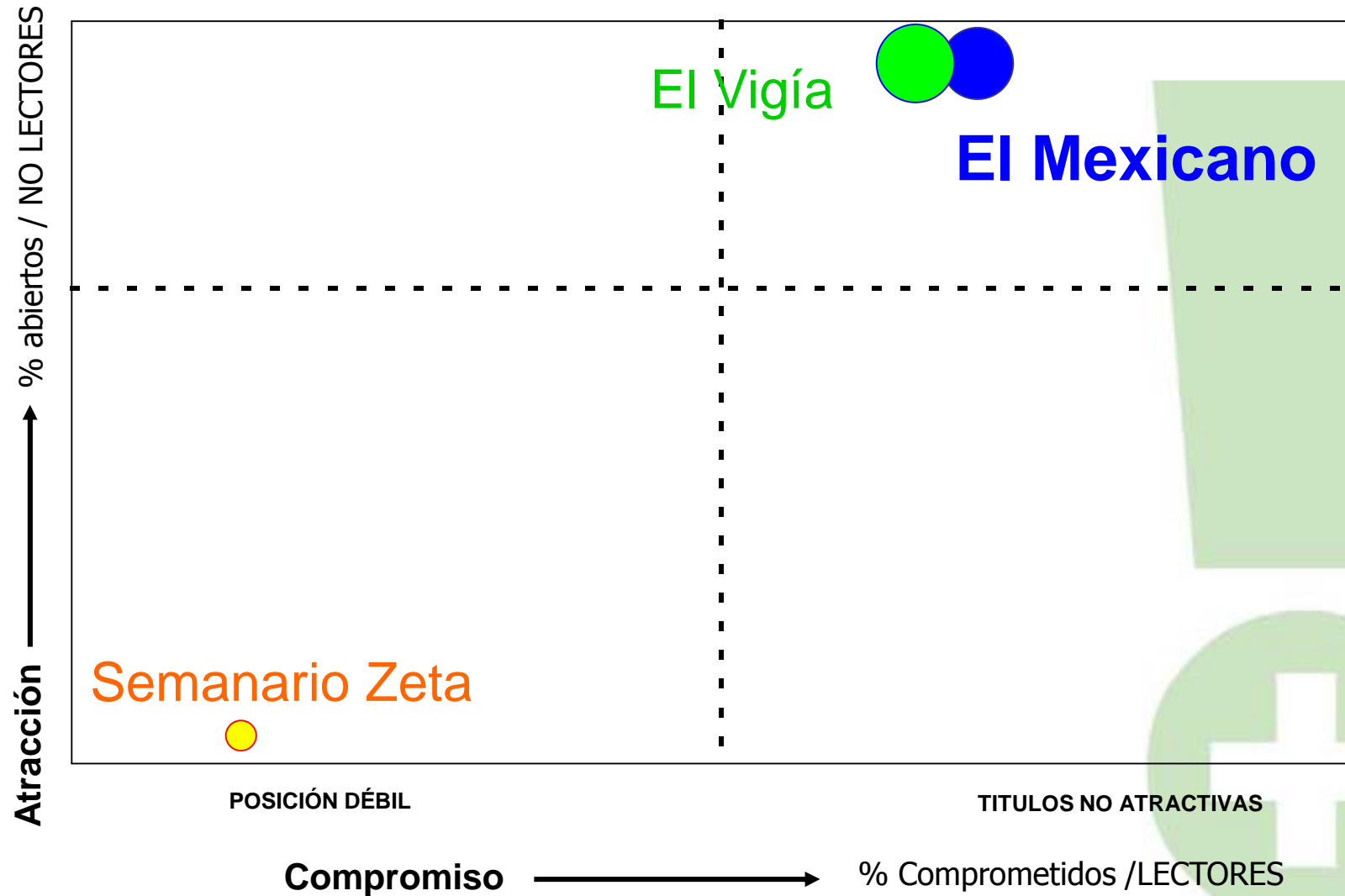
**Índice de Atracción:** El Ratio de no lectores potenciales es una proporción del total de no lectores que esta consciente del título



# PRINCIPALES TÍTULOS EN EL MERCADO

PROBLEMAS DE DISTRIBUCIÓN

TITULOS FUERTES





# Principales Resultados [ Por Título ]



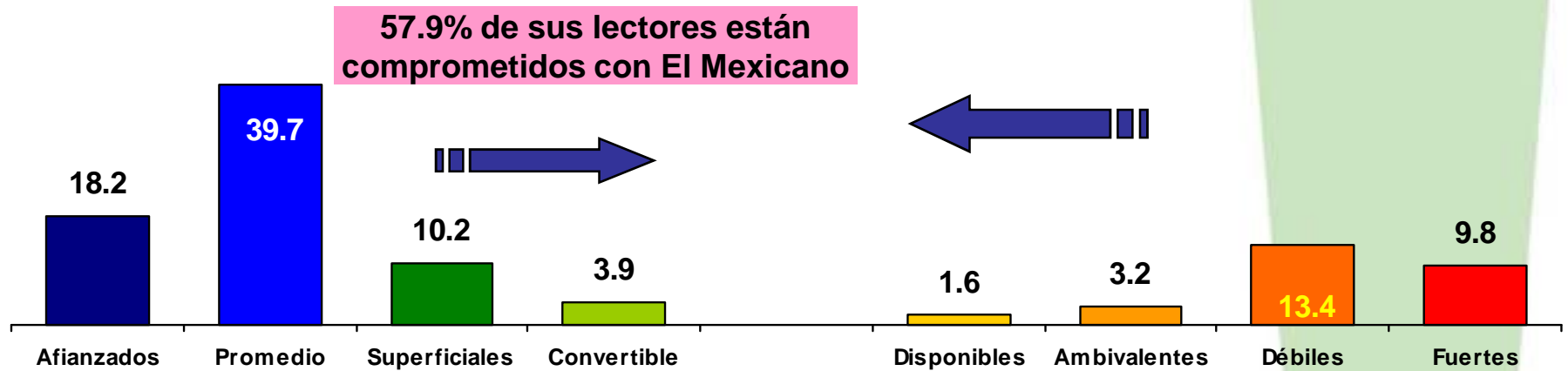


# PERFIL DE LOS LECTORES DE: El Mexicano

**71.9 % LECTORES**

**28.1% NO LECTORES**

57.9% de sus lectores están comprometidos con El Mexicano



Base: Total Lectores de Ensenada (250)

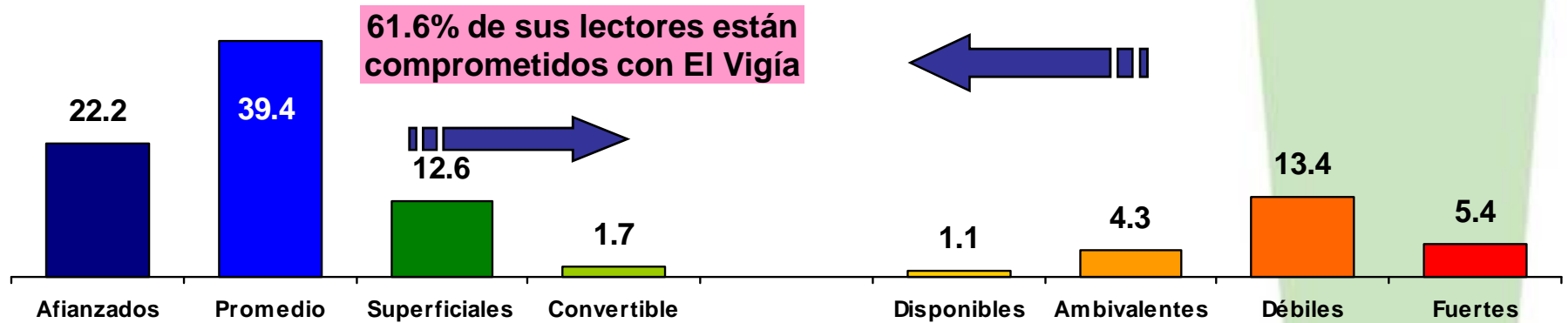
<p><b>Afianzados</b></p> <p>Fuertemente comprometidos. Imposible que se cambien a otro título.</p>	<p><b>Promedio</b></p> <p>Comprometidos pero no fuertemente. Algunos podrían cambiar de título.</p>	<p><b>Disponibles</b></p> <p>Podrían cambiar rápidamente a nuestro título.</p>	<p><b>Ambivalentes</b></p> <p>No están seguros de cambiar de título.</p>
<p><b>Superficiales</b></p> <p>No comprometidos. Bajo riesgo de cambiar de título.</p>	<p><b>Convertibles</b></p> <p>Muy inconformes. Cambiarían de inmediato a otro título. O recién se incorporaron.</p>	<p><b>Débiles</b></p> <p>Comprometidos con otro título.</p>	<p><b>Fuertes</b></p> <p>Comprometidos con su título.</p>



# PERFIL DE LOS LECTORES DE El Vigía

**75.8 % LECTORES**

**24.2% NO LECTORES**



61.6% de sus lectores están comprometidos con El Vigía

Base: Total Lectores de Ensenada (250)

<p><b>Afianzados</b></p> <p>Fuertemente comprometidos. Imposible que se cambien a otro título.</p>	<p><b>Promedio</b></p> <p>Comprometidos pero no fuertemente. Algunos podrían cambiar de título.</p>	<p><b>Disponibles</b></p> <p>Podrían cambiar rápidamente a nuestro título.</p>	<p><b>Ambivalentes</b></p> <p>No están seguros de cambiar de título.</p>
<p><b>Superficiales</b></p> <p>No comprometidos. Bajo riesgo de cambiar de título.</p>	<p><b>Convertibles</b></p> <p>Muy inconformes. Cambiarían de inmediato a otro título. O recién se incorporaron.</p>	<p><b>Débiles</b></p> <p>Comprometidos con otro título.</p>	<p><b>Fuertes</b></p> <p>Comprometidos con su título.</p>

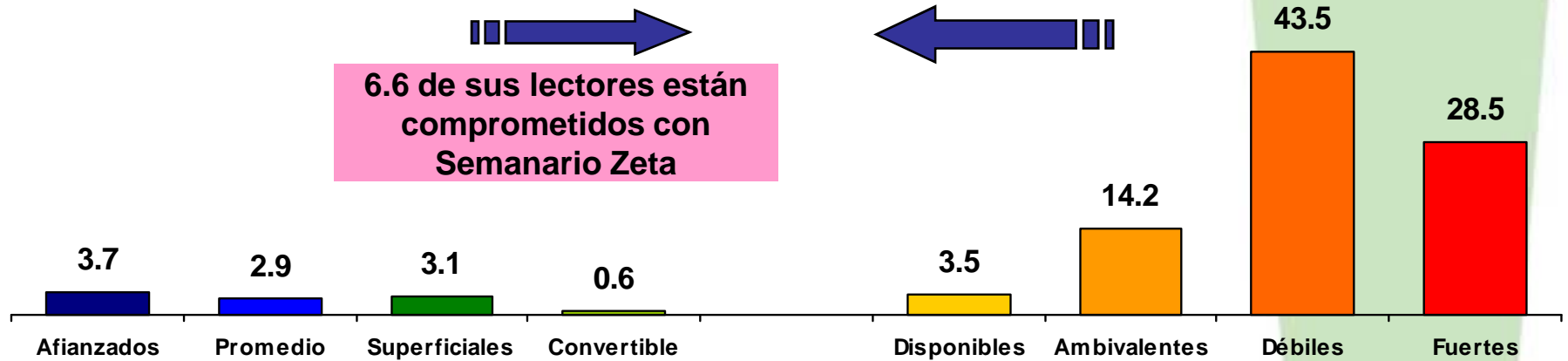


# PERFIL DE LOS LECTORES DE Semanario Zeta

**10.3 % LECTORES**

**89.7% NO LECTORES**

6.6 de sus lectores están comprometidos con Semanario Zeta



Base: Total Lectores de Ensenada (250)

<b>Afianzados</b> Fuertemente comprometidos. Imposible que se cambien a otro título.	<b>Promedio</b> Comprometidos pero no fuertemente. Algunos podrían cambiar de título.	<b>Disponibles</b> Podrían cambiar rápidamente a nuestro título.	<b>Ambivalentes</b> No están seguros de cambiar de título.
<b>Superficiales</b> No comprometidos. Bajo riesgo de cambiar de título.	<b>Convertibles</b> Muy inconformes. Cambiarían de inmediato a otro título. O recién se incorporaron.	<b>Débiles</b> Comprometidos con otro título.	<b>Fuertes</b> Comprometidos con su título.

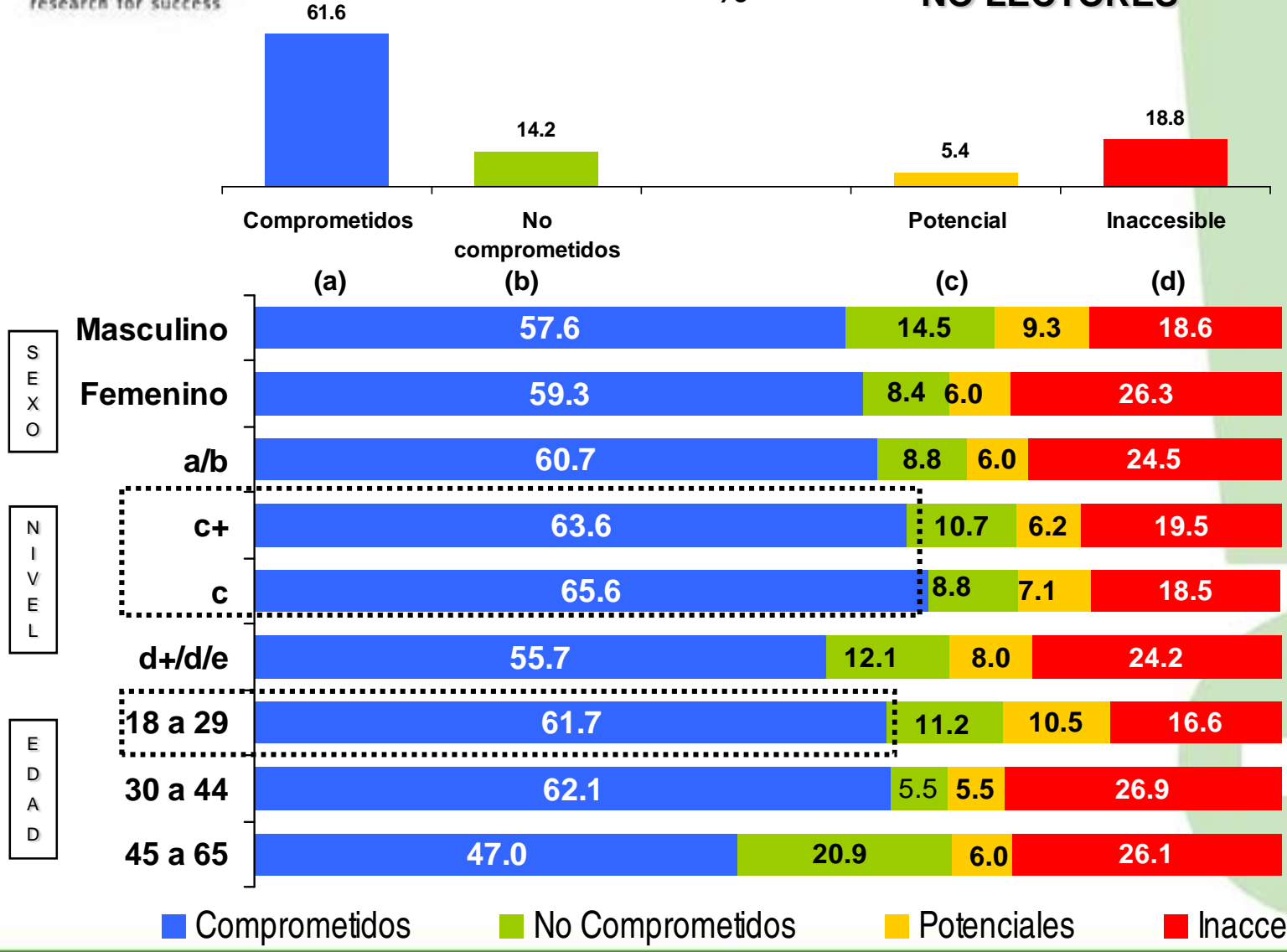
# SEGMENTOS DE COMPROMISO

¿A quién debe dirigir sus acciones?

LECTORES

%

NO LECTORES



■ Comprometidos   ■ No Comprometidos   ■ Potenciales   ■ Inaccesibles

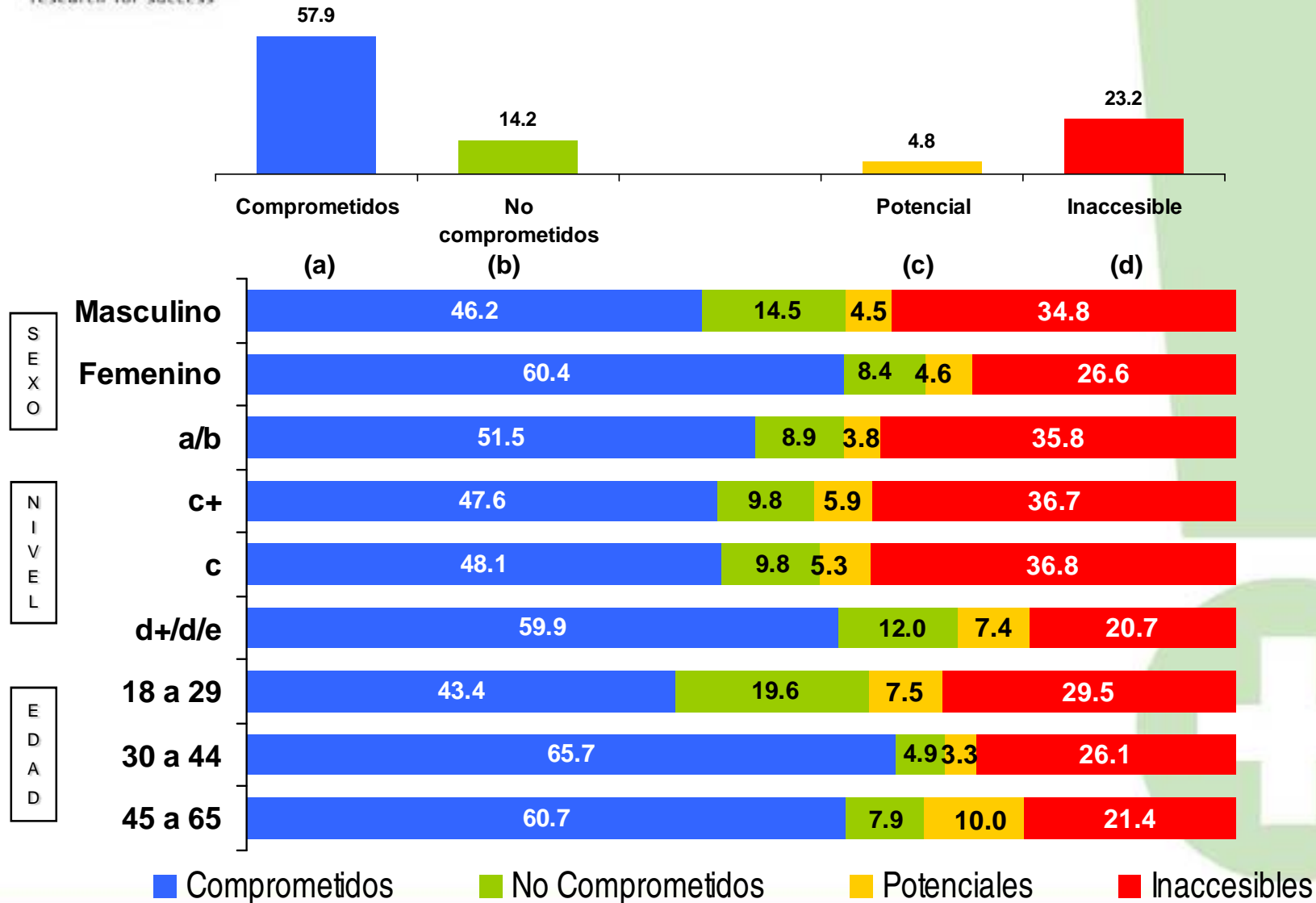
# SEGMENTOS DE COMPROMISO El Mexicano

¿A quién debe dirigir sus acciones?

LECTORES

%

NO LECTORES



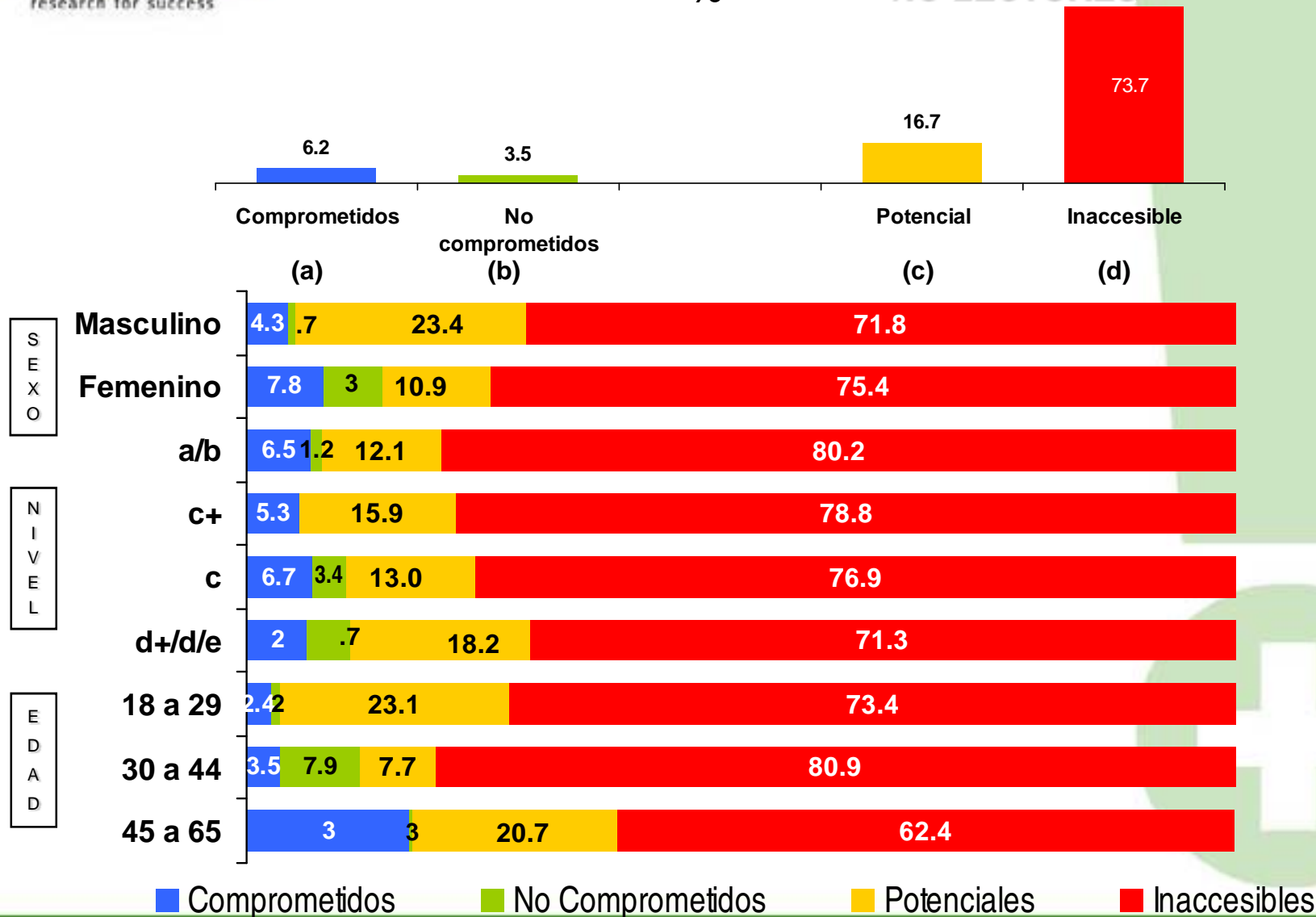
Base: Total Lectores de Ensenada (250)

¿A quién debe dirigir sus acciones?

LECTORES

%

NO LECTORES



Base: Total Lectores de Ensenada (250)

# DESEMPEÑO DE PERIODICOS

Más importantes  
+++  
++  
+

**Nivel de  
importancia**

Menos importantes  
- - -  
- -



Aspectos Malos

**Evaluación**

Aspectos Buenos

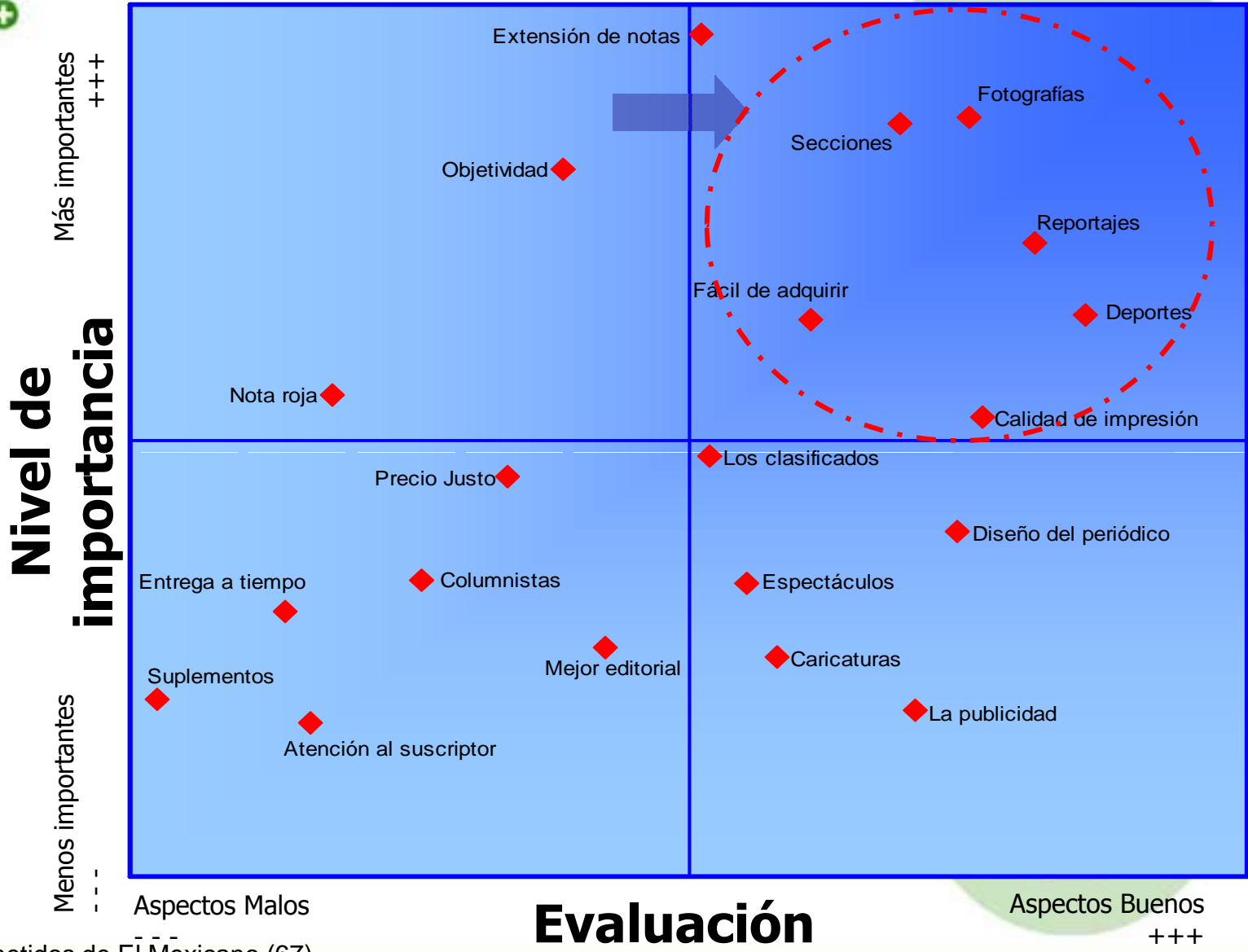
- - -

+++

# DESEMPEÑO: El Mexicano

## LECTORES COMPROMETIDOS

**ASPECTOS DE MEJORA:**  
"Objetividad" y "Nota roja" son aspectos considerados como importantes y sin embargo, son evaluados negativamente

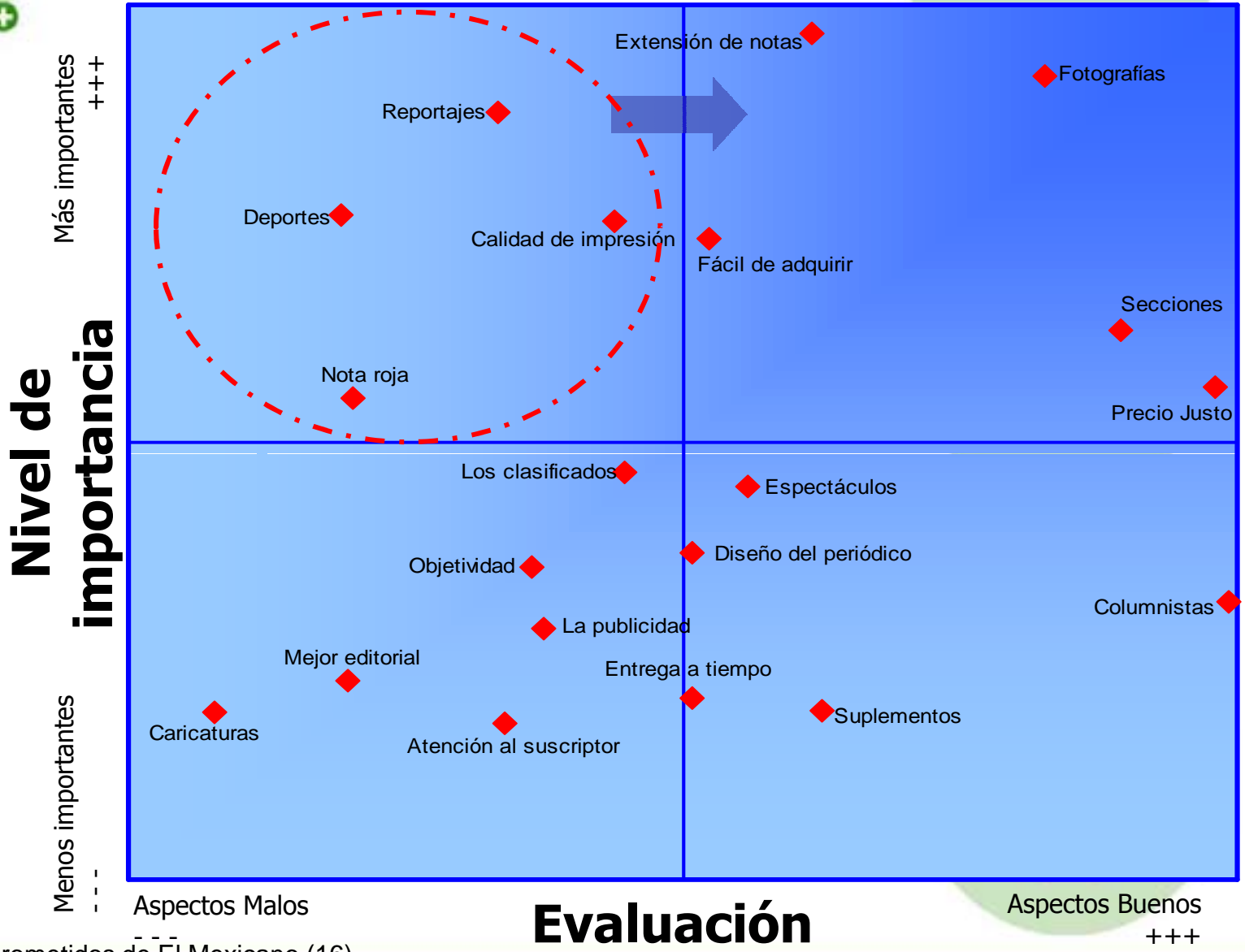


Base: Lectores Comprometidos de El Mexicano (67)

# DESEMPEÑO: El Mexicano

## LECTORES NO COMPROMETIDOS

**ASPECTOS DE MEJORA:**  
 “Reportajes”,  
 “Deportes”,  
 “Calidad de Impresión” y  
 “Nota roja” son  
 aspectos considerados como importantes y sin embargo, son evaluados negativamente

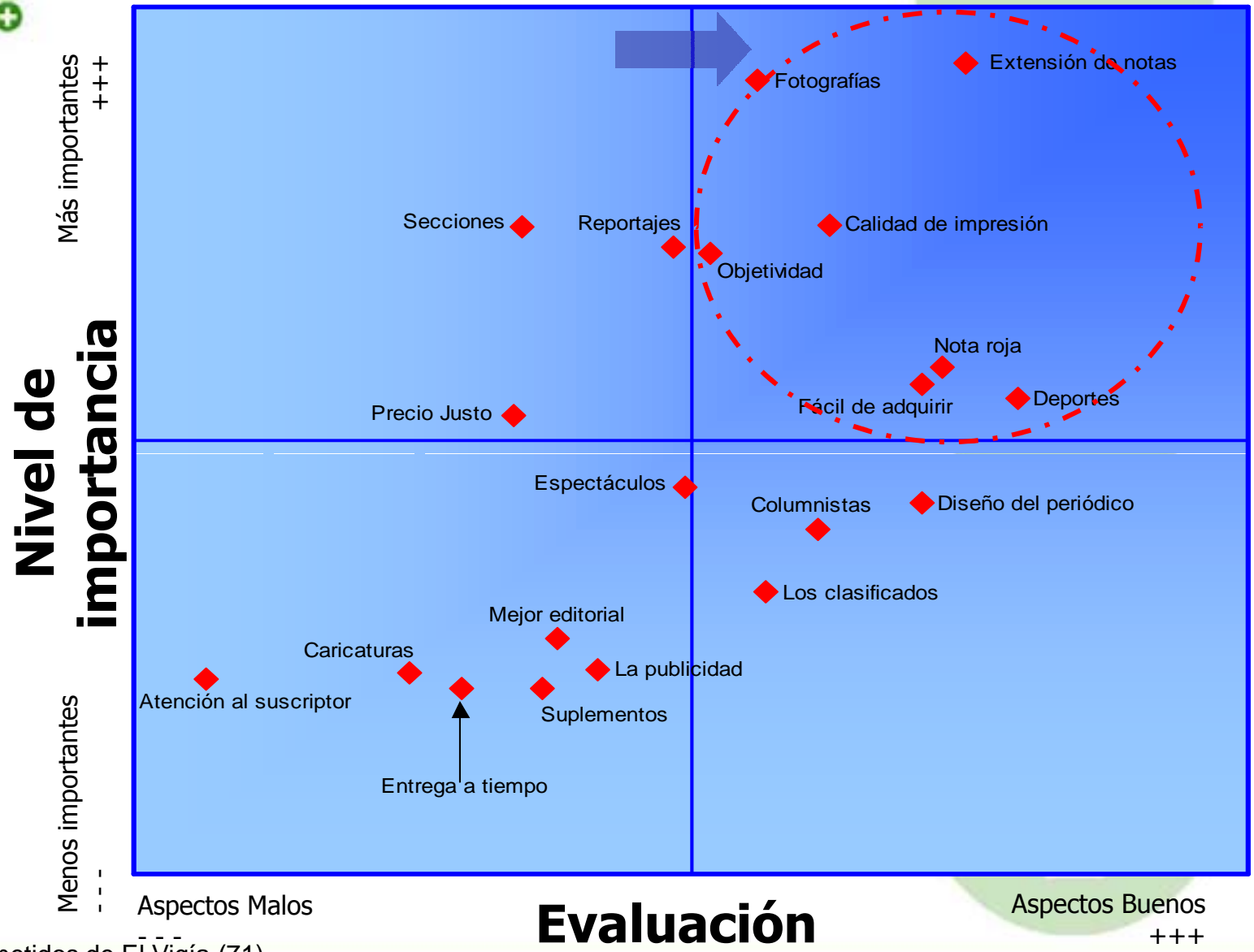


Base: Lectores No Comprometidos de El Mexicano (16)

# DESEMPEÑO: El Vigía

## LECTORES COMPROMETIDOS

**ASPECTOS DE MEJORA:**  
“Reportajes”,  
“Secciones” y  
“Precio Justo”  
son aspectos considerados como importantes y sin embargo, son evaluados negativamente

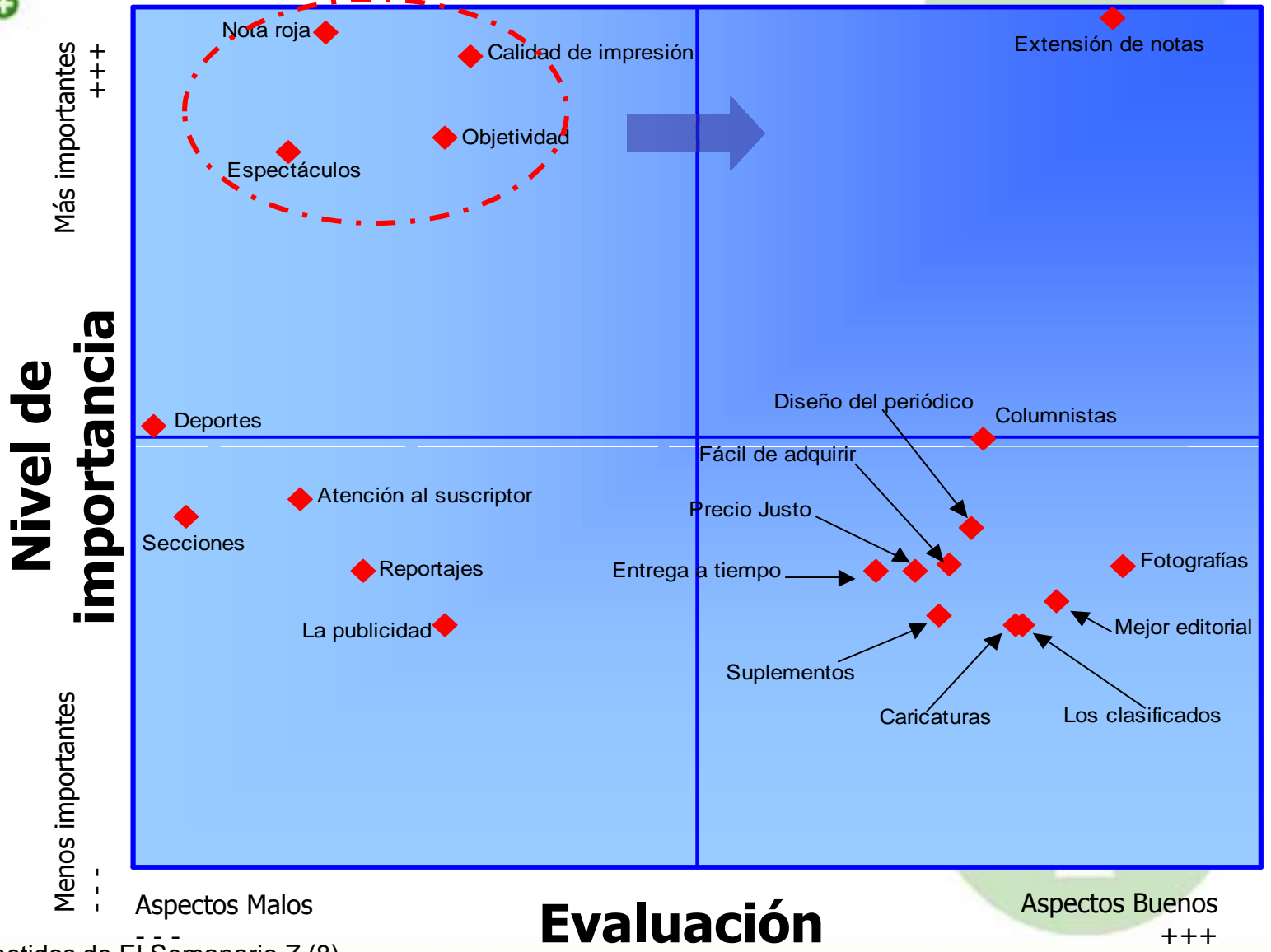


Base: Lectores Comprometidos de El Vigía (71)

# DESEMPEÑO: Semanario Z

## LECTORES COMPROMETIDOS

**ASPECTOS DE MEJORA:**  
 “Calidad de Impresión”,  
 “Objetividad”  
 “Nota roja” y  
 “Espectáculos”  
 son aspectos considerados como importantes y sin embargo, son evaluados negativamente

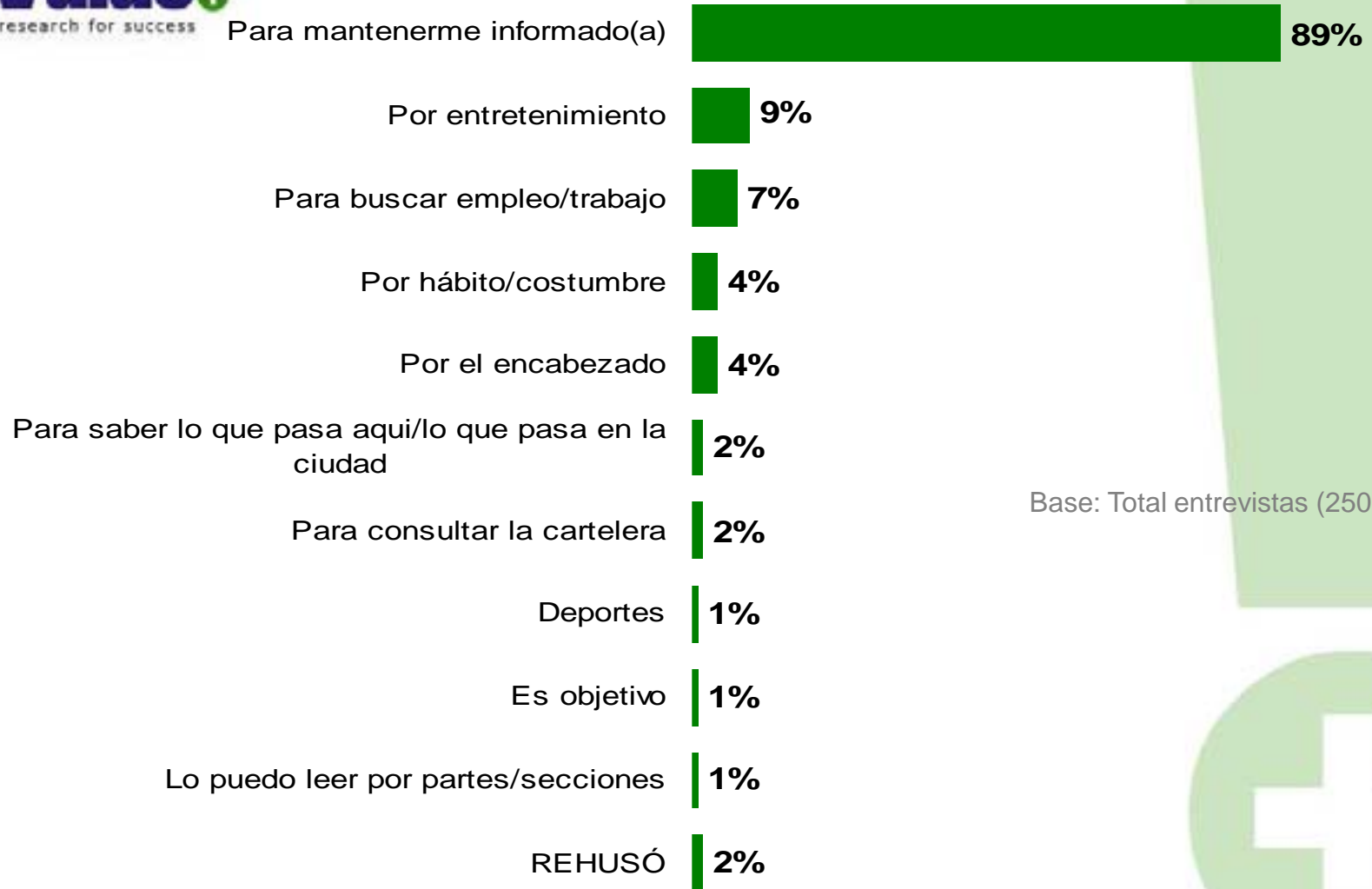


Base: Lectores Comprometidos de El Semanario Z (8)

# Principales Resultados [ La Categoría ]



## Razones por las que usted lee el periódico



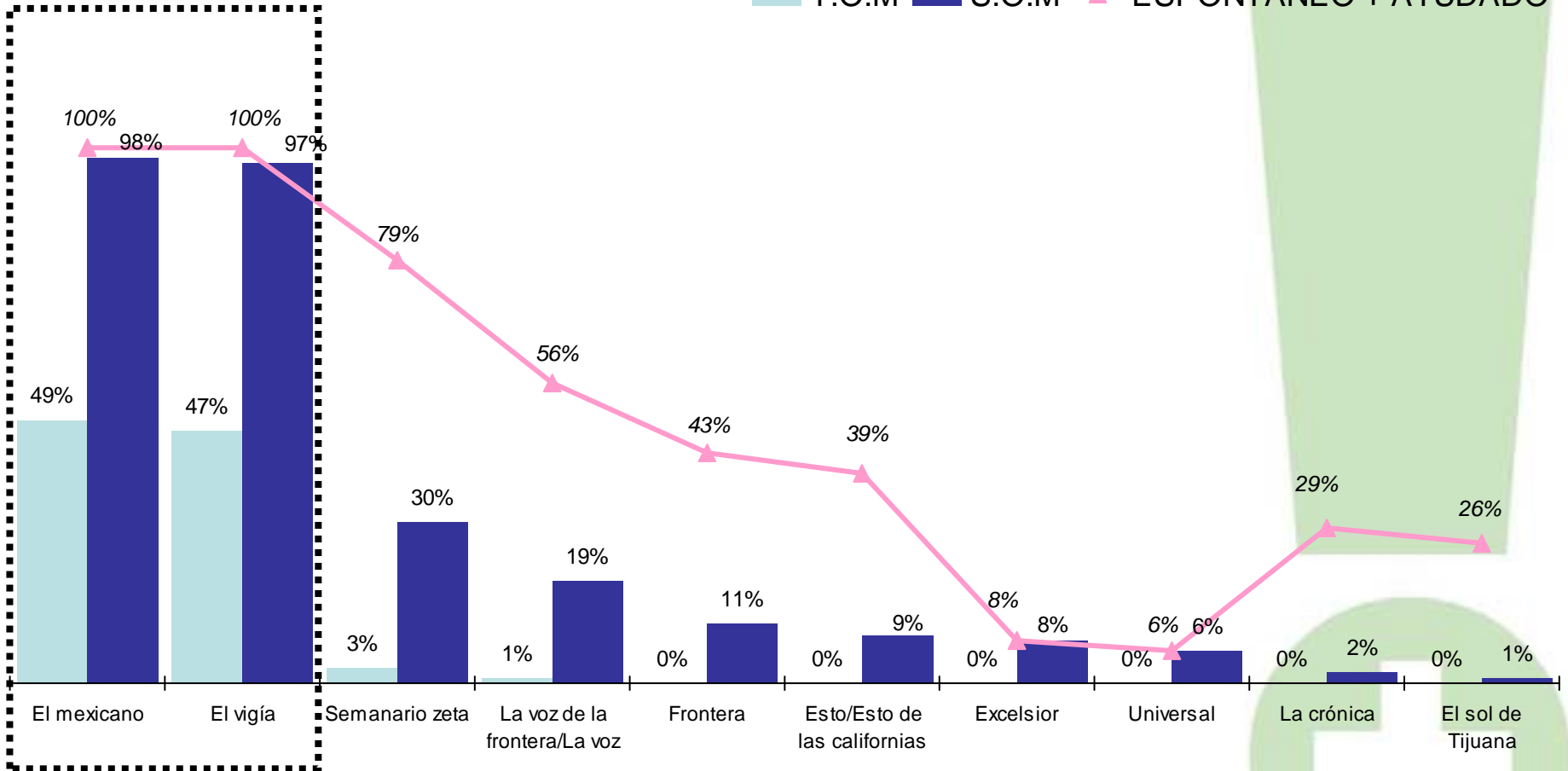
*Atributos listados en orden de asociación (de mayor a menor) por los LECTORES*

P1. ¿Cuáles son las razones por las que usted lee el periódico?

# Conocimiento de periódicos - T.O.M. / S.O.M. / AIDED -

Multiplicidad 6.11

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



Base: Total Entrevistas (250)

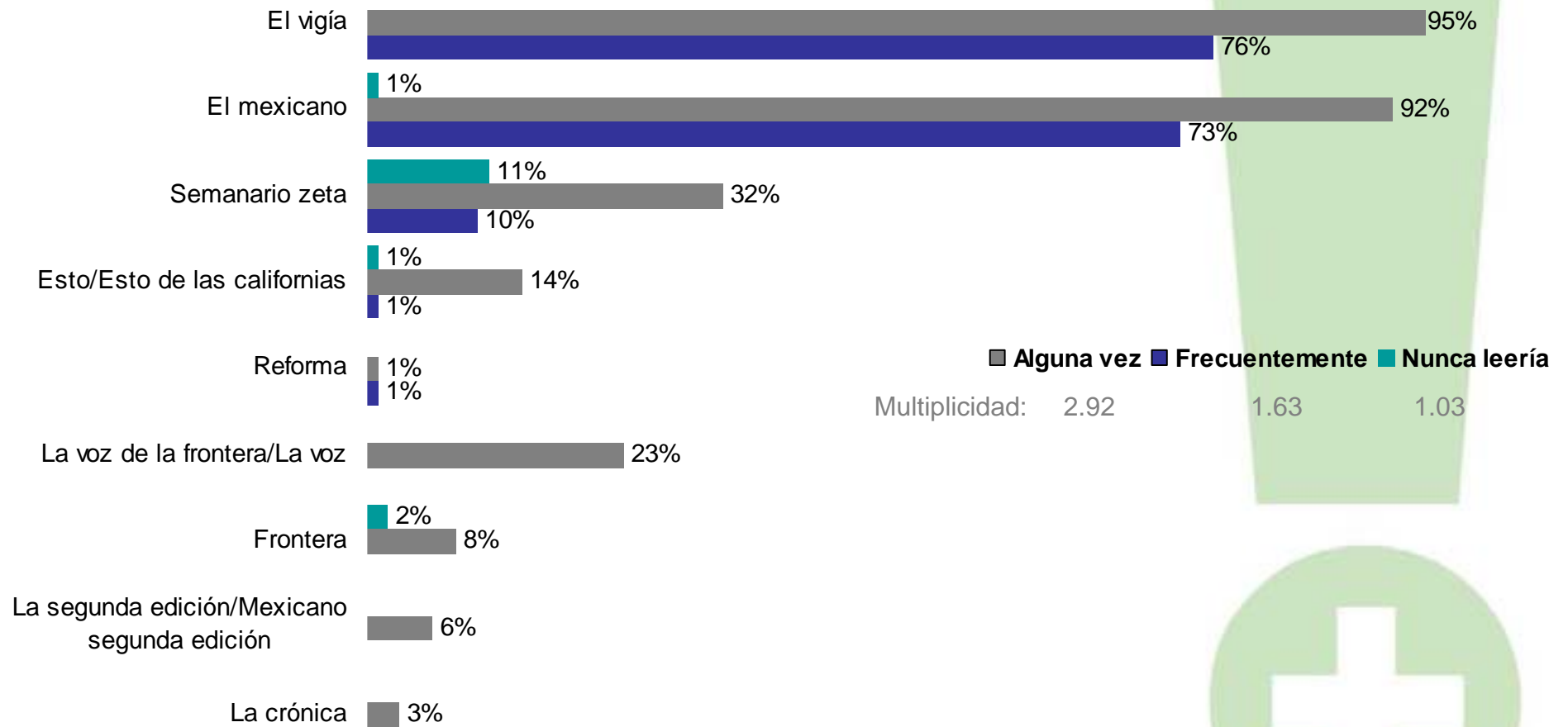
P2. ¿Cuál o cuáles periódicos conoce o ha oído nombrar aunque nunca los haya leído?

P3. ¿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 -

Principales Respuestas



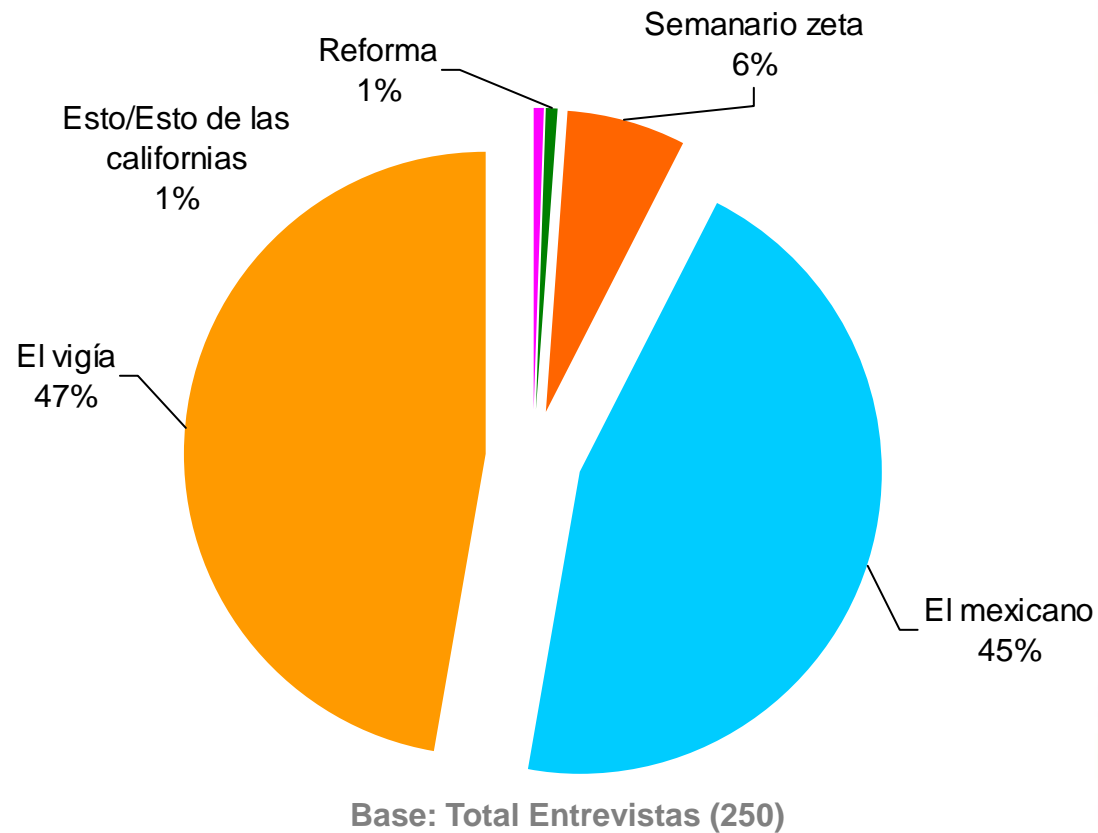
Base: Total Entrevistas (250)

P4.- Usted me indicó que acostumbra leer periódico, Dígame, ¿Qué periódicos son los que ha leído en alguna vez, sin importar si los sigue leyendo actualmente?

P5.- Y, ¿Cuáles son los periódicos que usted lee con mayor frecuencia en la actualidad?

P3B.- ¿Cuál o cuáles de los periódicos que conoce usted nunca leería?

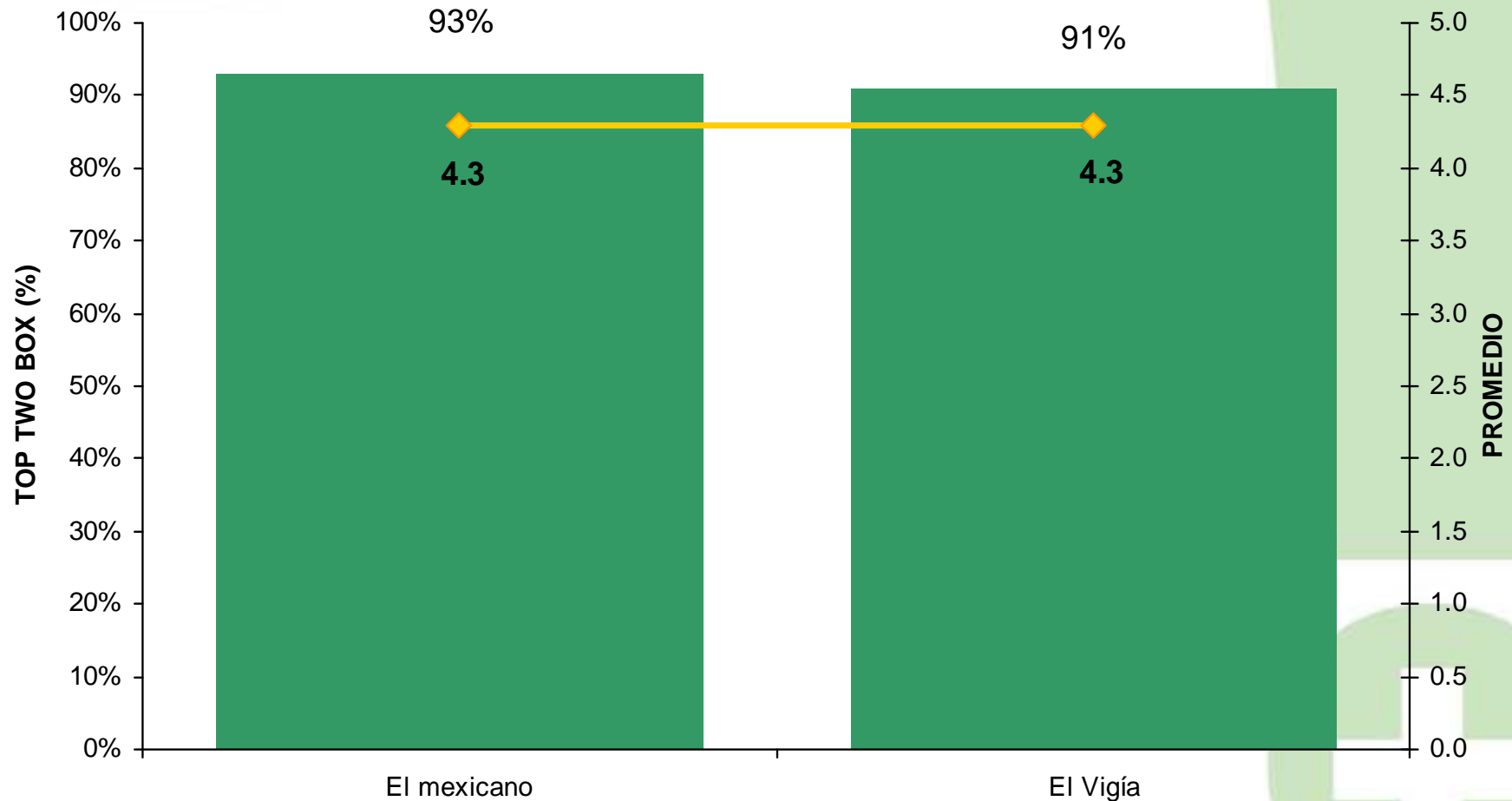
# Participación de Mercado -Lectura Frecuente-



P5.- Y, ¿Cuáles son los periódicos que usted lee con mayor frecuencia en la actualidad?

# Lectura de periódicos

## - Recomendación -



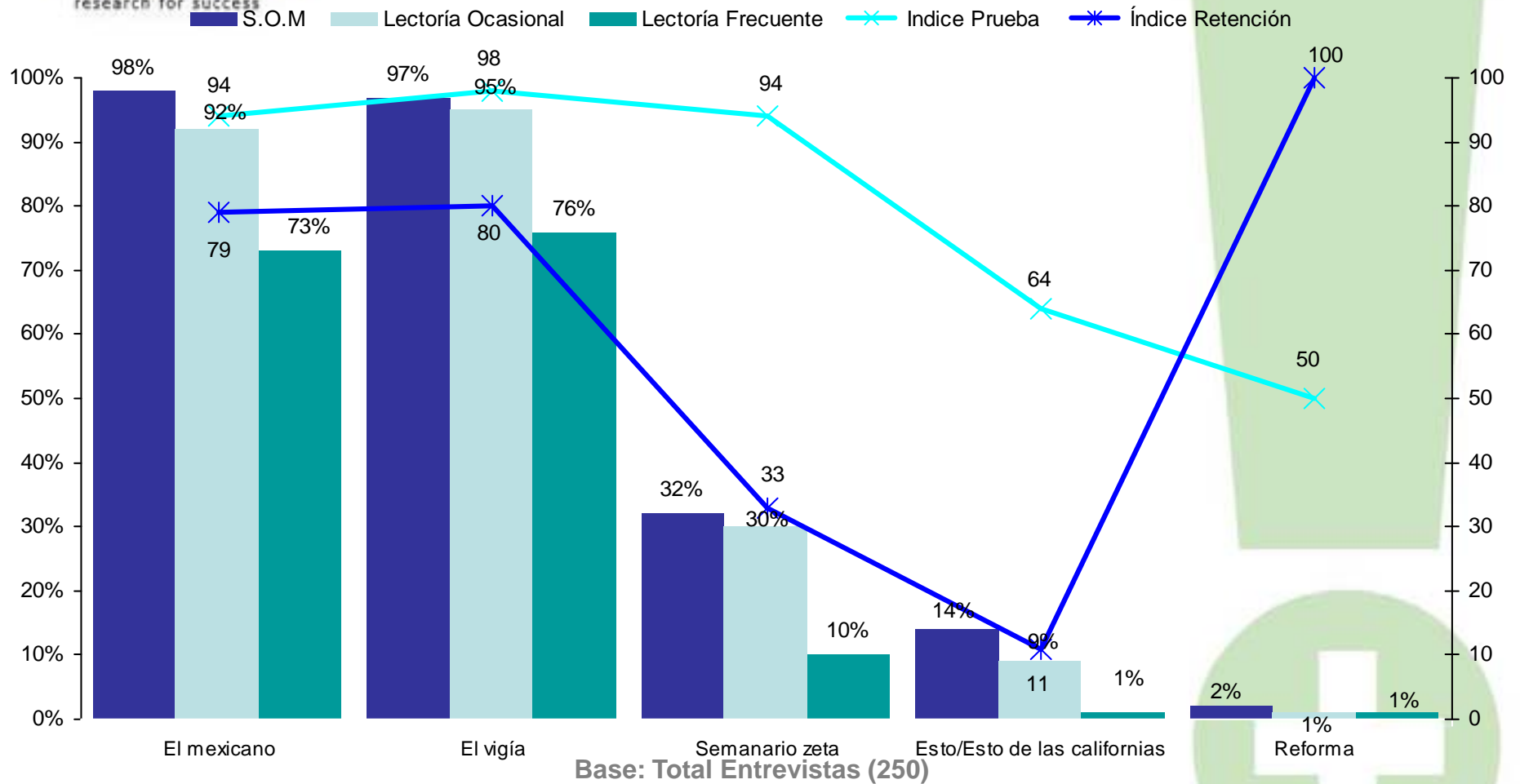
Base: Total lectores frecuentes de ...

P6a.- Pensando ahora en sus amigos y familiares, ¿qué tan dispuesto estaría usted a recomendarles el periódico...?, ¿usted diría que Definitivamente Sí, Probablemente Sí, Probablemente No o Definitivamente No recomendaría a las personas que usted aprecia y que confían en usted?

# Value! <sup>+</sup> Índices de Prueba y Retención

- S.O.M. / Lectoría Ocasional / Lectoría Frecuente -

research for success



P2. ¿Cuál o cuáles periódicos conoce o ha oído nombrar aunque nunca los haya leído?

P4.- Usted me indicó que acostumbra leer periódico, Dígame, ¿Qué periódicos son los que ha leído en alguna vez, sin importar si los sigue leyendo actualmente?

P5.- Y, ¿Cuáles son los periódicos que usted lee con mayor frecuencia en la actualidad?

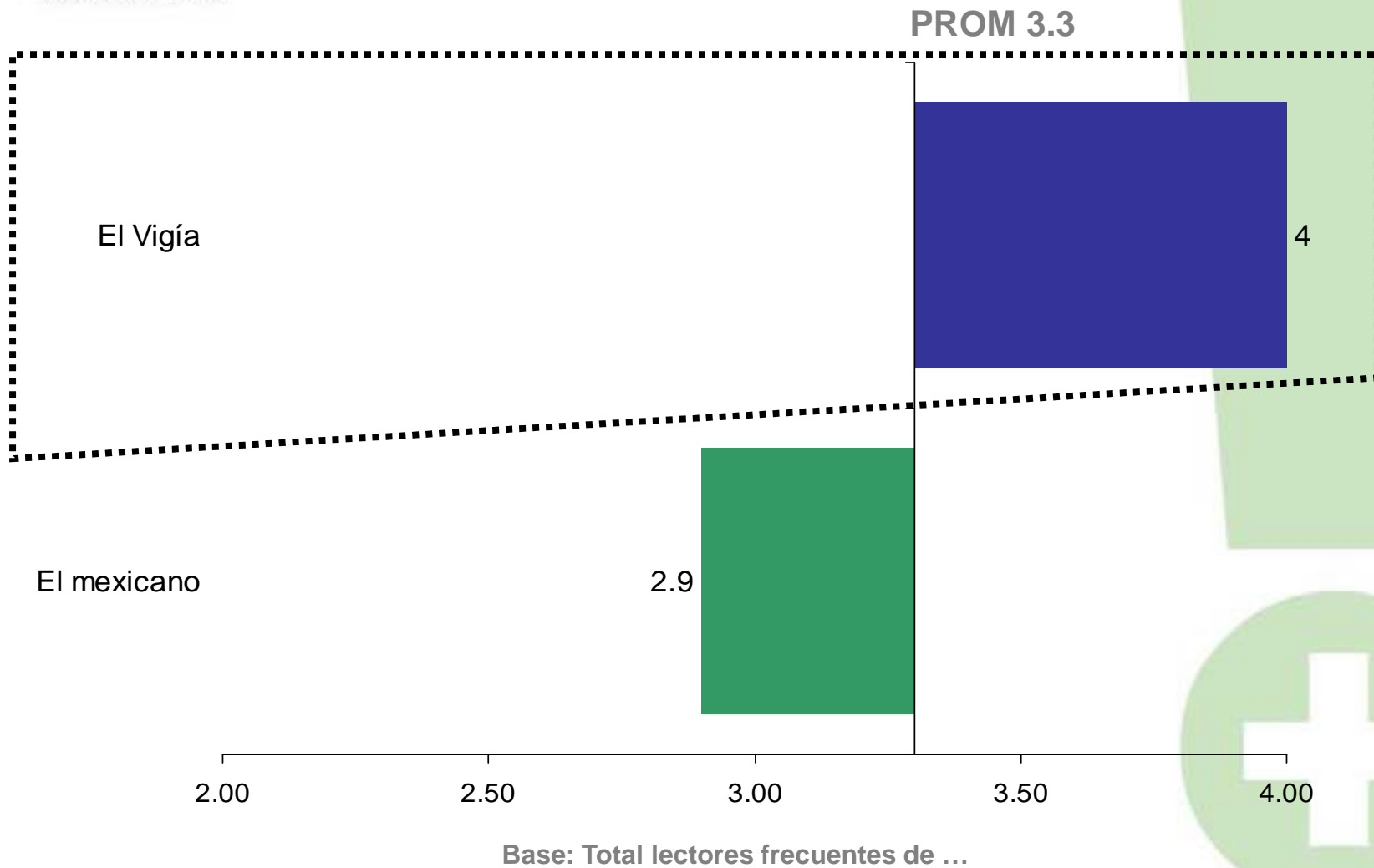
# Perfil del Lector

## - Periódicos de Ensenada -

	POP	El Mexicano			El Vigía		
		U	%	Index	U	%	Index
TOTAL	100%	154			190		
Masculino	50%	66	43%	86	91	48%	96
Femenino	50%	88	57%	114	99	52%	104
18-29	46%	54	35%	76	78	41%	89
30-44	39%	63	41%	105	70	37%	95
45-65	15%	37	24%	160	42	22%	147
AB	7%	9	6%	86	13	7%	100
C+	12%	12	8%	67	21	11%	92
C	18%	22	14%	78	34	18%	100
D+	32%	54	35%	109	67	35%	109
DE	31%	57	37%	119	55	29%	94

# Lectura de periódicos

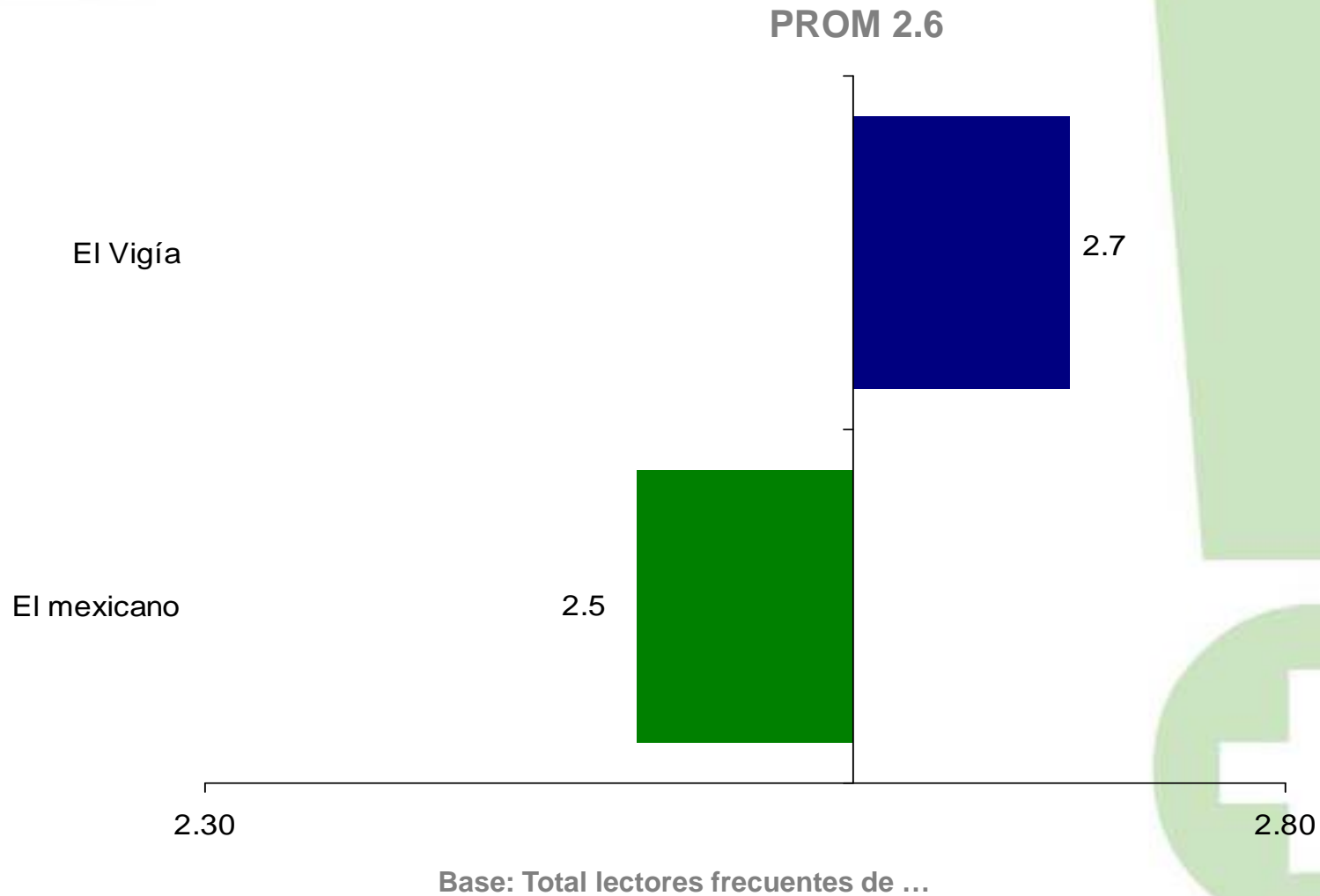
-Frecuencia de lectura semanal -



P6. ¿Pensando ahora en el/los periódicos que lee con frecuencia, en una semana normal, ¿cuántas veces lee el periódico... ?

## Lectura de periódicos

-Promedio de Lectores por periódico -



P22.- Además de usted, ¿Aproximadamente cuántas personas más, leen el mismo ejemplar de... que lee usted?

- Día -

	Base #	L	M	M	J	V	S	D	Díario	No tiene día
El Vigía	190	69%	40%	52%	42%	55%	50%	45%	36%	23%
El mexicano	154	42%	31%	38%	32%	36%	41%	36%	20%	21%

- Lugar -

	Base #	CASA	OFICINA / TRABAJO	TRANSPORTE	PARQUE	CAFETERÍA / RESTAURANTE	ESCUELA	REHUSÓ
El Vigía	190	64%	30%	1%	3%	1%	1%	-
El mexicano	154	65%	28%	-	4%	2%	-	1%

Base: Total lectores frecuentes de ...

P7.-¿Qué días de la semana acostumbra leer ...?

P8.- Y por lo general, ¿En qué lugar acostumbra usted leer la mayor parte del periódico...?

**Value!** Lectura de periódicos  
 research for success -Forma de adquisición -

<b>Baseo: Total lectores frecuentes de...</b>	<b>El Mexicano 154</b>	<b>El Vigía 190</b>
Puestos de periódicos fijos	36%	32%
Prestado	25%	32%
Voceadores	8%	6%
<b>Establecimientos (NETO)</b>	<b>22%</b>	<b>18%</b>
Establecimientos	21%	2%
Cafetería/restaurante	1%	2%
Me lo trae un voceador	6%	3%
Estoy suscrito	1%	9%
<b>TOTAL PAGADOS</b>	<b>73%</b>	<b>68%</b>

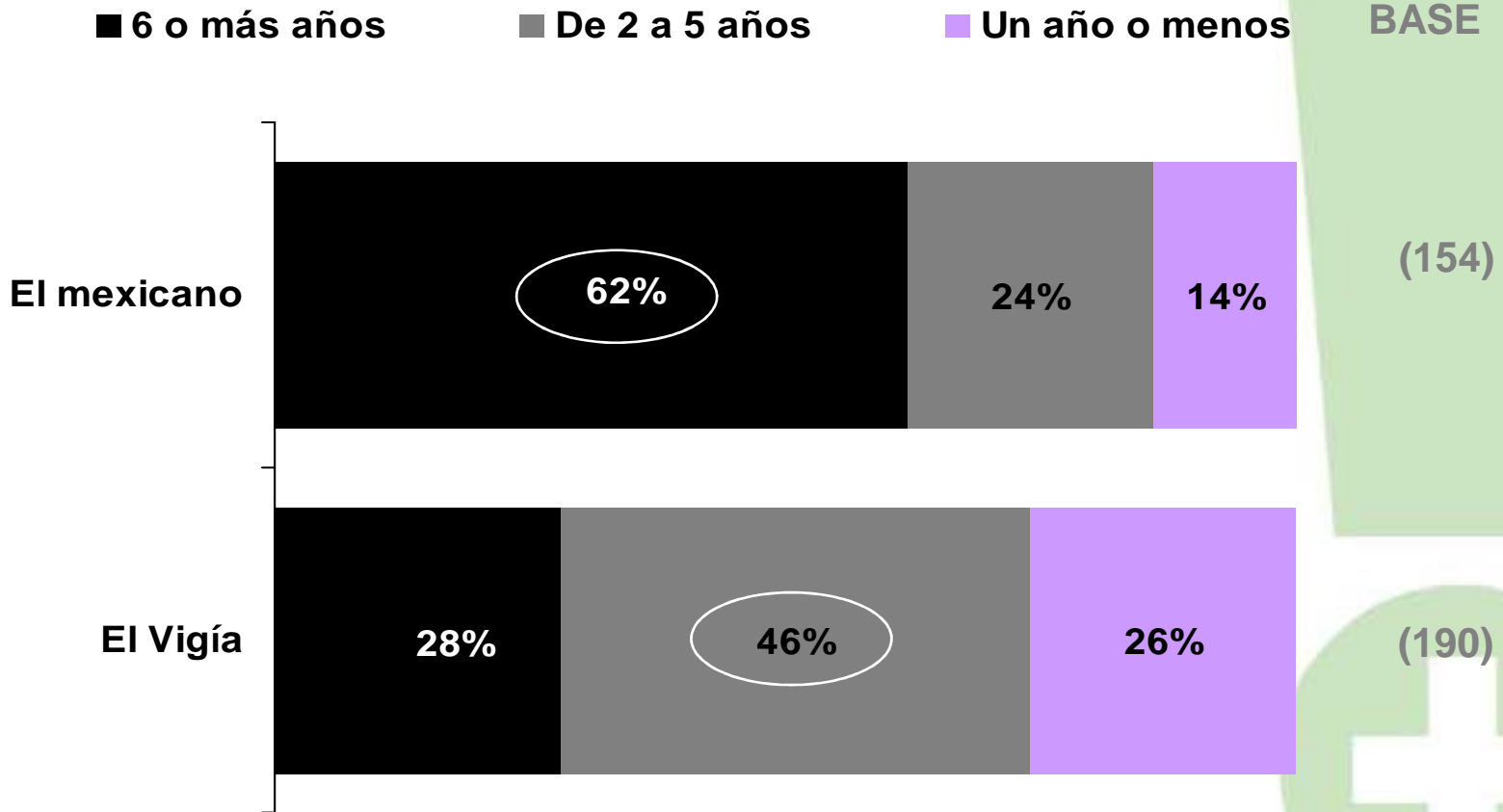
P9.- ¿Cuál opción describe mejor la forma en la que obtiene...?

Base: Total obtienen en establecimientos / cafetería / restaurante / hoteles el periodico...	El Vigía 37	El mexicano 32
<b>ESTABLECIMIENTOS (NETO)</b>	<b>73%</b>	<b>82%</b>
Abarrotes	56%	70%
Farmacia	4%	6%
AMPM	9%	2%
Oxxo	4%	3%
Autoservicio	-	1%
<b>CAFETERÍAS/RESTAURANTES (NETO)</b>	<b>8%</b>	<b>3%</b>
Sanborns	7%	3%
Mi Casa	1%	-
OTROS	19%	15%

P10.- ¿Podría especificarme en cuál... obtiene el periódico...?

# Lectura de periódicos

## -Tiempo de ser lector -



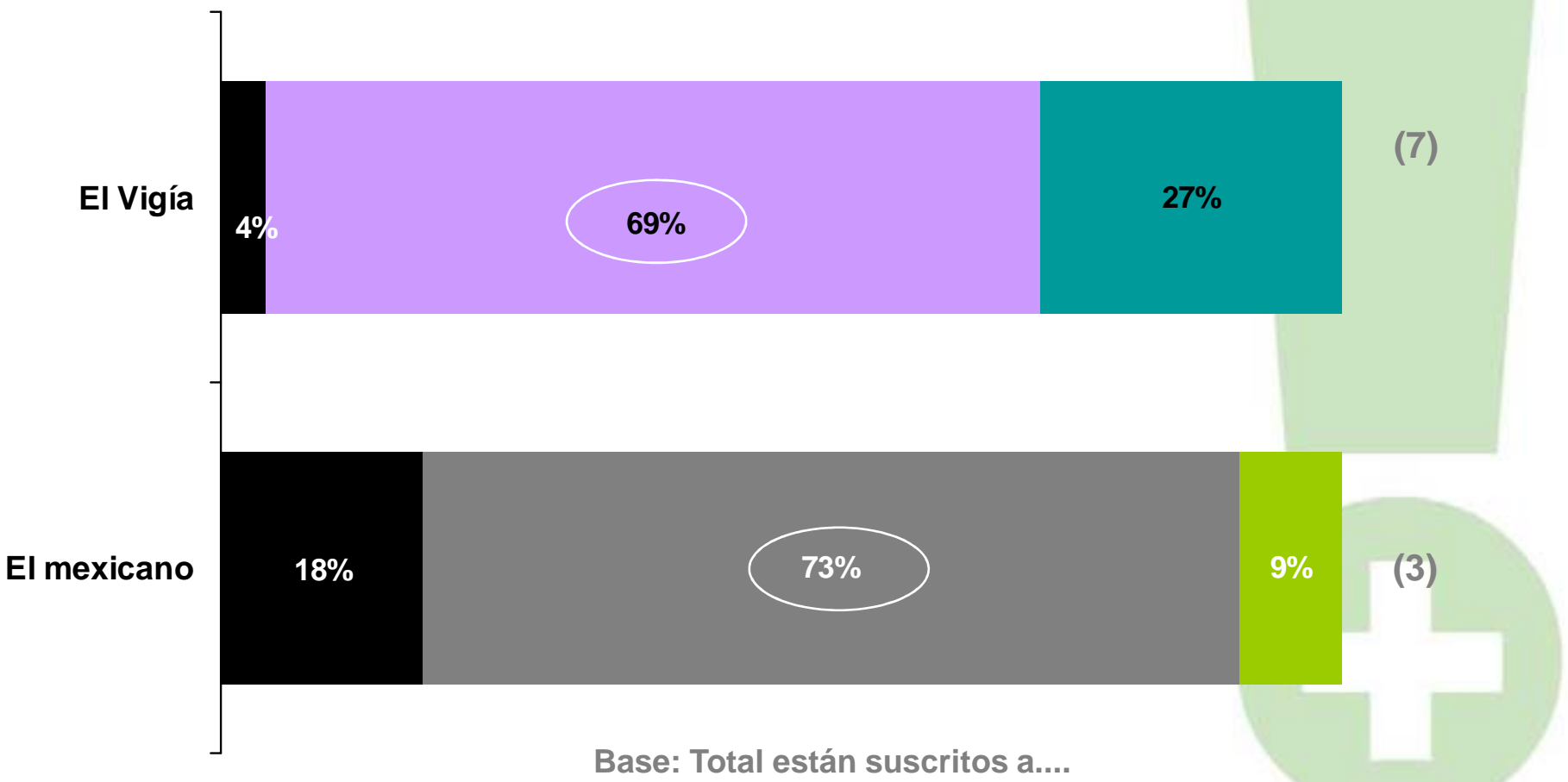
Base: Total lectores frecuentes de ...

P19.-¿Desde hace cuánto tiempo lee usted.. ?

# Lectura de periódicos

## -Tiempo de adquisición -

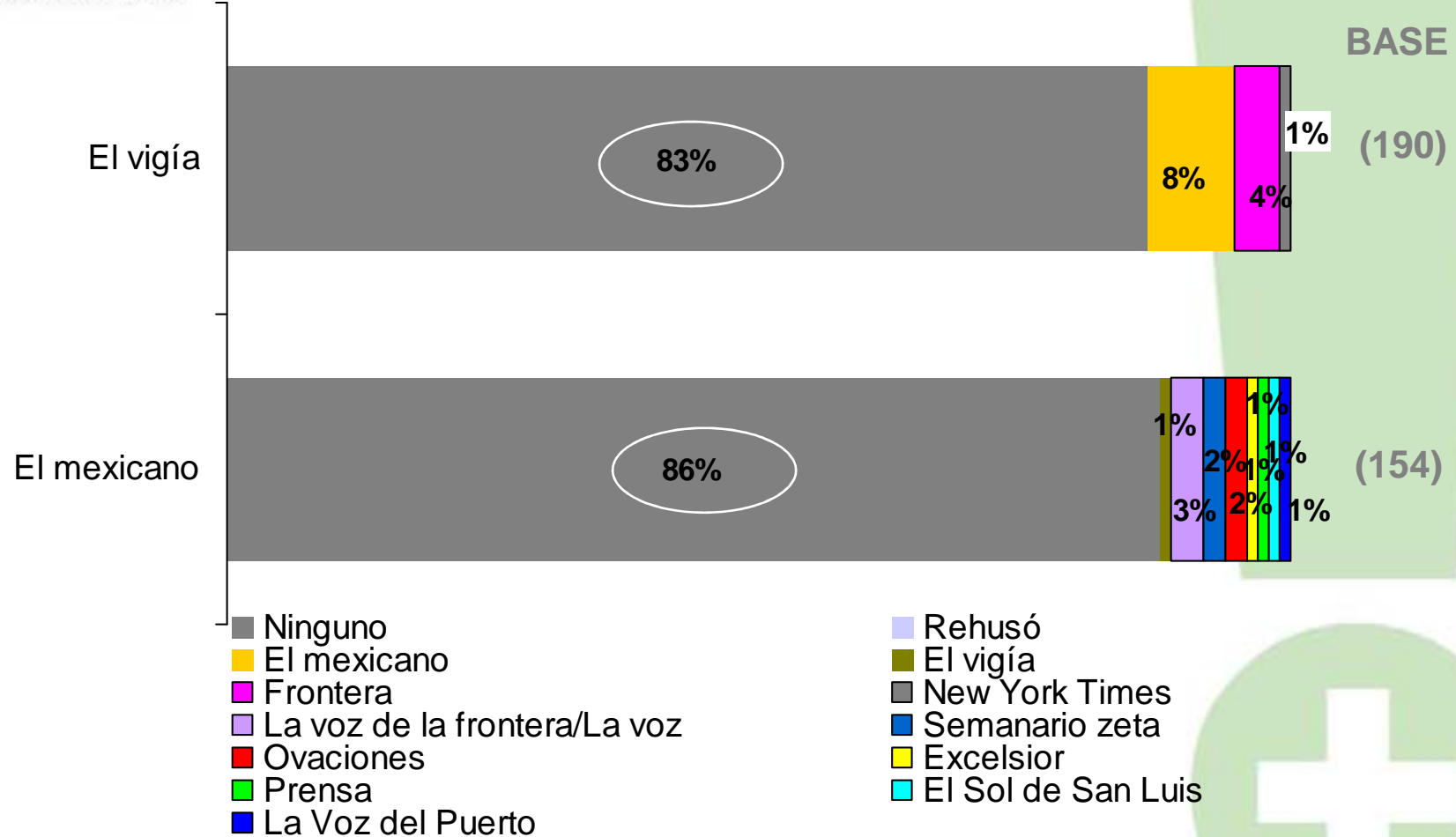
- Rehusó
- Mas de 2 años
- De 1 a dos años
- De 6 a 11 meses
- De 4 a 5 meses
- De dos a tres meses
- Un mes o menos



P11.-¿Cuánto tiempo lleva adquiriendo ... Por medio de suscripción?

# Lectura de periódico

## -Sustitución de periódico -



Base: Total lectores frecuentes de ...

P20.- ¿Qué periódico leía antes de empezar a leer éste?

## Lectura de periódicos

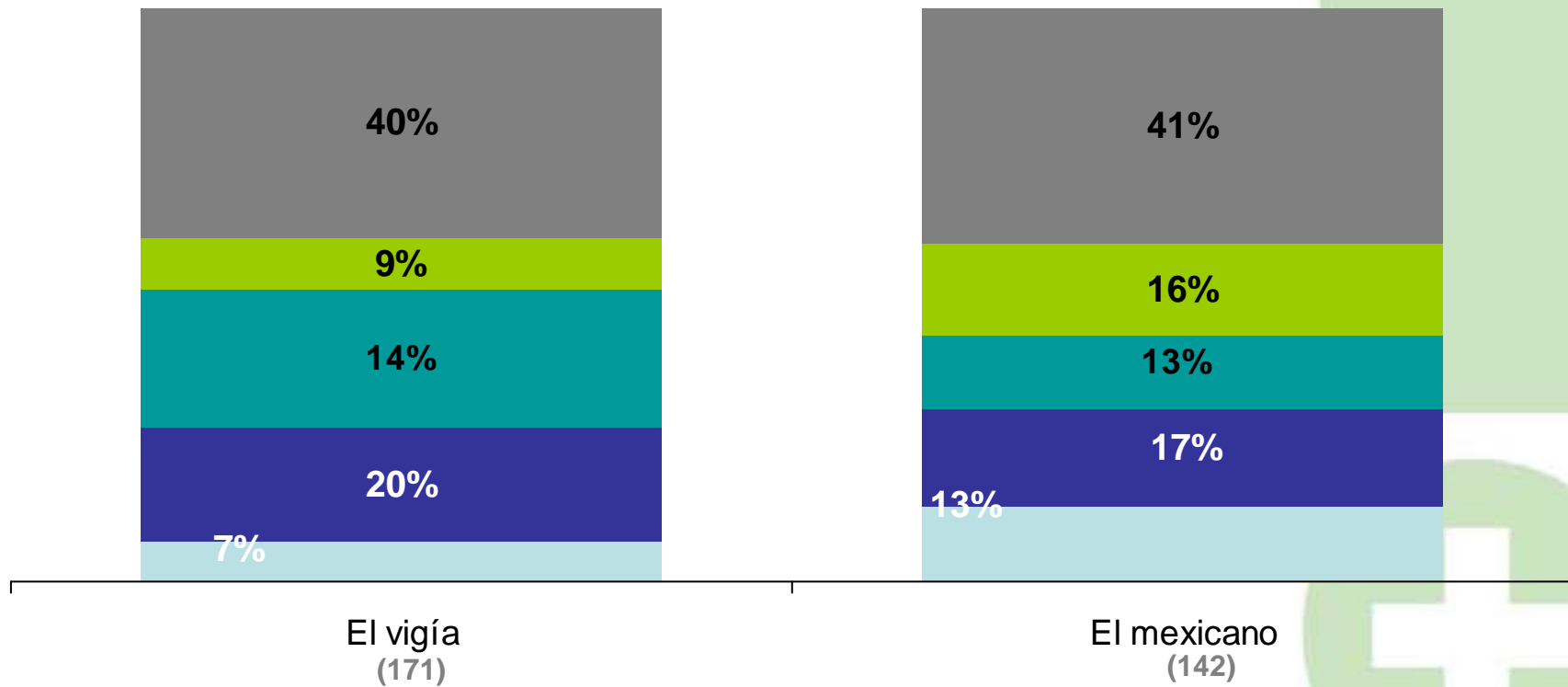
### -Razones de sustitución de periódico -

Base: Total remplazaron el periódico...	El Vigía 57	El Mexicano 35
Aquí no lo venden/casi no lo venden aquí	16%	27%
Cambié de residencia/cambio de estado/ciudad	14%	31%
La información es parecida	14%	-
Es más local/noticias de mi estado/ciudad	4%	9%
Ya no me lo prestan	-	14%
Vienen más artículos/habla más de Ensenada	8%	-
Por que ya no lo encontraba/casi no lo encontraba	3%	4%
Por amarillista	5%	-
Se me hizo más objetivo	6%	-
Por que desapareció/ya no existe	2%	4%
Por que miente/no son ciertas sus opiniones	1%	2%
Por que trae mas información	3%	-
Es el que compran en la oficina/trabajo	1%	3%
No trae tanta política	2%	1%
Lo entregan más temprano	3%	-
Se enfoca a los problemas de nuestra ciudad	3%	-
La sección de sociales es más bonita	2%	-
Me lo prestan	2%	-
Trae información nacional e internacional	2%	-
Por que tenía buenas fotos	2%	-
La letra es más grande	2%	-
Por que tiene mas credibilidad /veracidad	2%	-
Porque tenía muchas letras	-	2%
Trae más información de fútbol y jugadores	-	2%
Es el más conocido/vendido	-	2%
Otras razones	17%	9%

P21.-¿Por qué razones cambió de periódico? ¿Alguna otra razón?. ¿Alguna más?

## Interés en suscribirse

- Definitivamente me suscribiría
- Probablemente me suscribiría
- No sé si me suscribiría
- Probablemente no me suscribiría
- Definitivamente no me suscribiría



Base: Total no mencionaron estar suscritos o tener sistema de entrega de....

P17.- ¿Si el periódico... le propusiera un PLAN DE SUSCRIPCIÓN.... ¿Cuál de las siguientes frases reflejaría mejor su interés en suscribirse a...? Usted diría que

## Razones de suscripción

Base: Total DEFINITIVAMENTE / PROBABLEMENTE ME SUSCRIBIRÍA....	El Vigía 57	El mexicano 43
Por que estaría seguro de tenerlo todos los días/porque lo tendría diario en casa	16%	13%
Es más cómodo que llegue a casa/Por que me llegaría a casa directamente	18%	5%
Trae mucho más información/más noticias	1%	20%
Porque a veces dan promociones	-	19%
Por que así ya no saldría/ahorrarme la vuelta	7%	9%
Por que no tendría que buscarlo/es más fácil de conseguir	4%	10%
Por que lo recibirá a tiempo/ para tenerlo a tiempo	4%	9%
Para no pedirlo prestado	-	9%
Para mantenerme informada	4%	3%
Lo entregan temprano	12%	-
Por que lo leería diario/cuando yo quiero	4%	6%
Me informa de todo lo que es deporte	8%	-
Para mantenerme informado todos los días/diario	8%	1%
Es un periódico más completo	5%	2%
Mas seguridad para no salir	1%	5%
Solo si me hicieran un descuento al suscribirme	7%	-
Es el periódico de la región	1%	5%
Porque me ahorraría dinero /sale más barato la suscripción	4%	1%
Trae noticias de Ensenada/locales	1%	3%
Sus reportajes son interesantes/información interesante/buenos reportajes	2%	1%
Otras razones	11%	10%

P18.- Usted respondió que...? ¿Podría decirme por cuál o cuáles razones SE SUSCRIBIRÍA/NO SE SUSCRIBIRÍA a... ?

## Razones de NO suscripción

Base: Total DEFINITIVAMENTE / PROBABLEMENTE NO ME SUSCRIBIRÍA...	El Vigía 78	El Mexicano 76
Por que no leo mucho el periódico/casi no leo el periódico/no lo leo diario/no leo frecuentemente/ ocasionalmente	26%	44%
Por que me lo prestan/en el trabajo/oficina/buffet/escuela/por que lo dejan en el trabajo	13%	10%
Por que seria más gasto/por que seria un gasto mas/ seria un gasto inútil	12%	9%
Por que no tengo dinero para una suscripción/para ese servicio	6%	3%
Por que no tengo dinero S/E	11%	2%
Por que no quiero endeudarme/no quiero compromisos de dinero	4%	1%
Lo compran ya en su casa	-	11%
A veces tengo dinero y a veces no	10%	0%
Por que no tengo tiempo de leerlo	2%	6%
Por que no me gustan las suscripciones/no me interesa una suscripción/no necesito	1%	4%
Por que no me convence la idea/no me atrae la idea/no me llama la atención/no me interesa	4%	3%
No habla mucho de Ensenada	-	5%
No hay quien lo reciba/no estoy en casa	3%	1%
Por que no lo necesito/no necesito ese periódico	3%	1%
Por que mi papá/marido es el que esta suscrito	3%	1%
Por que leo diario internet es mas fácil/la mayoría lo veo por internet	2%	1%
Por que seria cosa de ver el arreglo /depende el costo	1%	3%
Tendría que pagar algo extra aparte del periódico	3%	0%
Otras razones	8%	6%

P18.- Usted respondió que...? ¿Podría decirme por cuál o cuáles razones SE SUSCRIBIRÍA/NO SE SUSCRIBIRÍA a... ?



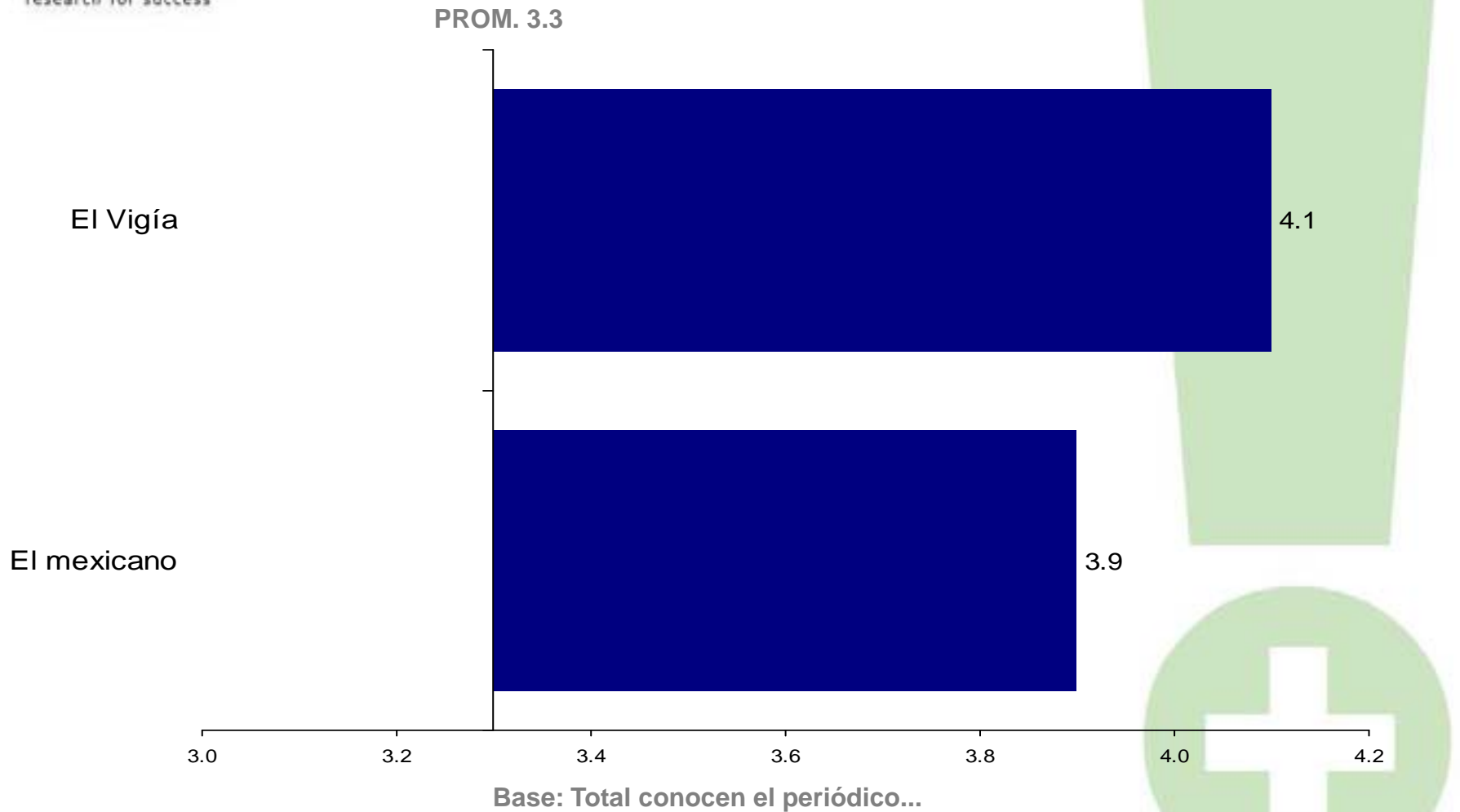
## Contenido



advertising + media research

# Evaluación de Periódicos

- Total lectores -

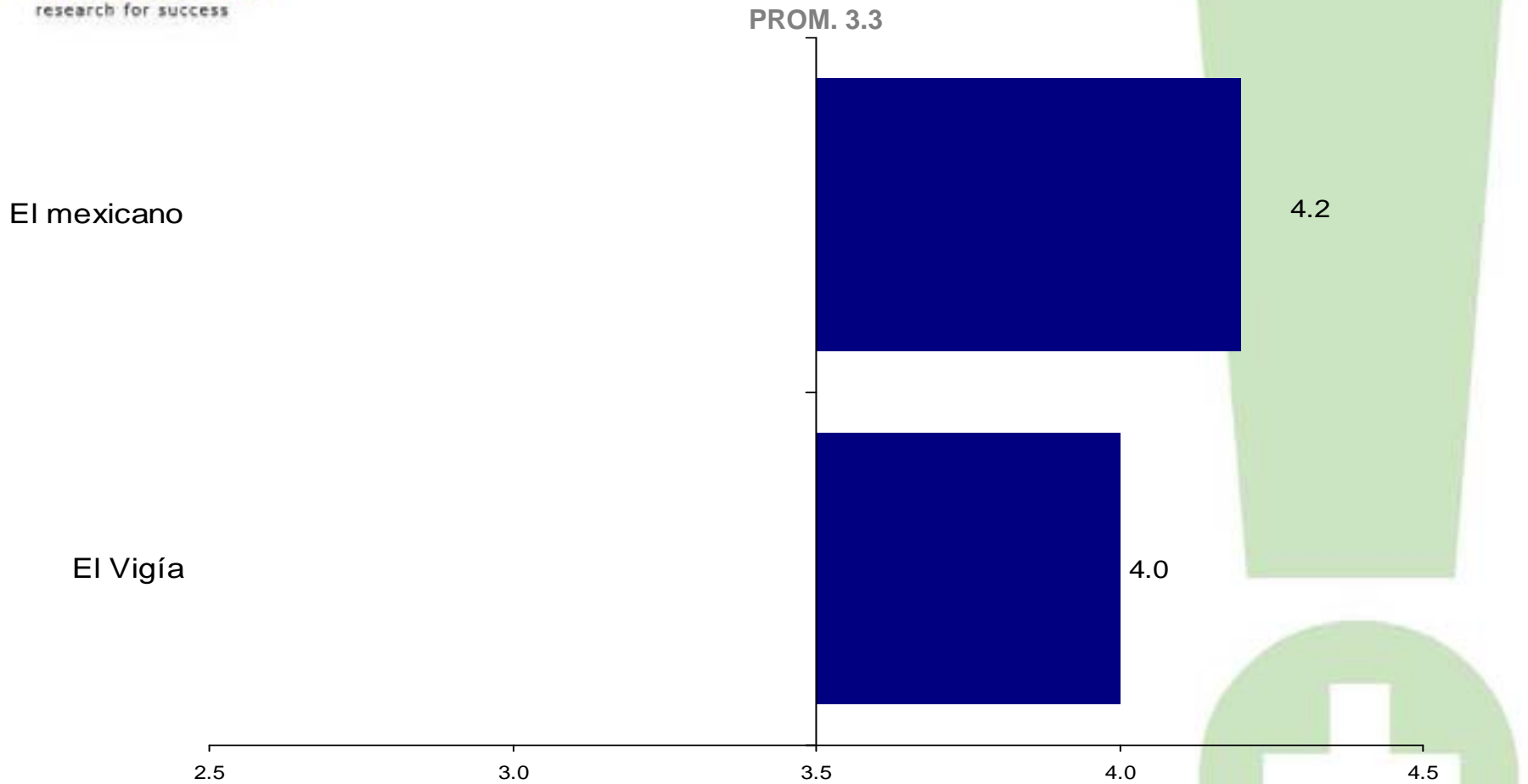


P52. Tomando en consideración todo lo que busca en un periódico, por favor evalúe cada periódico que usted conoce, usando una escala de 5 puntos, donde el 5 significa que usted piensa que el periódico es "Perfecto" y 1 significa que en su opinión es "Pésimo".



# Evaluación de Periódicos

## - Total lectores de El Mexicano -



Base: Total lectores frecuentes de El Mexicano (154)

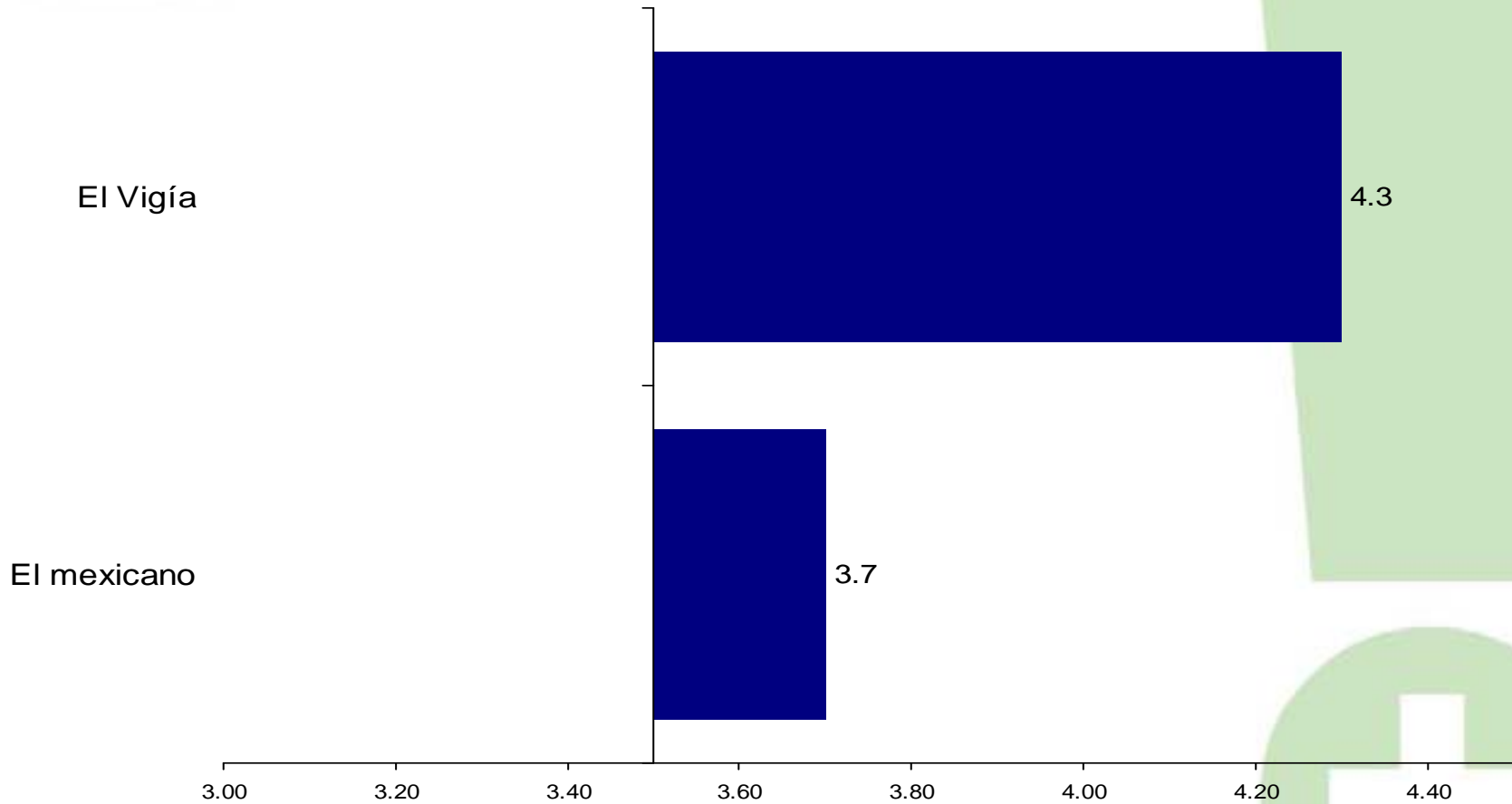
P52. Tomando en consideración todo lo que busca en un periódico, por favor evalúe cada periódico que usted conoce, usando una escala de 5 puntos, donde el 5 significa que usted piensa que el periódico es "Perfecto" y 1 significa que en su opinión es "Pésimo".



# Evaluación de Periódicos

## - Total lectores de El Vigía -

PROM. 3.3



Base: Total lectores frecuentes de El Vigía (190)

P52. Tomando en consideración todo lo que busca en un periódico, por favor evalúe cada periódico que usted conoce, usando una escala de 5 puntos, donde el 5 significa que usted piensa que el periódico es "Perfecto" y 1 significa que en su opinión es "Pésimo".

## Razones por las que usted lee con frecuencia el periódico "El Vigía"

Multiplicidad 2.44

Base: Total lectores frecuentes de..	El Vigía 190
Por la pagina de sociales/sección/por la información de sociales	22%
Por que tienen noticias locales/información local/de la ciudad/estado/mas noticias locales/estatales	21%
Por la sección policiaca /por las noticias policiacas /tiene mucha noticia policiaca	14%
Por que se enfocan mas en la ciudad de Ensenada/Tijuana	14%
Por los espectáculos que trae/sección de espectáculos	13%
Por su columna de deportes/por su página de deportes/por su sección de deportes/para enterarme de deportes	12%
Por su información verídica/por que no dicen mentiras/por su información veraz/dicen únicamente la verdad	8%
Por sus clasificados/por los clasificados/por su diversidad de clasificados	7%
Trae todo sobre fútbol	7%
Por los horóscopos	6%
Por sus noticias frescas/al día	6%
Lo entregan temprano	6%
Me gusta su información general	5%
Por sus crucigramas	5%
Por sus noticias de política/gobierno	4%
Por su información resumida/buenos resúmenes	4%
Por el amplio contenido de información política/por la plana de política	3%
Para consultar la cartelera/por la cartelera	3%
Por que me gusta la sección de salud/nutrición	3%
Por su columna de belleza y moda	3%
Por que es mas extenso	3%

P23. En sus propias palabras, por favor, dígame, por qué razones lee usted con frecuencia

## Razones por las que usted lee con frecuencia el periódico "El Mexicano"

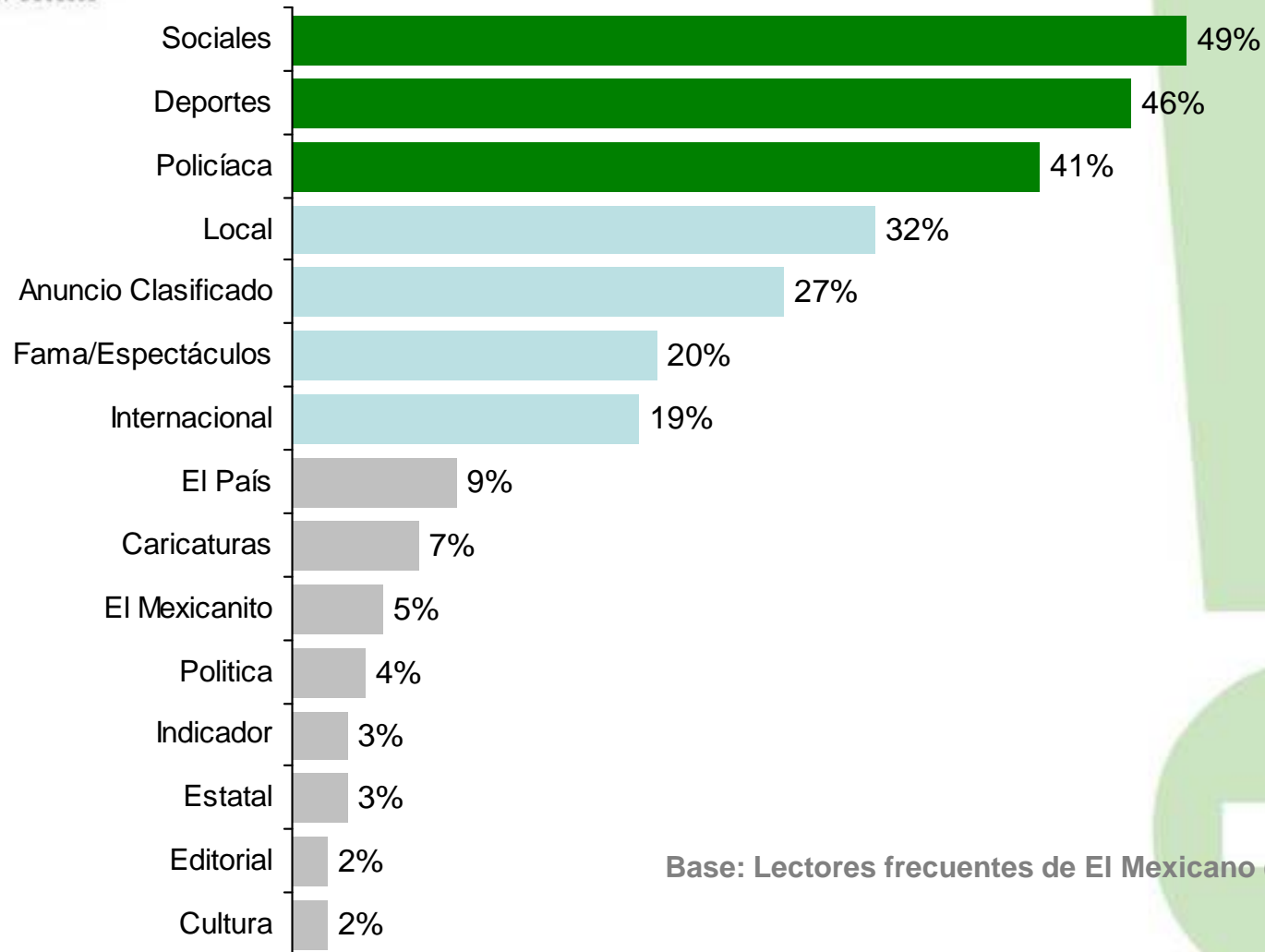
Multiplicidad 2.06

Base: Total lectores frecuentes de..	El mexicano 154
Por la pagina de sociales/sección/por la información de sociales	20%
Por su columna de deportes/por su página de deportes/por su sección de deportes/para enterarme de deportes	16%
Por que tienen noticias locales/información local/de la ciudad/estado/mas noticias locales/estatales	14%
Por la sección policiaca /por las noticias policiacas /tiene mucha noticia policiaca	14%
Es mas completo/es el mas completo/es un periódico completo	12%
Por que tiene noticias internacionales/información internacional	9%
Por sus clasificados/por los clasificados/por su diversidad de clasificados	6%
Por que es el mejor en cuanto a lo regional/por las noticias regionales	6%
Por que esta bien redactado/por que la información esta bien redactada	6%
Por que trae mucho mas información/trae mas información que los demás/por su alto contenido en noticias	6%
Por que se enfocan mas en la ciudad de Ensenada/Tijuana	5%
Por los espectáculos que trae/sección de espectáculos	5%
Trae todo sobre fútbol	4%
Por los horóscopos	4%
Me gusta su información general	4%
Por las noticias nacionales/por sus notas nacionales/por su información nacional	4%
Por las notas rojas/muertes/robos/accidentes	4%
Para mantenerme informado/me gusta estar informado	4%
Por su información verídica/por que no dicen mentiras/por su información veraz/dicen únicamente la verdad	3%
Por el amplio contenido de información política/por la plana de política	3%
Por que es el mas comercial/popular	3%
Por la organización de la información/de la noticia	3%

P23. En sus propias palabras, por favor, dígame, por qué razones lee usted con frecuencia

# Secciones de periódicos

-Lectores Periódico "El Mexicano" -

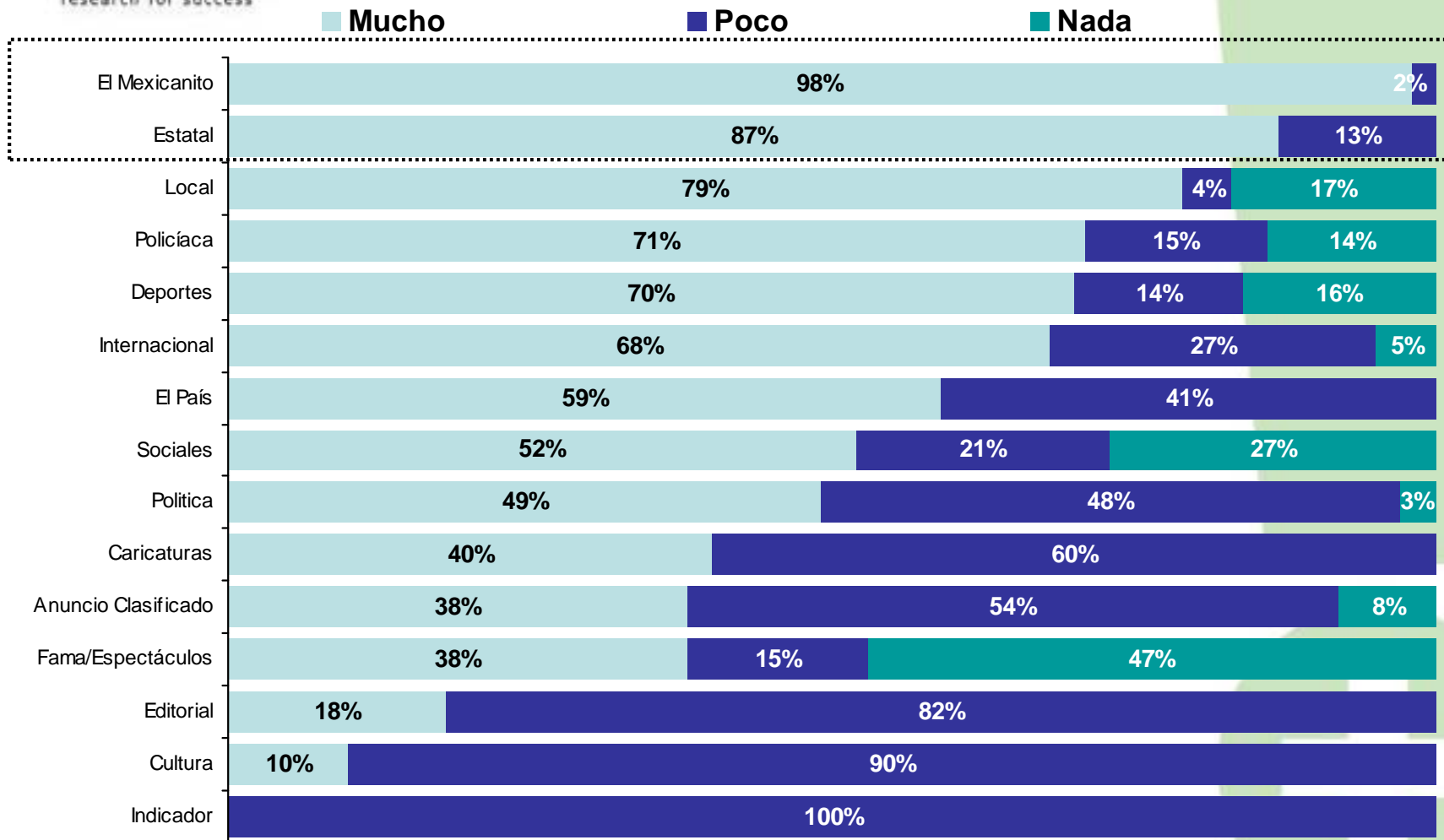


Base: Lectores frecuentes de El Mexicano (154)

P25.- De las secciones o suplementos que componen al periódico El Mexicano, ¿dígame las secciones o suplementos que usted lee regularmente?

# Importancia de Secciones

-Lectores Periódico "El Mexicano"-

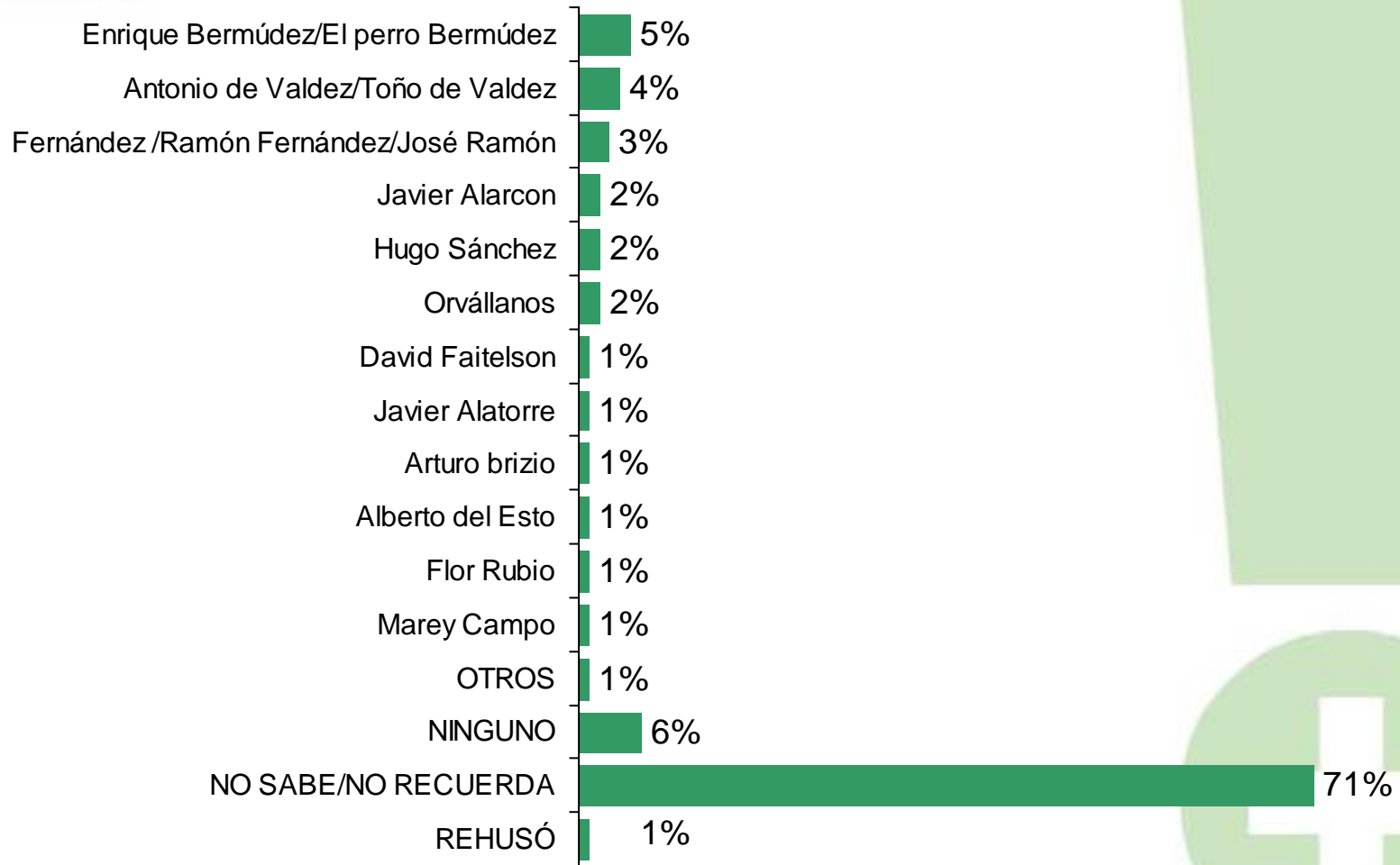


Base: Total sección o suplemento...

P25a.-Si la sección o suplemento ... se quitara del periódico El Mexicano, ¿qué tanto esto influiría para que usted dejara de leerlo?  
¿Diría que Mucho, Poco o Nada?

## Secciones de periódicos

-Editorialista o columnista de deportes “El Mexicano” -



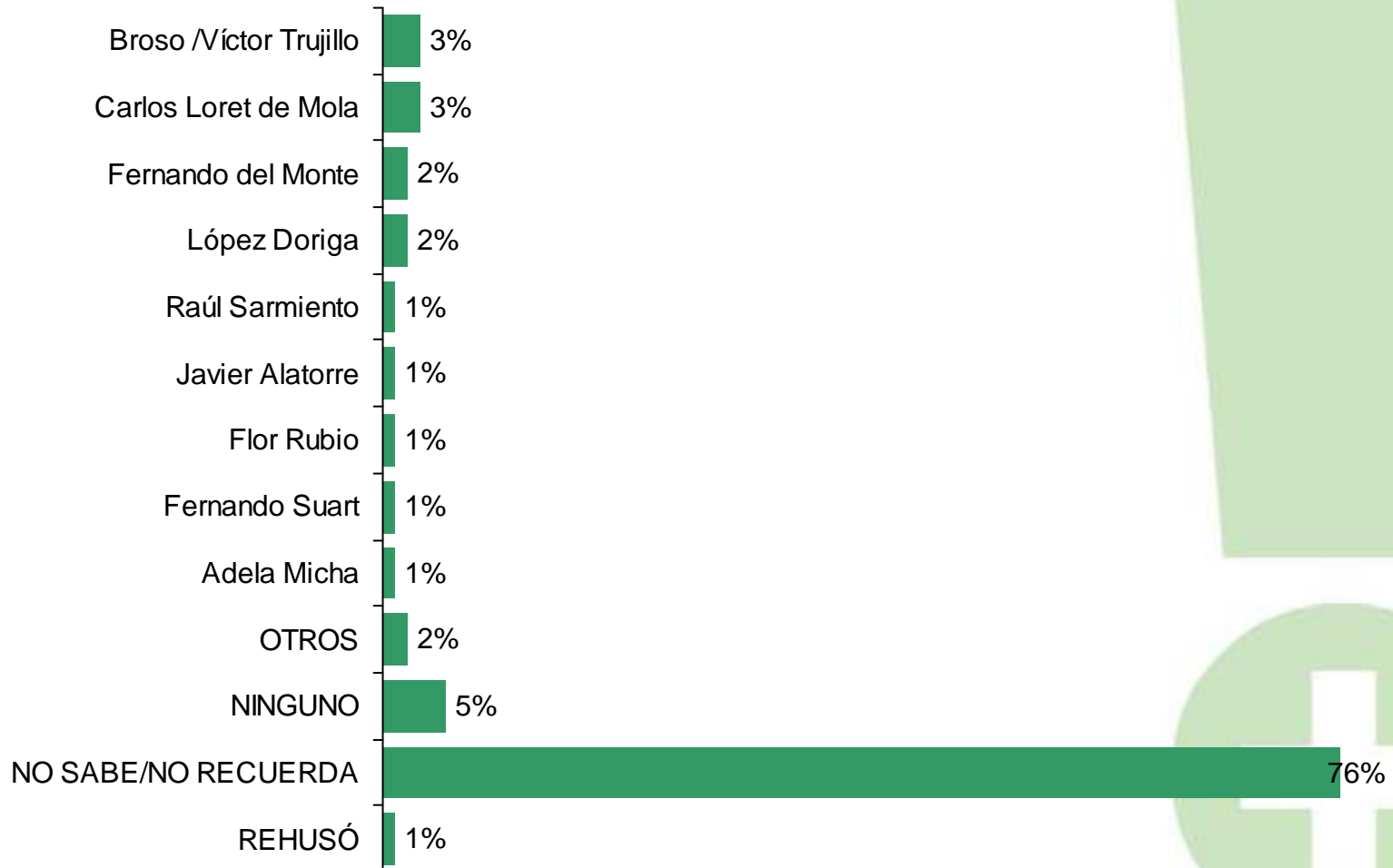
Base: Lectores frecuentes de El Mexicano (154)

P26.- Dígame, por favor, qué editorialistas o columnistas le gustaría que el periódico El Mexicano tuviera en Deportes?

# Secciones de periódicos

-Editorialista o columnista de Información general

“El Mexicano” -

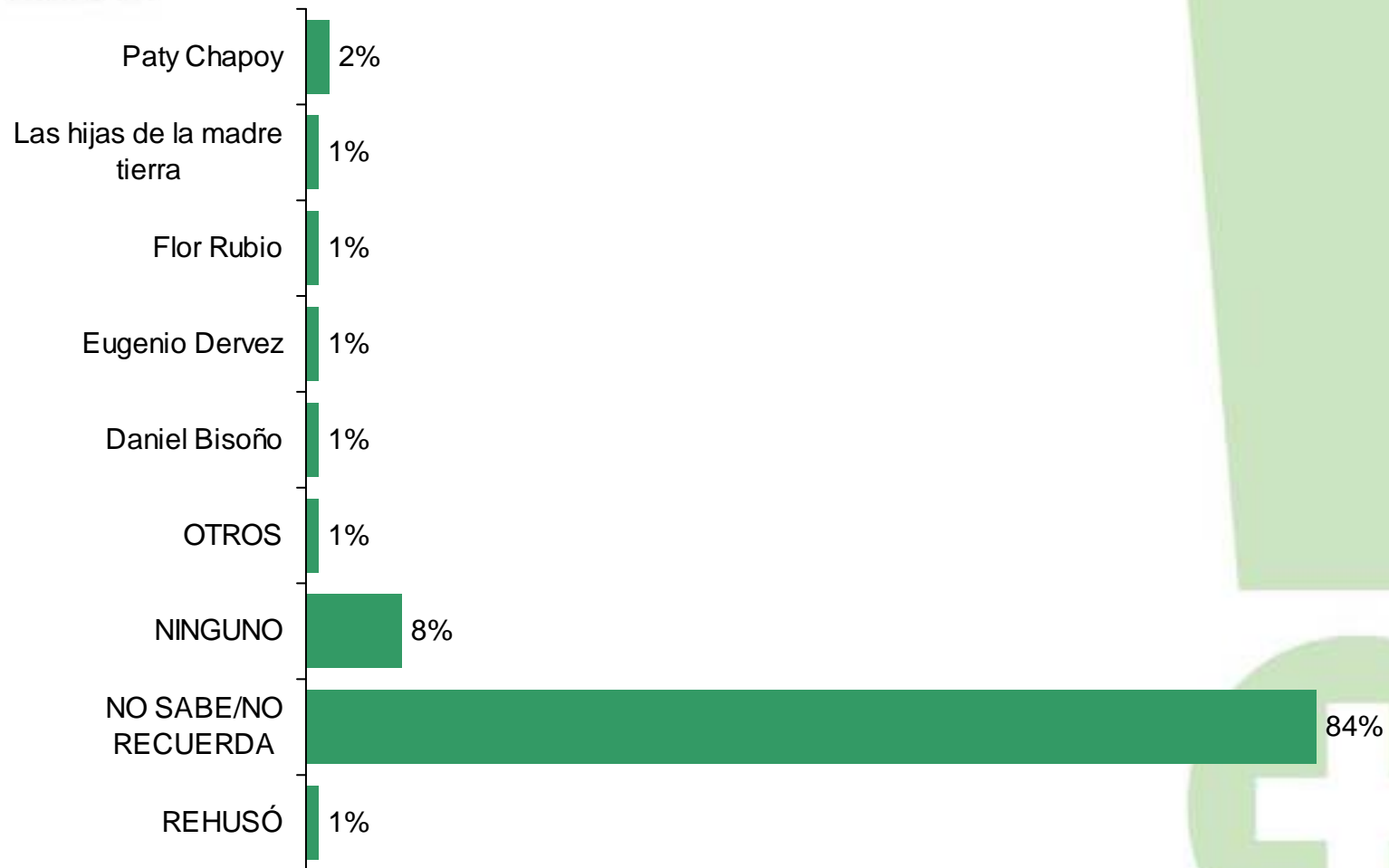


Base: Lectores frecuentes de El Mexicano (154)

P26.- Dígame, por favor, qué editorialistas o columnistas le gustaría que el periódico El Mexicano tuviera en Información General?

# Secciones de periódicos

-Editorialista o columnista de Espectáculos “El Mexicano” -

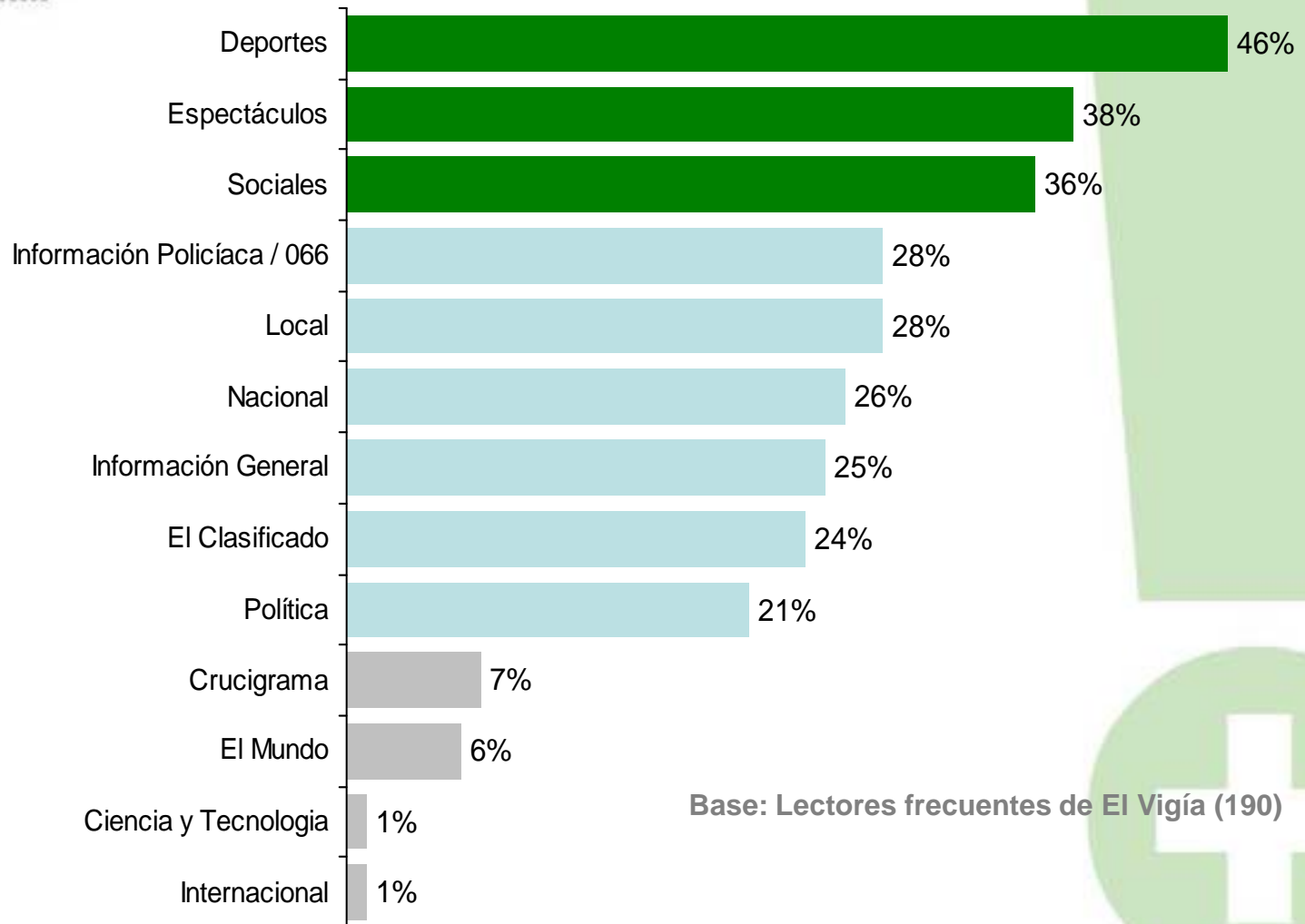


Base: Lectores frecuentes de El Mexicano (154)

P26.- Dígame, por favor, qué editorialistas o columnistas le gustaría que el periódico El Mexicano tuviera en Espectáculos?

# Secciones de periódicos

-Lectores Periódico "El Vigía" -

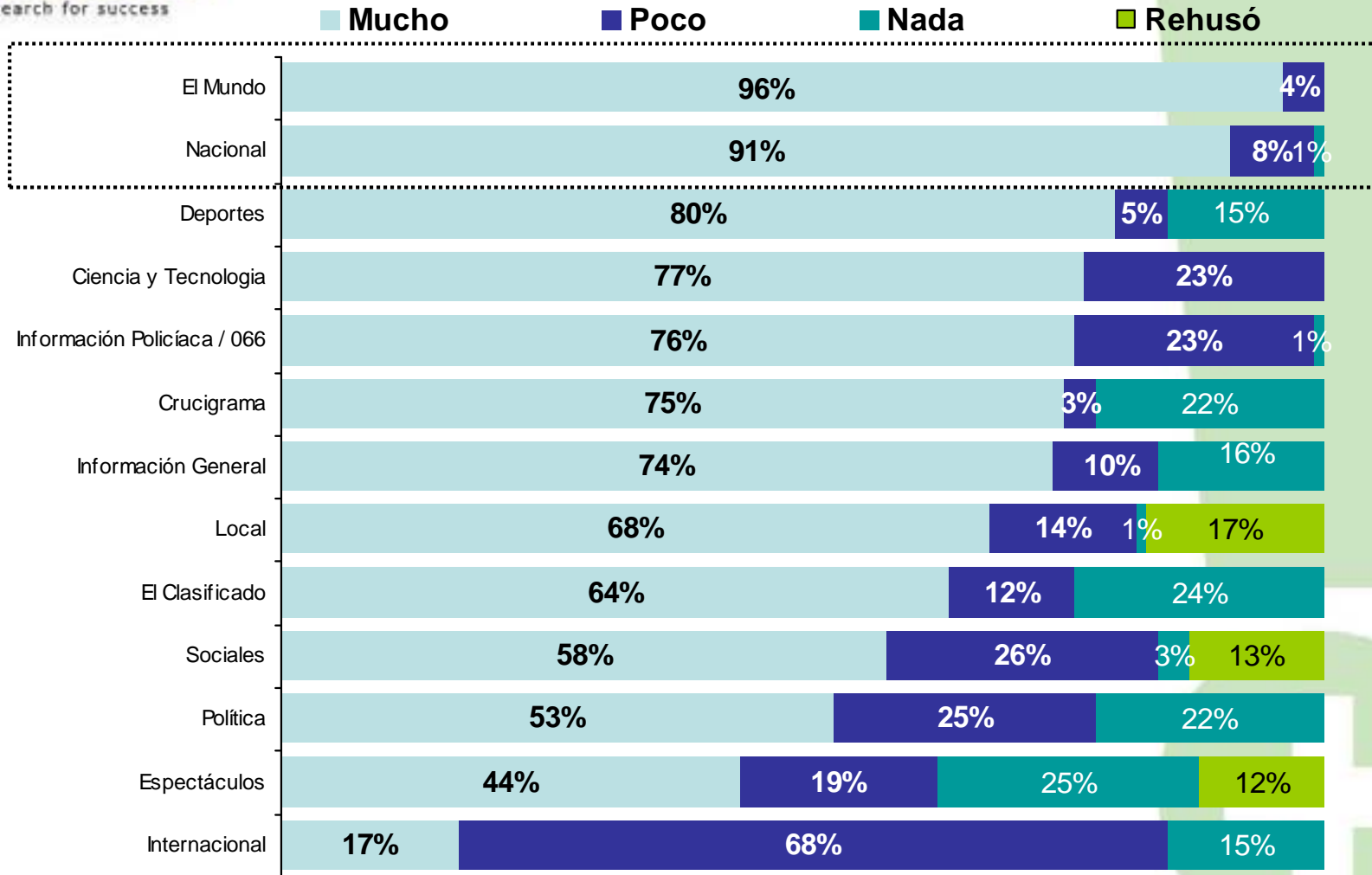


Base: Lectores frecuentes de El Vigía (190)

P29.- De las secciones o suplementos que componen al periódico El Vigía, ¿dígame las secciones o suplementos que usted lee regularmente?

# Importancia de Secciones

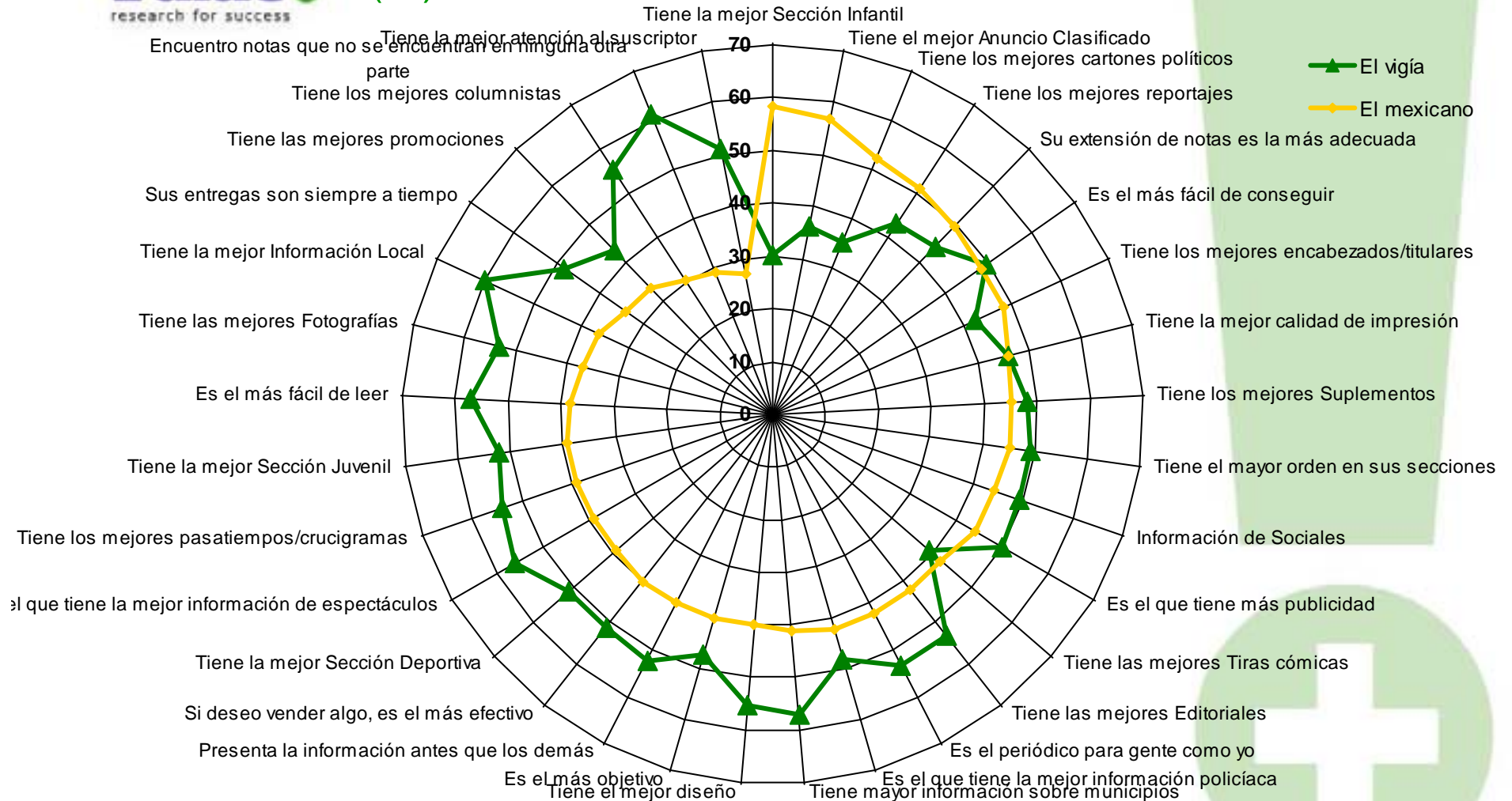
-Lectores Periódico "El Vigía"-



Base: Total sección o suplemento...

P29a.-Si la sección o suplemento ... se quitara del periódico El Vigía, ¿qué tanto esto influiría para que usted dejara de leerlo?  
¿Diría que Mucho, Poco o Nada?

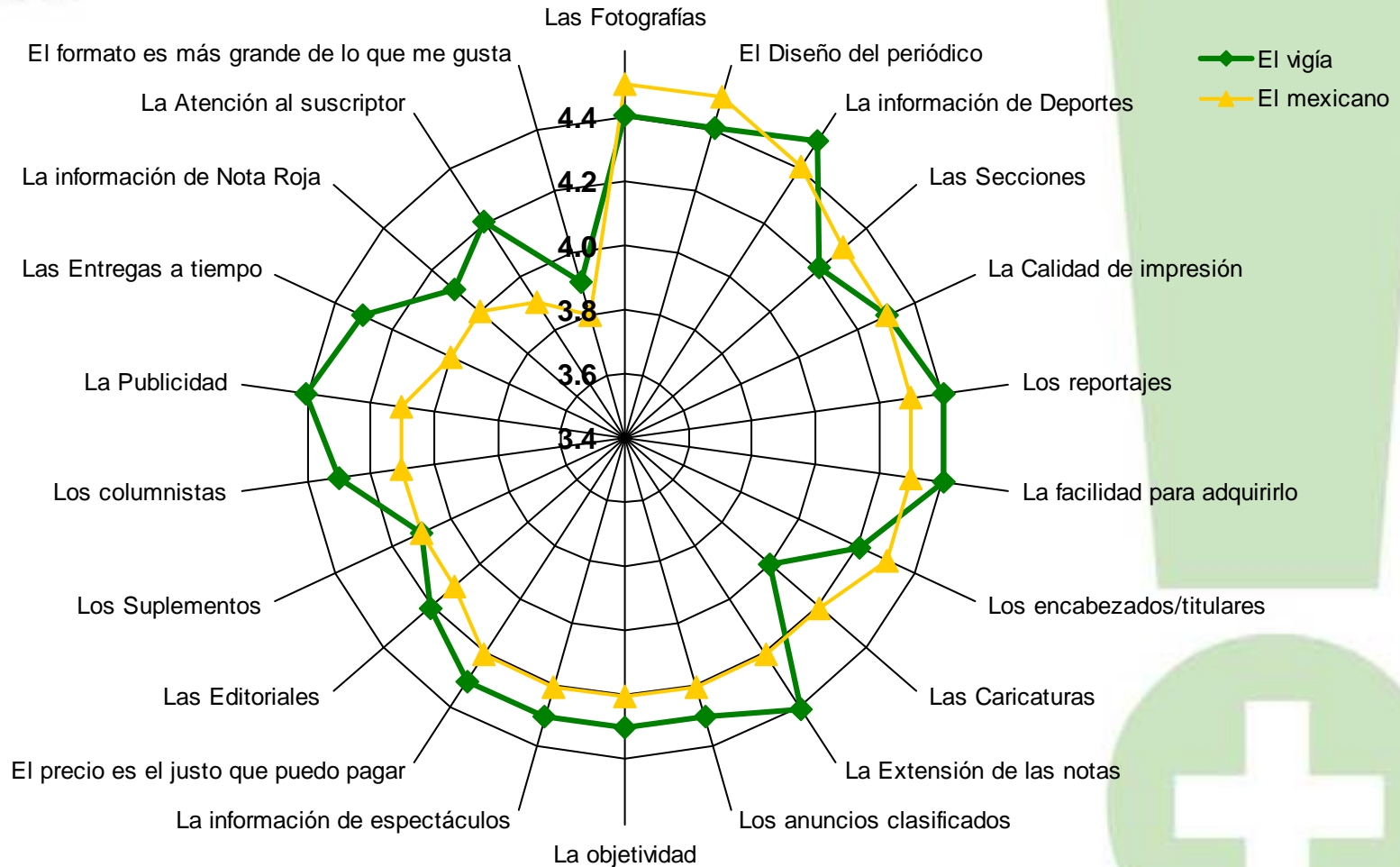
# Asociación de Atributos - (%) -



Base: Total entrevistados

P24.- De todos los periódicos que conoce, ¿cuál diría usted que se asocia mejor con cada una de las siguientes cualidades?

# Desempeño del periódico - promedios -



Base: Total Lectores frecuentes de...

P32.- Le voy a leer una serie de aspectos relacionados con el 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...?

## Desempeño del periódico - Aspectos importantes -

	TOTAL 250	El vigía 190	El mexicano 154
La Extensión de las notas	54%	54%	55%
Las Fotografías	52%	56%	49%
Las Secciones	43%	42%	45%
La objetividad	39%	34%	38%
Los reportajes	37%	40%	41%
La información de Deportes	35%	36%	35%
La facilidad para adquirirlo	33%	25%	34%
Los encabezados/titulares	32%	32%	29%
La Calidad de impresión	30%	36%	28%
La información de Nota Roja	24%	26%	27%
El precio es el justo que puedo pagar	22%	23%	22%
El Diseño del periódico	19%	20%	16%
Los anuncios clasificados	19%	11%	22%
La información de espectáculos	14%	18%	14%
Los columnistas	12%	14%	12%
Las Entregas a tiempo	8%	9%	8%
Los Reportajes	6%	6%	5%
Las Editoriales	6%	6%	6%
Las Caricaturas	4%	4%	5%
La Publicidad	4%	4%	3%
Los Suplementos	3%	3%	3%
La Atención al suscriptor	3%	3%	1%
El formato es más grande de lo que me gusta	1%	1%	1%

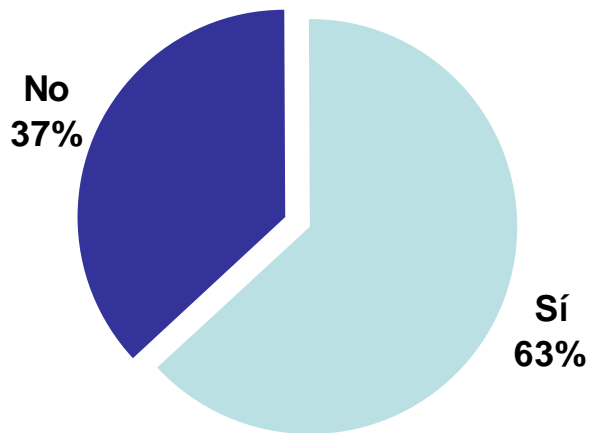
P32a.- De la siguiente tarjeta, por favor indíqueme en orden de importancia cuáles son los 5 aspectos que más influyen para que usted decida leer un periódico en particular



# Aviso Clasificado Periódico – El Mexicano -

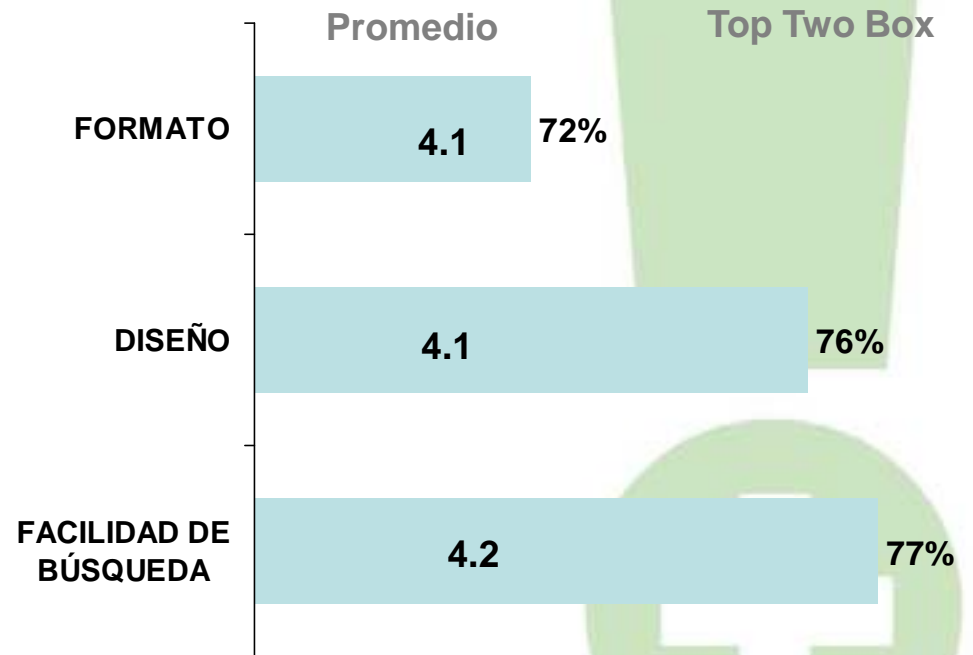
## - Consulta -

P35.-¿Ha consultado alguna vez El anuncio Clasificado del periódico El Mexicano?



Base: Total Entrevistas (250)

P36.- En una escala del 1 al 5 donde 1 significa que el atributo del anuncio clasificado del periódico El Mexicano que le voy a mencionar le parece MUY MALO, y 5 significa que le parece MUY BUENO, en su opinión ¿qué tan bueno es el anuncio clasificado de El Mexicano en cuanto a...



Base: Total que han consultado el aviso clasificado de El Mexicano (154)



# Aviso Clasificado Periódico – El Mexicano -

## - Consulta -

P37.- Si usted pudiera hacerle cambios al ANUNCIO CLASIFICADO del periódico El Mexicano, ¿qué cambios le haría para mejorarlo?



P38.- ¿Podría decirme para qué consultó usted el ANUNCIO CLASIFICADO del periódico El Mexicano?



Base: Total que han consultado el aviso clasificado de El Mexicano (154)



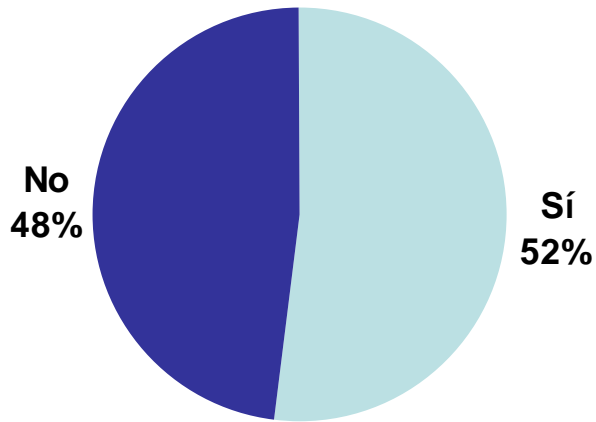


# Aviso Clasificado Periódico

## - Otros periódicos -

## - Consulta -

P41.- ¿Alguna vez ha consultado usted el ANUNCIO CLASIFICADO de algún periódico que NO sea El Mexicano?



Base: Total Entrevistas (250)

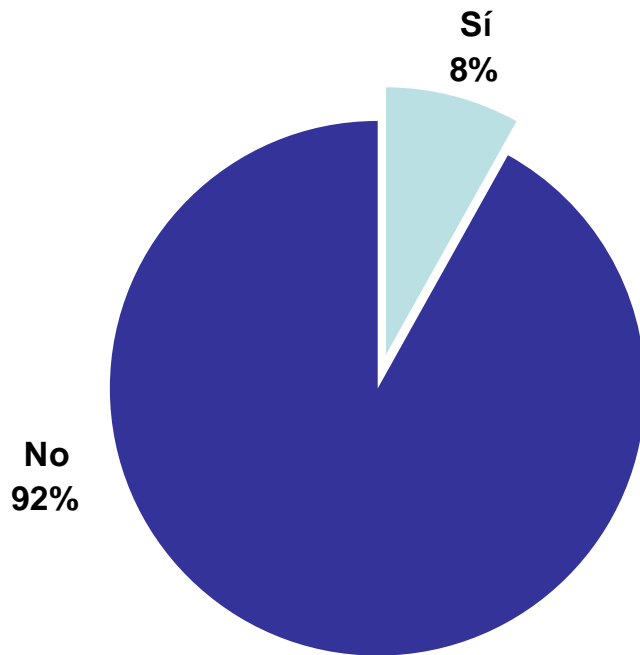
P42.- ¿Podría indicarme cuál era ese periódico?



Base: Total han consultado el ANUNCIO CLASIFICADO de algún periódico que NO sea El Mexicano (151)

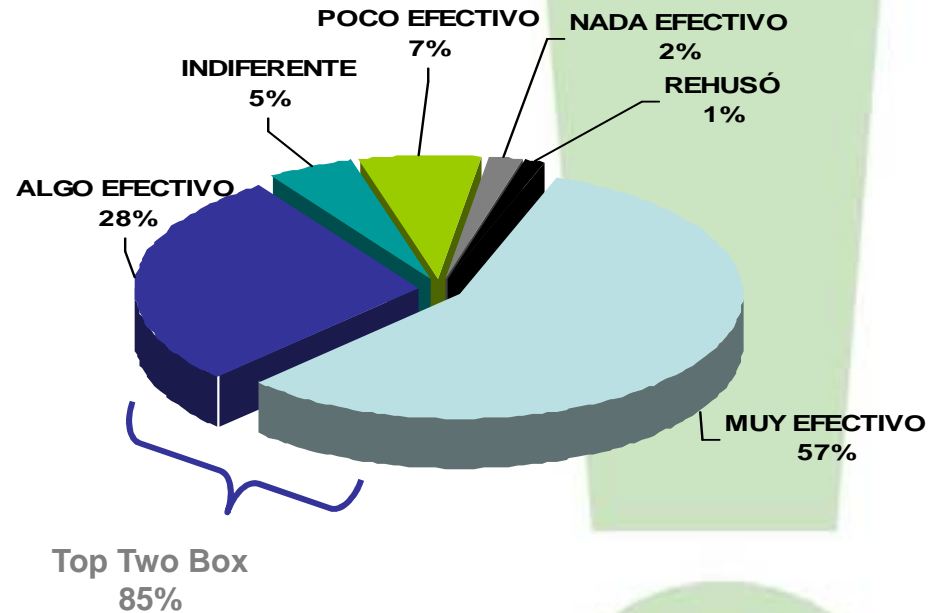
## Incidencia de haber puesto un anuncio en Aviso Clasificado del periódico El Mexicano

P39.- ¿Alguna vez ha puesto un aviso en el ANUNCIO CLASIFICADO del periódico El Mexicano?



Base: Total Entrevistas (250)

P40.- ¿Qué tan efectivo le resultó el último aviso que puso en el ANUNCIO CLASIFICADO del periódico El Mexicano?



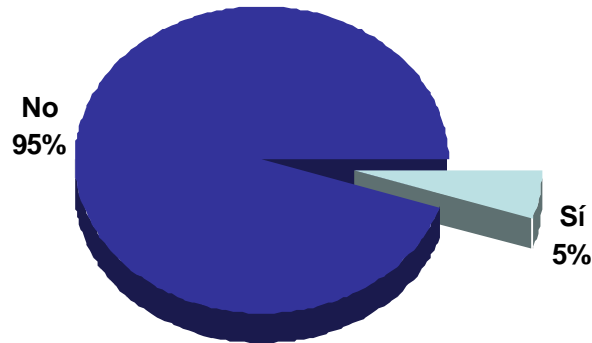
Base: Total que mencionaron haber puesto un anuncio clasificado de El Mexicano (32)

# Aviso Clasificado Periódico

## - Otros periódicos -

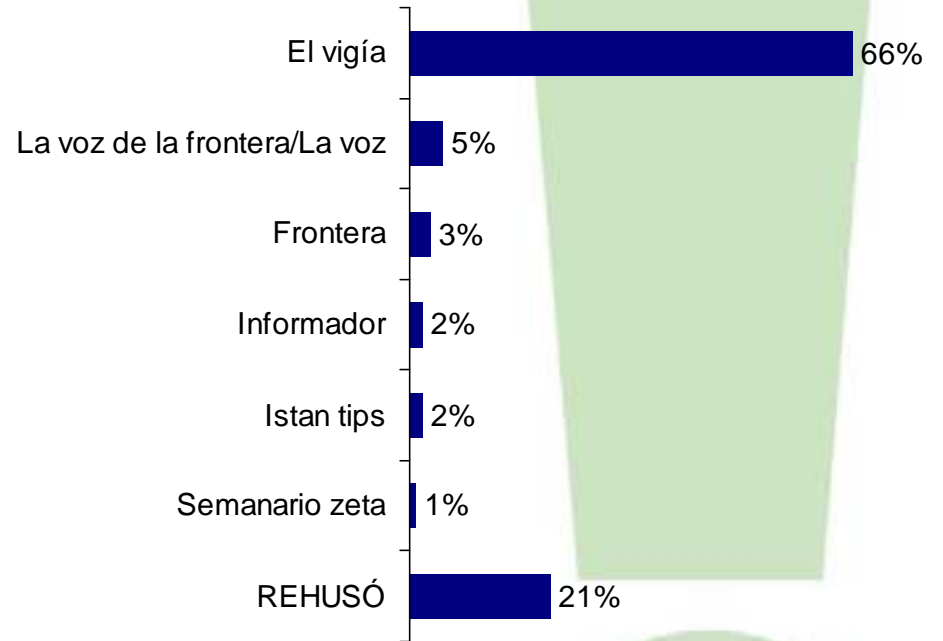
### - Aviso -

P43.- ¿Alguna vez ha puesto un aviso en el ANUNCIO CLASIFICADO de un periódico que NO sea El Mexicano?

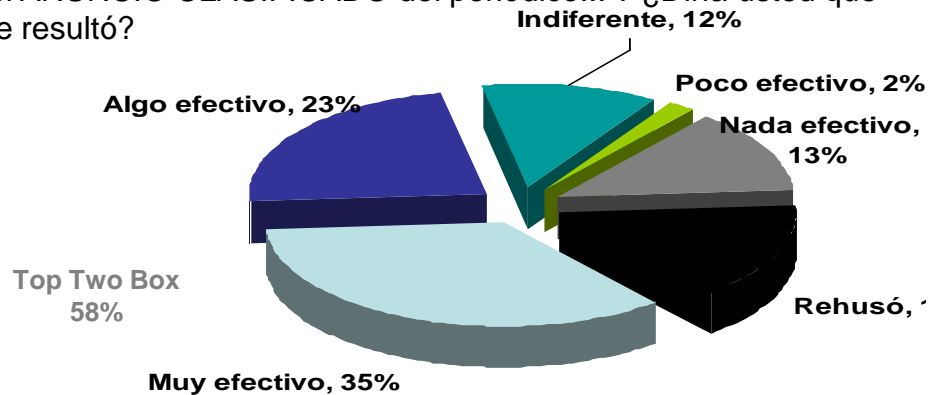


Base: Total Entrevistas (250)

P44.- ¿Podría indicarme cuál era ese periódico?



P45.- ¿Qué tan efectivo le resultó el último AVISO que puso en el ANUNCIO CLASIFICADO del periódico... ? ¿Diría usted que le resultó?



Base: Total han puesto un aviso en el ANUNCIO CLASIFICADO de un periódico que NO sea El Mexicano (25)

Base: Total conocen...	El mexicano 250	El Vigía 250
Esta bien así/ me gusta así/me agrada así	5%	10%
No lo he leído/no tengo idea/es foráneo no lo conozco	4%	4%
Mas clasificados/mas anuncios clasificados	0%	6%
Mas información local/mas noticias locales	5%	0%
Poner mas fotografías a color	1%	4%
Más información internacional de Deporte	4%	0%
Mejor selección de columnistas	0%	4%
Que fuera mas veraz/sinceros/honestos	3%	0%
Que no fuera amarillista/que no fuera tan amarillista/que no sea tan amarillista/Menos amarillista	2%	1%
Que tuviera mas fotografías	2%	0%
Mas deportes/mas noticias de deportes/ampliar los deportes	2%	0%
Ponerle mas color/pondría mas colores s/e /mas color	2%	0%
Ampliar lo de la Bolsa de Trabajo	2%	0%
Que su opinión fuera mas objetiva/mas objetivo	2%	0%
Que tuviera mas entretenimiento para los niños/una sección para niños	2%	0%
Poner más de fútbol	2%	0%
Poner mas atención a la juventud/poner un espacio para los jóvenes	2%	0%
Más opiniones públicas	2%	0%
Publicar la inseguridad de Ensenada	2%	0%
OTROS	10%	8%
NADA/NINGUNO	45%	53%
NO SABE/NO CONTESTO	6%	6%

P53.- Si usted pudiera hacerle cambios a... ¿Qué cambios le haría para mejorarlo?



## Promociones

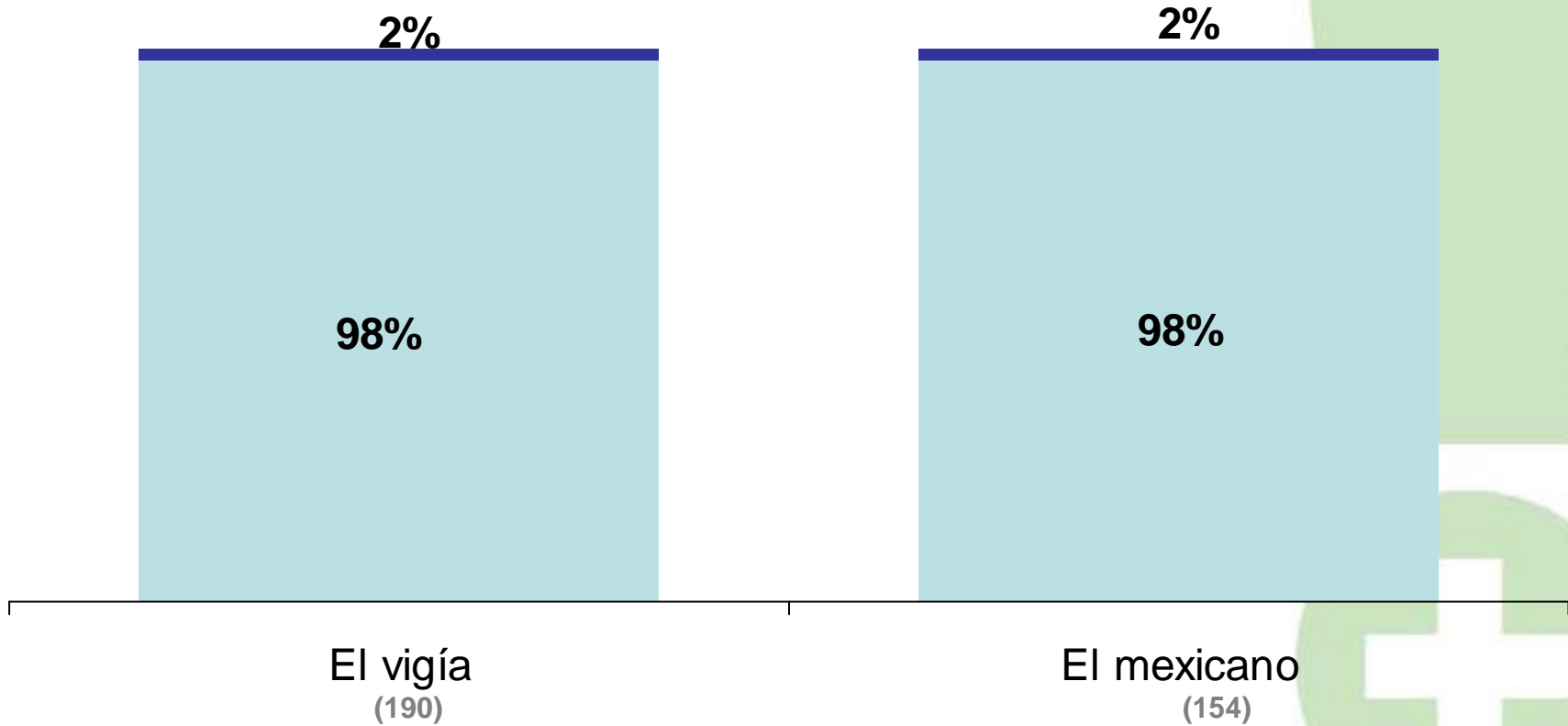


advertising + media research

# Recordación de Promociones

## - Compra de periódico -

■ Lo compro por su contenido editorial ■ Lo compro por las promociones

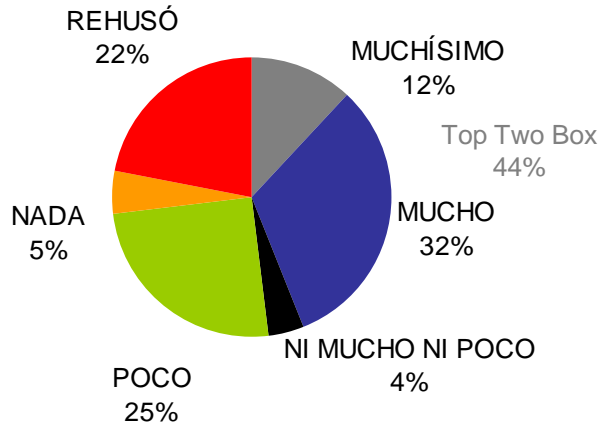


Base: Total leen frecuentemente...

P49.- En términos generales, ¿usted diría que compra un periódico por su contenido editorial o más bien por sus promociones?

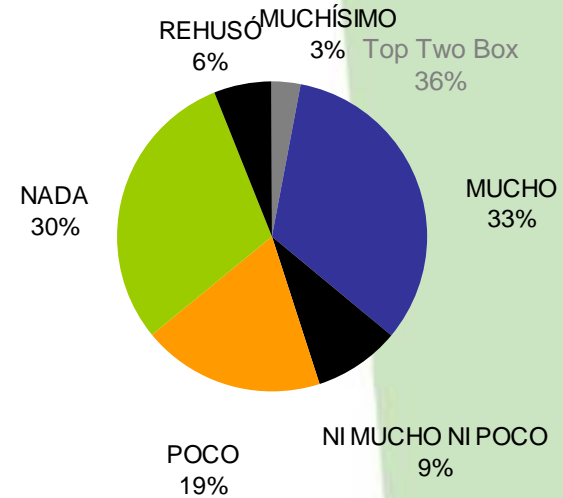
# Recordación de Promociones - El Mexicano -

## -Gusto por las promociones-

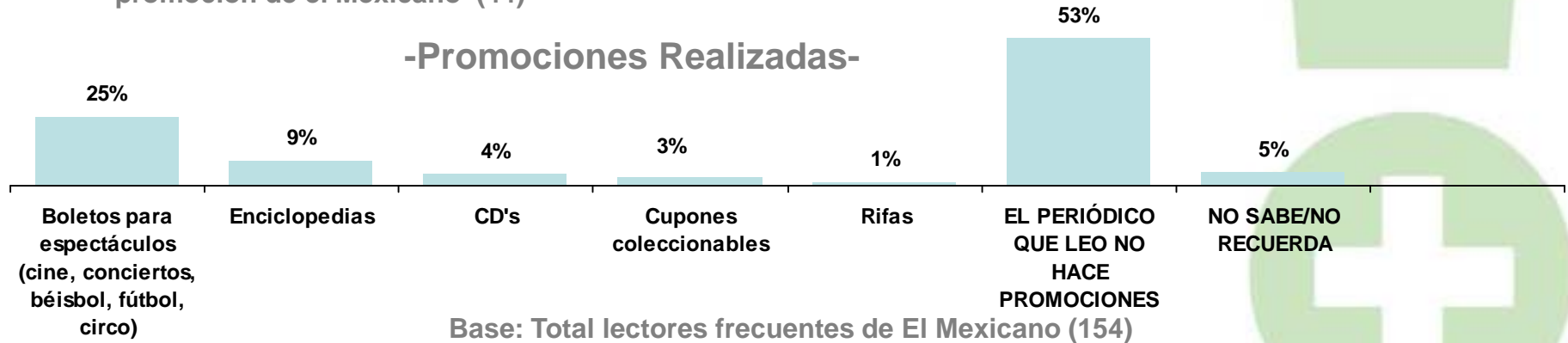


Base: Total Recordaron alguna promoción de el Mexicano (44)

## -Influencia de promociones--



## -Promociones Realizadas-



Base: Total lectores frecuentes de El Mexicano (154)

P46.- ¿Qué promociones recuerda usted que haya realizado el periódico ...?

P47.- En general, ¿Qué tanto le gustan las promociones que ha realizado el periódico ...? ¿Diría que le gustan...?

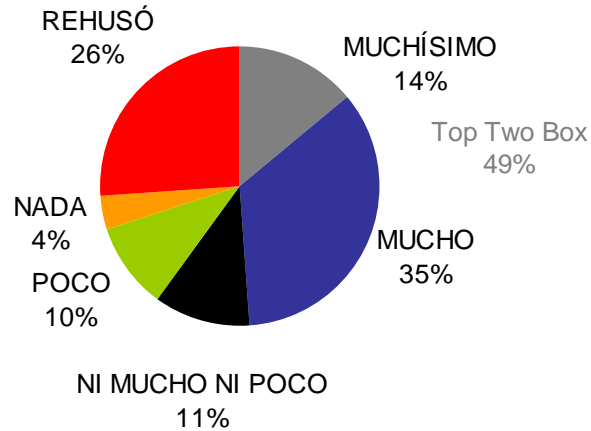
P48.- ¿Qué tanto influye una promoción que haga un periódico, para que usted lo compre? ¿Diría que influye...?



# Recordación de Promociones

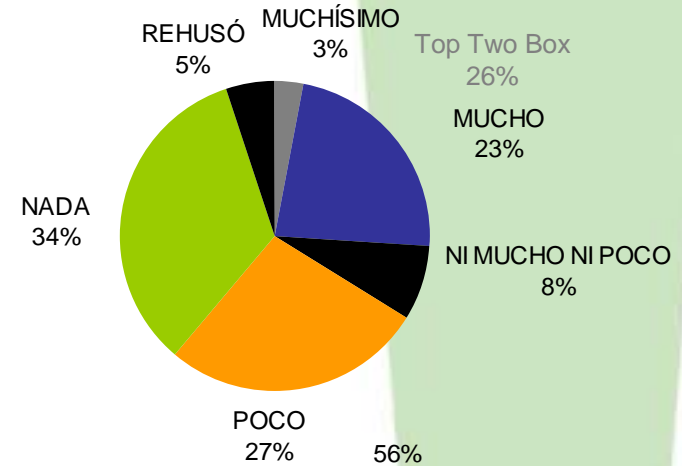
- El Vigía -

-Gusto por las promociones-

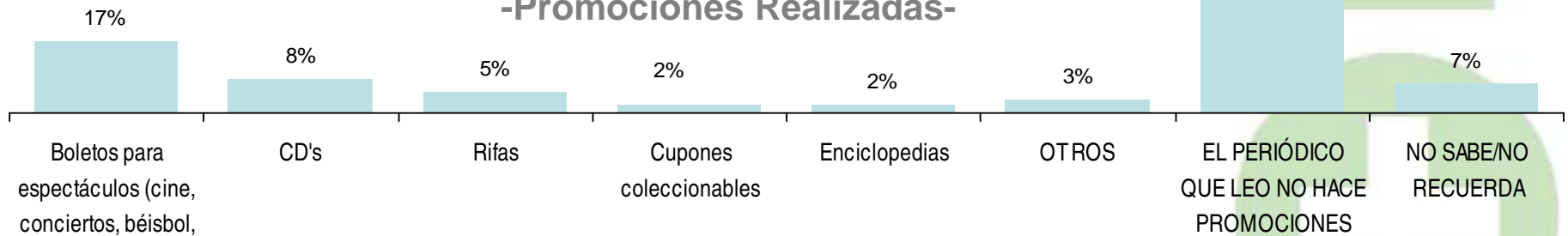


Base: Total Recordaron alguna promoción de El Vigía (65)

-Influencia de promociones-



-Promociones Realizadas-



Base: Total lectores frecuentes de El Vigía (190)

P46.- ¿Qué promociones recuerda usted que haya realizado el periódico ...?

P47.- En general, ¿Qué tanto le gustan las promociones que ha realizado el periódico ...? ¿Diría que le gustan...?

P48.- ¿Qué tanto influye una promoción que haga un periódico, para que usted lo compre? ¿Diría que influye...?

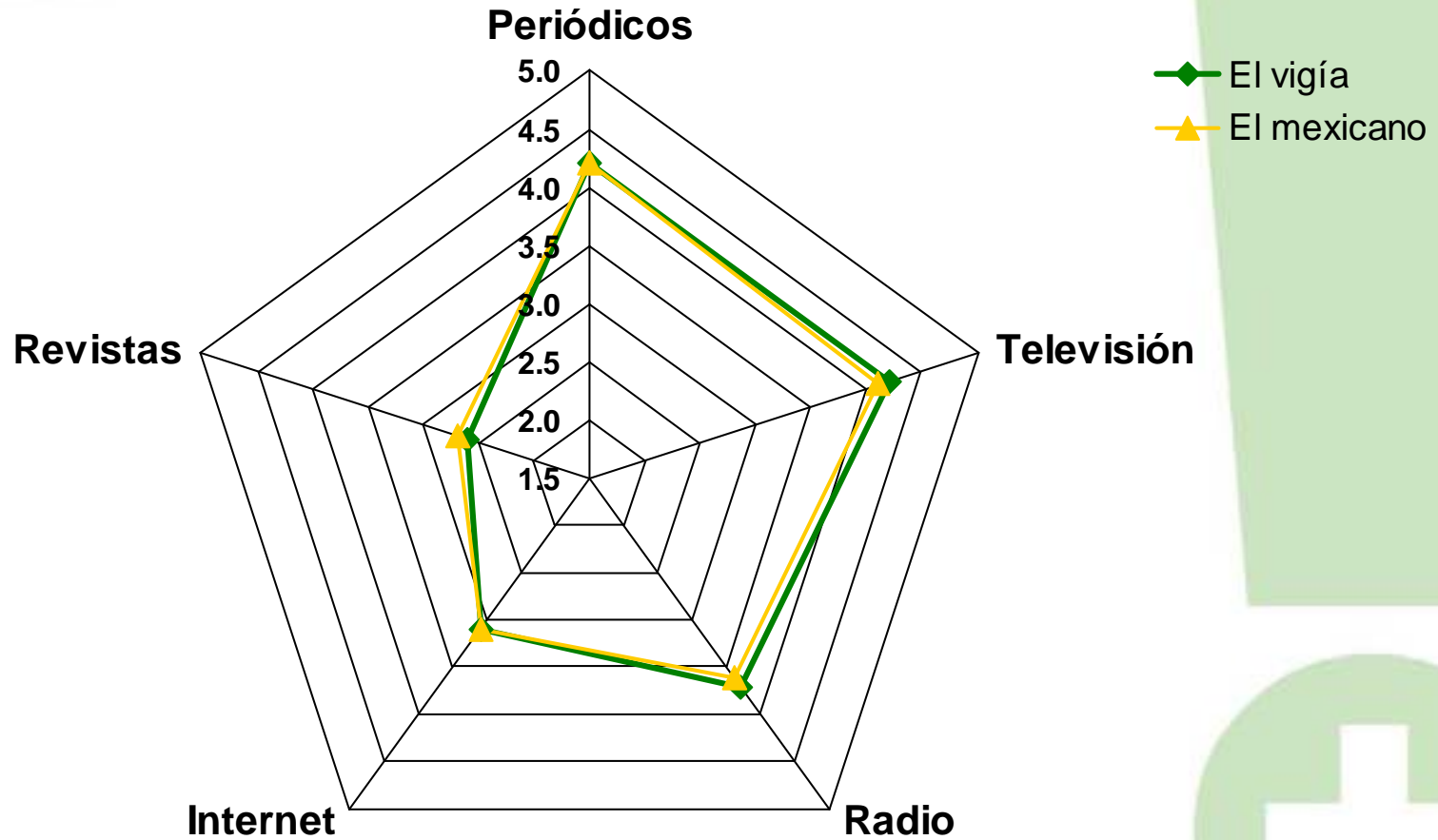


Medios



advertising + media research

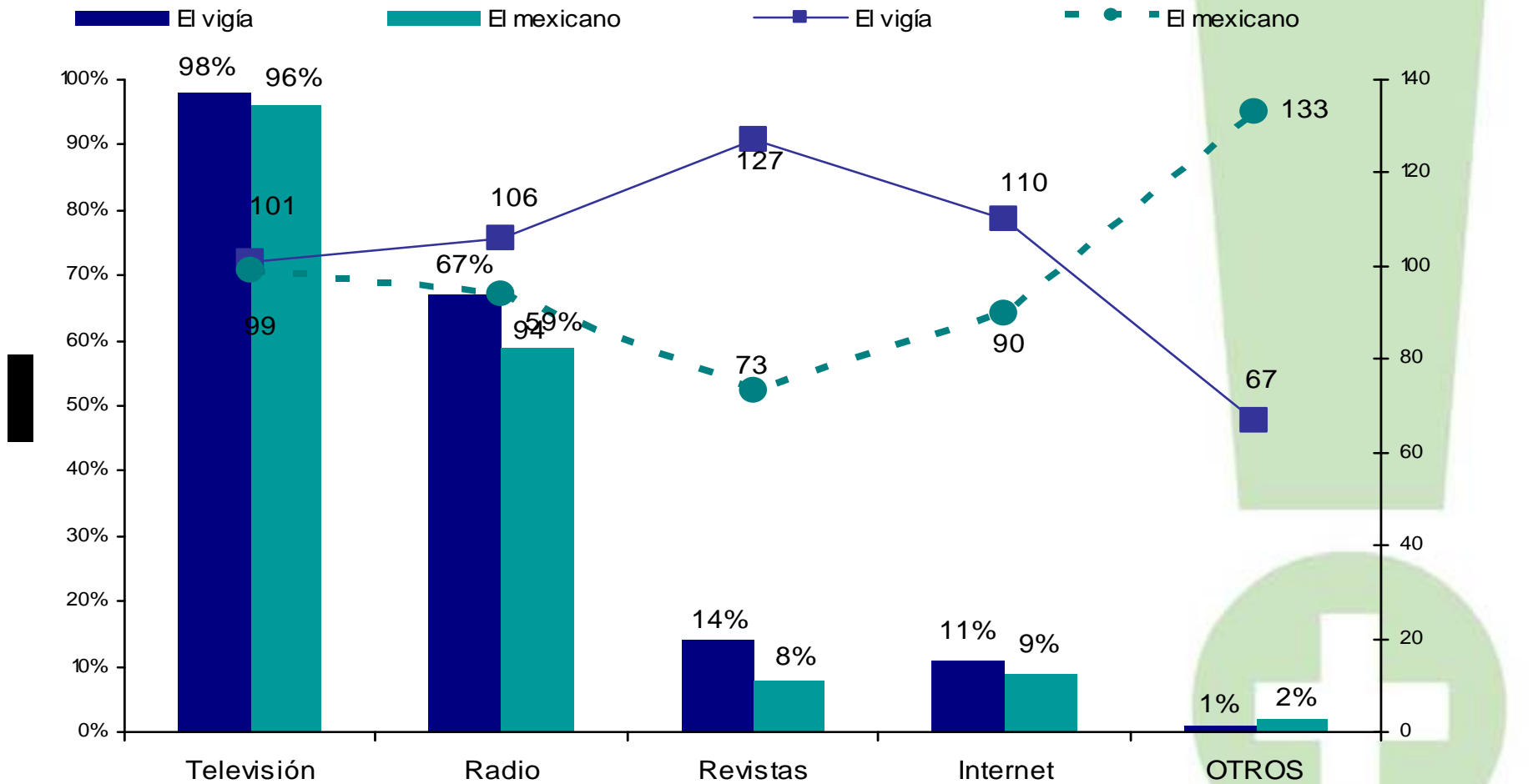
## Confiabilidad de medios - promedios -



Base: Total leen frecuentemente...

P34.- En una escala del 1 al 5 donde 1 significa que ese medio es nada confiable y 5 significa totalmente confiable, por favor evalúe a cada medio de acuerdo a su opinión. ¿Qué tan confiable es para usted...

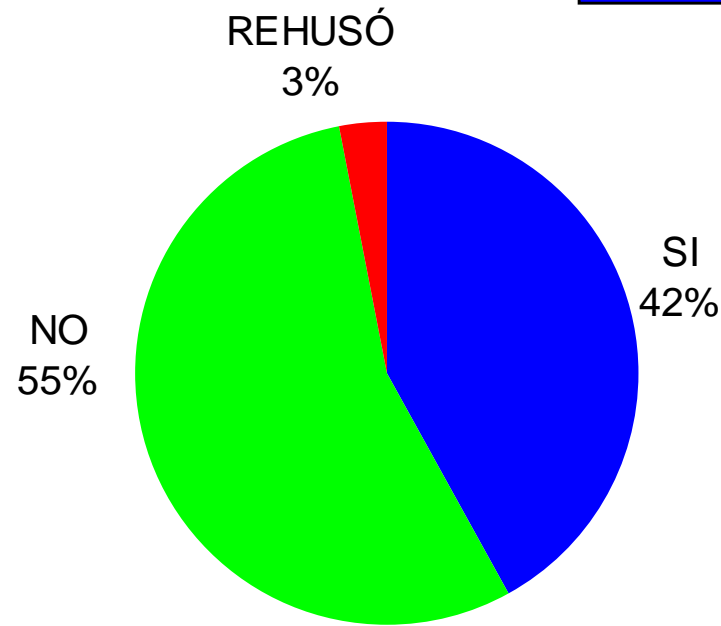
## Uso de otros medios



P33.- Además del periódico que lee ¿Qué otros medios de comunicación utiliza usted para informarse? ¿Alguno otro? ¿Alguno más?

# Medio de información - El Mexicano -

1.6 Es el promedio de días que consulta el Periódico El Mexicano por Internet



Base: Total mencionaron Internet para estar informado (44)

P34b.- Usted mencionó que el Internet lo utiliza como medio de información. ¿Ha consultado en alguna ocasión la página del periódico El Mexicano?

P34c.- En una semana normal, ¿Cuántos días ha consultado la página del periódico El Mexicano?

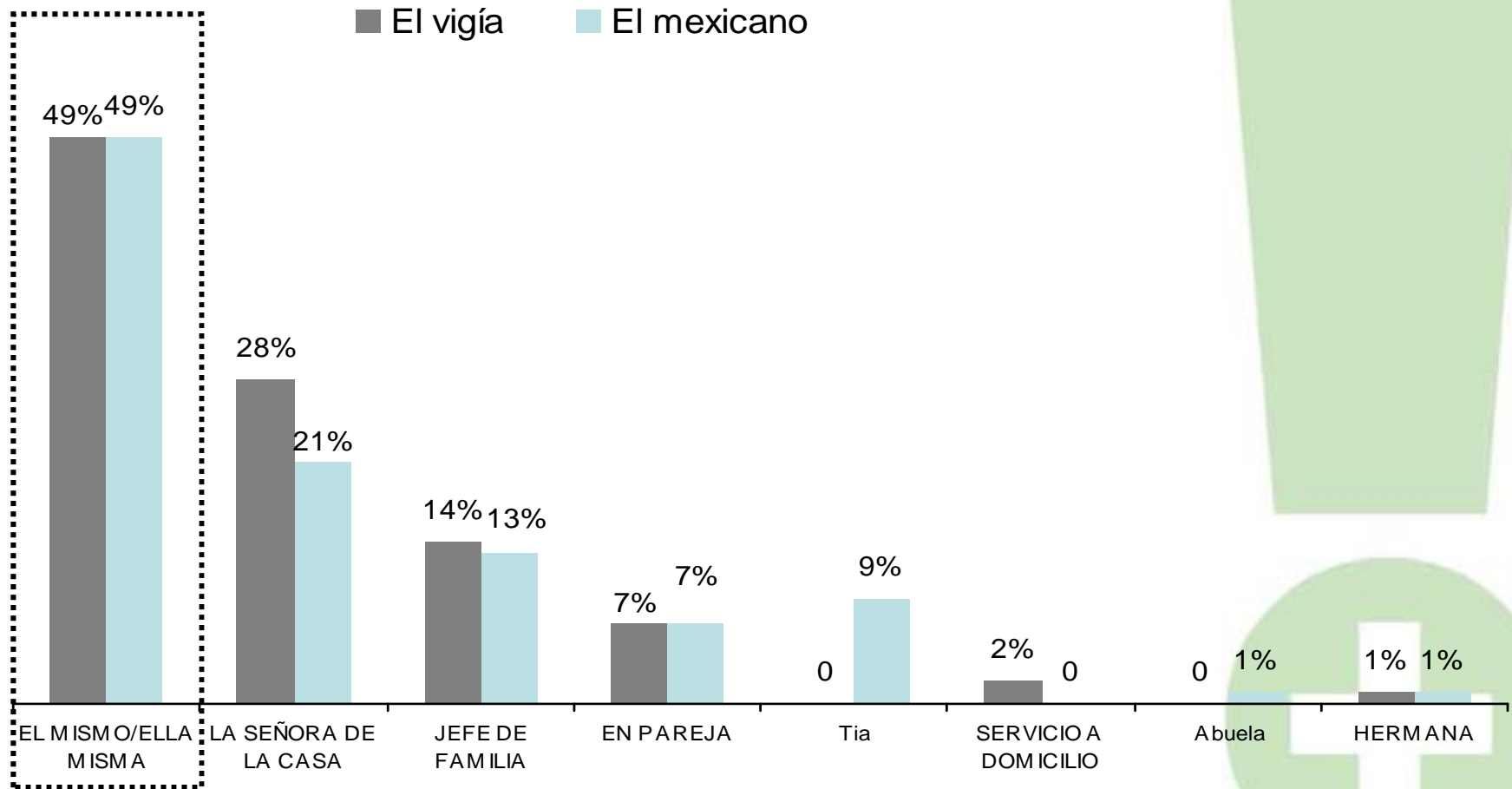


## Hábitos y Consumos



advertising + media research

Persona encargada de comprar despensa en hogar  
- Familiar -



Base: Total lectores frecuentes de...

P54.- ¿Quién es la (s) persona (s) encargada (s) de comprar la despensa en su hogar?

**-Frecuencia de compra-**

Base: Total lectores frecuentes de...	El Vigía 190	El mexicano 154
DIARIO	2%	2%
CADA TERCER DÍA	4%	3%
CADA SEMANA/UNA VEZ A LA SEMANA	62%	66%
CADA 15 DÍAS/CADA QUINCENA	25%	21%
CADA 21 DÍAS/CADA 3 SEMANAS	2%	1%
CADA MES	1%	2%
NO TIENE FRECUENCIA FIJA	4%	5%

**-Días de compra-**

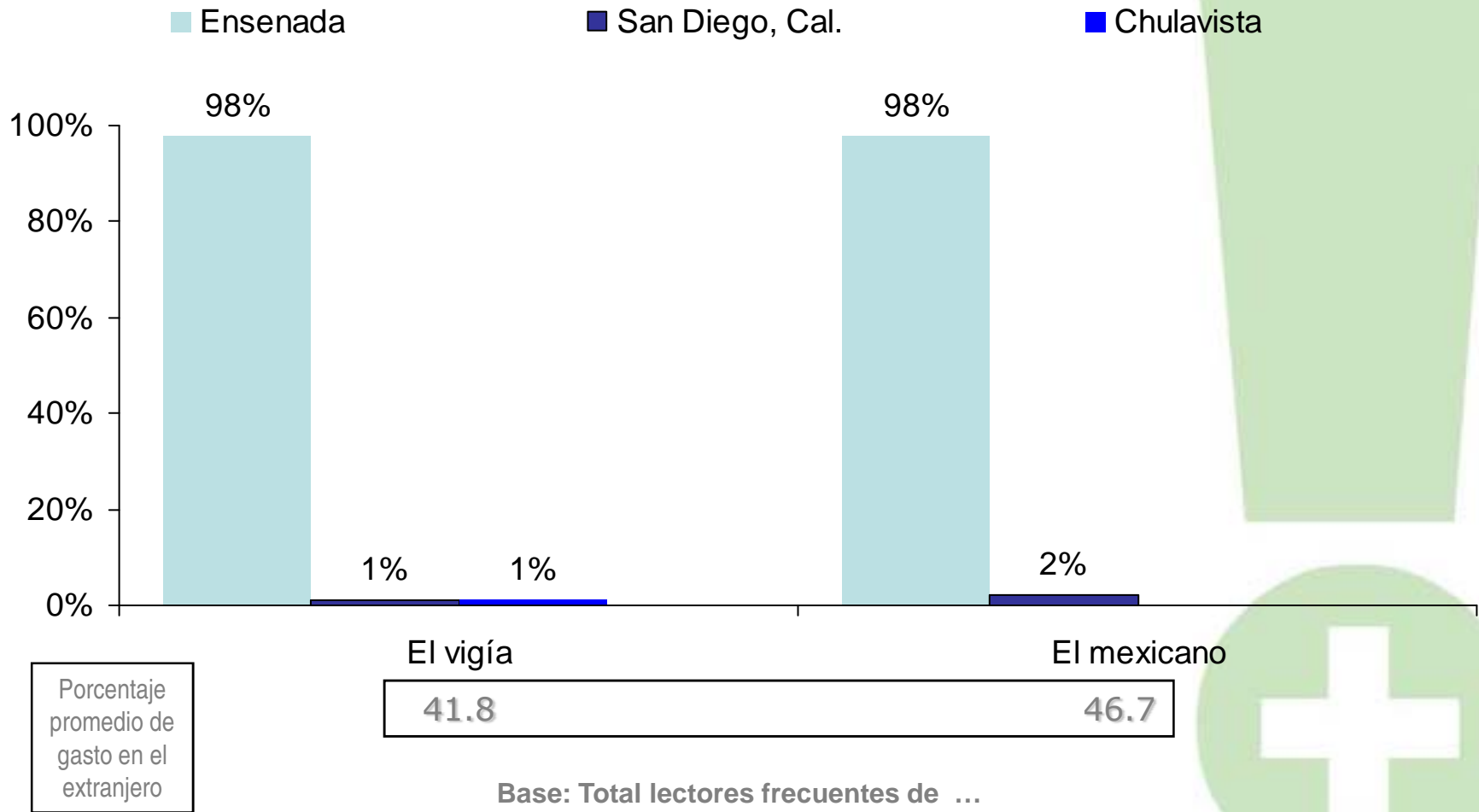
	Base #	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO	SIN DÍA EN ESPECIFICO
El vigía	190	10%	1%	3%	1%	26%	27%	12%	23%
El mexicano	154	15%	1%	11%	0%	23%	20%	13%	20%

P55.- Por lo general, ¿Cada cuándo se compra la despensa en su hogar?

Base: Total lectores frecuentes de ...

P56.- ¿Qué día de la semana acuden a realizar las compras de la despensa en su hogar?

Despensa  
-Frecuencia de compra-



P57.- ¿En qué lugar (CIUDAD) acostumbra surtir la despensa de su hogar? ¿Algún otro aunque sea en el extranjero?

P58.- ¿Qué porcentaje de su gasto total en despensa diría usted que hace en el extranjero?

Base: Total lectores frecuentes de...	El Vigía 190	El mexicano 154
Gigante	47%	46%
Calimax	34%	36%
Ley	9%	11%
Comercial Mexicana	7%	6%
Costco	3%	2%
Mercados Unidos	1%	1%
Walmart I	1%	0%
OTROS	2%	2%

P59.- Podría decirme el nombre del supermercado/autoservicio o el establecimiento al que acude regularmente, sin importar de qué lado de la frontera está?

## Despensa - Tiendas Departamentales-

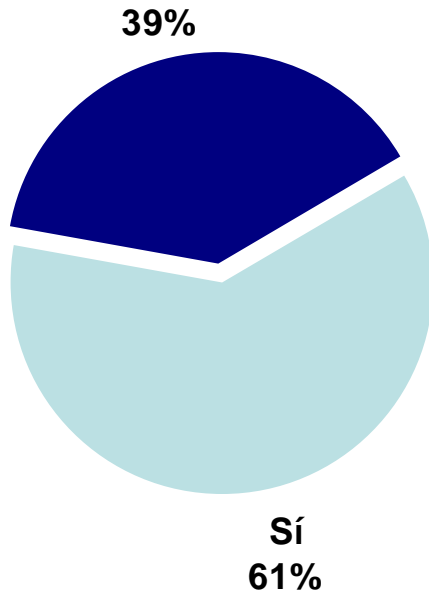
Base: Total Asisten a tiendas departamentales regularmente...	El Vigía 127	El mexicano 96
Dorians	75%	62%
Coppel	22%	30%
El Águila	15%	25%
Dax	13%	14%
JC Penny I	3%	4%
Costco	3%	3%
Macys I	1%	1%
Sears I	2%	2%
Target	1%	1%
Sara/Saras/Zara	1%	1%
Burnington I	1%	0%
Milano	1%	-
Marshall I	1%	1%
Famsa	1%	-
Centro	1%	0%
Mervyns	0%	1%
Plaza la misión	0%	1%
La Rose I	1%	1%
Swapmeet 2	1%	0%
Plaza Marina	1%	-
Plaza Rio	1%	1%
La Marquesita	1%	-
Astral Freaks	1%	1%
OTROS	5%	10%



P62- ¿A que tiendas departamentales asiste usted regularmente, sin importar en que lado de la frontera estén?

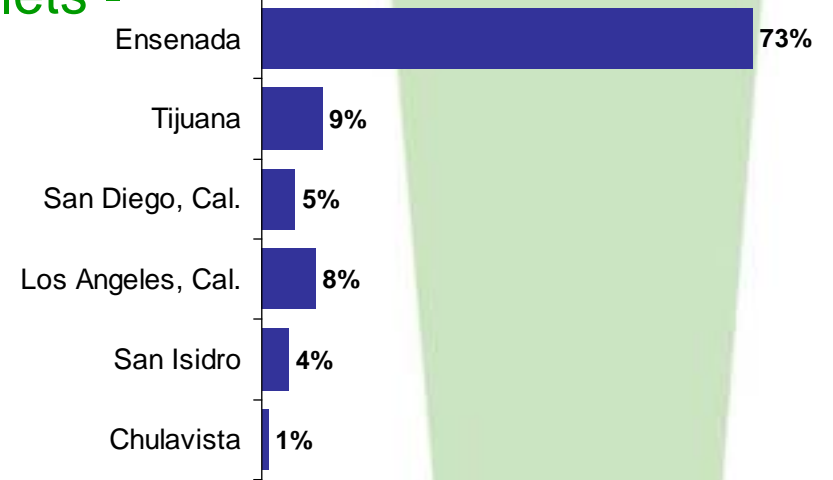
# El Mexicano

## - Centros comerciales o Outlets -



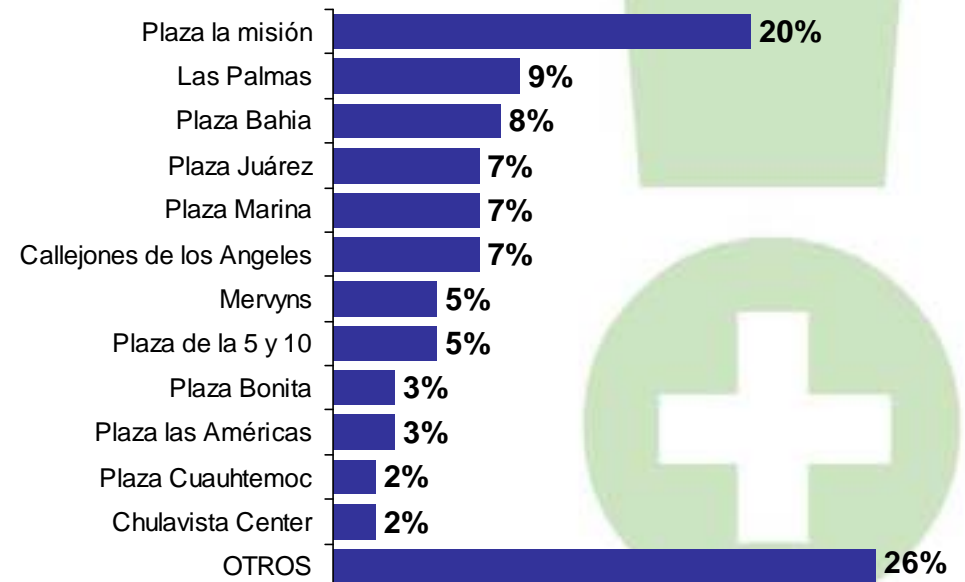
Base: Total lectores El Mexicano (154)

- Ciudad que visita -



Base: Total Asisten a Centros Comerciales o Outlets regularmente (93)

-Lugar de compra-



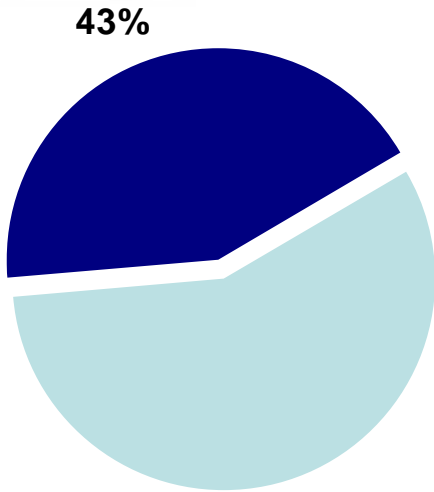
P63.- ¿Asiste a Centros Comerciales o Outlets regularmente?

P64.- ¿En qué lugar (CIUDAD) acostumbra visitar Centros Comerciales o Outlets? ¿Algún otro aunque sea en el extranjero?

P65.- ¿A qué Centros Comerciales o Outlets asiste usted regularmente, sin importar en qué lado de la frontera estén?

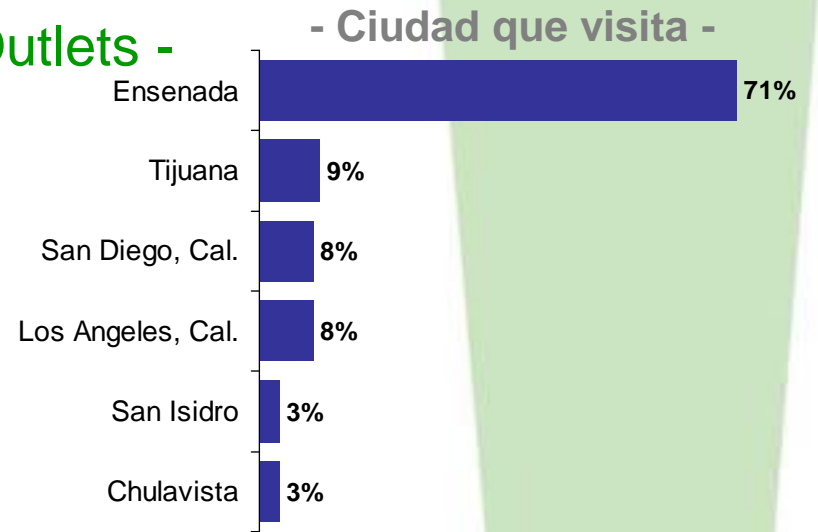
# El Vigía

## - Centros comerciales o Outlets -



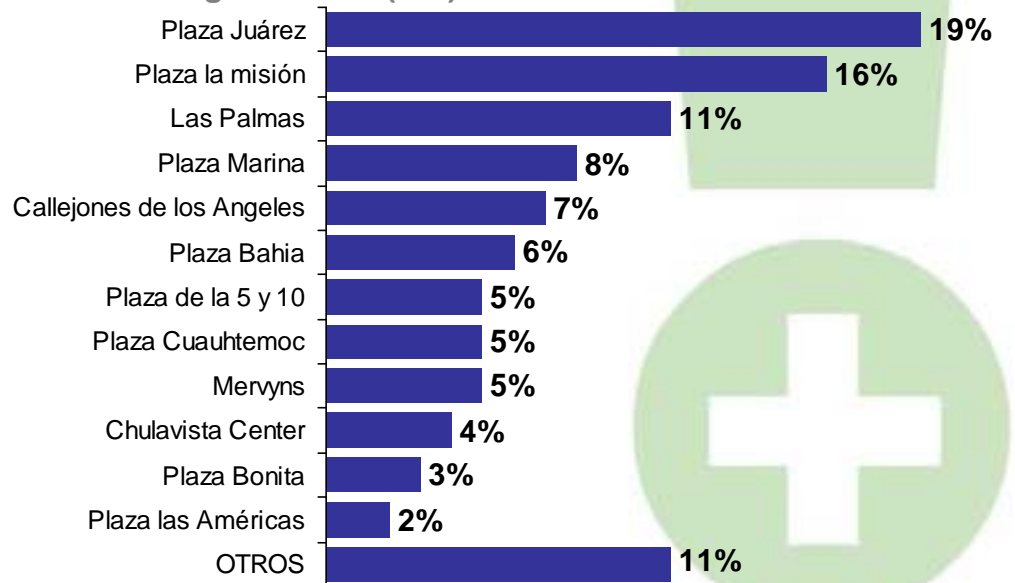
**Sí**  
57%

Base: Total lectores El Vigía (190)



Base: Total Asisten a Centros Comerciales o Outlets regularmente (117)

-Lugar de compra-

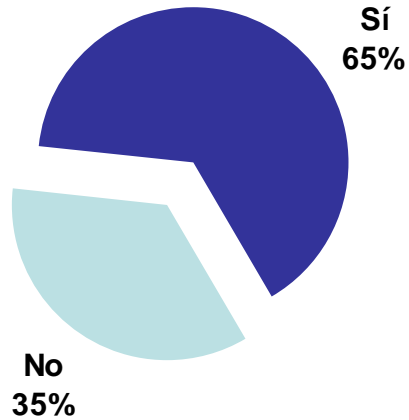


P63.- ¿Asiste a Centros Comerciales o Outlets regularmente?

P64.- ¿En qué lugar (CIUDAD) acostumbra visitar Centros Comerciales o Outlets? ¿Algún otro aunque sea en el extranjero?

P65.- ¿A qué Centros Comerciales o Outlets asiste usted regularmente, sin importar en qué lado de la frontera estén?

**-Posesión de automóvil-**



Base: Total lectores de El Mexicano (154)

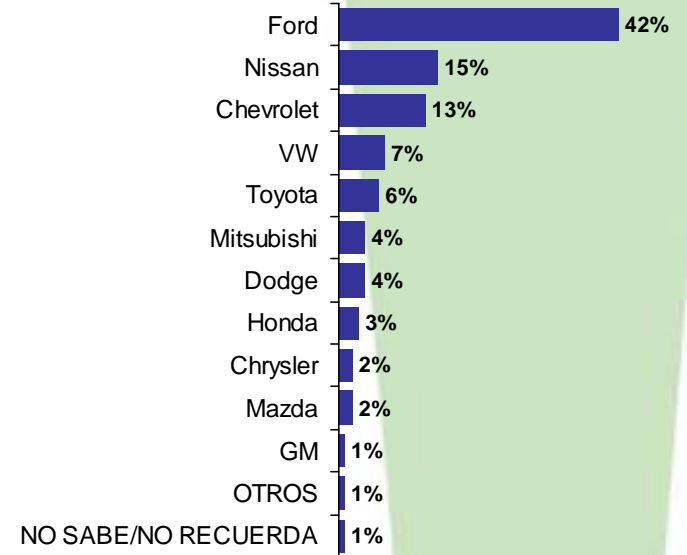
Base: Total lectores de El Mexicano que tienen auto (130)

P67 ¿Tiene automóvil?

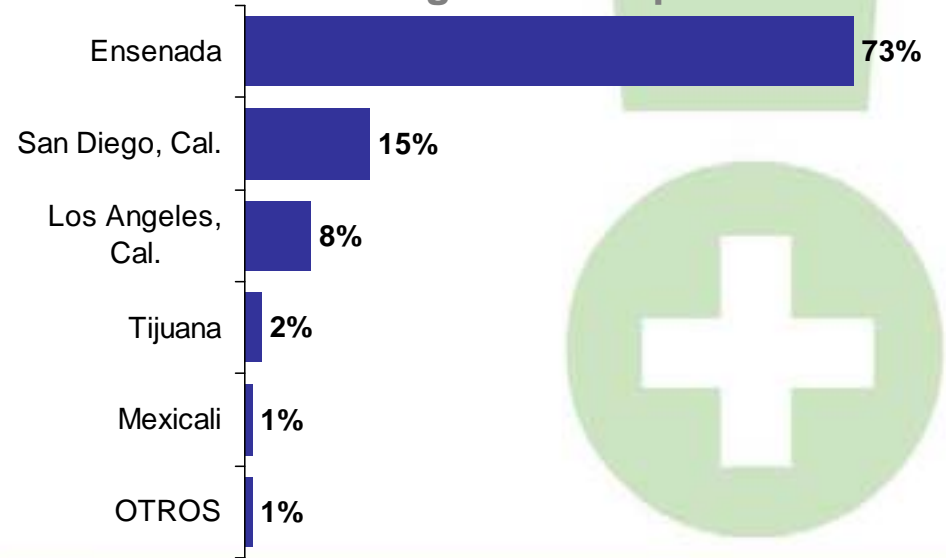
P67 ¿Cuál es la marca?

P67a ¿En dónde compró su auto; es decir, en qué ciudad?

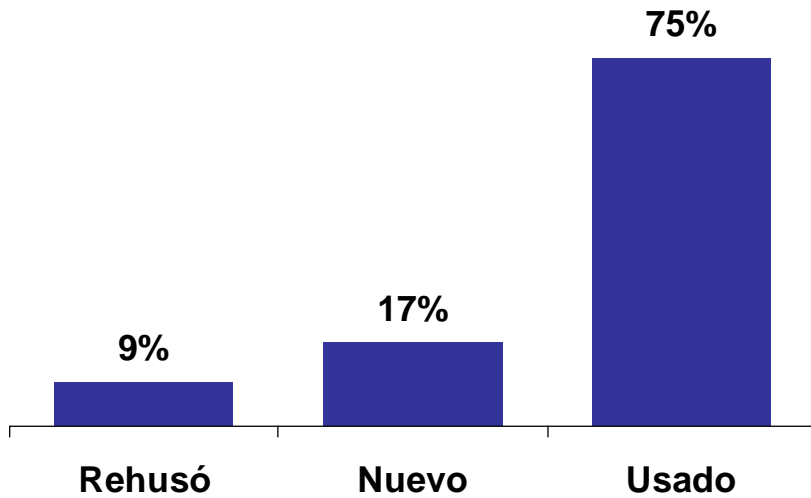
**-Marca de automóvil-**



**-Lugar de compra-**

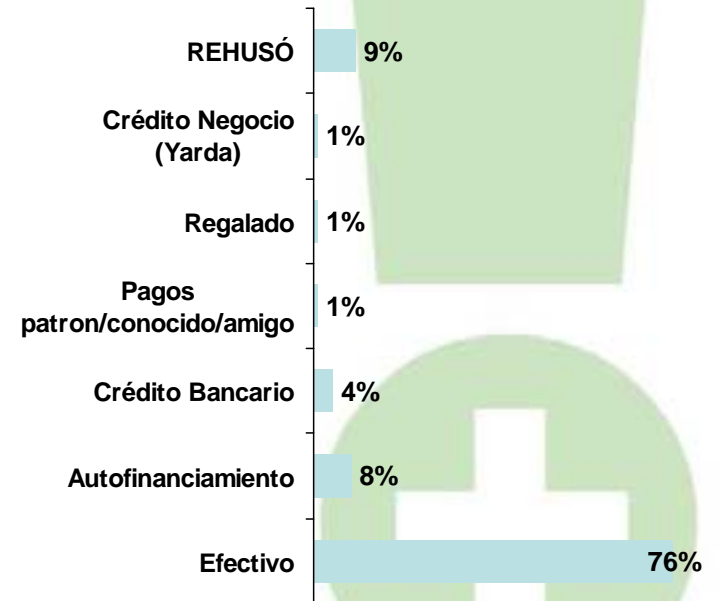


-Obtención de automóvil-



Base: Total lectores de El Mexicano que tienen auto (130)

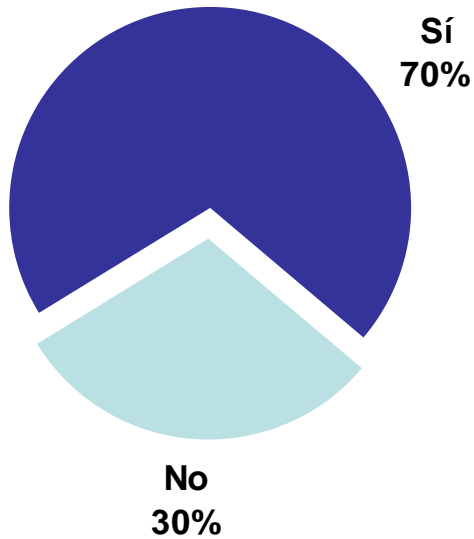
Forma de pago-



P67b.- ¿Cómo obtuvo su auto?

P67c.- ¿Cómo fue el pago de su auto?

**-Posesión de automóvil-**



Base: Total lectores de El Vigía (190)

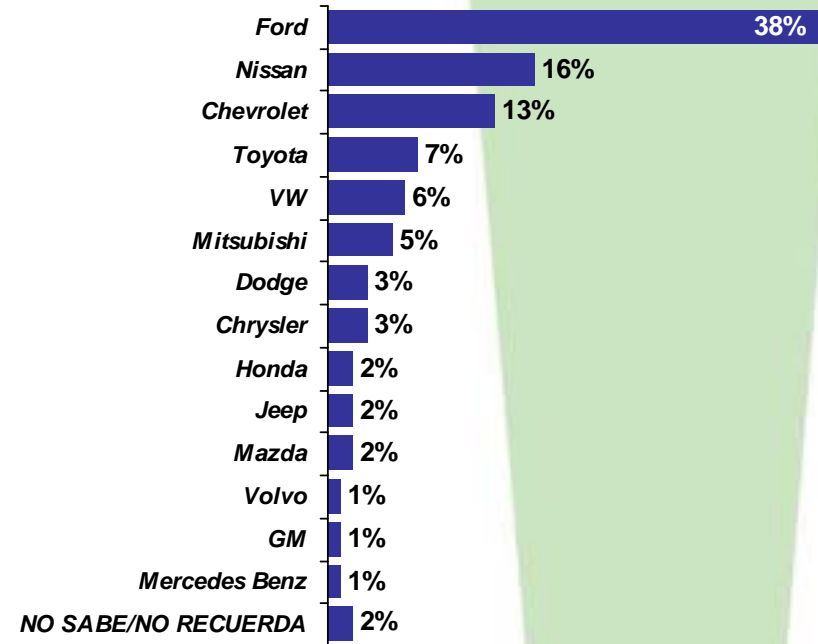
Base: Total lectores de El Vigía que tienen auto (164)

P67 ¿Tiene automóvil?

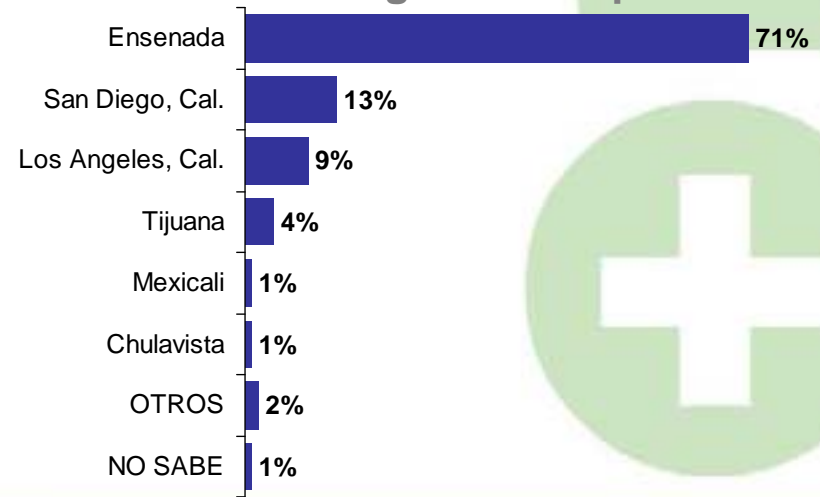
P67 ¿Cuál es la marca?

P67a ¿En dónde compró su auto; es decir, en qué ciudad?

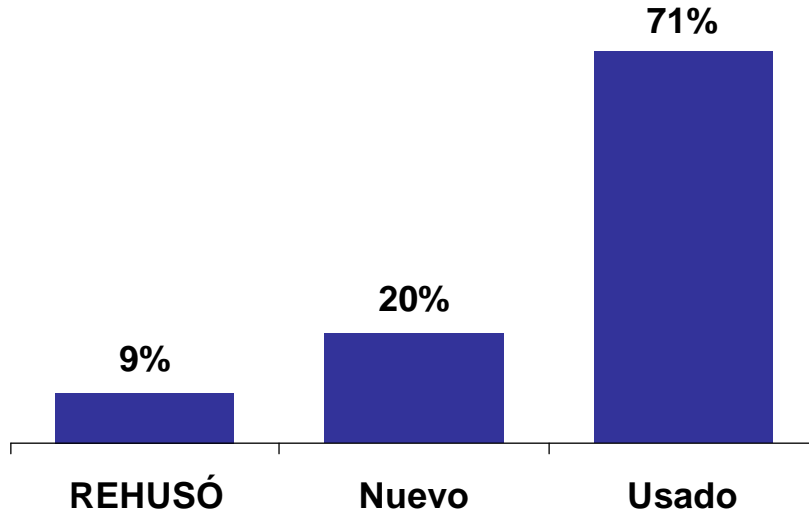
**-Marca de automóvil-**



**-Lugar de compra-**

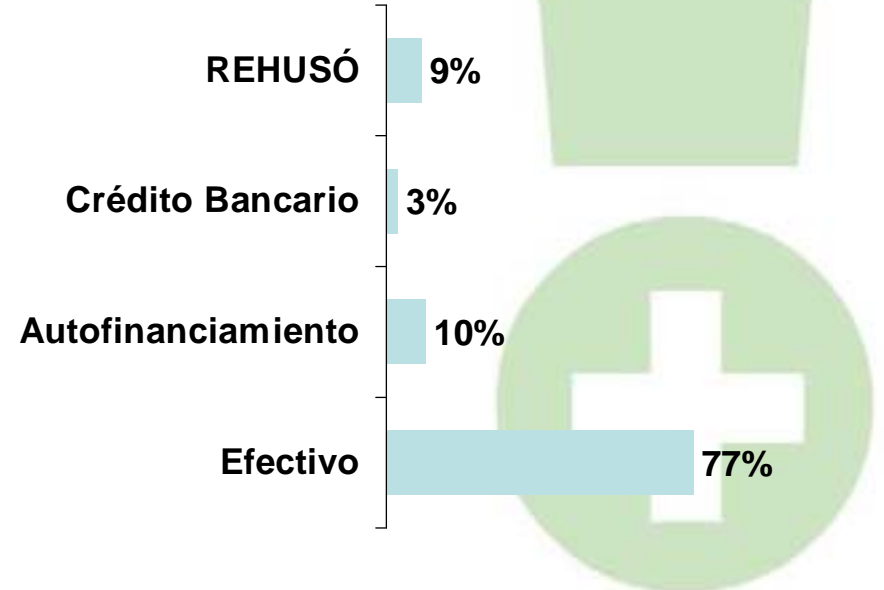


-Obtención de automóvil-



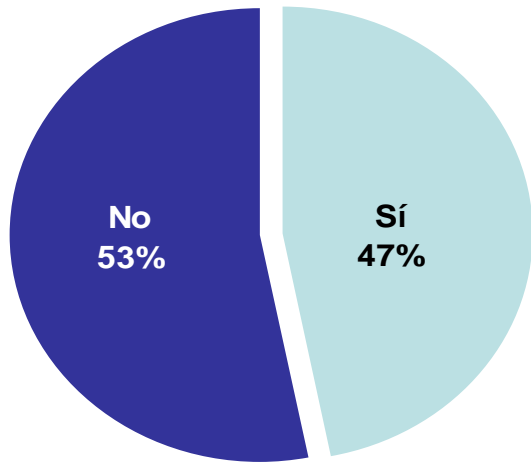
Base: Total lectores de El Vigía que tienen auto (164)

Forma de pago-



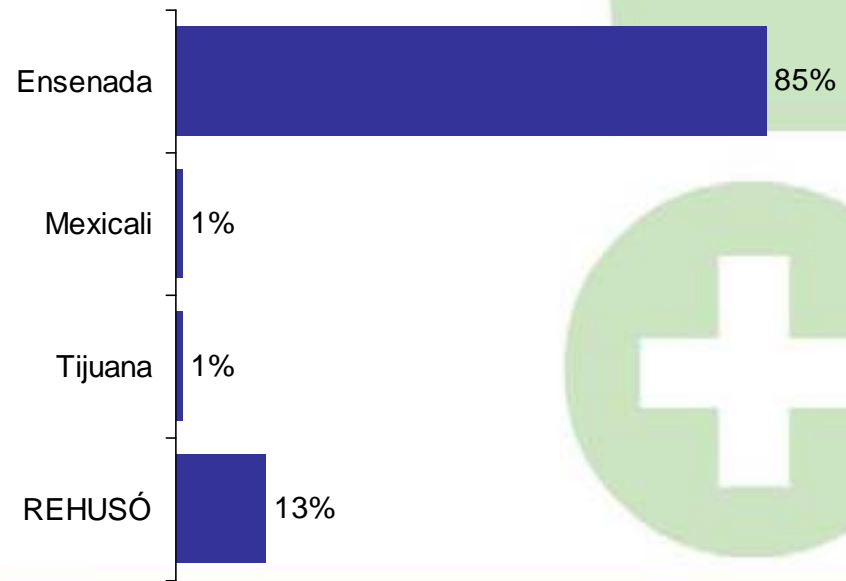
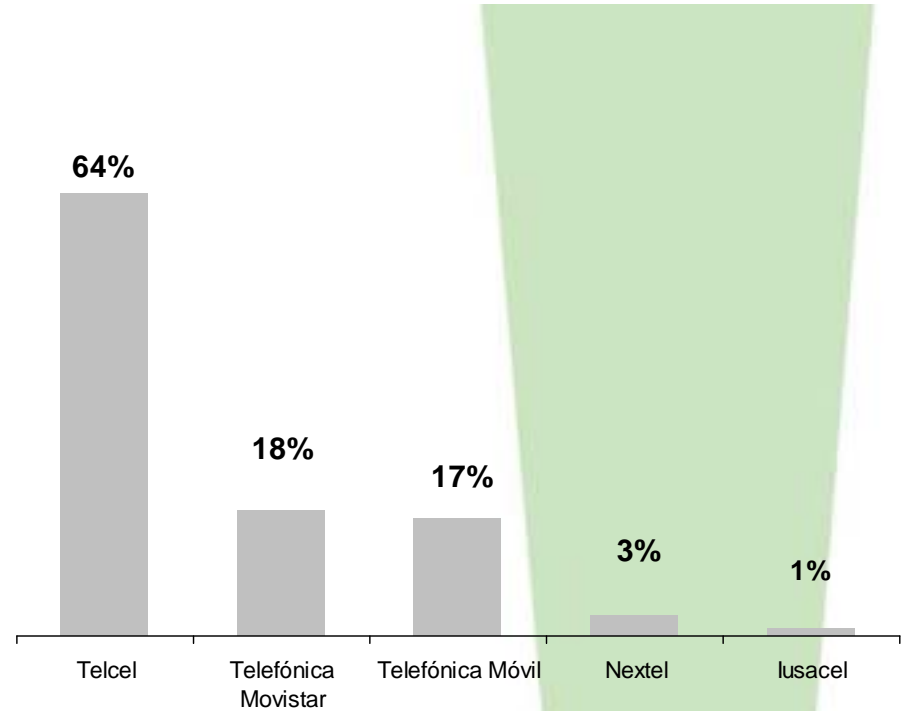
P67b.- ¿Cómo obtuvo su auto?

P67c.- ¿Cómo fue el pago de su auto?

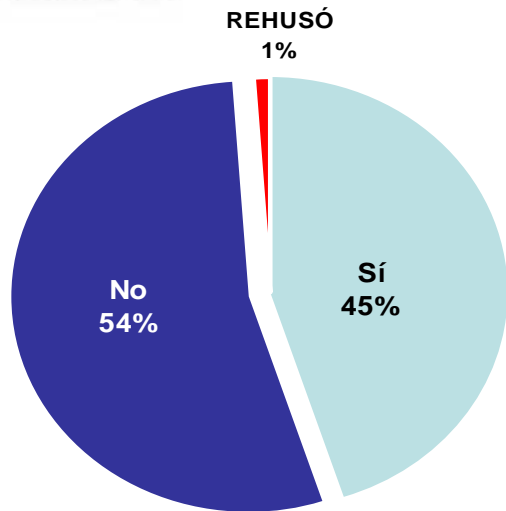


Base: Total de Lectores Periódico El Mexicano (154)

Base: Total de Lectores Periódico El Mexicano que poseen teléfono celular (99)

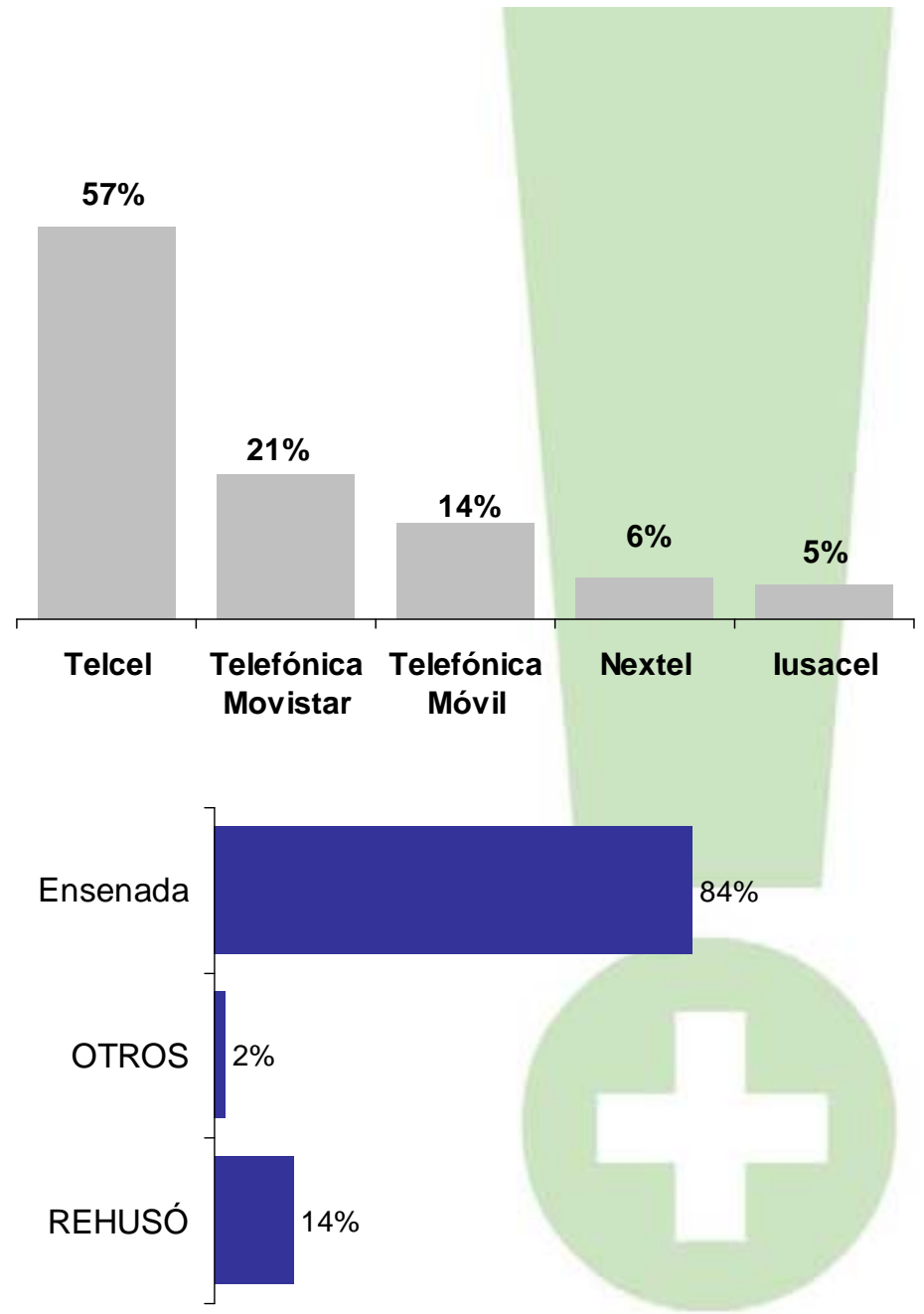


P68 ¿Tiene teléfono celular?  
 P68a ¿Con quién tiene contratado el servicio?  
 P68b ¿En qué ciudad tiene contratado el servicio?



Base: Total de Lectores Periódico El Vigía (190)

Base: Total de Lectores Periódico El Vigía que poseen teléfono celular (128)



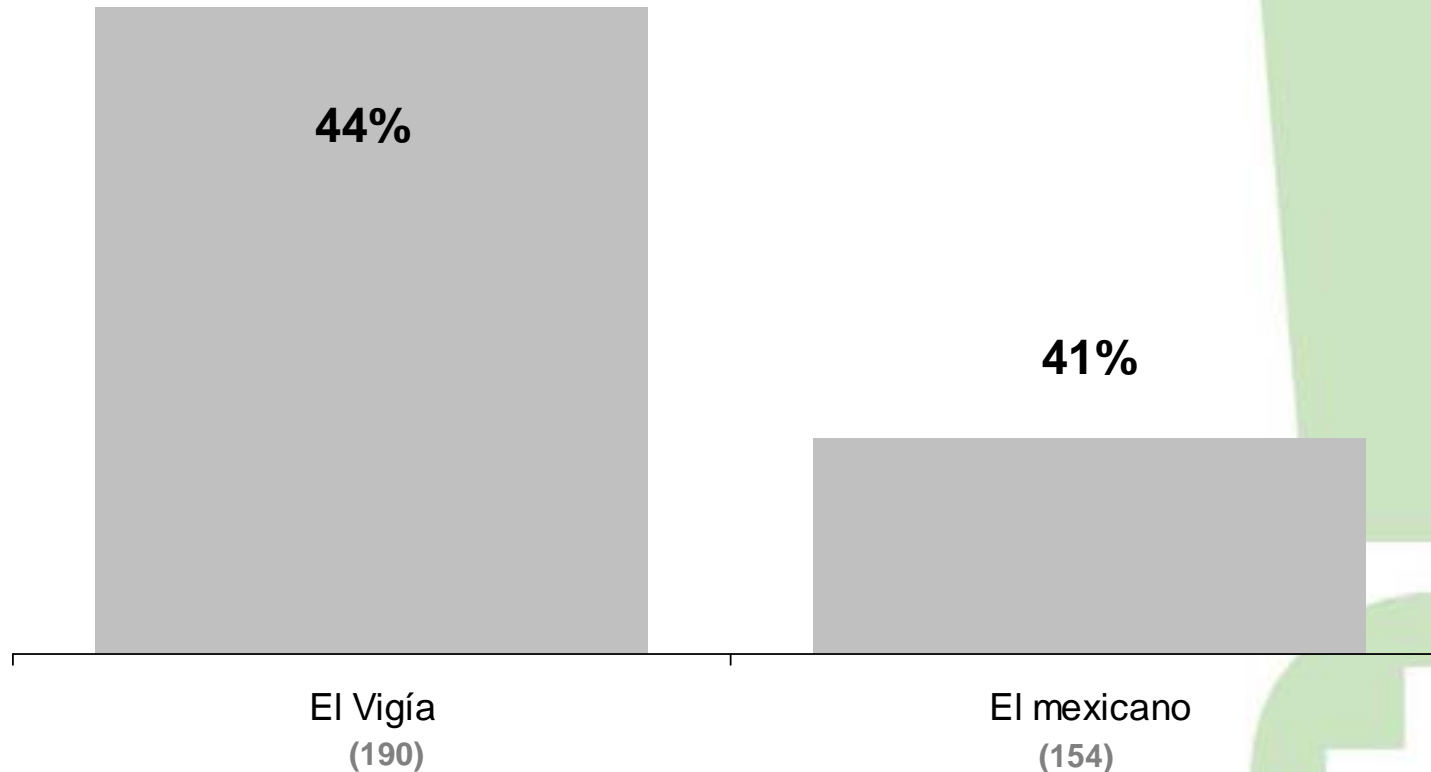
P68 ¿Tiene teléfono celular?  
 P68a ¿Con quién tiene contratado el servicio?  
 P68b ¿En qué ciudad tiene contratado el servicio?

## Hábitos de viaje por lectores de periódicos

Promedio de viajes en el último año:

2.56

2.39

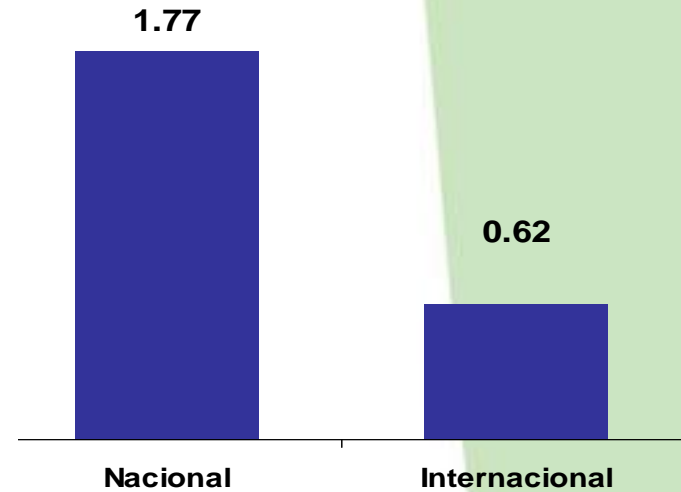
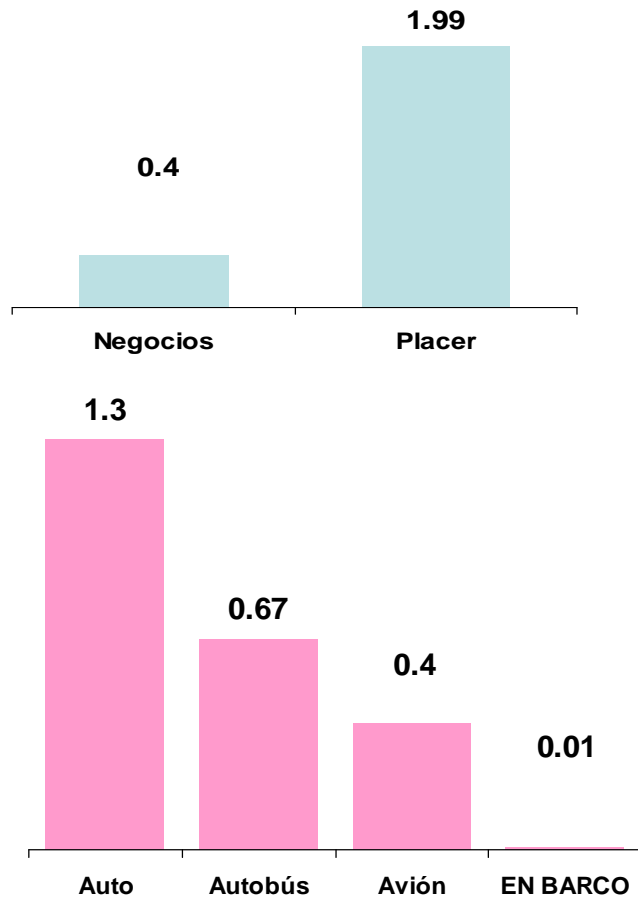


■ % de los lectores que han viajado en el último año

Base: Total leen frecuentemente ...

P69.- Ahora quisiera que pensara en el último año y quisiera que me dijera, cuántos viajes ha realizado, ya sea al extranjero o al interior del país, sin importar si fue por placer o negocios o si viajó en avión, auto, autobús etc.?

## Viajes - El Mexicano – - Promedio -

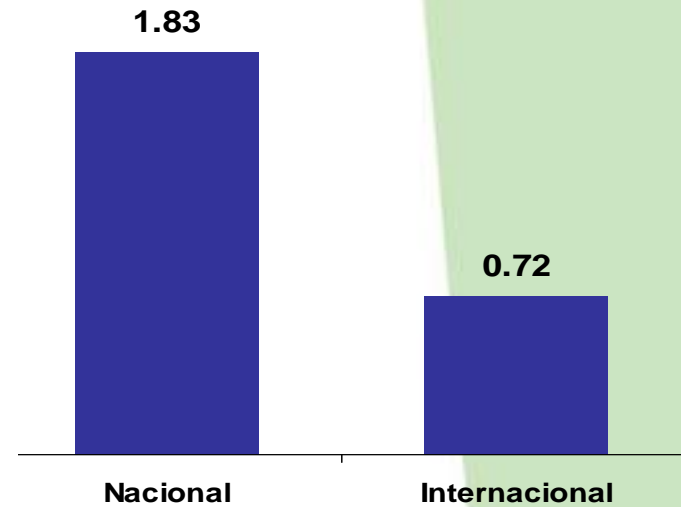
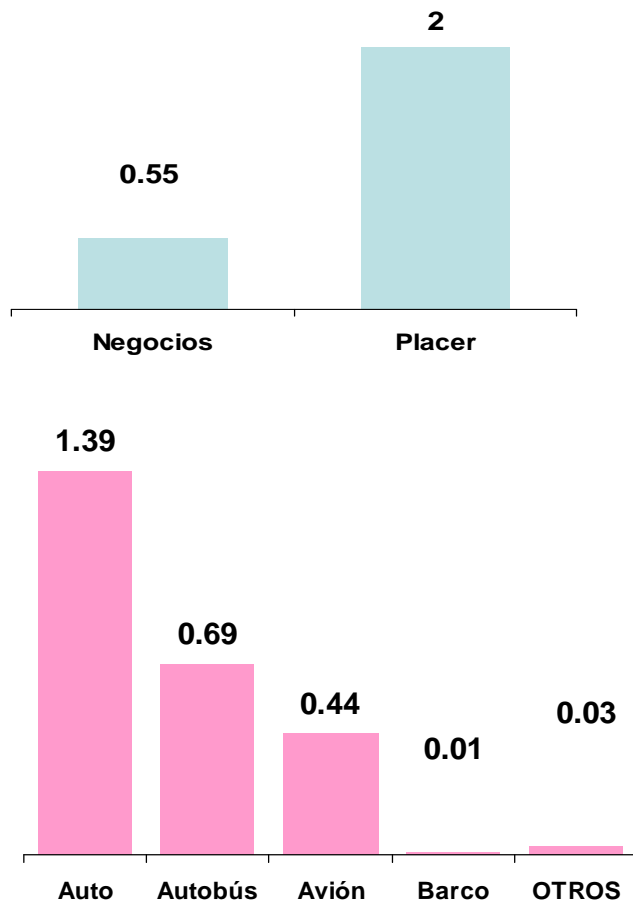


Base: Total de lectores frecuentes de El Mexicano que han viajado en el último año (90)

P69.- Ahora quisiera que pensara en el último año y quisiera que me dijera, cuántos viajes ha realizado, ya sea al extranjero o al interior del país, sin importar si fue por placer o negocios o si viajó en avión, auto, autobús etc.?

P70.- Ahora quisiera que me dijera de esos... viajes que realizó, ¿Cuántos de ellos fueron por placer y cuántos por negocio? ¿Cuántos fueron al interior del país y cuántos al extranjero? ¿Podría decirme qué tipo de transporte utilizo para realizarlos? Es decir: ¿cuántos fueron en avión, cuántos en auto, cuántos en autobús, cuántos en barco y cuántos en algún otro tipo de transporte?

## Viajes - El Vigía – - Promedio -



Base: Total de lectores frecuentes de El Vigía que han viajado en el último año (116)

P69.- Ahora quisiera que pensara en el último año y quisiera que me dijera, cuántos viajes ha realizado, ya sea al extranjero o al interior del país, sin importar si fue por placer o negocios o si viajó en avión, auto, autobús etc.?

P70.- Ahora quisiera que me dijera de esos... viajes que realizó, ¿Cuántos de ellos fueron por placer y cuántos por negocio? ¿Cuántos fueron al interior del país y cuántos al extranjero? ¿Podría decirme qué tipo de transporte utilizo para realizarlos? Es decir: ¿cuántos fueron en avión, cuántos en auto, cuántos en autobús, cuántos en barco y cuántos en algún otro tipo de transporte?



Conclusiones



advertising + media research

## Conclusiones

- Los lectores de periódico de Ensenada lo hacen principalmente para informarse.
- Los periódicos más conocidos de manera espontánea en Ensenada son El Mexicano y El Vigía.
- En un segundo lugar de conocimiento espontáneo, le siguen Semanario Zeta y La Voz de la Frontera.



## Conclusiones

- En promedio las personas leen cerca de los 3 títulos de manera ocasional, lo cuál baja a 1.6 títulos en su lectura frecuente.
- Los periódicos que mencionan leer con más frecuencia son El Vigía y El Mexicano con casi 7 lectores frecuentes de cada 10 entrevistados.
- Cabe destacar que estos El Mexicano, El Vigía y Semanario Z, presentan el mayor índice de prueba, similar para los tres diarios, sin embargo, El Vigía y El Mexicano cuentan con un índice de adopción mayor que Semanario Z, lo cuál implica que la experiencia con los periódicos es lo suficientemente buena como para retener a los clientes, por lo que generan más habitualidad de consumo que Semanario Z.

## Conclusiones

- Los lectores frecuentes de El Mexicano los podremos encontrar con mayor probabilidad entre mujeres, de 30-65 años de edad, niveles socioeconómicos D+D
- El perfil del lector de El vigía no tiene casi diferencias por género, tiende a ser mayor de 45 años, de niveles socioeconómicos D+
- Destaca que el promedio de lectura de periódico a la semana es de 3.3 veces (El vigía 4.0 y El Mexicano 2.9)
- Entre los periódicos líderes (El Mexicano y El Vigía), observamos que El Vigía posee más lectores semanales que El Mexicano, que se traduce en una mayor lectura en la plaza.
- Por otra parte, observamos claramente que los dos principales periódicos de la plaza los leen principalmente en casa.

## Conclusiones

- También encontramos que los periódicos son distribuidos con mayor proporción en los puestos de periódicos fijos y en segundo lugar, establecimientos y establecimientos.
- Los lectores de El Mexicano son los de mayor permanencia con su periódico, lo cuál sugiere que este periódico posee una base de clientes más leales que los demás.



## Conclusiones

- En general, entre los lectores no suscritos a sus periódicos frecuentes, el interés por suscribirse es bajo. La más alta intención de suscripción la registramos para El Mexicano (38% de los no suscritos), seguida de El Vigía (27%)
- En términos de calificación global de los periódicos en la plaza, los mejores calificados son los líderes.
- Los lectores frecuentes de El Mexicano opinan que este periódico es su preferido principalmente por la información de sociales, deportes, local y policíaca.
- En complemento con lo anterior, los lectores de El Mexicano mencionan que leen regularmente las secciones sociales, deportes y policíaca.

## Conclusiones

- En el caso de El Vigía, las secciones más leídas son Deportes, espectáculos y sociales.
- El perfil de imagen de El Mexicano es el más fuerte en los siguientes atributos: sección infantil, clasificado, cartones políticos, reportajes y extensión de notas.

### Aviso clasificado

- El 63% de los lectores de Ensenada ha consultado el Aviso Clasificado de El Mexicano, principalmente para buscar empleo. En cambio, sólo un 8% de los lectores ha puesto un aviso clasificado en El Mexicano.
- En el caso de Otros Periódicos, un 50% de los lectores han consultado el aviso clasificado (El vigía 93%). Mientras que un 5% ha puesto algún clasificado en otro periódico (El vigía 66%).

## Conclusiones

### Medios

- El consumo de otros medios entre los lectores de periódicos de Cancún es compartido básicamente por la televisión y la radio, en un lejano tercer plano por las revistas.

### Promociones

- A nivel total, las promociones que ha realizado El Mexicano gustan mucho/muchísimo a una importante mayoría de sus lectores (44%), con una influencia del 36% de las promociones en la compra del mismo. Enciclopedias y boletos son las promociones más recordadas en este periódico.





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 infalibilidad**

**Sandra Segovia**  
Socio-Director  
[ssegovia@valueconsulting.com.mx](mailto:ssegovia@valueconsulting.com.mx)

5273 8115  
04455 2854 3979



**Daniel Braidot**  
Socio-Director  
[dbraidot@valueconsulting.com.mx](mailto:dbraidot@valueconsulting.com.mx)

5273 8115  
04455 1807 5560

[www.valueconsulting.com.mx](http://www.valueconsulting.com.mx)

**advertising + media research**

