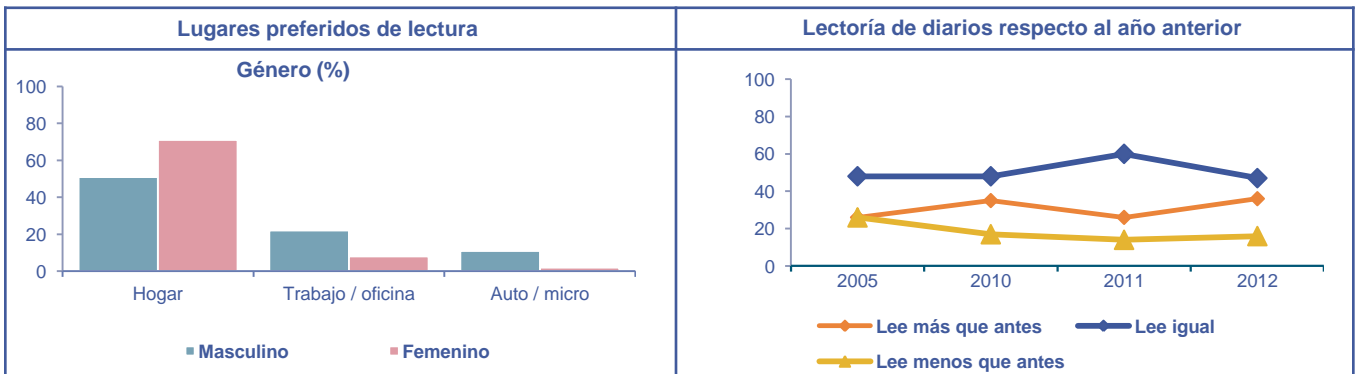


IGM – Hábitos y Actitudes hacia la prensa escrita 2012

Ipsos APOYO Opinión y Mercado ha publicado el estudio **Hábitos y Actitudes hacia la prensa escrita**, que forma parte del Informe Gerencial de Marketing (IGM). A continuación se presentan algunos de los principales resultados y hallazgos de la investigación

- ✓ La población entre los 12 y 70 años de Lima Metropolitana es de aproximadamente 7'212,756 habitantes, de ellos el 77% lee diarios (ya sean impresos o por internet) al menos una vez por semana.
- ✓ El quisco continúa siendo el lugar preferido de compra; sin embargo, la compra de diarios a los vendedores ambulantes ha incrementado en 5% respecto a los últimos dos años, y ha alcanzado un 12% de compra habitual.
- ✓ El 78% de lectores habituales tiene un diario preferido que siempre compra, mientras que el 12% decide su compra de acuerdo con los titulares de cada diario. Y ante algún titular llamativo el 17% compra ese diario además del habitual.
- ✓ El lugar preferido de lectura de diarios continúa siendo el hogar, y son las personas del género masculino las que más leen en el trabajo u oficina con un 22% frente a 8% del género femenino.
- ✓ El 79% lee diarios de lunes a viernes y el 51% de estos los lee entre las 06:00 a.m y 12:00 m.
- ✓ Las secciones más leídas son: Primera página / plana (la cual recobra importancia frente a los dos últimos años), espectáculos (de mayor preferencia en el género femenino), deportes (de mayor preferencia en el género masculino, y noticias nacionales. Y las secciones más preferidas son: deportes, espectáculos y noticias nacionales.



- ✓ *Trome* lidera el *top of mind* en cuanto a recordación espontánea de diarios con 34%, seguido de *El Comercio* (25%) y *Ojo* (11%). Cabe destacar que *Trome* es cada año más recordado por los lectores habituales de diarios.
- ✓ Los diarios más leídos de lunes a viernes son *Trome* y *Ojo*, y los más leídos los fines de semana son *Trome* y *El Comercio*. Cabe resaltar el descenso de la lectura de *El Comercio* los días domingos pasando de un 34% en el 2010 a 28% en el presente año.
- ✓ Los jóvenes entre los 18 y 24 años son los que más leen diarios por internet, y es *El Comercio* el diario más leído en esa plataforma.
- ✓ *El Comercio* continúa siendo considerado el mejor diario especialmente entre los NSE A y B, seguido de *Trome* calificado el mejor especialmente entre los NSE C, D y E.

Metodología

Encuestas realizadas entre el 15 de Diciembre del 2011 y el 6 de Enero del 2012 a una muestra aleatoria de 603 lectores habituales de diarios - hombres y mujeres entre 12 y 70 años - residentes en Lima Metropolitana.

Director del estudio : Javier Álvarez (javier.alvarez@ipsos.com)
 Elaboración del estudio : Christian Rojas (christian.rojas@ipsos.com)
 Asistente de Ventas : Johana Tang (johana.tang@ipsos.com)

Marketing Data

Marketing Data es un servicio de información que brinda los principales hallazgos de los estudios multiclientes, que realiza Ipsos APOYO Opinión y Mercado S.A. El contenido detallado y los resultados desagregados de las investigaciones se encuentran en los informes que publica Ipsos APOYO Opinión y Mercado S.A.

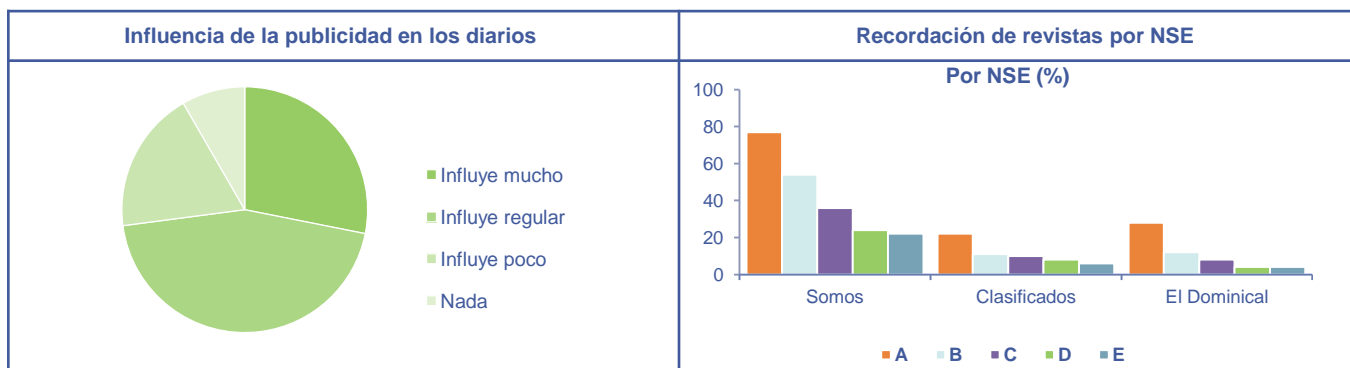
Ipsos APOYO Opinión y Mercado S.A.

Av. Reducto 1363, Miraflores, Lima, Perú
610-0121

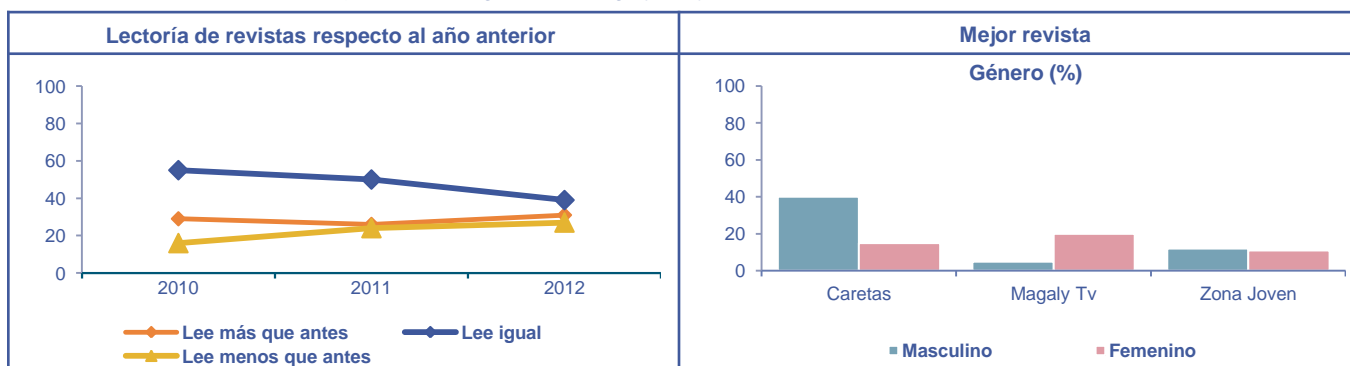
www.ipsos-apoyo.com.pe

PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL
SIN AUTORIZACIÓN ESCRITA DEL DIRECTOR

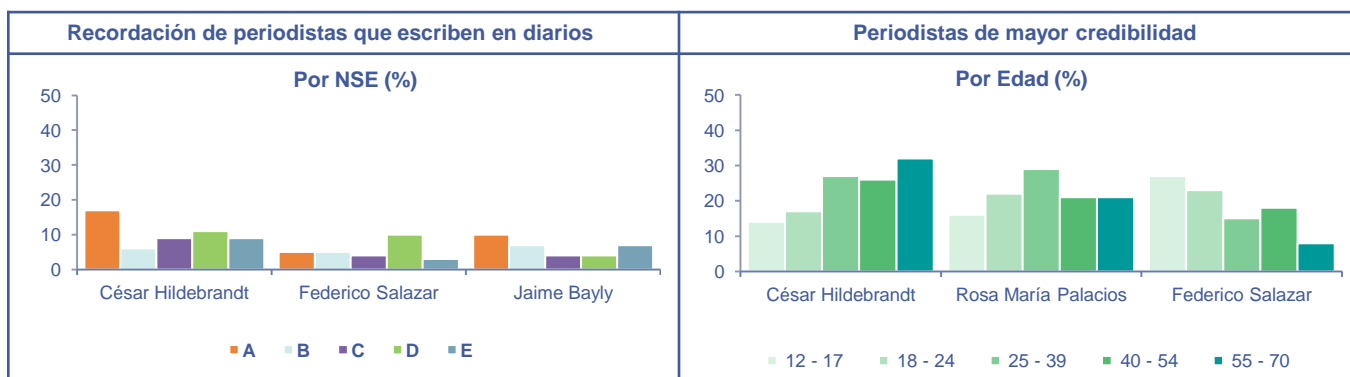
- ✓ Que explique lo que informa, que sea creativo y que sea fácil de entender son los tres aspectos más atractivos en la publicidad en los diarios.
- ✓ El 70% de lectores habituales afirma que la publicidad en los diarios influye mucho y regular sobre la decisión de compra de algún producto o servicio anunciado.
- ✓ Las revistas más recordadas que vienen de manera gratuita con los diarios son: *Somos*, *Clasificados*, *El Dominical*, pertenecientes al diario *El Comercio*.
- ✓ El 67% de lectores de revistas que vienen gratuitamente con los diarios guarda algunas o todas las revistas que leyó, mientras que el 19% las recicla y el 11% las echa a la basura.



- ✓ El 16% de lectores habituales de diarios lee alguna revista de paga. Y en promedio lee dos revistas al mes.
- ✓ El 31% afirma leer más revistas de paga que antes, y son las de espectáculos, actualidad y cultura las más leídas.
- ✓ *Caretas*, *Magaly Tv*, *Cosas* y *Zona Joven* lideran el *top of mind* de recordación y son a su vez las revistas más leídas.
- ✓ *Caretas* es considerada la mejor revista seguida de *Magaly Tv* y *Zona Joven*.



- ✓ César Hildebrandt, Federico Salazar y Jaime Bayly son los periodistas que escriben en diarios más recordados, seguidos por Aldo Mariátegui, Augusto Álvarez Rodrich y Rosa María Palacios.
- ✓ Los periodistas considerados de mayor credibilidad son César Hildebrandt, Rosa María Palacios y Federico Salazar.
- ✓ El 50% de entrevistados no ha leído o no recuerda haber leído algún artículo o columna de algún periodista.
- ✓ El 5% afirma que ningún periodista puede ser considerado como el que tiene una completa credibilidad.



IGM – Hábitos y Actitudes hacia la prensa escrita 2012

El informe se presenta en versión impresa. También se podrá consultar vía web todo el documento a través de nuestro **Marketing Data Plus**, banco electrónico de información de nuestros estudios multiclientes, el cual le permite acceder a los resultados por medio de un buscador.

Marketing Data Plus

Marketing Data plus

Introduce tus datos

Usuario:

Password:

El Marketing Data plus es el banco electrónico de información de nuestros estudios multiclientes que le permite descargar los informes y gráficos. También podrá acceder a todas las preguntas y respuestas de los estudios por medio de un buscador.

Si tuviera interés en adquirir nuestros Estudios Multiclientes y para cualquier consulta adicional, les agradeceríamos comunicarse con Johana Tang, Asistente de ventas a los teléfonos 241-0141 ó 610-0100 o vía email a johana.tang@ipsos.com.ec

Estudios publicados recientemente:

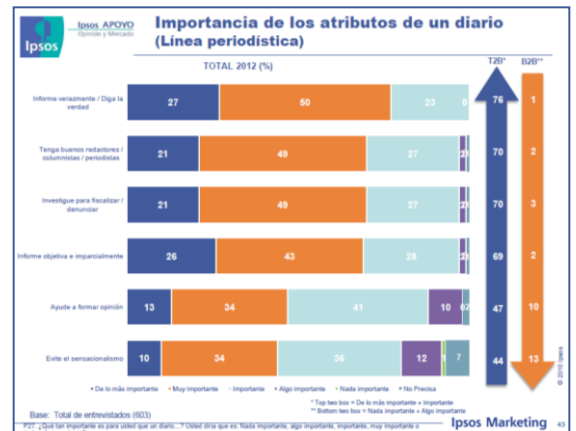
- Laboraje en productos alimenticios** (200 años de casa y 402 hombres y mujeres)
- Perfil del jefe de hogar** (1.054 años de hogar hombres y mujeres)
- Perfil del ama de casa** (502 años de casa)
- Hábitos y actitudes hacia la TV** (502 televidentes hablantes)

Informe impreso



CONTENIDO DEL INFORME

- Resumen ejecutivo
- Universo y perfil del lector
- Hábitos de lectura y compra de diarios
- Recordación y lectoría de diarios
- Evaluación e imagen de los diarios
- Publicidad en diarios
- Suplementos / revistas que vienen con diarios
- Periodistas que escriben en diarios
- Revistas



ORDEN DE COMPRA

Señores,
Ipsos APOYO Opinión y Mercado S.A.
 Av. Reducto 1363 - Miraflores
 Telf: 610-0121

Atención:
 Javier Álvarez
 Gerente de Ipsos Observer

Deseamos adquirir el estudio **Hábitos y Actitudes hacia la prensa escrita 2012**

Precio: \$/3,500 (incluye IGV)

Sírvanse remitir el informe con los resultados del estudio a:

Nombre: _____ Cargo: _____ E-mail: _____

Empresa: _____ Dirección: _____

RUC: _____ Teléfono: _____ Fax: _____

Enviar factura a nombre de: _____ Firma: _____