



EL LECTOR PERUANO DE HOY

“El boom de la Prensa Peruana”

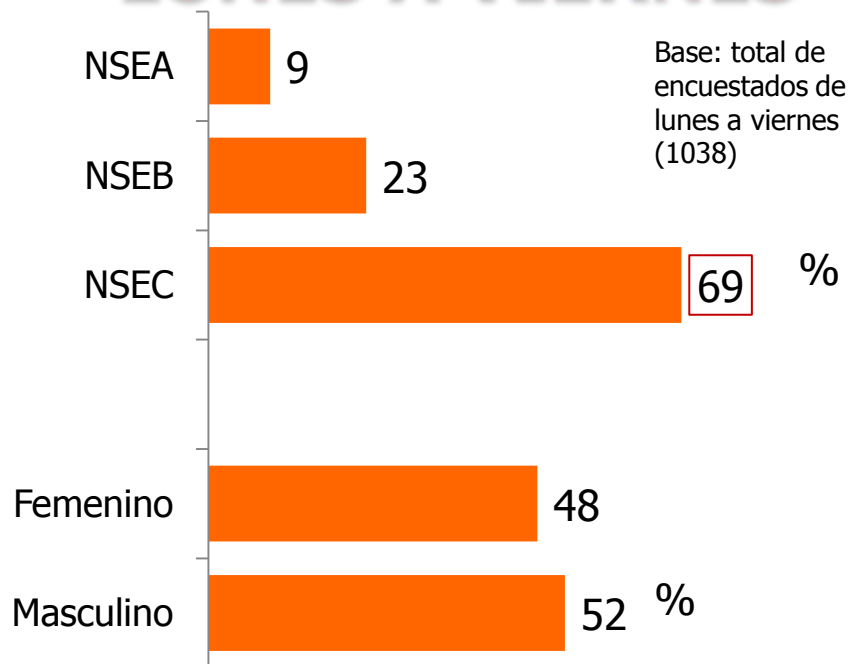
Junio 2013



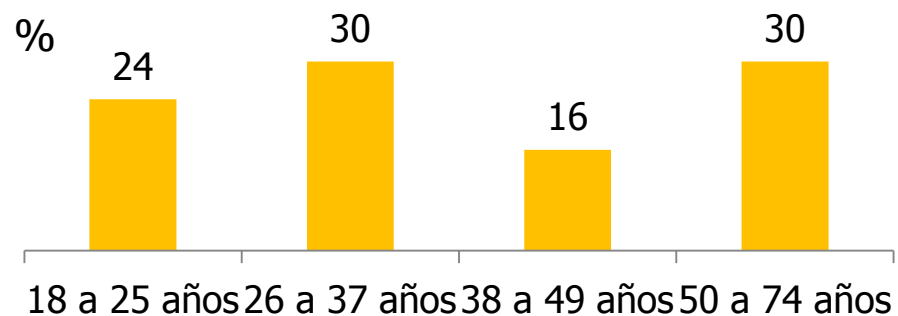
Perfil y drivers del comprador de diarios

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE LOS COMPRADORES DE DIARIOS

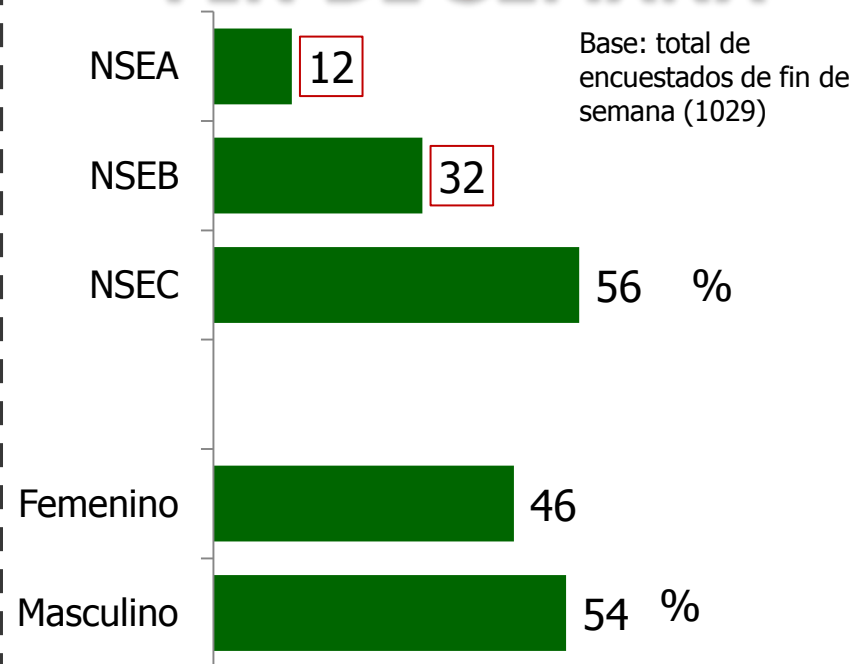
LUNES A VIERNES



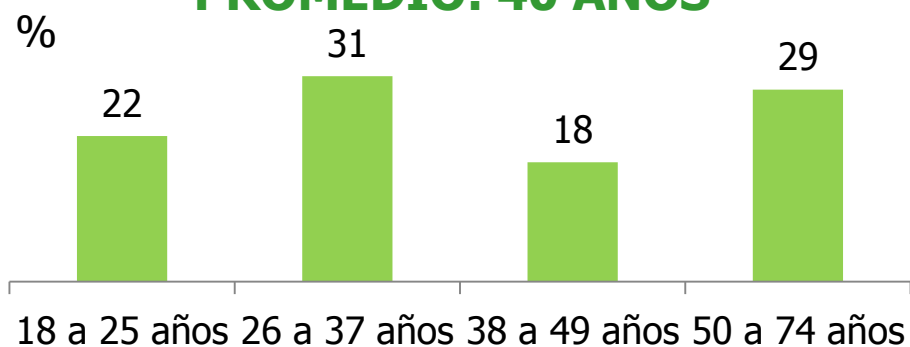
PROMEDIO: 39 AÑOS



FIN DE SEMANA

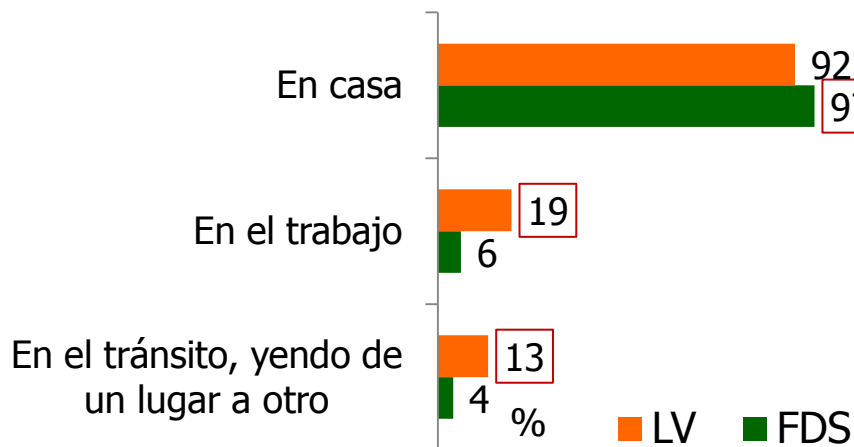


PROMEDIO: 40 AÑOS



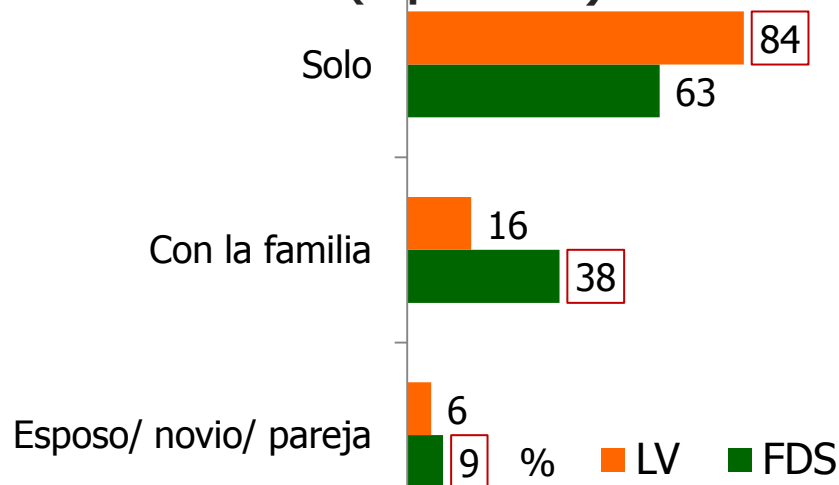
LUGAR DE LECTURA Y ACOMPAÑANTES

LUGAR DE LECTURA (Espontánea)



el **80%** comparte el periódico con su **familia** (independientemente si es comprador de lunes a viernes o de fin de semana).

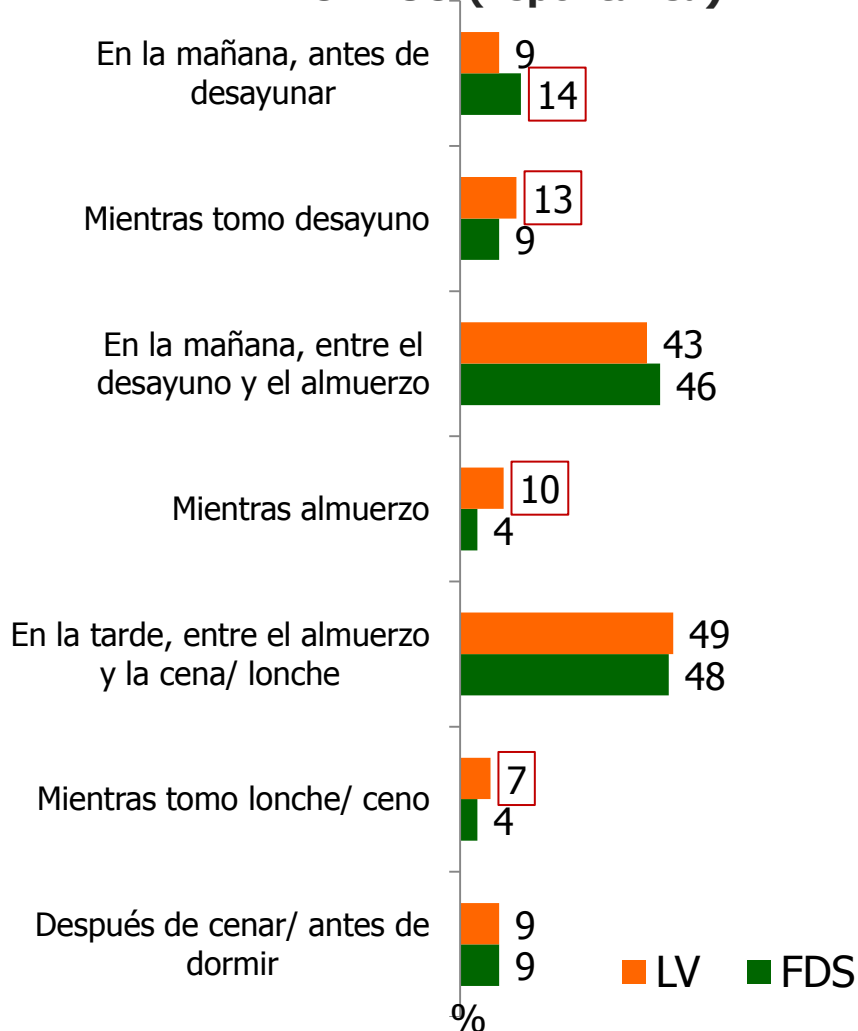
ACOMPAÑANTES AL MOMENTO DE LEER (Espontánea)



de **lunes a viernes** además se comparte el periódico con la **pareja** (21%)

EL MOMENTO DE LECTURA DE DIARIOS

MOMENTO DEL DÍA EN EL QUE LEE EL PERIÓDICO (Espontánea)



¿CUÁNTO TIEMPO LE DEDICO A LEER EL PERIÓDICO? (Espontánea)

LUNES A VIERNES
42% dedica entre **15 y 30 minutos** a leer el periódico

FIN DE SEMANA
26% dedica **más de 1 hora** a leer el periódico





Drivers de compra de diarios impresos

¿QUÉ ES LO QUE BUSCO EN UN DIARIO?

Lunes a viernes

Quiero un **diario fácil**

- Barato
- Entretenido de leer
- Fácil de llevar a todas partes
- Con noticias cortas
- Sin mucha profundidad

Fin de semana

Quiero **profundidad y despliegue**

En tanto tengo tiempo para leer el diario quiero que:

- Información especializada y detallada
- Me cuente toda la noticia
- Diferentes puntos de vista sobre la noticia
- Variedad de información
- Trayectoria/ prestigio
- Puedo gastar un poco más

DIARIOS IMPRESOS VS OTROS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

¿Qué son los diarios impresos?

especializados: dan información sobre:

- temas comerciales: compra, venta (avisos clasificados)
- utilitarios para el diario (cines, restaurantes)
- oportunidades de trabajo
- temas especializados (informática, salud etc.)

Medio con el que compite:



despliegue: tratan las noticias con mayor profundidad que otros medios, además mantienen informados a sus lectores al mismo tiempo que les da temas de conversación. Son un medio educativo (principalmente el fin de semana)

Medio con el que compite:



DIARIOS IMPRESOS VS OTROS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: LUNES A VIERNES

| | Diarios impresos | Diarios por internet | TV Nacional | Tv por cable | Radio | Revistas | Internet en gral |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|----------------------|-------------|--------------|-------|----------|------------------|
| Sirve para buscar trabajo | 22.7 | 4.7 | -14.1 | -14.1 | -7.1 | -1.4 | 10.2 |
| Me ayuda a encontrar información utilitaria para mí como cines, teatros, restaurantes entre otros | 11.9 | 3.5 | -7.4 | -8.2 | -4.9 | 5.5 | 4.9 |
| Sirve para buscar información comercial: como compras, reseñas de productos, ofertas, etc. | 9.5 | 0.7 | -7.4 | -4.7 | -6.5 | 7.5 | 5.8 |
| Hace denuncias, fiscaliza | 4.9 | -1.1 | 6.9 | -9.2 | 7.9 | -3.2 | -12.5 |
| Trata la información con mayor profundidad | 4.9 | -0.7 | 3.9 | -3.5 | -1.2 | -1.6 | -5.7 |
| Me permite tener temas de conversación | 4.0 | -0.1 | -1.8 | -1.2 | -2.1 | 3.0 | -0.8 |
| Me mantiene actualizado | 3.2 | 1.2 | 2.3 | -3.6 | -0.1 | -3.3 | -2.1 |
| Sirve para estar informado | 3.0 | 1.3 | 4.5 | -4.0 | 1.3 | -3.5 | -5.9 |
| Dice la verdad | 2.8 | -0.1 | 1.5 | -2.3 | 2.1 | -1.2 | -5.0 |
| Brinda información especializada de mi interés, de temas como salud, decoración, tecnología, etc. | 2.2 | 0.6 | -5.3 | 4.5 | -5.5 | 6.5 | 1.8 |
| Usa un lenguaje que la mayoría puede entender | -0.8 | -1.9 | 5.9 | -1.9 | 2.5 | -1.4 | -6.1 |
| Es educativo para mí | 1.3 | -0.1 | -4.2 | 3.7 | -4.4 | 3.5 | 2.8 |
| Es el medio de comunicación más a la mano | -0.5 | -0.7 | 3.6 | -3.5 | 5.2 | -2.6 | -4.5 |
| Es el medio que más uso | -0.8 | -0.3 | 3.5 | -1.6 | 1.4 | -4.0 | -1.4 |
| Me brinda la información de manera inmediata | -1.8 | 1.8 | 3.4 | -4.2 | 5.9 | -4.9 | -1.9 |

Leyenda



Asociación con el diario más fuerte de lo esperado



Asociación con el diario menos fuerte de lo esperado

DIARIOS IMPRESOS VS OTROS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: LUNES A VIERNES

| | Diarios impresos | Diarios por internet | TV Nacional | Tv por cable | Radio | Revistas | Internet en gral |
|-------------------------------------------------|------------------|----------------------|-------------|--------------|-------|----------|------------------|
| Es educativo para mi familia | -2.6 | -2.5 | -1.8 | 9.2 | -5.4 | 0.7 | 1.4 |
| Disfruto interactuar con él | -3.2 | 0.2 | -2.0 | 2.7 | -1.8 | -1.1 | 6.6 |
| Es para alguien de mi edad | -3.4 | -0.1 | -0.7 | 1.9 | 0.3 | -0.2 | 3.3 |
| Forma parte de mi vida cotidiana | -3.3 | -1.8 | 2.2 | 1.6 | 1.4 | -3.0 | 0.2 |
| Estoy muy expuesto a este medio de comunicación | -3.6 | 0.2 | 3.8 | 0.7 | 1.8 | -4.0 | -1.0 |
| Marcan tendencias | -3.7 | 2.0 | -1.1 | 1.6 | -0.7 | 3.4 | 3.7 |
| Es para distraerme de mis tareas habituales | -3.7 | -0.2 | -2.0 | 2.9 | 2.6 | 1.0 | 1.2 |
| Sirve para matar el tiempo | -3.8 | -0.8 | -1.3 | 3.4 | -0.7 | 4.3 | 2.3 |
| Es indispensable en mi vida | -4.6 | -1.4 | 2.1 | 1.2 | 2.4 | -3.5 | 1.5 |
| Lo amo | -5.2 | -0.9 | 0.4 | 3.2 | 0.6 | -0.7 | 3.0 |
| Sirve para entretenerme | -6.2 | -1.1 | 0.1 | 6.0 | -0.7 | 4.9 | 0.6 |
| Es para toda la familia | -6.6 | -2.1 | 5.2 | 9.2 | -0.3 | -2.2 | -6.7 |
| Es para la gente joven | -11.9 | 0.8 | -5.0 | 7.4 | 3.5 | 3.7 | 9.2 |

Leyenda



Asociación con el diario más fuerte de lo esperado



Asociación con el diario menos fuerte de lo esperado

DIARIOS IMPRESOS VS OTROS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: FIN DE SEMANA

| | Diarios impresos | Diarios por internet | TV Nacional | Tv por cable | Radio | Revistas | Internet en gral |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|----------------------|-------------|--------------|-------|----------|------------------|
| Sirve para buscar trabajo | 24.1 | 4.9 | -13.7 | -15.0 | -7.4 | -2.0 | 8.4 |
| Me ayuda a encontrar información utilitaria para mí como cines, teatros, restaurantes entre otros | 12.8 | 2.6 | -8.6 | -8.4 | -4.0 | 4.3 | 4.5 |
| Sirve para buscar información comercial: como compras, reseñas de productos, ofertas, etc. | 10.5 | 2.5 | -6.9 | -4.8 | -5.8 | 5.6 | 3.0 |
| Hace denuncias, fiscaliza | 8.4 | -1.9 | 5.2 | -8.9 | 5.3 | -2.5 | -12.4 |
| Dice la verdad | 7.8 | 0.0 | 1.3 | -5.6 | 0.4 | -0.7 | -6.3 |
| Trata la información con mayor profundidad | 6.5 | 2.1 | 3.0 | -4.0 | -3.2 | 0.1 | -5.3 |
| Me permite tener temas de conversación | 5.0 | 0.3 | -1.1 | -1.8 | -3.2 | 2.7 | -1.4 |
| Brinda información especializada de mi interés, de temas como salud, decoración, tecnología, etc. | 4.4 | -0.1 | -6.0 | 3.3 | -6.0 | 7.4 | 1.3 |
| Me mantiene actualizado | 3.6 | 1.1 | 1.8 | -5.1 | -1.0 | -0.4 | -0.7 |
| Es educativo para mí | 3.0 | 0.1 | -6.2 | 2.9 | -5.3 | 3.6 | 4.8 |
| Sirve para estar informado | 2.1 | 3.0 | 5.9 | -4.6 | 1.4 | -2.6 | -6.3 |
| Usa un lenguaje que la mayoría puede entender | -1.1 | -1.7 | 6.0 | -2.8 | 4.5 | -1.6 | -6.7 |
| Me brinda la información de manera inmediata | -1.9 | -0.8 | 3.2 | -3.7 | 4.7 | -4.7 | -0.4 |
| Es educativo para mi familia | 0.7 | -0.2 | -2.5 | 8.2 | -7.2 | 0.4 | 0.8 |

Leyenda



Asociación con el diario más fuerte de lo esperado



Asociación con el diario menos fuerte de lo esperado

DIARIOS IMPRESOS VS OTROS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: FIN DE SEMANA

| | Diarios impresos | Diarios por internet | TV Nacional | Tv por cable | Radio | Revistas | Internet en gral |
|-------------------------------------------------|------------------|----------------------|-------------|--------------|-------|----------|------------------|
| Es para alguien de mi edad | -2.0 | -0.2 | -2.4 | 1.1 | 1.8 | 1.9 | 1.9 |
| Es el medio que más uso | -3.8 | -1.1 | 3.2 | 1.8 | 0.8 | -3.3 | 0.0 |
| Disfruto interactuar con él | -3.9 | 0.7 | -1.6 | 0.7 | -1.0 | 0.2 | 7.5 |
| Marcan tendencias | -4.1 | 2.5 | -2.7 | 3.9 | -2.8 | 4.3 | 5.4 |
| Forma parte de mi vida cotidiana | -4.3 | -1.8 | 3.5 | 2.3 | 1.0 | -2.2 | -0.8 |
| Sirve para matar el tiempo | -5.3 | -0.5 | 0.1 | 5.2 | -0.1 | 1.4 | 1.0 |
| Estoy muy expuesto a este medio de comunicación | -5.3 | -1.4 | 2.8 | 0.8 | 3.7 | -3.4 | 0.6 |
| Es indispensable en mi vida | -5.4 | -1.0 | 2.0 | 1.8 | 2.0 | -2.4 | 1.8 |
| Es para distraerme de mis tareas habituales | -5.6 | -1.8 | 0.6 | 3.9 | 3.8 | -0.6 | -1.0 |
| Lo amo | -5.7 | -1.8 | 0.8 | 1.6 | 1.9 | 0.2 | 3.4 |
| Es el medio de comunicación más a la mano | -5.8 | -1.6 | 4.8 | 0.9 | 5.7 | -3.8 | -3.4 |
| Es para toda la familia | -6.9 | -2.7 | 8.1 | 9.4 | 0.2 | -3.3 | -9.6 |
| Sirve para entretenerme | -8.4 | 1.2 | 0.6 | 7.9 | 0.3 | 1.2 | 1.0 |
| Es para la gente joven | -13.6 | -1.8 | -5.6 | 4.7 | 7.7 | 2.0 | 11.8 |

Leyenda



Asociación con el diario más fuerte de lo esperado



Asociación con el diario menos fuerte de lo esperado

NEEDS AND GAPS DE LOS DIARIOS EN GENERAL

lunes a viernes

fin de semana

¿Qué es importante? (Musts)

- **Precio** accesible
- Despliegue en tanto **facilite la lectura** (lenguaje y **noticias cortas** sin perder profundidad).
 - Resúmenes
 - Noticias cortas
 - Lenguaje fácil
 - Entretenido de leer
- **Tamaño** que facilite la lectura

- Despliegue en tanto **desarrolle más la noticia**
 - Opinión de expertos
 - Conocer todos los puntos de vista de la noticia
 - Comentar todo lo relacionado a la noticia
 - Mayor **profundidad** en las noticias

¿Qué falta? (Gaps)

- **Promociones** en el diario:
 - Sorteos
 - Descuentos
 - Revistas
- Información especializada para mi trabajo o **negocio**.
- Avisos clasificados

- Promociones e **información** especializada orientada al **tiempo libre** que se tiene en el fin de semana.

NEEDS AND GAPS DE LOS DIARIOS SERIOS VS POPULARES

SERIOS

¿Qué es importante? (Musts)

TRAYECTORIA

LUNES A VIERNES

- Despliegue en tanto sea **fácil de leer**:
 - Resúmenes, textos cortos.

FIN DE SEMANA:

- Despliegue como más información y **profundidad** en la noticia.
 - Antecedentes y consecuencias
 - Opinión de los involucrados

¿Qué falta? (Gaps)

LUNES A VIERNES

- Promociones
- Secciones educativas

FIN DE SEMANA

- Pasatiempos (amenidades)
- Qué hacer el fin de semana
- Revistas

POPULARES

PRECIO Y FACILIDAD DE LECTURA

LUNES A VIERNES/ FIN DE SEMANA:

- Enganche y despliegue; las noticias deben de ser fáciles de leer.
 - Lenguaje fácil
 - Entretenidas
 - El diario debe de educar

LUNES A VIERNES

- Información orientada al negocio, trabajo.
- Avisos clasificados

FIN DE SEMANA

- Promociones, entretenimiento para el fin de semana

DRIVERS EN LA COMPRA DE DIARIOS

Hacer

Relacionado con los pasatiempos y amenidades del diario.

Despliegue

Aspectos de redacción y presentación de la información. Uso de recursos como resúmenes, gráficos y fotos.
Presentar la información concisa sin perder profundidad.

Promociones

Elementos que puedo obtener por la compra del diario, revistas, sorteos, canjes etc.

Educativo

La capacidad que tiene el diario para enseñarme a mi familia y a mí. Uso de páginas escolares, fascículos coleccionables.

Especializado

Información especializada que brinde el diario, ya sea para negocios o temas particulares.

Valor

Ecuación de precio y facilidad de lectura del diario, en tanto su tamaño y portabilidad.

POSICIONAMIENTO DE LOS DIARIOS POR DRIVER DE COMPRA

especializado



Es el único diario que destaca en este driver. Su rol especializado es el diferencial que ofrece en comparación a los otros diarios.

entretenimiento / distracción



Son los diarios entretenidos al leer y que ayudan a distraerse en el tiempo libre pasando un momento grato. Ajá destacaría de lunes a viernes mas no en el fin de semana.

Varios diarios cumplen con este driver con ligeras diferencias

despliegue



Sobretudo en el fin de semana, siendo para toda la familia. Con buenos titulares.



Resalta su capacidad para informar.



Su redacción provoca leer las noticias hasta el final.

POSICIONAMIENTO DE LOS DIARIOS POR DRIVER DE COMPRA

valor



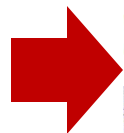
Son diarios que se consideran tienen un buen precio para lo que ofrecen. **Peru21** entra en el grupo pero sólo los fines de semana.

hacer



Es el único que destaca en el segmento. Sus pasatiempos son entretenidos. **Peru21** destaca pero sólo en el fin de semana, el crucigrama gigante de los domingos estaría influenciando en la imagen del diario.

promociones



Por los catálogos de tiendas.

Por las promociones y sorteos, es un atributo diferencial con Ojo que debe de aprovecharse.

educativo



El Comercio es el diario educativo por excelencia, sin embargo La República se está convirtiendo en un fuerte competidor en este driver.



Resaltan sus fascículos de LV y es un aspecto diferencial que Trome no tiene y debería de desarrollarlo.



Perfil de comprador e imagen de diarios

COMPRADORES DE

El Comercio

Lunes a viernes

Es *Influyente*, pero menos que los lectores de otros diarios

El Comercio.pe

Lee diarios por internet



Son de NSE A con estudios superiores completos

Leen revistas



Fin de semana

En su tiempo libre...

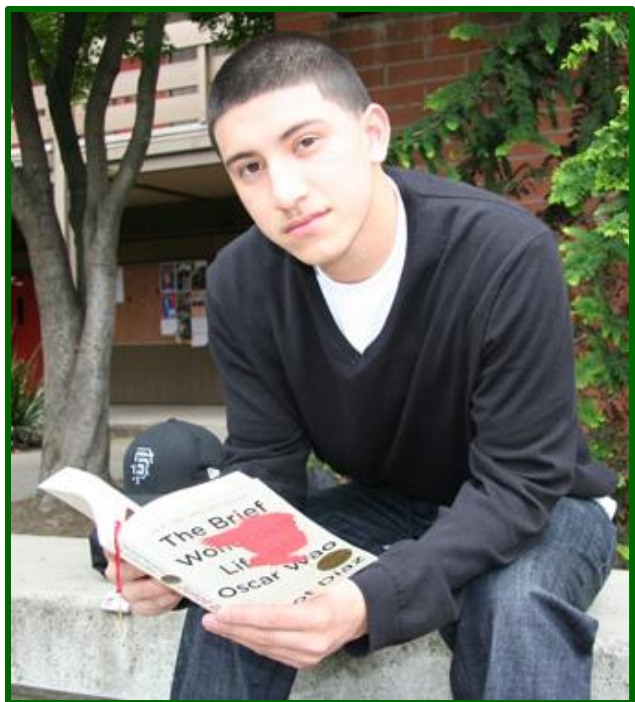
Navega por internet



Salir a comer



COMPRADORES DE Perú21



NSE "A"

Es aún estudiante universitario

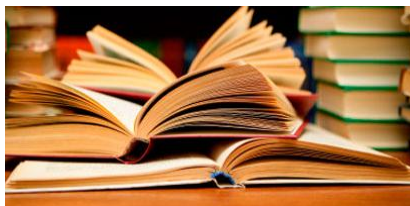
Sin hijos



En su tiempo libre...



Va al cine/
teatro



Lee novelas

Lunes a viernes

Puede ser hombre o mujer.
Encontramos algunos trabajadores dependientes.



Fin de semana



COMPRADORES DE **trome**

Lunes a viernes
Fin de semana



NSE "C"

**SECUNDARIA
COMPLETA,
SUPERIOR
INCOMPLETA
(universitaria/
técnica)**



EN EL PERIÓDICO LEE...



Farándula,
espectáculos

FIN DE SEMANA...

Amenidades



COMPRADORES DE



Lunes a viernes

Fin de semana



Jefe de Hogar
Trabajador independiente

SECUNDARIA
COMPLETA,
SUPERIOR
INCOMPLETA
(universitaria/
técnica)



Con hijos



Ama de Casa

Áreas
de
interés



Farándula,
espectáculos

Amenidades



Farándula,
espectáculos



Áreas
de
interés

COMPRADORES DE

Correo

Lunes a viernes

Es un poco más viejo que el resto
Tiene entre 50 y 74 años

SECCIONES QUE LEE EN EL DIARIO



Belleza y
salud

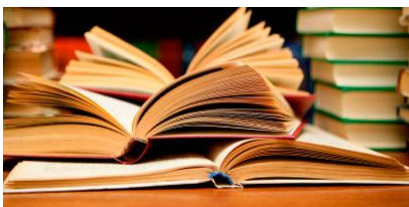


salud

Negocio



¿QUÉ HACE EN SU TIEMPO LIBRE?



Libros

Escuchar música



Fin de semana



Mayor proporción de hombres en el fin de
semana

Jefe de familia Trabajador independiente

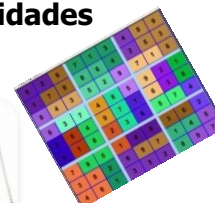
Estudios superiores completos
(estudios de posgrado)

NSE "A"

Amenidades

Política

Economía



Áreas
de
interés

COMPRADORES DE

La República

Lunes a viernes

Fin de semana



Estudiante: hombre o mujer
Algunos trabajadores
dependientes de lunes a viernes

¿QUÉ HACE EN SU
 TIEMPO LIBRE DE
 LUNES A VIERNES?



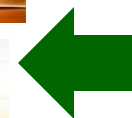
Lee libros/
 novelas



Paseo familiar



¿QUÉ HACE EN
 SU TIEMPO
 LIBRE LOS
 FINES DE
 SEMANA?



SECCIONES QUE LEE EN EL FIN DE SEMANA

Noticias
 internacionales



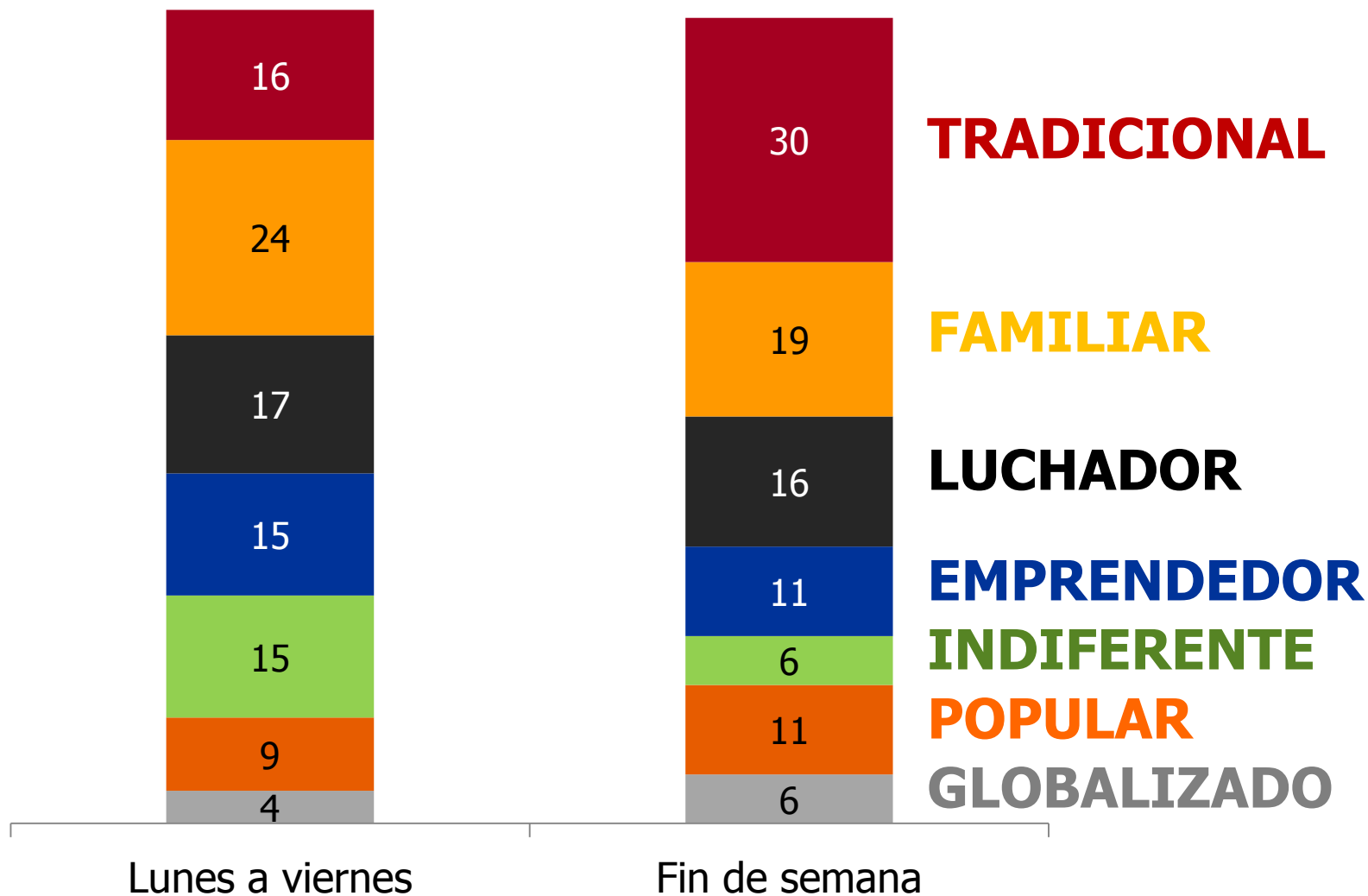
Economía



Segmentación



LOS SEGMENTOS...





Tradicional

(1)

LV: 16%

FDS: 30%

¿QUIÉN ES EL TRADICIONAL?



Es hombre o mujer de **NSE alto** (A, 18% y B los días de semana 29%).

Es **mayor que el resto**, tiene aproximadamente 42 años.

Tiene un alto nivel de instrucción, **universitaria completa**.

DIARIOS QUE LEE

The logo for the newspaper 'El Comercio', featuring the text in a black, gothic-style font on a yellow rectangular background.

The logo for the newspaper 'Perú21', with 'Perú' in blue and '21' in orange, set against a black background.

The logo for 'Nuevo ojo', with 'Nuevo' in red and 'ojo' in white inside a green oval, all on a light green background.

ESTILO DE VIDA

CONSUMO DE MEDIOS

LUNES A VIERNES

El Comercio.pe



FIN DE SEMANA



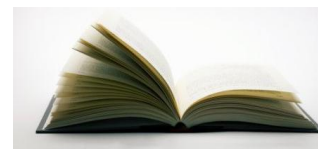
I
N
T
E
R
E
S
E
S

- Buscar información detallada de temas particulares
- Socializar.
- **LV:** Documentales
- **FDS:** Política



¿QUÉ HACE EN SU TIEMPO LIBRE?

LV:



FDS:



SECCIONES DE INTERÉS EN EL DIARIO

LUNES A VIERNES

- Policiales: 70%
- Noticias Internac.: 67%
- Política: 60%
- Columnas de opinión: 47%
- Hogar/familia: 47%
- Economía: 43%
- Negocios: 30%
- Temas de arte/literatura: 28%
- Turismo: 27%
- Entretenimiento: 21%



FIN DE SEMANA

- Política: 64%
- Locales (metropolitano): 59%
- Hogar/familia: 47%
- Economía: 44%



HÁBITOS DE LECTURA DE DIARIOS

¿CUÁNDO LEE EL DIARIO?

Suele leer el periódico en la **tarde**; entre almuerzo y cena/lonche (LV: 52% y FDS: 54%).

¿CUÁNTO TIEMPO LE DEDICA A LA LECTURA? DE LOS SEGMENTOS QUE **MÁS TIEMPO LE DEDICA**

1 hora aproximadamente

- Lv: 56 minutos
- FDS: 69 minutos.



¿CON QUIÉN LEE EL DIARIO?

Tiene una lectura más acompañada que el resto de segmentos.

Suele leer siempre con su **familia**.

Es el **único** segmento que **prefiere el tamaño grande** en los diarios ya sea para leer de **lunes a viernes o fin de semana**.



**Familiar
(2)**

LV: 24%

FDS: 19%

¿QUIÉN ES LA FAMILIAR?



Es una **mujer** de **NSE BC**.

Es **ama de casa**, con un educación de secundaria completa o incompleta. No tiene ningún tipo de educación superior.

Nació en provincia.

**DIARIOS QUE LEE DE
LUNES A VIERNES**

trome

**DIARIOS QUE LEE EN
EL FIN DE SEMANA**

trome

El Comercio

ESTILO DE VIDA

¿QUÉ HACE EN SU TIEMPO LIBRE?



LV:
Manualidades



FDS: Pasear dentro de Lima

INTERESES

- Espectáculos, farándula
- Reseñas de productos para comprar.



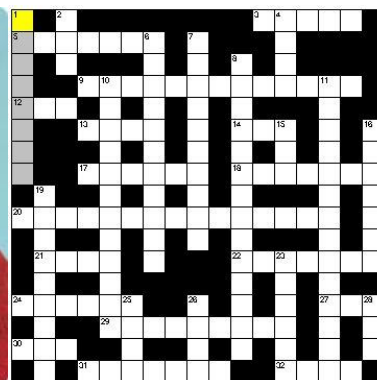
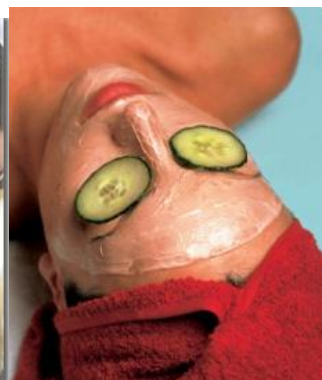
SECCIONES DE INTERÉS EN EL DIARIO

LUNES A VIERNES

- Hogar/familia: 48%
- Belleza y salud: 41%
- Avisos de empleo: 19%

FIN DE SEMANA

- Espectáculos y farándula: 65%
- Amenidades: 59%
- Hogar/familia: 50%
- Belleza y salud: 39%
- Entretenimiento (cines, teatros etc.): 34%



HÁBITOS DE COMPRA DE DIARIOS



MAYOR COMPRA EN QUIOSCOS 86% (fds)



**MAYORÍA DECIDE EN EL QUIOSCO EL
DIARIO QUE COMPRA 18% (LV)**

INFLUENCIADORES DE LA COMPRA

Su familia de lunes a viernes: 24%

**COMPRÓ OTRO
PERIÓDICO POR:**



COLECCIONABLES: 30% (lv) / 33% (fds)



PROMOCIONES/SORTEOS: 25% (lv)

HÁBITOS DE LECTURA DE DIARIOS

¿CUÁNTO TIEMPO LE DEDICA A LA LECTURA?
DE LOS SEGMENTOS QUE MENOS TIEMPO LE DEDICA
15 a 30 minutos aproximadamente de lunes a viernes.

¿CON QUIÉN LEE EL DIARIO?

Tiene una lectura más acompañada que el resto de segmentos.

Suele leer siempre con su **familia**.





Luchadores
(3)

LV: 17%

FDS: 16%

¿QUIÉN ES EL LUCHADOR?



Es de NSE C, aproximadamente de 38 años.

Tienen hijos.

Es un trabajador independiente que además es el jefe de hogar (lv).

En otros casos es ama de casa (fds).

Tienen una educación de secundaria completa.



**DIARIOS QUE LEE DE LUNES A
VIERNES O FIN DE SEMANA**

trome

ESTILO DE VIDA

¿QUÉ HACE EN SU TIEMPO LIBRE?

LV: Descansar



Internet



FDS:
Ver TV
nacional



INTERESES

- Espectáculos, farándula
- Novelas/ series de TV.
- Política (solo a los compradores de LV)



TV y Novelas

CONSUMO DE MEDIOS

**LUNES A
VIERNES**



**FIN DE
SEMANA**



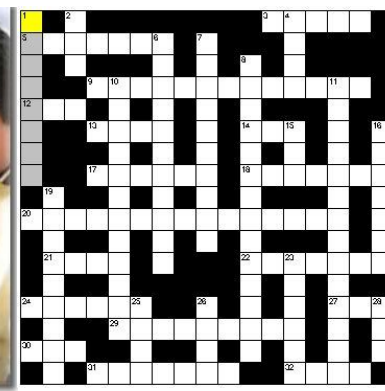
SECCIONES DE INTERÉS EN EL DIARIO

LUNES A VIERNES

- Policiales: 78%
- Noticias internacionales: 67%
- Espectáculos/ farándula: 64%
- Amenidades: 63%
- Hogar/ familia: 42%

FIN DE SEMANA

- Policiales: 71%
- Espectáculos/ farándula: 66%
- Locales: 55%
- Hogar/ familia: 48%



HÁBITOS DE COMPRA DE DIARIOS

**MAS COMPRA DIARIA EN QUIOSCOS
POR EL HOGAR/ CANILLITA EN LA
CALLE (FDS: 13%)**



**SI NO ENCUENTRA EL DIARIO QUE
QUIERE LO BUSCA HASTA
ENCONTRARLO
(MAS FIELES A SU DIARIO HABITUAL)**

**NADIE INFLUYE EN SU COMPRA DE
DIARIOS**



HÁBITOS DE LECTURA DE DIARIOS

¿CUÁNTO TIEMPO LE DEDICA A LA LECTURA?

DE LOS SEGMENTOS QUE MENOS TIEMPO LE DEDICA

15 a 30 minutos

aproximadamente en toda la semana

¿CON QUIÉN LEE EL DIARIO?

Lee con su familia o con los colegas del trabajo.





Emprendedor

(4)

LV: 15%

FDS: 11%

¿QUIÉN ES EL EMPRENDEDOR?

Es un hombre con educación técnica con algunas diferencias en el perfil dependiendo si es comprador de diarios de lunes a viernes o en el fin de semana.



LUNES A VIERNES

NSE BC

Trabajador independiente.

FIN DE SEMANA

De NSE AB.

**DIARIOS
QUE LEE**

**LUNES
A
VIERNES**

Perú21

**FIN
DE
SEMANA**

Perú21 **La República**

El Comercio

ESTILO DE VIDA

INTERESES

- Deportes
- **LV:**
 - Documentales sobre temas especializados (LV)
 - Política (LV)
- **FDS:** Socializar, juntarse con sus amigos (FDS)



¿QUÉ HACE EN SU TIEMPO LIBRE?

LV:



Descansar



Escuchar música



Paseo familiar

Compras



Reunión de amigos



Salir a comer

FDS:



Reunión de amigos

CONSUMO DE MEDIOS

LUNES A VIERNES



SECCIONES DE INTERÉS EN EL DIARIO

LUNES A VIERNES

- Noticias internacionales: 64%
- Política: 62%
- Locales (metropolitana): 61%
- Deportes: 56%
- Columnas de opinión: 49%

FIN DE SEMANA

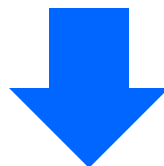
- Columnas de opinión: 53%



HÁBITOS DE COMPRA Y LECTURA DE DIARIOS

SINO ENCUENTRA EL DIARIO QUE QUIERE ELIGE OTRO EN EL QUIOSCO

NADIE INFLUYE EN SU COMPRA DE DIARIOS



MÁS COMPRA POR UN TITULAR QUE LE INTERESÓ

El Anfitrión de la muerte

Directores que no acaten vacaciones escolares a la cárcel

¡Bienvenidas, matadorcitas!

PARAN HOY PESE A PANDEMIA DE GRIPE AH1N1
Paro médico es inhumano

LEE SÓLO LOS DIARIOS





Indiferente

(5)

LV: 15%

FDS: 6%

¿QUIÉN ES EL INDIFERENTE?

Es de NSE C con un grado de instrucción hasta secundaria completa.

LUNES A VIERNES

Es de ambos sexos y más trabajador independiente.

FIN DE SEMANA

Es hombre.

**DIARIO QUE LEE DE
LUNES A VIERNES O
LOS FINES DE SEMANA**

ajá



ESTILO DE VIDA

CONSUMO DE MEDIOS

LUNES A
VIERNES



¿QUÉ HACE EN SU TIEMPO LIBRE?

LV:



Descansar

Escuchar
música



Salir a
comer

Reunión de
amigos



Reunión de amigos

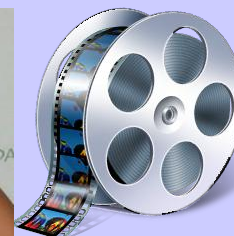
FDS:



Jugar con
sus hijos

INTERESES (LV)

- Ver películas
- Farándula/ Espectáculos
- Política
- Jugar/ pasatiempos



SECCIONES DE INTERÉS EN EL DIARIO

LUNES A VIERNES

- Temas relevantes del momento: 65%
- Espectáculos/ farándula: 66%
- Deportes: 56%



HÁBITOS DE COMPRA Y LECTURA DE DIARIOS



**SI NO ENCUENTRA EL
DIARIO QUE QUIERE ELIGE
OTRO EN EL QUIOSCO**

LECTURA SOLITARIA





**Popular
(6)**

LV: 9%

FDS: 11%

¿QUIÉN ES EL POPULAR?



LUNES A VIERNES

Tiene aproximadamente 42 años, siendo un poco más viejo que el resto de segmentos.

Es el ama de casa del hogar.

FIN DE SEMANA:

Destaca por ser un segmento más femenino.

DIARIO QUE LEE DE LUNES A VIERNES



ESTILO DE VIDA

CONSUMO DE MEDIOS

LUNES A VIERNES



FIN DE SEMANA



INTERESES

- Ver películas
- Series/ telenovelas
- Farándula/ Espectáculos
- Información detallada
- Socializar
- Jugar/ pasatiempos
- Información comercial



(FDS)

¿QUÉ HACE EN SU TIEMPO LIBRE?

LV:



Más TV ve.

FDS:
Bailar



Descansar



Manualidades



Escuchar música



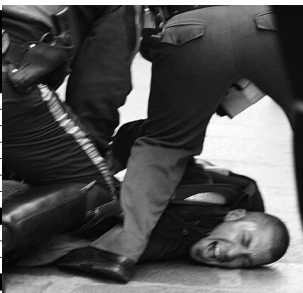
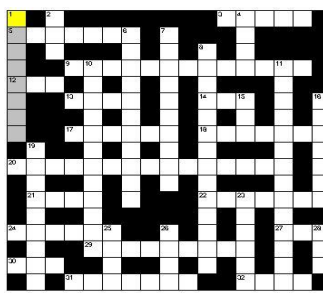
SECCIONES DE INTERÉS EN EL DIARIO

LUNES A VIERNES

- Amenidades: 66%
- Policiales: 65%

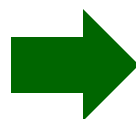
FIN DE SEMANA

- Amenidades: 75%
- Policiales: 73%
- Temas relevantes del momento: 71%
- Farándula/ Espectáculos: 69%
- Locales (metropolitana): 69%
- Columnas de opinión: 53%
- Belleza y salud: 46%
- Información sobre entretenimiento: 40%
- Vida social: 45%
- Turismo: 36%



HÁBITOS DE COMPRA Y LECTURA DE DIARIOS

LECTOR MÁS FIEL DE SU DIARIO QUE OTROS SEGMENTOS



PERO...Compra diarios por:

- **Suplementos**



- **promociones**



MÁS COMPRA A CANILLITAS



MÁS TIEMPO DEDICA A LA LECTURA DE DIARIOS DE LUNES A VIERNES



Globalizado

(7)

LV: 4%

FDS: 6%

¿QUIÉN ES EL GLOBALIZADO?



Es de NSE A.

LUNES A VIERNES

Es un hombre entre 26 y 37 años.

FIN DE SEMANA

Encontramos tanto a hombres como mujeres.

DIARIOS QUE LEE

LUNES A
VIERNES

La República

Correo

FIN DE
SEMANA

El Comercio

Perú21

ESTILO DE VIDA

CONSUMO DE MEDIOS

LUNES
A
VIERNES



FIN DE
SEMANA

El Comercio.pe



¿QUÉ HACE EN SU TIEMPO LIBRE?

LV:

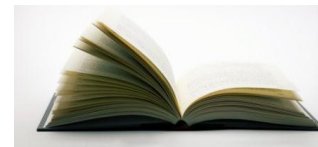


Viajar
fuera de
lima



FDS:

Viajar fuera o
dentro de Lima



Bailar



INTERESES

- Documentales de temas especializados
- Arte/ literatura



SECCIONES DE INTERÉS EN EL DIARIO

LUNES A VIERNES

- Política: 64%
- Economía: 42%
- Temas de arte/ literatura: 31%
- Turismo: 20%
- Información sobre entretenimiento: 24%

FIN DE SEMANA

- Economía: 46%
- Turismo: 41%
- Vida social: 36%



Antonio Filomeno
de la Mesa
López, em-
baixador de
Portugal, María
Concepción
de la Mesa
López, emba-
jador Gustavo
Torres, Jorge
Sampayo
y Ana de
Sampayo



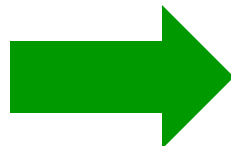
HÁBITOS DE COMPRA Y LECTURA DE DIARIOS



Más suscriptores

Coleccionables

Compra por:



DE LOS SEGMENTOS QUE **MÁS**
TIEMPO LE DEDICA

1 hora aproximadamente
en toda la semana



Lee el diario
acompañado de
su pareja o
familia.