

Resultados definitivos

Encuesta telefónica a suscriptores de la Revista del Consumidor 2011

10 de agosto de 2011





Metodología y conclusiones

Metodología

- **Objetivo.** Conocer los hábitos de lectura y opinión sobre el contenido y diseño de los lectores de la *Revista del Consumidor* (RC).
- **Población objetivo.** Personas físicas mayores de 18 años que leen la RC en hogares con suscripción.
- **Selección del entrevistado:** Se llamó a teléfonos con suscripción para pedir por el suscriptor; en caso de que esa persona no leyera la RC entonces se preguntaba por quien sí lo hace.
- **Cobertura geográfica:** La encuesta se aplicó telefónicamente en hogares con suscripción de todo el país.
- **Periodo de levantamiento:** Del 13 de julio al 5 de agosto de 2011.
- **Cuestionarios aplicados.** 353 respuestas de 29 estados.
- **Muestra:** Se marcó a 710 números telefónicos del listado proporcionado por el Departamento de Circulación de la Dirección General de Difusión de los suscriptores al 15 de mayo de 2011.



Conclusiones

- **Personal de Profeco genera los contenidos más exitosos de la *Revista del Consumidor*** (*Laboratorio de Profeco reporta 47%, Platillo Sabio 14%, y Tecnología doméstica 7%*) que son considerados por los lectores porque le dan información para decidir qué comprar (90%).

El gasto en colaboraciones no apoya la venta de suscripciones, inserciones o revistas, según se observa con ingresos y costos durante año y medio (2010 y 2011).

- El promedio de lectores (2.5) es menor al del mercado de revistas (3.8) de acuerdo con la Asociación Mexicana de Editores de Revistas (Amer) _1/.
- **En suscripciones influyen dos fuerzas contrarias:** *i. Negativa*, los rezagos en la entrega (36% la recibe en hasta dos semanas iniciado el mes) y que no se encuentra fácilmente (31%); *ii. Positivas* es interesante, útil, creíble, actual, diseño y no tiene competidores directos.

Esto explica que predomine:

- La intención de suscribirse (88%).
- Que se lea con detenimiento (41% a 43%).
- Sin embargo, prevalece la respuesta *Sólo lee algunas secciones* (54%) y la opción de *recomendarla siempre* no sea tan grande (56%) como se supondría.
- **Hay un problema de distribución en opinión de los suscriptores:** el principal motivo de suscripción es *No la encuentra fácilmente*, pero se devuelva el 50% de las Revistas en venta.
- **La *Revista del Consumidor* no genera nuevos suscriptores a pesar de que tiene lectores.** En promedio han estado leyendo la revista por 6 en comparación de 4 de suscripción.



_1/ *EL Universal*, 3 de agosto de 2011. Esta asociación se creó recientemente con seis fundadores: Editorial Televisa, Grupo Editorial Expansión, Impresiones Aéreas, Conde Nast, Grupo Medios y Armonía.

Conclusiones

- Secciones individuales y la revista en su conjunto generan una percepción positiva. El estudio de calidad contrasta con las últimas tres secciones reportadas.

Sección	Positivo (Ayuda)	Negativo (No ayuda)	Diferencia
Laboratorio de Profeco reporta	53%	3%	+50%
Platillo sabio	16%	1%	+15%
Tecnología doméstica	8%	0%	+8%
Toda la revista	6%	1%	+5%
Comparativo de precios	3%	0%	+3%
Esta es tu voz	2%	0.3%	+1.7%
Reportaje especial	1%	0.3%	+1.7%
Diván de nutrición	1%	0%	+1%
Contenido neto	0.3%	0%	+0.3%
Mito urbano	0.3%	0%	+0.3%
El turno de...	0.3%	0%	+0.3%

- La competencia directa es mínima y dentro de ella se mencionan principalmente:** *OnceTV, Google, El Universal y Reforma, Selecciones del Reader's Digest y Radio Fórmula, Radio Educación, La Hora Nacional y Fernanda Familiar*, así como libros de nutrición.
- La Revista del Consumidor puede ser confundida con una revista de cocina.**
- De enero de 2010 a junio de 2011 la RC registró un déficit de \$5.2 millones de pesos.**



Vivir Mejor



Profeco

Procuraduría Federal del Consumidor

Conclusiones

- **Con respecto a contenido:**
 - **Los lectores no sugieren temas diferentes a los actuales.** Las respuesta *Ningún otro*, *Ampliar la información* y *No contestó* suman 72%. Quienes dan opciones señalan *Nutrición y salud* y *Finanzas personales y economía*.
 - **Aunque 77% indicó que preferiría que no desapareciera alguna sección, 17% mencionó a *Consumán*** por encima de seis opciones.
- **Perfil del lector a partir de las mayores frecuencias:**
 - **Mujeres** (59% de los entrevistados).
 - **Edad de 56 años en adelante** (50%)
 - **Casados** (72%).
 - Son **jefes de familia** (63%).
 - Como ocupación se reporta **Hogar y Empleado** con un porcentaje similar (25%) y *Jubilado o pensionado* (24%).
 - **Licenciatura** (46%).
 - El **ingreso personal** se ubica en más de 13 mil pesos (26%), aunque un porcentaje similar no quiso responder. El **ingreso familiar** es de más de 13 mil pesos y 48% prefirió no mencionarlo.
 - Se **ubican en DF** (42%), Estado de México (12%) y Jalisco (9%).

Resumen de resultados



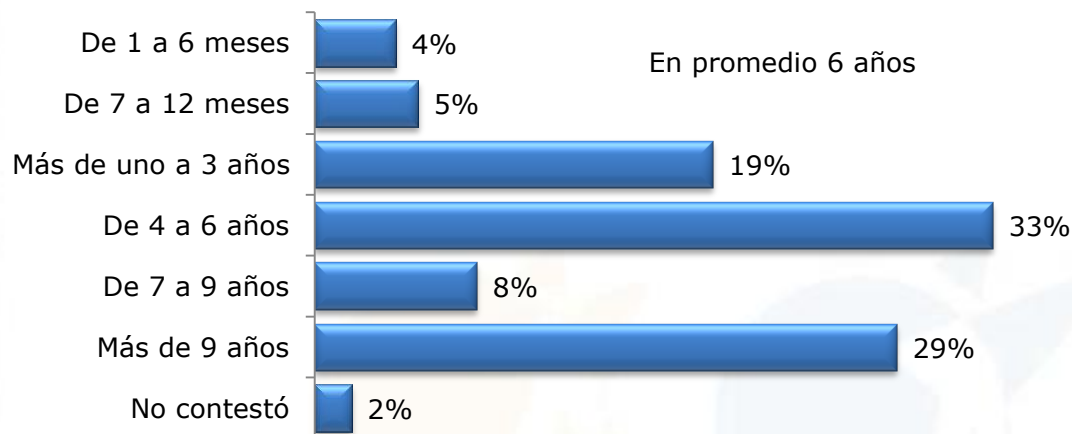


Resultados



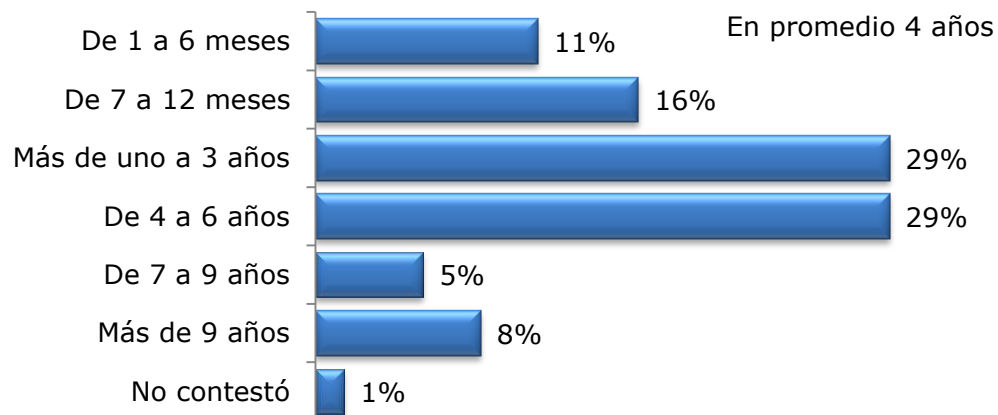
Suscripción

¿Desde hace cuánto tiempo lee esta revista?
(Sólo suscriptores)



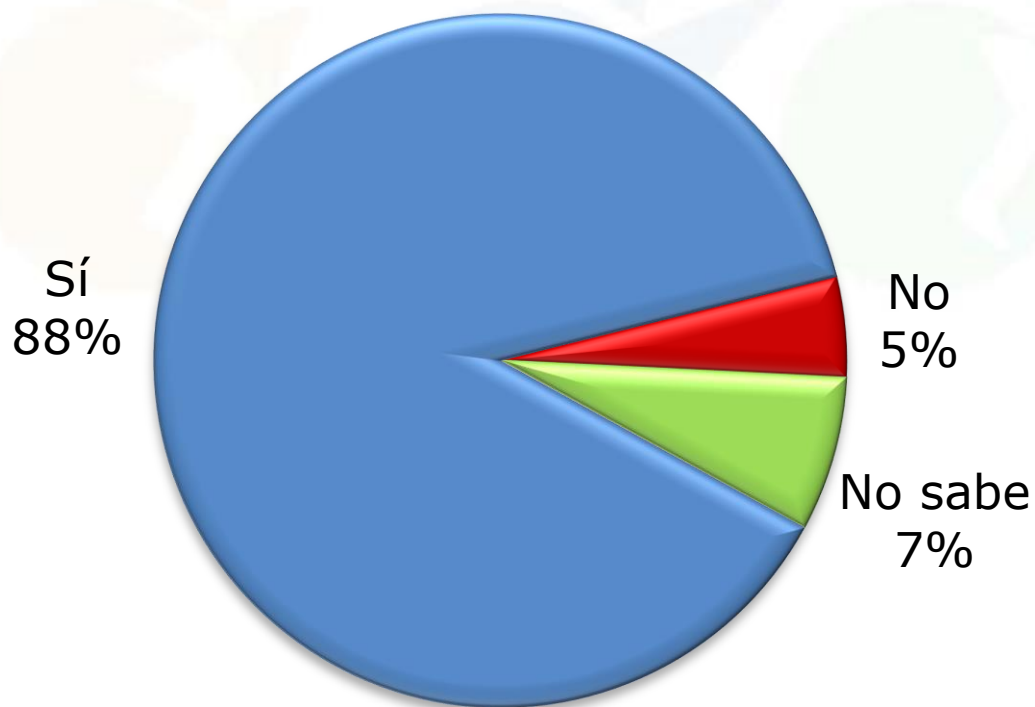
La suma de los porcentajes puede no sumar 100% por el redondeo de cifras

¿Desde hace cuánto tiempo está usted suscrito a la Revista del Consumidor en este hogar?
(Sólo suscriptores)



La suma de los porcentajes puede no sumar 100% por el redondeo de cifras

¿Tiene intención de renovar su próxima suscripción?
(Sólo suscriptores)

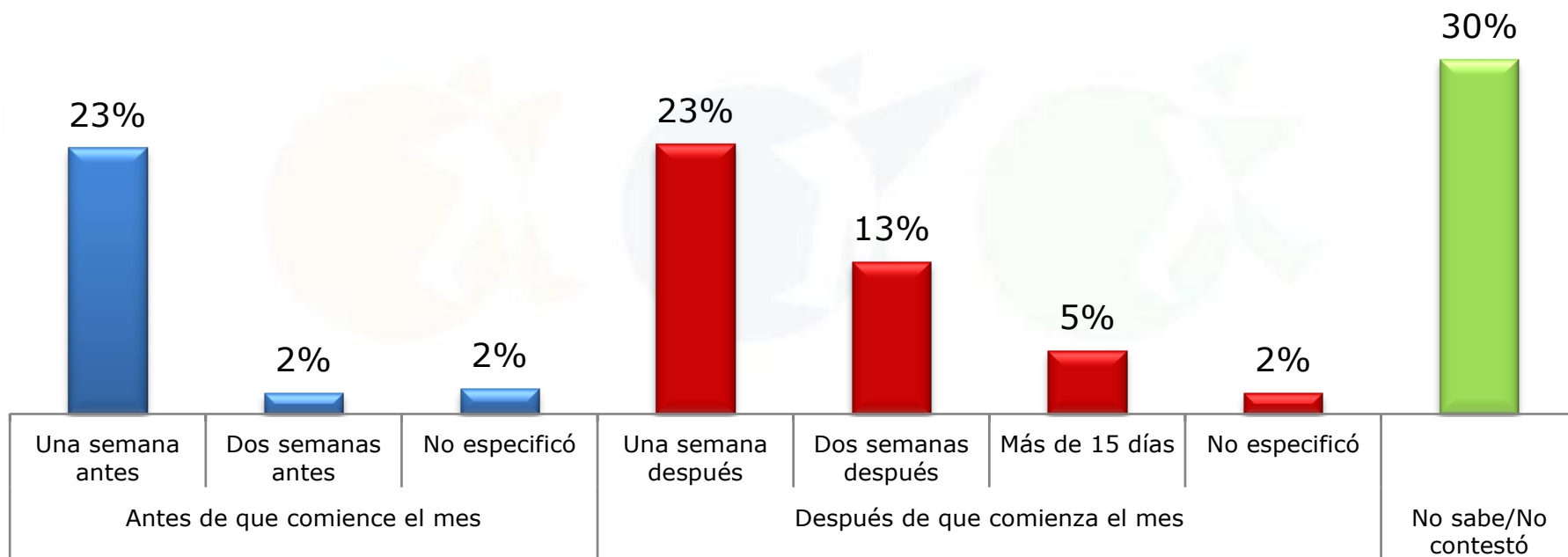


¿Cuál es la razón principal por la que usted prefiere estar suscrito a la Revista del Consumidor en lugar de comprarla directamente?
(Sólo suscriptores)



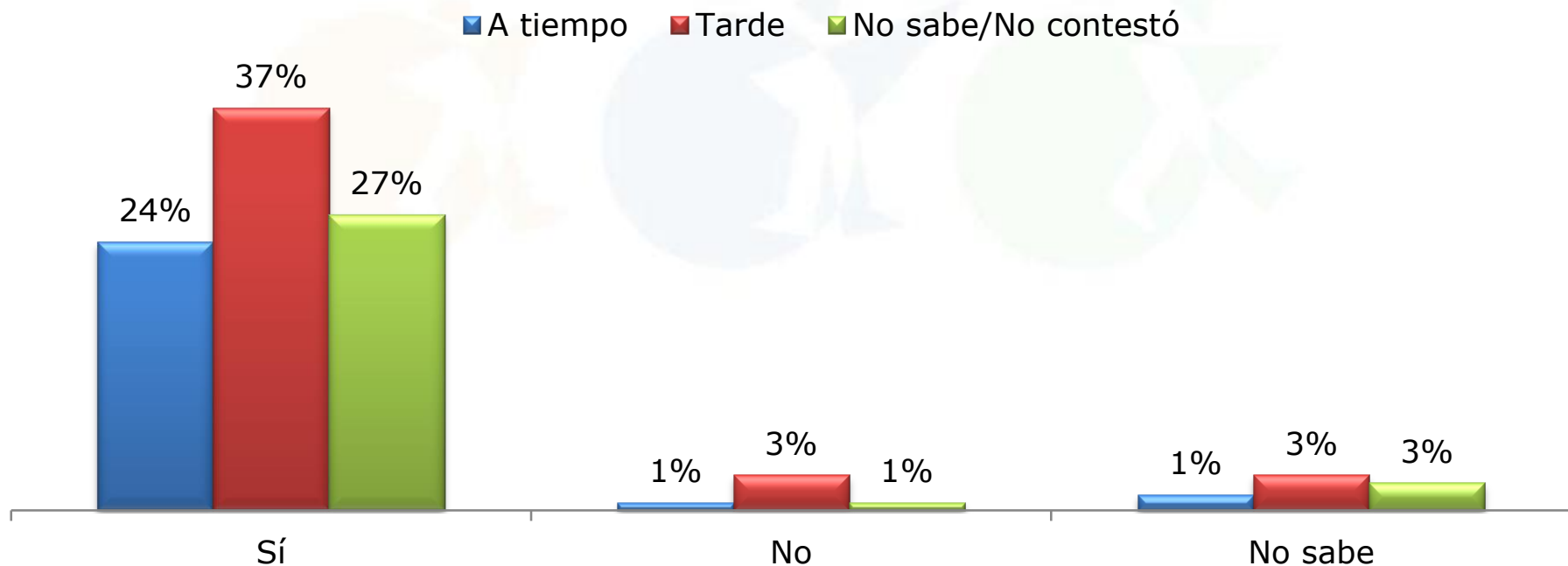
La suma de los porcentajes puede no sumar 100% por el redondeo de cifras

Regularmente, ¿usted recibe la revista del mes en su domicilio...? (Sólo suscriptores)



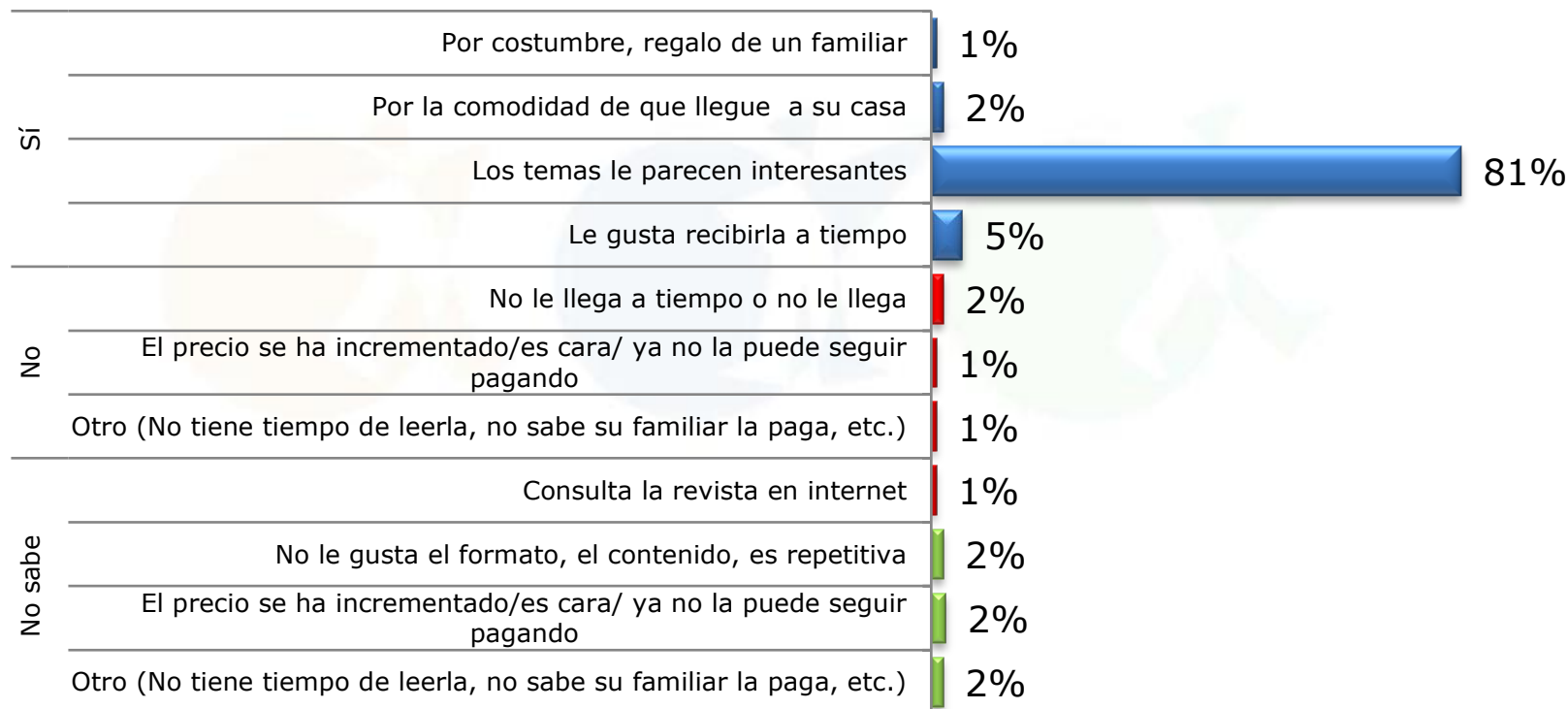
La suma de los porcentajes puede no sumar 100% por el redondeo de cifras

¿Usted recibe la revista del mes en su domicilio...? ¿Tiene intención de renovar su próxima suscripción?
(Sólo suscriptores)



La suma de los porcentajes puede no sumar 100% por el redondeo de cifras

¿Tiene intención de renovar su próxima suscripción? ¿Por qué? (Sólo suscriptores)

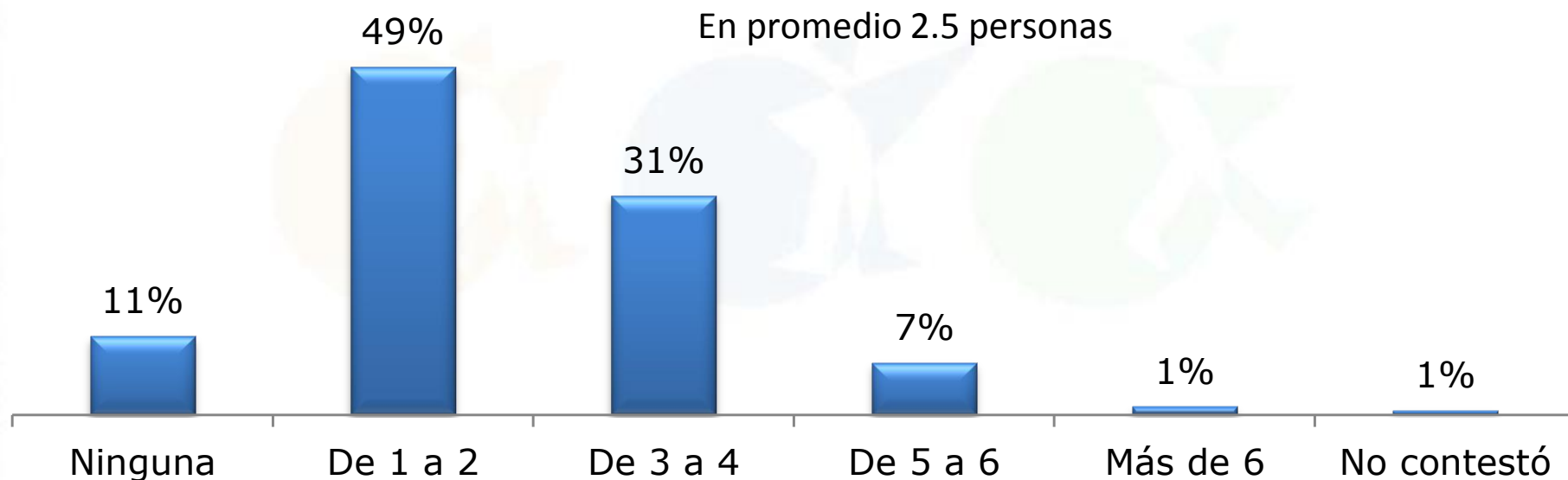


La suma de los porcentajes puede no sumar 100% por el redondeo de cifras



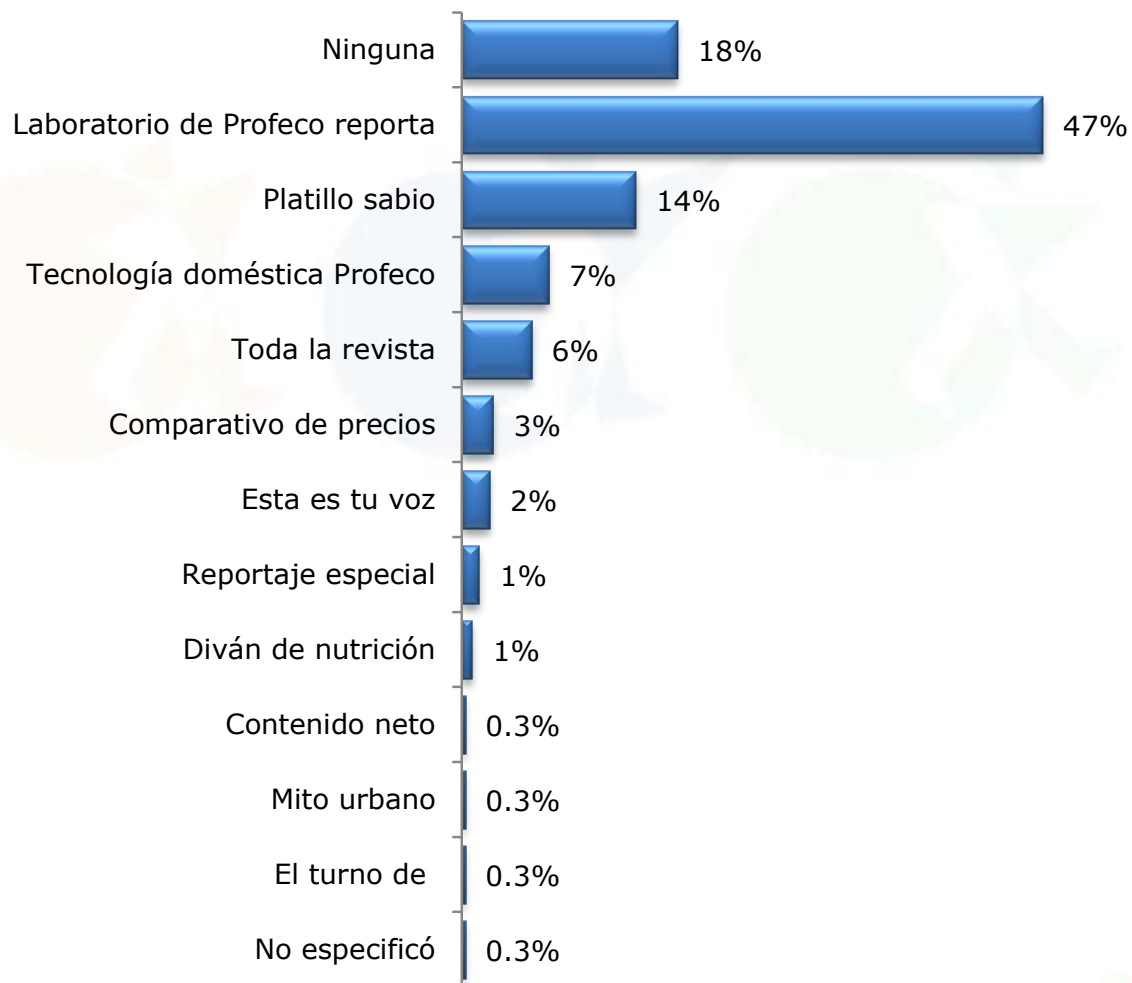
Contenido

¿Cuántas personas más en este hogar, además de usted, leen la revista?



La suma de los porcentajes puede no sumar 100% por el redondeo de cifras

De la Revista del Consumidor, ¿cuáles son las secciones que usted más lee?

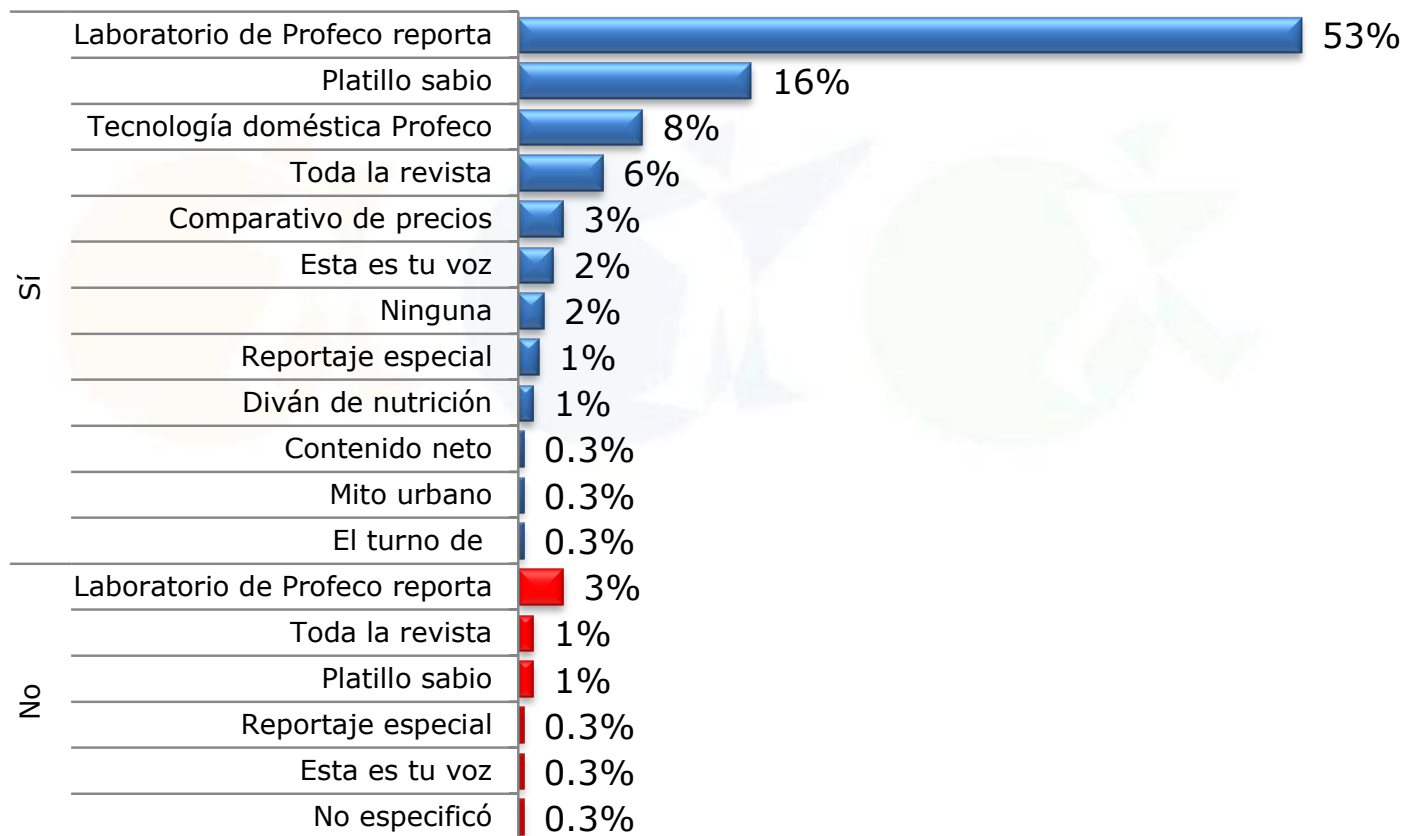


La suma de los porcentajes puede no sumar 100% por el redondeo de cifras

¿Estas secciones, o alguna de ellas, le ayudan a tomar mejores decisiones de consumo o de compra?

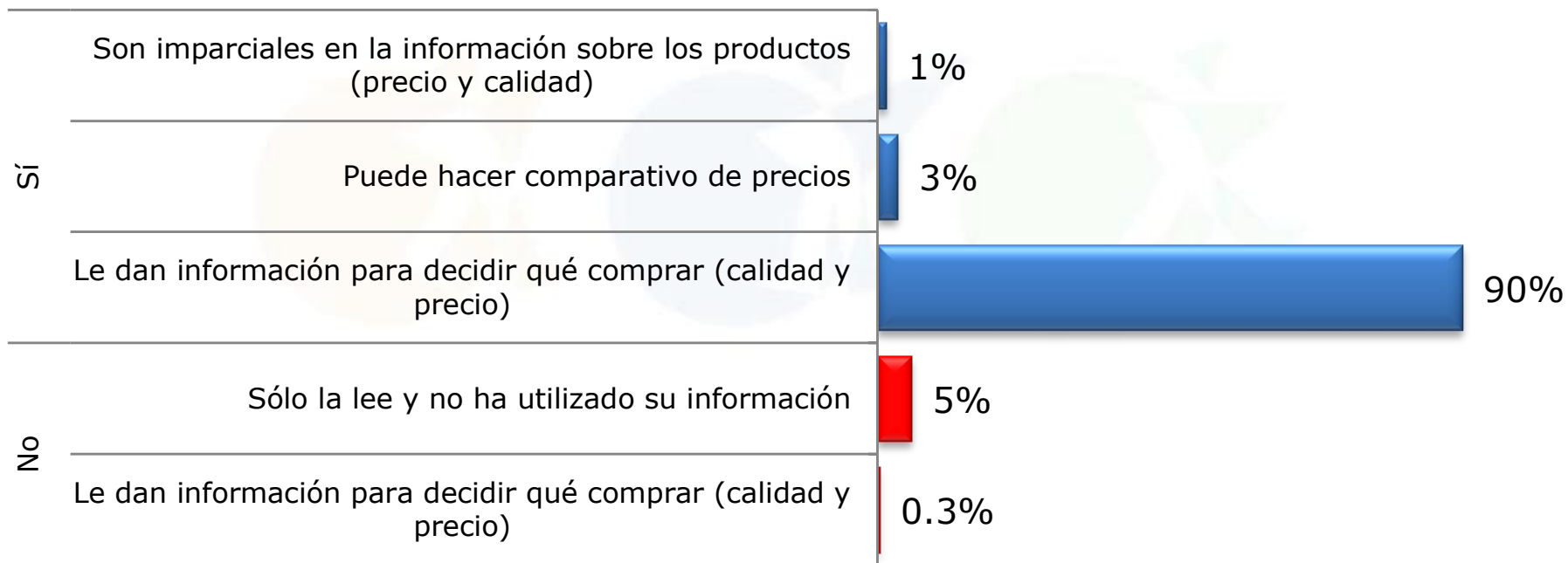


¿Cuáles son las secciones que usted más lee ...? ¿Éstas le ayudan a tomar mejores decisiones de consumo o de compra?



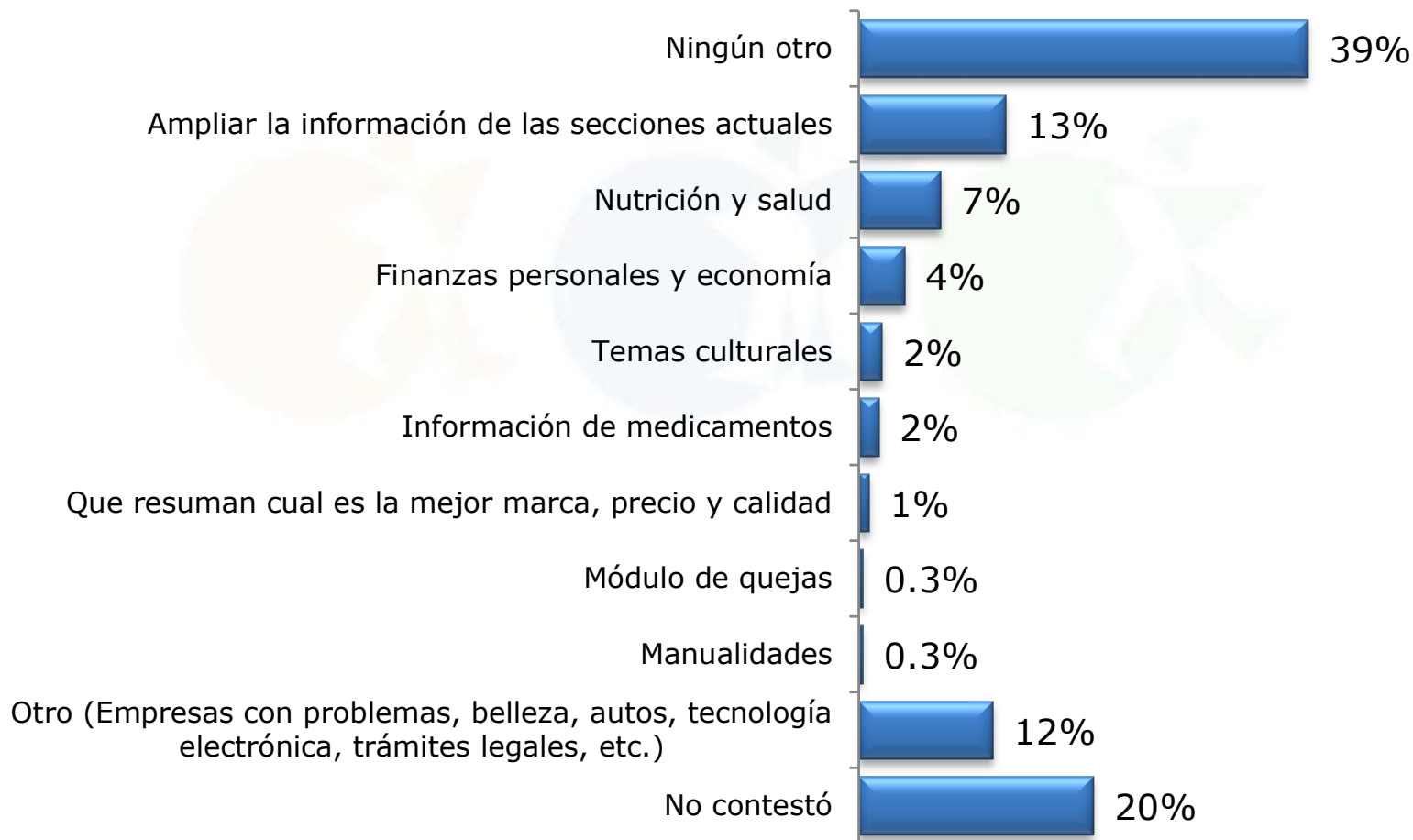
La suma de los porcentajes puede no sumar 100% por el redondeo de cifras

¿Estas secciones, o alguna de ellas, le ayudan a tomar mejores decisiones de consumo o de compra? ¿Por qué?



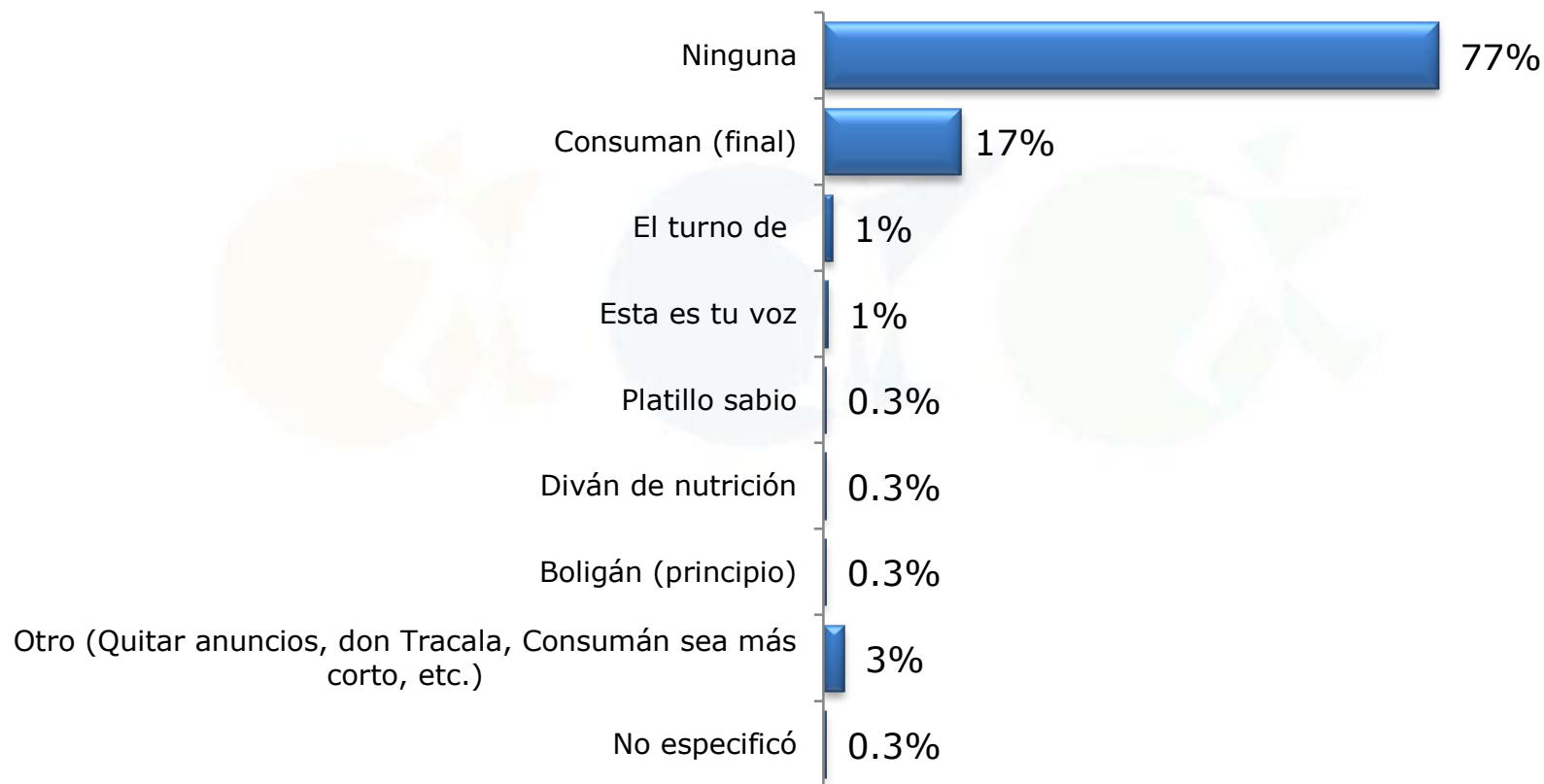
La suma de los porcentajes puede no sumar 100% por el redondeo de cifras

¿Qué otros temas que no aparecen le gustaría encontrar en la revista?



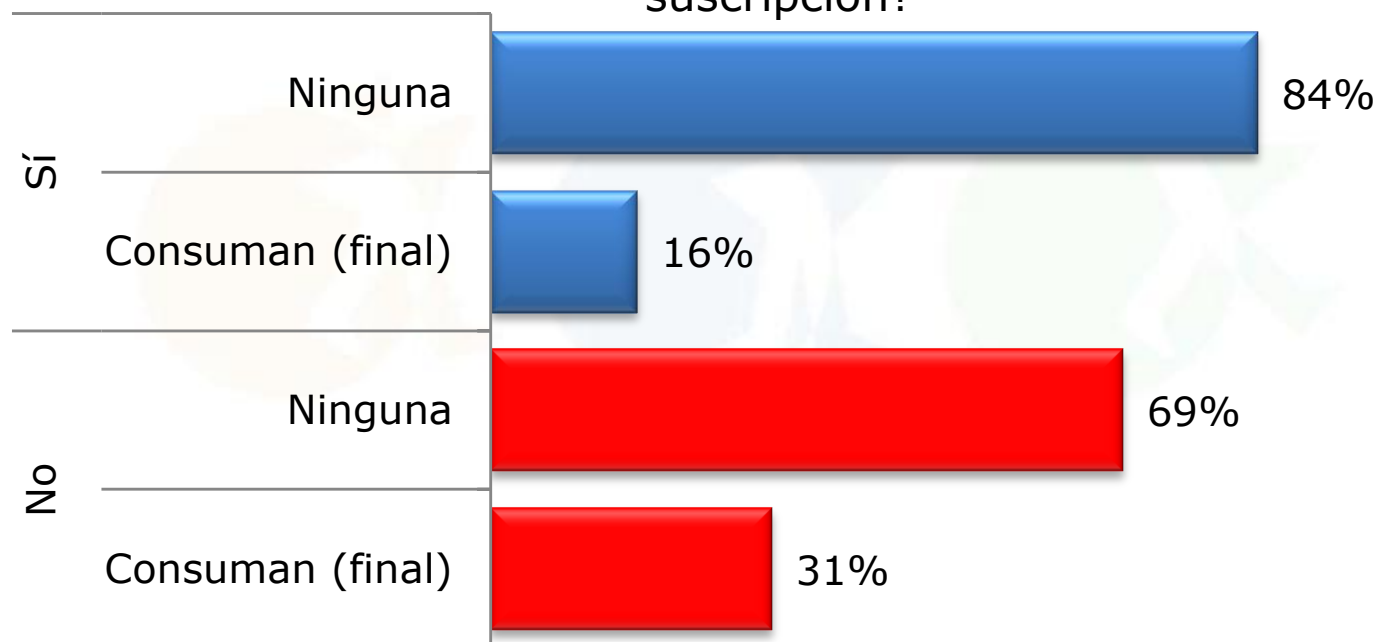
La suma de los porcentajes puede no sumar 100% por el redondeo de cifras

¿Qué secciones preferiría que ya no aparecieran en la Revista del Consumidor?



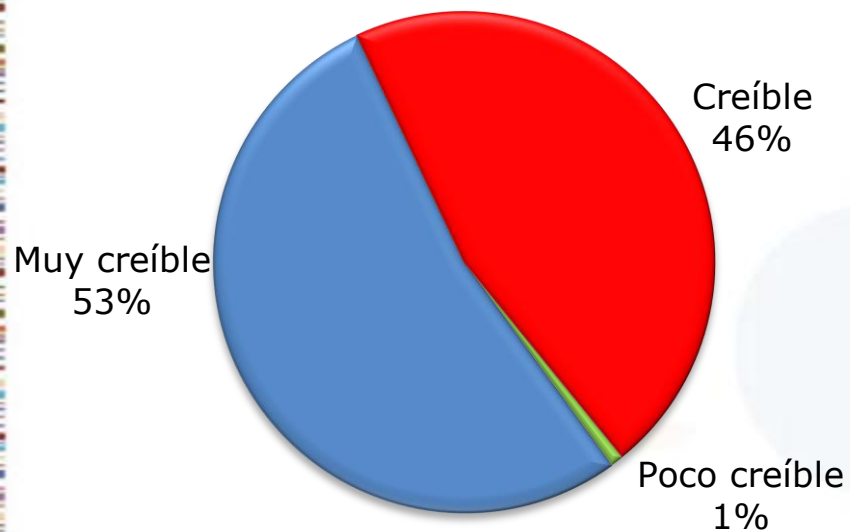
La suma de los porcentajes puede no sumar 100% por el redondeo de cifras

¿Qué secciones preferiría que ya no aparecieran en la Revista del Consumidor? ¿Tiene intención de renovar su próxima suscripción?

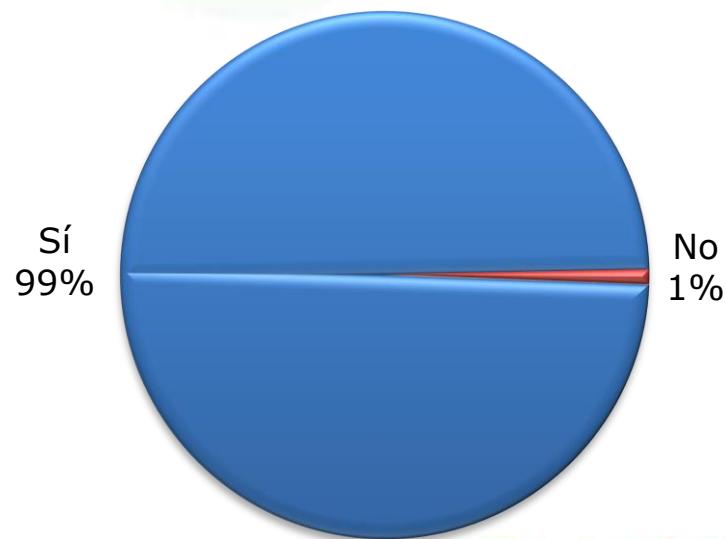


La suma de los porcentajes puede no sumar 100% por el redondeo de cifras

¿Qué tan creíble le parece el contenido de los artículos de la revista?

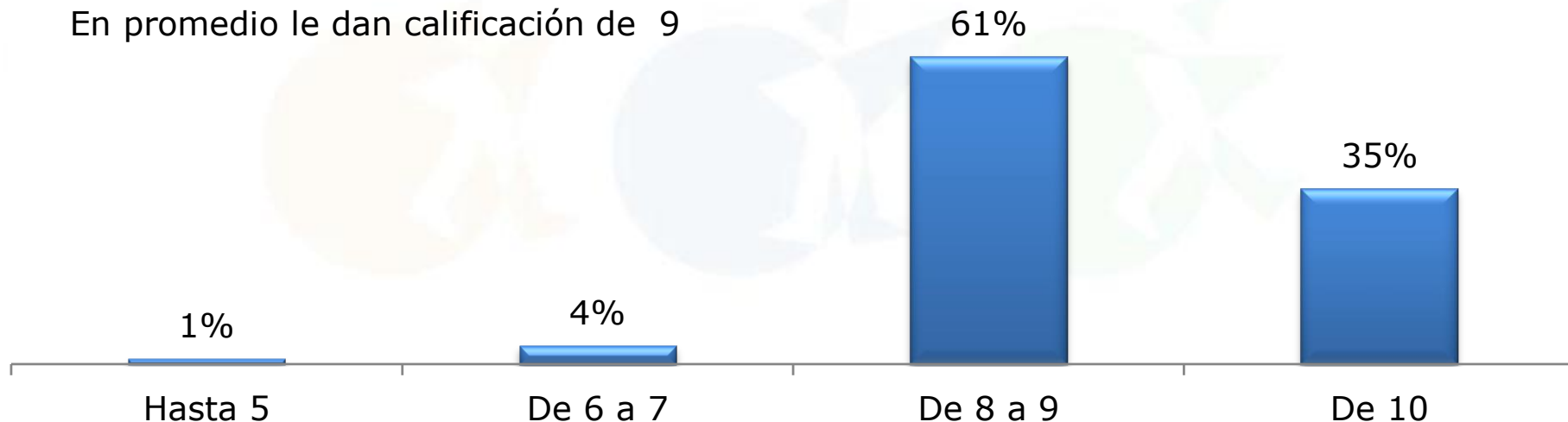


¿Considera que el contenido de los artículos de la revista es actual?



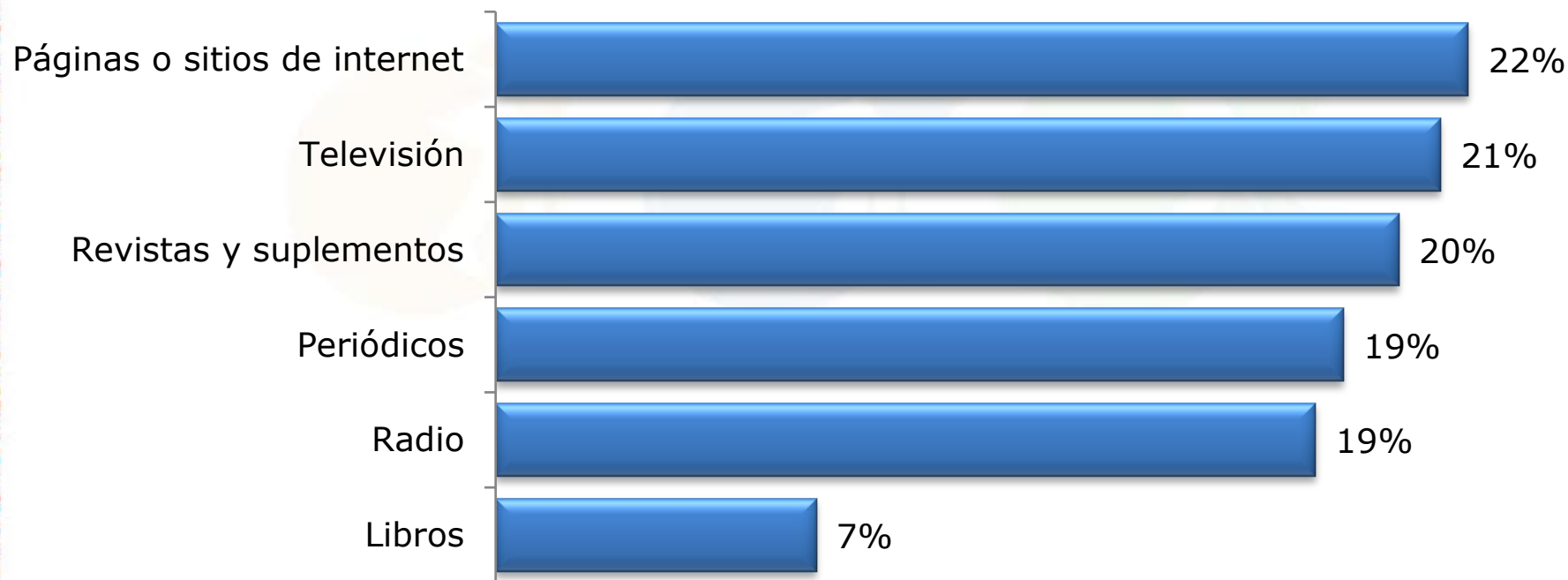
En lo que se refiere al diseño, la forma en que se presentan los contenidos, ¿qué calificación le daría al diseño de la revista?

En promedio le dan calificación de 9



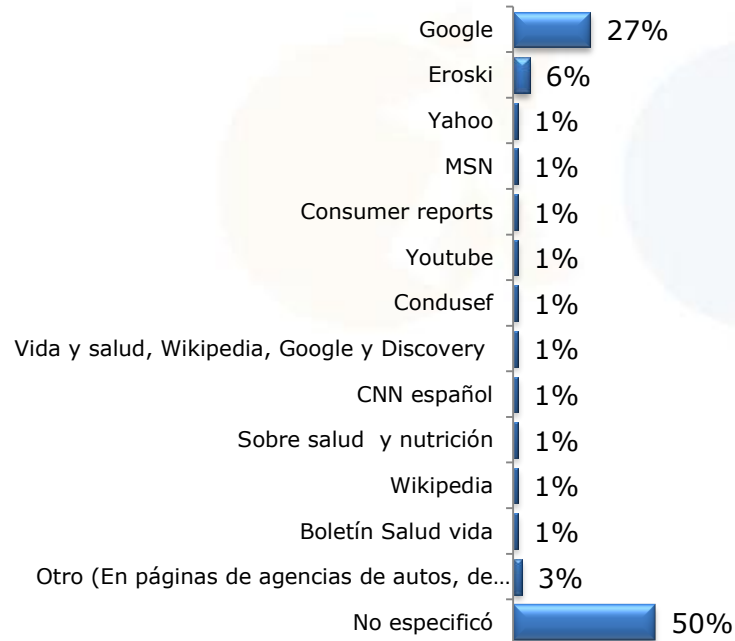
La suma de los porcentajes puede no sumar 100% por el redondeo de cifras

¿Encuentra temas afines o semejantes a los que se tratan en la
Revista del Consumidor en ...?
(Respuestas positivas para cada medio)

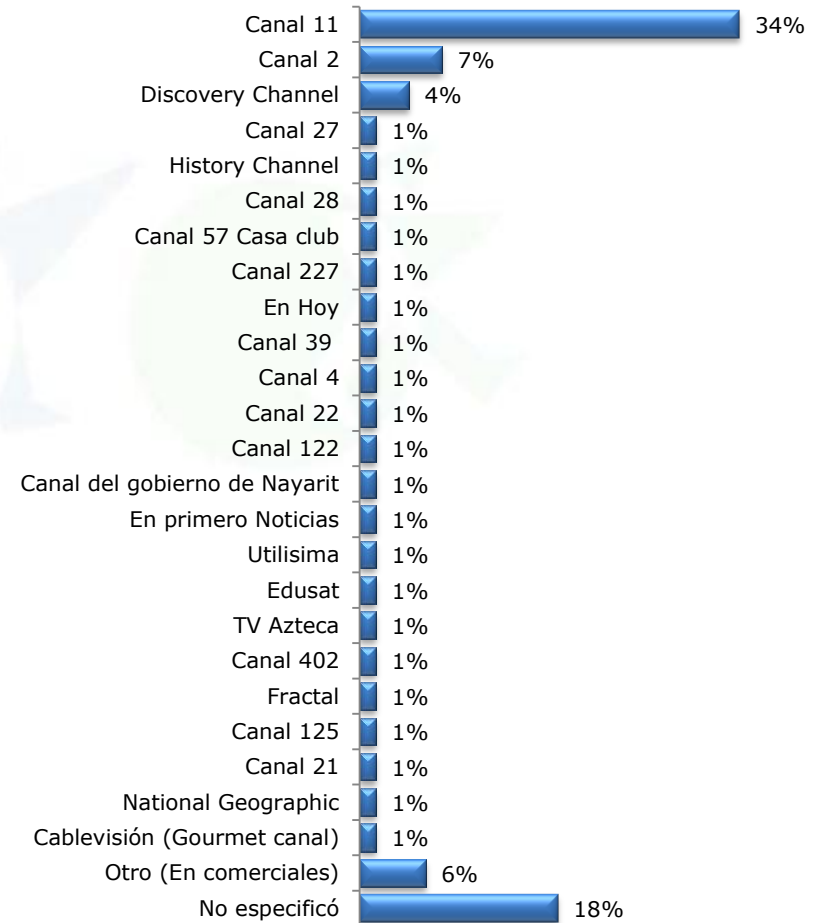


¿En qué canales o programas de televisión ha encontrado estos temas afines o semejantes a los que trata en la revista?
(Sólo quienes contestaron en televisión)

¿En qué páginas o sitios de internet ha encontrado estos temas afines o semejantes a los que trata en la revista?
(Sólo quienes contestaron en sitios de internet)

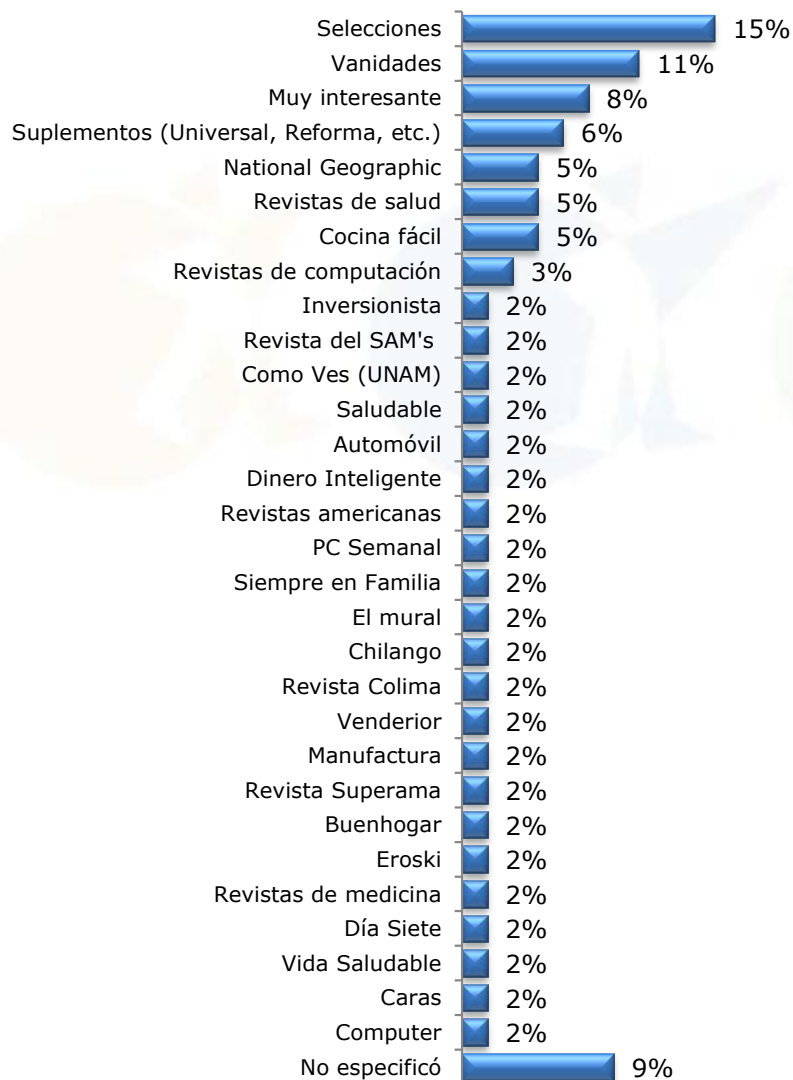


La suma de los porcentajes puede no sumar 100% por el redondeo de cifras



La suma de los porcentajes puede no sumar 100% por el redondeo de cifras

¿En qué revistas y suplementos ha encontrado estos temas afines o semejantes a los que trata en la revista?
(Sólo quienes contestaron en revistas y suplementos)



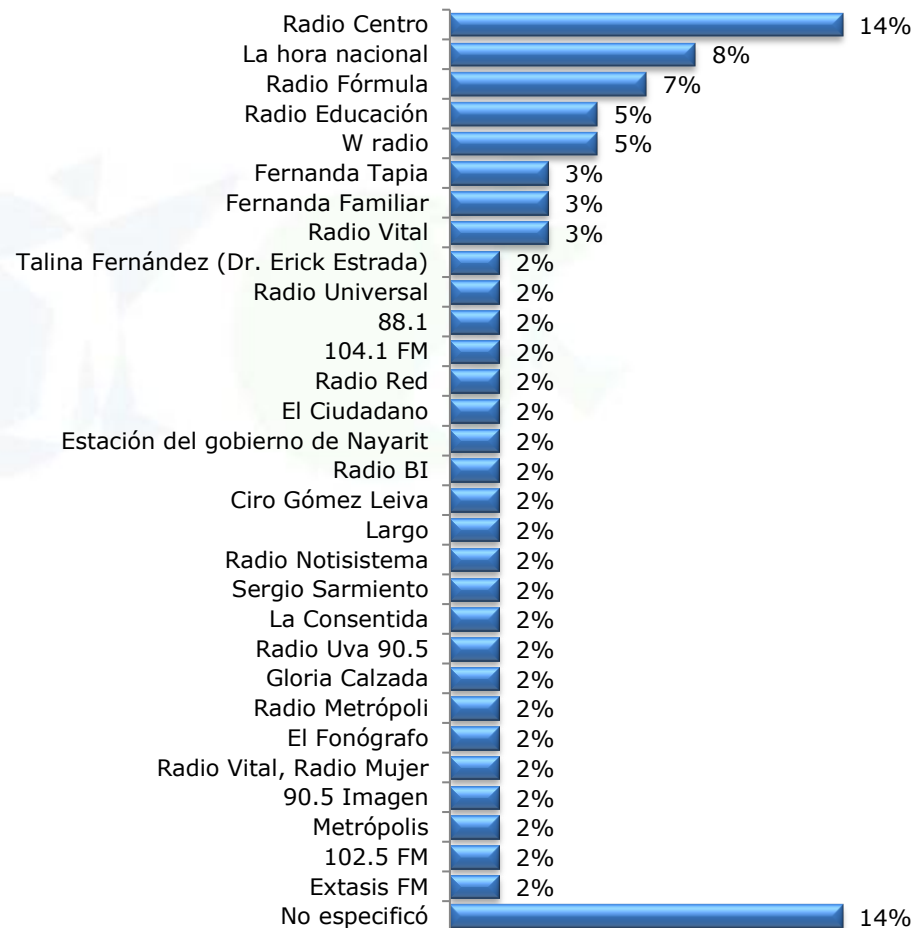
La suma de los porcentajes puede no sumar 100% por el redondeo de cifras

¿En qué periódicos ha encontrado estos temas afines o semejantes a los que trata en la revista?
(Sólo quienes contestaron en periódicos)



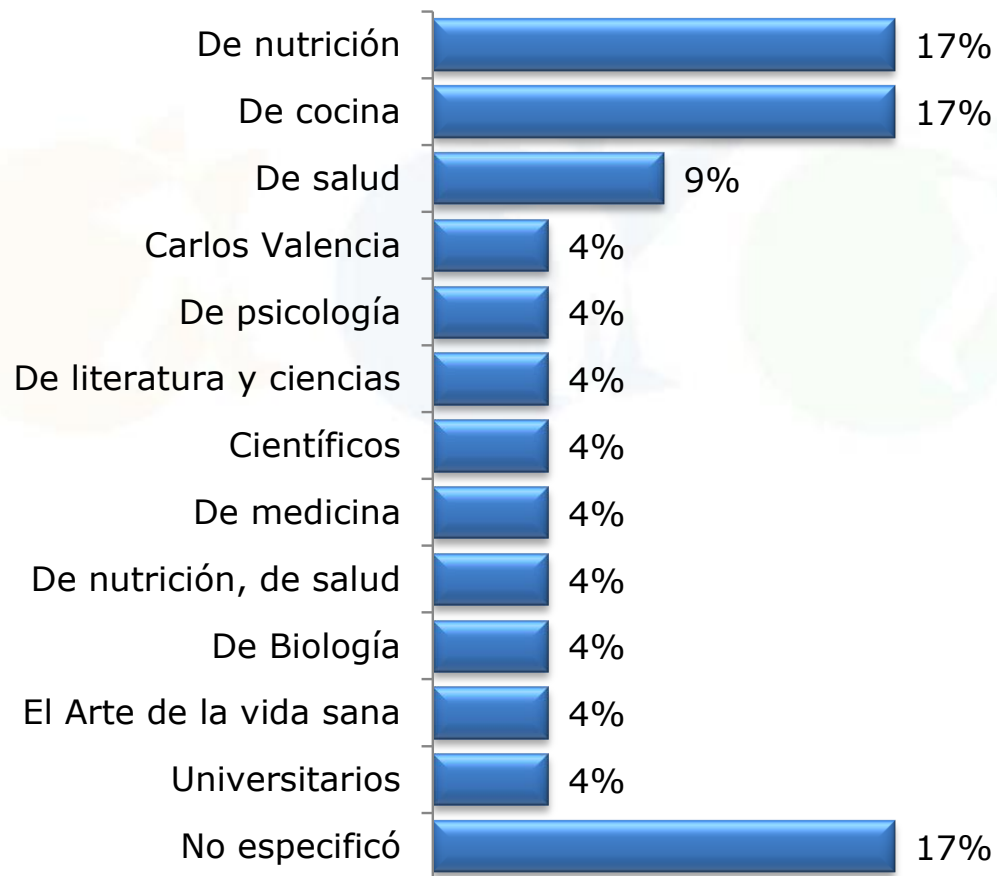
La suma de los porcentajes puede no sumar 100% por el redondeo de cifras

¿En qué estaciones o programas de radio ha encontrado estos temas afines o semejantes a los que trata en la revista?
(Sólo quienes contestaron en radio)



La suma de los porcentajes puede no sumar 100% por el redondeo de cifras

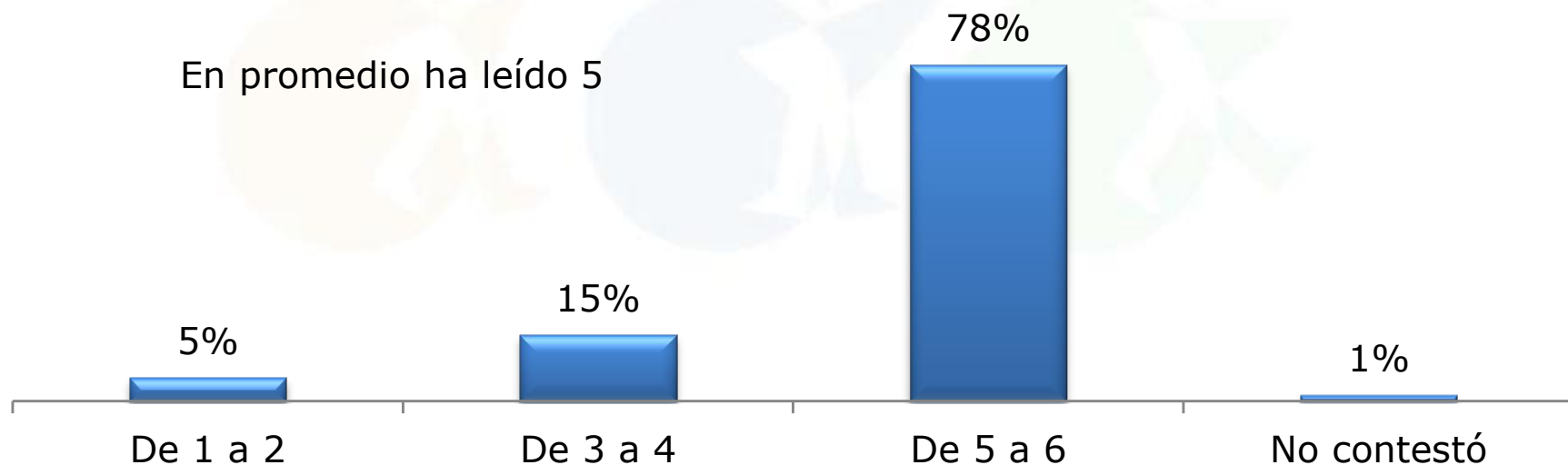
¿En qué libros ha encontrado estos temas afines o semejantes a los que trata en la revista?
(Sólo quienes contestaron en libros)





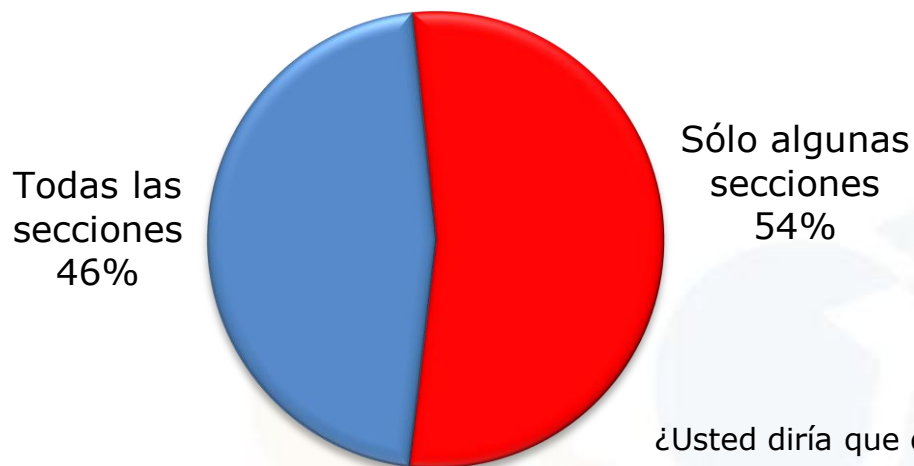
Hábitos de lectura

¿Cuántos de los últimos seis números de la revista usted ha leído, ya sea toda la revista o algunas secciones?

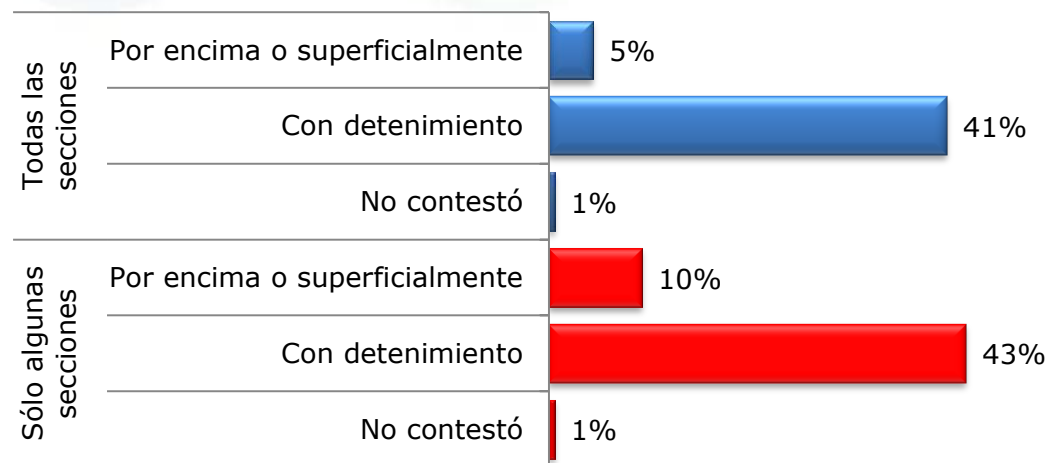


La suma de los porcentajes puede no sumar 100% por el redondeo de cifras

¿Usted diría que de esta revista generalmente lee ...?

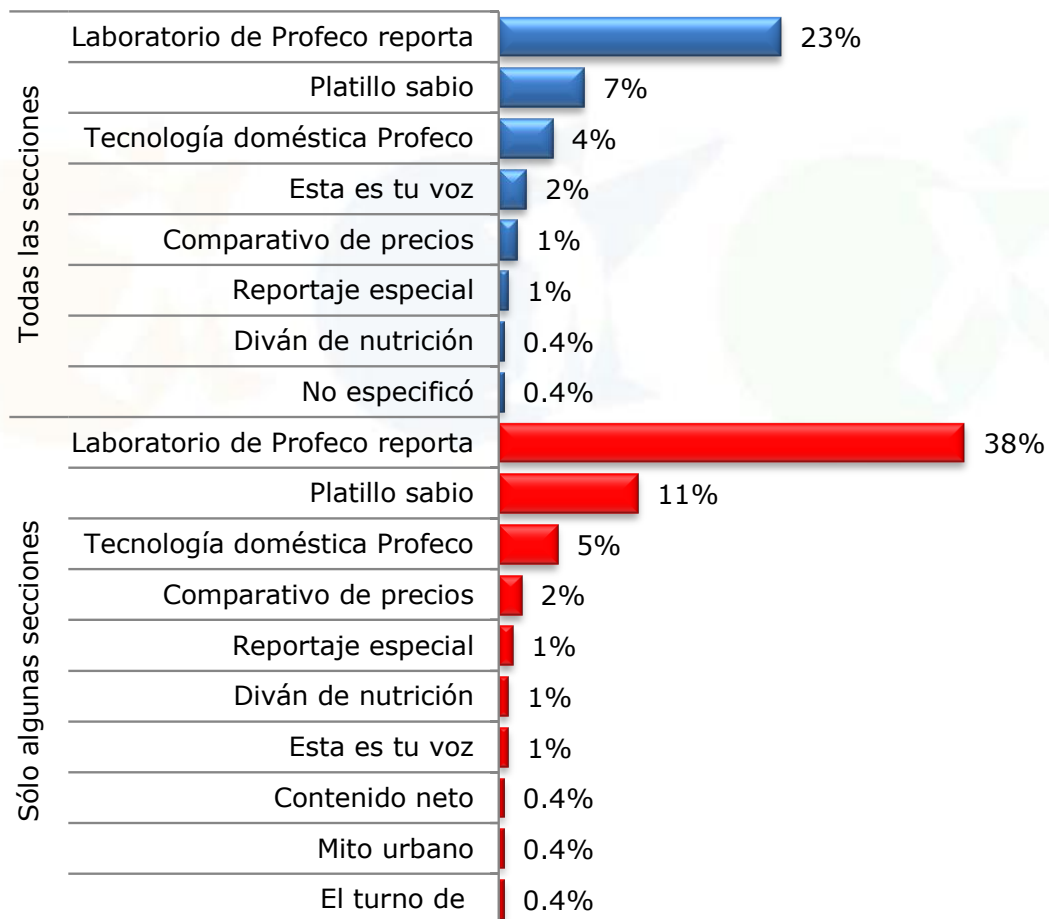


¿Usted diría que de esta revista generalmente lee ...? ¿Cómo lo lee ...?



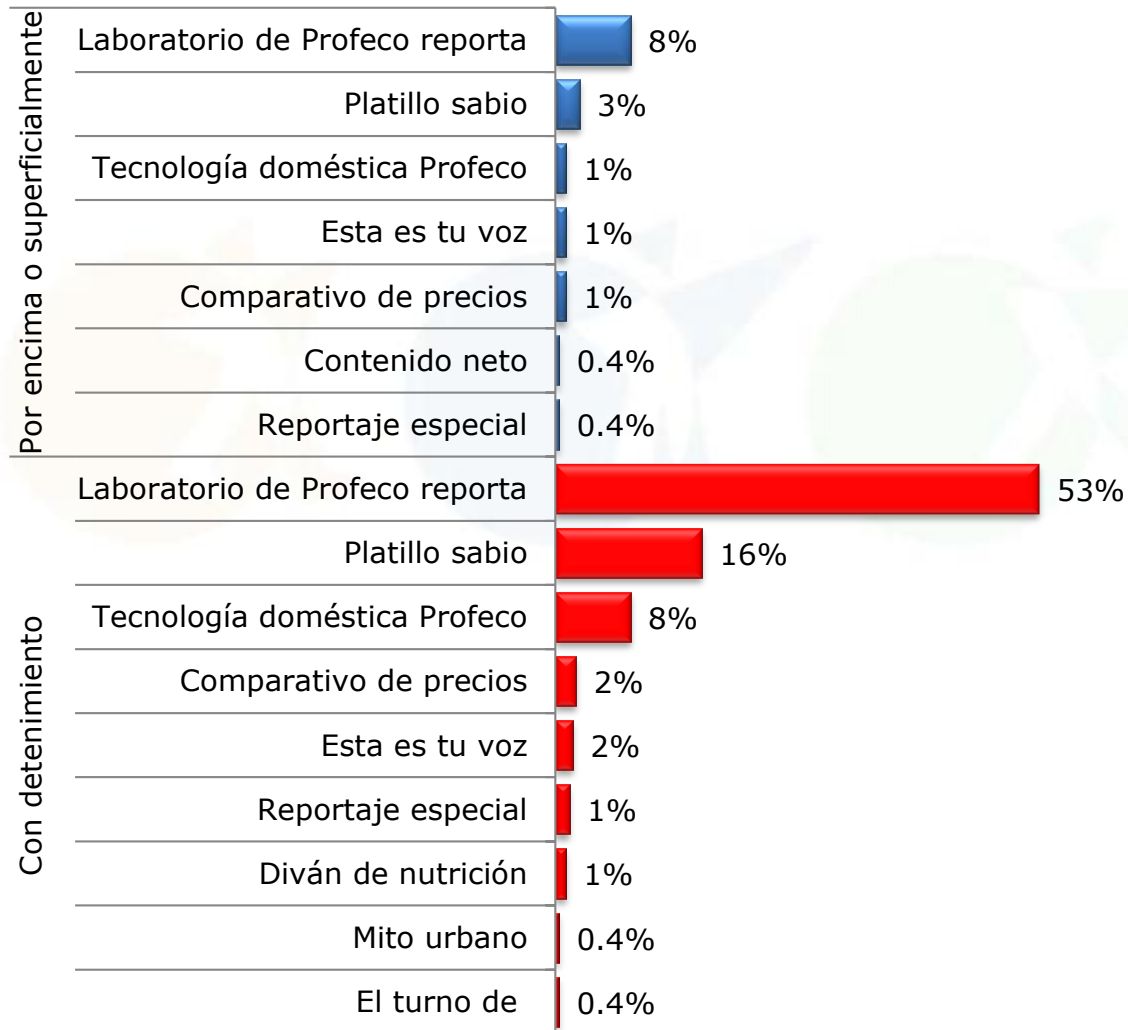
La suma de los porcentajes puede no sumar 100% por el redondeo de cifras

¿De esta revista generalmente lee ...? ¿Cuáles son las secciones que usted más lee?



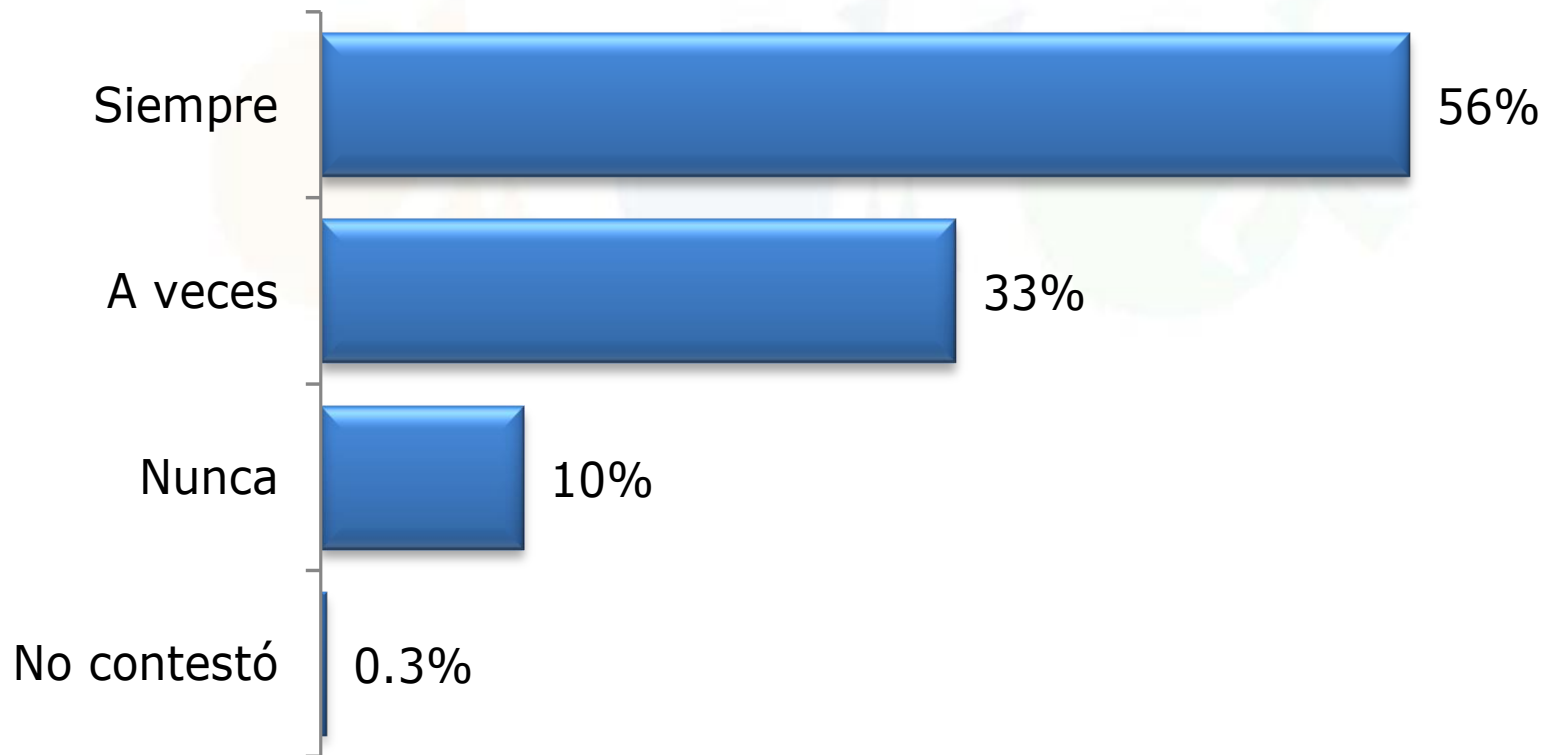
La suma de los porcentajes puede no sumar 100% por el redondeo de cifras

¿Cuáles son las secciones que más lee...? ¿Usted diría que las lee ...?



La suma de los porcentajes puede no sumar 100% por el redondeo de cifras

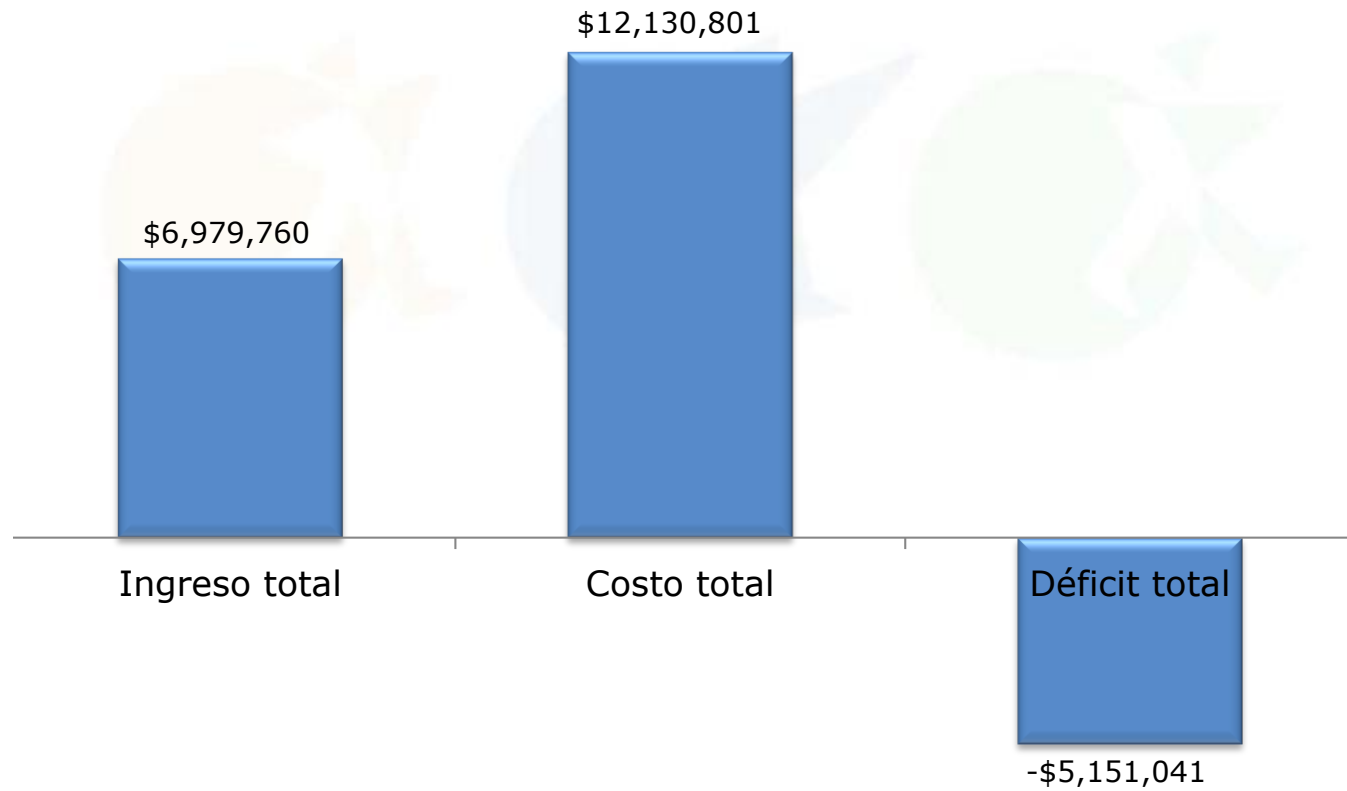
¿Usted recomienda o da a leer a otras personas esta revista ?



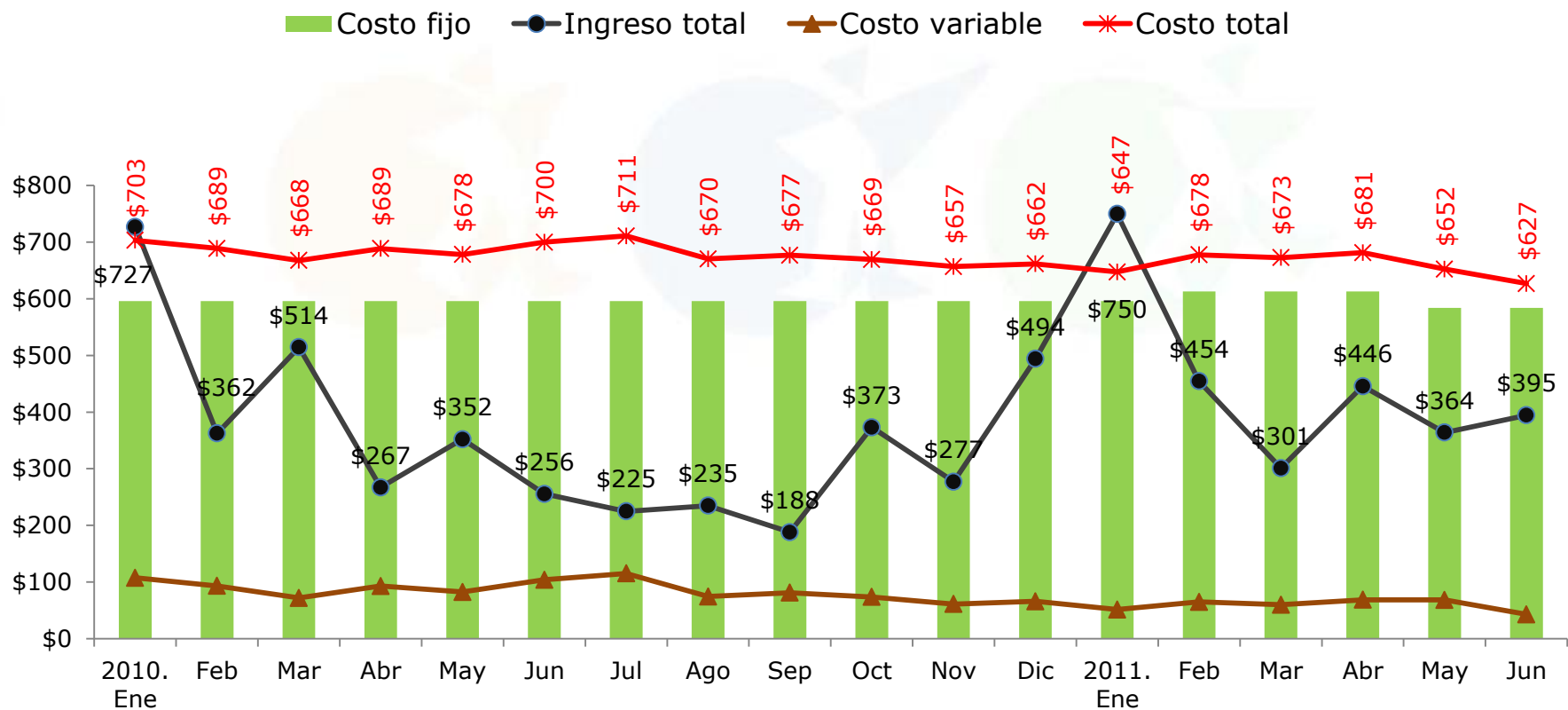



Datos financieros relevantes

Ingreso, costo y déficit total de la Revista del Consumidor (Enero 2010 a junio 2011)



Ingreso y costos mensuales de la Revista del Consumidor (Enero 2010 a junio 2011, miles de pesos)





Características sociodemográficas

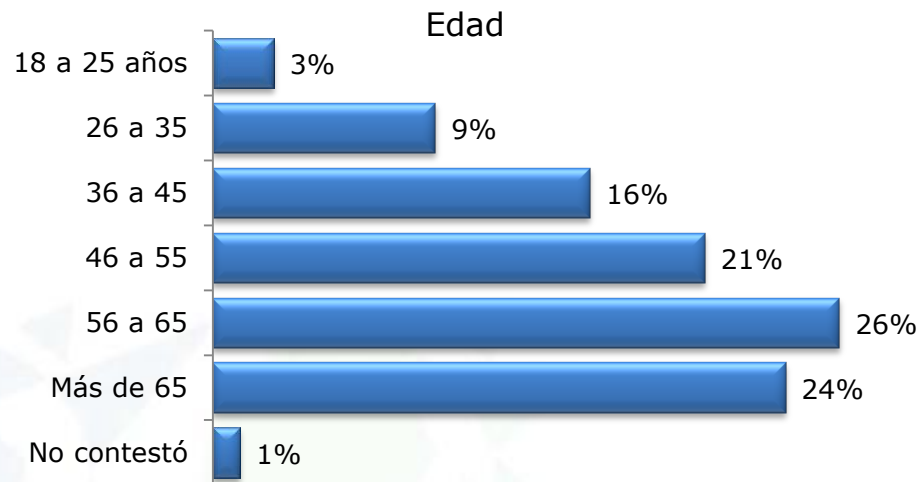


Femenino
59%



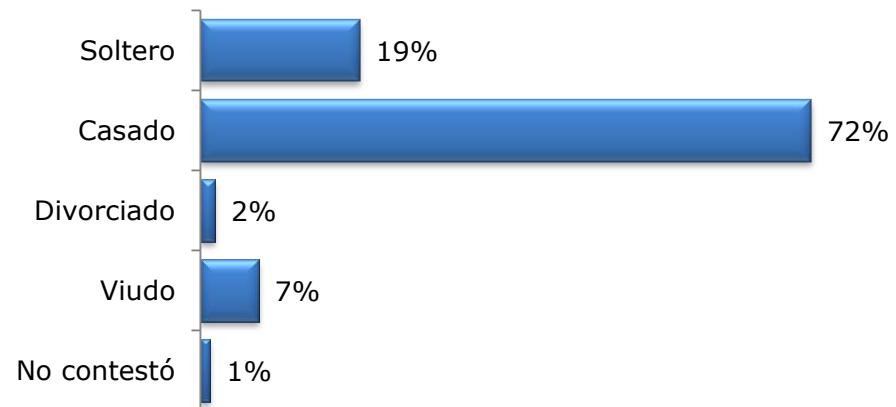
Género

Masculino
41%



Edad

Estado civil



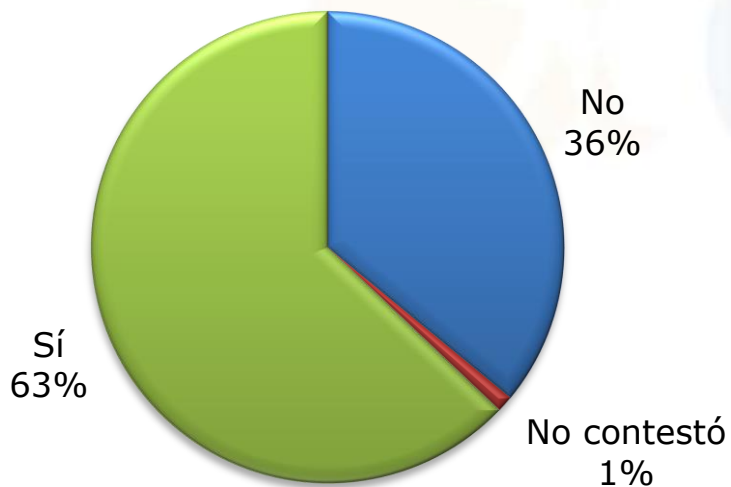
Vivir Mejor



Profeco

Procuraduría Federal del Consumidor

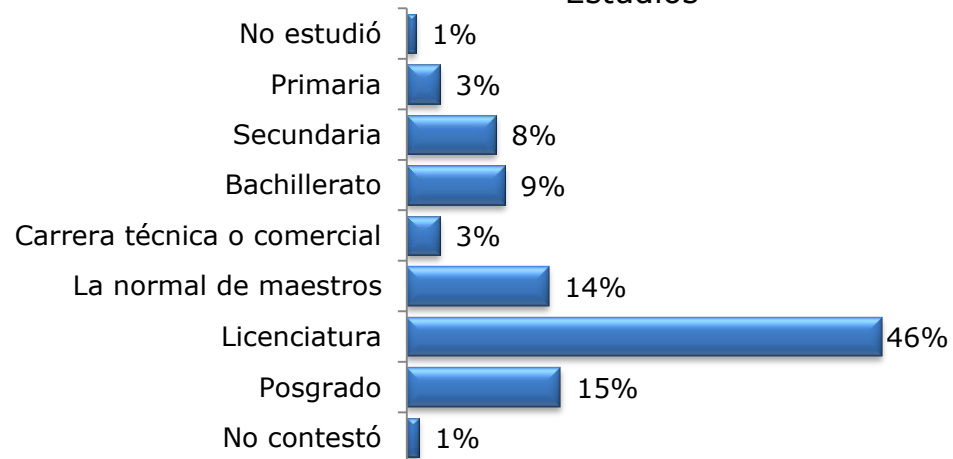
¿Es usted el jefe de familia?



Ocupación



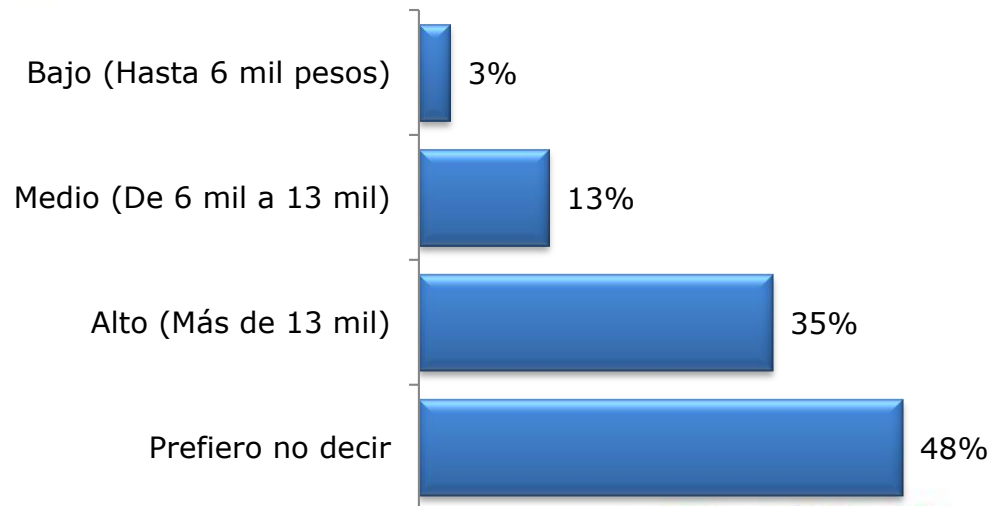
Estudios



Ingreso personal



Ingreso familiar



Estado

