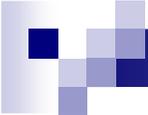


INFORME - DATAMEDIA

Medición regular de lectoría de prensa escrita y digital

Junio nro. 1



Metodología y Ficha técnica

1. **Universo:** individuos habitantes de la ciudad de Montevideo mayores de 11 años.
2. **Alcance:** Montevideo Urbano / Mayo 2010
3. **Técnica:** Encuesta telefónica a individuos en hogares, con formulario cerrado (precodificado) en base a 15 preguntas
4. **Muestra:** aleatoria, probabilística, **estratificada representativa por** nivel socioeconómico, sexo edad, y zona. **Total: 840 casos** con un margen de error de $\pm 2,8$ % para semana, días hábiles, fin de semana.
5. **Gestión:** todo el relevamiento, la supervisión, procesamiento de datos y Análisis de la información, fue realizada sin tercerizaciones directamente por Data Media.

Metodología y Ficha técnica

1. **Universo:** Individuos habitantes de Montevideo urbano mayores de 11 años según se describe a continuación

Composición por sexo y edad *

Edad	Montevideo		
	Masc.	Fem.	Total
12 a 29 años	185.282	187.124	372.406
30 a 49 años	162.509	177.867	340.376
50 años y más	158.568	235.568	394.136
TOTAL	506.359	600.559	1,106.918

* En base a datos del INE (2004)

** En base a datos del Índice de Nivel Socioeconómico de la CAINSE (febrero/marzo 2005)

Metodología y Ficha técnica

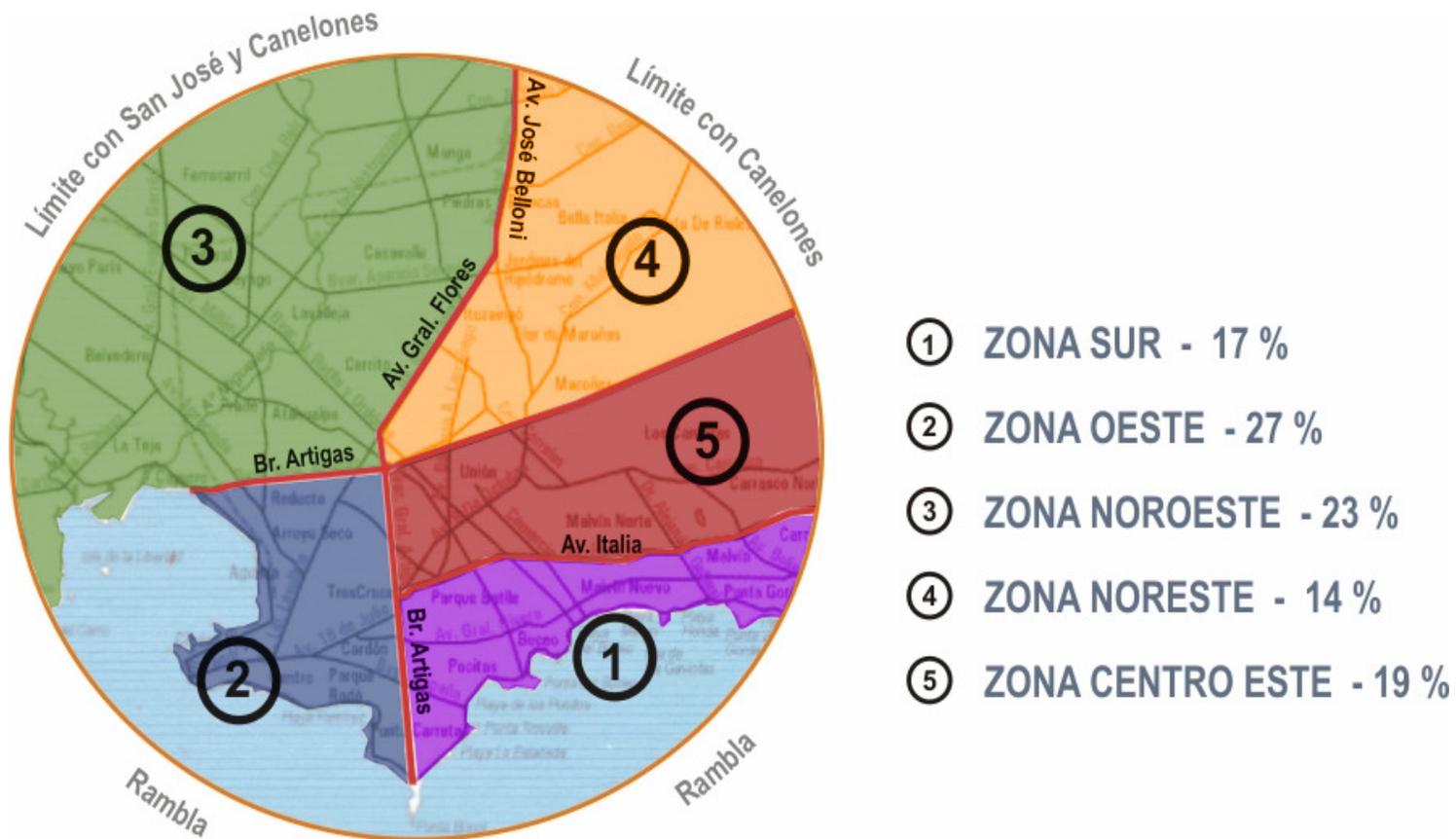
Composición por Nivel Socio - Económico*

 ALTO	8 %	AB C1	Empresario, Gerente, Alto Profesional con consumo suntuoso alto.
 MEDIO ALTO	12 %	C2	Graduados Universitarios, Consumo cultural, suntuoso básico.
 MEDIO	19 %	C3	Educación no terciaria, servicios de Industria, comercio y Estado.
 MEDIO BAJO	22 %	D1	Trabajo manual, 93% escuela y liceo público, alta exposición a medios tradicionales.
 BAJO	39 %	D2 E	Baja educación jefe de hogar, ocupación no especializada, ingresos inestables.

* En base a datos del INE y el Índice de Nivel Socio-Económico de CAINSE

Metodología y Ficha técnica

Distribución de la población por zonas



Ficha técnica y metodología

Sub-muestras con aperturas confiables

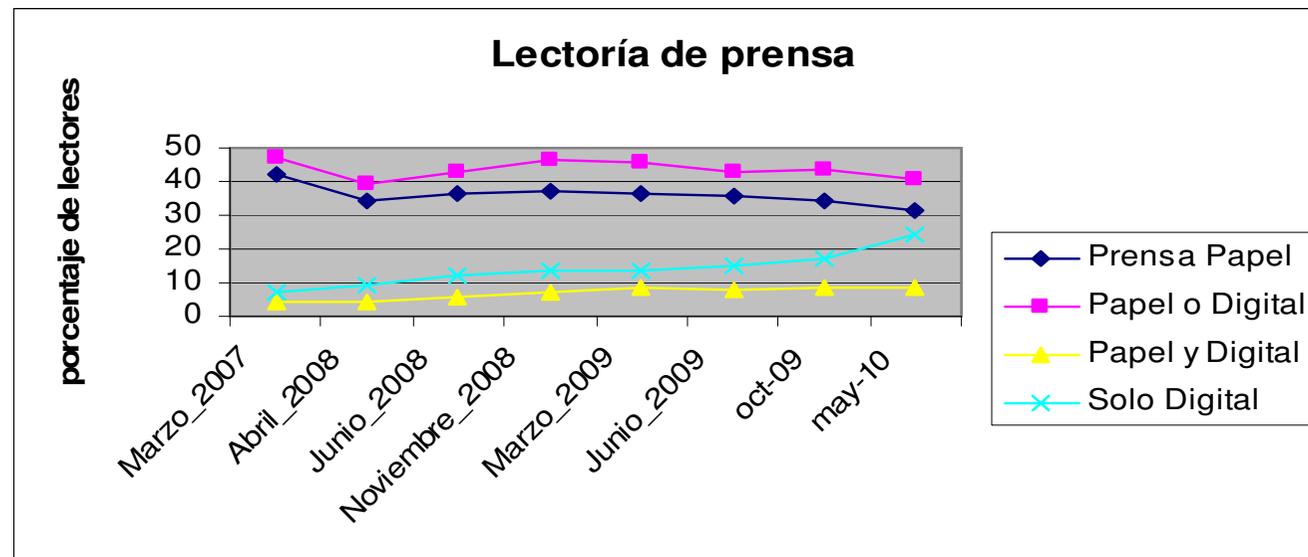
	Categorías	Casos	Margen de error*
Sexo	Hombre	400	4,91
	Mujer	400	4,91
Edad	12 a 29	270	5,97
	30 a 49	270	5,97
	50 y más	270	5,97
NSE	Alto	250	6,21
	Medio	275	5,92
	Bajo	275	5,92
Por momento de la semana	Semanal	800	3,47
	Lunes a Viernes	450	4,6
	Sábados y Domingos	350	5,2
Total de la muestra		800	3,47

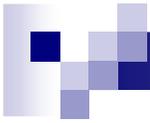
Cobertura semanal de lectura de prensa con perfil por variables básicas

	Cobertura		Sexo		Edad			Nivel Socio - Económico				
	%	Miles	Masc	Fem	12 a 29	30 a 49	50 y mas	Alto	Medio Alto	Medio	Medio Bajo	Bajo
Lectura de prensa escrita	31,5	348,4	46,6%	53,4%	24,9%	32,9%	42,2%	23,7%	18,4%	18,5%	16,9%	22,5%
Lectura de prensa escrita (L a V)	15,1	167,0	48,8%	51,2%	28,1%	31,8%	40,1%	26,9%	17,7%	15,5%	21,1%	18,8%
Lectura de prensa escrita (S y D)	22,1	244,4	45,5%	54,5%	28,5%	34,1%	37,4%	19,4%	21,1%	20,1%	19,5%	19,9%
Lectura de semanarios y revistas	8,5	94,0	47,4%	52,6%	21,9%	32,6%	45,5%	28,3%	26,6%	24,4%	16,7%	4,0%
Lectura de prensa digital	24,1	266,5	43,3%	56,7%	38,4%	40,5%	21,1%	22,1%	24,4%	23,6%	15,5%	14,4%
Lectura de prensa (escrita y digital)	8,9	98,4	46,8%	53,2%	29,0%	34,4%	36,6%	26,4%	23,3%	22,9%	16,3%	11,1%
Lectura de prensa (escrita o digital)	40,9	452,4	47,0%	53,0%	30,3%	34,2%	35,5%	20,0%	21,6%	21,1%	17,4%	19,9%
Lectura de prensa digital (L a V)	18,5	204,6	50,0%	50,0%	30,1%	38,8%	31,1%	31,2%	22,2%	21,6%	15,5%	9,5%
Lectura de prensa digital (S y D)	7,5	83,0	46,8%	53,2%	52,8%	42,2%	5,0%	27,1%	24,4%	25,5%	13,0%	10,0%

Evolución de cobertura semanal de lectores

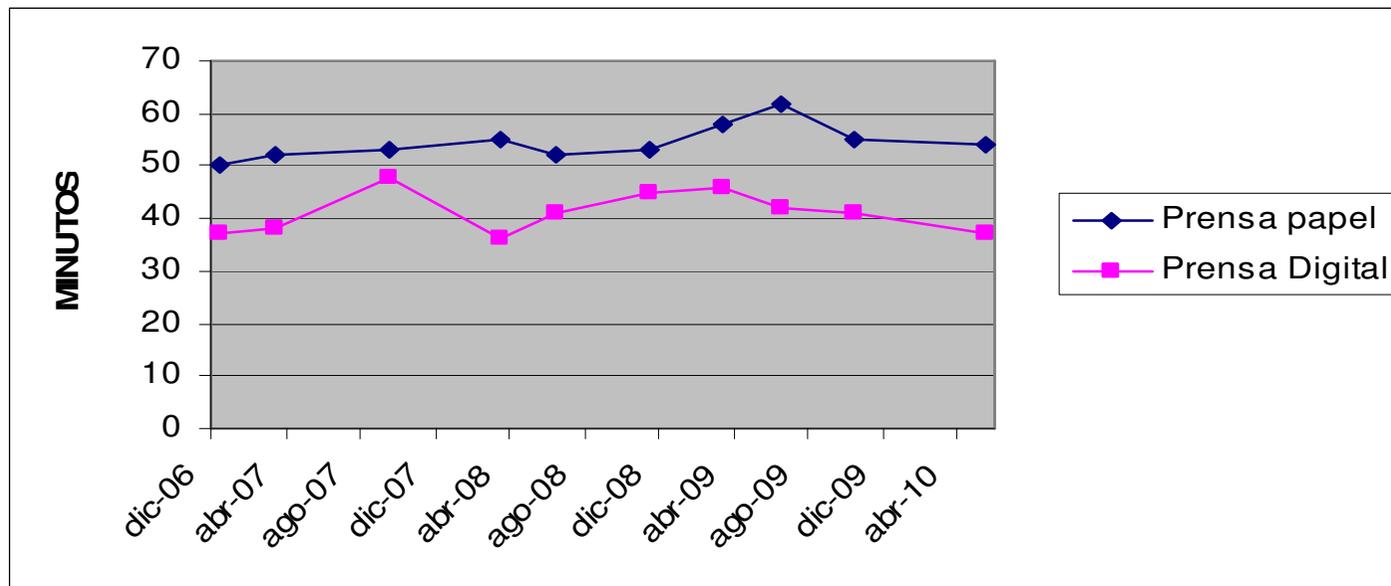
	Marzo_2007	Abril_2008	Junio_2008	Noviembre_2008	Marzo_2009	Junio_2009	oct-09	may-10
Prensa Papel	41,9	34	36,7	37,5	36,2	35,4	34,1	31,5
Papel o Digital	47,2	39	43,2	46,5	45,9	42,6	43,5	40,9
Papel y Digital	4	4,2	5,6	7,5	8,4	7,8	8,5	8,9
Solo Digital	6,8	9,4	12,1	13,5	13,9	14,9	17,5	24,1





Evolución de tiempos de lectura promedio cuando ejecuta el acto de leer

	dic-06	mar-07	sep-07	mar-08	jun-08	nov-08	mar-09	jun-09	oct-09	may-10
Prensa papel	50	52	53	55	52	53	58	62	55	54
Prensa Digital	37	38	48	36	41	45	46	42	41	37



Cobertura de Diarios en días hábiles y lectores promedio por día

Diarios Cobertura L a V	Cobertura		Aud. Prom. Diario
	%	Miles	
El País	8,9	98,4	32,4
La República	2,6	28,8	21,9
El Observador	2,3	25,4	22,5
La Diaria	2,0	22,1	16,6
Últimas Noticias	0,9	10,0	5,0



¿Cuántos leen prensa escrita en Montevideo?

- El guarismo promedio estándar a partir del cual se evalúan aumentos o bajas de lectoría de prensa en general, es del 43 % de la población. En tal sentido desde el segundo semestre del 2008 se viene registrando una tendencia leve a la baja que ubica a los lectores en el 41% de los montevideanos.
- Esto se explica por un movimiento inverso donde los lectores de papel descienden en tres años del 41% al 31 % , al tiempo que los lectores de prensa digital crecieron de 14,9 a 24,1 % entre junio del 2009 y mayo del 2010 al influjo de los tiempos electorales.
- En tres años los lectores digitales aumentaron de 72.692 a 257.629
- Igualmente se mantiene próximo al 8% el estándar del “perfecto lector de prensa” que lee a la par prensa papel y digital.



¿Cuánto tiempo?

- El tiempo promedio de lectura cuando los consultados se predisponen a leer prensa en papel es de 55 minutos y esta estandarizado en ese valor desde marzo del 2007.
- En tanto el tiempo promedio de consulta a prensa digital a descendido de marzo del 2009 a mayo del 2010 en 9 minutos (de 46 a 37).
- Esto podría explicarse por un nuevo visitante de portales informativos con hábitos “más digitales” (unos 40.000 individuos) donde prevalece la lectura de titulares y fotos de interés, y por el impacto del fin del tiempo electoral en los que ya eran lectores digitales.
- No obstante en diciembre del 2006 los montevideanos mayores de 11 años - en un día tipo de lectura de prensa digital - invirtieron 45 mil horas hombre, mientras que en mayo del 2010 invirtieron 159 mil horas hombre.

El INFORME DATA/MEDIA es un dossier de distribución digital por suscripción gratuita elaborado por la consultora para medios, clientes, y amigos.

DATA / MEDIA es una consultora en comunicación privada e independiente de cualquier organización social o partido político dedicada a la construcción de diagnósticos comunicacionales y a la producción de estrategias y productos comunicacionales.

DATA / MEDIA

Tel - 6142025

Rbla. República de Chile 4573 of. 101
Montevideo - Uruguay

www.datamedia.com.uy