

Escuela Superior Politécnica del Litoral

Ing. Eduardo Reinoso Negrete

Revista “La Onda”

Integrantes:

Gálvez Byron

García María

Macias Maristel

Naranjo Natalia

Ronquillo Evelin

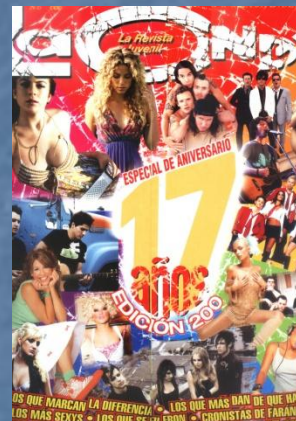
Valarezo Gabriela

INDICE

1. Introducción
2. Investigación Cuantitativa
 - ✓ Introducción
 - ✓ Datos Demográficos
 - ✓ Investigación
3. Investigación Cualitativa
 - ✓ Introducción
 - ✓ Técnicas de Investigación
4. Conclusiones

INTRODUCCION

- La Revista la Onda es líder en el mercado de revistas juveniles.
- Su principal competidor es Generación XXI.
- Compiten con el mismo mercado de los jóvenes de 12 a 20 años de edad siendo los de 14 a 18 los que más compran el producto.
- El segmento Femenino es el que demanda mas la revista



Investigación Cuantitativa

1. Introducción

La Investigación Cuantitativa se basó en demostrar que factores de diferenciación hacen que sea la mejor en el mercado.



Investigación Cuantitativa

Para aumentar aún más la participación en el mercado, ver donde debemos enfocar los esfuerzos en marketing:

- Necesidades del segmento masculino de 12 a 20 años
- Aumentar la brecha de edades del segmento ya establecido.
- Falencias en el marketing mix.



DATOS TECNICOS

■ Investigación Cuantitativa

Universo Infinito: $n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$

Parámetros	Valores
Nivel de Confianza	95%
N	Infinito
n	272
Z	1.65
e	5%
p	0.50
q	0.50

Muestreo	Aleatorio Simple
Recolección de Datos	10 - 12 Ago/06
Ciudad	Guayaquil

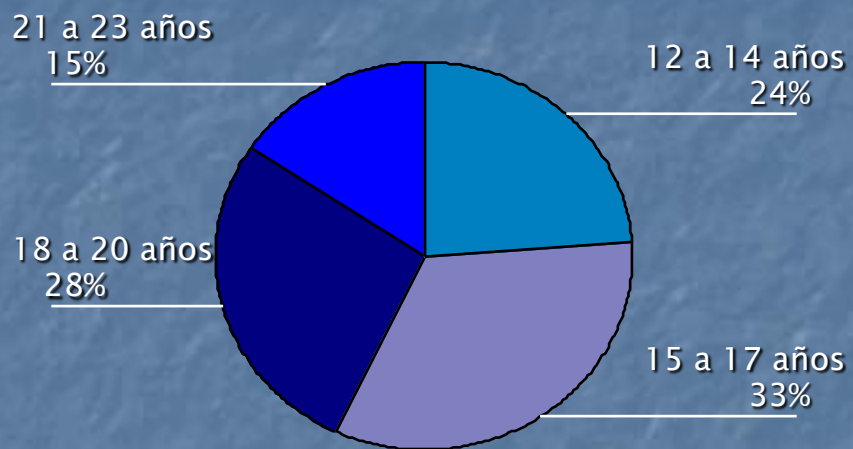
DATOS TECNICOS

■ Investigación Cualitativa

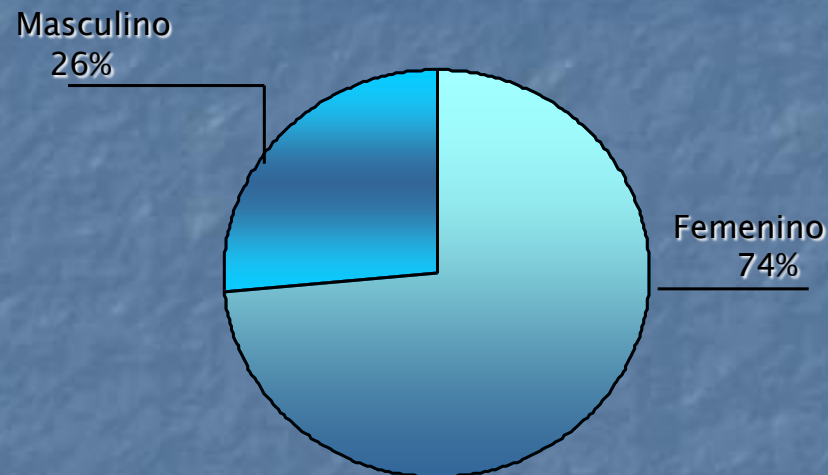
Técnicas de Investigación	Sexo	Edad	Cantidad	Clase Social
FOCUS GROUP	Hombres	20-23 años	1	Media típica / baja
FOCUS GROUP	Mujeres	12-17 años	1	Media Típica / Baja
Entrevistas a Profundidad	Mujeres	12-20 años	3	Alta
Entrevistas a Profundidad	Hombres	12-17 años	3	Media Típica/ Baja
Entrevistas a Profundidad	Hombres	12-20 años	3	Alta
Técnicas Expresivas (Collage)	Mujeres	12-17 años	1	Media típica / baja
Técnicas Expresivas (Revista Ideal)	Hombres	20-23 años	1	Media Típica / Baja

Segmentos

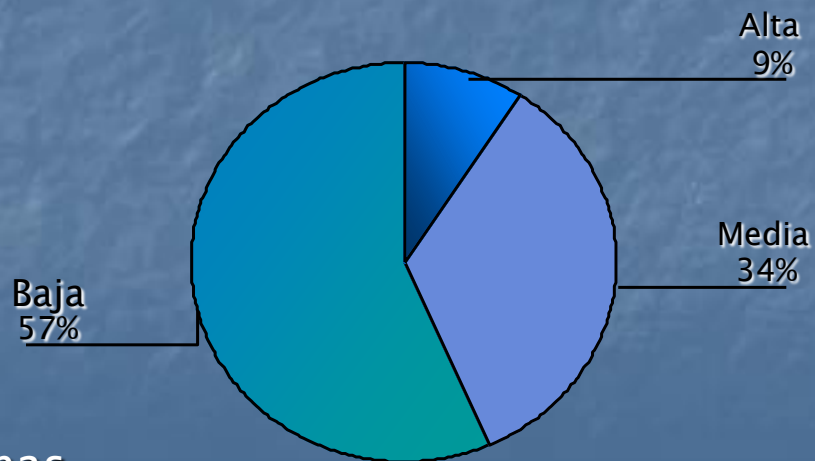
Edad



Género



Nivel Socioeconómico



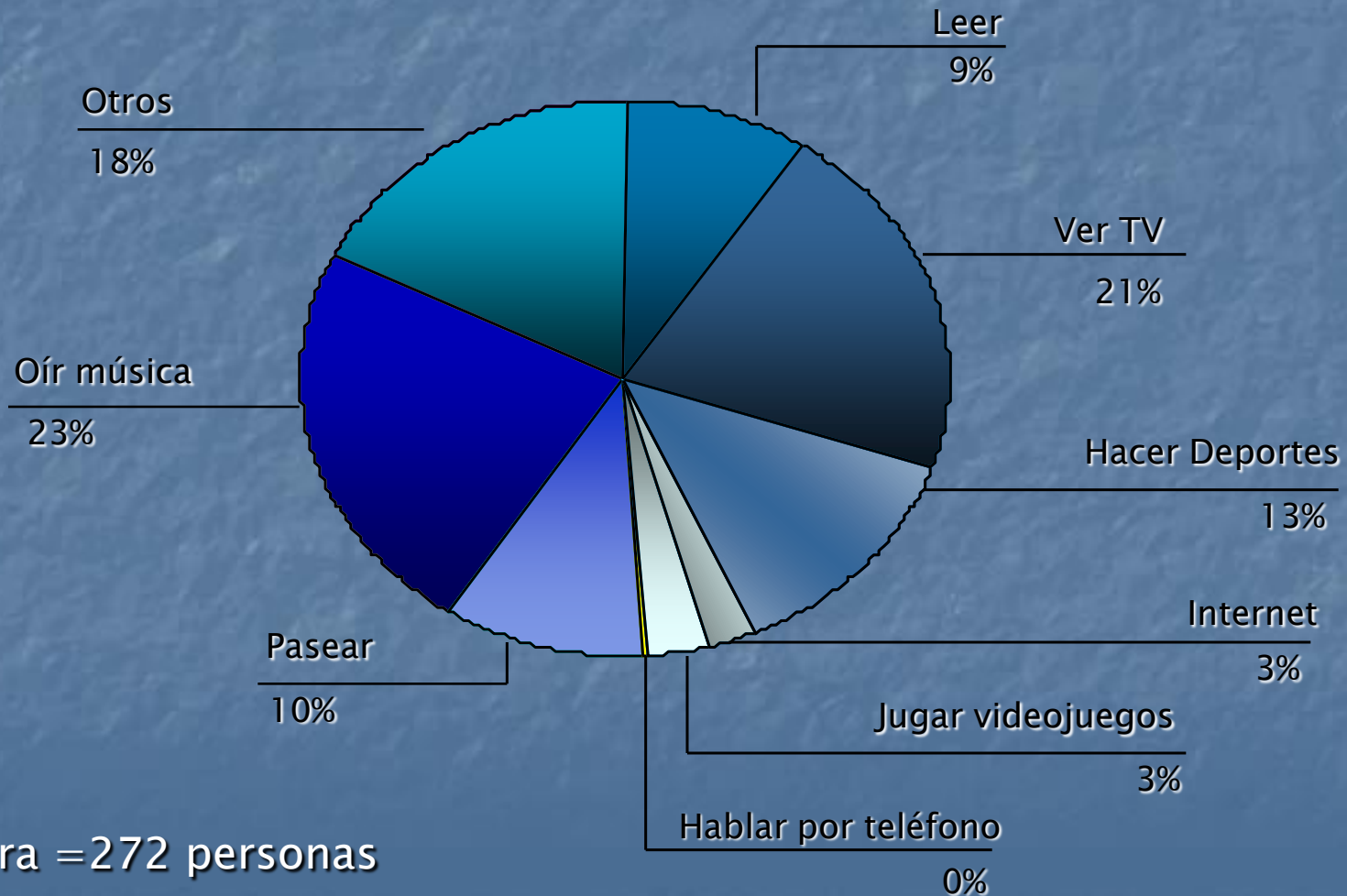
Muestra = 272 personas

¿Qué haces en tu tiempo libre? (Opción dada por el encuestado) enumerarlas según orden de importancia.

Leer	<input type="checkbox"/>
Ver TV	<input type="checkbox"/>
Hacer Deporte	<input type="checkbox"/>
Internet	<input type="checkbox"/>
Jugar Videojuegos	<input type="checkbox"/>
Hablar por Teléfono	<input type="checkbox"/>
Pasear	<input type="checkbox"/>
Oír Música	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

Utilización del tiempo libre

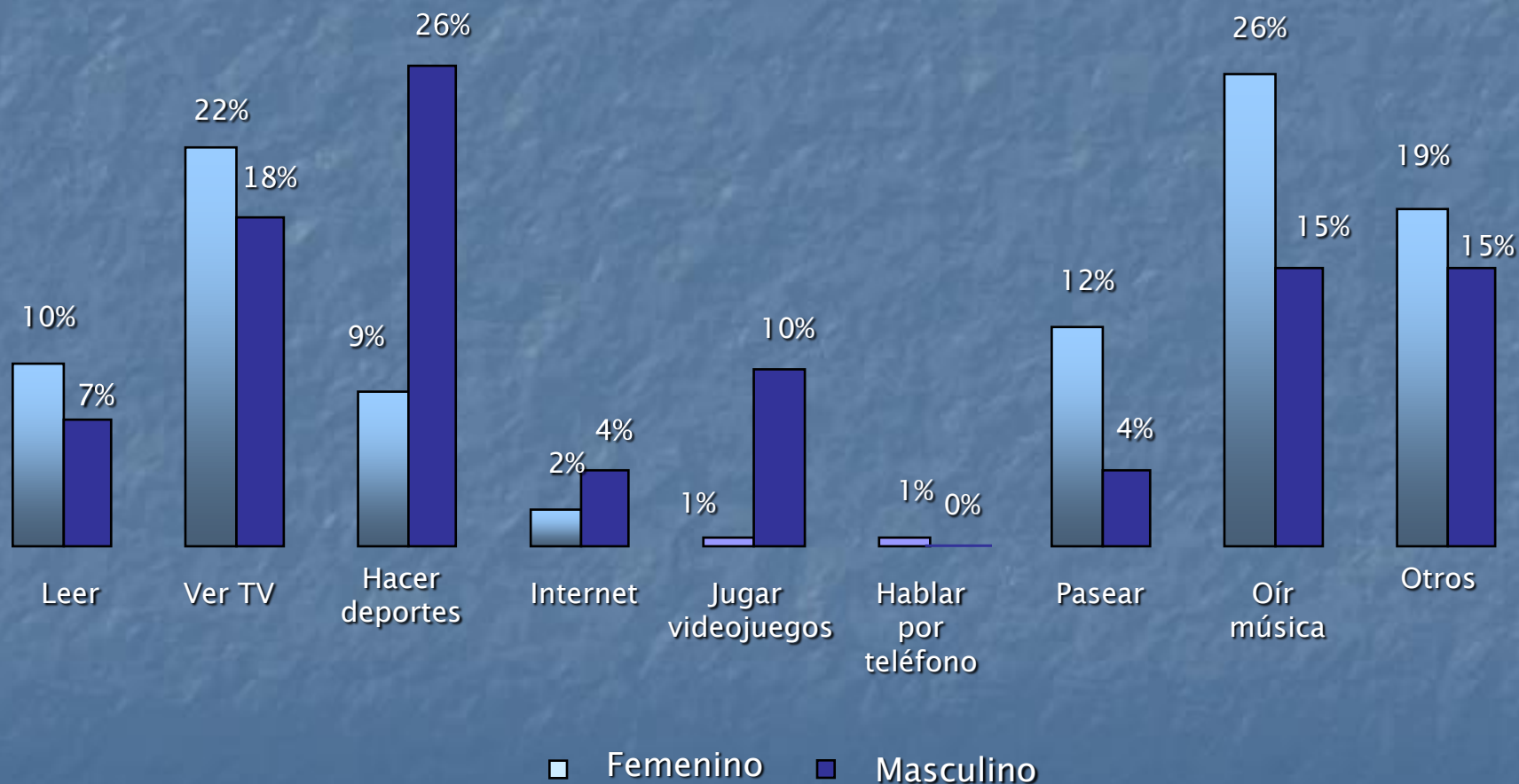
TOP OF MIND



Muestra = 272 personas

Utilización del Tiempo Libre

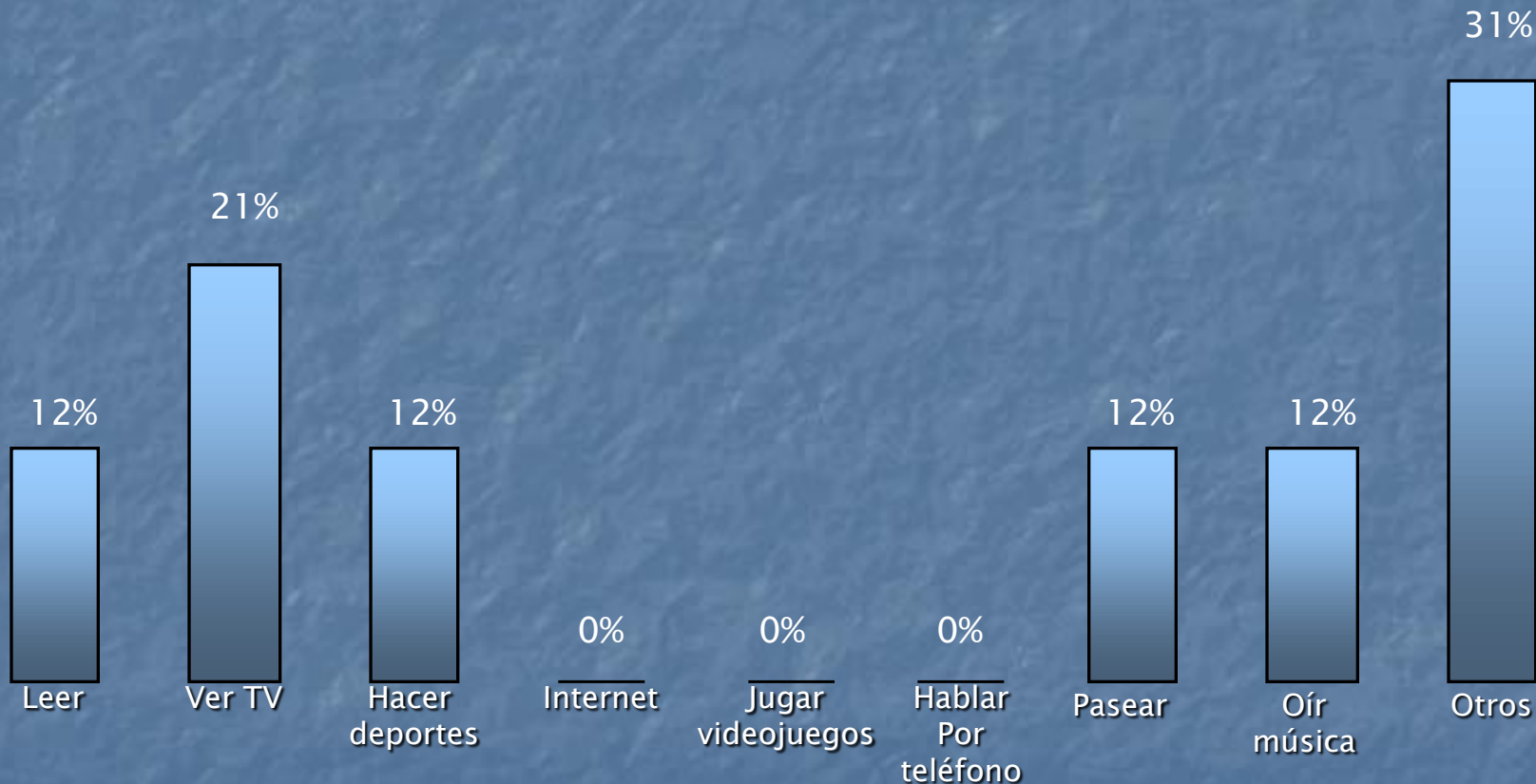
Género



Muestra = 272 personas

Utilización del Tiempo Libre 21 a 23 años

Género



■ 21 a 23 años

Muestra = 42 personas

2. ¿Qué tipo de Revista lees en tu en tu tiempo libre?
(Enumerarlas según preferencias (Opción dada por el encuestador))

Moda

Deportes

Entretenimiento Juvenil

Informativa

Científica

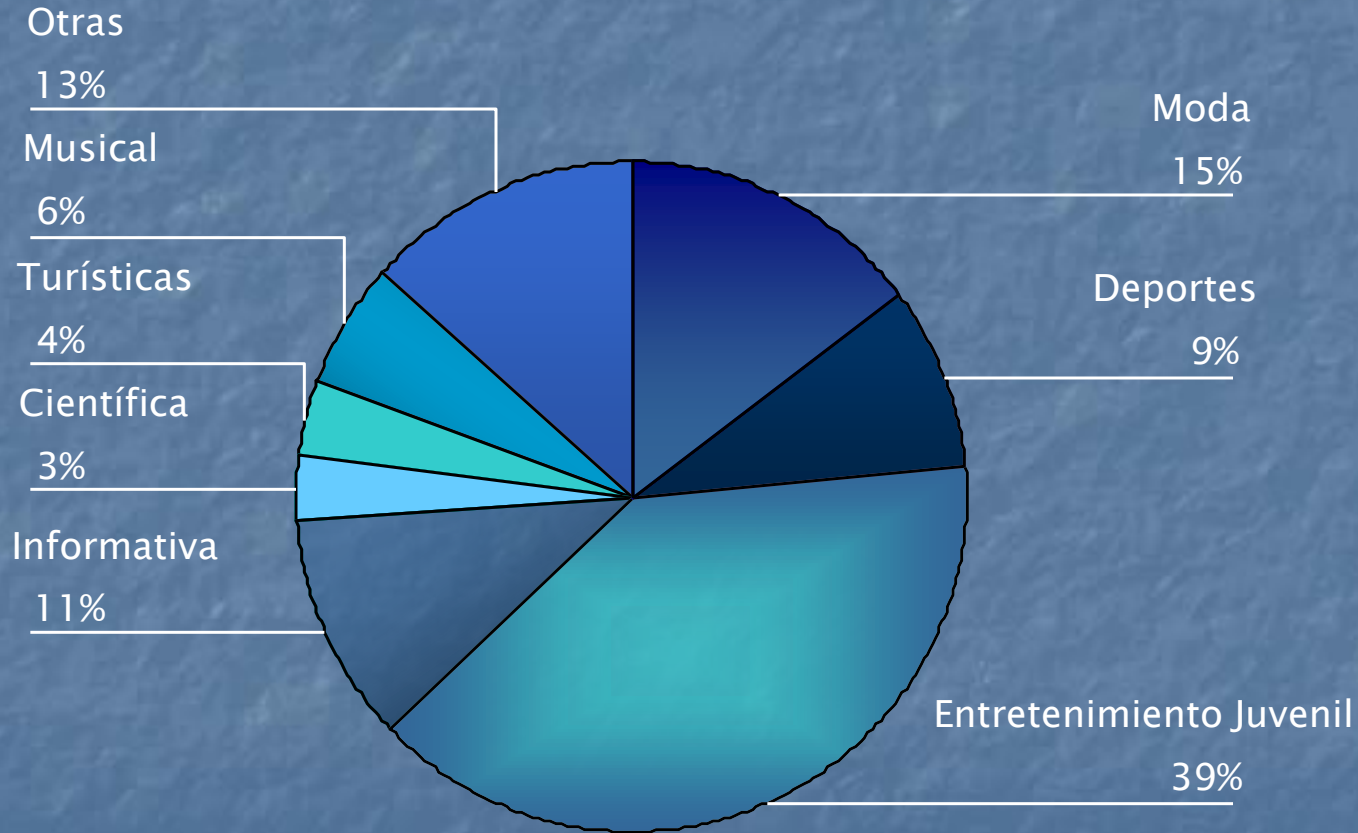
Turística

Musical

Otros

Tipo de Lectura en Tiempos Libres

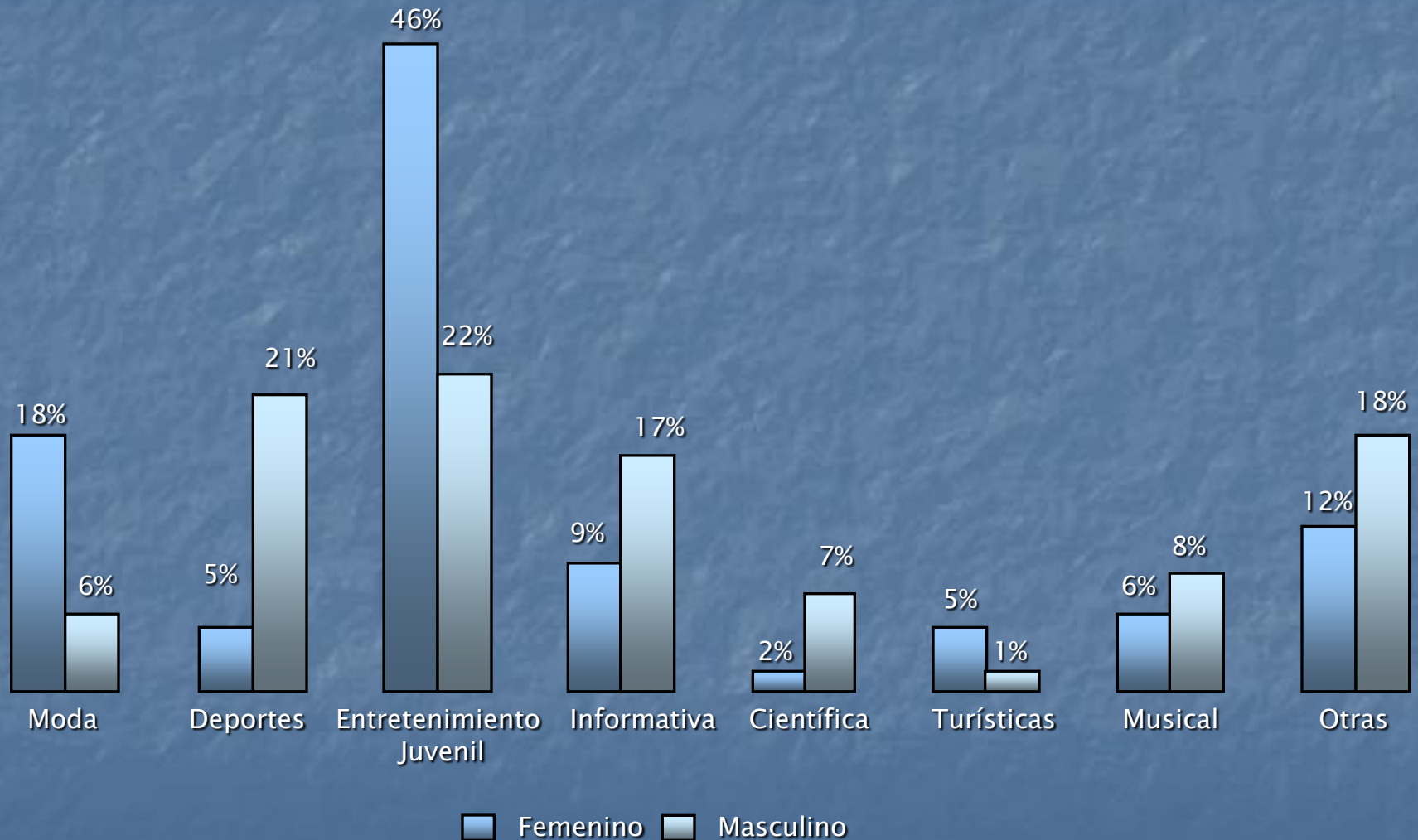
General



Muestra = 272 personas

Tipo de Lectura en Tiempos Libres

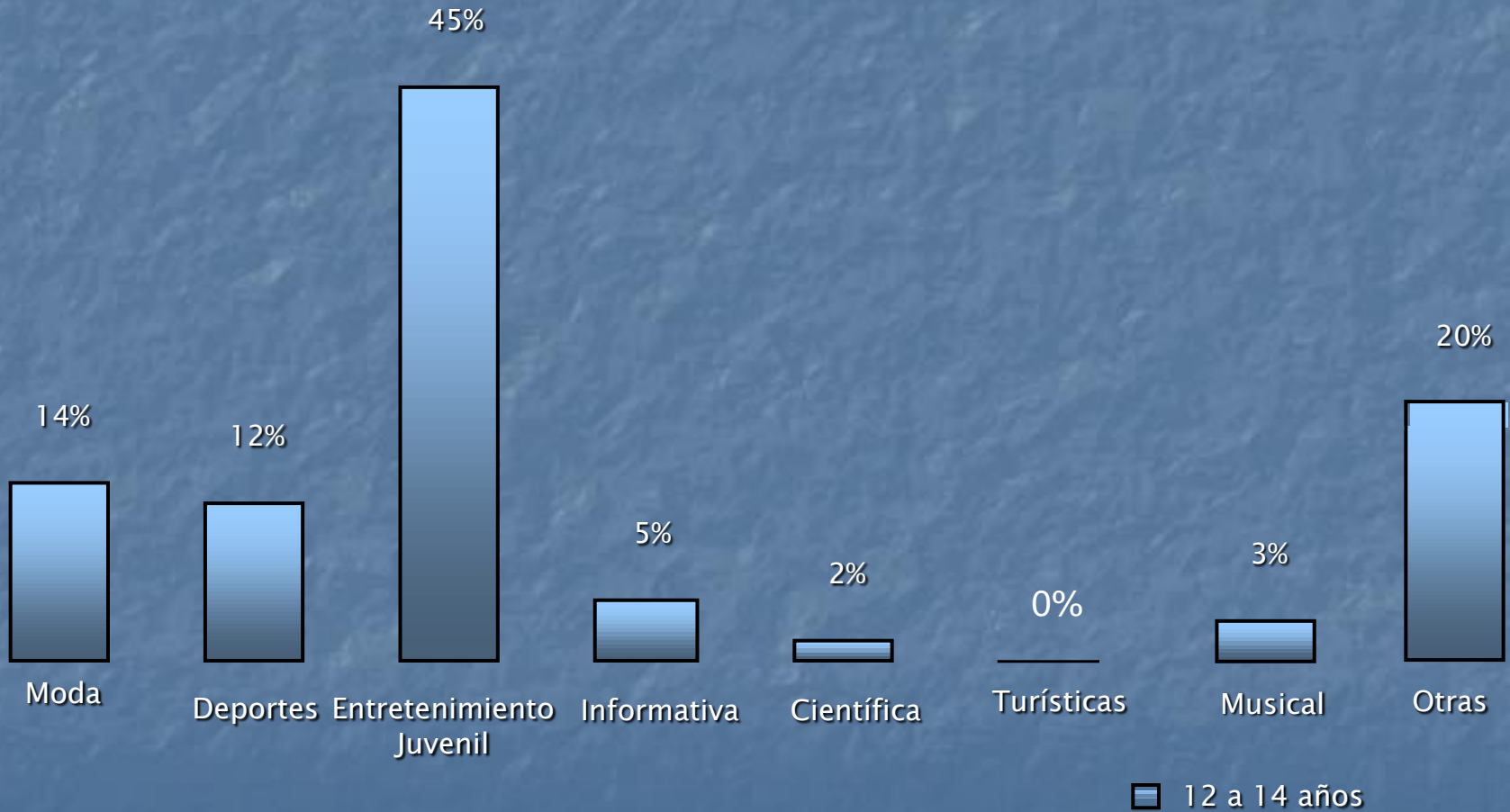
Género



Muestra = 272 personas

Tipo de Lectura en Tiempos Libres

Edad



Muestra = 65 personas

Tipo de Lectura en Tiempos Libres

Edad



■ 15 a 17 años

Muestra = 90 personas

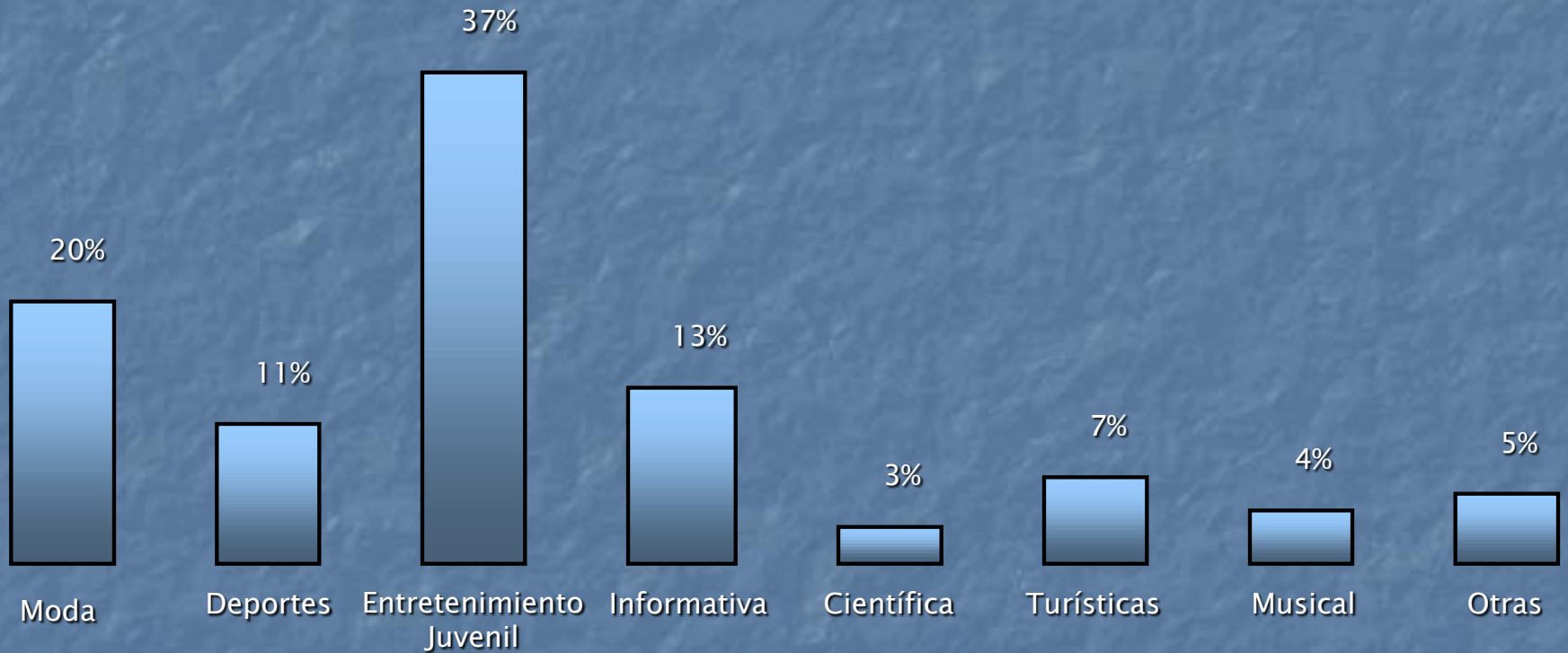


■ 18 a 20 años

Muestra = 75 personas

Tipo de Lectura en Tiempos Libres

Edad

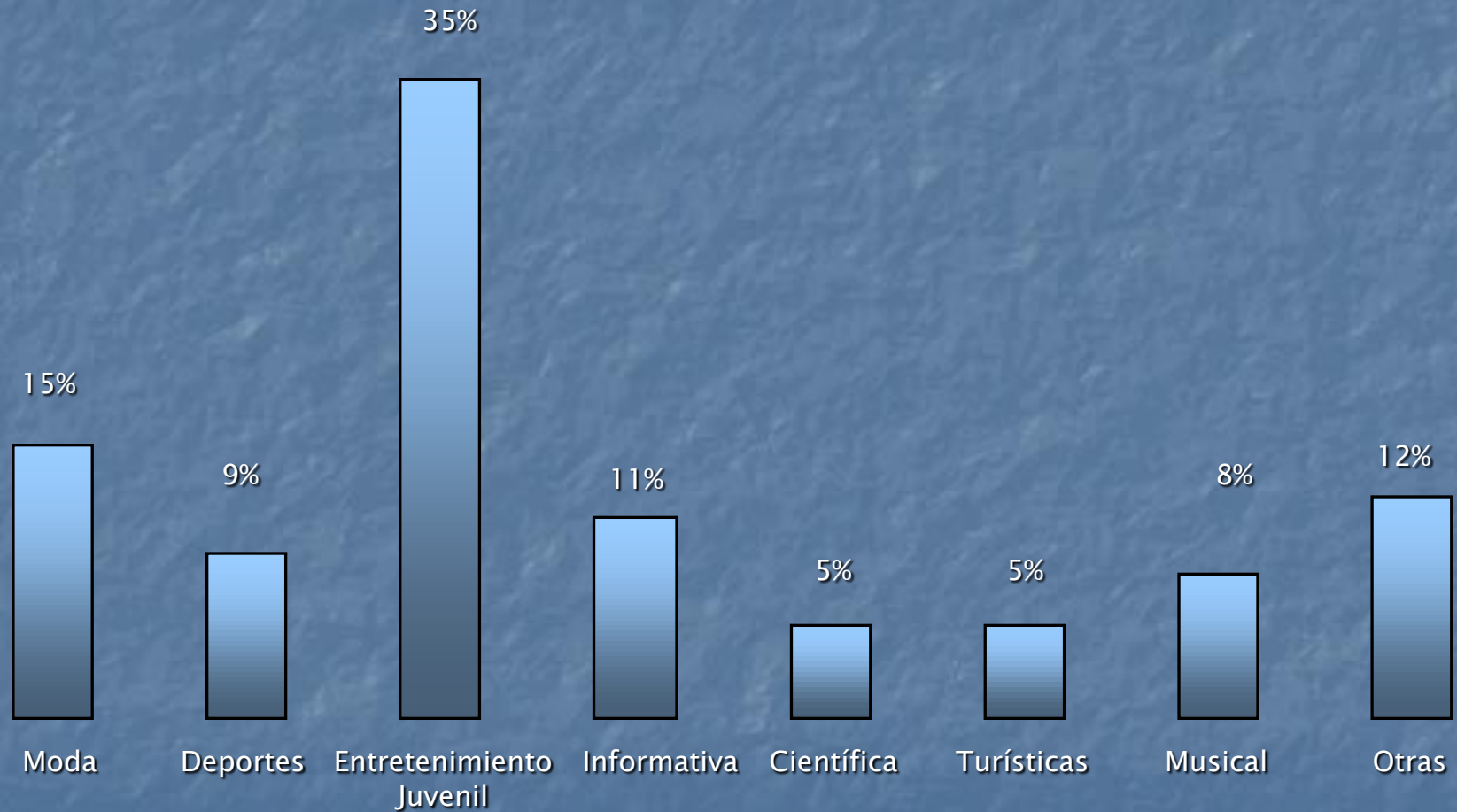


■ 21a 23 años

Muestra = 42 personas

Tipos de Lectura en Tiempos Libres

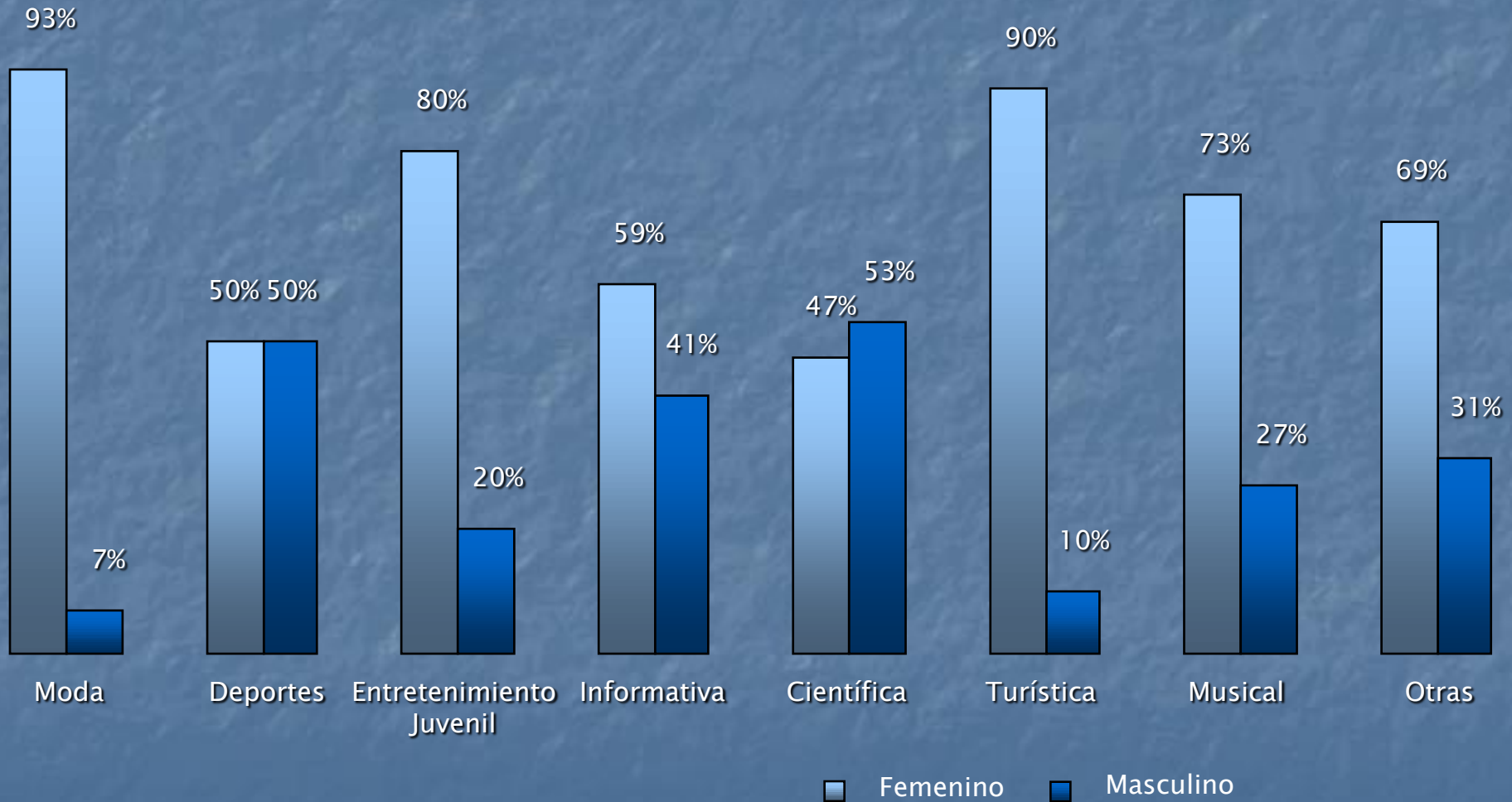
Share of Mind – General



Muestra = 412 votos

Tipos de Lectura en Tiempos Libres

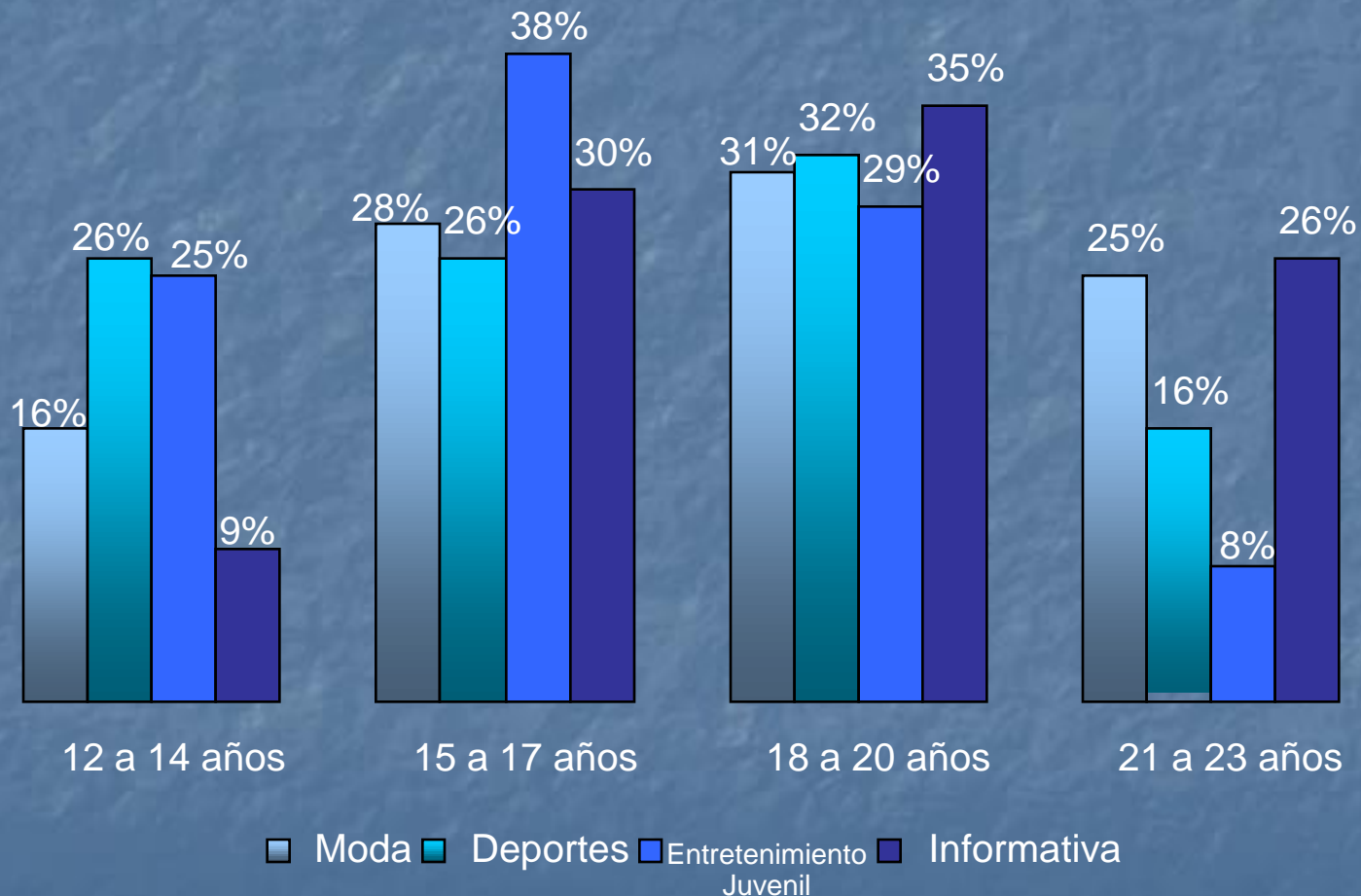
Share of Mind – Género



Muestra = 412 votos

Tipo de Lectura en Tiempos Libres

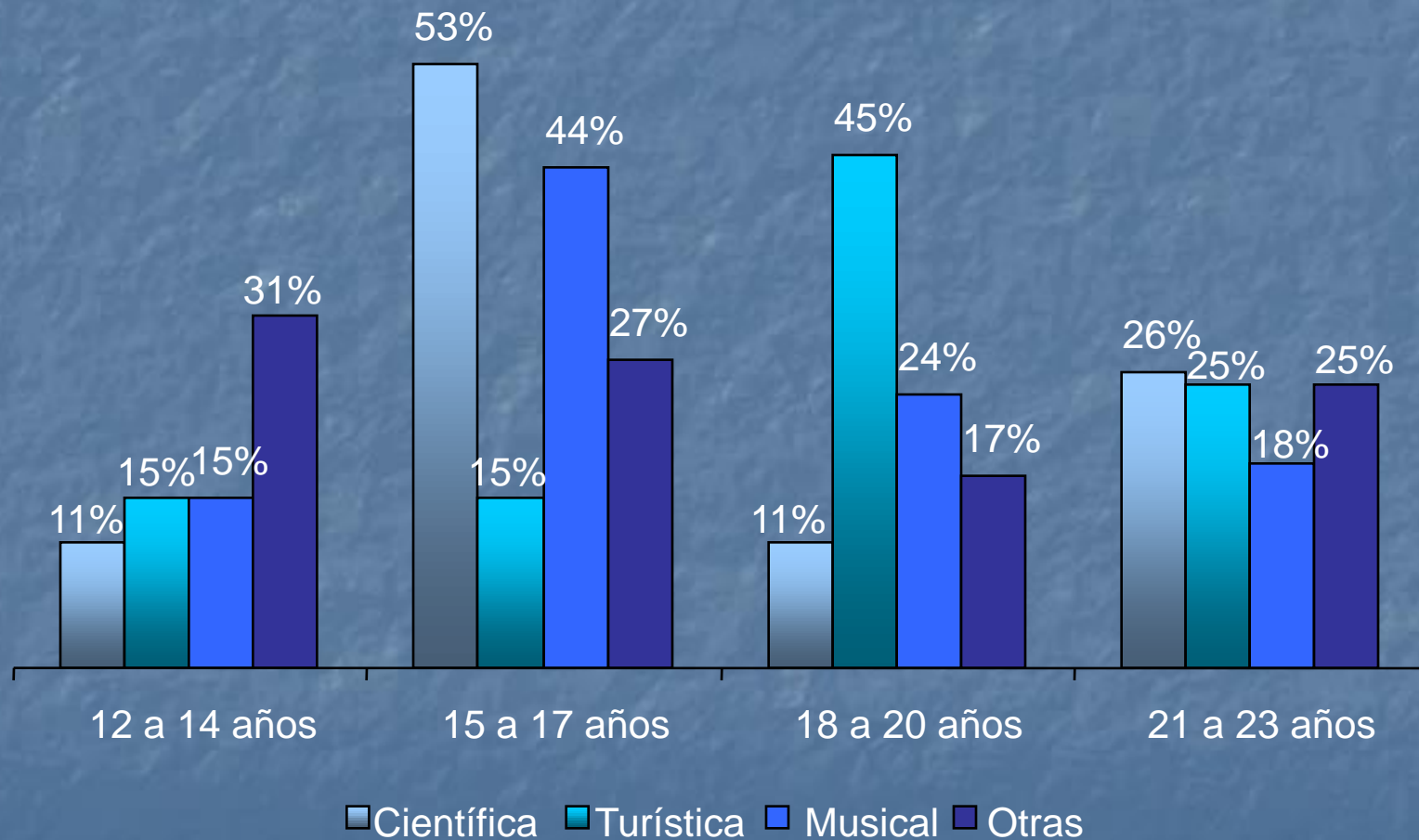
Share of Mind – Edad



Muestra = 412 votos

Tipo de Lectura en Tiempos Libres

Share of Mind – Edad



Muestra = 412 votos

3.¿Qué revista de Entretenimiento Juvenil se te viene a la mente? Enumerarlas según preferencias (Opción dada por el encuestado)

Tv y Novelas

Seventeen

GIA

Generación XXI

La Onda

Tú

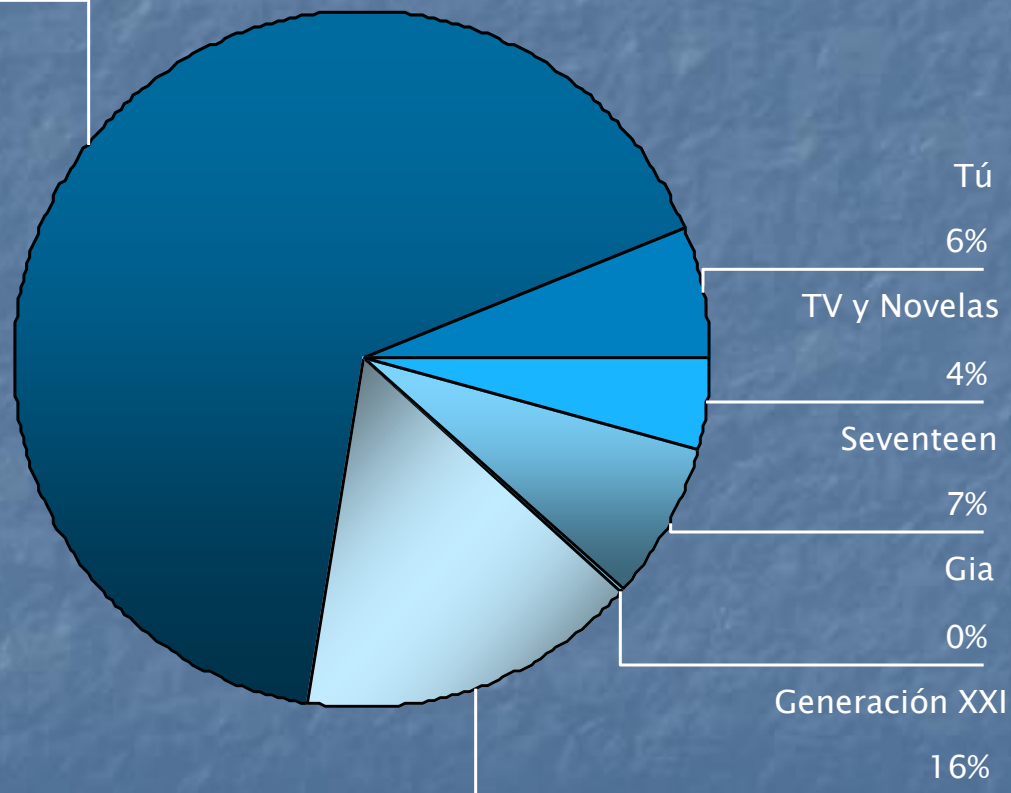


Revistas de Entretenimiento Juvenil

Top of Mind - General

La Onda

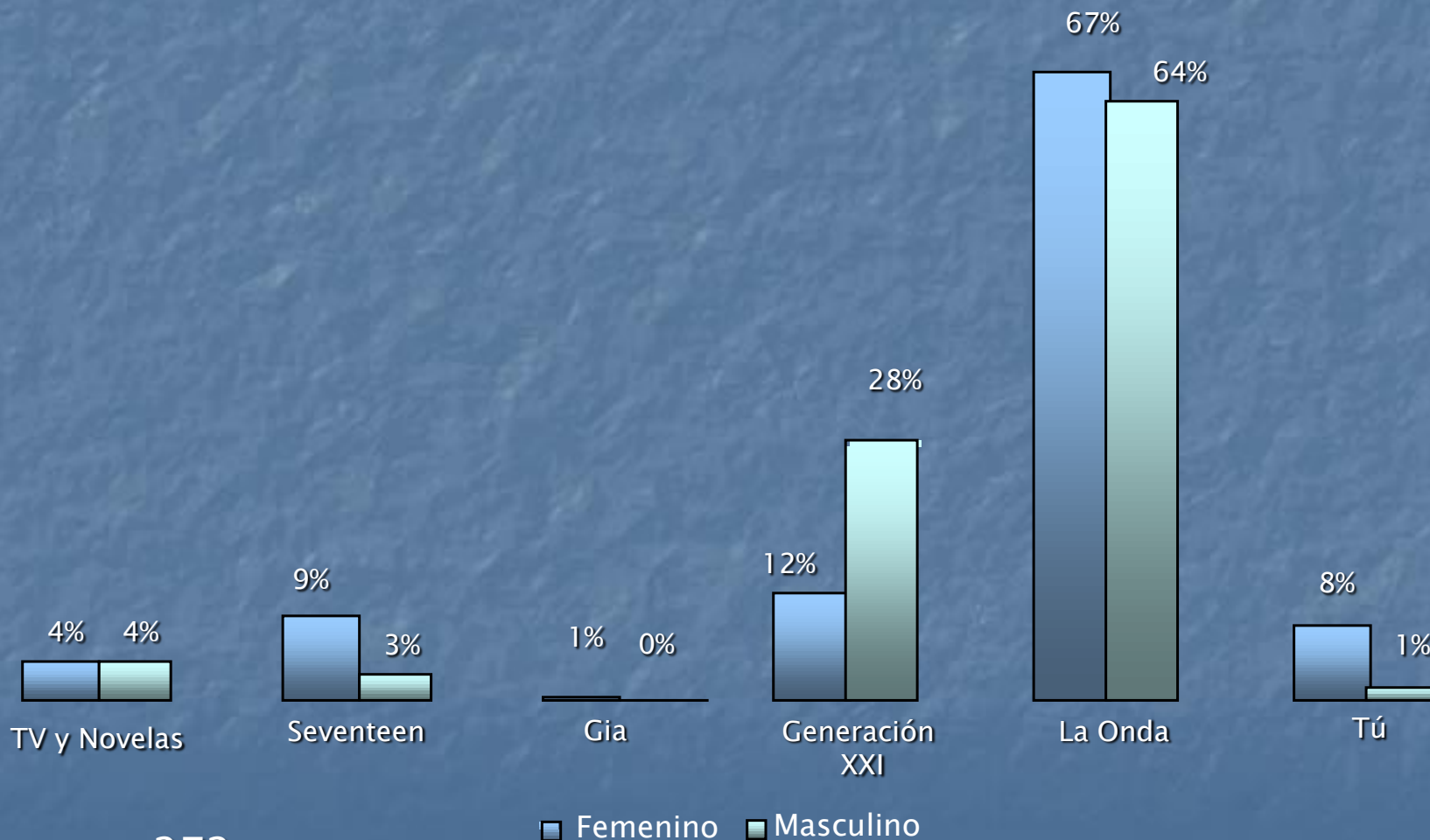
66%



Muestra = 272 personas

Revistas de Entretenimiento Juvenil

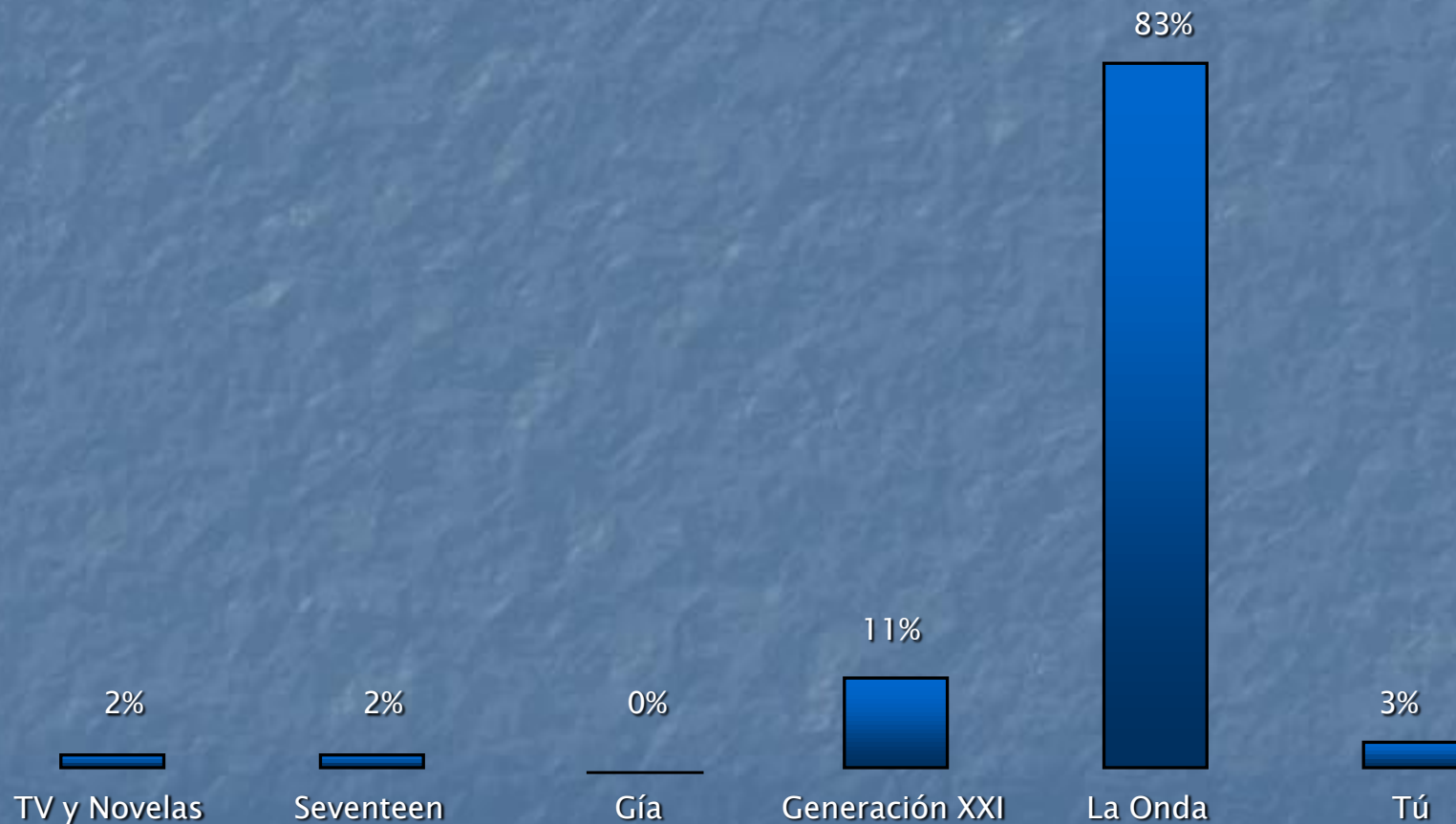
Top of Mind - Género



Muestra = 272 personas

Revistas de Entretenimiento Juvenil

Top of Mind - Edad

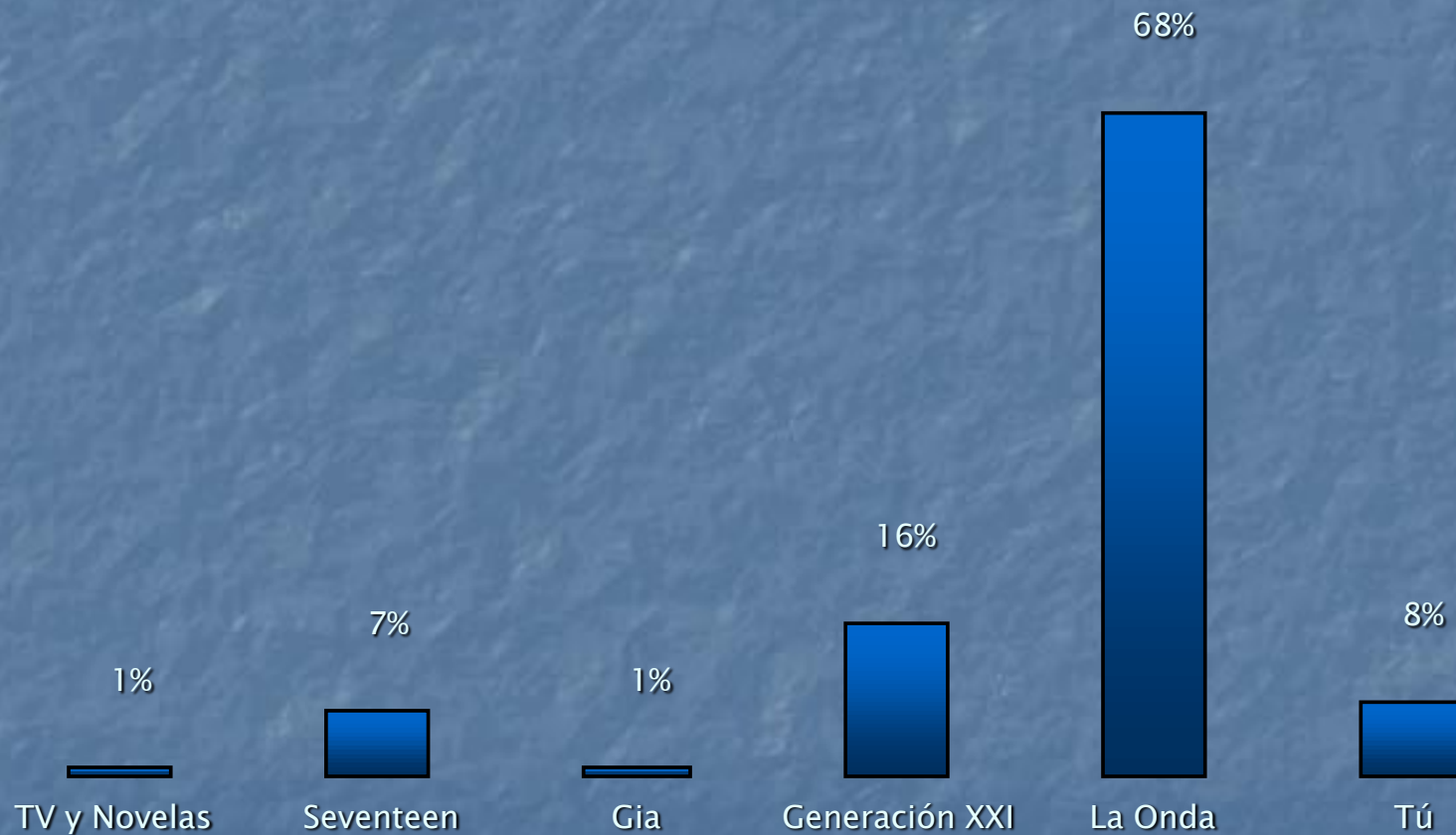


Muestra = 65 personas

■ 12 a 14 años

Revistas de Entretenimiento Juvenil

Top of Mind - Edad

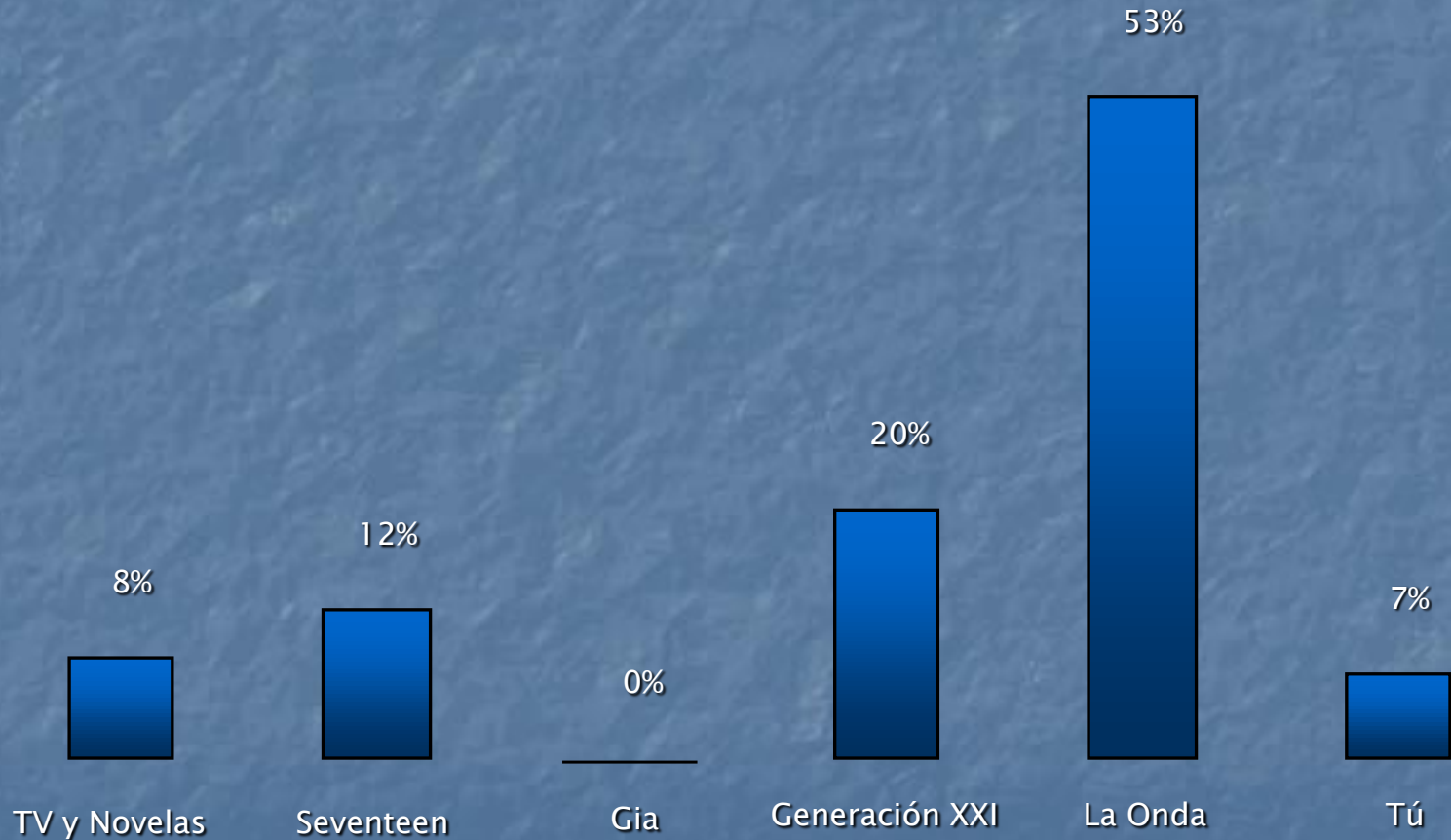


Muestra = 90 personas

■ 15 a 17 años

Revistas de Entretenimiento Juvenil

Top of Mind – Edad

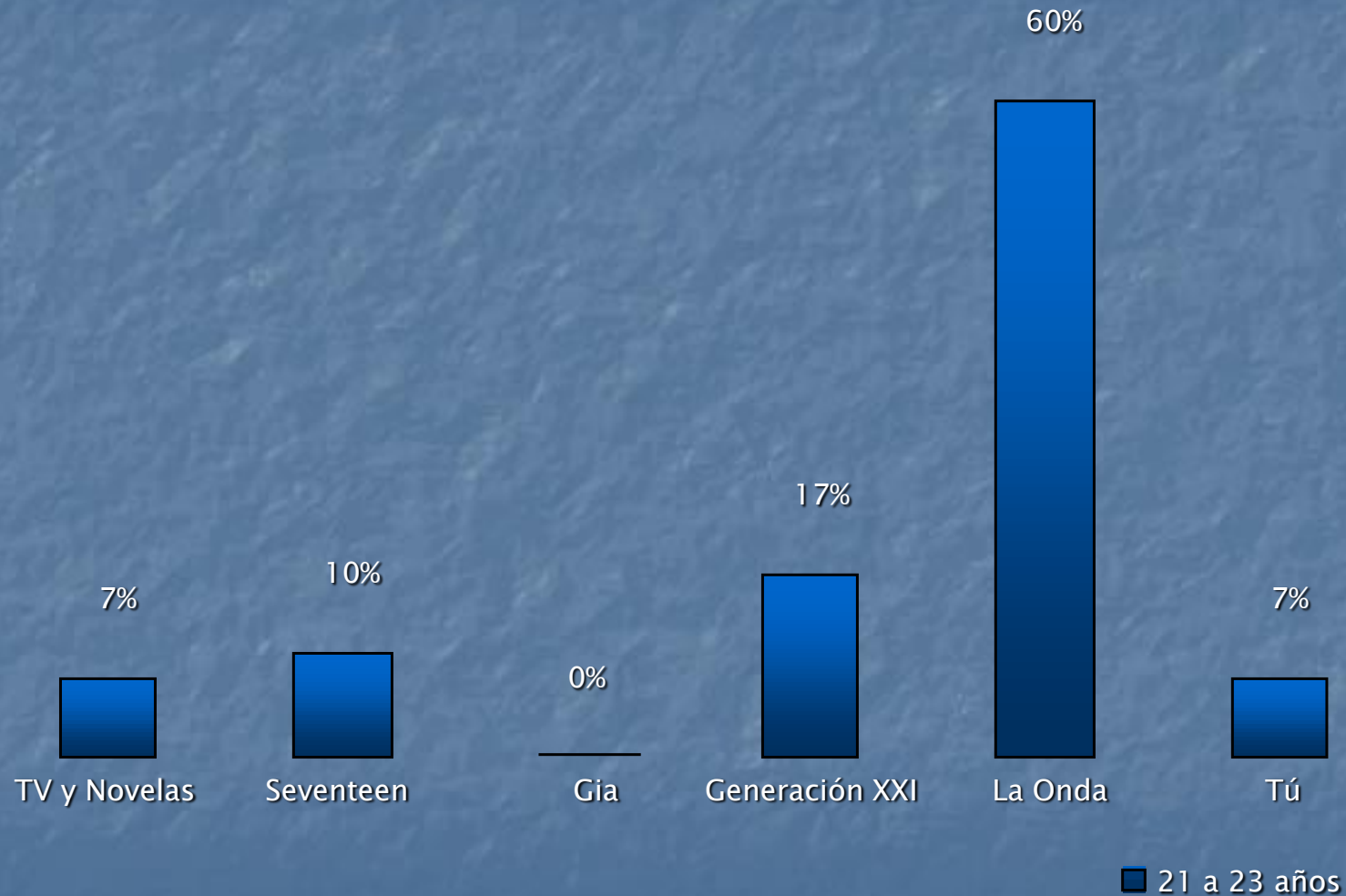


■ 18 a 20 años

Muestra = 75 personas

Revistas de Entretenimiento Juvenil

Top of Mind – Edad



Muestra = 42 personas

4.¿Alguna vez has leído Revista “La Onda”? Si la respuesta es “NO” Mencione el ¿Por qué?, terminó la encuesta

Si

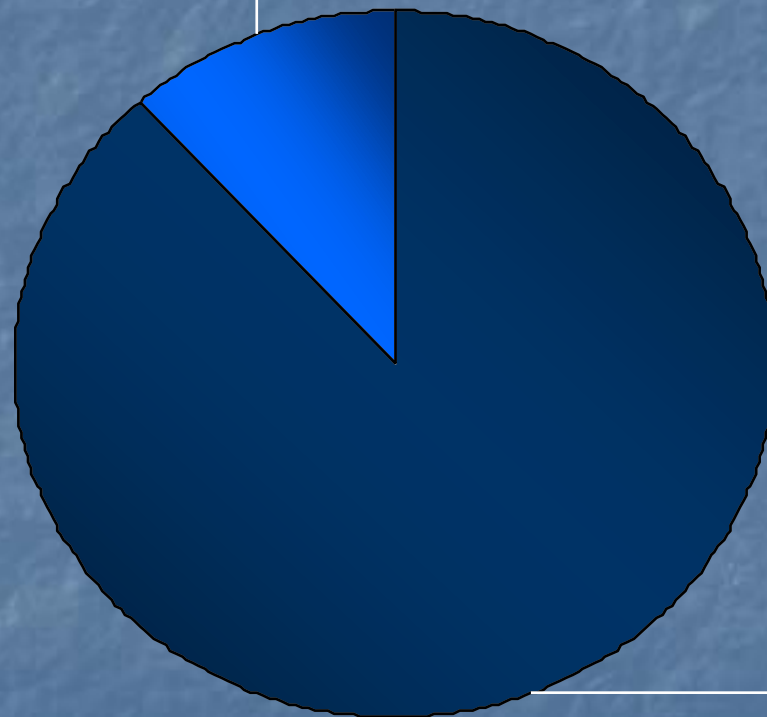
No

Lectores de Revista "La Onda"

General

12%

No



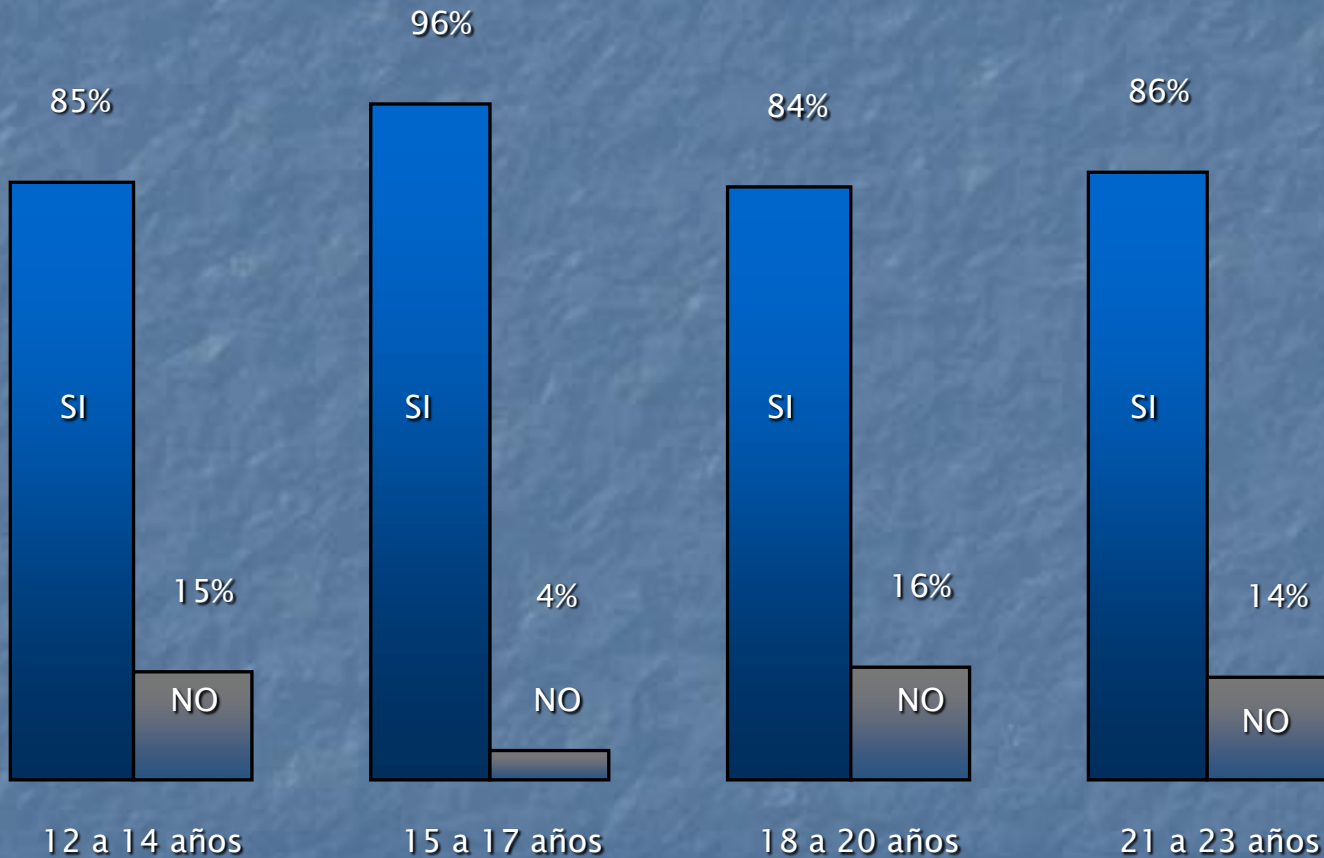
88%

Si

Muestra = 272 personas

Lectores de Revista “La Onda”

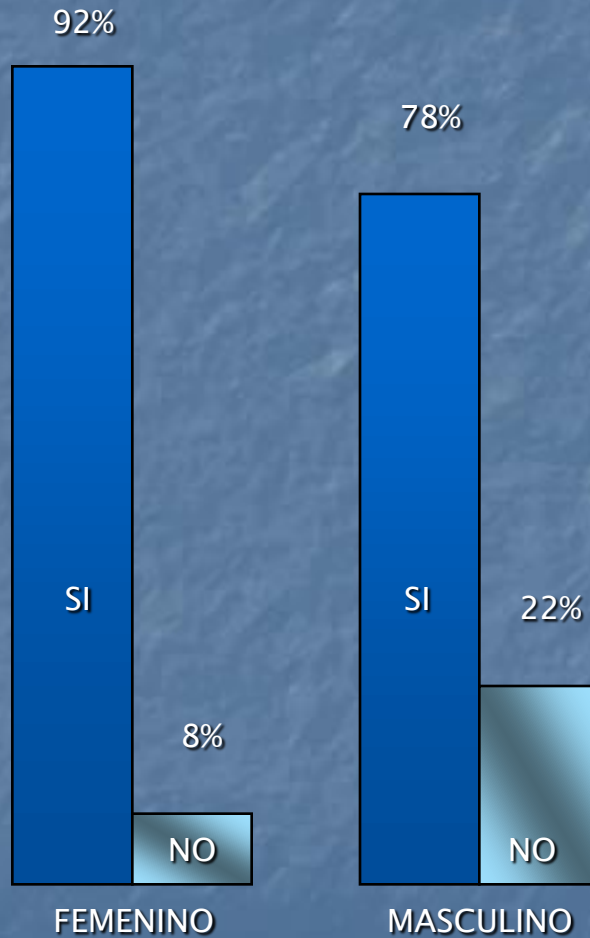
Edad



Muestra = 272 personas

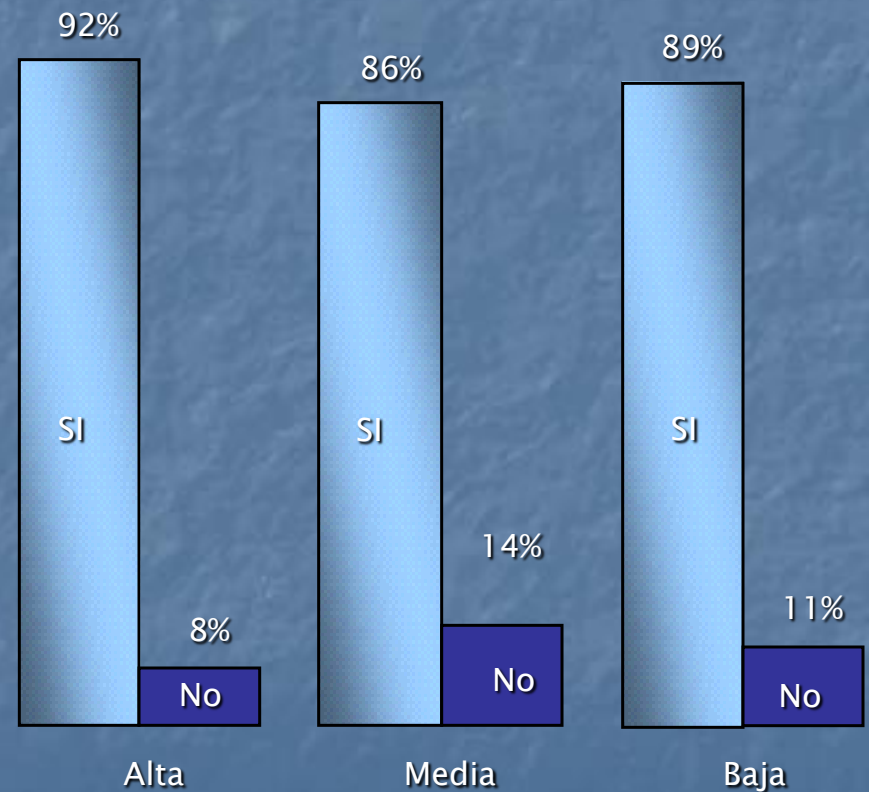
Lectores de la Revista "La Onda"

Género



Muestra = 272 personas

Nivel Socioeconómico



Muestra = 272 personas

Posicionamiento en el Mercado

Palabras Espontáneas de los adolescentes.

Chévere	39
Farándula	17
Interesante	17
Divertida	14
Juvenil	14
Entretenida	13
Buena	11
Bacán	9
Bonita	8
Entretenimiento	5
Juventud	5
Música	5
Artista	4
Chismes	4
Increíble	4

Chismosa	3
Completa	3
Moda	3
Adolescentes	2
Diversión	2
Extrovertida	2
Informativa	2
Locura	2
Nada	2
Original	2
Súper	2
Actual	1
Actualidad	1
Alegre	1
Alocada	1

Posicionamiento en el Mercado

Palabras Espontáneas de los adolescentes.

Alocadísima	1
Artistas Famosos	1
Bien	1
Buena Información	1
Colorida	1
Concurso	1
Cool	1
Critica	1
Ecuatoriana	1
Espectacular	1
Espectáculos	1
Famosos	1
Fantástica	1
Fotos	1
Genial	1

Horóscopo	1
Incompleta	1
Informal	1
Inquieta	1
Jóvenes	1
La Mejor	1
Llamativa	1
Lo mejor	1
Loca	1
Maravillosa	1
Moderna	1
Muy Buena	1
Nice	1
No me gusta	1
No sabe	1

Posicionamiento en el Mercado

Palabras Espontáneas de los adolescentes.

Poster	1
Rayada	1
RBD	1
Rebuena	1
Recreativa	1
Regular	1
Relajo	1
Satisfactoria	1
Sorprende	1
Todo	1
Una Onda	1

5.¿Qué es lo más importante que tiene la revista?
Enumerarlas según preferencias (Opción dada por el
encuestado)

Portada

Calidad de Papel

Promociones

Colores

Posters

Diagramación

Cancionero

Chismes

Farándula

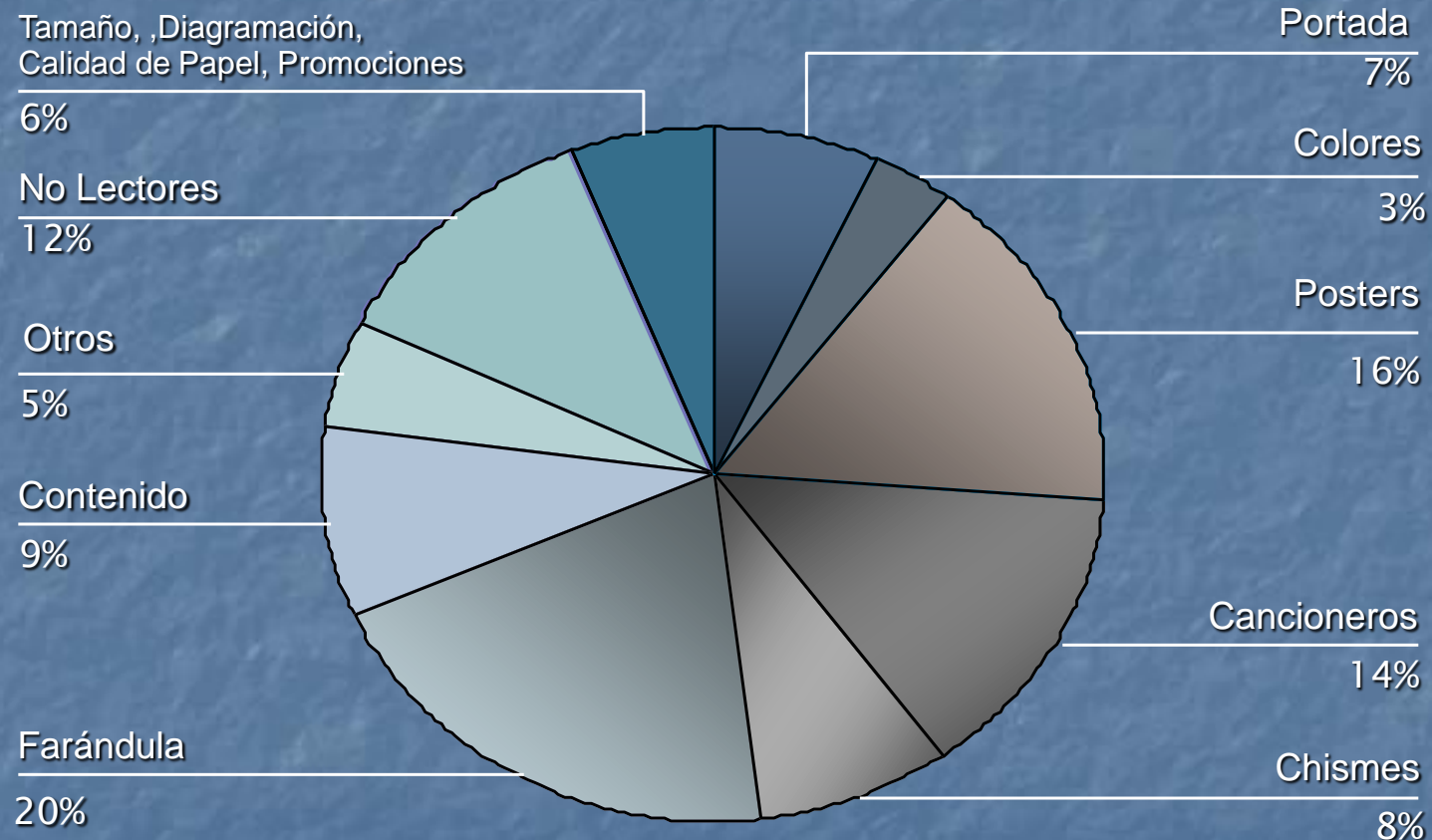
Contenido

Tamaño

Otros

Características de la Revista “La Onda”

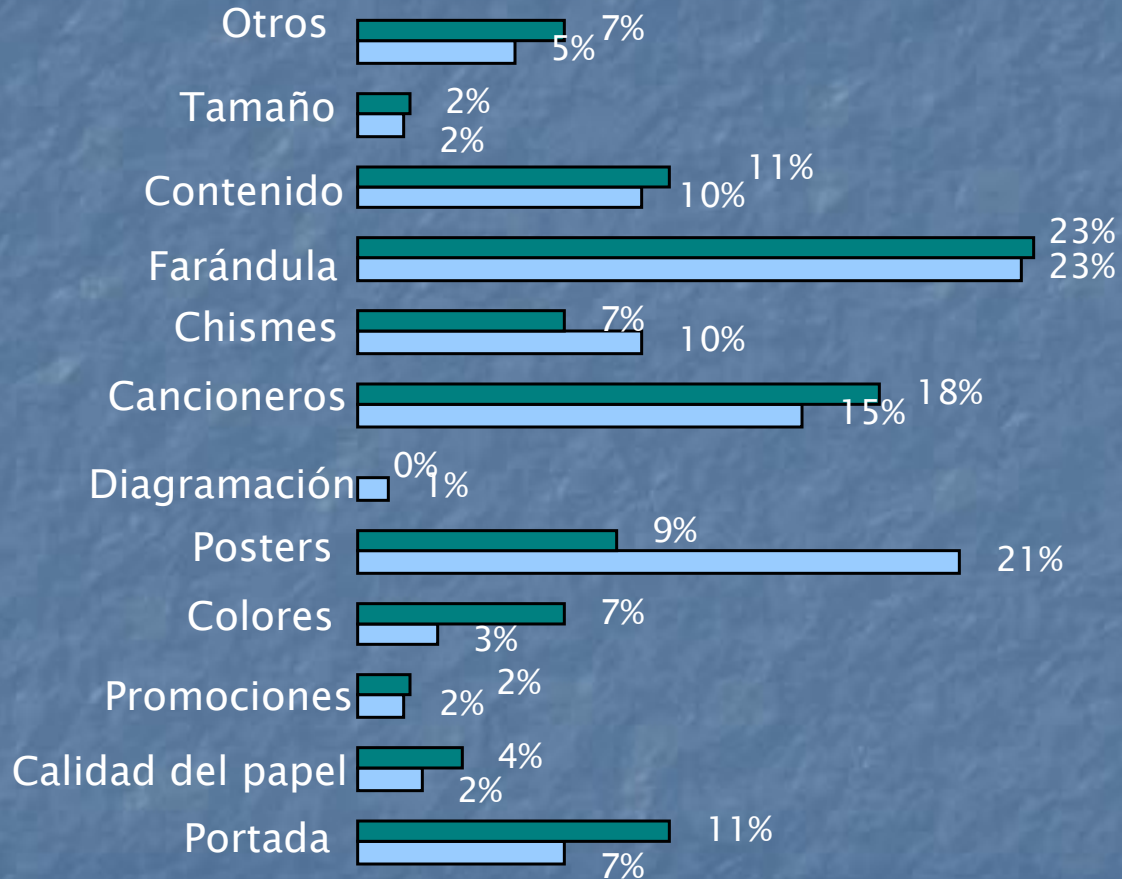
General



Muestra = 272 personas

Características de la Revista

Género

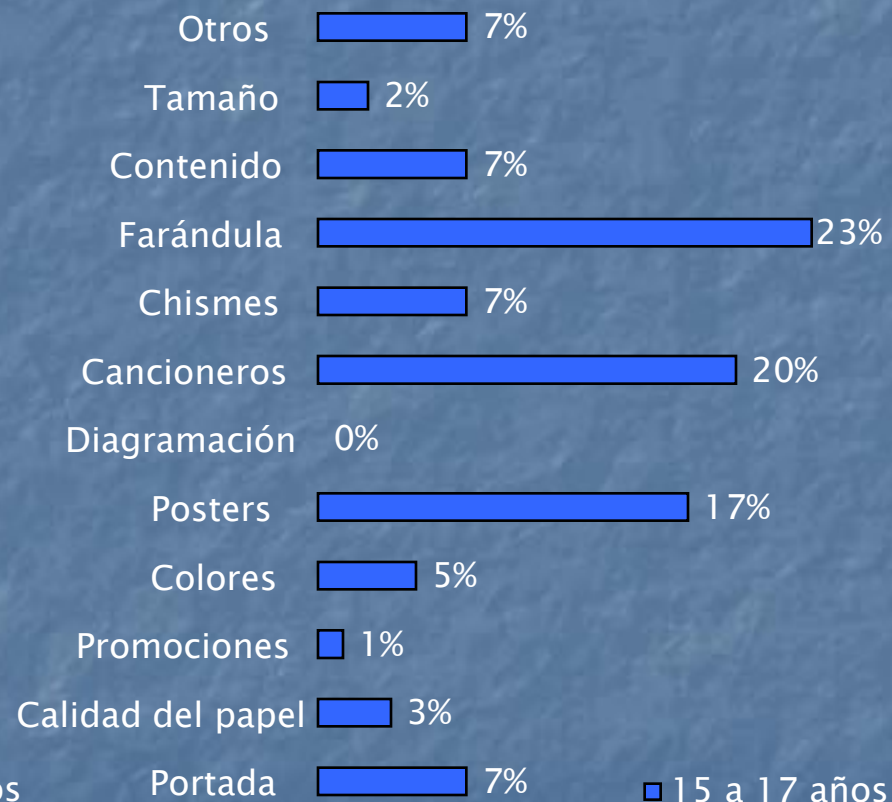
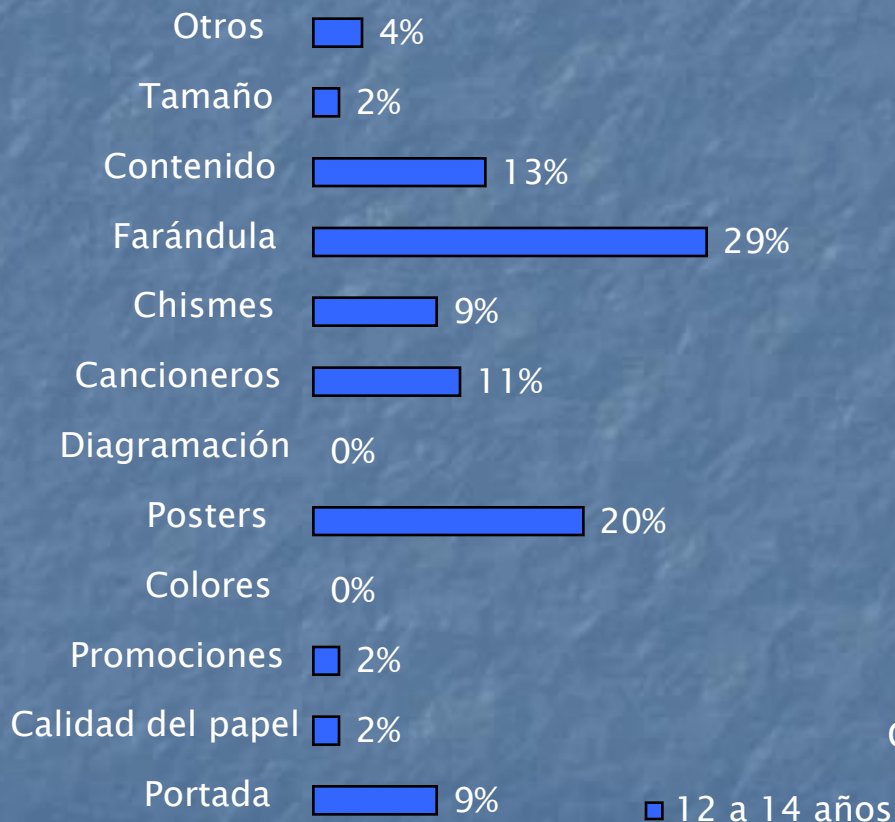


Muestra = 240 personas

■ Femenino ■ Masculino

Características de la Revista

Edad

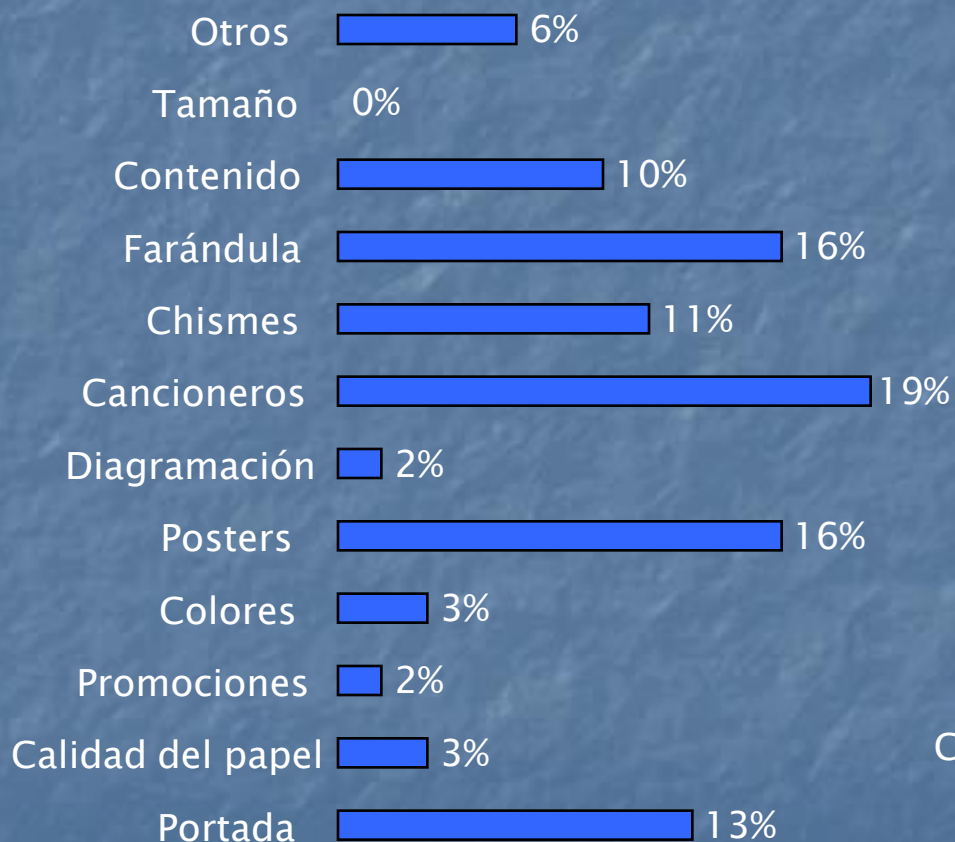


Muestra = 55 personas

Muestra = 86 personas

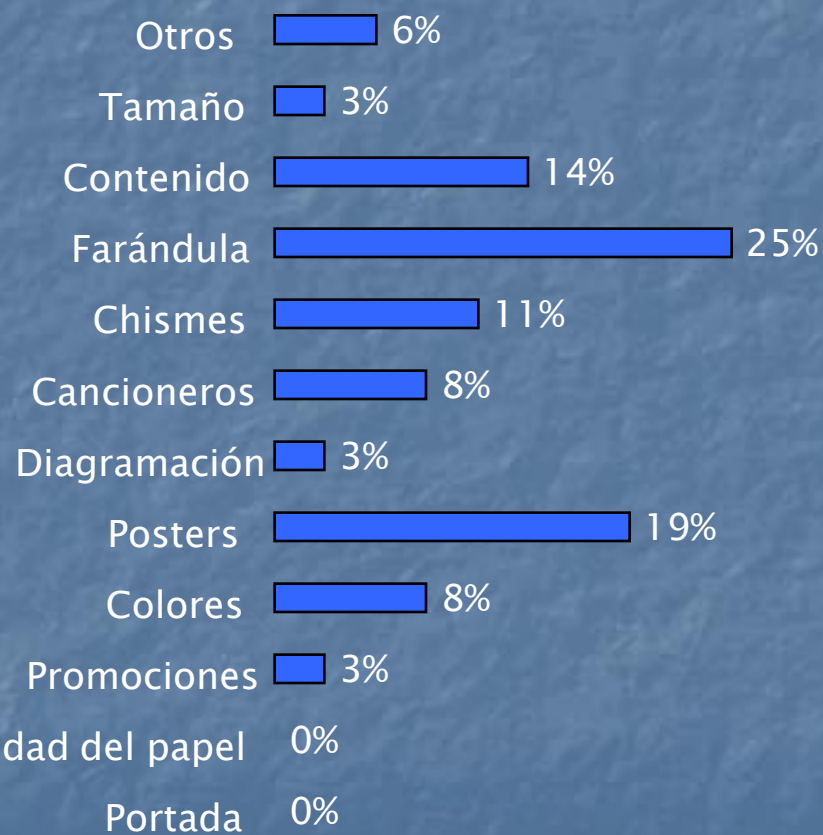
Características de la Revista

Edad



Muestra = 63 personas

■ 18 a 20 años



Muestra = 36 personas

■ 21 a 23 años

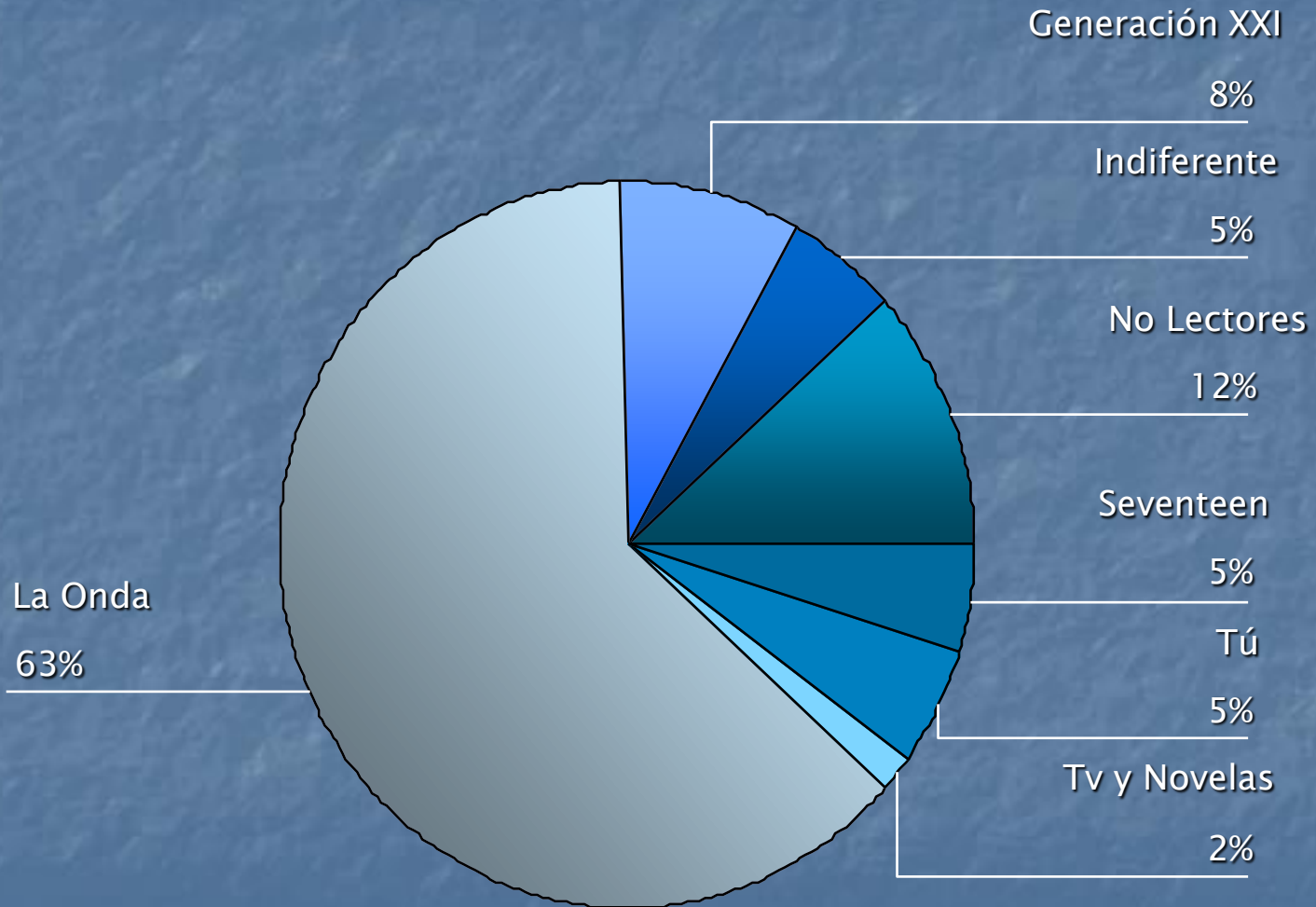
8. De las Revistas Juveniles cual consideras que tienen (Mostrar cartilla con marcas)

Atributos							
Portada más llamativa							
Portada más colorida							
Los mejores Segmentos							
Mejores Chismes							
Las mejores fotografías							
Mejores Posters							
Logotipo aburrido							
Cancionero más completo							
Tamaño Ideal de la revista							
Mejor Calidad de Papel							
Mejor Diagramación							
Mejores fotografías							



Comparación entre Revistas

Mejor Revista en General



Muestra = 272 personas

Comparación de Revistas

Revista más Fácil de Encontrar

Generación XXI

10%

Indiferente

9%

No lectores

12%

Gia

0%

Seventeen

3%

Tú

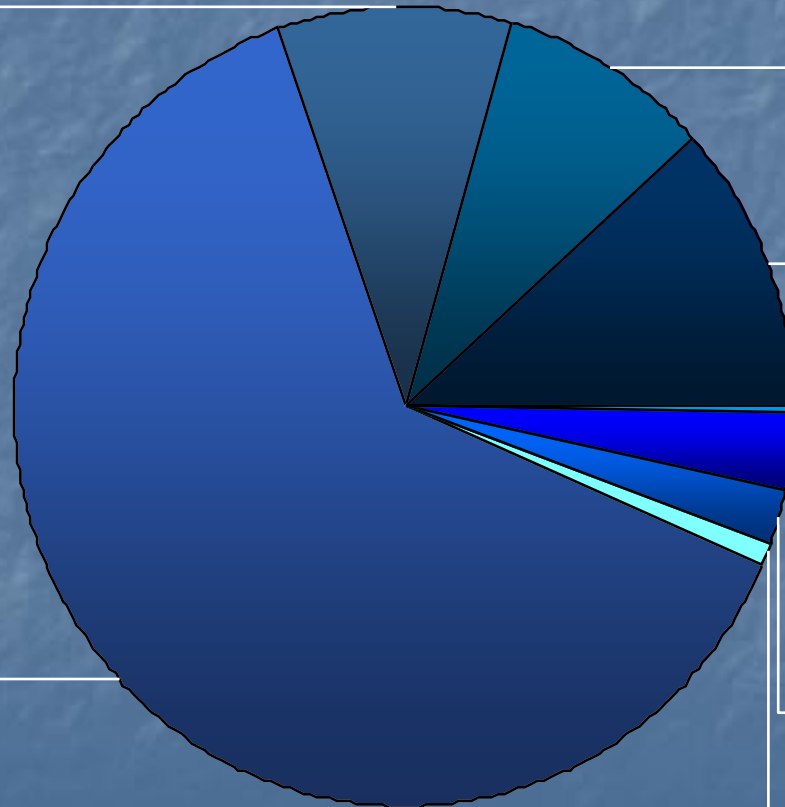
2%

Tv y Novelas

1%

La Onda

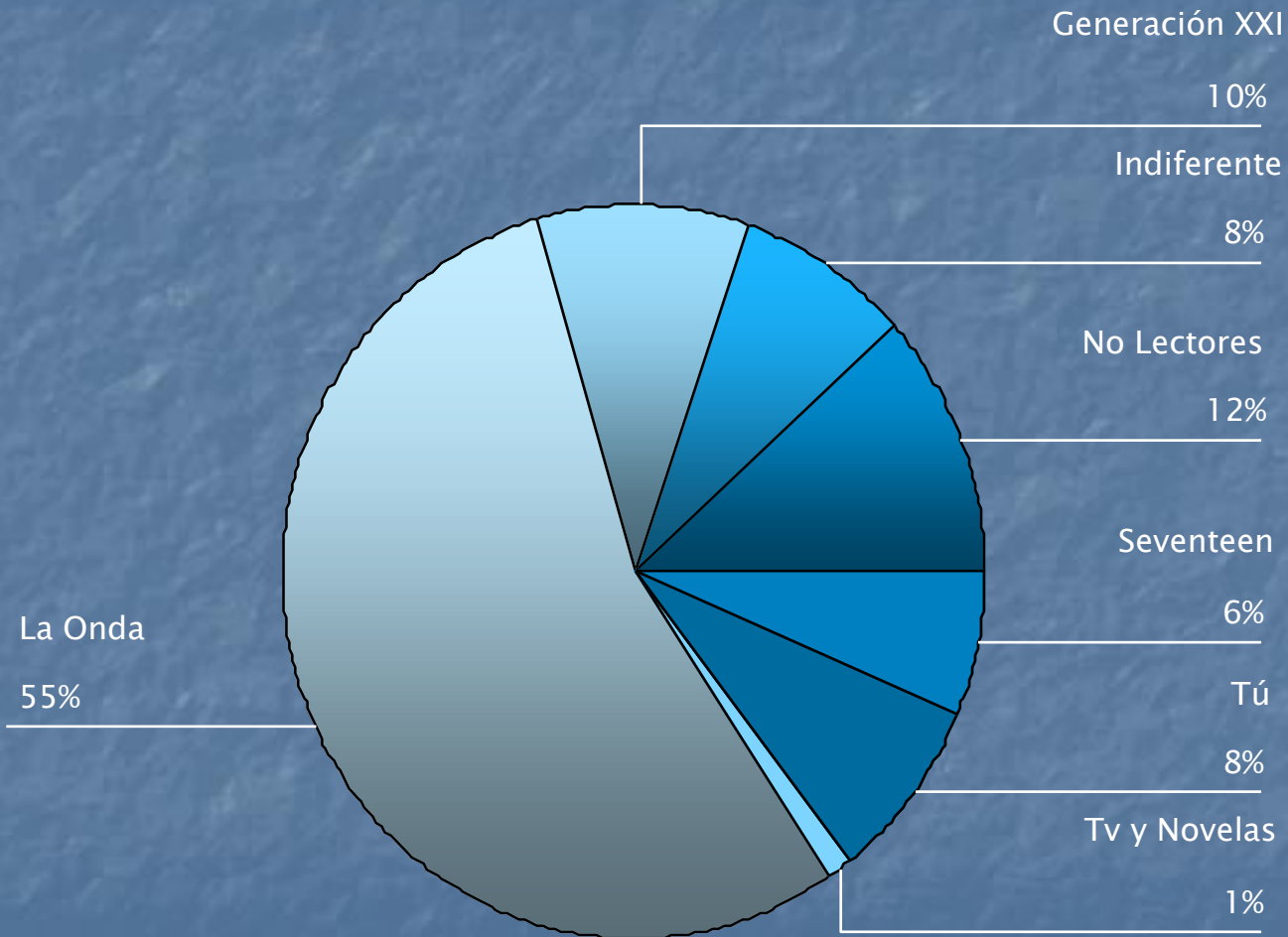
64%



Muestra = 272 personas

Comparación entre Revistas

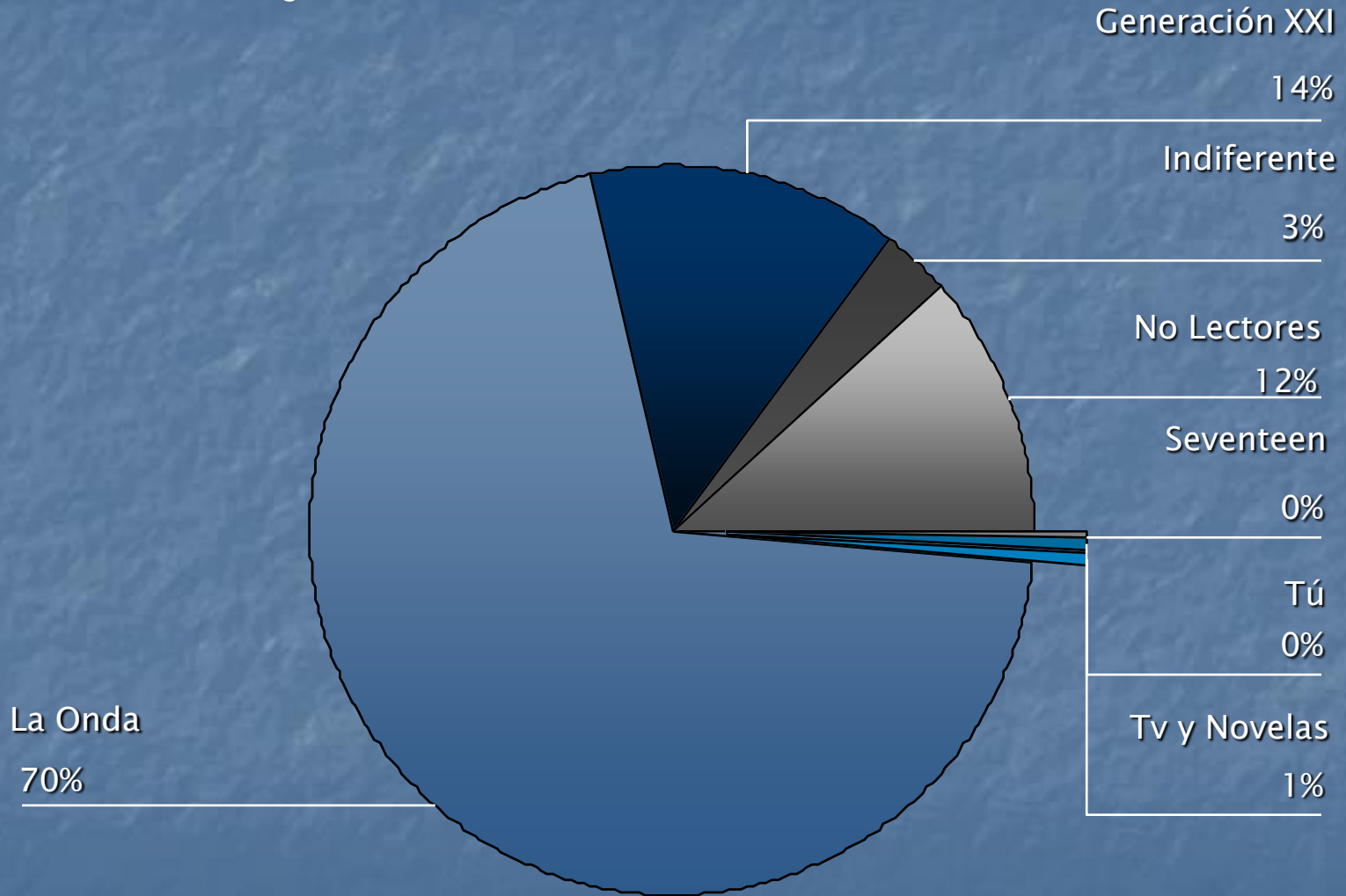
Revista que Guardarías Contigo



Muestra = 272 personas

Comparación entre Revistas

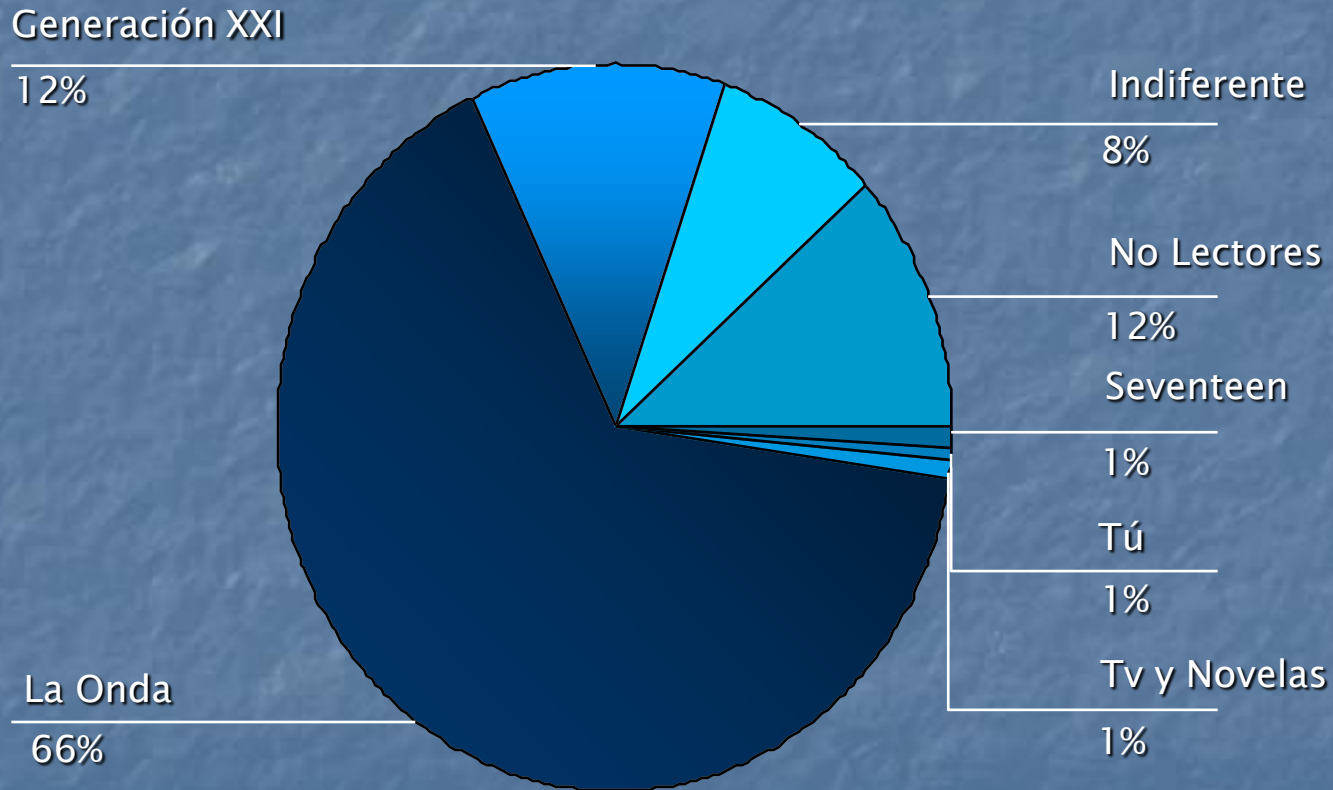
Revista con Mejores Posters



Muestra = 272 personas

Comparación entre Revistas

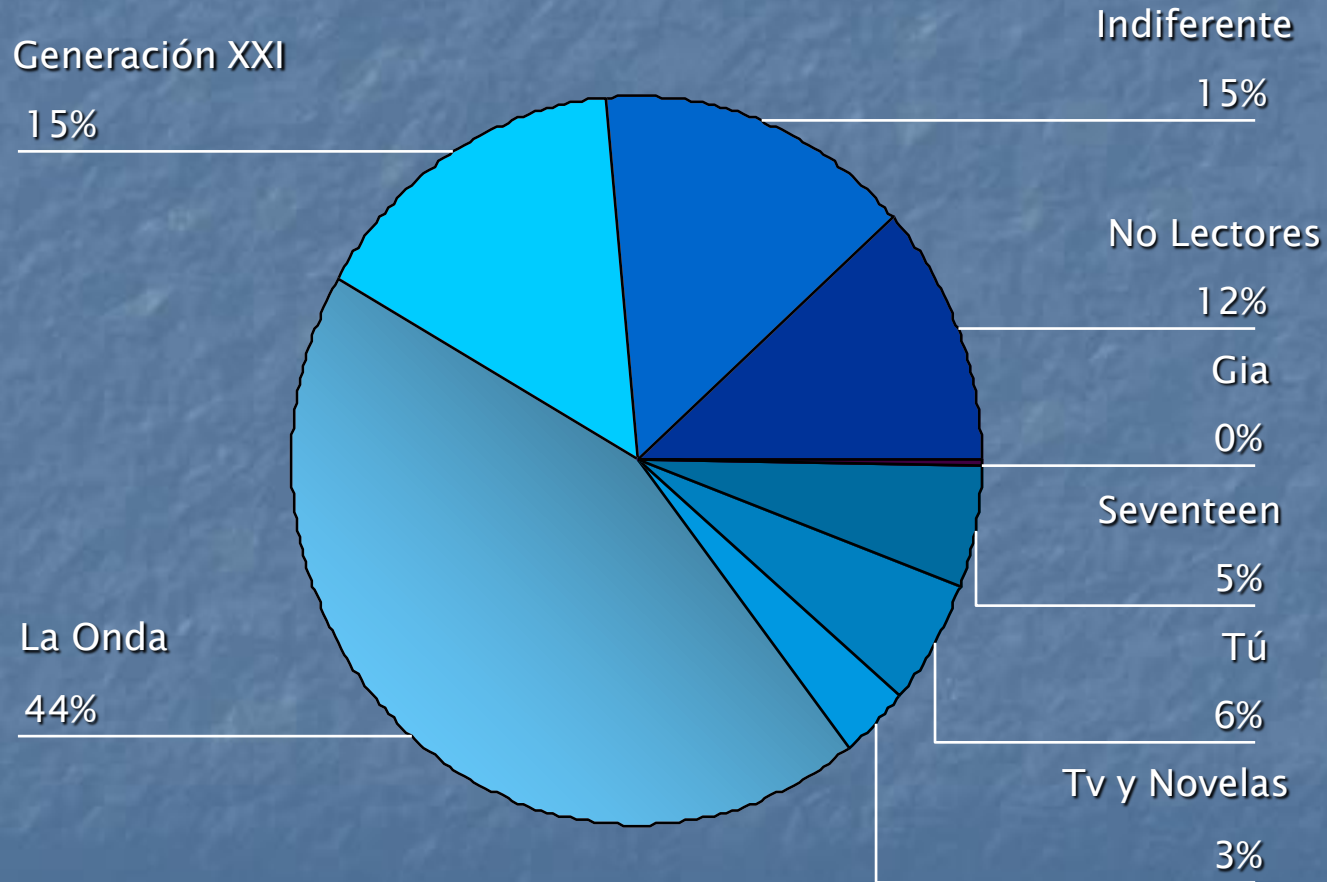
Revista con Mejor Cancionero



Muestra = 272 personas

Comparación entre Revistas

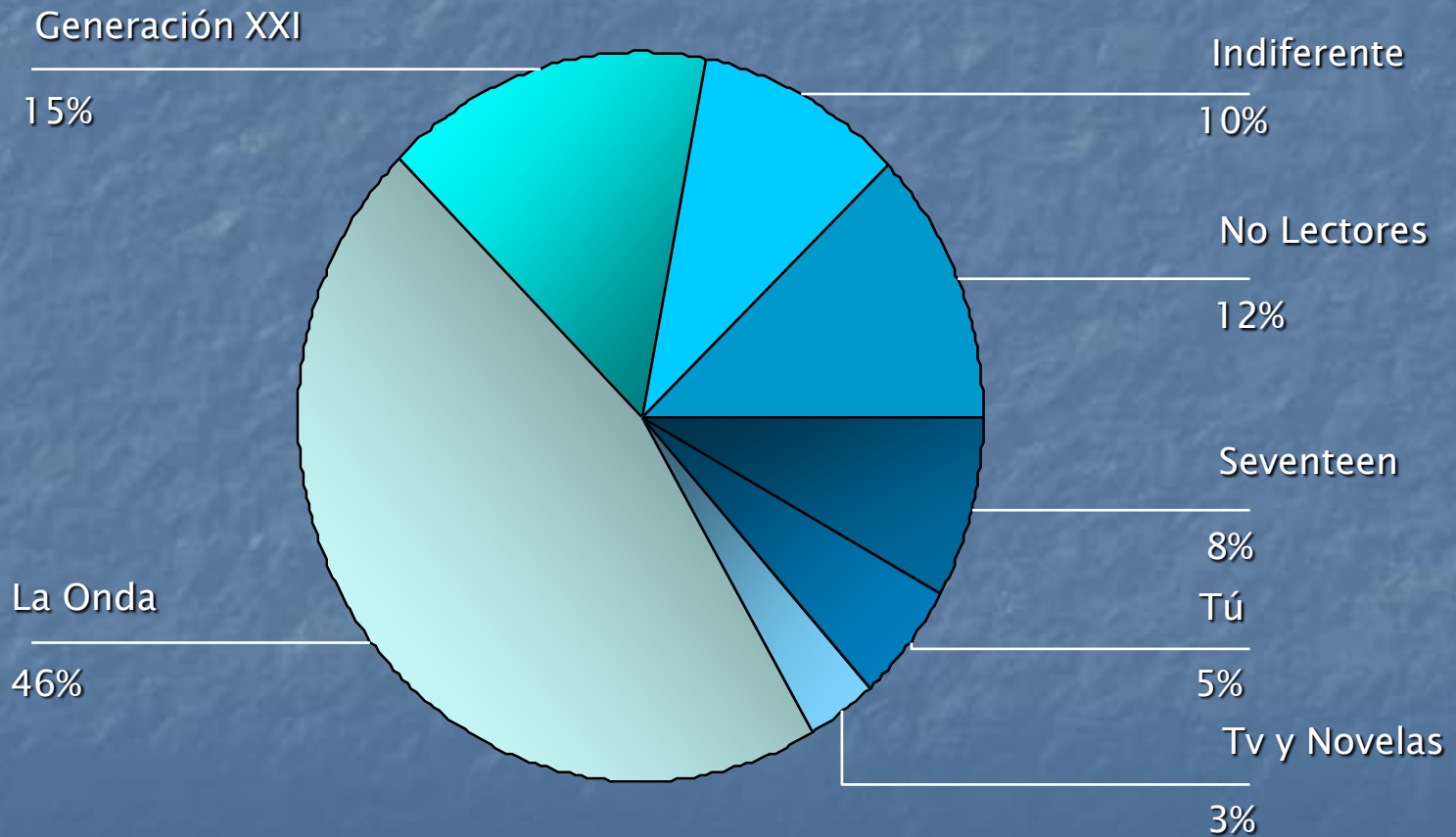
Revista con Mejor Diagramación



Muestra = 272 personas

Comparación entre Revistas

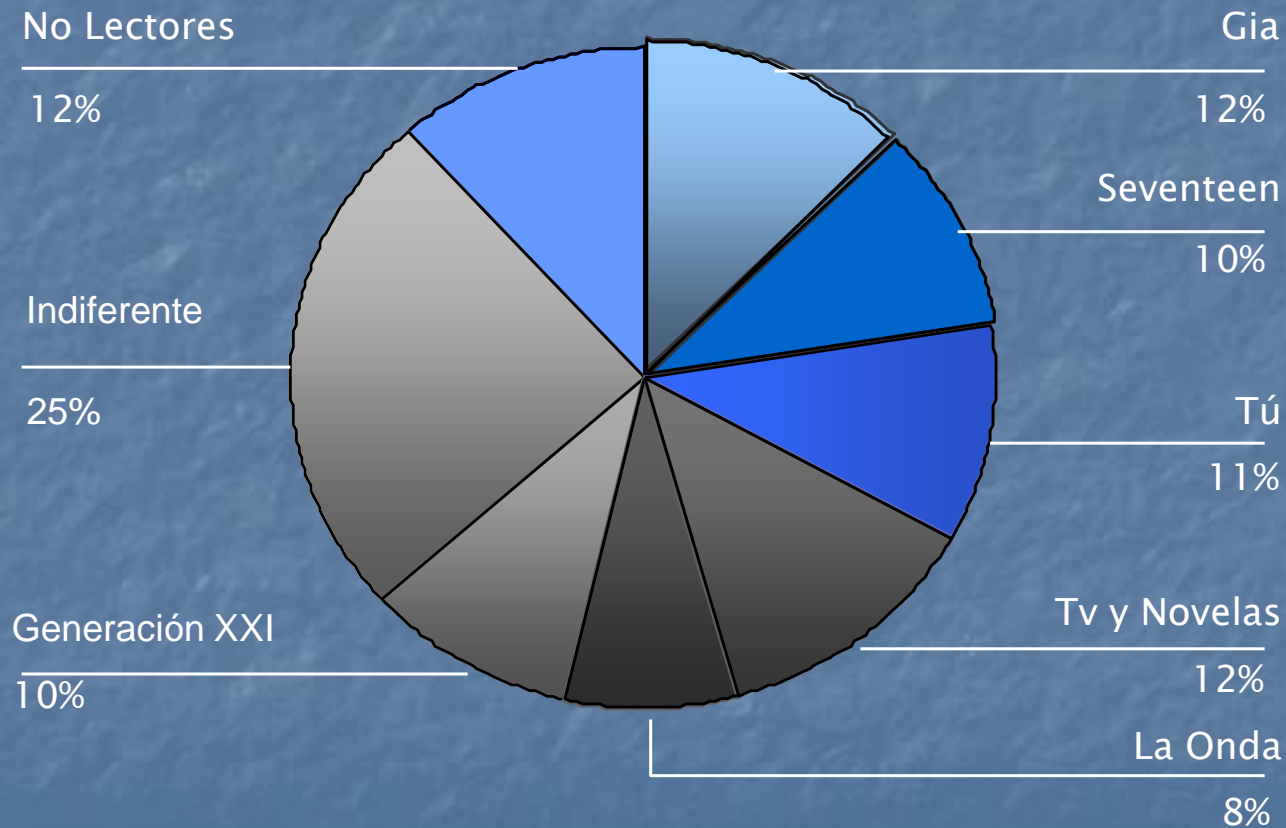
Revista con Portada más Llamativa



Muestra = 272 personas

Comparación entre Revistas

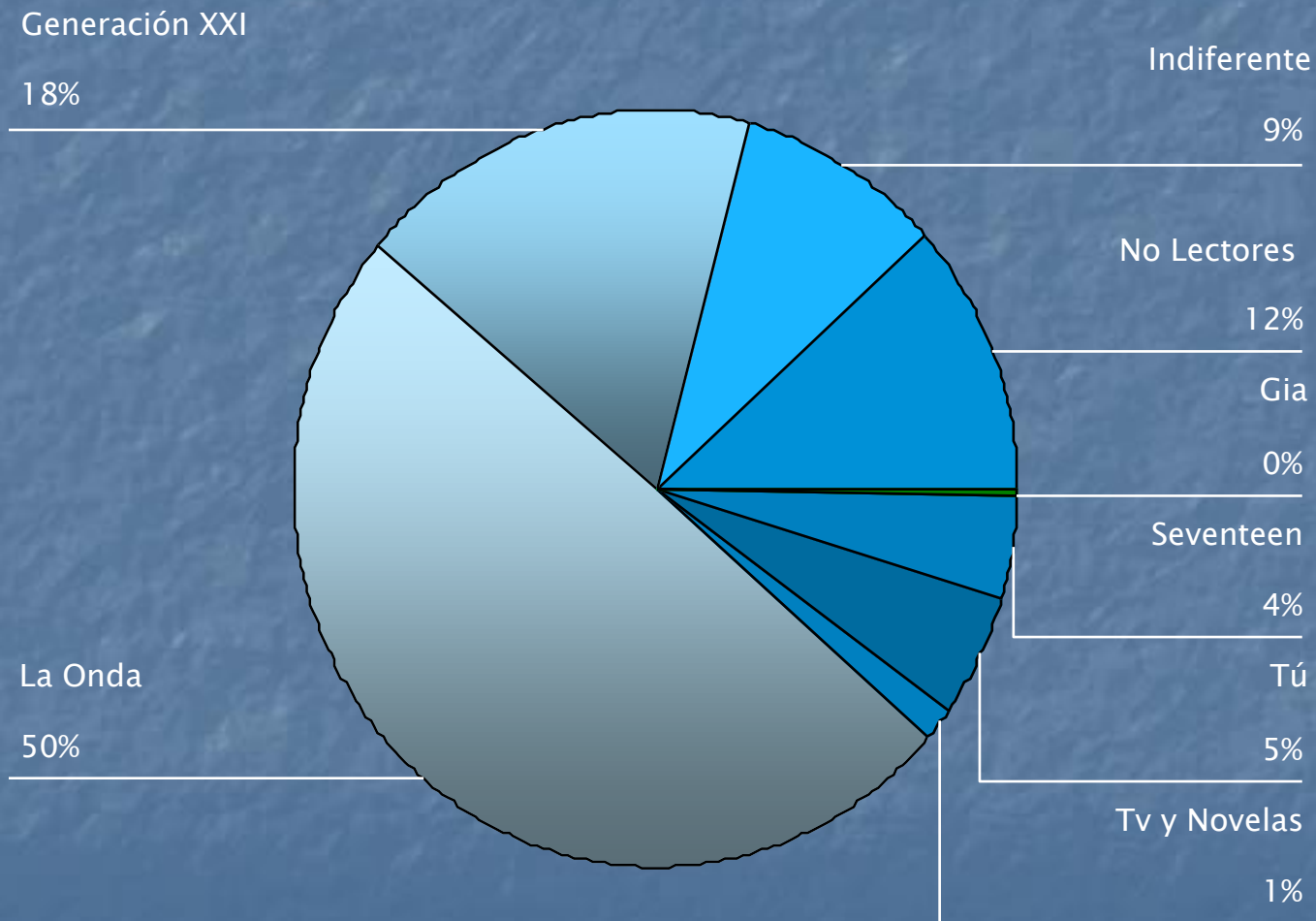
Revista con Logotipo Aburrido



Muestra = 272 personas

Comparación entre Revistas

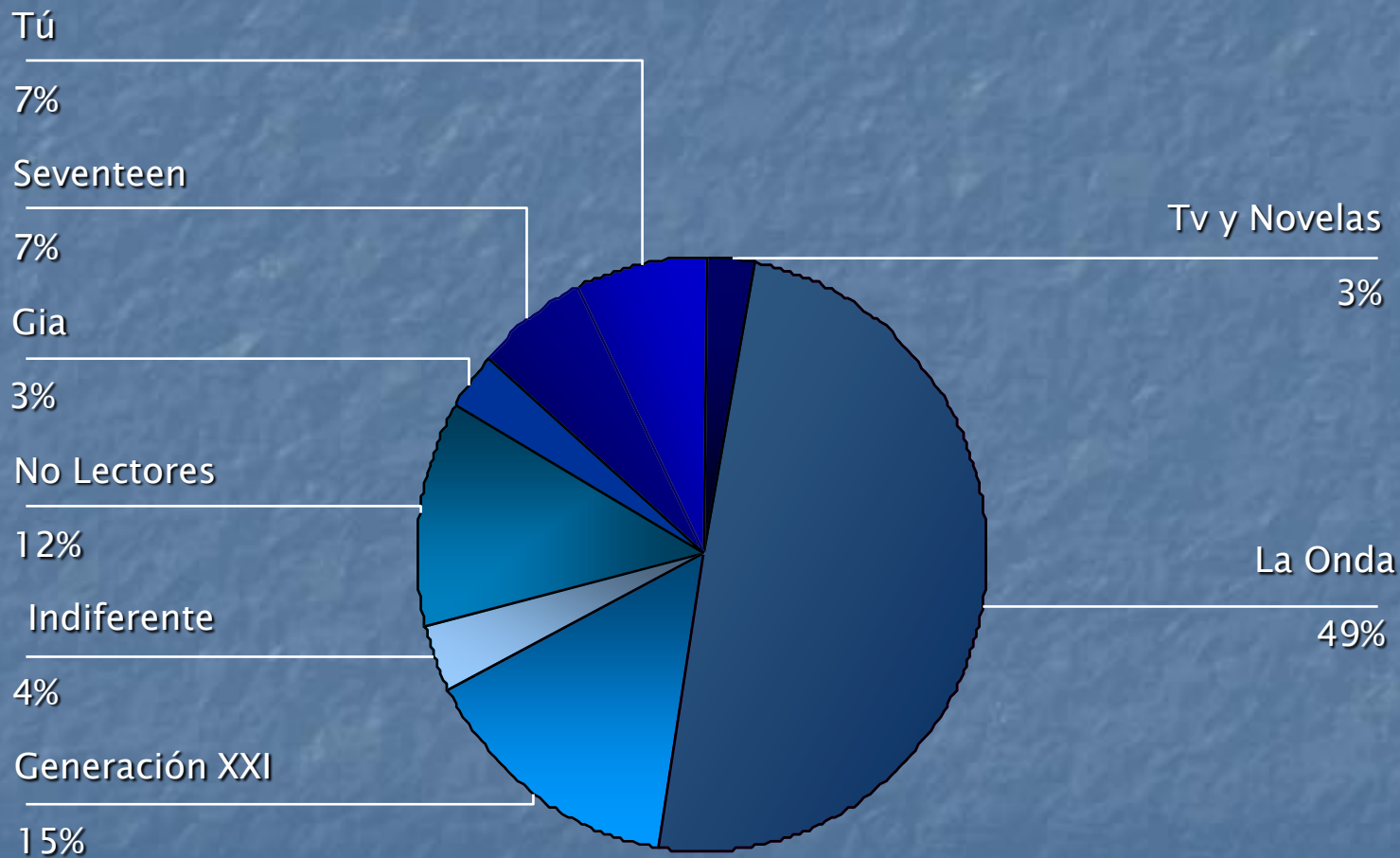
Revista con el Tamaño Ideal



Muestra = 272 personas

Comparación entre Revistas

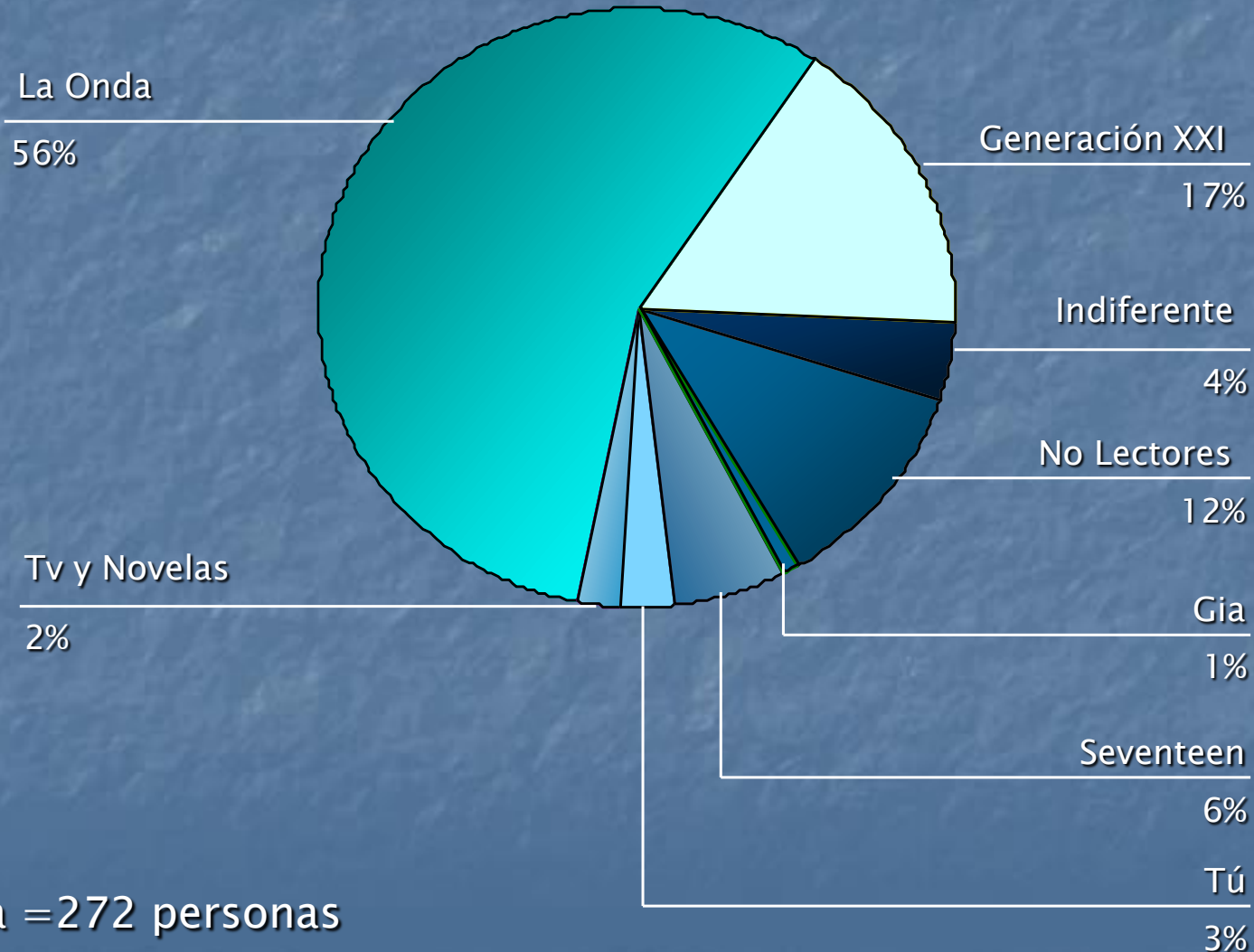
Revista con Portada más Colorida



Muestra = 272 personas

Comparación entre Revistas

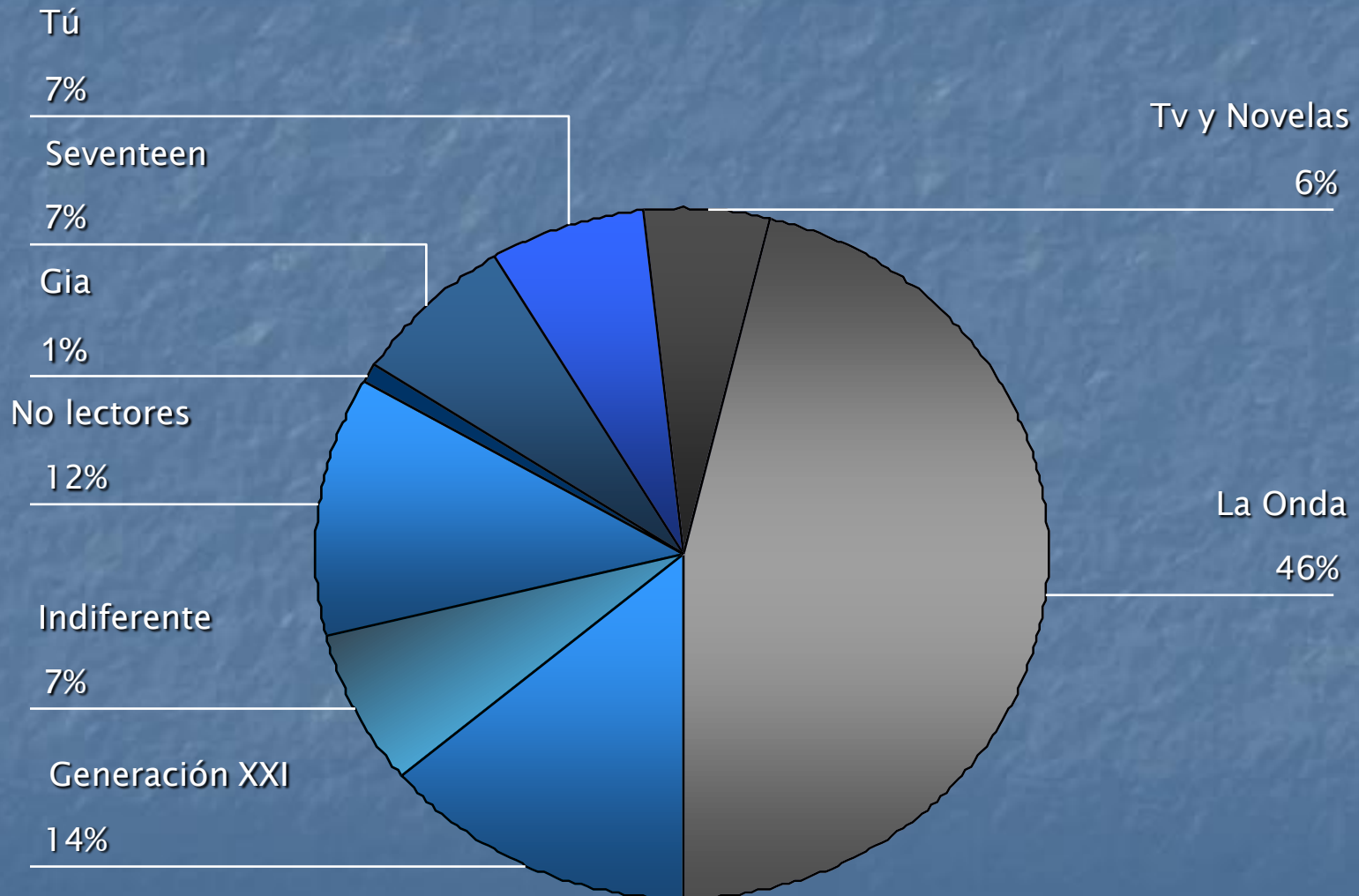
Revista con Mejores Fotografías



Muestra = 272 personas

Comparación entre Revistas

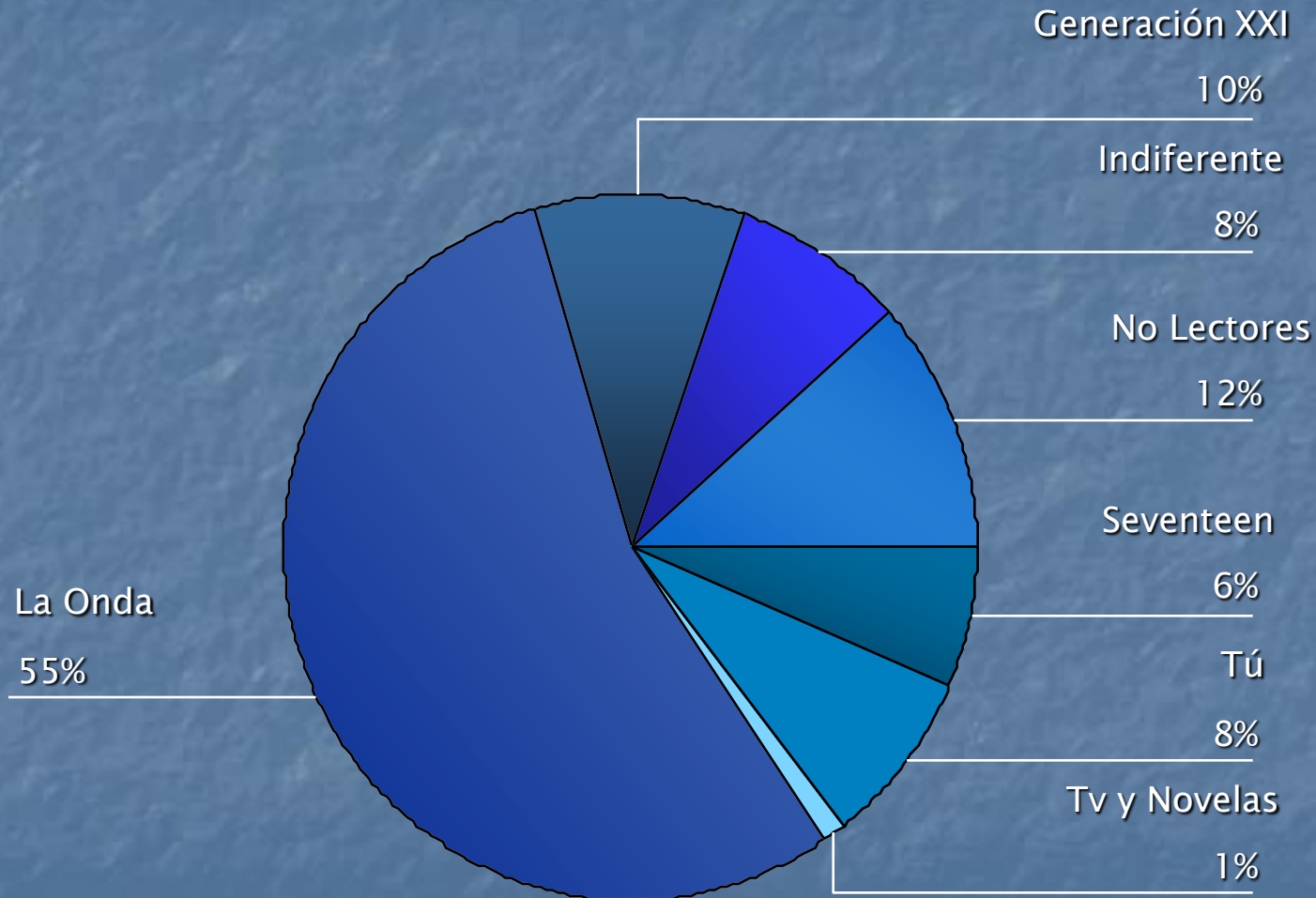
Revista con Mejores Segmentos



Muestra = 272 personas

Comparación entre Revista

Revista más Colorida



Muestra = 272 personas

Comparación entre Revistas

Revista con Mejores Chismes

Generación XXI

15%

Indiferente

7%

No lectores

12%

Gia

0%

Seventeen

4%

Tú

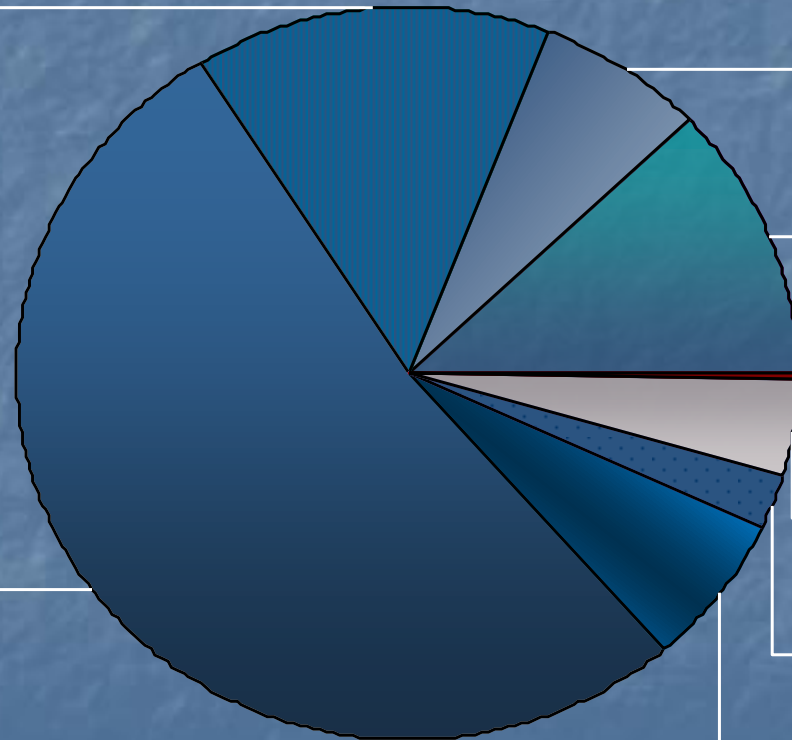
3%

Tv y Novelas

7%

La Onda

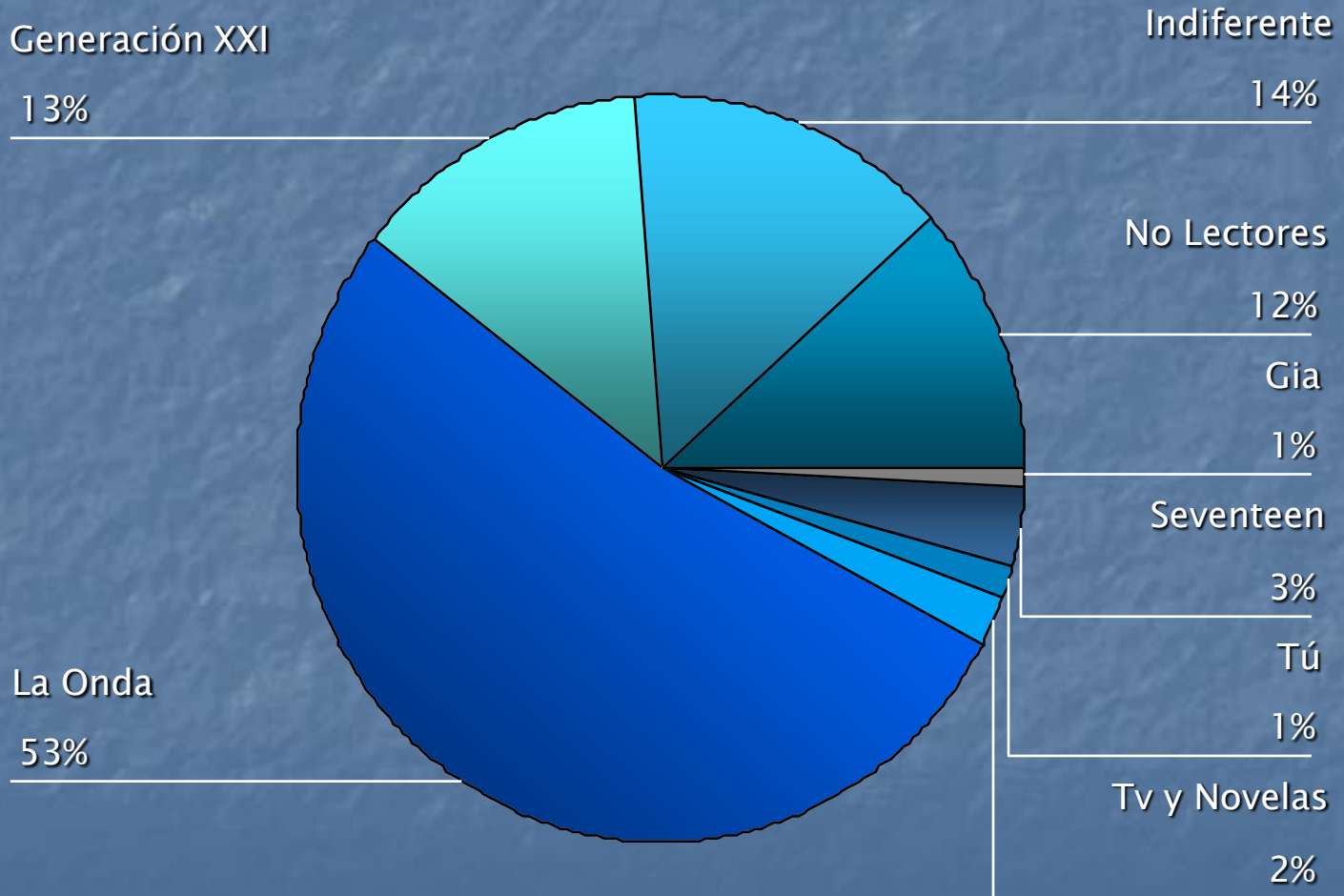
53%



Muestra = 272 personas

Comparación entre Revistas

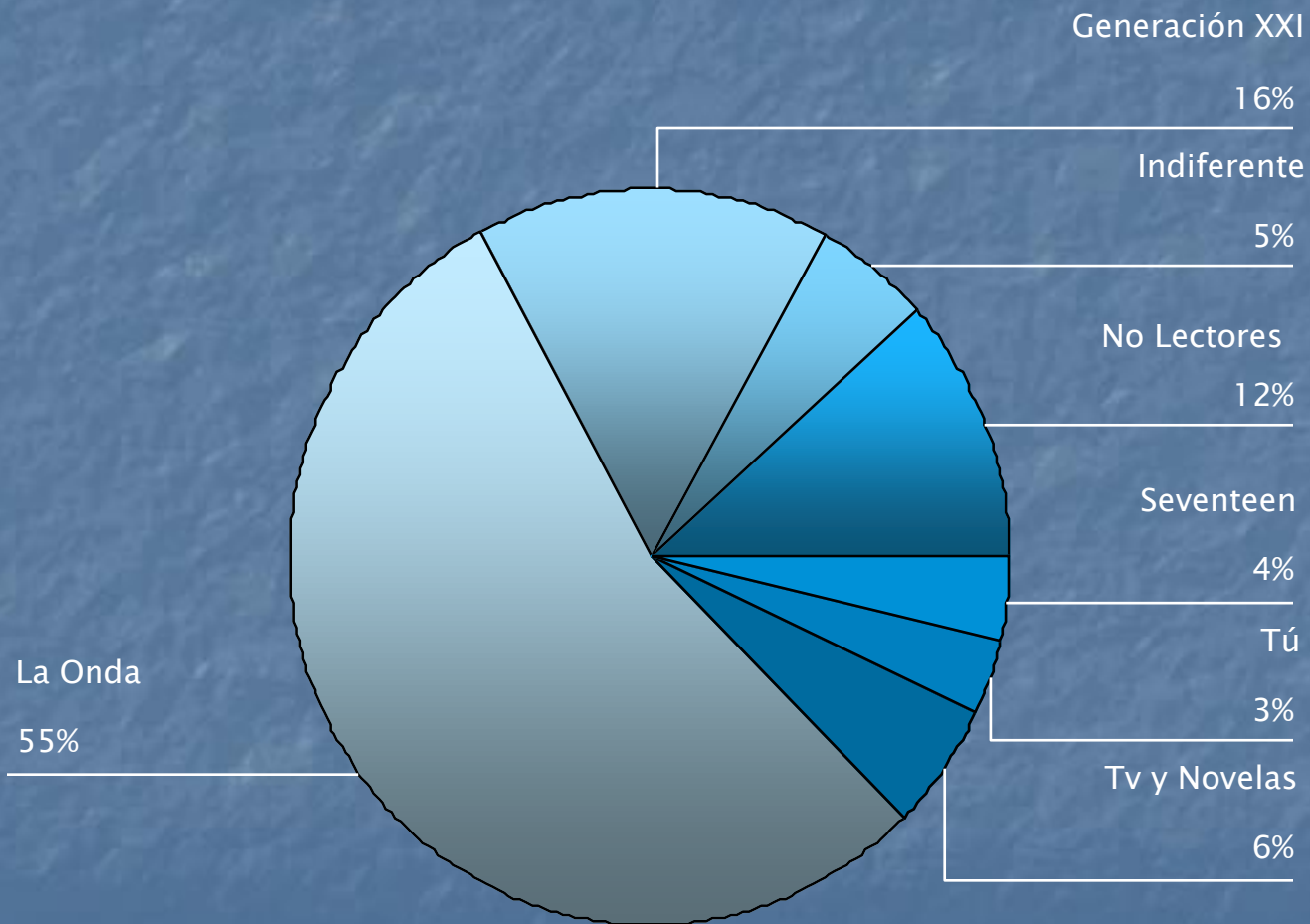
Revista con Mejores Promociones



Muestra = 272 personas

Comparación entre Revistas

Revista con Las Mejores Notas de Artistas



Muestra = 272 personas

6.¿Donde acostumbras comprar tu revista “La Onda”? (Marcar con una “X”, opción dada por el encuestado)

Supermaxi

Mi Comisariato

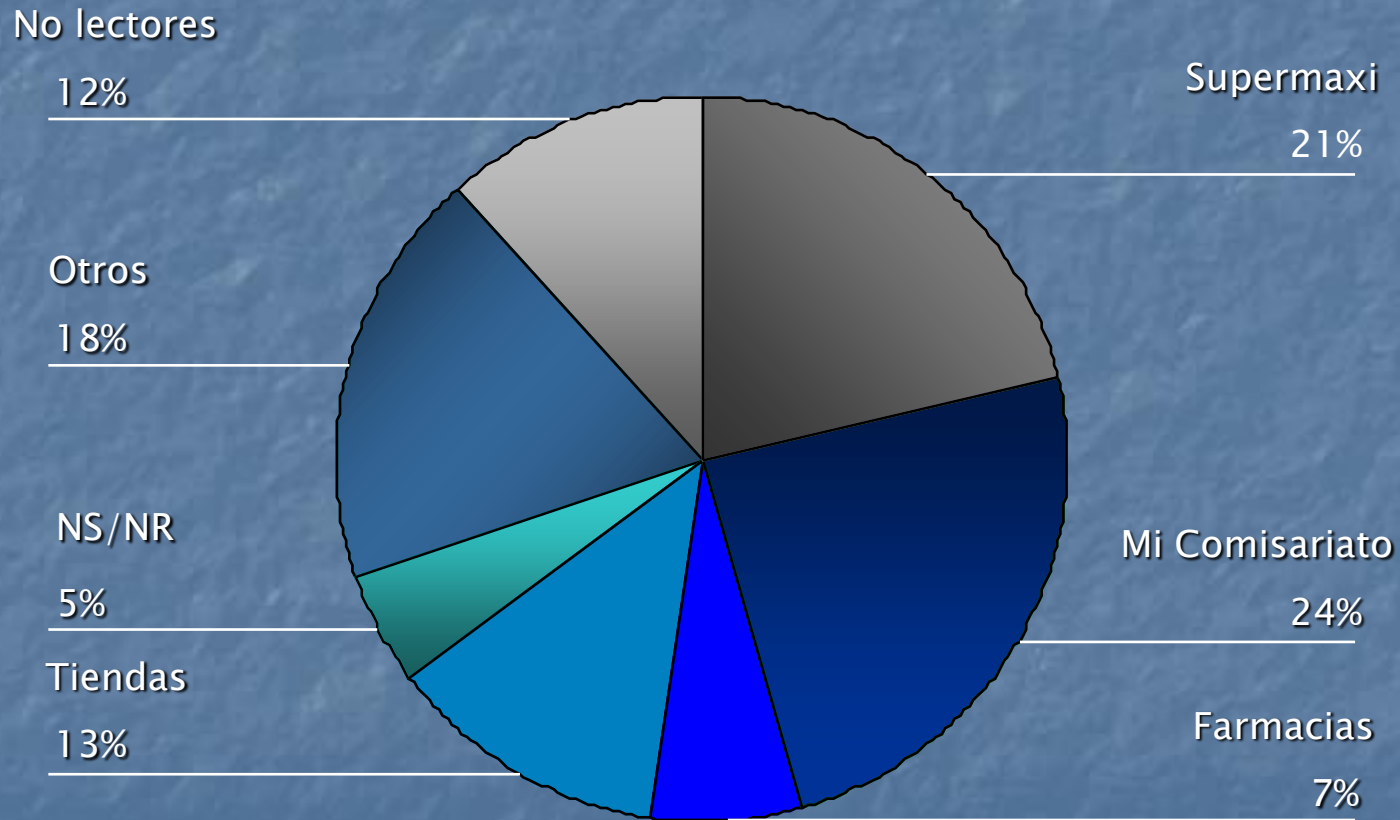
Farmacias

Tiendas

NS/NR

Otros

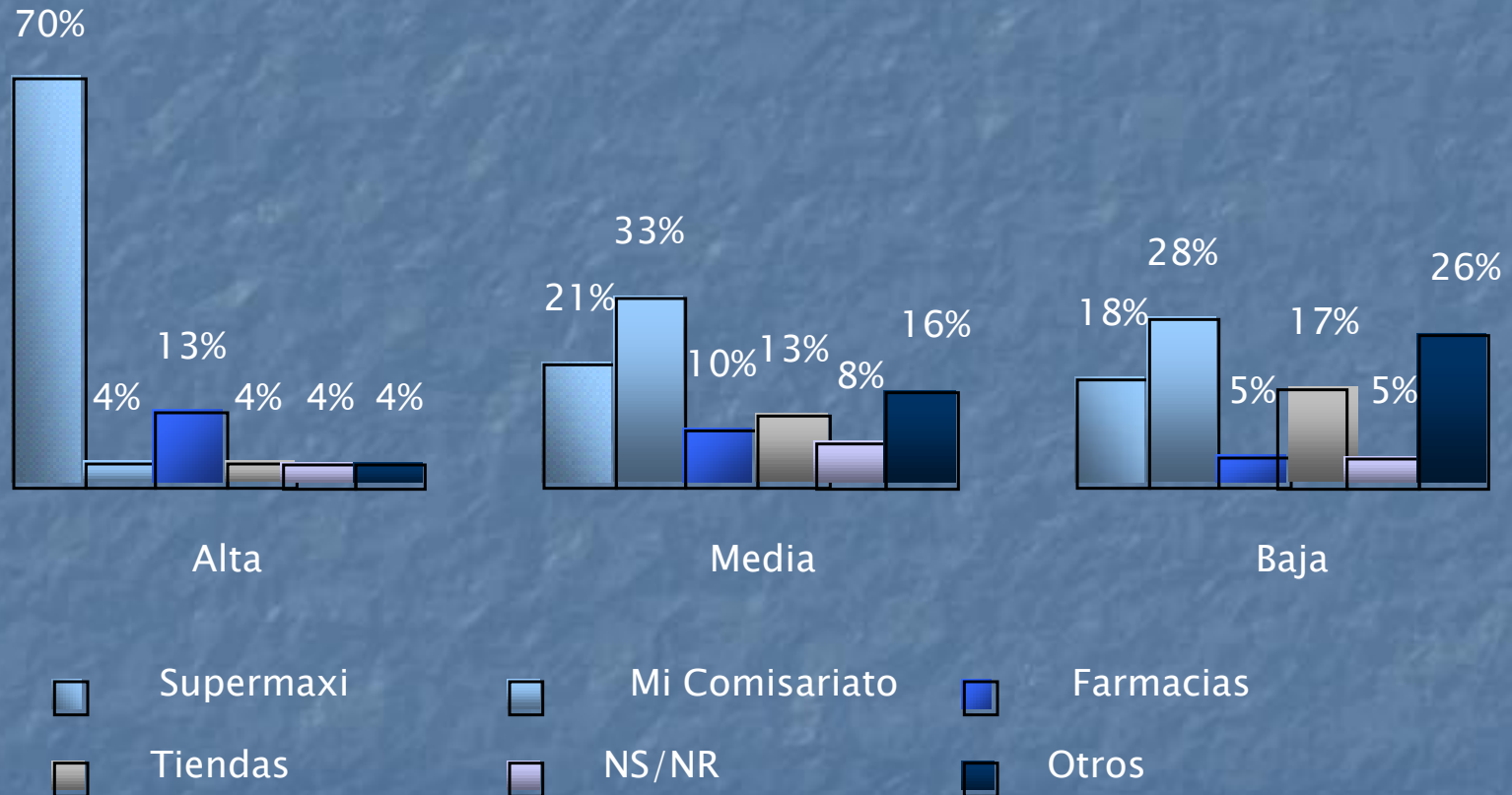
Puntos de Compra de la Revista "LA ONDA" General



Muestra = 272 personas

Puntos de Compra de la Revista "LA ONDA"

Nivel Socioeconómico



Muestra = 240 personas

7.¿En que medios de comunicación te gustaría informarte sobre la nueva edición de la Revista “La Onda”? (Marcar con una “X”, opción dada por el encuestado)

Periódicos

Radio

Celulares

Cine

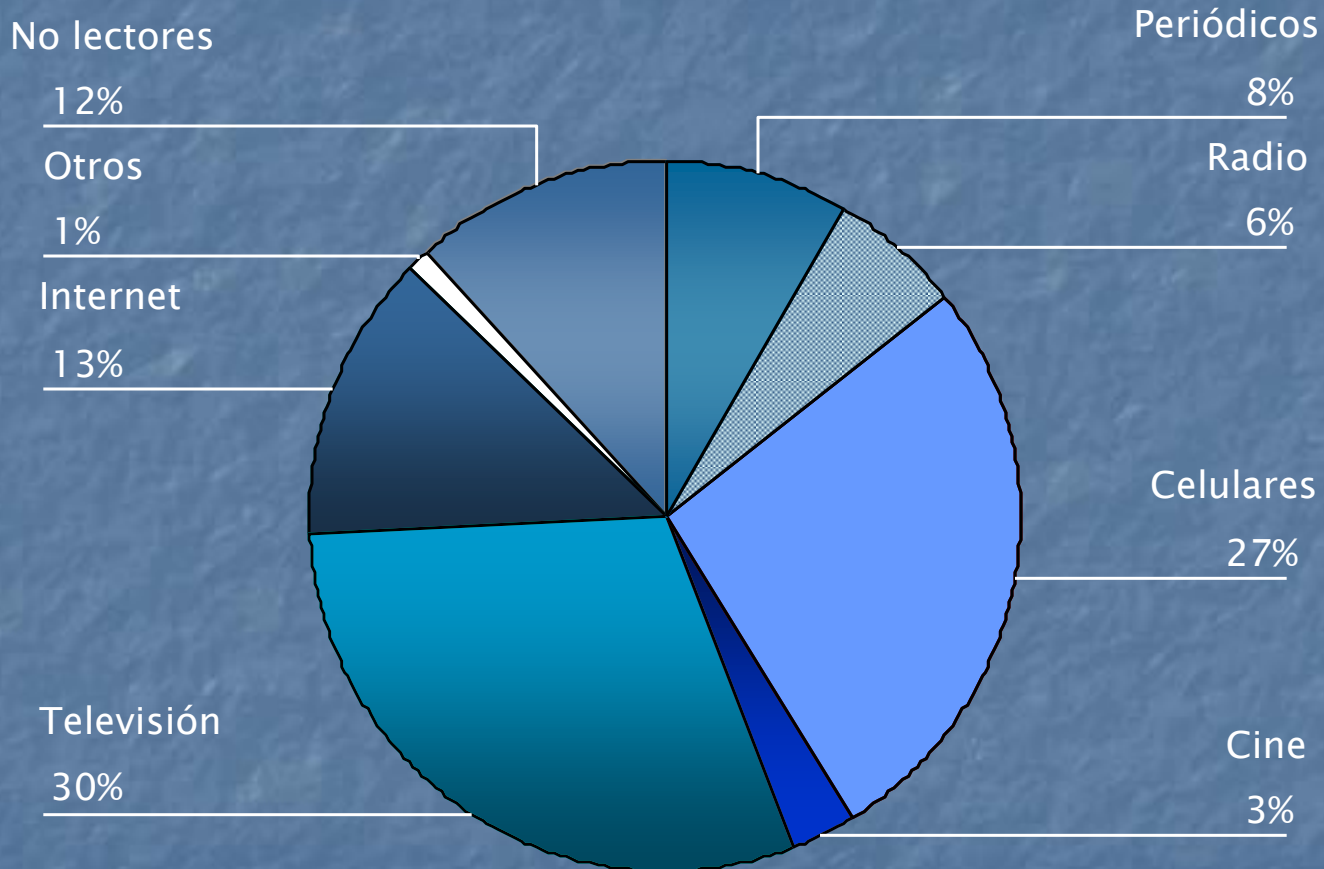
Televisión

Internet

Otros

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Medios de Comunicación



Muestra = 272 personas

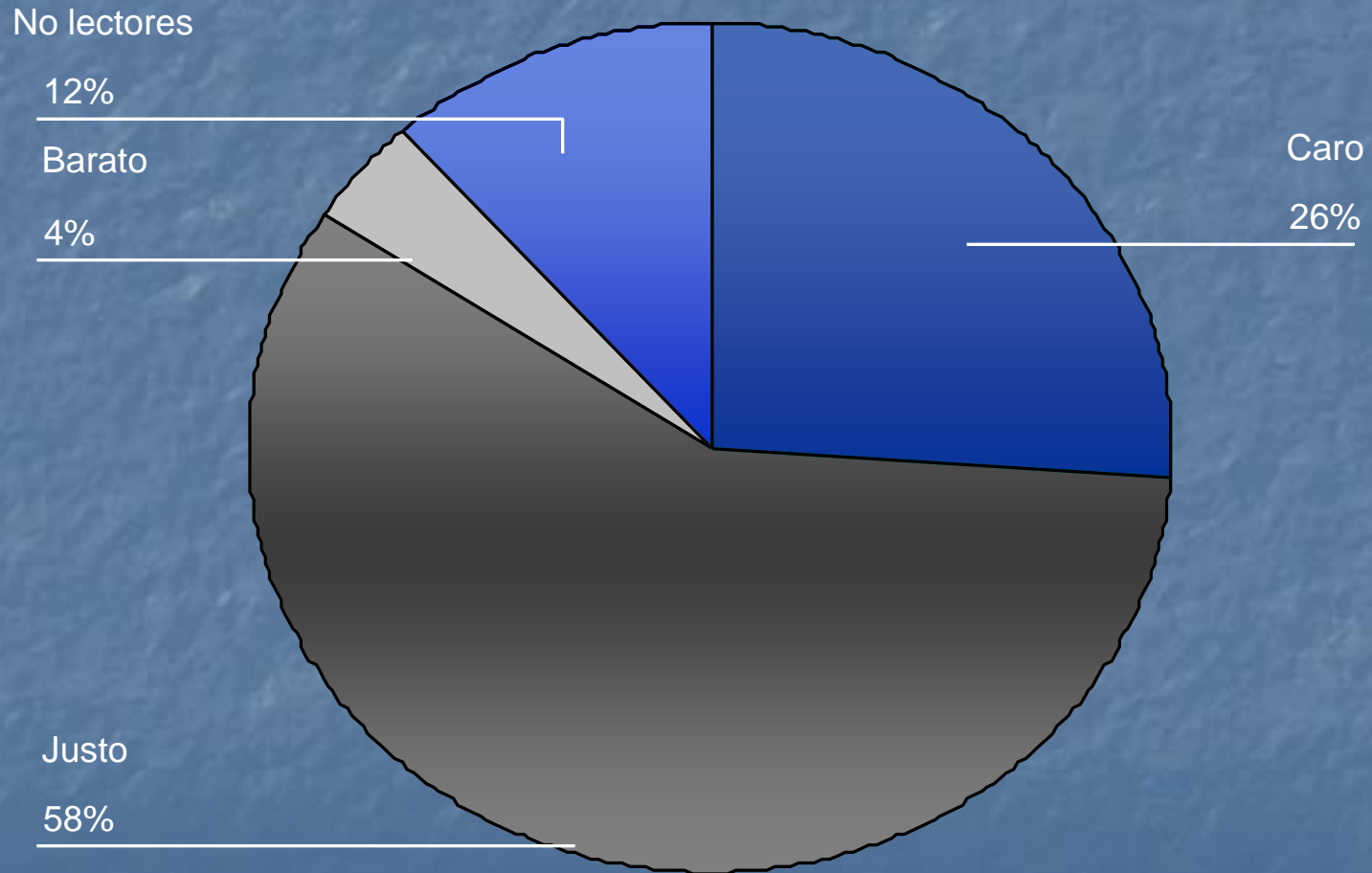
9. El precio de la Revista “La Onda” es de USD\$3,50 te parece: (Marcar con una “X”)

Caro

Justo

Barato

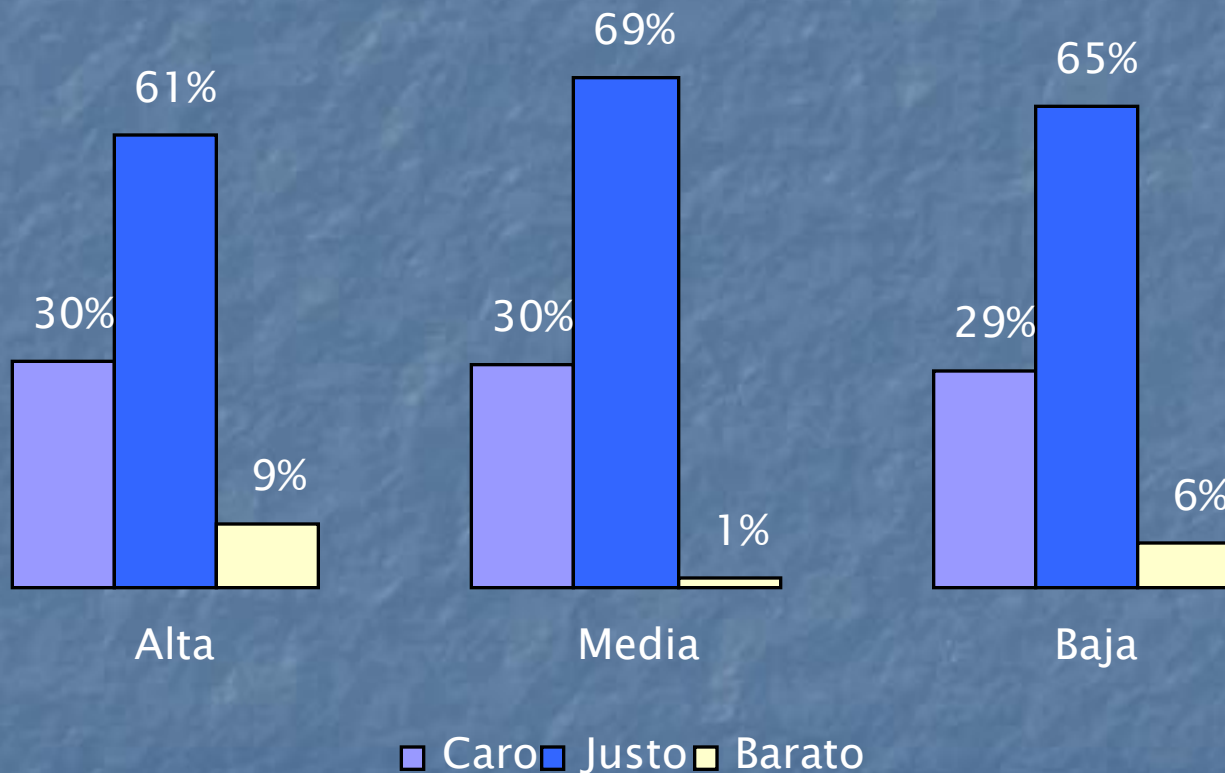
Percepción del Precio de Revista La Onda



Muestra = 272 personas

Percepción del Precio de Revista La Onda

Nivel Socio Económico



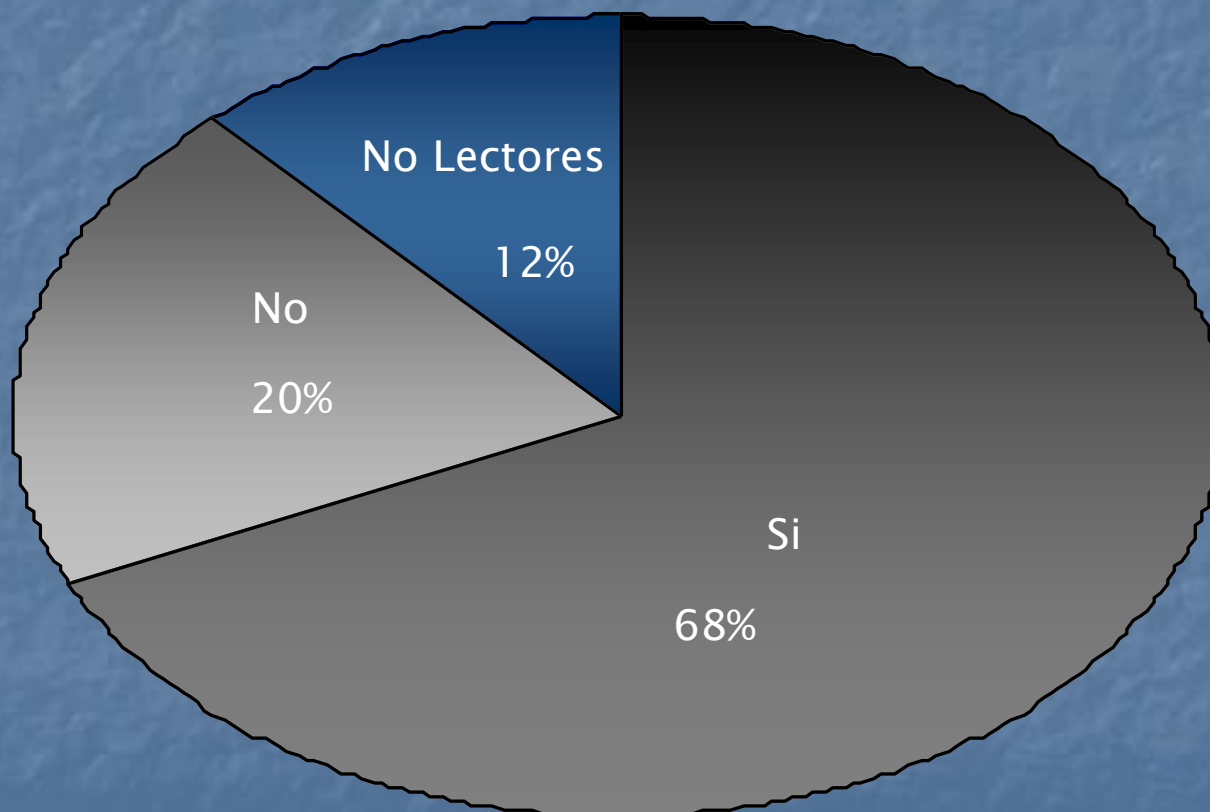
Muestra = 240 personas

10. ¿ Te gustaría que exista una suscripción para la Revista “La Onda” (Marcar con una “X”)

Sí

No

Suscripción de la Revista



Muestra = 272 personas

11. En caso de solicitar la suscripción ¿Qué beneficios tu quisieras tener? Marcar una opción (opciones dadas por el encuestador)

Descuentos en compras

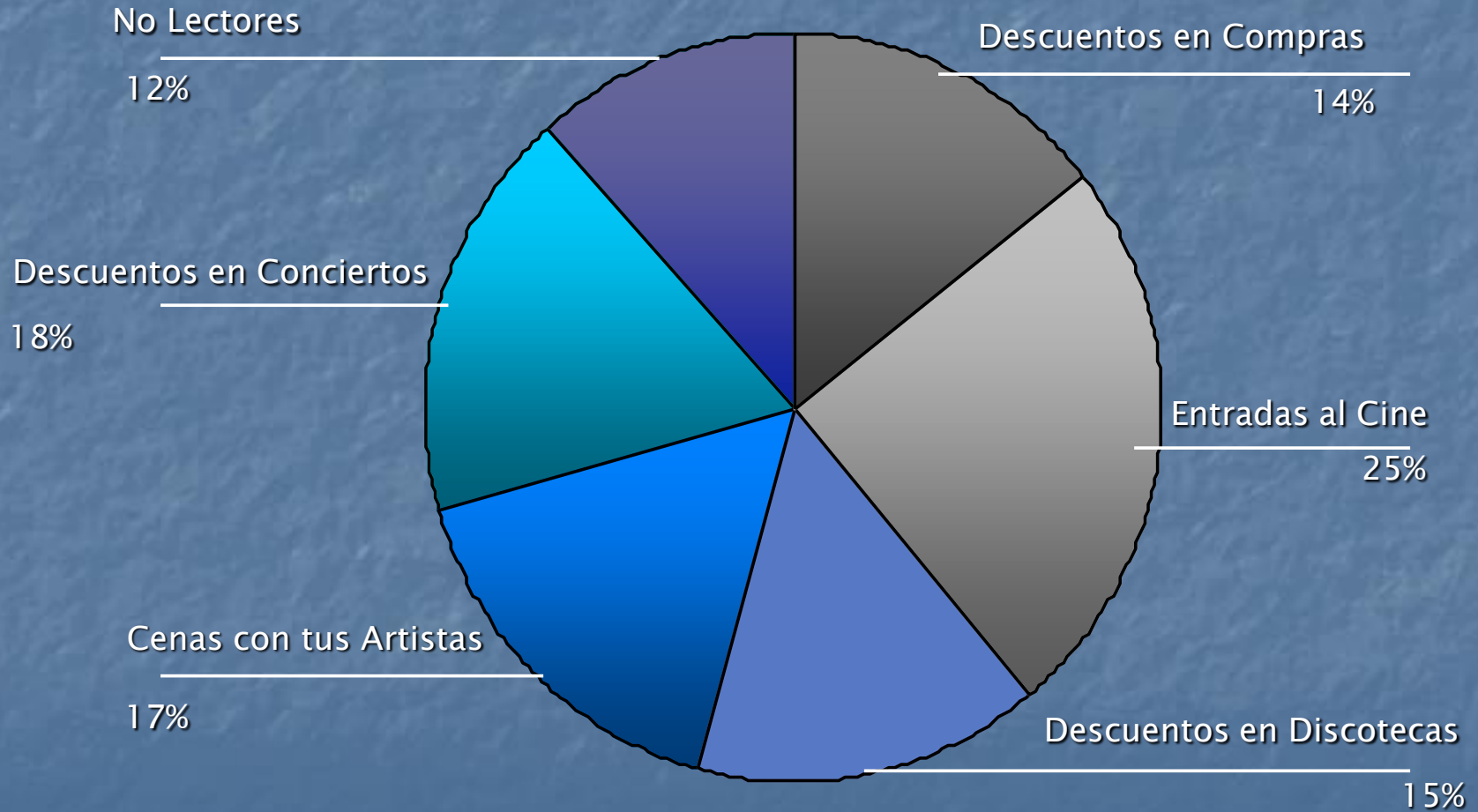
Entradas al cine

Descuentos en discotecas

Cenas con tus artistas

Descuentos en conciertos

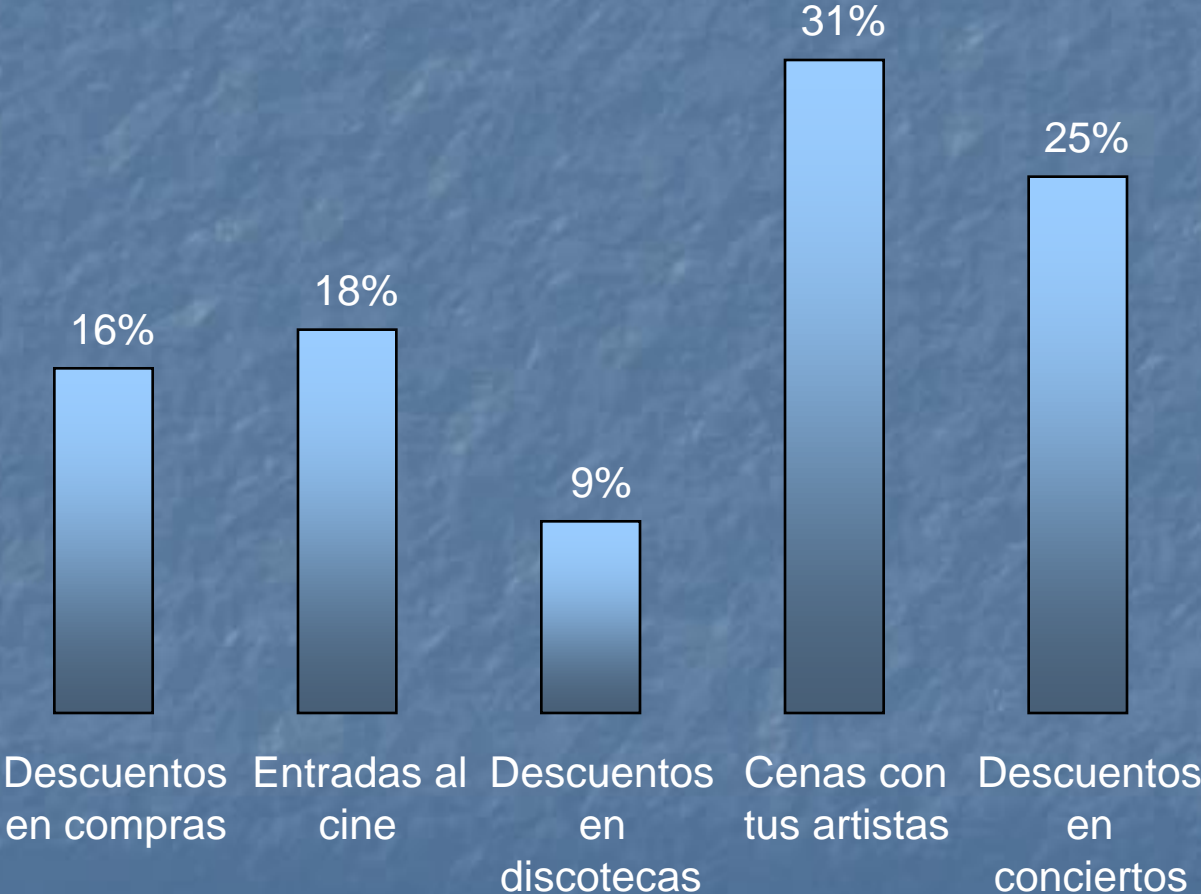
Beneficios de Suscripción



Muestra = 272 personas

Beneficios de Suscripción

Edad

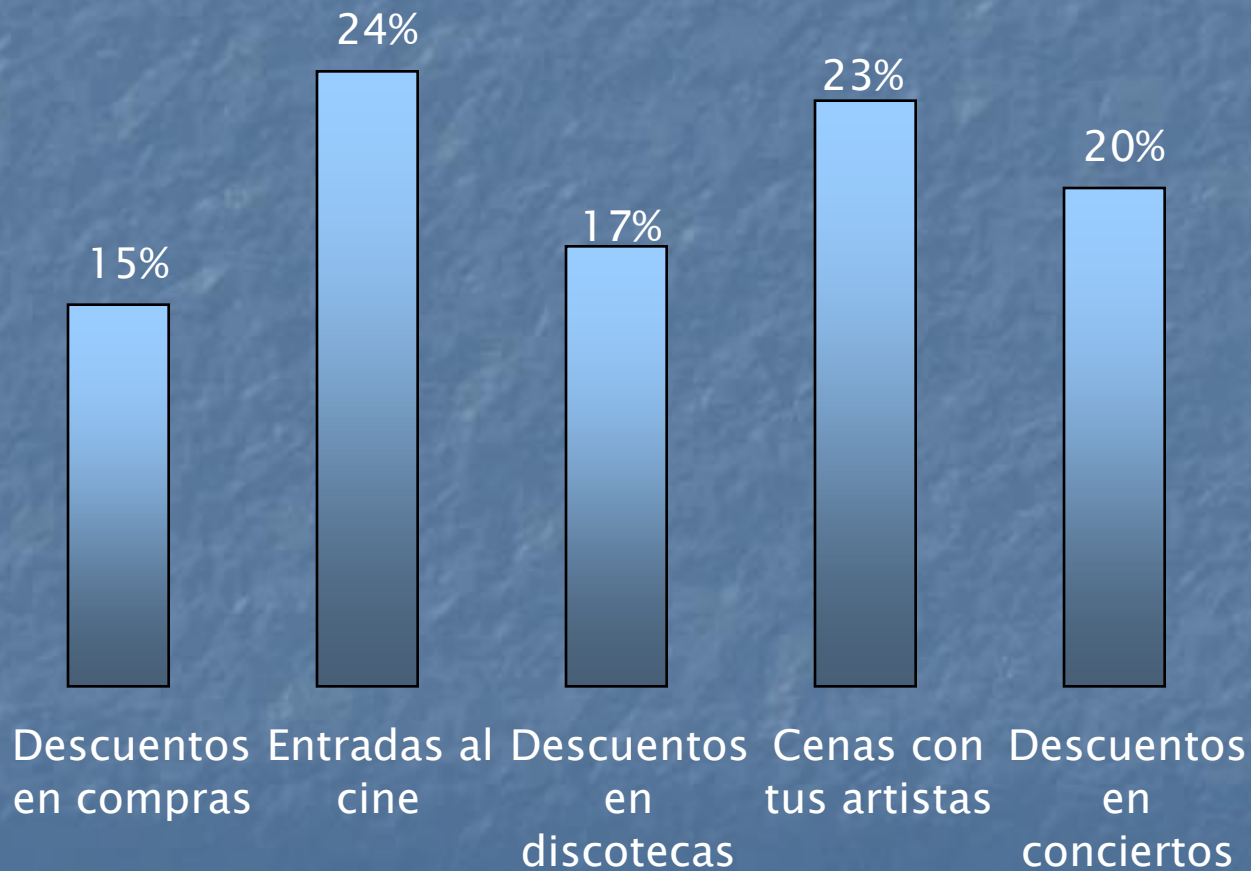


Muestra = 55 personas

12 a 14 años

Beneficios de Suscripción

Edad

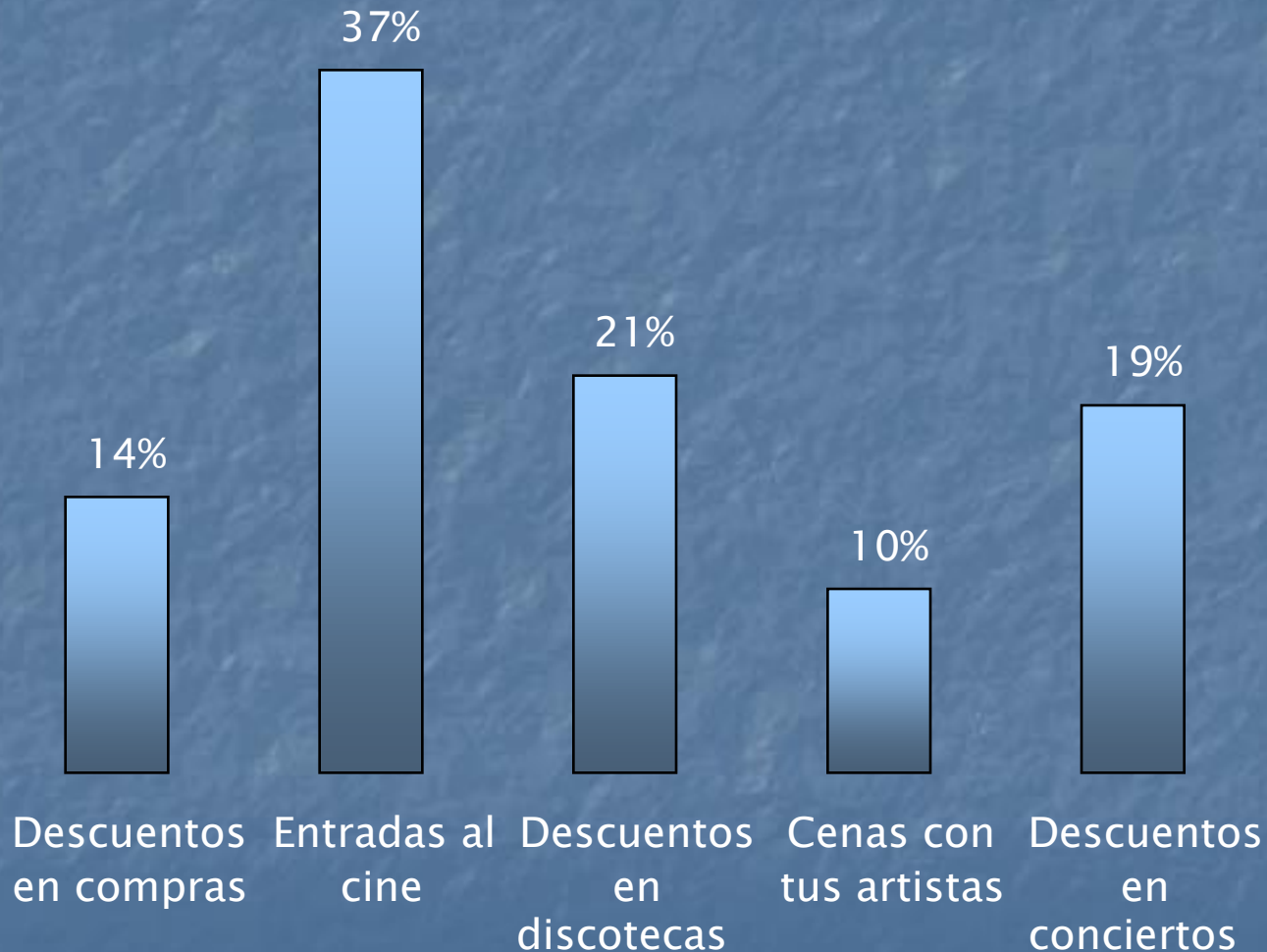


Muestra = 86 personas

15 a 17 años

Beneficios de Suscripción

Edad

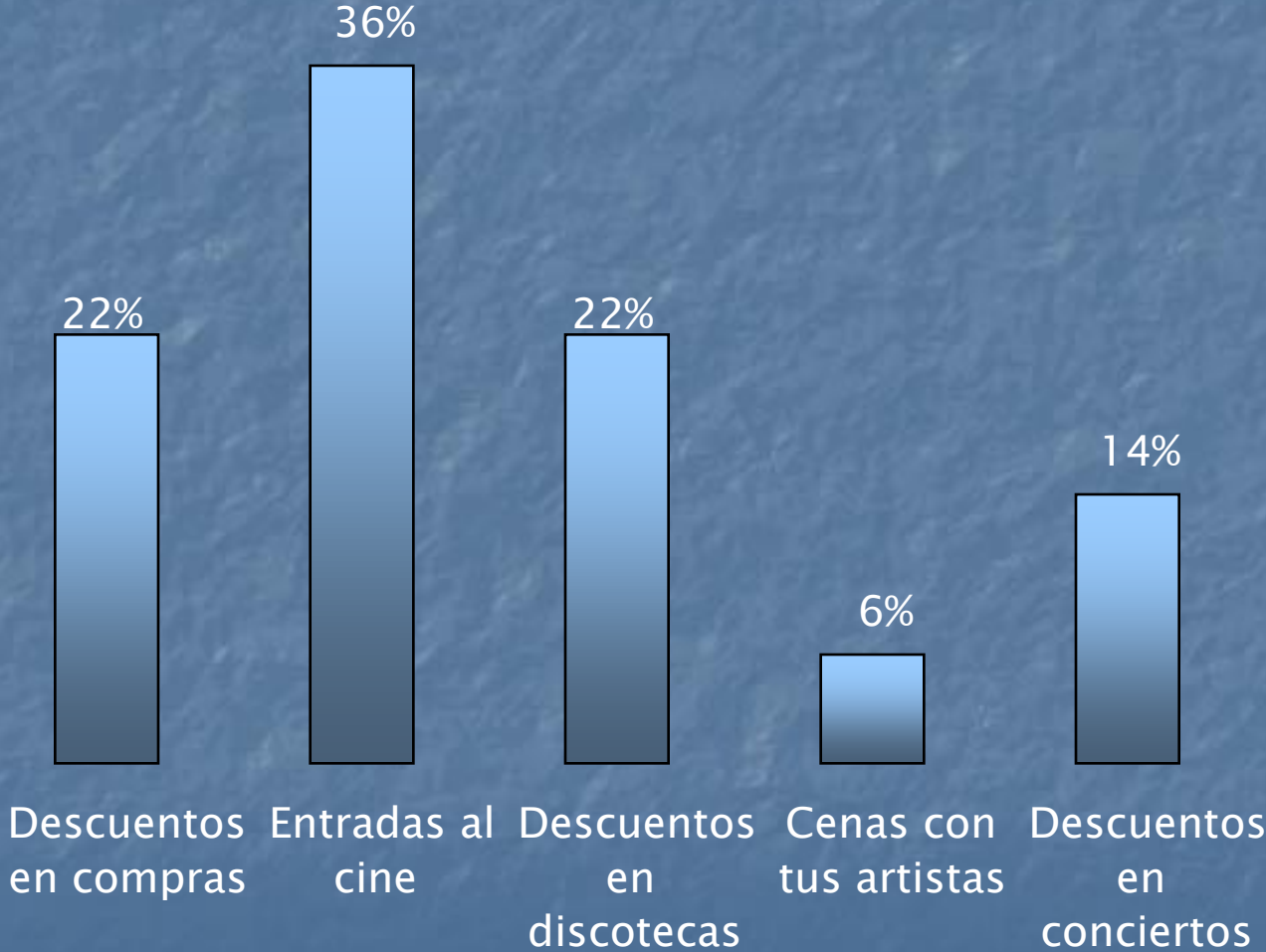


Muestra = 63 personas

■ 18 a 20 años

Beneficios de Suscripción

Edad



Muestra = 36 personas

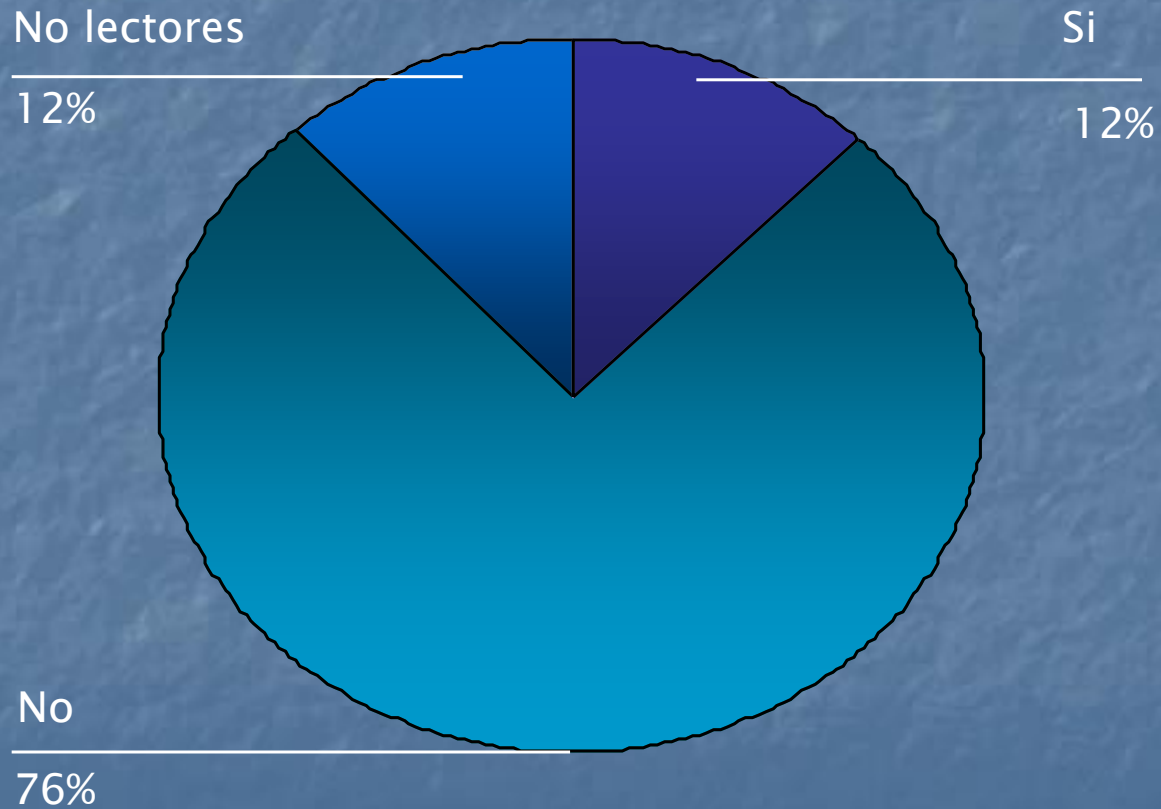
21 a 23 años

12. ¿ Has visitado la pagina WEB de la Revista “La Onda” (Marcar con una “X”)

Sí

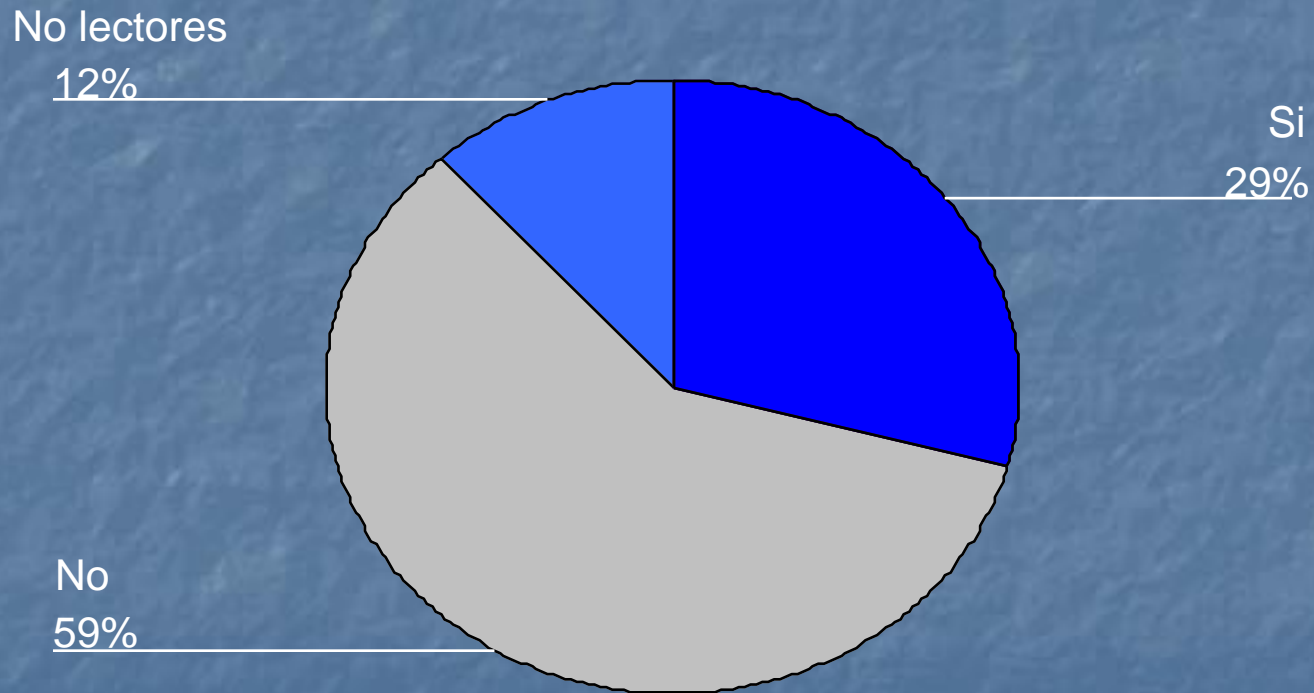
No

Visitas a la Página WEB



Muestra = 272 personas

Percepción de Temas no Cubiertos



Muestra = 272 personas

Que se le agregaría o quitaría a la revista para que la compren mas?

- ✓ Profundizar en la vida de los artistas
- ✓ Poner mas canciones con música actualizada
- ✓ Tips de Belleza
- ✓ Mas publicidad en diversos canales
- ✓ Que traigan obsequios

INDICE

3. Investigación Cualitativa

- ✓ Introducción
- ✓ Técnicas de Investigación

Investigación Cualitativa

Para analizar los datos anteriormente expresados se utilizaron:

1. Técnicas Proyectivas

1.1 Collage

1.2 Revista Ideal

2. Focus Group

Se utilizó esta técnica para saber las diferentes opiniones del segmento ya establecido por la revista que eran las adolescentes de 12 a 17 años y para el grupo de hombres de 20–23 para conocer sus necesidades para así aumentar la brecha de edades de mencionado segmento.

3. Entrevistas a Profundidad

1. Técnica Proyectiva

1. Collage

- ✓ Cambio de Logotipo
- ✓ Recordación Espontánea de temas que les gustaría que fueran incluidos en la revista
 - ✓ Belleza
 - ✓ Moda
 - ✓ Tecnologías
 - ✓ Ejercicios
 - ✓ Sexualidad
 - ✓ Viajes
 - ✓ Farras

1. Técnica Proyectiva

1.2 Revista Ideal

- ✓ Cambio de Tamaño
- ✓ Recordación espontánea de temas que les gustaría que se incluyan en la revista
 - ✓ Turismo
 - ✓ Comics
 - ✓ Temas Tabú
 - ✓ Sexualidad
 - ✓ Nutrición
 - ✓ Deportes Extremos
 - ✓ Formula 1
 - ✓ Entrevista a personas
 - ✓ Series de Televisión

2. Focus Group

2.1 Mujeres de 12 a 17 años de clase media

- ✓ Cambio de tamaño para guardar en la mochila
- ✓ Inclusión de segmento “Trágame Tierra”
- ✓ Segmentos de sexualidad
- ✓ Aceptación de una suscripción a la revista con varios beneficios.

2. Focus Group

2.1 Hombres entre 18 y 23 años de clase media

- ✓ Inclusión de temas tecnológicos
- ✓ Inclusión de temas sobre la situación actual del mundo
- ✓ Segmentos de sexualidad
- ✓ Aumentar el tiraje mensual de la revista
- ✓ Beneficios para la suscripción:
 - ✓ Locales para comida
 - ✓ Descuentos en productos tecnológicos
- ✓ Inclusión de partituras como valor agregado del cancionero

3. Entrevistas a profundidad

3.1 Hombres Clase alta de 12 a 20 años

- ✓ Inclusión de temas tecnológicos, salud, deporte, gastronomía y ciencia.
- ✓ Revista mas ordenada, ya que no incluye numeración
- ✓ Mas sobre artistas internacionales.
- ✓ Opinan que la Revista va mas dirigida al segmento femenino
- ✓ Beneficios para la suscripción:
 - ✓ Locales para comida
 - ✓ En cines
 - ✓ Locales de Ropa

3. Entrevistas a profundidad

3.1 Hombres Clase Media de 12 a 20 años

- ✓ Profundizar temas acerca tecnología y deporte.
- ✓ Cambio de tamaño de la revista.
- ✓ En publicidad detallar temas del contenido de la revista
- ✓ Beneficios para la suscripción:
 - ✓ Locales para comida
 - ✓ Locales de Entretenimiento (play Zone)
 - ✓ Cines

3. Entrevistas a profundidad

3.1 Mujeres Clase Alta de 12 a 20 años

- ✓ Tamaño de letra de cancionero mas grande.
- ✓ Póster que estén impresos de un solo lado.
- ✓ Muchos temas generales, debe de profundizar mas.
- ✓ Suscripción
- ✓ Tips de belleza, Nutrición y Moda.
- ✓ Revista es grande.
- ✓ Guía de viajes.

3. Entrevistas a profundidad

3.1 Mujeres Clase Alta de 12 a 20 años

- ✓ Tamaño de letra de cancionero mas grande.
- ✓ Póster que estén impresos de un solo lado.
- ✓ Muchos temas generales, debe de profundizar mas.
- ✓ Suscripción
- ✓ Tips de belleza, Nutrición y Moda.
- ✓ Revista es grande.
- ✓ Guía de viajes.

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

- ✓ Preferencias del segmento de 20 a 23 años están dirigidas a temas específicos de su interés relacionados con sus carreras o trabajos.
- ✓ Posicionamiento en el mercado de los Jóvenes la Revista La Onda es descrita como chévere, Farándula, interesante, Divertida y Juvenil.
- ✓ La Revista es reconocida como la que tiene los Mejores Póster, Cancioneros y por la facilidad de encontrar.
- ✓ Para captar el segmento Masculino de 12 a 20 años hay que incluir temas de Deportes y tecnología.
- ✓ Un valor adicional que se le puede agregar a la Revista es crear un sistema de Suscripción para que de esa manera exista una mayor distribución.

CONCLUSIONES

- ✓ Uno de los medios que los jóvenes les gustaría recibir la noticia de la nueva edición sería mediante Vía Celular.
- ✓ Los atributos del producto no se les debería cambiar nada ya que en todos recibieron los mas altos porcentajes.