

INTERNATIONAL RESEARCH ASSOCIATES. S. A. DE C. V.

PASEO DE LA REFORMA N° 330, MEXICO 6, D. F.

TELS. 28-58-88 28-58-89

LAS RAZONES
POR NO HABERSE REANUDADO
LAS SUSCRIPCIONES A EXCELSIOR

Basado en Entrevistas Personales

Con Una Muestra de Ex-Suscriptores del Periódico Excélsior

Hecho en Septiembre de 1965

para

Compañía Editorial Excélsior, S. C. L.

INDICE

Introducción	i
Resumen de los Hallazgos Principales	iii

TABLAS

Relación de las causas de las entrevistas no logradas	1
Los periódicos que se leen en casa	2
Tiempo que hace desde la última suscripción	3
Tiempo que hace desde la primer suscripción	4
Razones por suscribirse a un periódico.	5
Periódicos antes suscritos	6
Tiempo que hace que venció la suscripción	7
Tiempo que se estuvo suscrito a Excélsior	8
Razones por no reanudar la suscripción	9
Tendencia por tomar una nueva suscripción	10
Cambios necesarios para que vuelvan a suscribirse	11
Calificación de la entrega a domicilio	12
Recordatorio sobre promociones u ofertas para suscripciones a periódicos.	13
Detalles recordados y opiniones sobre las promociones	14
Datos sobre los entrevistados (exsuscriptores)	15-16
Apéndice: El Cuestionario	

INTRODUCCION

El texto y los datos presentados en las páginas siguientes están basados en una encuesta llevada a cabo entre una muestra de 193 ex-suscriptores del periódico Excelsior. Los datos fueron recabados a base de entrevistas personales con estas personas durante el mes de Septiembre de 1965.

La muestra de personas para entrevistar fue seleccionada aleatoriamente de un total de aproximadamente 5,000 tarjetas que representaban los nombres y las direcciones de suscriptores que no habían reanudado (a partir de los principios del mes de agosto de 1965). De este total se seleccionaron 416 tarjetas aleatoria y proporcionalmente, habiéndolas estratificado previamente para estar seguro de representar todas las 41 rutas de reparto. Entrevistantes de nuestra compañía visitaron cada una de estas 416 direcciones, buscando la persona indicada en la tarjeta como ex-suscriptores. Hicieron hasta tres vueltas a cada dirección, haciendo el intento de encontrar y entrevistar a la persona indicada. Se lograron entrevistas en un total de 193 direcciones; no se lograron entrevistas en los otros 223. Las razones por esta "mortalidad" en la muestra (ausencia, cambio de domicilio, rechazo de ser entrevistado, etc.) son explicadas en más detalle en el texto posterior y en las tablas.

El propósito principal de esta encuesta fué de saber por qué ciertas personas no habían reanudado sus suscripciones al periódico en cuestión, de evaluar la importancia de estas razones, y de proporcionar una orientación que ayude a la gerencia del periódico a tomar la acción indicada para disminuir esta pérdida de suscriptores en el futuro.

El informe que sigue está dividido en dos partes. La primera presenta un resumen interpretativo de los hallazgos principales del estudio. La segunda parte presenta todos los datos recabados en las entrevistas, en forma tabular. (Una copia del cuestionario que se usó para las entrevistas se encuentra al final como apéndice al informe.)

PARA AYUDARLE EN LA LECTURA DEL INFORME

Los siguientes factores deben tomarse en cuenta al leer el informe, tanto el texto como la sección tabular:

1. La mayoría de los resultados han sido expresados en forma de porcentajes. Estos porcentajes han sido redondeados al número entero más próximo, ya que los puntos decimales no son significativos cuando se trata de un número reducido de casos.

2. Algunas de las tablas se enseñan sumando 100%, cuando en verdad, suman ligeramente más o menos de 100. Esto se debe al redondeo anteriormente mencionado de los porcentajes, dejándolos quedar a sus magnitudes más correctas y sin forzarlos indebidamente para que sumen 100%.
3. Algunas tablas se enseñan sumando más de 100%, debido a que se permitieron respuestas múltiples a ciertas preguntas (como por ejemplo, "periódicos suscritos actualmente", "razones por suscribir a ciertos periódicos", etc.)
4. Las columnas de cifras en las tablas se leen verticalmente. Cada columna se presenta conjuntamente con la "base", o número de entrevistas usadas para calcular los porcentajes de esa columna. También, esta "base" viene identificada; a veces es el total de entrevistas, pero otras veces es una sub-muestra del grupo total de entrevistados. Esta base siempre se encuentra al pie de la tabla, o al pie de la hoja en aquellas hojas que contienen varias tablas con la misma base.
5. En las tablas, un guión (-) quiere decir que la magnitud de respuestas fué menor de un por ciento. Un espacio en blanco indica que no se registró ninguna respuesta para la categoría indicada. En algunas tablas las cifras se han presentado entre paréntesis (), indicando que no son porcentajes sino cifras absolutas, así presentadas porque la base de entrevistas de la cual se han derivado los resultados no es suficientemente grande para permitir el cálculo de porcentajes estadísticamente significativos.

Cualquier información adicional acerca de los métodos usados en llevar a cabo el estudio, tanto como aclaraciones sobre la interpretación de los resultados, será proporcionada con todo agrado a solicitud.

INTERNATIONAL RESEARCH ASSOCIATES, S.A. de C.V.

RESUMEN DE LOS HALLAZGOS PRINCIPALES

Como se había esperado al principiar el estudio, muchas de las aparentes "cancelaciones" de las suscripciones a Excelsior no fueron actos intencionados. Sólo un poco más de la mitad (54%) no reanudaron su suscripción por una razón que se puede interpretar como "intencional". Entre el resto, la cuarta parte se había mudado de casa o había fallecido. Aproximadamente la quinta parte se encontraba todavía suscrito. (Aparentemente se había reanudado durante el lapso del mes y medio entre la preparación de las tarjetas y la búsqueda de las personas mismas.)

La siguiente tabla demuestra estos hechos. Se basa en un total de solamente 258 direcciones, debido a que en 158 de las 416 direcciones originales no se pudo localizar a la persona (o familia) para entrevistarla o rehusó la persona ser entrevistada. Así es que en los cálculos que siguen, esta "mortalidad" en la muestra no se ha tomado en cuenta.

No había reanudado por alguna razón intencional	54%
Se mudaron de casa, dirección de la tarjeta no existente, había fallecido la persona antes suscrita .	25
Aún estaba suscrito a Excelsior	<u>21</u>
	100%

(Nota: Es posible que el porcentaje de "aparentes cancelaciones" sea aún mayor que esta cálculo, debido a que la mayor parte de los "ausentes" fueron casas en las cuales no se pudo localizar a nadie después de tres regresos a esa dirección para intentar una entrevista. Aunque los entrevistantes tenían instrucciones de preguntar a los vecinos en estos casos, para averiguar si la familia se había mudado, a veces los vecinos también estuvieron ausentes o no supieron decir. Así es que el 25% de "cancelaciones" debidas a esta razón debe interpretarse como cálculo conservador.)

LAS RAZONES POR NO HABER REANUDADO INTENCIONALMENTE

Tres razones se destacan como los motivos más frecuentes por no haber reanudado la suscripción a Excelsior. Son, en orden de importancia:

<u>Razón</u>	<u>% de exsuscriptores que la mencionó</u>
Por "falta de tiempo", ya no era "tiempo" de suscribirse.	26%
Falta de servicio en el reparto . . .	21
Falta de dinero	19

(Datos tomados de la Tabla 9)

La primera razón "falta de tiempo", no sólo implica una falta de interés en la suscripción, sino también la creencia (equivocada) que solamente podía suscribirse durante la promoción anual (esta promoción ya había terminado cuando se hicieron las entrevistas de este estudio).

Los aspectos mencionados referente a la falta de servicio fueron "la informalidad" por parte del repartidor en entregarlo a tiempo; que a veces el repartidor aventaba el periódico por el jardín, resultando que tuvieron que recoger páginas sueltas; y que a veces ni siquiera lo traían.

La razón de "falta de dinero" se explica sólo. Sin embargo algunas razones secundarias merecen una mención breve. Por ejemplo, un 14% dijo que estuvo fuera de México (de viajes, o que se había cambiado temporalmente de casa, etc.) Otro 9% sólo dijo que no había reanudado por "flojera" o por "desidia", indicando que tal vez un esfuerzo más "personal" de haber tratado de animarles a renovar pudiera haberles cambiado esa "decisión" lacónica. Un 4% dijo haber cambiado su preferencia en materia de lectura y que ahora prefiere otro periódico. Otro 4% dijo que ya no tiene "tiempo de leerlo", y un 3% se expresó decepcionado por no haber sacado nada en el sorteo de la campaña de suscripciones, y que decidieron probar su suerte en la campaña o sorteo de otro periódico.

CALIFICACION DE LA ENTREGA A DOMICILIO

Entre estos exsuscriptores, la calificación de la entrega a domicilio de Excélsior, ya mencionado como una de las razones más importantes por la falta consciente de no reanudar, era negativa, en balance. Sólo un 39% no expresó ninguna queja acerca de la entrega (la calificó como "excelente"). En cambio, el 61% dijo que el reparto a domicilio era "algo" o "muy" defectuoso, por las mismas razones mencionadas anteriormente. Sin embargo esta opinión negativa no parece ser demasiado fuerte para la mayoría. Solo el 14% calificó el reparto como "muy" defectuoso, mientras que la mayoría (47%) lo calificó solamente como "algo" defectuoso. (Vea tabla 12)

Al mismo tiempo, la mayoría de estos exsuscriptores (el 70%) dice que "piensan volver a suscribirse" en un futuro cercano, y la mayoría de estos planes para volver a suscribirse son para "dentro de los próximos seis meses". Aún entre la minoría que dice que no piensa volver a suscribirse, sólo una persona dijo que "bajo ninguna circunstancia volverá a suscribirse". Los demás dijeron que en cuanto el reparto esté más formal o puntual, o cuando el material de lectura del periódico se mejore a "su gusto", volverán a suscribirse. (Tabla 11)

LAS CARACTERISTICAS DE LOS SUSCRIPTORES

El grupo más grande de personas o familias que no reanudaron sus suscripciones son suscriptores relativamente recientes (resultado que se podía haber esperado), aunque aproximadamente la cuarta parte ya habían sido suscriptores por diez años o más, un resultado poco alentador. Al mismo tiempo la mayoría de estos exsuscriptores provienen de la clase media (C), y parece que provienen en partes iguales de todas las edades.

La siguiente tabla resume estas características:

<u>Características de Exsuscriptores</u>	<u>% en cada grupo</u>
<u>Tiempo de haberse suscrito</u>	%
Un año o menos.	39
Dos a nueve años.	38
Diez años o más	23
<u>Nivel socio-económico</u>	
A (clase alta).	3
B (media alta).	32
C (media normal)	62
D (baja)	3
<u>Edades</u>	
34 o menos	35
35 - 44	26
45 o más	39

(Cálculos hechos de los datos en las Tablas 8 y 16)

LAS PROMOCIONES PARA SUSCRIPCIONES

Las respuestas dadas durante el curso de la entrevista que se relacionaban con las opiniones de las promociones indican, igual que en el estudio anterior sobre las costumbres de leer periódicos, que los grandes sorteos y promociones anuales tal vez tengan un efecto menos positivo de lo que se esperaba, o por lo menos que tenga un efecto ambiguo. Entre las personas que se encontraron aún suscritas a Excélsior, se les preguntó por qué decidieron suscribirse. Sólo el 2% (una persona de 52) dijo "por la ilusión de la casa y los demás premios del sorteo". Las razones mencionadas más se refirieron a la calidad y amplitud de las noticias y la seriedad del periódico mismo, resultado que respalda los hallazgos del estudio más grande anterior. (Vea tabla 5)

Al mismo tiempo, menos de la mitad de los 193 suscriptores y exsuscriptores entrevistados (el 43%) pudo recordar el haber oído o visto el promoción reciente de Excélsior. De este grupo, aproximadamente tres de cada cuatro personas recordaron correctamente que la promoción consistía en el sorteo de una casa, coches, y diversos regalos. Los demás recordaron detalles incorrectos de la "promoción", o no recordaron ningún detalle específico. (Vea tabla 14)

Además, tres de cada cuatro de estas personas dijeron (cuando se les preguntó específicamente) que esta clase de promoción es un "buen aliciente" para que se animaran a suscribirse al periódico. Pero el hecho de que estas opiniones favorables tuvieron que escarbarse con una pregunta específica, pero que se mencionaron poco en forma espontánea, indica que la cuestión de promociones en gran escala a base de sorteos merece una investigación detenida y cuidadosa antes de decidir sobre su valor verídico. (Por ejemplo, es algo desalentador el resultado que sólo una persona de las 52 suscritas dijo específicamente haberse suscrito por la ilusión de sacar algún premio en el sorteo, mientras que cuatro de las 140 que no habían reanudado dijeron específicamente que se decepcionaron por que no sacaron ningún premio en el sorteo. Puede que la promoción a base de sorteo sea una arma de dos filos, y que sus aspectos negativos no se han tomado en cuenta debidamente.)

Los comentarios anteriores tratan de interpretar solamente los resultados sobresalientes del estudio. Para una comprensión más detallada de todos los datos obtenidos, se recomienda una lectura detenida de las tablas que siguen en la próxima sección. Cualquier aclaración o interpretación adicional que se estime necesaria, se proporcionará con todo agrado a solicitud.

INTERNATIONAL RESEARCH ASSOCIATES, S. A. de C. V.

TOTAL DE ENTREVISTAS HECHAS Y RELACION DE LAS CAUSAS DE LAS ENTREVISTAS NO LOGRADAS

	<u>No.</u>	<u>%</u>
Entrevistas hechas	193	46
Ausentes (nunca se localizó a nadie en casa)	111	27
Persona o familia indicada, se mudó de casa	51	12
Rehusaron ser entrevistados.	24	6
Ausente la persona indicada a entrevistar (si se logró hablar con alguien de la casa)	21	5
Dirección no existente	12	3
Falta el número en la dirección	1	-
Falleció la persona indicada para entrevistar	2	-
Tiene suscripción para un año, no le llevan el periódico desde hace cuatro meses.	1	-
Número total de direcciones visitadas (de las tarjetas proporcionadas por la Cña. Editorial)	416	100%

LOS PERIODICOS QUE SE LEEN EN CASA

1. Primero qué periódicos leen Uds. aquí en casa.
2. (PARA CADA PERIODICO LEIDO EN CASA) Están Uds. suscritos a....(periódico)...
actualmente? -- es decir, se lo reparten diariamente a su domicilio o lo compran en la calle?

<u>Periódicos</u>	<u>Leídos en Casa</u>	<u>Suscritos</u>
Excelsior	80%	27%
Novedades	28	10
Universal	22	6
Ultimas Noticias (1a.o 2a. Ed)	20	
El Sol	12	1
Ovaciones	8	1
La Prensa	7	1
Diario de la Tarde	6	3
Esto	5	
The News	1	
Otros	5	1
Ninguna	2	60
Total	196%	110%
Base (total de entrevistas)	193	193

TIEMPO QUE HACE DESDE LA ULTIMA SUSCRIPCION

3a. (PARA CADA PERIODICO REPARTIDO A DOMICILIO). Cuánto tiempo hace que se suscribieron o reanudaron Uds. su suscripción a ... (periódico)....?

<u>Tiempo</u>	<u>Excélsior</u>	<u>Universal</u>	<u>Novedades</u>	<u>Diario de La Tarde</u>	<u>Otras</u>
Un mes		-%	1%	2%	
Dos meses.	12	3	2		1%
Tres meses	6	1	2		
Cuatro a seis meses.	5	2	4	1	1
Siete a nueve meses	1		1		
Diez meses a un año.	1				
Más de un año a dos años. . . .	2				
Más de dos años.	1	1			1
Nunca ha suspendida	1				
No sabe	-		1	1	1
No está suscrito a este periódico	73	94	90	97	97
Total.	100%	100%	100%	100%	100%
Base (total de entrevistas)	193	193	193	193	193

TIEMPO QUE HACE DESDE LA PRIMERA SUSCRIPCION

3b. Y cuánto tiempo hace que se suscribieron Uds. por primera vez a ... (periódico)...?

<u>Tiempo</u>	<u>Excélsior</u>	<u>Universal</u>	<u>Novedades</u>	<u>Diario de La Tarde</u>	<u>Otros</u>
Un mes		-%	1%	1%	
Dos meses.		1			1%
Tres meses		1	2	1	
Cuatro a seis meses	1%		1	2	
Siete a nueve meses	1	1	2		
Diez meses a un año	2				
Más de uno a dos años.	4		1		
Más de dos a cuatro años.	4	1	1		
Más de cuatro a seis años.	8	1	1		
Más de diez años.	8	2	1		1
No sabe.			1		1
No está suscrito a este periódico	73	94	90	97	97
Total	100%	100%	100%	100%	100%
Base (total de entrevistas) .	193	193	193	193	193

RAZONES POR SUSCRIBIRSE A UN PERIODICO

3c. Porqué decidieron Uds. suscribirse a....(periódico)...?

<u>Razones</u>	<u>Excélsior</u>	<u>Universal</u>	<u>Novedades</u>	<u>Diario de La Tarde</u>	<u>Otros</u>
Por la variedad de sus noticias, tiene una amplia información, informan de todo	40%	(4)	(7)	(1)	(1)
Sus informaciones son detalla- das, completas.....	29	(2)	(2)		
Es un periódico bastante serio, correcto	19	(2)	(4)		
Por la ilusión de la casa, rega- los, el sorteo	2	(1)	(4)		
Porque su servicio es muy eficaz, lo llevan a casa, lo traen temprano	2	(1)	(1)	(2)	
Es más liberal, imparcial.....	2	(1)	(1)		(1)
Porque me gusta la política	2		(1)		
Me parece el mejor, es el que más me gusta (sin especificar más) ..	2				
Por los anuncios de ocasión, anuncios clasificados, aviso oportuno.....		(3)			
Traen noticias frescas, sus noticias son las primeras			(1)		
Otras	13	(1)	(2)	(1)	(1)
No sabe.	6			(1)	(2)
Total.....	117%	(15)	(23)	(5)	(5)
Base (total de suscriptores en cada periódico).....	52	12	19	5	5

PERIODICOS ANTES SUSCRITOS

4. Estaban Uds. suscritos a cualquier otro periódico antes? (Cuáles?)

Periódicos

Excelsior	73%
Universal	9
Novedades	7
Diario de la Tarde	2
The News	1
Ningún otro	22
Total	114%
Base (total de entrevistas)	193

TIEMPO QUE HACE QUE VENCIO LA SUSCRIPCION

5a. (PARA CADA PERIODICO ANTES SUSCRITO) Cuánto tiempo hace que venció su suscripción a ...(periódico).....?

Tiempo	Excélsior	Universal	Novedades	Diario de La Tarde	Otros
Un mes	5%			1%	
Dos meses.	29		2%	1%	
Tres meses	26	2%	1		
Cuatro meses.	4		1		
Cinco meses	2	1		1	
Seis meses	4	1			
Siete a once meses.	2		1		
Un año	1	1	2		
Dos años o más	1	4	1		
Otros	-				
No sabe		1			
Aún son suscriptores de					
Excélsior (o pregunta no aplicable)	27	91	93	98	99
Total.	100%	100%	100%	100%	100%
Base (total de entrevistas) . .	193	193	193	193	193

TIEMPO QUE SE ESTUVO SUSCRITO A ALGUN PERIODICO

5b. Y por cuánto tiempo estaban Uds. suscritos a ...(periódico)....?

<u>Tiempo</u>	<u>Excélsior</u>	<u>Universal</u>	<u>Novedades</u>	<u>Diario de La Tarde</u>	<u>Otros</u>
Seis meses o menos	19%	2%	1%	1%	
Siete a doce meses (un año)	9	2	2	1	
Dos años	7	1	1		1%
Tres años	6		1		
Cuatro a cinco años	6				
Seis o siete años	5			1	
Ocho o nueve años.	3				
Diez a quince años.	10	2	1		
Dieciseis años o más.	6	1	1		
No sabe.	2	2	1		
Aún son suscriptores de Excélsior (o pregunta no aplicable)	27	91	93	98	99
Total.	100%	100%	100%	100%	100%
Base (total de entrevistas)	193	193	193	193	193

RAZONES POR NO REANUDAR UNA SUSCRIPCION

5c. Por qué no reanudaron la suscripción a....(periódico)...?

Razones	Excélsior	Universal	Novedades	Diario de La Tarde	Otros
Por falta de tiempo, porque ya no era tiempo de suscribirse.	26%	(3)	(2)		(1)
Porque son muy informales en traerlo, el repartidor lo aventaba, llegaba muy tarde (y otras referentes a la falta de servicio)	21	(2)	(2)		
Por motivos económicos, porque a veces no hay dinero	19		(2)	(1)	
Porque salieron fuera de México estaban de viaje, se cambiaron de casa.	14				
Por decidía, por flojera.	9	(1)	(1)		
Porque prefiere Excelsior (u otro) porque trae más información	4	(4)	(4)	(1)	
Porque casi no lo lee, no tiene tiempo para leerlo.	4		(1)		
Porque nunca se ha sacado nada en sus sorteos, para probar suerte en el sorteo de otro pe- riódico.	3	(2)			
Porque es más fácil comprarlo en la calle	1	(1)			
Porque ya tiene suscripción a otro periódico, porque prefiere otro.	1		(2)		
Otras	11	(3)	(2)		
No sabe.	1	(2)	(1)	(1)	
Total.	114%	(18)	(17)	(3)	(1)
Base (total de exsuscriptores de cada periódico)	140	17	14	3	1

TENDENCIA POR TOMAR UNA NUEVA SUSCRIPCION

- P. 6 Piensan Uds. volver a suscribirse a ... (periódico) ... en un futuro cercano, o no?
 P. 6a. (SI DICE "SI") Aproximadamente cuándo piensan Uds. volver a suscribirse a ... (periódico) ...?

<u>Nueva Suscripción</u>	<u>Excelsior</u>	<u>Otros</u>
Si piensan volver	52%	5%
No	19	8
No Sabe	2	4
Aún son suscriptores de Excelsior (a pregunta no aplicable)	27	83
Total	100%	100%

Tiempo

Dentro de un mes (en estos días) . . .	3%	1%
Dentro de dos meses	5	
Dentro de tres meses	12	1
Dentro de cuatro meses (a fin de año)	16	1
Dentro de seis a once meses	2	1
En la próxima suscripción, para el nuevo sorteo, nueva campaña, cuando termine esta suscripción	6	
En cuanto mejore mi situación económica	1	
Otros	5	1
No sabe	2	1
No piensa volver a suscribirse	21	12
Aún son suscriptores de Excelsior (o pregunta no aplicable)	27	83
Total	100%	100%
Base (total de entrevistas).	193	193

CAMBIOS NECESARIOS PARA QUE VUELVAN A SUSCRIBIRSE

6b. (SI DICE "NO") Que cosas o factores tendrían que remediarse para que Uds. volvieran a suscribirse a(periódico).....?

<u>Razones</u>	<u>Excelsior</u>	<u>Otros</u>
La puntualidad en la entrega, que lo traigan temprano	8	(3)
Cuando tenga menos anuncios, más noticias, información	7	(4)
La falta de dinero, cuando mejoren sus recursos económicos .	1	(1)
Cambiar de repartidor	1	
Hasta que la entrega sea segura, que sean formales	1	
Cuándo cambien a los redactores . .	1	
Bajo ninguna circunstancia volverá a suscribirse	1	
Hasta que me deje de gustar Excelsior		(2)
Otros	4	(4)
No Sabe	5	(3)
Si piensan volver a suscribirse . . .	72	(23)
Total	101%	(40)
Base (total de exsuscriptores de cada periódico)	140	33

CALIFICACION DE LA ENTREGA A DOMICILIO

7. Cómo calificaría Ud. la entrega de... (periódico).... a su domicilio? Diría que estaba excelente en todos aspectos, defectuosa en algunos aspectos, o defectuosa en muchos aspectos?
- 7a. Me podría explicar porqué calificó la entrega así?

<u>Razones</u>	<u>Excelsior</u>	<u>Otros</u>
Excelente.	39%	(21)
Porque nunca fallan en la entrega.	26	(11)
Porque lo entregan muy temprano.	19	(6)
Porque son puntuales en traerlo.	4	(2)
Porque son atentos los repartidores.	1	(1)
No sabe.		(2)
Defectuosa.	61	(11)
Algo.	47	
Mucho.	14	
A veces no lo traen, fallan en la entrega.	32	(7)
A veces lo entregan tarde	29	(3)
Porque no avisan a la hora que lo entregan, nada más lo avientan.	4	(1)
No me gusta el servicio de los repartidores (sin especificar más).	4	
Lo avientan por el jardín y salen las hojas por todas partes.	3	
A veces no entregan el periódico completo, faltan hojas	1	
Los repartidores se quedan con los periódicos para revenderlos.	1	
Otros.	2	(1)
No sabe.	1	
No sabe.		(1)
Total.	100%	(33)
Base (total de exsuscriptores de cada periódico)	140	33

RECORDATORIO SOBRE PROMOCIONES U OFERTAS PARA SUSCRIPCIONES DE PERIODICOS

8. Recuerda Ud. haber visto u oído, durante los últimos meses, alguna campaña o promoción para suscripciones a cualquier periódico?
- 8a. (SI RECUERDA PROMOCIONES) Para que periódicos fueron estas promociones?

Periódicos

Excelsior	43%
Novedades	43
Universal	32
Diario de la Tarde	4
The News	1
Otros	1
No sabe	5
No recuerda ninguna promoción.	32
Total	161%
Base (total de entrevistas)	193

DETALLES RECORDADOS Y OPINIONES SOBRE LAS PROMOCIONES

8b. (PARA CADA PERIODICO) Qué detalles de la promoción para ... (periódico)... puede Ud. recordar?

8c. (PARA CADA PROMOCION) En lo que se refiere a Ud. personalmente, diría que esta clase de promoción es un buen aliciente, o no tan buen aliciente para que Ud. se anime a suscribirse al periódico?

<u>Detalles Recordados</u>	<u>Excélsior</u>	<u>Universal</u>	<u>Novedades</u>	<u>Otros</u>
Que regalan una casa en el sorteo, que rifas de coches y casas	23%	18%	16%	1%
Obsequios premios, hacen obsequios al público (sin especificar más)	5	2	2	1
Regalos de perfumes para las madres, brillantinas, lociones.	3			
Regalan discos, artículos para el hogar.	2	2	1	
Una canción con tonada agradable, pegajosa.	1	3	2	
Regalos de refrigeradores y televisores . .	1		1	
Rifa de Bonos del Ahorro Nacional.		1	4	1
Sus noticias relampago en T.V.		1	2	
Dejaban un ejemplar del periódico sin cobrarlo.			3	1
Hacen un sorteo diario de \$1,000			1	
Otras	7	2	7	1
No sabe.	7	7	10	1
No recuerda promociones para este periódico.	57	68	57	95
Total.	106%	104%	106%	100%
<u>Efecto de la Promoción</u>				
Buen aliciente.	32%	20%	27%	3%
No tan bueno	9	9	14	1
No sabe.	2	3	2	1
No recuerda promoción para este periódico	57	68	57	95
Total.	100%	100%	100%	100%
Base (total de entrevistas)	193	193	193	193

* Respuestas calificadas tales como, "Estaba fuera de México", "No fueron a suscribirse", "Se les pasó el tiempo", "No tenía dinero", etc.

DATOS SOBRE LOS ENTREVISTADOS

9. Fué la persona entrevistada, la misma persona cuyo nombre apareció en la tarjeta?
 13. Fué la persona entrevistada, la que decidió tomar la suscripción de Excélsior?
 14. Fué la persona entrevistada, la que decidió no reanudar la suscripción de Excélsior?

Identificación del Entrevistado

Si, misma persona	70%
No, otra persona	30
Total	100%

Identificación de la Persona que Decidió Suscribirse

Si, decidió entrevistado	81%
No, decidió otra persona	19
Total	100%

Identificación de la Persona que Decidió No Reanudar la Suscripción

Si, decidió entrevistado	49%
No, decidió otra persona	14
No, reporta (respuestas calificadas)*	9
Aún están suscritas a Excélsior.	27
Total	100%
Base (otal de entrevistas) .	193

* Respuestas calificadas tales como, "Estaba fuera de México", "No fueron a suscribirse", "Se les pasó el tiempo", "No tenia dinero", etc.

CARACTERISTICAS DE LA MUESTRA

Sexo

Masculino	39%
Femenino	61
Total	100%

Edad

18-24	9
25-29	11
30-34	14
35-39	14
40-44	11
45-49	10
50-54	11
55-59	6
60-64	3
65 años o más	8
No sabe	2
Total	100%

Nivel Socio-Económico

A	3%
B	32
C	61
D	3
No Sabe	1
Total	100%

Posición en la Familia

Jefe de Casa	37%
Ama de casa	51
Hijos	9
Otros	2
No sabe	2
Total	2
Base (total de entrevistas)	193