



www.marketingmak.com

GENTE

Quintana Roo

La Investigación Local 2008

Información Fresca y Confiable



La Investigación
GENTE.Q.Roo

JUL-AGO

INDICE



1. TOP OF MIND (Revistas en General)

1.1 Población Total

1.2 Por Nivel Socioeconómico

2. SHARE OF MIND (Revistas locales)

2.1 Población Total

2.2 Por Nivel Socioeconómico

3. MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MAYOR IMPACTO

3.1 Población Total

4. PERFIL DE POBLACION LOCAL

4.1 Población Total

5. PERFIL DEL LECTOR DE REVISTAS

5.1 Población Total

5.2 Perfil del que lee GENTE Q. Roo

Resumen



Tamaño muestra:

- 1,191 Cuestionarios, teniendo un 95% de confiabilidad en el estudio.

| | | | |
|------|------------------|--------|-----|
| A/B: | Clase Alta | 7.40% | |
| C+: | Clase Media Alta | 6.90% | 397 |
| C: | Clase Media | 25.70% | |
| D+: | Clase media Baja | 23.30% | 397 |
| D: | Clase Baja | 27.40% | |
| E: | Clase mas baja | 9.30% | 397 |

Metodología del Levantamiento:

- Investigación cuantitativa a través del diseño de un cuestionario de preguntas secuenciales.
- Levantamiento realizado directamente Encuestador/Encuestado(Entrevistas “face 2 face”)
- El levantamiento fue realizado en los centros comerciales, donde se encuentra la población económicamente activa.(Plaza 2000, Plaza bonita, Paseo Cancún, Gran Plaza, Plaza Kukulcán, Plaza la Isla, Parque de las Palapas)
- **Público objetivo:** Hombres y mujeres mayores de 18 años.

ESTUDIO DE MERCADO ANUAL DE PERFIL SOCIOECONÓMICO, GUSTOS Y PREFERENCIAS DE LA POBLACIÓN LOCAL ECONOMICAMENTE ACTIVA PERIÓDO JUN-AGO 2008.



Marketingmak Agencia de Mercadotecnia y Publicidad con más de 15 años de experiencia en el mercado turístico y local de Cancún, consciente de la necesidad de brindar a las empresas de nuestro destino estrategias de comunicación, sustentadas en información fresca y confiable de lo que pasa en el mercado crea a partir del 2008 una división de investigación de mercados dentro de su misma organización denominada “La Investigación de Mercados” con tres fases.

- **La Investigación Local:**
 - Realizada a la población de Cancún
 - Estudio anual con levantamiento en Jun-Ago.
 - Están disponibles resultados del 2008.
- **La Investigación Riviera:**
 - Realizada a la población de Playa del Carmen y Tulúm.
 - Estudio anual con levantamiento en Sep-Oct
 - En proceso de comercialización para 2009.
- **La Investigación Turista:**
 - Realizada al turismo de Cancún
 - Estudio Bimestral con levantamientos por temporadas.
 - En proceso de comercialización para 2009.

Objetivo General: El objetivo general de la “Investigación de Mercados” es responder claramente a las siguientes preguntas:

- ¿Cuál es el perfil del consumidor actual?
- ¿Qué oportunidades y tendencias de hacer negocios rigen en la actualidad?
- ¿Cuáles son las preferencias y hábitos de consumo del mercado?
- ¿Cuáles son los medios de comunicación de mayor impacto?

Objetivo Particular: El objetivo particular es el transformar la información general y específica de cada cliente, en estrategias de comunicación que den resultados positivos en sus inversiones de promoción y publicidad.

A diferencia de otras empresas de estudios de mercado, “La investigación de Mercados by Marketingmak” entrega a cada uno de sus clientes:

- Planes estratégicos de mercadotecnia basados en los resultados de los estudios junto con las gráficas descriptivas de la información.

Costo por impacto publicitario:

El costo por impacto de la revista se obtiene del número de ejemplares impresos bimestralmente (a) multiplicado por el **Pass Along** (b) esto nos dará el número de impactos bimestralmente (c) mismo que deberá ser dividido entre el costo del espacio contratado (cec), esto nos dará el costo por impacto.

Ejemplo: $a (3,000) * b (1.7) = (c) \underline{5,100 \text{ Impactos}} = .51 \text{ Centavos por impacto}$
(cec) \$10,000

Costo por Millar.

El costo por millar de la revista se obtiene del costo del espacio contratado (cec), dividido entre el número de ejemplares impresos bimestralmente, esto nos dará el costo por millar.

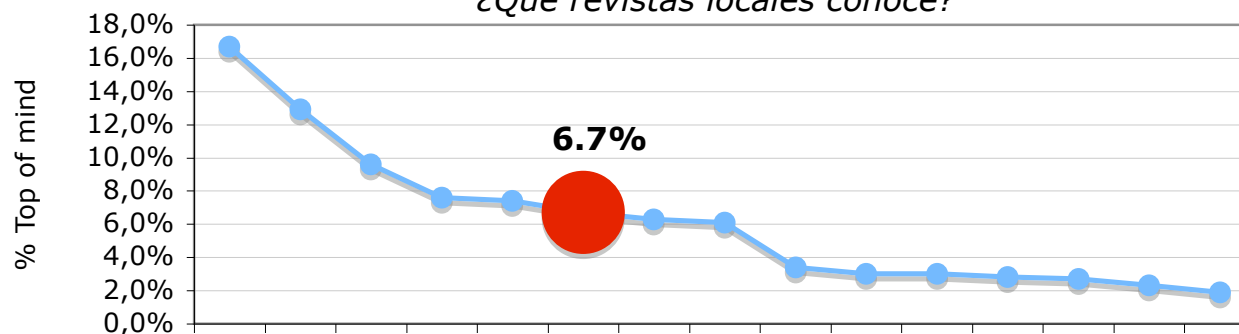
Ejemplo: $(cec) \$10,000 / 3,000 = \$ 3.3 \text{ pesos.}$

Fuente: Estudio LaInvestigacionmak[®]; by Marketignmak[®] (Junio-Agosto 2008)

SHARE OF MIND

2.1 Población Total

¿Qué revistas locales conoce?



Esta información es propiedad de Servicios mercadológicos Marketingmak SC, la reproducción total o parcial de la misma sin autorización del propietario constituye un delito con pena de 6 meses a 2 años de prisión.

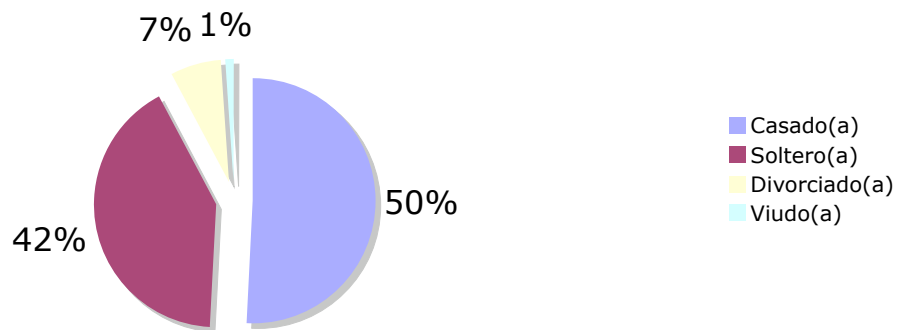
● Nuestra Gente Quintana Roo

En La Investigación Local by marketingmak realizada en el periodo de Junio a Agosto del 2008, se estudiaron a las 21 revistas de mayor circulación en el medio, destacando dentro de las primeras 10 revistas en el segmento de sociales de ellas, mientras que la Revista Gente QuintanaRoo se posiciona como primer mención en el segmento de revistas de su género de negocios con un 6.7%.

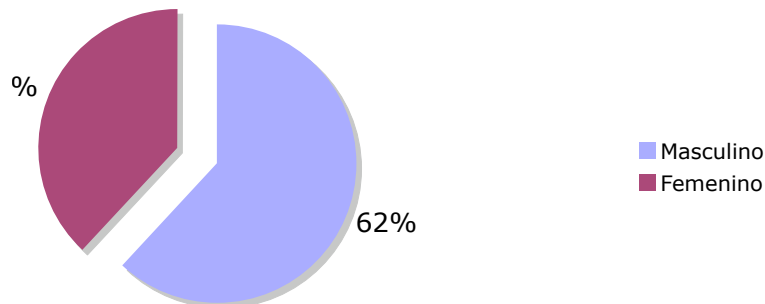
Perfil (PEA*)

4.1 Población Total

Estado Civil



Sexo



PEA: Población Económicamente Activa

Fuente: Estudio LaInvestigacionmak®; by Marketignmak® (Junio-Agosto 2008)

5.1 Población Total en Quintana Roo.

Con base en los resultados del censo de población realizado por el INEGI*, el cual determina que el estado de Quintana Roo cuenta con 1,135,309 habitantes en el 2005 y considerando que se tiene un porcentaje de crecimiento anual del 7%; podemos determinar que para 2008 nuestro estado de Quintana Roo cuenta con una población de 1,390,8002 habitantes. El municipio de Benito Juárez en 2005*, contaba con 572,973 habitantes proyectando el mismo crecimiento del 7% para 2008 se estima que se tiene una población superior a 680,000 habitantes.

El tamaño muestra de la Investigación de Mercados Local by Marketingmak, está basado en un universo de Población Económicamente Activa (PEA) en Benito Juárez del 67%, siendo este más del doble de lo que ocurre en el resto del País.

Con base a los resultados de La investigación Local podemos decir que el 38.1% (+173,580 habitantes) de la Población Económicamente Activa (PEA) (+455,600 habitantes) lee revistas ya sean de Circulación Nacional o Local.

La preferencia por la lectura se inclina en los **Hombres** (54.8%) y **Mujeres** (45.2%) en un porcentaje menor, destacando el rango de edades entre 23 a 45 años (73.6%), en su mayoría de **Clase Media** 32.7% (Rango de Ingresos: de 11,600 a 34,999*) y **Media Baja** 32%(Rango de Ingresos: de 6,800 a 11,599*)

Fuente: INEGI. II Censo de Población y Vivienda 2005.

Fuente: AMAI (Asociación de Agencias de Investigación y Opinión Publica A.C.)

5.2 Perfil de la Revista Gente Quintana Roo.

Revista bimestral con más de 3 años de estar en el mercado Cancunense, con un 6.7% de participación de mercado siendo estos más de 30,525 impactos con la Población Económicamente Activa (PEA) (+455,600 Habitantes) durante su existencia.

Si consideramos que el tiraje bimestral de la revista Gente es de 3,000 ejemplares, entonces se tiene una distribución anual de 18,000 ejemplares, reflejándose en el 6.7% de participación de mercado antes mencionado y que a su vez nos indica un *Pass Along* de 1.7 (Cantidad de personas que leen la misma revista) entre la población económicamente activa (PEA).

El mayor porcentaje de lectores son hombres (60%), en su mayoría casados (55%).

La revista presenta preferencias más altas en el rango de población con edad desde los 23 hasta los 45 años (76%) y se enfoca principalmente al nivel socioeconómico Medio Bajo 21.3% (Rango de Ingresos: de 6,800 a 11,599*) y Medios 45.7% (Rango de ingresos: de 11,600 a 34,999*).

Aunque la mayoría de los lectores son hombres (60%), las mujeres también tienen un porcentaje representativo dentro de la Población Económicamente Activa (PEA) que lee la revista Gente (40%).

Entre los lectores de la revista el 68.9% de los hogares están conformados por más de tres miembros (Mamá, Papá y más de 1 Hijo), el 31.1% de los hogares están formados por no más de tres miembros siendo estos Mamá, Papá y 1 Hijo.

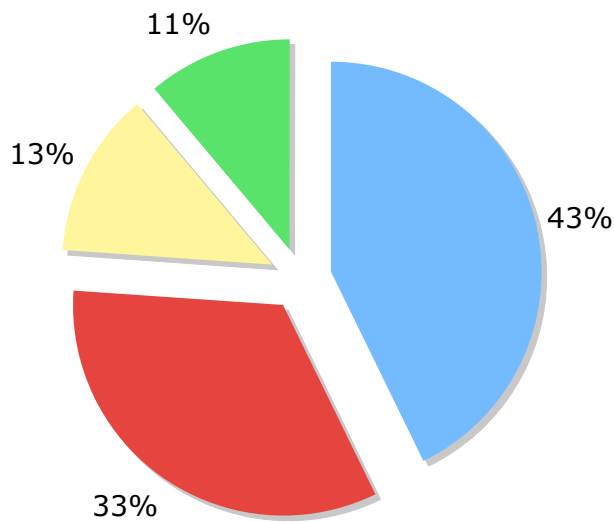
Fuente: Estudio LaInvestigacionmak®; by Marketignmak® (Junio-Agosto 2008)

Fuente: AMAI (Asociación de Agencias de Investigación y Opinión Publica A.C.)

NUESTRA GENTE QUINTANA ROO

5.2 ¿Cuál es el perfil de la gente que lee Nuestra Gente Q.Roo?

Edad



Esta información es propiedad de Servicios mercadológicos Marketingmak SC, la reproducción total o parcial de la misma sin autorización del propietario constituye un delito con pena de 6 meses a 2 años de prisión.

■ De 31 a 45

■ De 23 a 30

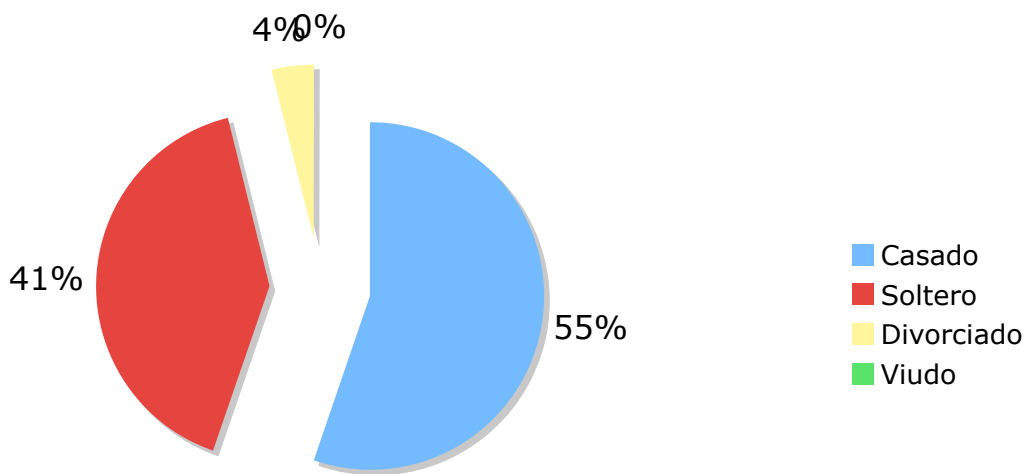
■ Menor de 22

■ De 46 a 65

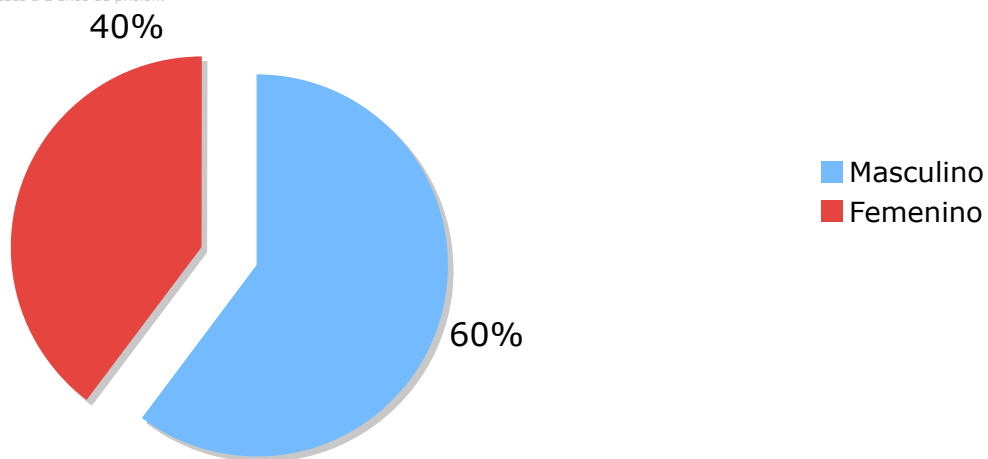
NUESTRA GENTE QUINTANA ROO

5.2 ¿Cuál es el perfil de la gente que lee

Estado Civil



Sexo



Esta información es propiedad de Servicios mercadológicos Marketingmak SC, la reproducción total o parcial de la misma sin autorización del propietario constituye un delito con pena de 6 meses a 2 años de prisión.

!Estamos a sus órdenes!

**Mirna Ku
Director General**

LaInvestigacionmak®; by Marketignmak®
(Junio-Agosto 2008)

www.marketingmak.com.mx

www.lainvestigacionmak.com

Teléfonos: Ofna. 998 843 67 29

Cel. 998 845 64 54

Nextel. 1 85 58 66, 185 58 67

Pin. 62*145017*2