

**ESTUDIO DE AUDIENCIA**  
**"El Faro de Melilla"**

## **FICHA TÉCNICA**

|                                       |  |
|---------------------------------------|--|
| <b>Empresa que realiza el estudio</b> | Información Técnica y Científica SL (Infortécnica)   |
| <b>Muestra</b>                        | 504 personas   |
| <b>Universo</b>                       | Población mayor de 15 años de Melilla.   |
| <b>Tipo de entrevista</b>             | Telefónica, aleatoria y de distribución proporcional a la extensión de la población, obteniendo una muestra proporcional y significativa de cada grupo de sexo y edad. |
| <b>Fecha del sondeo</b>               | Marzo de 2007  |
| <b>Horario de las entrevistas</b>     | Entre las 18:00 y las 22:00 horas de los días laborales.   |
| <b>Datos de Infortécnica</b>          | C/ Lepanto 422<br>08025 Barcelona<br>Tel: 934334243<br>Fax: 934334239<br>Más información en:<br><a href="http://www.infortecnica.com">Http://www.infortecnica.com</a>  |

## **"EL FARO DE MELILLA", aumenta su audiencia un tres por ciento en el último semestre**

En el último estudio realizado en febrero de 2007, "El Faro de Melilla" es conocido por la gran mayoría de la población de la ciudad autónoma de Melilla. Cerca de la mitad de la población lo lee de forma habitual. Un 30 por ciento lo lee todos los días, diecinueve mil personas, que han dedicado a la publicación un cuarto de hora al día

De los cerca de 17 minutos que dedica la población de Melilla a la lectura de la prensa diaria, al "Faro de Melilla" le ha correspondido 6,5 minutos, lo que indica una cuota de audiencia (share) próxima al 38 por ciento, un tres por ciento más que en el anterior estudio, (GRP´s 16.500 lectores/día)

Las secciones más seguidas son: información local y autonómica con un 39 por ciento de las preferencias de sus lectores, deportes y opinión figuran en segundo lugar con un 16 por ciento, si bien el conjunto de la publicación presenta un seguimiento notable por parte de todos los grupos de sexo y edad.

# INFORTÉCNICA

REF:son-faromelilla01/m07

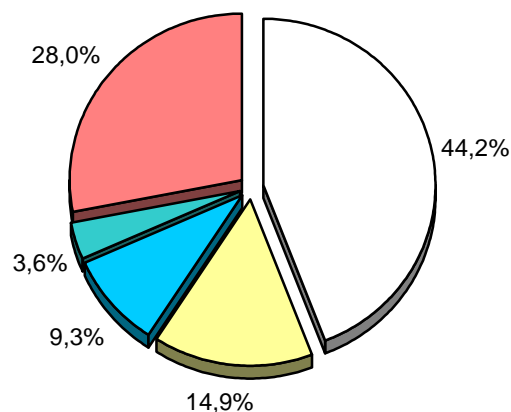
Pregunta - ¿Con que frecuencia lee Ud la prensa, en general?

- A. Casi cada día
- B. Varias veces a la semana
- C. Una vez a la semana
- D. Más de una vez al mes
- E. Nunca o casi nunca

Muestra: población mayor de 15 años.

Análisis general

| Respuesta                | % general |
|--------------------------|-----------|
| Casi cada día            | 44,2%     |
| Varias veces a la semana | 14,9%     |
| Una vez a la semana      | 9,3%      |
| Más de una vez al mes    | 3,6%      |
| Nunca o casi nunca       | 28,0%     |



|                          |                          |
|--------------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Casi cada día            |
| <input type="checkbox"/> | Varias veces a la semana |
| <input type="checkbox"/> | Una vez a la semana      |
| <input type="checkbox"/> | Más de una vez al mes    |
| <input type="checkbox"/> | Nunca o casi nunca       |

Análisis por sexos y edades

| Respuesta                | Hombres | Mujeres | <30   | de 30 a 50 | >50   |
|--------------------------|---------|---------|-------|------------|-------|
| Casi cada día            | 58,6%   | 32,6%   | 27,9% | 58,3%      | 32,8% |
| Varias veces a la semana | 16,7%   | 13,5%   | 11,8% | 17,2%      | 14,2% |
| Una vez a la semana      | 9,2%    | 9,3%    | 14,7% | 9,4%       | 6,7%  |
| Más de una vez al mes    | 2,3%    | 4,7%    | 7,4%  | 2,8%       | 3,0%  |
| Nunca o casi nunca       | 13,2%   | 40,0%   | 38,2% | 12,2%      | 43,3% |

# INFORTÉCNICA

REF:son-faromelilla01/m07

Pregunta - ¿Cuántos minutos al día dedica a leer la prensa, en general?

Muestra: población mayor de 15 años.

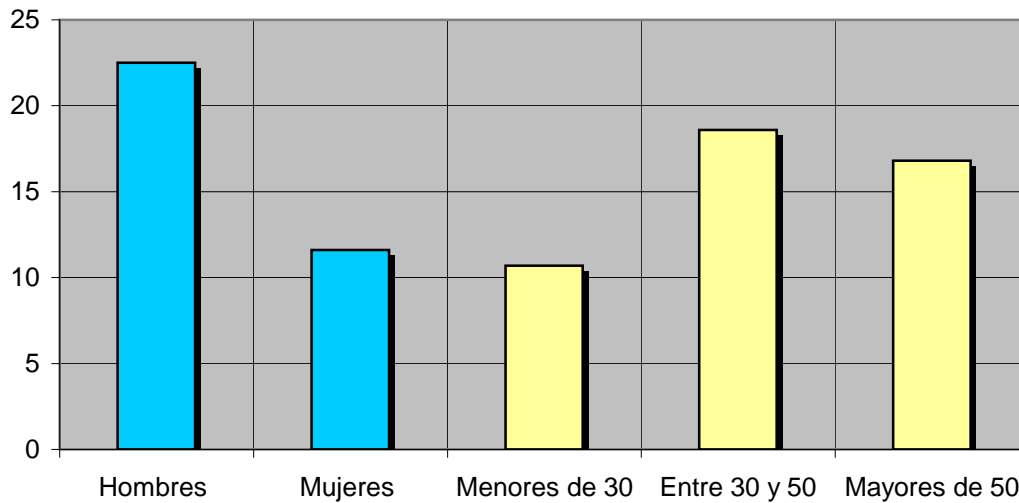
Minutos al día (análisis general)

| min / día | desviación |
|-----------|------------|
| 16,9      | 22,2       |

Minutos al día (por sexos y edades)

| Hombres | Mujeres | Menores de 30 | Entre 30 y 50 | Mayores de 50 |
|---------|---------|---------------|---------------|---------------|
| 22,5    | 11,6    | 10,7          | 18,6          | 16,8          |

Minutos al día (por sexos y edades)



# INFORTÉCNICA

REF:son-faromelilla01/m07

Pregunta - ¿Cómo suele llegar a sus manos su diario habitual?

- A. lo compra en una librería o en un quiosco
- B. lo lee del bar, trabajo, o cualquier otro sitio pero no lo compra
- C. lo recibe por suscripción
- D. lo lee de internet
- E. otras respuestas

Muestra: población lectora de prensa.

Análisis general

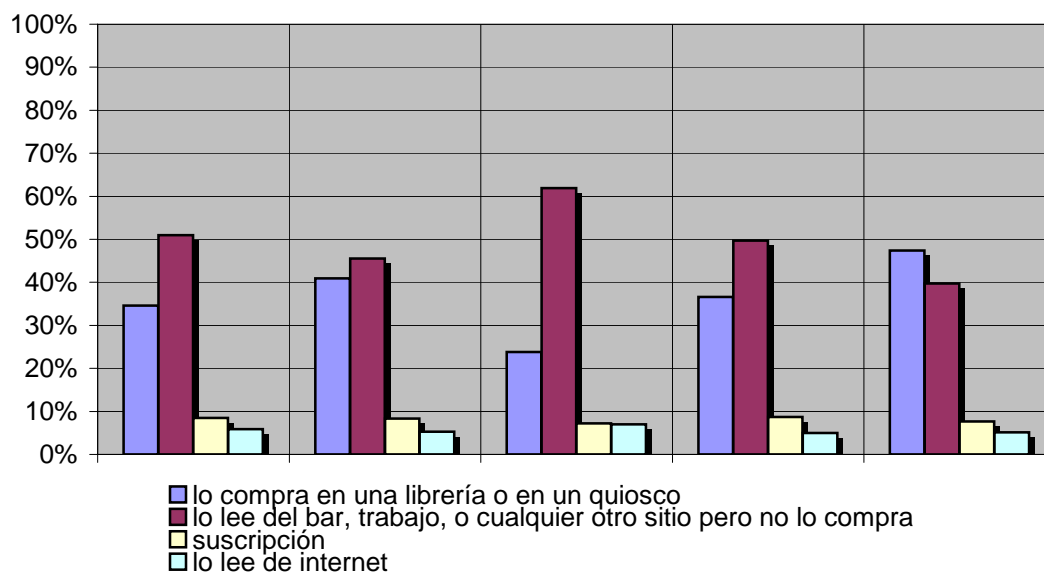
| Resp / Grupo             | Porcentaje |
|--------------------------|------------|
| lo compra en una         | 37,5%      |
| lo lee del bar, trabajo, | 48,4%      |
| suscripción              | 8,4%       |
| lo lee de internet       | 5,6%       |

Análisis comparativo por grupos de sexo

| Resp / Grupo             | Hombres | Mujeres |
|--------------------------|---------|---------|
| lo compra en una         | 34,6%   | 40,9%   |
| lo lee del bar, trabajo, | 51,0%   | 45,5%   |
| suscripción              | 8,5%    | 8,3%    |
| lo lee de internet       | 5,9%    | 5,3%    |

Análisis comparativo por grupos de edad

| Resp \ Grupo             | Menos de 30 | De 30 a 50 | Más de 50 |
|--------------------------|-------------|------------|-----------|
| lo compra en una         | 23,8%       | 36,6%      | 47,4%     |
| lo lee del bar, trabajo, | 61,9%       | 49,7%      | 39,7%     |
| suscripción              | 7,2%        | 8,7%       | 7,7%      |
| lo lee de internet       | 7,0%        | 5,0%       | 5,1%      |



# INFORTÉCNICA

REF:son-faromelilla01/m07

Pregunta - ¿Conoce, aunque sea de oídas, el diario "El Faro de Melilla"?

Muestra: población mayor de 15 años.

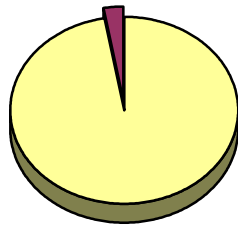
Análisis general

| Resp / Grupo | Porcentaje |
|--------------|------------|
| Sí           | 94,3%      |
| No           | 5,7%       |

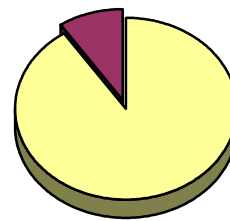
Análisis comparativo por grupos de sexo

| Resp / Grupo | Hombres | Mujeres |
|--------------|---------|---------|
| Sí           | 97,1%   | 90,6%   |
| No           | 2,9%    | 9,4%    |

Hombres

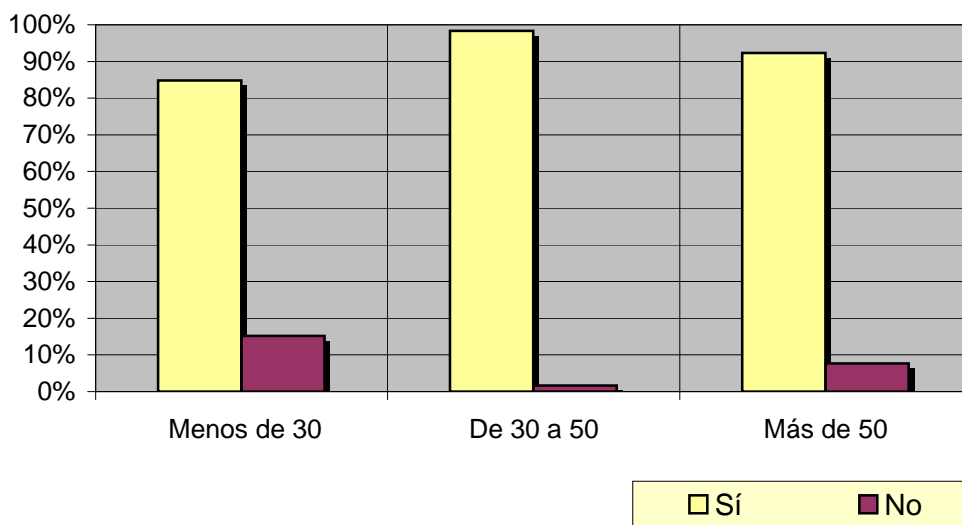


Mujeres



Análisis comparativo por grupos de edad

| Resp \ Grupo | Menos de 30 | De 30 a 50 | Más de 50 |
|--------------|-------------|------------|-----------|
| Sí           | 84,8%       | 98,3%      | 92,3%     |
| No           | 15,2%       | 1,7%       | 7,7%      |



# INFORTÉCNICA

REF:son-faromelilla01/m07

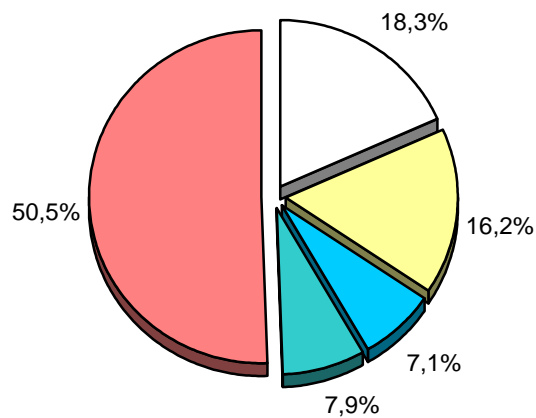
Pregunta - ¿Con que frecuencia lee "El Faro de Melilla"?

- A. Casi cada día
- B. Varias veces a la semana
- C. Una vez a la semana
- D. Más de una vez al mes
- E. Nunca o casi nunca

Muestra: población mayor de 15 años.

Análisis general

| Respuesta                | % general |
|--------------------------|-----------|
| Casi cada día            | 18,3%     |
| Varias veces a la semana | 16,2%     |
| Una vez a la semana      | 7,1%      |
| Más de una vez al mes    | 7,9%      |
| Nunca o casi nunca       | 50,5%     |



|   |
|---|
| <input type="checkbox"/> Casi cada día            |
| <input type="checkbox"/> Varias veces a la semana |
| <input type="checkbox"/> Una vez a la semana      |
| <input type="checkbox"/> Más de una vez al mes    |
| <input type="checkbox"/> Nunca o casi nunca       |

Análisis por sexos y edades

| Respuesta                | Hombres | Mujeres | <30   | de 30 a 50 | >50   |
|--------------------------|---------|---------|-------|------------|-------|
| Casi cada día            | 25,0%   | 12,9%   | 11,9% | 27,7%      | 9,1%  |
| Varias veces a la semana | 20,3%   | 12,9%   | 10,4% | 16,9%      | 18,2% |
| Una vez a la semana      | 6,4%    | 7,6%    | 7,5%  | 7,3%       | 6,8%  |
| Más de una vez al mes    | 9,9%    | 6,2%    | 10,4% | 9,6%       | 4,5%  |
| Nunca o casi nunca       | 38,4%   | 60,5%   | 59,7% | 38,4%      | 61,4% |



# INFORTÉCNICA

REF:son-faromelilla01/m07

Pregunta - ¿Cuántos minutos al día dedica a leer "El Faro de Melilla"?

Muestra: población mayor de 15 años.

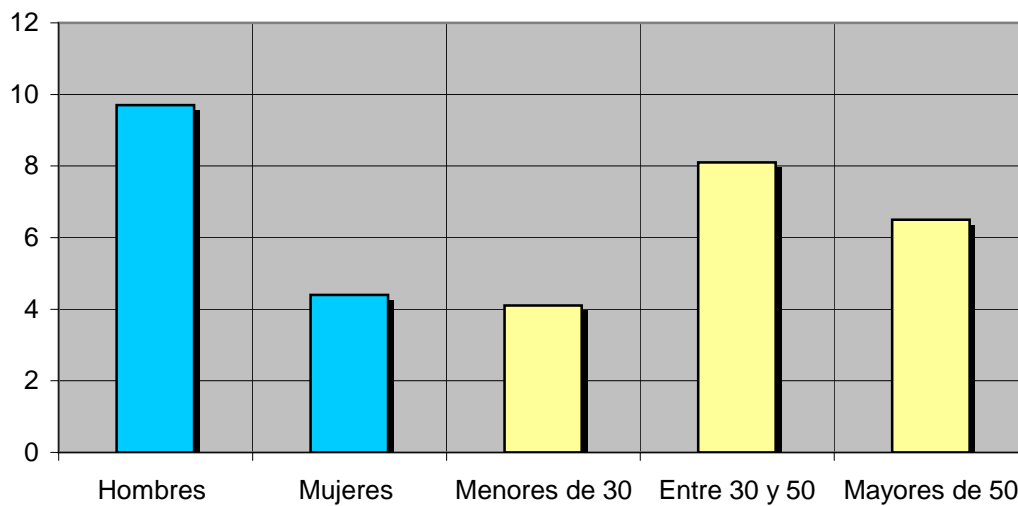
Minutos al día (análisis general)

| min / día | desviación |
|-----------|------------|
| 6,5       | 14,0       |

Minutos al día (por sexos y edades)

| Hombres | Mujeres | Menores de 30 | Entre 30 y 50 | Mayores de 50 |
|---------|---------|---------------|---------------|---------------|
| 9,7     | 4,4     | 4,1           | 8,1           | 6,5           |

Minutos al día (por sexos y edades)



# INFORTÉCNICA

REF:son-faromelilla01/m07

Pregunta - ¿Normalmente lo compra Ud. o lo lee del bar o de cualquier otro sitio?

- A. Lo compra en una librería o en un quiosco
- B. Lo lee de algun sitio pero no lo compra

Muestra: población lectora de prensa.

Análisis general

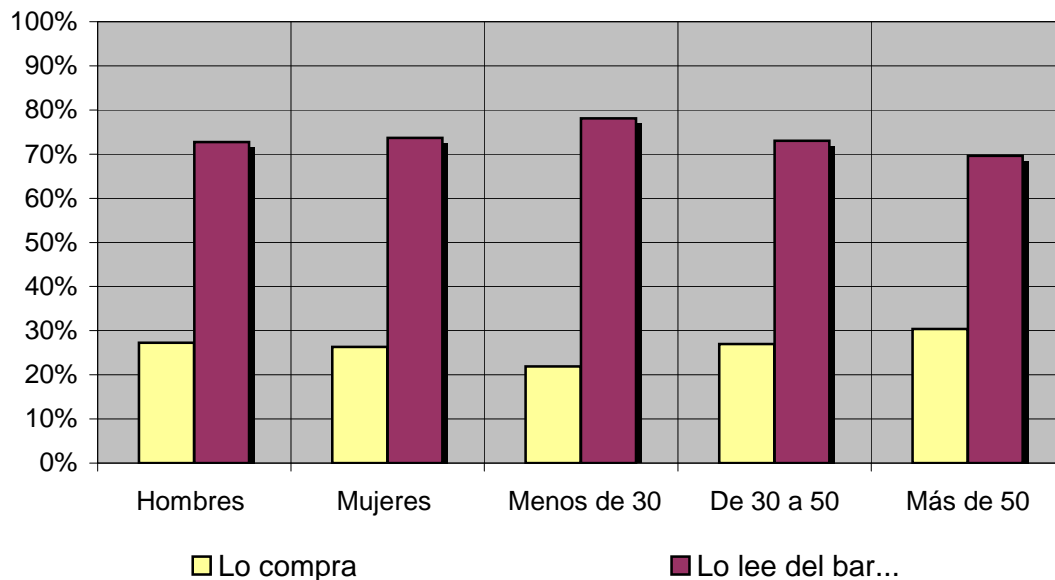
| Resp / Grupo      | Porcentaje |
|-------------------|------------|
| Lo compra         | 26,8%      |
| Lo lee del bar... | 73,2%      |

Análisis comparativo por grupos de sexo

| Resp / Grupo      | Hombres | Mujeres |
|-------------------|---------|---------|
| Lo compra         | 27,3%   | 26,3%   |
| Lo lee del bar... | 72,7%   | 73,7%   |

Análisis comparativo por grupos de edad

| Resp \ Grupo      | Menos de 30 | De 30 a 50 | Más de 50 |
|-------------------|-------------|------------|-----------|
| Lo compra         | 21,9%       | 27,0%      | 30,4%     |
| Lo lee del bar... | 78,1%       | 73,0%      | 69,6%     |



## **Análisis sobre los habituales de la publicación**

Se consideran habituales aquellos que dedican una media de más de un minuto al día a la publicación.

# INFORTÉCNICA

REF:son-faromelilla01/m07

Pregunta - ¿Qué secciones le interesan más de este periódico?

1. Opinión
2. Información local y
3. Nacional
4. Internacional
5. Sociedad
6. Deportes
7. Cultura
8. Agenda, servicios, tiempo...
9. Otras secciones

Actualizado en Marzo de 2007.

Análisis general

| Respuestas             | Porcentaje de lectores |
|------------------------|------------------------|
| 1. Opinión             | 8,8%                   |
| 2. Información local y | 38,6%                  |
| 3. Nacional            | 10,0%                  |
| 4. Internacional       | 7,7%                   |
| 5. Sociedad            | 6,1%                   |
| 6. Deportes            | 15,7%                  |
| 7. Cultura             | 4,6%                   |
| 8. Agenda, servicios,  | 5,6%                   |
| 9. Otras secciones     | 2,9%                   |

