



El valor de las marcas periodísticas

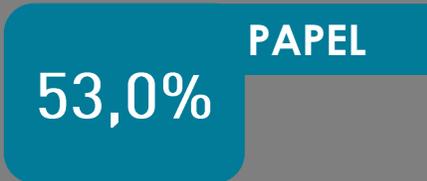
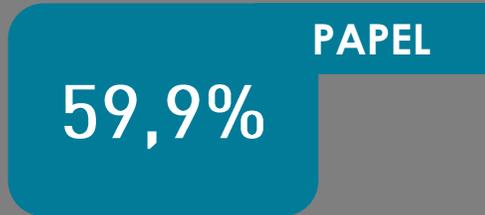
La opinión pública y los medios de comunicación

#1 AGENDA & REPUTACIÓN

▶ “Los diarios son los más respetados y definen la agenda del día según la opinión pública.”

Define los temas más importantes del día

El contenido es más respetado que el de otros medios



#2 TIEMPO & HÁBITO

“La mayoría de los líderes de opinión usan los diarios para informarse: **el 75.1% usa el formato digital y el 87.4% el papel**”.

“El lector de diario digital **ingresa con más frecuencia y hace lecturas más cortas. Viceversa el lector de papel.**”



TIEMPO DE LECTURA



Líderes de opinión ←

FRECUENCIA DE USO



#3 DETALLE CONTENIDO

► “El diario impacta principalmente a través de sus titulares; en ambos formatos es lo que mayormente se lee”.

► “El lector de diario papel prefiere en gran medida leer el contenido completo de la noticia; más que el lector digital.”



5.0%

48.6%

45.0%



11.4%

60.7%

22.1%

Solo los titulares de las noticias

En mayor medida los titulares que el contenido

Titulares y contenido completo

Líderes de opinión ←

#4 PRIMER MEDIO PARA INFORMARSE



“Los diarios son el medio más elegido como ‘primer medio que accede en el día para informarse’.”

56,6%



31,2 %



12%

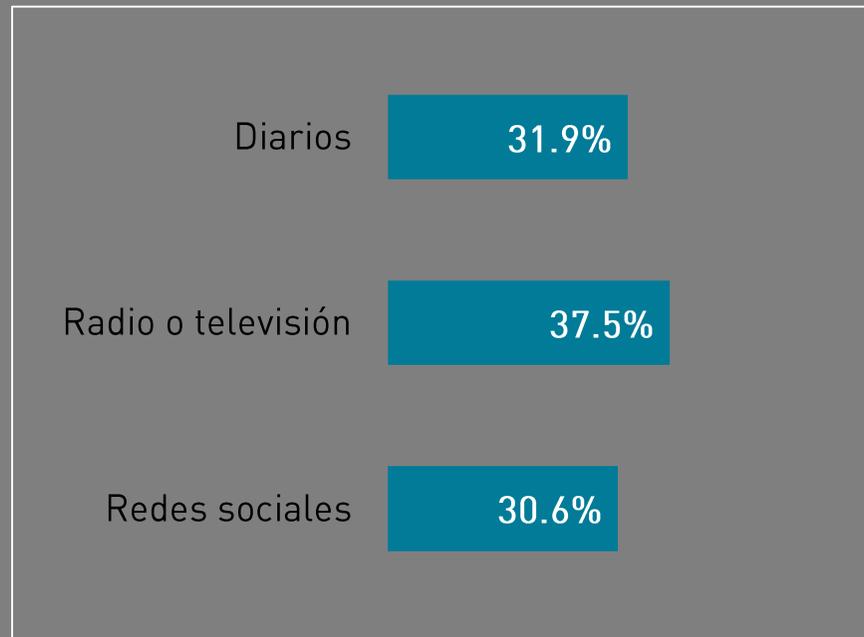


#5 INFLUENCIA EN LA VIDA DIARIA

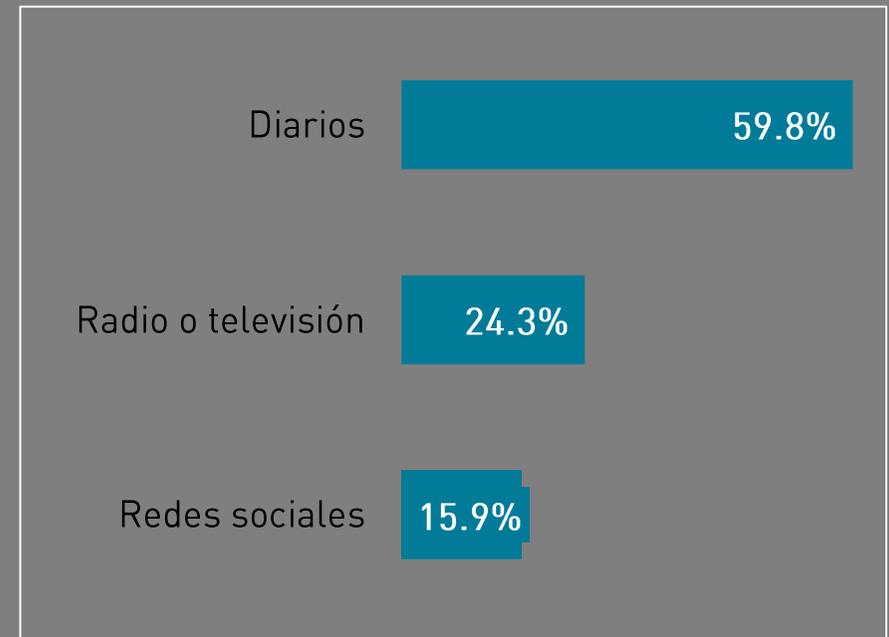


“El medio que más influye sobre la vida diaria de la opinión pública son los diarios, en los líderes de opinión aún más que la radio o televisión.”

Público en general



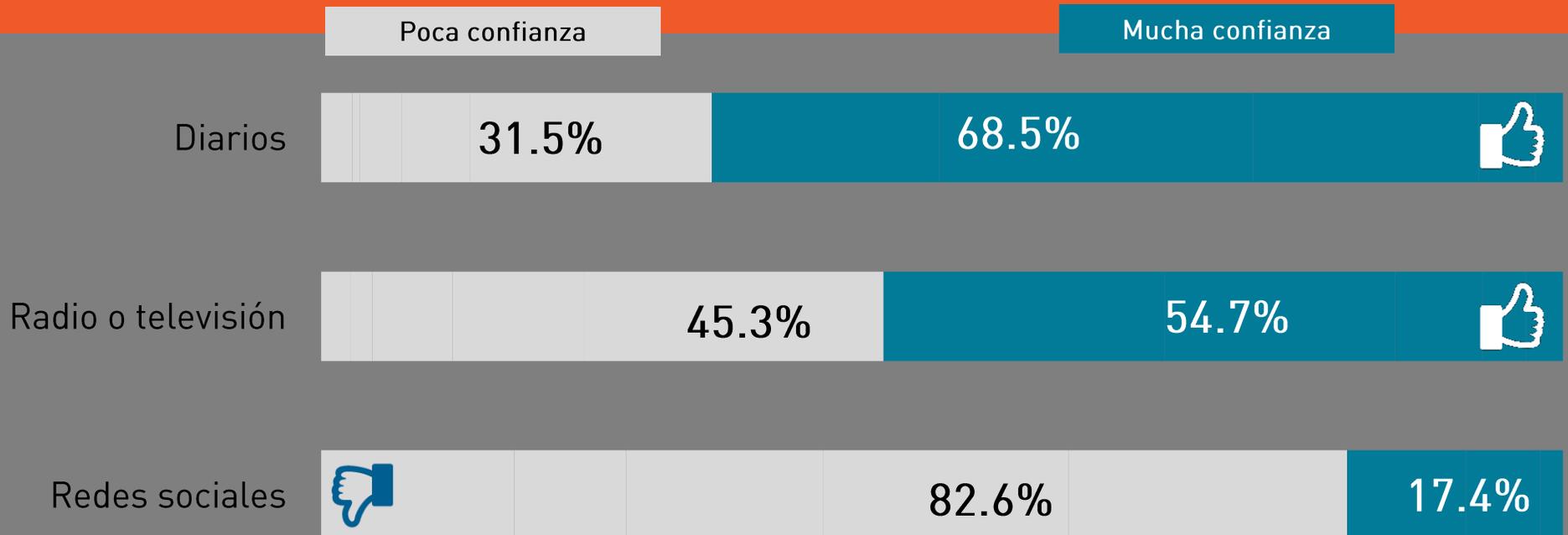
Líderes de opinión



#6 CONFIANZA



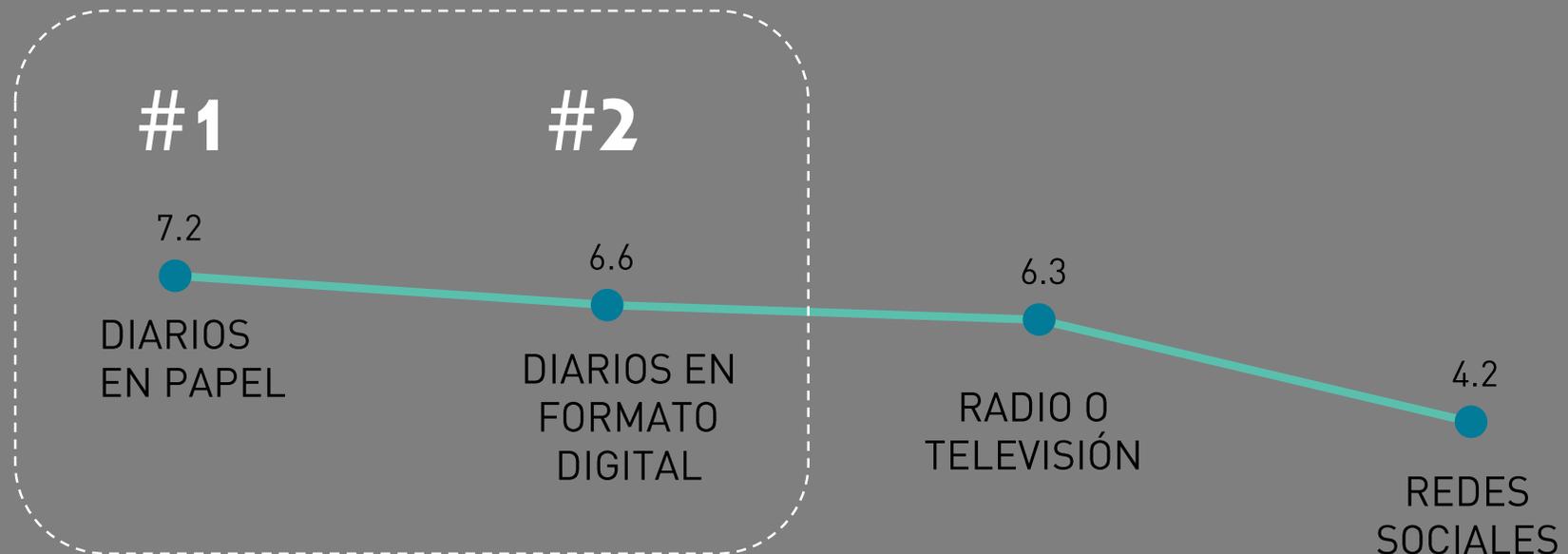
“Los diarios son el medio de mayor confianza percibida; las redes sociales las de menor confianza.”



#6 CREDIBILIDAD: PUNTAJE



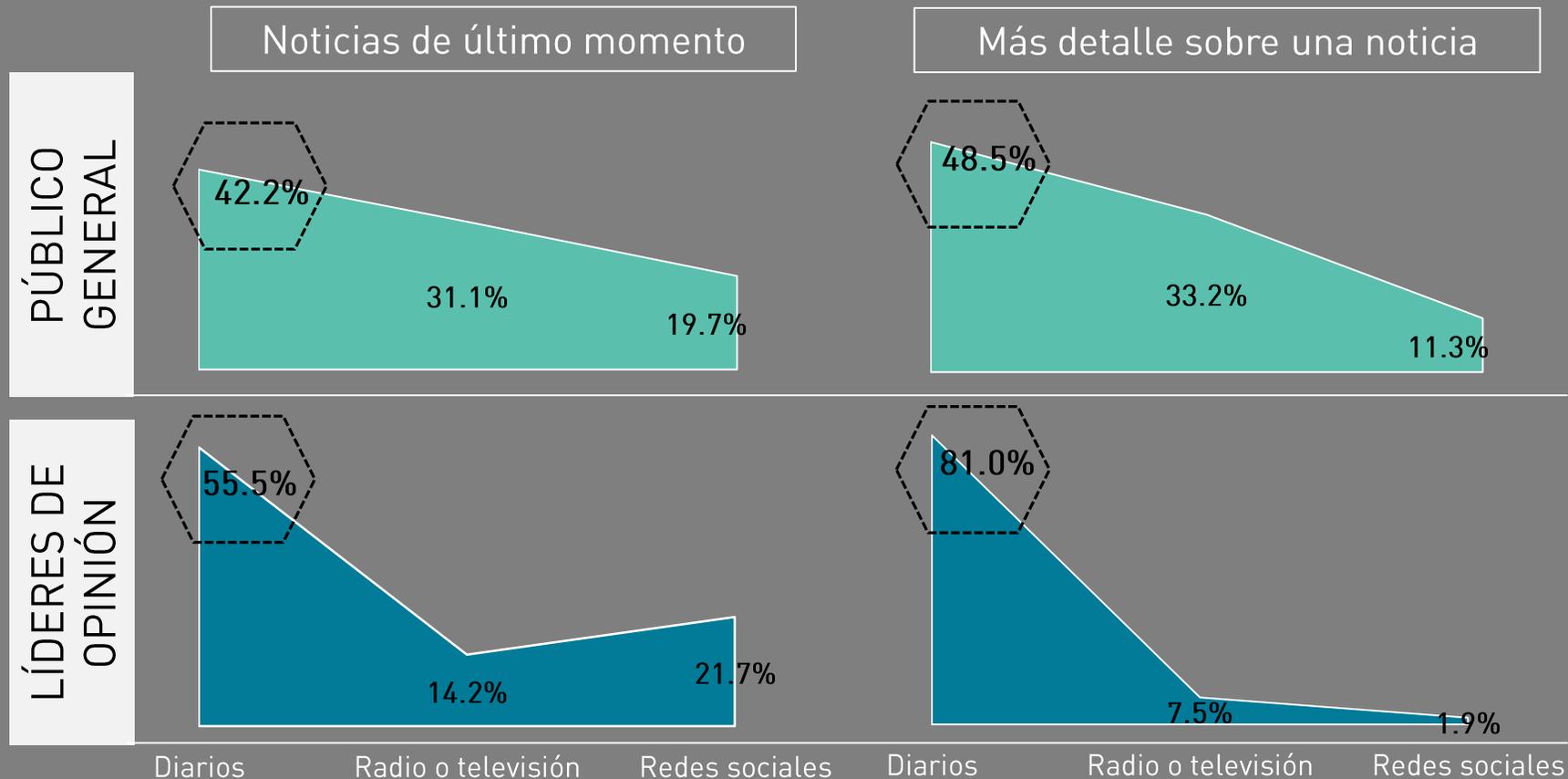
“Los diarios en sus dos formatos son calificados como los medios de comunicación más creíbles por los líderes de opinión.”



#7 ATRIBUTOS Y USO



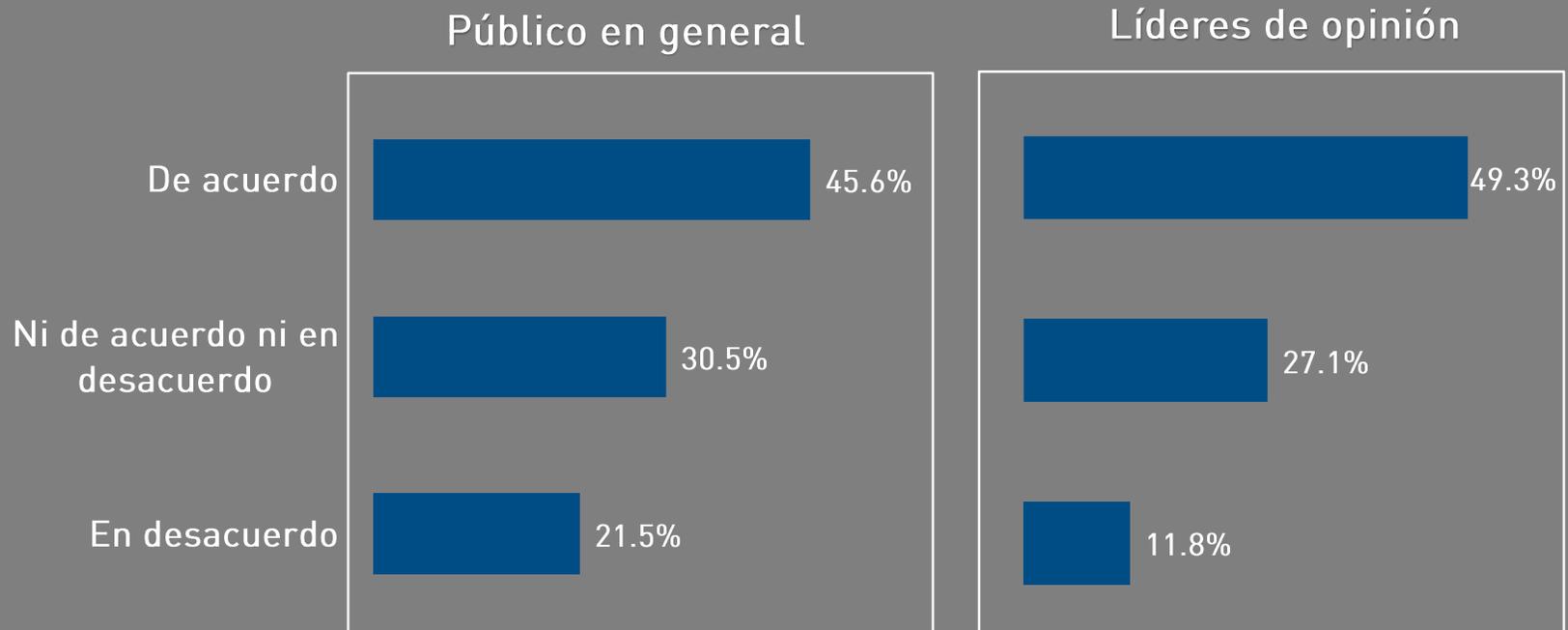
“Los diarios son el medio preferido para leer noticias de último momento y para encontrar más detalle de una noticia.”



#8 EL DIARIO Y LA SOCIEDAD INFORMADA



“Una persona que se informa a través de los diarios está más preparada para afrontar la realidad que aquella que no lo hace.”



#9 EXPERIMENTOS ECONÓMICOS

▶ Uso del precio de reserva, (willngness to pay), como medición del valor que el producto tiene para el cliente.

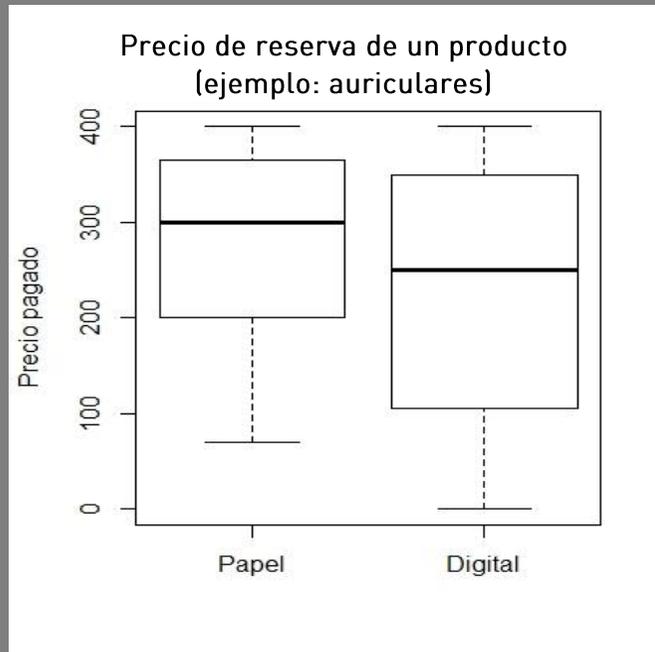


- Toma de decisiones reales con impacto real (compra de productos anunciados)
- En un entorno controlado
- Aislando el impacto del factor diario de otros framings para el anuncio
- Observando comportamiento y no preguntando

#10 INCREMENTO DEL VALOR PERCIBIDO EN FORMATO PAPEL

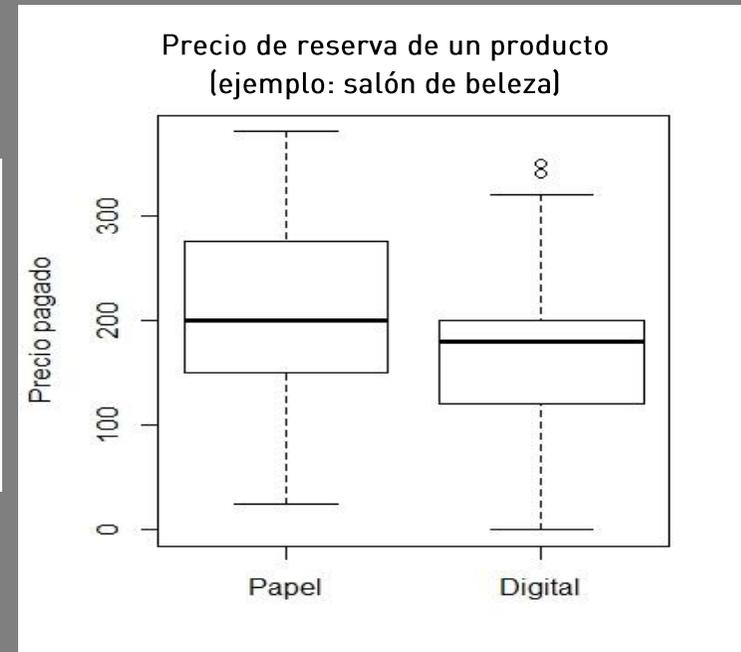
El formato diario papel incrementa el valor percibido de bienes y servicios anunciados hasta un 23.6%.

Precio de reserva (\$)



El valor percibido del producto en formato papel es un 20.8% superior al percibido en el formato digital.

Precio de reserva (\$)



El valor percibido del producto en formato papel es un 23.6% superior al percibido en el formato digital