ESTUDIO DE AUDIENCIA

"El Faro de Melilla"

FICHA TÉCNICA

Empresa que realiza el estudio	Información Técnica y Científica SL (Infortécnica)
Muestra	600 personas
Universo	Población mayor de 15 años de Melilla.
Tipo de entrevista	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.
Fecha del sondeo	marzo de 2006
Horario de las entrevistas	Entre las 18:00 y las 22:00 horas de los días laborales.
Datos de Infortécnica	C/ Lepanto 422 08025 Barcelona Tel: 934334243 Fax: 934334239 Más información en: Http://www.infortecnica.com

"EL FARO DE MELILLA", 18.000 melillenses lo leen cada día

"El Faro de Melilla" es conocido por un 95 por ciento de la población de la ciudad autónoma de Melilla. Lo leen, con una frecuencia de por lo menos una vez a la semana, casi la mitad de sus habitantes. Cerca del 30 por ciento lo sigue todos los días, diecinueve mil personas, que dedican a la publicación un tiempo de 15 minutos de media cada día.

De los 17 minutos al día que dedica de media el conjunto de la población de Melilla a la lectura de la prensa diaria, al "Faro de Melilla" le corresponde 5,2 minutos, lo que indica una cuota de audiencia (share) próxima al 30 por ciento (GRP´s 14.000 lectores/día)

La información local y autonómica acumula el 35 por ciento de las preferencias de sus lectores, deportes y opinión figuran en segundo lugar con un 15 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/p6/m06

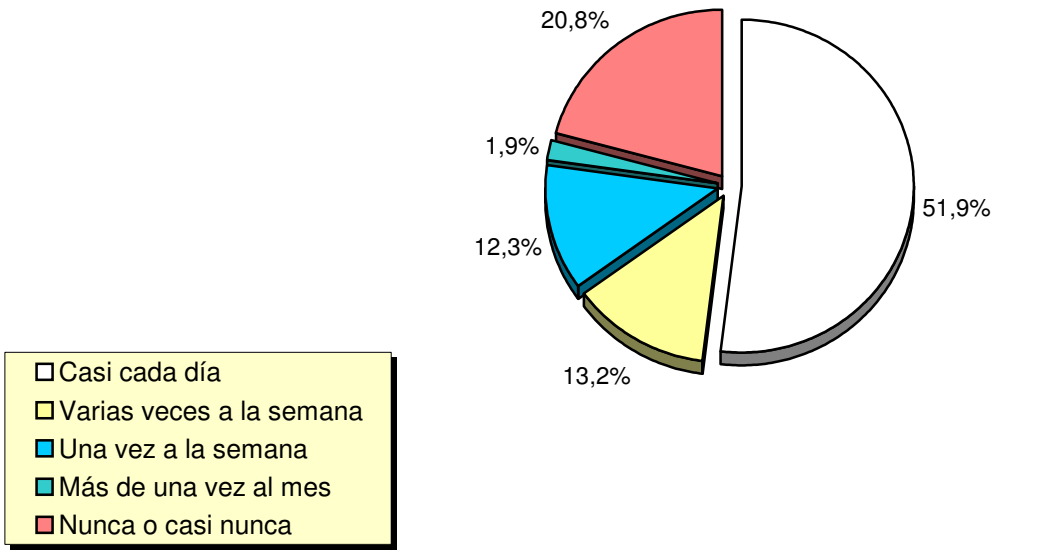
Pregunta - ¿Con que frecuencia lee Ud la prensa, en general?

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	51,9%
Varias veces a la semana	13,2%
Una vez a la semana	12,3%
Más de una vez al mes	1,9%
Nunca o casi nunca	20,8%



Analisis por sexos y edades

Respuesta	Hombres	Mujeres	<30	de 30 a 50	>50
Casi cada día	66,7%	41,0%	40,9%	62,7%	42,4%
Varias veces a la semana	11,1%	14,9%	13,8%	15,7%	9,2%
Una vez a la semana	8,9%	14,7%	13,4%	13,7%	9,0%
Más de una vez al mes	<1%	3,3%	<1%	2,0%	3,0%
Nunca o casi nunca	13,3%	26,2%	31,8%	5,9%	36,4%

INFORTÉCNICA

REF:son-faromelilla01/p6/m06

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

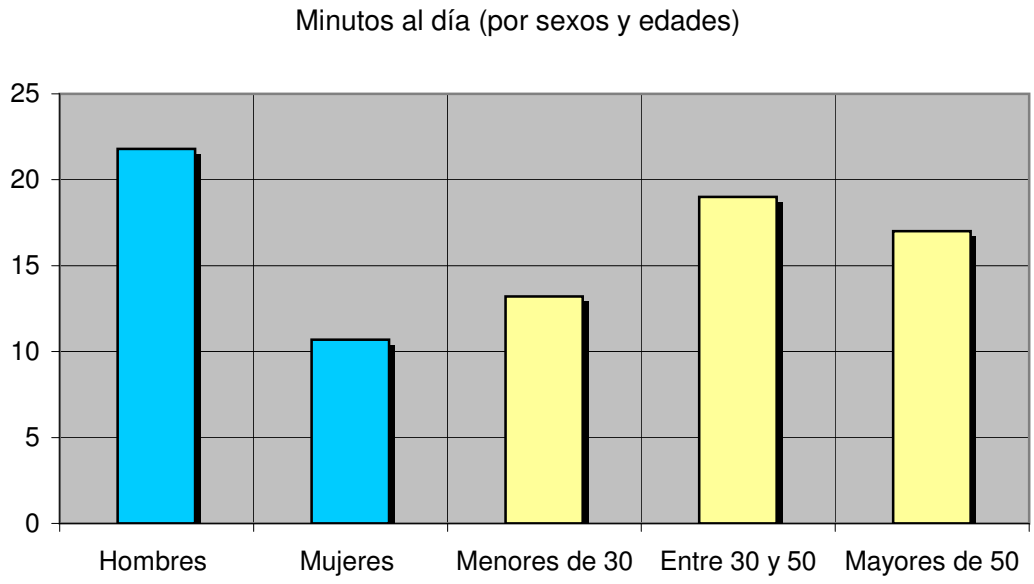
Muestra: población mayor de 15 años.

Minutos al día (análisis general)

min / día	desviación
16,8	16,2

Minutos al día (por sexos y edades)

Hombres	Mujeres	Menores de 30	Entre 30 y 50	Mayores de 50
21,8	10,7	13,2	19,0	17,0



INFORTÉCNICA

REF:son-faromelilla01/p6/m06

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

A. Lo compra en una librería o en un quiosco
B. Lo lee de la cafetería, del trabajo, etc.
C. Otras respuestas (está suscrito, lo lee a través de Internet...)

Muestra: población lectora de prensa.

Análisis general

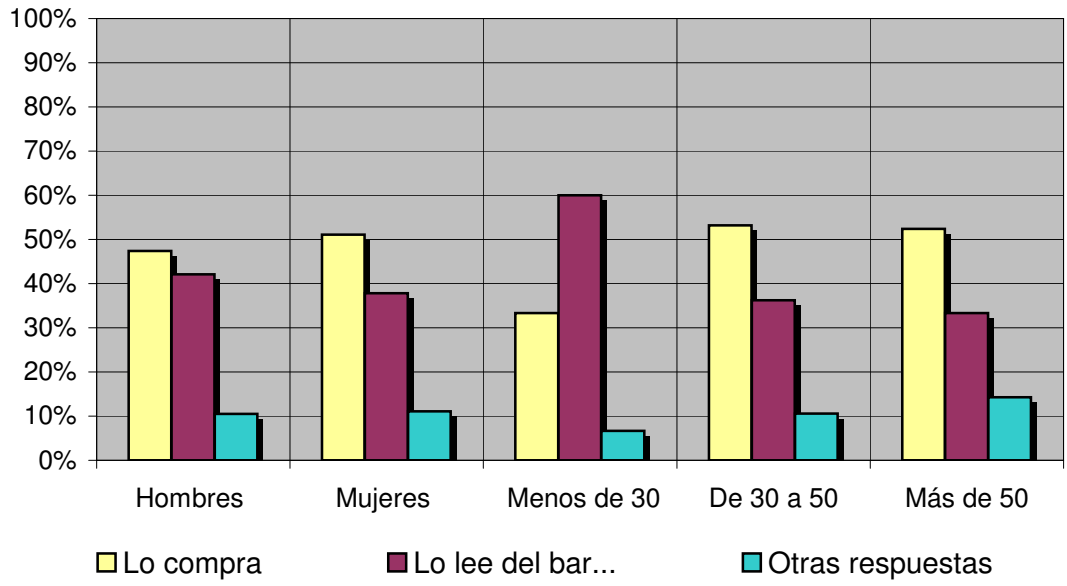
Resp / Grupo	Porcentaje
Lo compra	49,4%
Lo lee del bar...	39,8%
Otras respuestas	10,8%

Análisis comparativo por grupos de sexo

Resp / Grupo	Hombres	Mujeres
Lo compra	47,4%	51,1%
Lo lee del bar...	42,1%	37,8%
Otras respuestas	10,5%	11,1%

Análisis comparativo por grupos de edad

Resp \ Grupo	Menos de 30	De 30 a 50	Más de 50
Lo compra	33,3%	53,2%	52,4%
Lo lee del bar...	60,0%	36,2%	33,3%
Otras respuestas	6,7%	10,6%	14,3%



INFORTÉCNICA

REF:son-faromelilla01/p6/m06

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

Muestra: población mayor de 15 años.

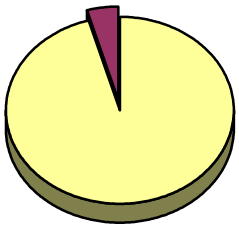
Análisis general

Resp / Grupo	Porcentaje
Sí	95,2%
No	4,8%

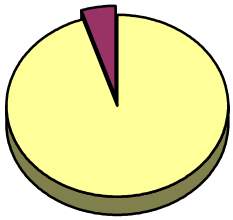
Análisis comparativo por grupos de sexo

Resp / Grupo	Hombres	Mujeres
Sí	95,5%	95,1%
No	4,5%	4,9%

Hombres

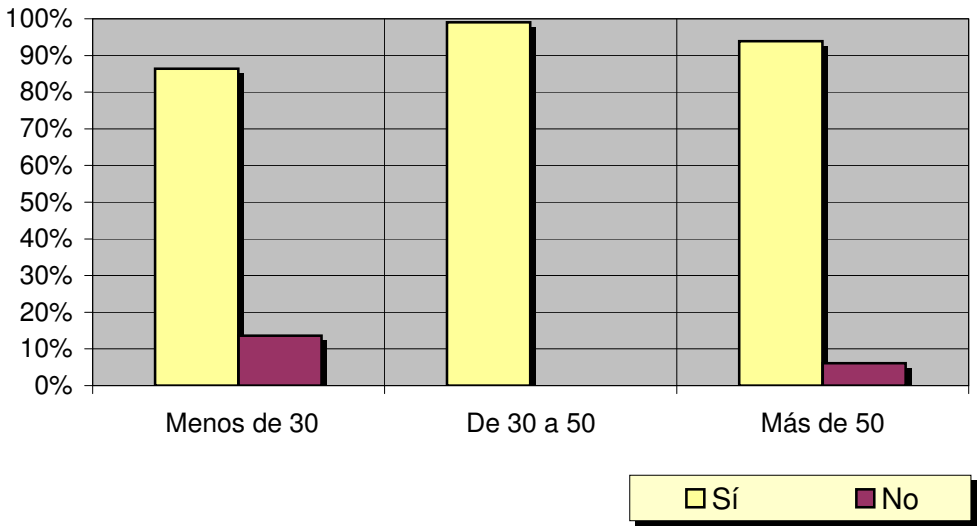


Mujeres



Análisis comparativo por grupos de edad

Resp \ Grupo	Menos de 30	De 30 a 50	Más de 50
Sí	86,4%	99,0%	93,9%
No	13,6%	<1%	6,1%



INFORTÉCNICA

REF:son-faromelilla01/p6/m06

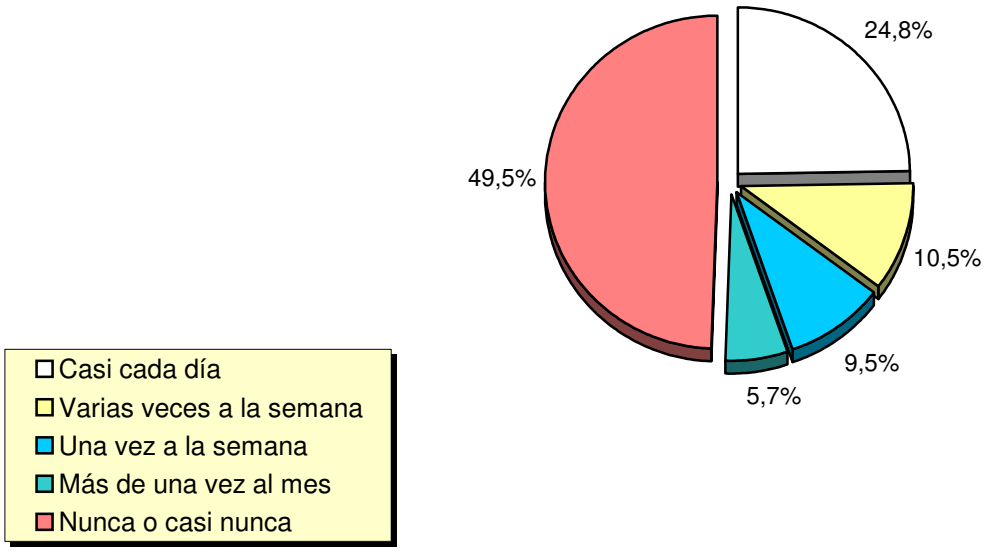
Pregunta - ¿Con que frecuencia lee "El Faro de Melilla"?

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	24,8%
Varias veces a la semana	10,5%
Una vez a la semana	9,5%
Más de una vez al mes	5,7%
Nunca o casi nunca	49,5%



Analisis por sexos y edades

Respuesta	Hombres	Mujeres	<30	de 30 a 50	>50
Casi cada día	36,4%	16,4%	22,7%	32,0%	15,2%
Varias veces a la semana	9,1%	11,5%	9,1%	12,0%	9,1%
Una vez a la semana	<1%	16,4%	4,5%	10,0%	12,1%
Más de una vez al mes	6,8%	4,9%	4,5%	8,0%	3,0%
Nunca o casi nunca	47,7%	50,8%	59,1%	38,0%	60,6%

INFORTÉCNICA

REF:son-faromelilla01/p6/m06

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

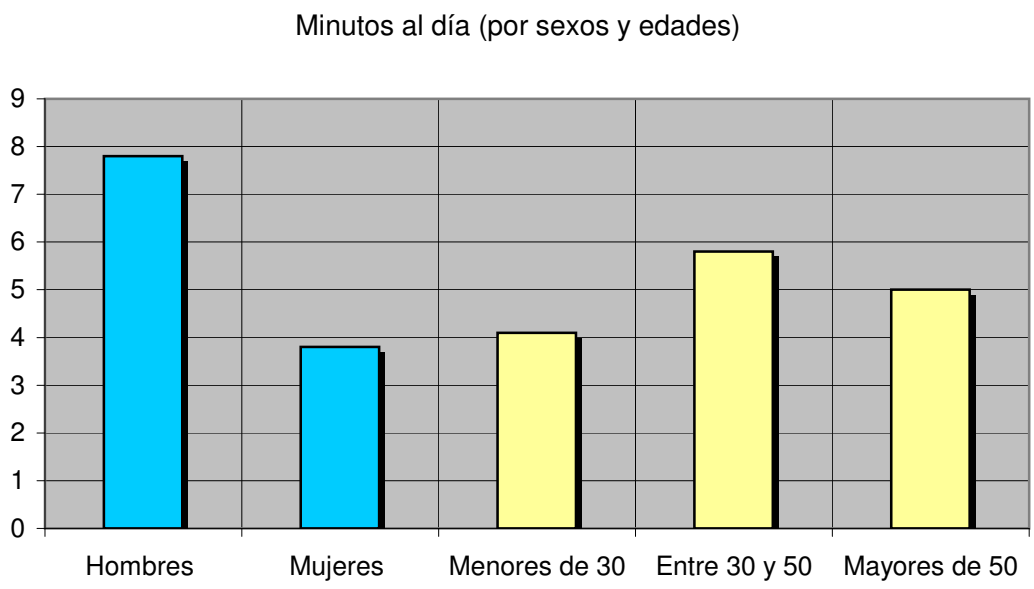
Muestra: población mayor de 15 años.

Minutos al día (análisis general)

min / día	desviación
5,2	12,8

Minutos al día (por sexos y edades)

Hombres	Mujeres	Menores de 30	Entre 30 y 50	Mayores de 50
7,8	3,8	4,1	5,8	5,0



INFORTÉCNICA

REF:son-faromelilla01/p6/m06

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 la cafetería, del trabajo, etc.

Muestra: población lectora de prensa.

Análisis general

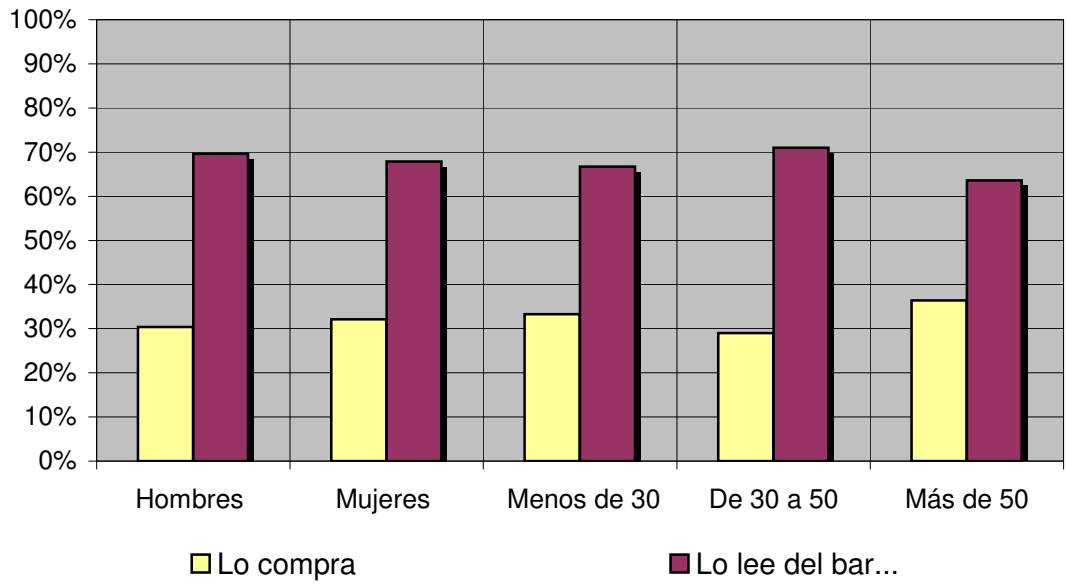
Resp / Grupo	Porcentaje
Lo compra	31,4%
Lo lee del bar...	68,6%

Análisis comparativo por grupos de sexo

Resp / Grupo	Hombres	Mujeres
Lo compra	30,4%	32,1%
Lo lee del bar...	69,6%	67,9%

Análisis comparativo por grupos de edad

Resp \ Grupo	Menos de 30	De 30 a 50	Más de 50
Lo compra	33,3%	29,0%	36,4%
Lo lee del bar...	66,7%	71,0%	63,6%



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.

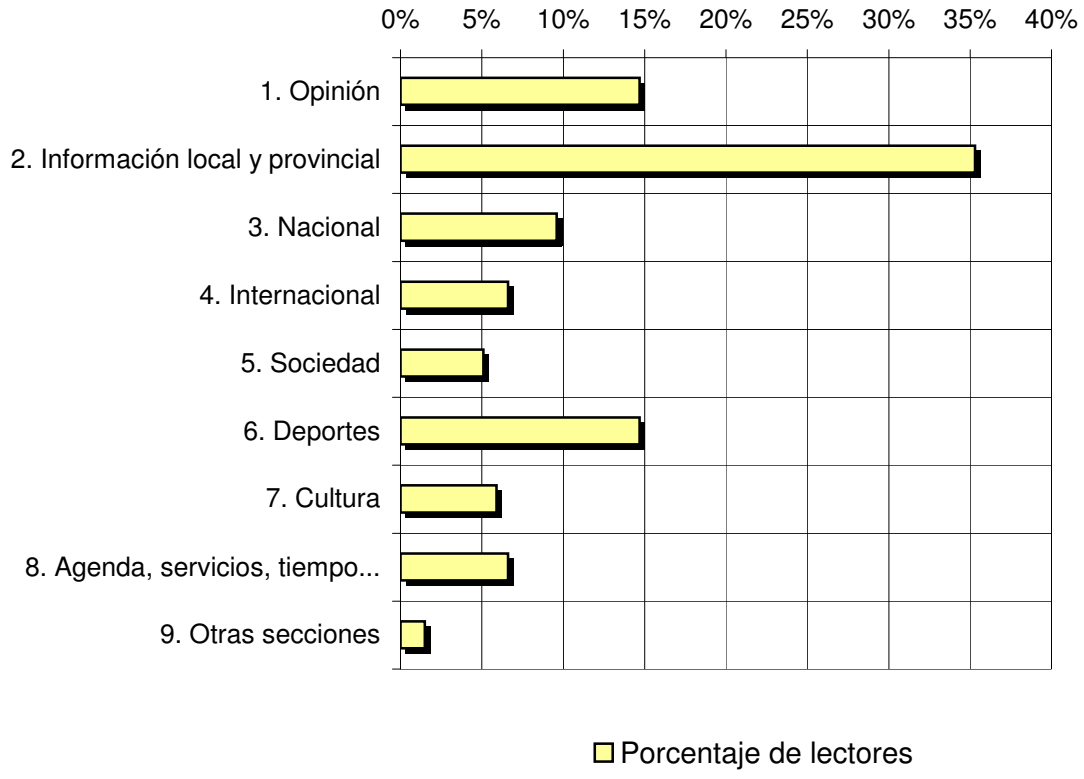
INFORTÉCNICA

REF:son-faromelilla01/p6/m06

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 2006.

Análisis general

Respuestas	Porcentaje de lectores
1. Opinión	14,7%
2. Información local y	35,3%
3. Nacional	9,6%
4. Internacional	6,6%
5. Sociedad	5,1%
6. Deportes	14,7%
7. Cultura	5,9%
8. Agenda, servicios,	6,6%
9. Otras secciones	1,5%