XXIII SEMINARIO DE COSTOS E INGRESOS PARA ALTA GERENCIA

2 al 4 de Agosto de 2009

El proyecto del Periódico Popular Q'hubo nació en el año **2007** de la fusión de tres periódicos populares ya existentes, La Chiva de propiedad de El Colombiano de Medellín, Q hubo de El País de Cali y Nuestro Diario de propiedad del grupo Galvis Ramírez, como una iniciativa para atender un amplio mercado potencial de los estratos socioeconómicos 2 y 3.

El producto se definió con un contenido netamente popular, apartándose totalmente del amarillismo, permitiendo de esta manera que lectores de diversas edades puedan acceder al periódico sin el temor de encontrar información inapropiada.

El contenido se centra especialmente en temas de carácter judicial, farándula y deportes. Información en su mayoría local que se produce en cada región y con páginas nacionales que se comparten entre los diferentes periódicos.

LANZAMIENTOS

* La Chiva Medellín — 24 de mayo de 2002

* Q´hubo Cali — 30 de agosto de 2005

* Nuestro Diario

Bucaramanga	15 de noviembre de 2006
Cartagena	18 de diciembre de 2006
Barranquilla	22 de mayo de 2007
Pereira	25 de junio de 2007
Valledupar	18 de octubre de 2007
Ibagué	11 de diciembre de 2007

HECHOS Y DATOS

A mediados del año 2005 El Diario El País lanzó al mercado el periódico popular Q´hubo en la ciudad de Cali, alcanzando en pocos meses un alto nivel de circulación y recordación en el segmento objetivo.

De forma paralela El Colombiano transformaba en diario su semanario popular La Chiva, que tuvo sus inicios en el año 2002 en la cuidad de Medellín.

A su vez el Grupo Galvis Ramírez creó el Periódico Popular Nuestro Diario en todas las ciudades donde tiene presencia con periódicos tradicionales, con el propósito de atender los niveles socioeconómicos bajo y medio bajo.

HECHOS Y DATOS

Dado el éxito de estas tres publicaciones, su reciente aparición en el mercado y que todos le apuntaban al mismo segmento en cada una de sus regiones, se evidenció la posibilidad de una alianza que recogiera la experiencia de todos y se crearan sinergias.

En reuniones de *Colprensa y Periódicos Asociados*, empresas donde se unieron los principales periódicos regionales del país desde hace varios años, se debatió la idea, y allí se acordó un proceso de transferencia de marca de los periódicos populares participantes y la incursión en la ciudad de Bogotá con el proyecto popular.

HECHOS Y DATOS

Los principales lineamientos allí acordados incluían:

- Se respetaría el derecho a mantener la propiedad del periódico popular de cada socio en su área de influencia.
- Para desarrollar el proyecto en Bogotá y Barranquilla se crearía una sociedad nueva e independiente.
- Las otras ciudades donde no tienen presencia los socios se manejaría bajo un esquema de franquicia con el periódico líder de la región.

HECHOS Y DATOS

Para avanzar con la estrategia se contrató un estudio con una agencia de publicidad con el fin de buscar la marca única, estructurar el relanzamiento de todos periódicos populares con el nuevo nombre y programar el lanzamiento de Q hubo Bogotá.

GRUPO NACIONAL DE MEDIOS

Se crea el GNM como la estrategia para alcanzar presencia nacional agrupando las principales empresas de periódicos regionales de Colombia y buscando convertirse de esta forma en el periódico de mayor circulación en el país.

COMPOSICION ACCIONARIA

GRUPONACIONAL DEMEDIOS

EL COLOMBIANO Y CIA S.C.A.	30%
EL PAIS S.A.	30%
GALVIS RAMIREZ Y CIA S.A.	18%
EDITORA DEL MAR S.A.	12%
EDITORIAL EL GLOBO S.A.	10%

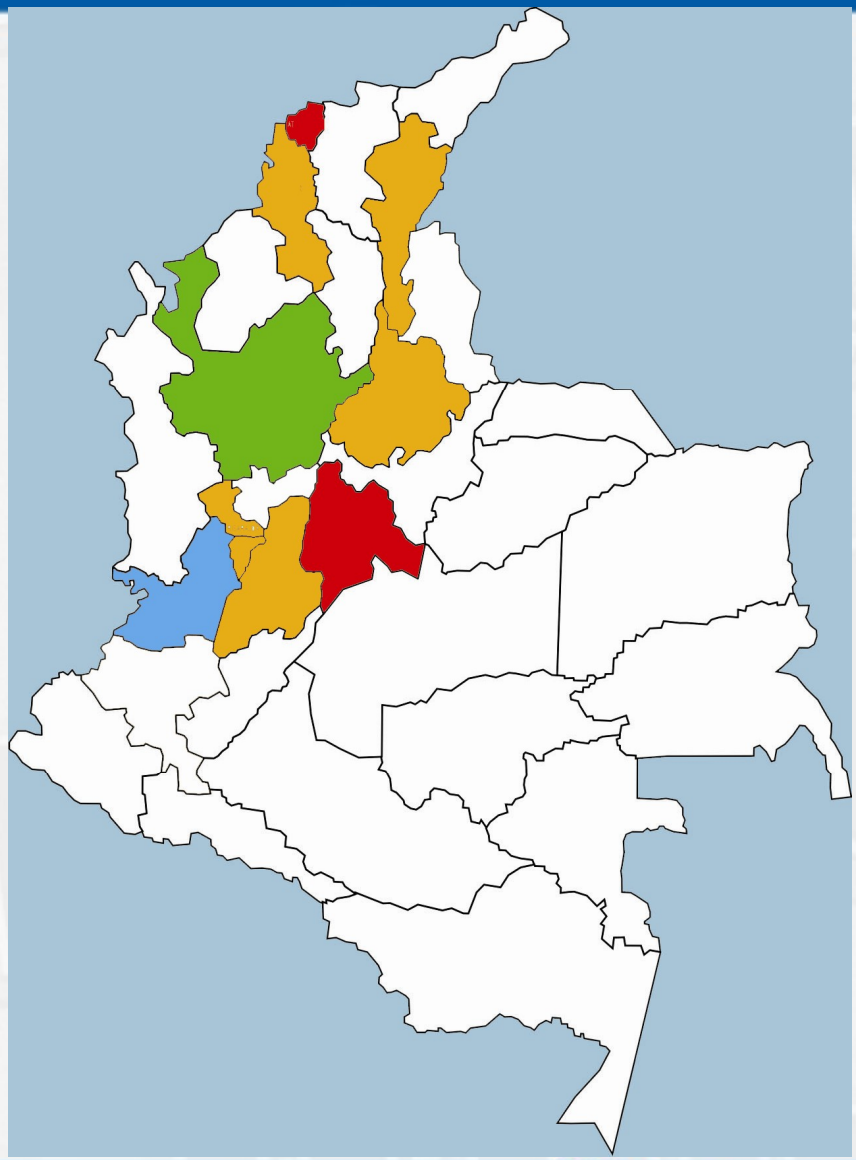
UNIFICACION DE MARCA

A partir del 1 de octubre de 2008 se unifica el nombre del periódico a Q'hubo, manteniendo la esencia local de cada uno, pero procurando una estructura y diseño estándar.

COBERTURA

Q'hubo

EN COLOMBIA



COBERTURA

EN COLOMBIA

	POBLACION	% DE LA POBLACION TOTAL
•Antioquia	5.682.276	13,2%
•Valle del Cauca	4.161.125	9,7%
GRUPO GALVIS RAMIREZ		
•Santander	1.957.789	4,6%
• Bolívar	1.878.993	4,4%
• Risaralda	897.509	2,1%
• Tolima	1.365.642	3,2%
• Cesar	903.279	2,1%
• Quindío	534.552	1,2%
SUBTOTAL GRUPO GR	**7.537.764**	**17,6%**
• Atlántico	2.166.156	5,1%
• Cundinamarca	9.056.046	21,1%
SUBTOTAL	**11.222.202**	**26,2%**
TOTAL	**28.603.367**	**66,7%**

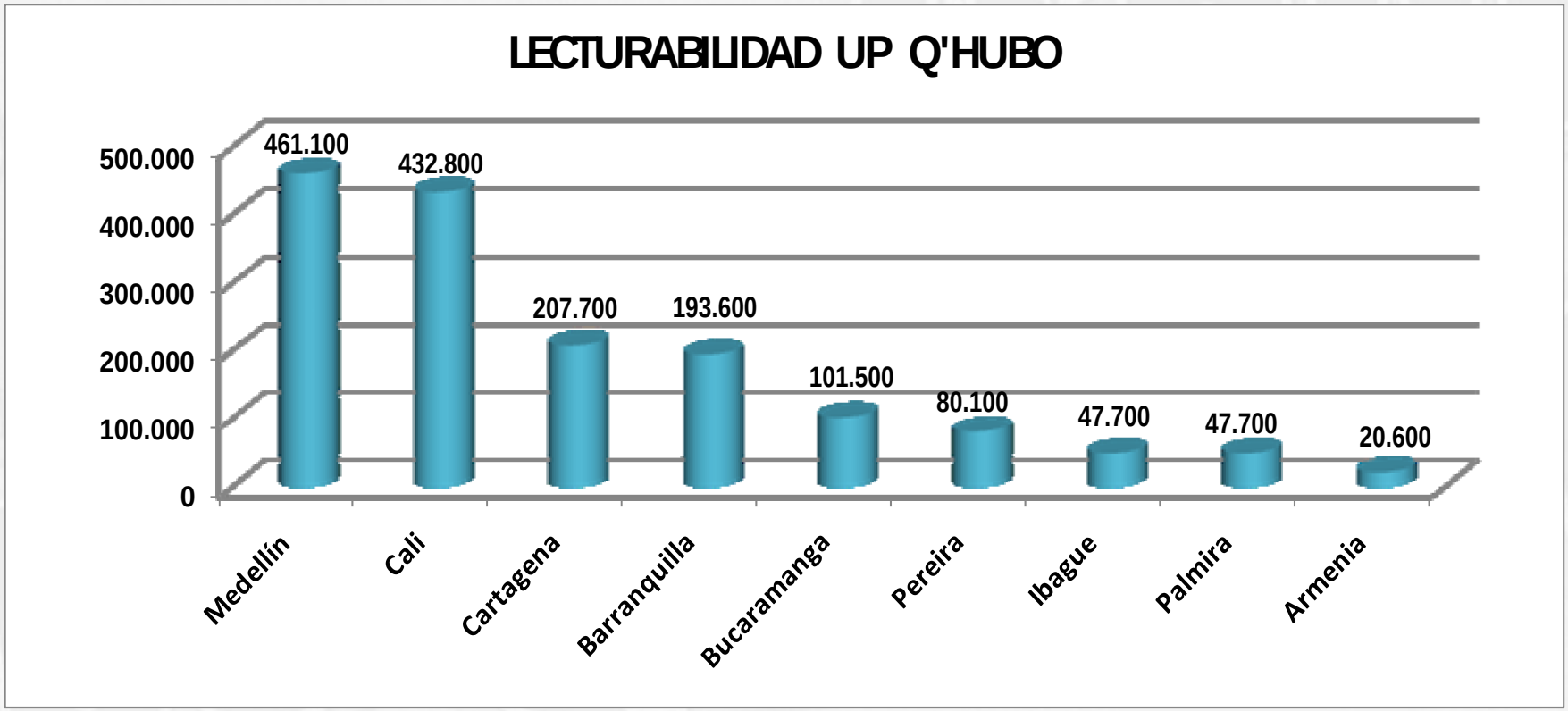
POBLACION TOTAL **42.888.592**

Población Consolidada 30 de junio 2005 Dane.gov.co

Q'hubo

ESTUDIO GENERAL DE MEDIOS

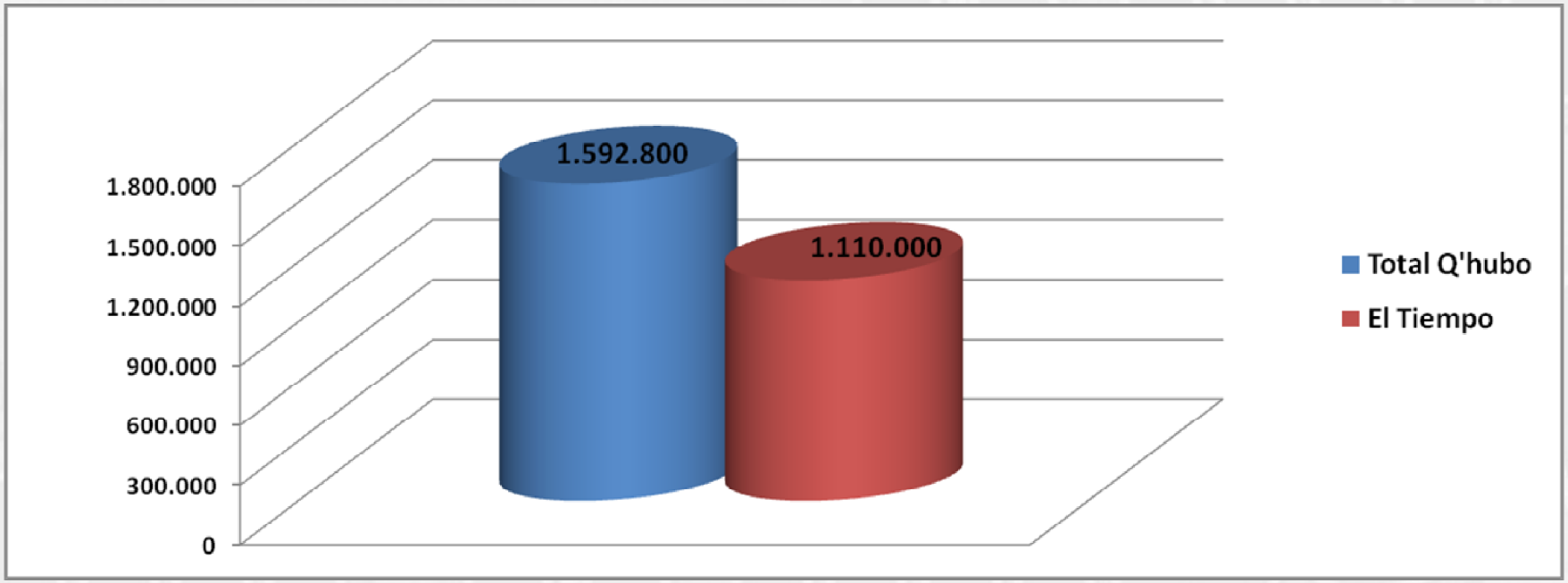
Audiencias UP 2009-1



El estudio no mide Valledupar

ESTUDIO GENERAL DE MEDIOS

Audiencias UP 2009-1



el periódico de mayor lectoría en el país .

ALIANZA ESTRATEGICA

Beneficios logrados con la alianza:

- Marca única nacional para periódicos de enfoque regional.
- Información nacional e internacional común entre los periódicos.
- Negociaciones en conjunto para venta de publicidad nacional.
- Concursos y coleccionables estándar para todos los diarios.
- Negociaciones de contenidos generales, tales como crucigramas, horóscopos, agencias de noticias nacionales e internacionales.

Q'hubo

Medellín Bucaramanga Valledupar Barrancabermeja Bogotá Ibagué Pereira Armenia Cali Palmira Barranquilla Cartagena

GRACIAS