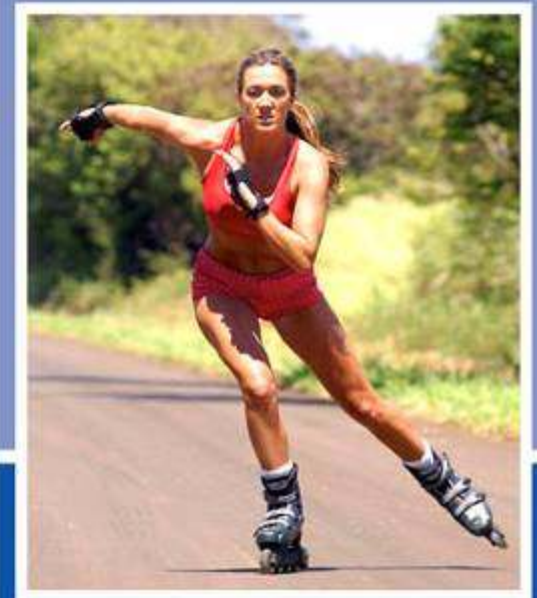
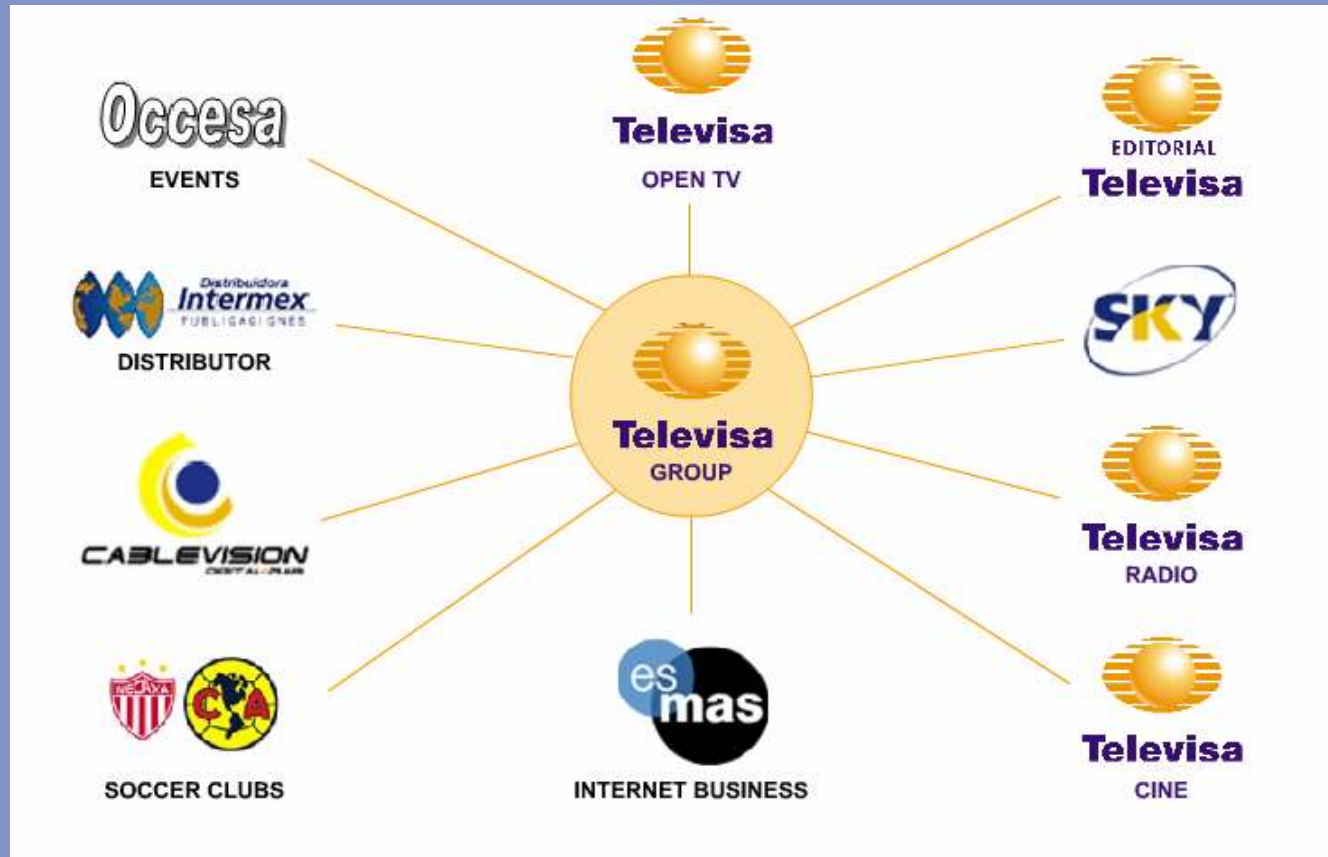


LA EVOLUCION DE LA MUJER Y SU PAPEL EN LOS MEDIOS



GRUPO TELEVISA

El productor de contenido más grande en el mundo de habla Hispana



FORTALEZAS DE EDITORIAL TELEVISA

- **Es el mayor Editor y Distribuidor** de Revistas en el mundo de habla Hispana.
- Participa en **19** países y cuenta con más de **100,000** puntos de venta.
- Publica y Edita más de **100** publicaciones con una circulación anual de más de **137 millones de revistas**.
- **Es #1 en participación de mercado y audiencia** en la mayoría de los mercados en que participa.
- **Cuenta con Distribuidora Intermex**, el distribuidor líder en: Argentina, Chile, México, Panamá, Ecuador, Colombia, Perú.



AUDENCIA PAN REGIONAL

10 Principales Revistas



Editorial Televisa tiene **85% participación** de las 10 revistas pan-regionales más leídas, llegamos a **aproximadamente 13,446,000 lectores.**

* Se refiere a revistas vendidas en: Argentina, Chile, Colombia, Mexico, Ecuador, Peru and Venezuela

NOTA: *MUY INTERESANTE* se refiere solo a Mexico

FUENTE: TGI LATINA 2005 Segunda Ola + 2006 Primera Ola

LA EVOLUCION DE LA MUJER



EDITORIAL
Televisa

Como ser una buena esposa





The good wife's guide

- Have dinner ready. Plan ahead, even the night before, to have a delicious meal ready, on time for his return. This is a way of letting him know that you have been thinking about him and are concerned about his needs. Most men are hungry when they come home and the prospect of a good meal (especially his favourite dish) is part of the warm welcome needed.
 - Prepare yourself. Take 15 minutes to rest so you'll be refreshed when he arrives. Touch up your make-up, put a ribbon in your hair and be fresh-looking. He has just been with a lot of work-weary people.
 - Be a little gay and a little more interesting for him. His boring day may need a lift and one of your duties is to provide it.
 - Clear away the clutter. Make one last trip through the main part of the house just before your husband arrives.
 - Gather up schoolbooks, toys, paper etc and then run a dustcloth over the tables.
 - Over the cooler months of the year you should prepare and light a fire for him to unwind by. Your husband will feel he has reached a haven of rest and order, and it will give you a lift too. After all, catering for his comfort will provide you with immense personal satisfaction.
 - Prepare the children. Take a few minutes to wash the children's hands and faces (if they are small), comb their hair and, if necessary, change their clothes. They are little treasures and he would like to see them playing the part. Minimise all noise. At the time of his arrival, eliminate all noise of the washer, dryer or vacuum. Try to encourage the children to be quiet.
 - Be happy to see him.
 - Greet him with a warm smile and show sincerity in your desire to please him.
 - Listen to him. You may have a dozen important things to tell him, but the moment of his arrival is not the time. Let him talk first - remember, his topics of conversation are more important than yours.
 - Make the evening his. Never complain if he comes home late or goes out to dinner, or other places of entertainment without you. Instead, try to understand his world of stress and pressure and his very real need to be at home and relax.
 - Your goal. Try to make sure your home is a place of peace, order and tranquillity where your husband can renew himself in body and spirit.
 - Don't greet him with complaints and problems.
 - Don't complain if he's late home for dinner or even if he stays out all night. Count this as minor compared to what he might have gone through that day.
 - Make him comfortable. Have him lean back in a comfortable chair or have him lie down in the bedroom. Have a cool or warm drink ready for him.
 - Arrange his pillow and offer to take off his shoes. Speak in a low, soothing and pleasant voice.
 - Don't ask him questions about his actions or question his judgment or integrity. Remember, he is the master of the house and as such will always exercise his will with fairness and truthfulness. You have no right to question him.
- A good wife always knows her place.

Texto estudiantil para mujeres bachilleres sobre Economía

- Fuente indeterminada
- Retrata comportamientos y actitudes sociales sobre la mujer en décadas pasadas
- Lista de 10 pasos para mantener un buen matrimonio

Paso # 1: Ten la cena preparada



Planifica por adelantado, aún la noche anterior, para tener una comida deliciosa a tiempo. Esto es una manera de hacerle saber que haz estado pensando en él y que te preocupas por sus necesidades. La mayoría de hombres llegan a casa con mucha hambre y las perspectivas de una buena comida forman parte de la calurosa y muy necesitada bienvenida.

Paso # 5: Minimiza el Ruido

En el momento de su llegada, elimina todo ruido que produce la lavadora, la secadora, el lavaplatos y la aspiradora. Trata que los niños estén en calma. Muéstrale que estas feliz de verlo. Dale la bienvenida con una gran sonrisa y alégrate por su presencia.



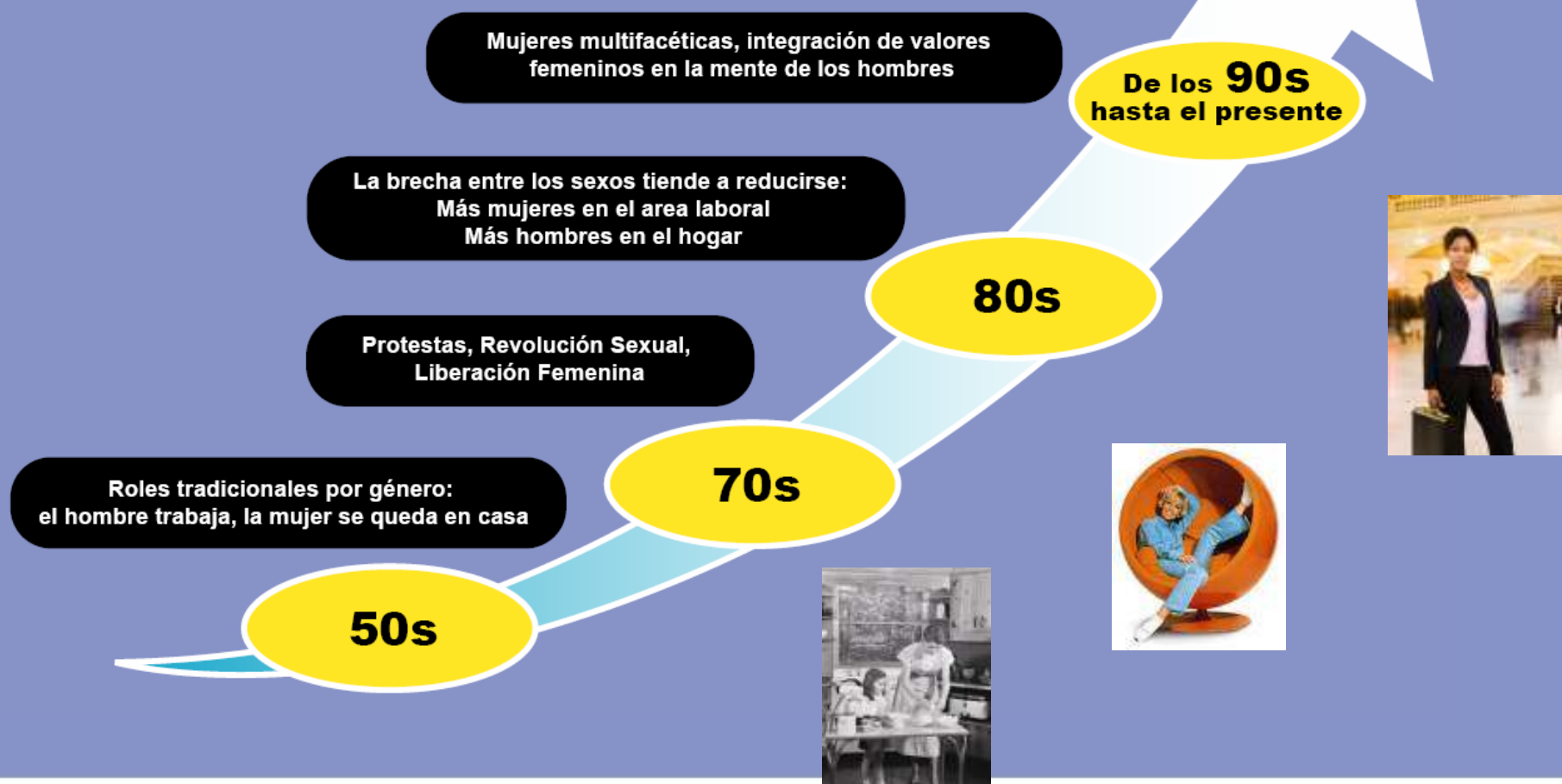
Tendencias del Presente

- Las tendencias del siglo actual “sugieren que los papeles económicos jugados por los sexos se volvieron similares con el tiempo”
- Las diferencias sexuales en el trabajo, el logro educativo y empleo en la clase media y las ocupaciones gerenciales disminuyeron



Fuente: Women and Men in Management, Third Edition, GN Powell and LM Graves, Sage Publications November 2002

Evolución Socio-Cultural de la Mujer



Fuente: Basada en un estudio por TGI sobre el Hombre

La Evolución de la Mujer en su papel Socio-Económico reflejada a través de su imagen

1900

W B 'ERECT FORM' CORSETS



Sells Everywhere sell the W. B. Erect Form

The perfect corset—this is the one that is made to the highest principles. There is a special model for every different figure. Each pair is cut precisely—has eye and of guaranteed fit.

| | |
|---|---|
| Best Form 575. The modern figure—medium build. \$1.00 | Best Form 582. The most popular. Best for all figures. \$2.50 |
| Best Form 581. A little extra in elbow and hip. 1.50 | Best Form 583. For full figures. 18 French. 3.00 |
| Best Form 584. Designed for medium build. 2.00 | Best Form 584. The standard figure. Made to order. 1.50 |
| Best Form 573. A little extra in elbow and hip. 1.50 | |

The Erect Form has a very long life. This is the only corset made in the same style since 1850. New Style Erect Form 27 at \$1.00. New Style Erect Form 33 at \$1.50. At each department store you will find the Erect Form and other styles of corsets.

WINGATEL BROS., INC., Dept. B, 127 W. Broadway, N. Y.

We have no agents in French stores. All orders should be sent direct to us.

NEW SPRING SUITS AND SKIRTS



We are now showing our new styles for the coming Spring season. In addition to our splendid assortment of fabric-made suits, blouses, gowns, dresses and hats, our Corsets, as has been noted, have been made to the highest standard for their class. We also have a large selection of these fabric gowns, and more than 100 of the latest new styles.

Remember, we keep no ready-made goods, but make every garment to order. This is a "money back business." If you are not fully satisfied with your purchase, we will refund your money.

Our Catalogue Illustrates:

| | |
|---|--|
| Suits, smart tailor-made gowns, stylish and pretty, \$8 up. | Shirt-waist Suits and Wash Dresses, chic and full of style—graceful and good to look at, \$8 up. |
| Silk-lined Suits, in effective styles, lined throughout with rayon silk, \$15 up. | Wash Skirts of ribbon and fancy ducks, \$3 up. |
| Skirts in the newest fabrics, \$4 up. | Rainproof Suits, Skirts and Coats, Rainy-day Skirts, a universal necessity, \$5 up. |

WE PAY EXPRESS CHARGES EVERYWHERE.

We will be pleased to send you a catalogue of our complete Spring styles, with color pictures. You will get them FREE by return mail. We thank you for your order with THE NEW SPRING CATALOGUE AND SAMPLES. Your order will have prompt attention. 10% of amount you order paid in advance. If you wish having a garment made under this plan send us your order.

THE NATIONAL CLOAK COMPANY

119th 121 WEST 23rd ST. NEW YORK

La Evolución de la Mujer en su papel Socio-Económico reflejada a través de su imagen



La Evolución de la Mujer en su papel Socio-Económico reflejada a través de su imagen

YO ME MUEVO.
MIS FOTOS NO.



TE LO GUARDA EN UNO DE LOS 100 MB DE MEMORIA INTERNA. EN UNO DE LOS 100 MB DE MEMORIA EXTERNA. EN UNO DE LOS 100 MB DE MEMORIA EXTERNA. EN UNO DE LOS 100 MB DE MEMORIA EXTERNA.



LUMIX
ideas for life

La fórmula
para un nuevo estilo de vida
en Cancún



LAHIA
reserva tu espacio en la playa

Departamento desde 205 hasta 399 m²
Villas y Penthouses desde 112 hasta 494 m² con doble altura



OF
Ocean Front

www.lahia.com

SIEMPRE ACTIVA
UPLANDER



Te damos todo lo necesario
para que una mujer como tú
nunca se detenga.



CHEVROLET
SIEMPRE CONTIGO

2000

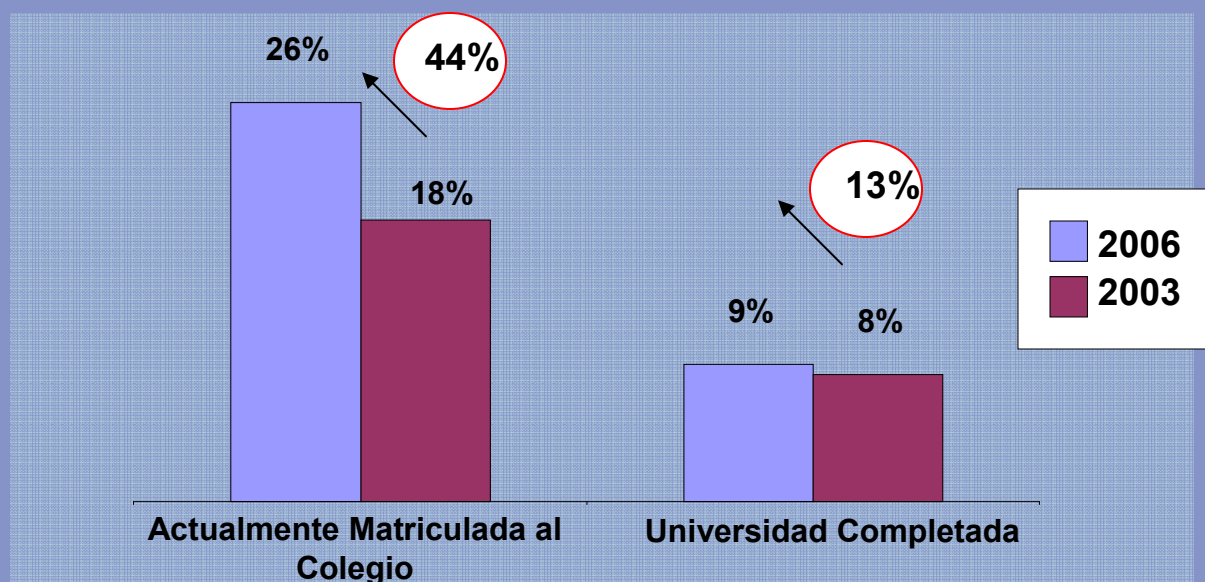
La Mujer y la Educación



EDITORIAL
Televisa

A través del tiempo vemos que la mujer alcanza un nivel cada vez mas alto en su educación!

- **En Estados Unidos de 1970 al 2000 :**
 - Las mujeres con grado universitario aumento casi un **15%**
- **En Latinoamérica de 2003 al 2006 :**
 - En solo 3 años la cantidad de mujeres en el colegio aumento un **44%** y en Universidad en un **13%**



Fuente: TGI LATINA 2006 Wave I + II, TGI LATINA 2003 wave I + II

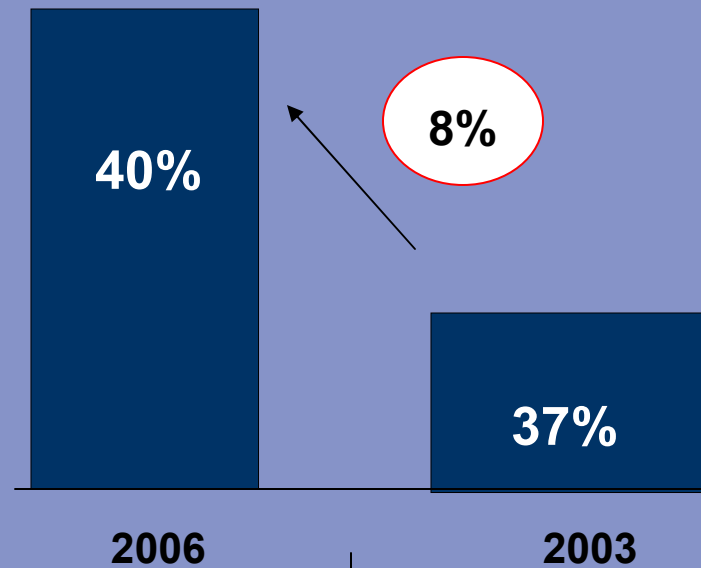
La Mujer y el área laboral



EDITORIAL
Televisa

La tasa de empleo de las mujeres latinoamericanas aumento un 8% durante los últimos tres años

% Mujeres con Empleo en Latinoamérica 2003 vs. 2006



39.3% del total de todas las personas que trabajan son mujeres

Fuente: TGI LATINA 2006 Wave I + II, TGI LATINA 2003 wave I + II

La Mujer de hoy: Una Mujer Emprendedora



- La mujer empresarial se ha vuelto cada vez un componente mas importante para la economía mundial, el crecimiento productivo y la guerra contra la pobreza*
- **21%** de las mujeres que trabajan en Latinoamérica, son dueñas de empresas
- **75%** de las mujeres latinoamericanas respondieron que les gustaría tener su propia empresa

* 2006 Report on Women & Entrepreneurship, Global Entrepreneurship Monitor
Fuente: TGI LATINA 2006 Wave I + II, TGI LATINA 2003 wave I + II

IMPLICACIONES DE MERCADERO



EDITORIAL
Televisa

Categorías tradicionalmente de hombres ahora están enfocando sus esfuerzos de marketing hacia las mujeres



- Tecnología
- Finanzas
- Autos
- Bienes Raíces



Compañías de tecnología se enfocan en la mujer para desarrollar nuevos productos



- Las mujeres adaptaron la tecnología como parte de su vida.
- Casi **80%** de las mujeres dicen que se sienten cómodas usando la tecnología.
- Los hombres y las mujeres dedican casi el mismo tiempo de su día hacia la tecnología.
- La mujer gasta en promedio **15 horas** al día y el hombre **17**.
- Los “marketers” están respondiendo a esa tendencia con colores no tradicionales como rosados y morados en sus productos .
- De acuerdo con un estudio de Vertis 2006 Customer Focus Home Electronics Study, **91%** de las mujeres entre las edades de 35-49 dicen que son las principales compradoras de productos electrónicos en la casa.

Fuente: Marketing To Women, EPM Communications, November 2007

Empresas de Servicios Financieros Reconocen el Poder de la Mujer



- En **63%** de los hogares Latinoamericanos, la mujer tiene la **decisión de compra**
- Casi un **70%** de los hogares norteamericanos tienen a la mujer como **cabecera en las finanzas**

Fuente: TGI LATINA 2006 Wave I + II
Marketing To Women, EPM Communications March 2007

Empresas de Servicios Financieros Reconocen el Poder de la Mujer



My name Ell D. Q.
favorite movie WORLD ACCORDING TO GARP
A. OUT OF AFRICA
inspiration KINDNESS
My life IS PERFECT, EVEN WHEN IT'S NOT
My card IS AMERICAN EXPRESS



- Empresas de Servicios Financieros dirigen su Marketing a Mujeres:
 - **Go Red Campaign-** Astoria Financial Corp. hizo que 1,700 de sus empleados vistieran de rojo para apoyar la causa de la Asociación Americana para el Corazón (American Heart Association)
 - **NetSpend Corp. y Ace Cash Express** se unen para crear tarjetas de Crédito y Debito rosadas
 - **Citigroup lanza Women & Co.**, una división dedicada para servir a la mujer
 - **American Express-** La campaña “My Card, My Life” celebra a mujeres exitosas

Empresas enfocan sus esfuerzos hacia las mujeres de hoy



- Empresas expanden servicios y estrategias de marketing hacia las mujeres ocupadas de hoy para sentirse mejor consigo mismas
- **Dove** lanza “Campaign For Real Beauty” celebrando la belleza de la mujer real
 - Contra estereotipo de la mujer
 - “Dove Self-Esteem fund” Fundacion para el autoestima de la mujer

Fuente: Marketing To Women, EPM Communications July 2006

<http://www.campaignforrealbeauty.com/flat4.asp?id=6909>

CONVENCIDOS?

!SOMOS IMPORTANTES!



EDITORIAL
Televisa

Que influye en las mujeres en el momento de la decisión de compra?

- Servicio y Respeto
 - Atención e Información
 - Establecer “Química”
 - Confianza - Consejo Sincero- Up sell!
 - Precio
 - Seguimiento
 - Referencias
-
- *De acuerdo con un estudio de Hearst Magazines con Roper Public Affairs, la publicidad en las revistas es la mejor fuente de información sobre nuevos productos.*
 - *De acuerdo con el mismo estudio, la revistas y la publicidad en ellas, generan mas confianza en las mujeres que cualquier otro medio de comunicación.*

Fuente: Heast Magazines, Roper Public Affairs, 2006

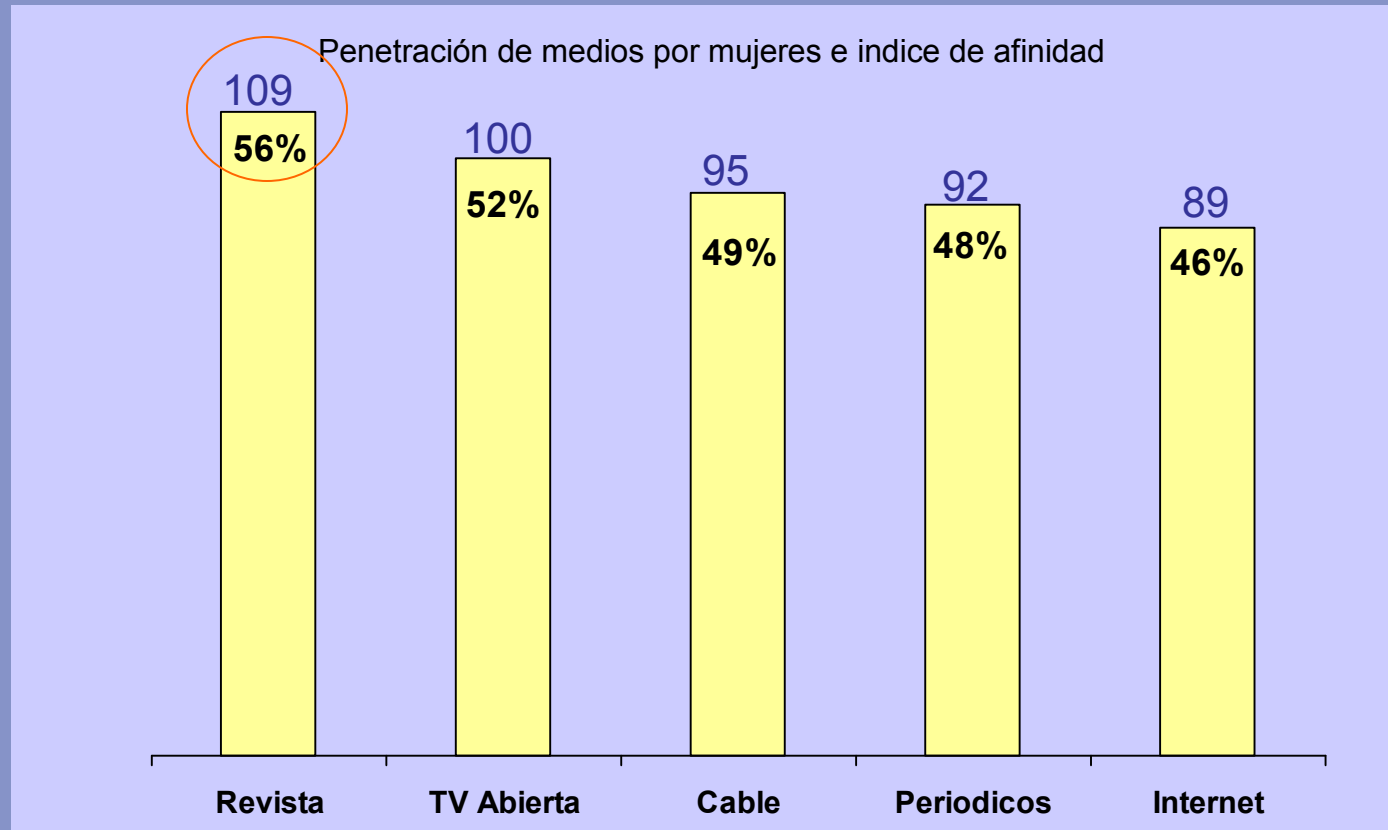
LA RELACION DE LA MUJER CON LA REVISTA



EDITORIAL
Televisa

Mujeres y las revistas

De acuerdo con TGI Latina, la mujeres tienen una gran **afinidad** con la revista. La revista es el medio mas consumido por las mujeres



!En Latinoamérica, títulos femeninos dominan el mercado de revistas!

- De acuerdo con TGI Latina, **52%** de las revistas medidas son femeninas, **17%** son de interés general y **31%** son de hombres.
- De acuerdo con TGI Latina, en el top 10, **60%** de las revistas mas leídas son revistas femeninas.



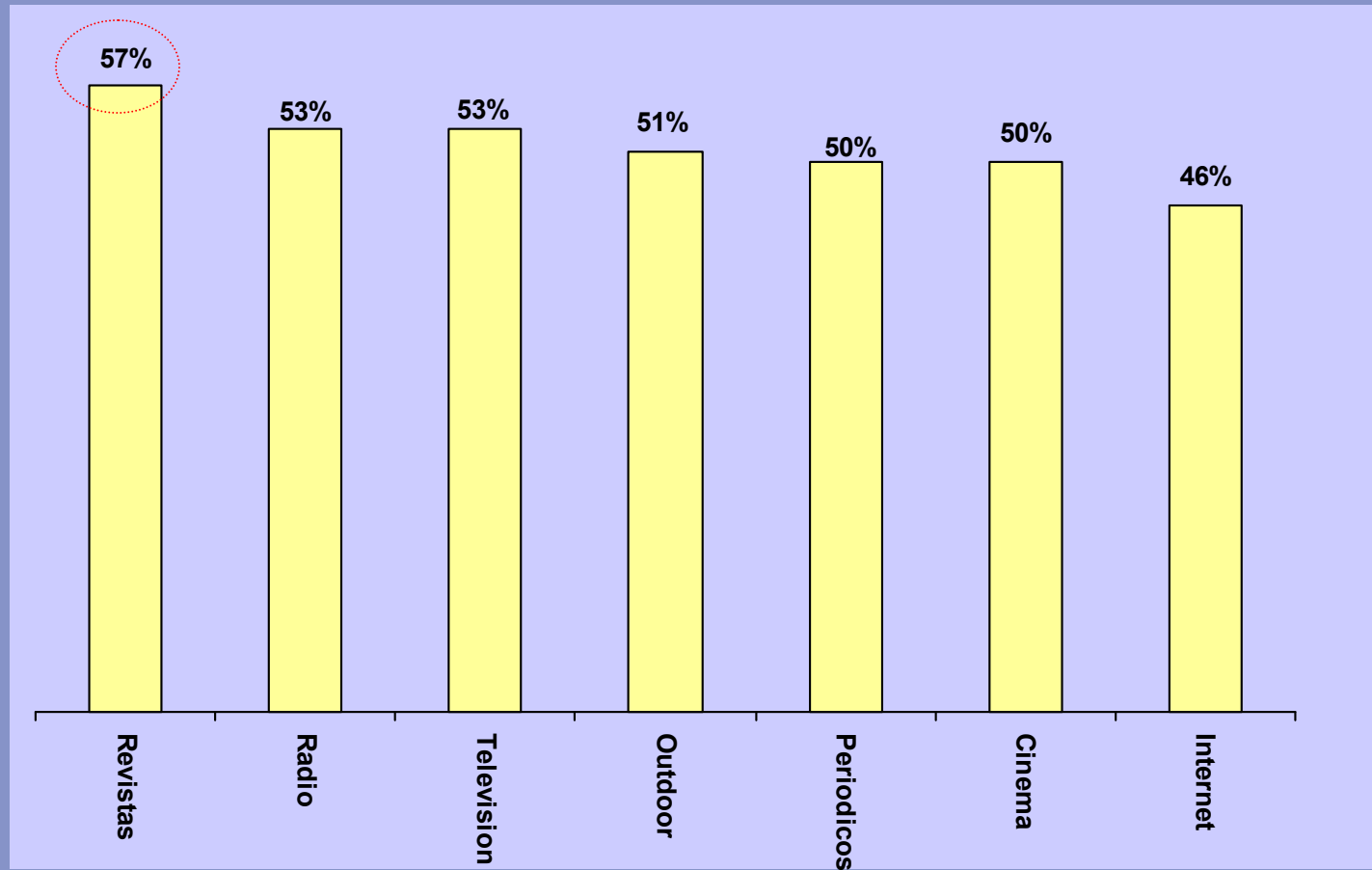
Fuente: TGI Latina, 2006 Ola 1+Ola 11

58 títulos medidos pan regionales- que circulan en 2 países o mas

Las revistas son el medio al cual las mujeres enfocan más su atención

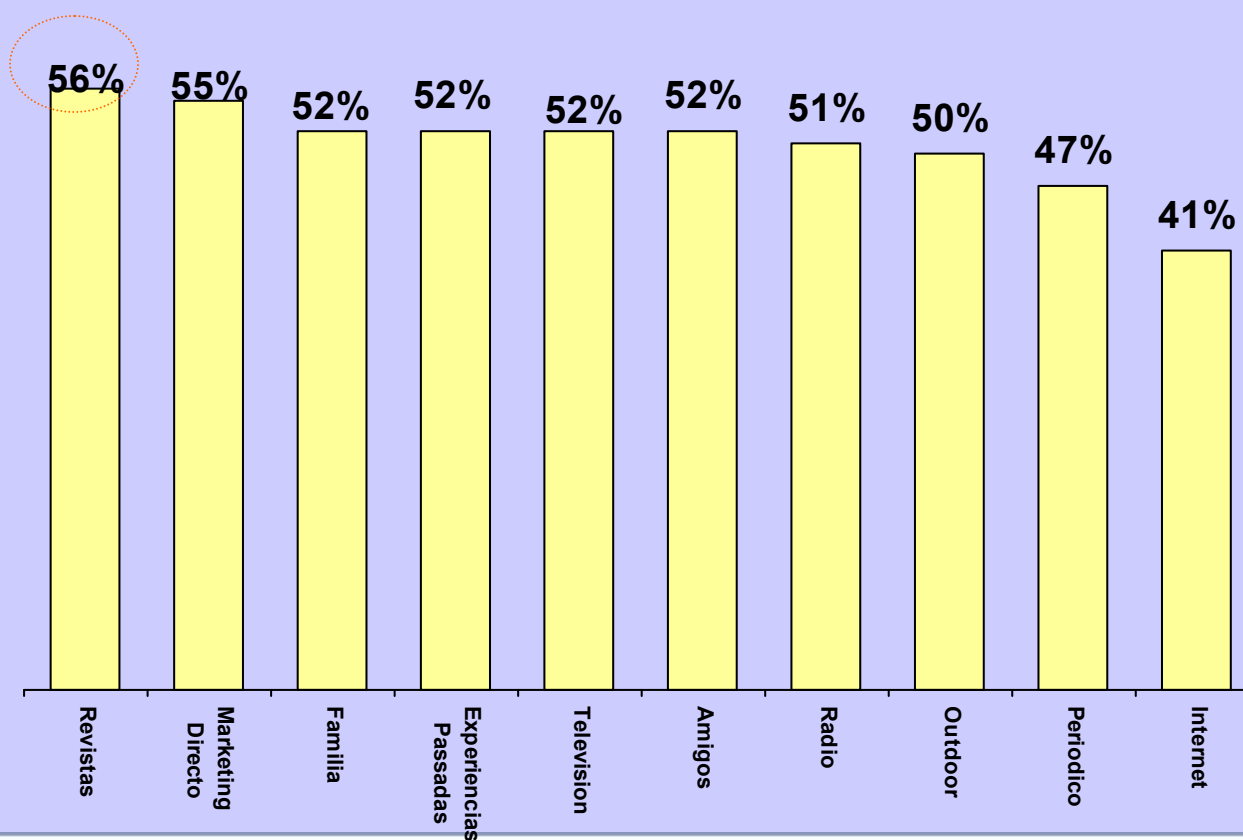


Nivel de atención a los medios por mujeres-(Top 2 niveles mas altos)



Las revistas son la fuente de información principal que las mujeres utilizan para tomar su decisión de compra

Fuente de información para decisiones de compra para las mujeres



EL PODER DE LAS REVISTAS MAS ALLA DE LAS PAGINAS



EDITORIAL
Televisa

COSMOPOLITAN
 en la portada
¡Gana un Makeover!
 Entra y gana un Makeover con P&G
A Ellos les gusta la gasolina
 Si, es "jagatero" de esta su personalidad
Cuerpo de Bikini
 (en sólo una semana)
 ¡Subscríbete Ya!

promoción
 ¡Gana un Makeover!
 Entra y gana un Makeover con P&G. Entradas que hacen pasar a cualquier mujer a la categoría de modelo.

moda y belleza
 + 10 piezas con brida de plata
 Cuando en una por un momento se desmorona en una hora.
 + 20 tips de belleza que levantan el ánimo
 Desde de energía por dentro a por fuera.

amor, deseo y pasión...
 + Partijas
 Cómo hacer de amor con tu chico, qué hacer si se va a la luna de miel y cómo convencer a tu jefe cuando estás desahogada de trabajo.
 + **¡Bañerías, aparatos, ranos ni el dinero!**
 También aquí y allá, y también así... La vida siempre sucede inesperadamente.

salud y ejercicios
 + Tu cuerpo
 Cambios que se producen en tus venas durante el periodo y por qué es tan importante que no te olvides de ellas al hacer ejercicio... y más.

cosmo fest!
 + **JERVIS, ¡ACORDÁTE!**
 Descubre si la gente a quien puedes acercarte a ti a nivel profesional... y más.

cosmo confesiones
 Las historias más sorprendentes, los momentos más divertidos de nuestras lectoras. ¿Te estás leyendo a ti misma?

CONECTATE CON COSMO
 Telexpresso | comunidad | cosmo fest | eventos

Poder de convocatoria



Contacto personal

COSMOPOLITAN
 "THE WEDDING OF YOUR DREAMS"

ENGAGING SPECIAL SECTION
 AND OUR REAL FOREVER HEART TO...
 For the 3rd edition, Cosmopolitan has set the scene among the readers' advice on up with the latest fashion trends, on their own wedding with photos, wedding inspiration and more in our Cosmo Fest.



GRACIAS!



EDITORIAL
Televisa