



**UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTONOMA DE MÉXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ACATLÁN**

**BENEFICIOS FINANCIEROS EN LA
IMPLEMENTACIÓN DE UN MODELO DE
PRODUCCIÓN.**

T E S I N A

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE

A C T U A R I O

P R E S E N T A

R O D O L F O V E L A Z Q U E Z V A L D E Z

Asesor: Act. Aszael Willfrydo Picazo Sánchez

México, D.F., Octubre 2015



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Dedicatorias

A mi esposa Maribel y a mi hijo Emiliano.

Por su paciencia y comprensión, sacrificando su tiempo para que yo pudiera cumplir con el mío. Por su bondad que me inspiraron a ser mejor, ahora puedo decir que esta tesis lleva mucho de ellos, gracias por estar siempre a mi lado.

Deseo expresar mi más sincero agradecimiento al Actuario Arzael Picazo por su colaboración, orientación y paciencia para la preparación de este proyecto, cuya familiaridad con las necesidades e ideas resultó de enorme utilidad durante todo el proceso de programación de esta tarea.

Gracias a esas personas importantes en mi vida, familia, compañeros, profesores y a Marlene que siempre estuvieron listas para brindarme toda su ayuda, ahora me toca regresar un poquito de todo lo inmenso que me han otorgado.

Gracias también a todos los sinodales por su voluntad y apoyo.

Con todo mi cariño esta tesis se las dedico a ustedes.

Resumen

El objetivo de este trabajo es presentar el análisis realizado de una editorial de periódicos deportivos, utilizando las técnicas recomendadas para ello, con la finalidad de proponer un sistema eficaz de administración de inventario y suministro de productos, coadyuvando a la búsqueda de la satisfacción del cliente.

El proyecto plantea una propuesta para administrar y reabastecer el inventario en función del volumen de producción para poder determinar el nivel máximo de este y poder establecer nuevas condiciones de operación para cada línea de producción para incrementar el volumen actual de producción en función de la demanda de periódicos, sin la necesidad de requerir una inversión.

La propuesta que se plantea es un modelo estadístico y para ello realizaremos algunos análisis de portadas de las revistas, distribuciones de secciones entre otros.

En junio 2006 se inició un proyecto que pretendía analizar las portadas de un periódico deportivo, incorporando todas las variables identificadas en la portada a un modelo estadístico. La realización de este análisis explica desde un enfoque matemático la relación que existe entre el personaje principal que aparece en la portada y las ventas netas generadas.

Lo que se pretende con este análisis es aportar mayor certidumbre en la toma de decisiones editoriales desde una perspectiva estadística con el impacto que genera la portada en el mercado que lee nuestro periódico.

Asimismo en noviembre del mismo año se comenzó a elaborar un análisis de distribución con el que se pretende evaluar la rentabilidad del periódico desde dos enfoques diferentes (por mercado y por ruta) tomando como base la estructura de distribución que se tiene en cada una de las tres plazas (centro, occidente y norte), también se fueron incorporando todos los costos y gastos inherentes a la operación del periódico para llegar al final a determinar la rentabilidad global y marginal de cada uno de los mercados y rutas que se tienen.

V

Este análisis servirá como herramienta de planeación y control para la mejor toma de decisiones desde el enfoque de distribución y dotación del periódico en cada uno de las plazas, mercados y puntos de venta que se distribuye.

Se comenzó a elaborar un análisis por secciones el cual evalúa las necesidades de modificar el nivel de producción del periódico y buscando el óptimo.

Este análisis se encuentra en etapa de actualización y adecuación para generar un reporte mensual en el que se identifique el costo y la rentabilidad de cada una de las secciones del periódico y suplementos especiales en función del paginado que se le asigna a cada una de estas secciones en las que se compone.

Este análisis permitirá identificar y controlar de manera específica y detallada cada uno de los intercambios que se tengan con otras empresas y las mezclas que puedan darse con nuestros productos para la correcta evaluación de dichos intercambios y su impacto en la estructura financiera (ingresos-costos) del periódico.

El seguimiento y monitoreo de los intercambios se hará continuamente para tener información fresca, oportuna y confiable que permita controlar este rubro.

Contenido

Pág.

Capítulo 1 Situación actual del periódico deportivo en México.....	4
1.1 Historia del periódico en México.....	4
1.2 Situación actual de la demanda de periódicos deportivos en México (Finalidades y tipología).....	7
1.3 Diagnóstico de la situación actual.....	10
Capítulo 2: Explicación cualitativa del modelo de portadas.....	11
2.1 Motivos importantes para realizar un modelo estadístico considerando las portadas.....	11
Criterio de portada de la dirección editorial:	11
Criterio de portada de la dirección distribución.....	11
Criterio de portada de la dirección de producción:	12
Criterio de portada de la dirección de publicidad:.....	12
2.2 Análisis de portadas.....	12
• 1era Etapa Análisis de 180 portadas (enero- junio 2006).....	12
• 2da. Etapa Análisis de desde 2005.....	17
Capítulo 3: Optimización del Modelo de Negocio Editorial.....	20
3.1 Parámetros del Modelo.....	20
3.2 Resultados del modelo.....	23
3.3 Estrategia de implantación.....	33
Conclusiones y recomendaciones.....	42
Bibliografía.....	46
A. Anexo: Análisis de portadas México.....	48
(Enero -Septiembre 2006).....	48
B. Anexo: Análisis cuantitativo.....	58
(Portadas Enero -Septiembre 2006).....	58

Lista de figuras.

	Pág.
<i>FIGURA 1.2.1 Funciones del periódico</i>	7
<i>FIGURA 1.2.2 Criterios de clasificación</i>	8
<i>FIGURA 1.2.3 Ventas diarias</i>	9
<i>FIGURA 2.2.2 Venta neta por día.....</i>	14
<i>FIGURA 2.2.2 Tendencias por día</i>	18
<i>FIGURA 2.2.3 Venta por día 2005 -2006</i>	19
<i>FIGURAS 2.2.4 Mejores y peores</i>	19
<i>FIGURAS 3.2.1 Promedio de ejemplares por día (Global)</i>	30

Lista de tablas.

TABLA 2.2.1	<i>Personajes destacados en las portadas</i>	13
TABLA 2.2.2	<i>Top ten de ventas</i>	13
TABLA 2.2.3.	<i>Esta tabla muestra la tardía reacción al patrón anterior</i>	15
TABLA 3.2.1.	<i>Formatos definidos</i>	23
TABLA 3.2.2.	<i>Esta tabla muestra tipo de venta de las páginas</i>	24
TABLA 3.2.3.	<i>% de Participación de Ingresos</i>	25
TABLA 3.2.3.	<i>Cifras en miles de pesos</i>	25
TABLA 3.2.4.	<i>Promedio de ejemplares por día</i>	27
TABLA 3.2.4.	<i>Promedio de ejemplares por día (foraneo)</i>	27
TABLA 3.2.4.	<i>Promedio de ejemplares por día (locales cerrados)</i>	28
TABLA 3.2.4.	<i>Promedio de ejemplares por día (global)</i>	29
TABLA 3.3.1.	<i>Variables</i>	33
TABLAS 3.3.2.	<i>Variables de portadas</i>	34
TABLA 3.3.3.	<i>Resumen del modelo</i>	36
TABLA 3.3.4.	<i>Análisis del modelo # 37</i>	38
TABLA 3.3.5.	<i>Estimación venta neta</i>	39
TABLA 3.3.6.	<i>Nuevas variables explicativas</i>	40

Introducción

El deporte no sólo es entretenimiento, es una faceta social del ser humano que fomenta la competitividad, la alta preparación y la mentalidad del triunfo; virtudes fundamentales dentro de una sociedad que pretenda encabezar el ritmo global.

En este momento, su práctica no sólo se define a través de las instituciones educativas o en el entorno familiar. Ahora, los medios de comunicación también juegan un papel relevante en su difusión, mediante la exposición de figuras deportivas e instituciones afiliadas, que influyen en la vida de dicha sociedad.

Por lo tanto, su distribución tiene que poseer un carácter serio y profesional. Sus actores principales, los periodistas deportivos, necesitan avanzar al compás que dicta esta época, percatarse de la importancia de los contenidos que generan y de la exigencia que un mundo globalizado y de respuesta inmediata acarrea.

Su profesión, a pesar de estar dentro de las que más se consumen y más dinero producen en esta época, está devaluada por la falta de preparación e innovación que la rodea, cuestión que atañe a la academia y a los mismos medios de comunicación, y que corresponde ser cambiada para beneficio colectivo de la sociedad.

Analizaremos el proceso de industria editorial actual:

Las fuentes de ingresos de las empresas editoriales de periódicos, revistas son principalmente por venta de publicidad y venta por circulación.

- La primera por venta de publicidad: Cada producto editorial tiene una composición diferente de número de páginas (páginas editoriales y páginas de publicidad), los ingresos generados por publicidad son por el número de páginas de publicidad vendidas asociadas con el precio del anuncio, los anunciantes compran páginas con un precio definido.
- La segunda es por venta de ejemplares (ingresos por circulación): Cada producto editorial tiene un precio al público en portada, sin embargo, el

ingreso neto que recibe la empresa editorial es después de pagar al distribuidor un porcentaje definido por la venta de cada producto.

En el proceso de producción se debe considerar la siguiente planeación:

- i. Para producir un producto editorial se requiere materia prima (papel), en grandes volúmenes, este papel es importado de molinos en Europa, Canadá y Estados Unidos, principalmente.
- ii. Es importante mencionar que se requiere una planeación rigurosa para colocar los pedidos en los molinos, y una vez definido el nivel de producción, se coloca la orden de producción.
- iii. Dependiendo de la ubicación y saturación del molino, la fecha de entrega puede ser desde 3 a 6 meses.
- iv. La calidad y gramaje del papel que se utiliza, está en función a la calidad de la revista o en su caso al periódico.
- v. Una vez puesto el papel en las bodegas, se define que método es el adecuado para administrar el inventario.

Sobre la administración de inventarios es fundamental que por los tiempos de entrega así como recursos requeridos para el pago de la materia prima es conocer el comportamiento del producto, nivel de ventas, planes de ingresos por publicidad, páginas editoriales, frecuencia, para determinar el óptimo de inventarios. Existen otros componentes que se deben considerar como vencimiento de deuda y otros pasivos.

La herramienta que se propone para una administración adecuada fue un modelo de inventarios basado en oferta y demanda de los consumidores en función de los análisis aquí establecidos.

El contenido editorial dependiendo del título de la revista o periódico se suministra por:

- Colaboradores internos: Es parte del equipo de la empresa y es incluido en la nómina.

3

- Colaboradores externos: Son proveedores de servicios externos, como articulistas, figuras de televisión, figuras deportivas, periodistas de renombre, directores técnicos nacionales e internacionales.
- Agencias de medios: Son empresas que proveen fotografías, o artículos de contenido especializado.
- Sesiones fotográficas: Son modelos o artistas exclusivas para portadas o contenido de alto valor para la revista o periódico.

Existe un paso llamado “pre-prensa” en el cual se revisa la calidad de fotos, contenido y diseño del producto, es un proceso previo a enviar el producto a producción, si se detecta mala calidad de la fotografía, este departamento hace retoques o modificaciones.

Es importante comentar que los niveles de producción de las revistas y periódico son en grandes cantidades, por lo que se requiere de un control previo a la edición.

Capítulo 1 Situación actual del periódico deportivo en México.

La prensa ha servido a la ciudadanía en distintas épocas para “exponer, atacar, defender, discutir, informar, opinar, distraer, recrear, anunciar, divertir, declarar, advertir, entretener, amenazar, educar, ridiculizar, convencer e instruir, y algunas acciones más que constituyen el poder de la palabra, la imagen y el discurso.”¹ Lo anterior resulta porque los periódicos han sido los intermediarios entre el público y los hechos que afectan su vida cotidiana.

Por estas cualidades, la prensa ha sido un repositorio de información ampliamente utilizado por los historiadores como sustento empírico para explicar el desarrollo de un fenómeno a través del tiempo. Este apego a las fuentes hemerográficas por parte de los historiadores se debe a que los diarios son medios de difusión de ideas, actitudes, lenguajes y sistemas de comportamientos que permiten conocer algunos aspectos de las sociedades en la época en que fueron publicados.

Ésta, sin duda alguna, fue un factor importante para lograr la intromisión / implantación de los deportes en México, ya que por medio de una constante persuasión logró transformar y modelar la mentalidad y la actitud de la sociedad mexicana para que aceptara nuevas ideas, actividades y prácticas.

1.1 Historia del periódico en México.

Se establece que la actividad deportiva se inició en México en el último decenio del siglo XIX.² Después de que se logra la estabilidad política y a poco tiempo de que se pusiera en marcha el desarrollo tecnológico y

¹ Castro, Miguel Ángel, citado en Celia del Palacio (2006), coordinadora, La prensa como fuente para la historia, UDG: México, p. 7.

² Beezley, William. “El estilo porfiriano. Deportes y diversiones de fin de siglo”, en: Historia Mexicana, vol. xxxiii, núm. 2, año 1985, pp. 265-284.

científico del país, el régimen dio paso a la construcción cultural de una sociedad moderna, es decir, se intentó que la sociedad mexicana cambiara sus patrones tradicionales de entretenimiento por nuevas experiencias de sociabilidad tenidas y concebidas como hijas de la modernidad. Dicho por William Schell, previo al establecimiento del régimen porfirista la mayoría de los mexicanos de todos los estratos sociales compartían la misma cultura y patrones de entretenimiento como la quema de los Judas, las corridas de toros, las charreadas, los juegos de cartas o las peleas de gallos.

Estas costumbres fueron vistas e interpretadas por los extranjeros como bárbaras e incivilizadas, pues aparte de mostrar un alto índice de crueldad hacia los animales, en muchas ocasiones terminaban en pleitos y motines producto de la excesiva ingesta de alcohol; por lo tanto, según la opinión extranjera, estas formas de divertirse debían suspenderse y sustituirse por otras.

Los extranjeros, en lugar de integrarse a los patrones de ocio establecidos en la sociedad mexicana (como los toros o las charreadas), optaron por reproducir en México los patrones tradicionales de entretenimiento y socialización prevalecientes en sus lugares de origen (los deportes), los cuales, en comparación con las diversiones y entretenimientos mexicanos, se concebían –según el paradigma de la época – como modernos, civilizados y progresistas.

Esta seguridad y confianza mostrada por los extranjeros –quienes eran vistos como el rol social a seguir– fue cristalizada en la práctica deportiva, fueron el motor que incitó a la sociedad mexicana a practicar (por contacto directo e imitación) las diversas actividades deportivas que en un principio fueron llevadas a cabo por los estratos altos de la sociedad.

Guerra denomina a este proceso como “mutación cultural” y consiste en una serie de transformaciones en los valores, las ideas y los comportamientos que fueron adquiridos mediante el contacto directo con los extranjeros y la imitación de sus prácticas por parte de las elites nacionales en las tertulias, las sociedades de pensamiento, las logias y los clubes políticos. En mi opinión, este mismo fenómeno también se presentó en los primeros acontecimientos deportivos, puesto que se pensaba que a través de los deportes era posible sofisticar las costumbres de la sociedad

mexicana. El dato más remoto que he podido localizar acerca de los inicios de la nota deportiva en México se encuentra en el diario La Patria, del año de 1882, en donde aparece una nota que anuncia la publicación de la llamada Gaceta Hípica, un periódico especializado en difundir las notas del deporte de más alcurnia en el México de esa época – el hipismo – y cuyo mecenas fue el prestigioso Jockey Club. Según la nota, este diario en su número 4 ofrecía varios artículos concernientes al aristocrático mundo de los caballos, por ejemplo, se menciona un artículo relacionado con los caballos ingleses de pura sangre, así como los resultados de las carreras en la temporada otoñal en Inglaterra, la carreras en Francia y uno más referente a la venta de la yeguada de Lagrange.

Finalmente la revisión realizada a la prensa anglosajona revela que las actividades deportivas de manera paulatina se fueron trasplantando a la sociedad mexicana mediante diversos mecanismos, uno de ellos la interdependencia existente entre anglosajones y mexicanos al estar en constante y cercano contacto.

Al iniciar el siglo xx es indudable que los deportes estaban enraizados en el ánimo de los mexicanos pues se manifiesta que “decididamente el viril sport del baseball está ya aclimatado en México. La temporada de este año resultada más animada que las anteriores.” De igual forma, otras prácticas seguían ganando adeptos y adquiriendo complejidad pues se comenzaron a organizar y fundar clubes deportivos mexicanos cuyo objetivo principal era el fomentar las actividades que les interesaban. “se ha fundado un nuevo club, denominado liga de ciclistas mexicanos que para hacer propaganda al “Sport” en México, organizará carreras y excursiones.”

Siguiendo la misma tónica creciente del auge deportivo, El Imparcial señala, en una nota del año de 1904, que a punto de terminar el ciclo de lluvias, se estaban haciendo los arreglos necesarios para iniciar la temporada deportiva al aire libre “temporada que año por año ha sido más animada y que está destinada a ser pronto una de las diversiones favoritas de México.”

1.2 Situación actual de la demanda de periódicos deportivos en México (Finalidades y tipología).

Como medio de información, el periódico cumple las siguientes funciones:

- **Informa** con sus noticias y crónicas, con sus imágenes y reportajes.
- **Crea opinión**, con los editoriales y colaboraciones especiales.
- **Refleja la situación** social local, nacional e internacional.
- **Ejerce la crítica** política, social y administrativa.
- **Orienta** la economía y el mercado.
- **Entretiene** con páginas especiales dedicadas a tal fin.



FIGURA 1.2.1 Funciones del periódico.

Para que una publicación tenga la categoría de periódico debe ajustarse a la siguiente fórmula:

Periódico = actualidad + periodicidad + máxima difusión.

Los periódicos y las revistas son el resultado final de un complejo trabajo en equipo. Es necesario contar con una organización que presente unas dimensiones variables en función del tipo de prensa del que se trate. Estas organizaciones pueden:

- a. Formar parte de empresas privadas que pretenden obtener un beneficio económico con la edición de estos productos informativos.
- b. Formar parte de otras instituciones públicas que persiguen satisfacer las necesidades informativas de la sociedad.

Resulta útil establecer una clasificación que agrupe estos productos en función de unos criterios específicos:

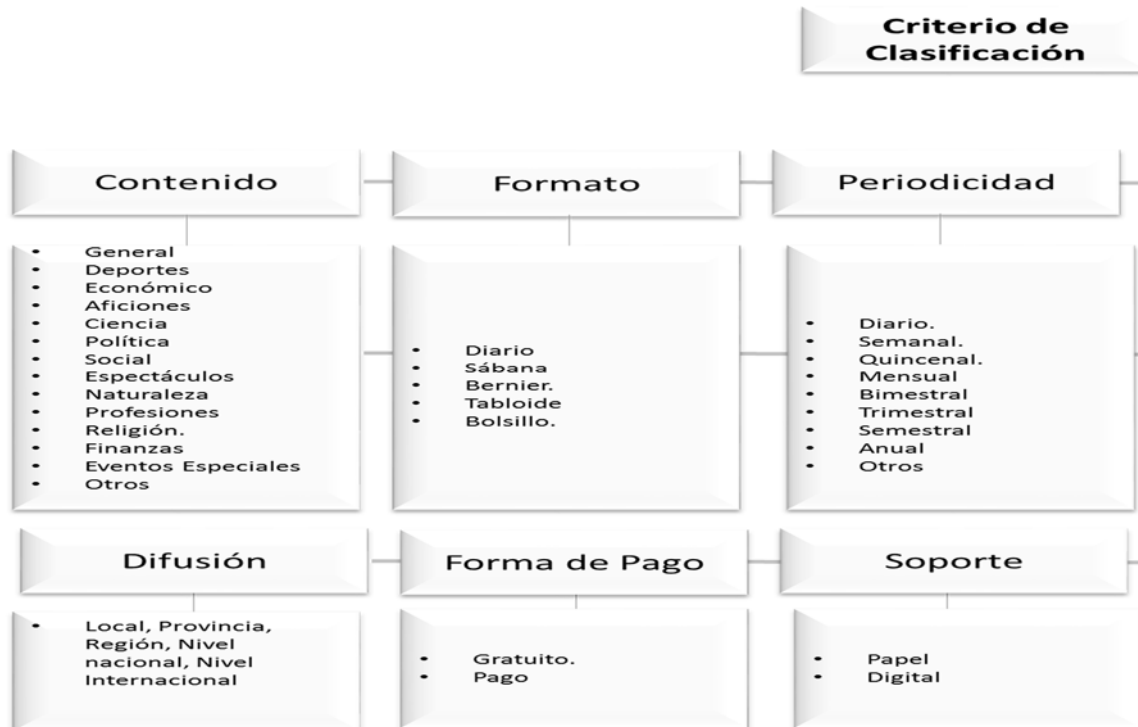


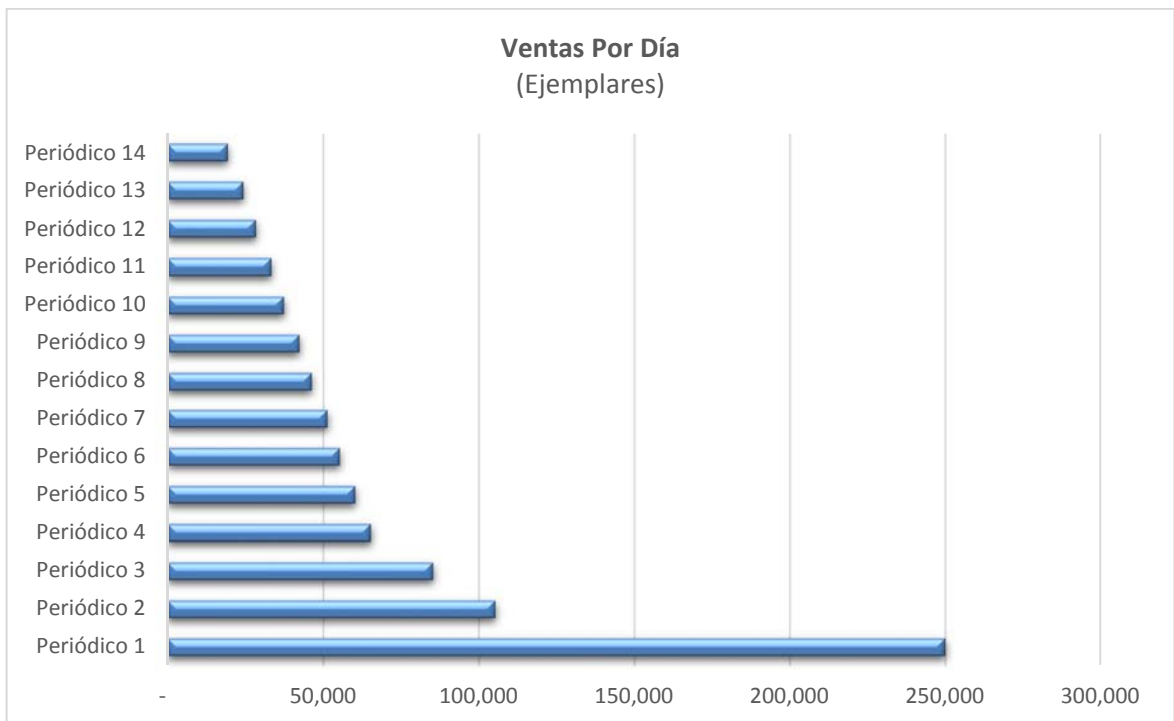
FIGURA 1.2.2 Criterios de clasificación.

Según sus contenidos, las publicaciones se dividen en dos grandes grupos. Nos referimos a las publicaciones de información general y a las de información especializada.

El periódico deportivo mexicano con mayor circulación en México y uno de los de mayor penetración en el medio periodístico de este país. Inició el 8 de mayo de 2002, con un formato tabloide, completamente a color, impreso con alta tecnología. Siendo la versión mexicana del diario español Marca, que se distribuye diariamente abarcando los diversos deportes, por el Grupo Editorial Notmusa.

Este diario deportivo cuenta con 105,339 ventas al día. Estas cifras oficiales también nos muestran que pese al ingreso de las nuevas tecnologías e internet, los principales diarios del país han mantenido un tiraje importante, conservando su venta y su consulta por parte de los ciudadanos mexicanos.

Esto nos dice que en el ámbito deportivo estas son las mejores cifras, sin embargo las ventas más altas de periódicos en México le pertenecen a diarios de interés colectivo con una venta de 250,023 ventas al día.



³FIGURA 1.2.3 Ventas diarias.

³ El periódico 2: Se toma como el periódico deportivo

1.3 Diagnóstico de la situación actual.

Podemos decir que el ámbito deportivo en los periódicos tiene una venta baja a comparación de otras ramas de periódicos, como podemos observar en la figura 1.2.3.

Haciendo un análisis de cada una de las áreas involucradas para toma de decisiones del producto editorial podemos concluir que:

- Cada una de las áreas involucradas tiene una percepción diferente, es decir las direcciones de la empresa no están alineadas a una estrategia definida cuya prioridad era optimizar al producto editorial.
- No existe un balance entre la cantidad de producción y la cantidad de recursos disponibles, es decir, no es la manera menos costosa de producción.
- Las compañías han sufrido una importante merma de sus ingresos en los últimos años.
- No se tiene definido un buen volumen de producción al día, para disminuir las pérdidas del producto, o en su caso incrementar su utilidad.
- No se toma en cuenta un óptimo de número de páginas del producto, la decisión al imprimir cierto número de páginas se hace con criterios del editor.
- No se tiene en claro cuanta publicidad debe estar incluida en el producto.
- Los costos de producción no tienen un límite calculado de forma estadística.

Por medio de este análisis, nos percatamos de que es necesario lograr una mejor planeación de los niveles de producción y por lo tanto a coadyuvar una mejor administración en flujo de efectivo de la empresa.

Con estas diferencias de criterios es urgente determinar los elementos más relevantes para optimizar el modelo de negocio editorial.

Lo que nos permitiría la mejora de los puntos anteriores y otros más.

Capítulo 2: Explicación cualitativa del modelo de portadas.

Los motivos más importantes para realizar un Modelo Estadístico considerando las portadas de las ediciones son:

Las direcciones enviaban propuestas de portadas según su criterio, sin considerar si con su criterio estaban generando o perdiendo valor el producto.

2.1 Motivos importantes para realizar un modelo estadístico considerando las portadas.

Criterio de portada de la dirección editorial: Hacer una portada vistosa, tomar una buena foto, invertir muchos recursos para lograr su objetivo.

Criterio de portada de la dirección distribución: Colocar en la portada fotos de jugadores de equipos que el público de los diferentes mercados les sugería.

Nota: Concepto de mercados para distribución. Son los puntos de venta donde se distribuye el producto editorial, se clasifica en:

- Unión de voceadores: Son los mayoristas establecidos en el D.F. que a su vez lo distribuyen a los despachos asociados al establecimiento, puestos de revistas, kioscos.
- Foráneo: Es el mercado de mayoristas establecidos en los Estados o Municipios del país.
- Locales cerrados: Se refiere a los puntos de distribución de establecimientos como: Vip's, Oxxo, Sanborns, etc., establecidos en todo el país.

- Externo: Este mercado incluye a los mayoristas que exportan el producto a diferentes países.
- Suscripciones: Es distribución del producto a cada cliente que pague este servicio.

Criterio de portada de la dirección de producción: Colocar imágenes que permitan una producción eficiente, evitando varias pruebas de color.

Criterio de portada de la dirección de publicidad: Sugerían fotos de equipos o personajes que las agencias de medios comentaban para dar gusto a los clientes de inversión publicitaria.

2.2 Análisis de portadas

Para llevar a cabo nuestro análisis de portadas se seguirán tres etapas importantes las cuales son:

- 1era Etapa Análisis de 180 portadas (enero- junio 2006).

En junio de 2006 se inició un proyecto que pretendía analizar las portadas de RECORD, incorporando todas las variables identificadas en la portada a un modelo estadístico utilizando el paquete (SPSS). La realización de este análisis explica entre el personaje (principalmente) que aparece en la portada y las ventas netas generadas.

Se analizaron 37 Modelos, usando las categorías anteriormente descritas, con excepción de x personajes que fue excluida.

Personajes	No. De Portadas
1 Cuautémoc Blanco	32
2 "Bofo" Bautista	25
3 Hugo Sánchez	20
4 "Chelito" Delgado	17
5 Guillermo Ochoa	16
6 Oswaldo Sánchez	14
7 Omar Bravo	13
8 Salvador Cabañas	10
9 "Kikín" Fonseca	10
10 Jared Borgetti	9
11 Nery Castillo	7
12 Ricardo La Volpe	6
13 Carlos Salcido	6
14 Jorge Vergara	6
15 Rafael Márquez	4
16 Andrés Guardado	4

TABLA 2.2.1 Personajes destacados en las portadas.

Las mejores 10 ventas				
Fecha	Día	Titular	Foto Portada	Venta
11-dic-06	Lunes	¡CHIVASI!	Oswaldo Sánchez y Adolfo "Bofo" Bautista Jugadores de Chivas	114,655
28-may-07	Lunes	5 PACHUCA TÓCO SU QUINTA SINFONÍA	Miguel Calero, portero del Pachucacon el trofeo de campeón	108,663
21-may-07	Lunes	OCHOA PONE AL AMERICA EN LA FINAL MEMORABLE	Memo Ochoa, portero del América	108,031
29-jun-07	Jueves	QUE PAR DE NARICES!	Nery Castillo, jugador de la selección mexicana	100,041
04-dic-06	Lunes	OSWALDO FELIZ, ESTA FINAL ES DEDICADA A SU PADRE	Oswaldo Sánchez y Héctor Reynoso, Jugadores de Chivas	967,722
27-nov-06	Lunes	AÚN HAY MÁS	Cuahutémoc Blanco, Jugador del América	92,082
13-nov-06	Lunes	QUEREMOS UNA GRAN ¡FIESTA!	José Luis "Paréjita" López, Jugador de Pumas	92,063
14-may-07	Lunes	AMÉRICA VS CHICAS ¡AGARRÓN!!	Cuahutémoc Blanco, Jugador del América	91,990
18-jun-07	Lunes	NI TAN PADRE	Hugo Sánchez, DT de la selección mexicana	91,090
22-jun-07	Jueves	AMENAZA CON IRSE DEL TRI	Nery Castillo, jugador de la selección mexicana	88,324

TABLA 2.2.2 Top ten de ventas.

En el análisis anterior tuvimos que todas las ventas del top ten se registraron en lunes, ahora gracias a los resultados del Tri y a Nery, tenemos más días.

El día en que México le ganó a Brasil en el primer partido de la Copa América, se consideró como nota importante.

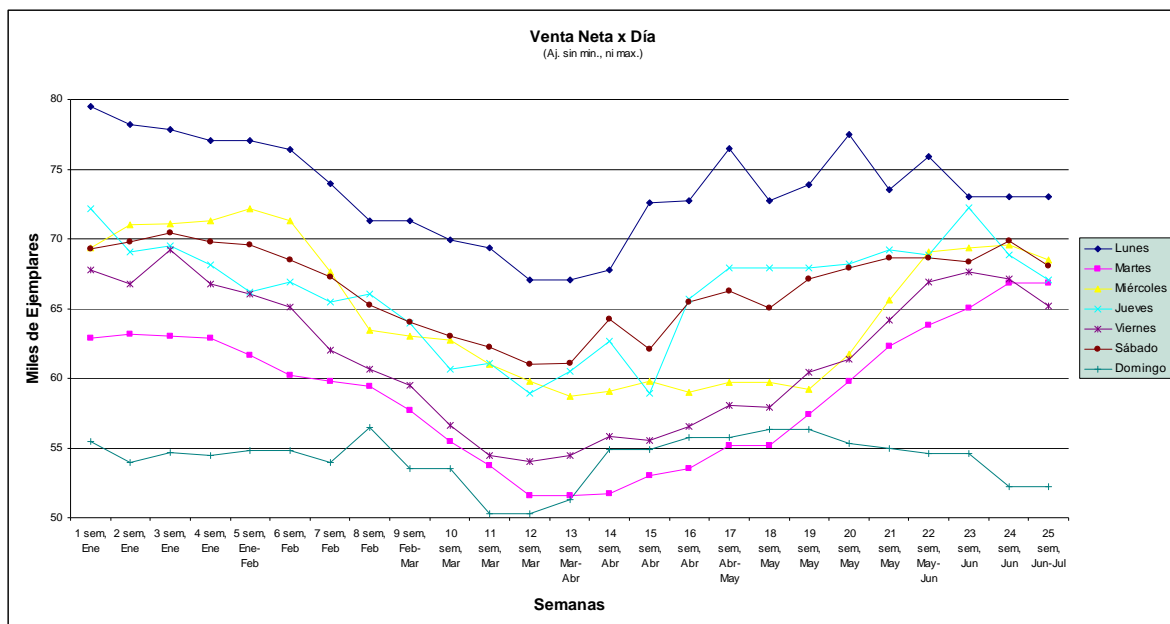


FIGURA 2.2.2 Venta neta por día.

El modelo captura este patrón estacional para predecir la venta, además que lo cuantifica.

Estos patrones son muy relevantes y deben conocerse, cuantificarse y monitorearse. La siguiente lámina muestra el impacto de haber ignorado este patrón.

Con los criterios definidos se analizaron 60 modelos y se consigue un modelo que explica el 96.3% de la variación, lo que lo hace muy similar al anteriormente encontrado, con la ventaja de que las variables únicas han sido eliminadas y se han redefinido las categorías. Su error es de 1,691 ejemplares, que se convierten en +/- 3,314 ejemplares al 95% de confianza.

Con los datos históricos, al aplicar el modelo lo que se observa es que el **máximo error se situó en 3,829 ejemplares.**

Eficiencias	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	Promedio de mes
Enero	82.80%	85.90%	88.30%	85.00%	85.00%	86.60%	75.50%	84.40%
Febrero	78.60%	75.60%	79.50%	78.80%	75.30%	78.10%	79.00%	77.90%
Marzo	81.40%	77.80%	82.30%	82.90%	78.00%	80.60%	79.10%	80.50%
Abril	91.90%	85.30%	84.60%	91.00%	80.70%	85.40%	87.10%	86.80%
Mayo	88.30%	89.90%	88.90%	86.50%	83.90%	83.10%	77.40%	85.70%
Junio	84.00%	81.20%	75.30%	82.30%	80.40%	77.90%	77.10%	79.90%
Promedio	84.50%	82.70%	83.50%	83.60%	81.40%	82.90%	80.10%	82.80%

TABLA 2.2.3. Esta tabla muestra la tardía reacción al patrón anterior.

Las eficiencias menores al 75%, deben ser reducidas y de ser posible evitadas.⁴

Esta devolución costó 2.2 millones, lo que representaría un ahorro de 1 millón en el periodo.

El impacto anualizado se traduce en 2.1 millones.

Las eficiencias en su mayoría han oscilado entre 75% y 90%.

En términos anuales, la devolución cuesta 19.6 millones, 16% aprox. de la MPD, si esta puede situarse en 12% de la MPD (reducción de merma) se ahorrarían 5.5 millones.

La eficiencia promedio (enero a junio) de 82.8% está compuesta por una amplia brecha (50%-100%), su variabilidad debe de controlarse.

⁴ La eficiencia se traduce en el costo de la devolución, cada ejemplar producido y no vendido se convierte en merma, este costo actualmente para Récord Centro es de alrededor **19.6 MM anuales.**

Casi el 16% de la MPD es devolución.

- Análisis y Resultados.

Las portadas de acuerdo a la noticia se clasificaron según el periodo o torneo de referencia. Resulta interesante que las noticias previas al mundial de la selección fueron bastante atractivas, y que el mundial en sí no fue tan atractivo, el mundial fue atractivo por 2 resultados de la selección y por lo que hubo alrededor de sus personajes, fuera de esto no hubo interés.

El suplemento del mundial fue el mejor suplemento que trajo el periódico en este periodo. Fan Cruz Azul resultó muy atractivo a diferencia de Fan América, Chivas, Tricolor y Pumas.

El suplemento del Super Bowl, al parecer fue muy atractivo, sin embargo esta variable es única y no pudo ser aislada del todo.

La contraportada pareciera no ser un elemento de venta, pero los datos dan algo diferente.

Cuando no se hace portada doble se genera 5,357 ejemplares, si la contraportada trae un reportaje 2,309, total de 7,666 ejemplares. El poner portada doble por lo general implica que traemos una noticia importante, es decir, 5,863 + 5,402, total de 11,265, lo que son cerca de 4000 ejemplares de diferencia respecto a una portada simple, pero si la doble portada hubiera sido interna, eso nos resta 5,863 ejemplares.

El hecho malo o negativo se refiere a un evento que reduce la venta, por ejemplo una muy mala portada se califica como mala portada y hecho malo.

Se encontró que la sensibilidad de venta respecto al paginado tiene su máximo en 120 páginas, a partir de ahí el paginado ya no tiene influencia.

- VENTAJAS.

- Una vez estimado el modelo, y con la experiencia de uso, es muy fácil calcular la venta neta de una portada.
- Brinda parámetros de comparación “Benchmarking” para la toma de decisiones, para ser eficientes los recursos.
- Revela información sobre comportamientos en el consumo (gustos y preferencias) que pueden ser medibles en términos de ejemplares.

- DESVENTAJAS.

- El modelo determina la incidencia en las ventas de las variables propuestas. Esto significa que puede haber otras variables que expliquen mejor, o que ciertas variables propuestas que en realidad están “disfrazadas” y no son incidentes.
- El modelo tiene un espacio de predicción, esto significa que predice bien en el periodo de los primeros 6 meses de 2006 donde fue construido, fuera de este (como se desearía usar), para predecir portada debe ser valorado constantemente para corregir sesgos.
- El modelo posee variables que responden a una categorización, y esta está en función de un criterio. Al construir el modelo, esta categorización se puede inferir de los resultados. Sin embargo, para predecir el comportamiento, un juicio erróneo al respecto puede crear grandes variaciones de estimación. Un buen “feeling” es vital.

- 2da. Etapa Análisis de desde 2005.

De enero de 2005 a Julio de 2006, la tendencia suavizada por cada día de la semana.

Se observa una tendencia paulatina de crecimiento; 270 ejemplares semanales, 14,000 ejemplares anuales.

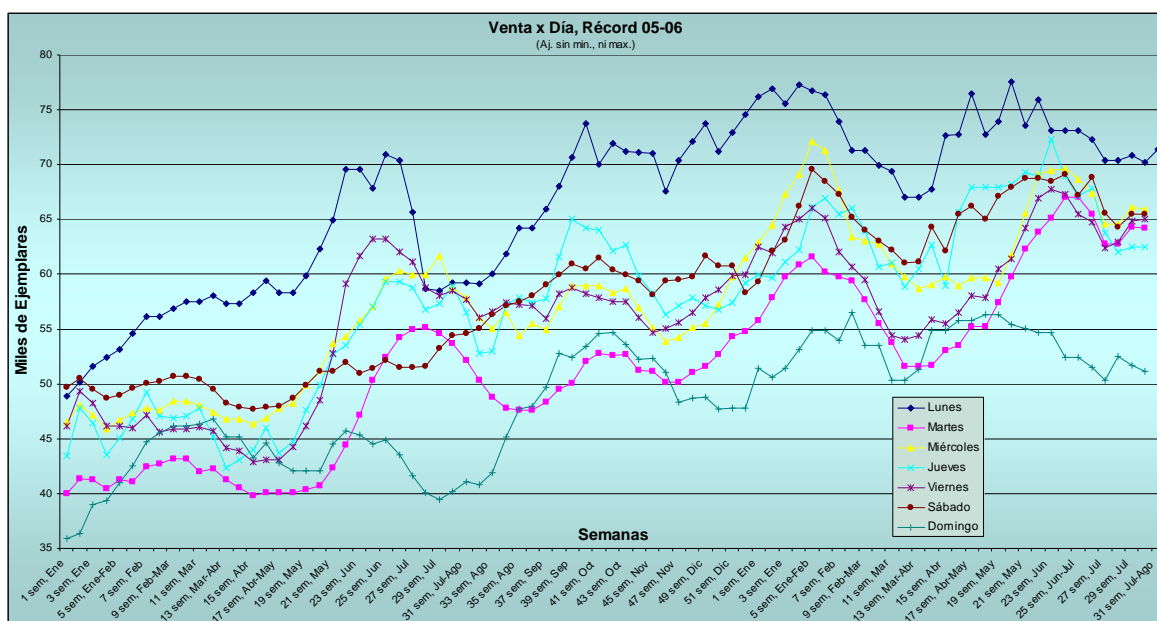


FIGURA 2.2.2 Tendencias por día.

Existe cierta estacionalidad y ciclo en la serie.

Los ciclos de venta están relacionados con la percepción del público, respecto a las noticias deportivas. El 2006 parece un año de estancamiento, pero al compararlo con 2005, se observa el impacto del ciclo en el que se encuentra.

- Análisis Estadístico.

Patrones estacionales.

El inicio de liguilla hasta el campeón se convierte en un patrón de estacionalidad.

El receso de verano que redujo la venta en 2005 en 2006 parece no ocurrir por el mundial. Otros patrones estacionales: Inicio de jornada, jornadas dobles, los clásicos y días festivos.

Patrones cíclicos.

Relacionados con la percepción: buen fútbol o mal fútbol. Los resultados de la sub 17 son ejemplos de buen fútbol y los malos resultados del inicio de la clausura 2006 son ejemplos de mal fútbol.

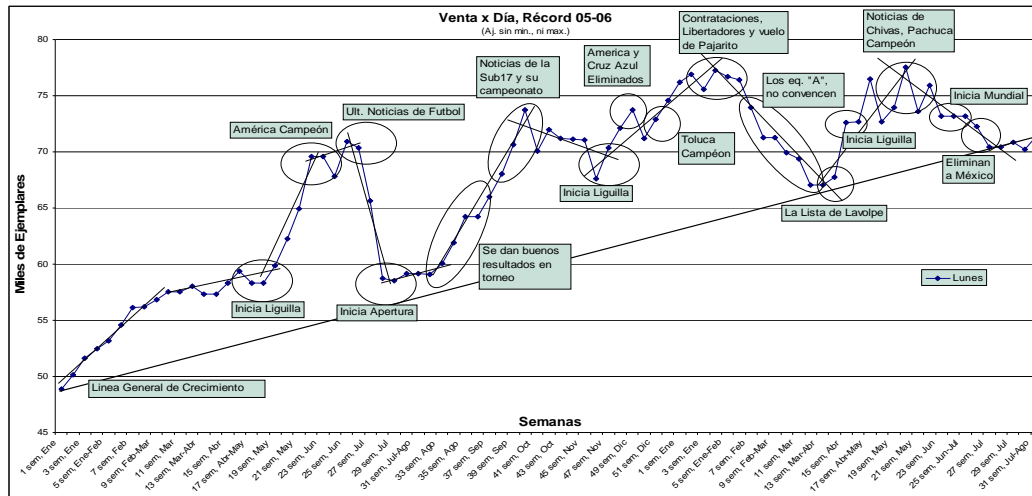
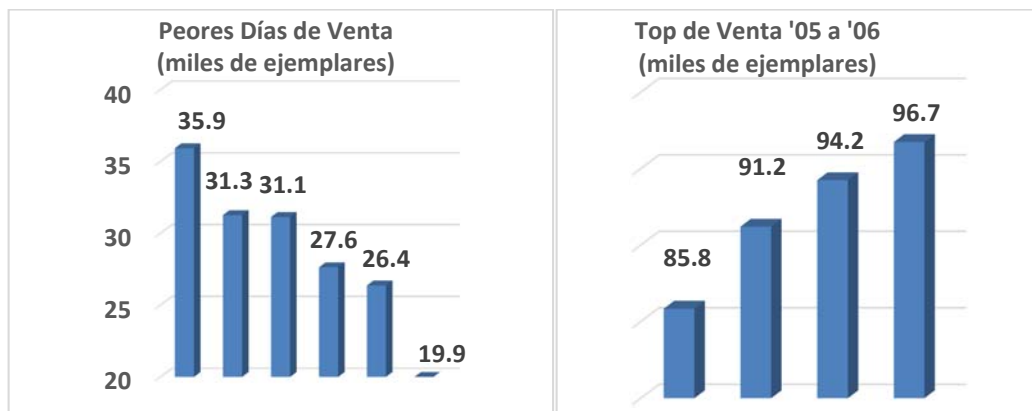


FIGURA 2.2.3 Venta por día 2005-2006.

Las ventas diarias, muestran la variabilidad por día.

La venta muestra un patrón muy estable de tendencia al eliminar patrones.

Una vez aislado el efecto por día se descubren patrones estacionales/cíclicos el problema central es controlar la estacionalidad y el ciclo, pues es donde se presenta la mayor variabilidad.



FIGURAS 2.2.4 Mejores y peores.

Campeonatos y selección, se convierten en gran a tractor de venta
Puentes y días festivos, peores escenarios de venta.

Capítulo 3: Optimización del Modelo de Negocio Editorial

La investigación operativa se define como la aplicación de métodos científicos en la mejora de la efectividad de las operaciones, decisiones y gestiones del negocio.

Esto lo lograremos aplicando los recursos disponibles para conseguir la satisfacción óptima de nuestro negocio editorial.

3.1 Parámetros del Modelo.

- A. Alinear el criterio de definición de portada a través de un estadístico.
- B. Determinar el nivel óptimo de producción.
- C. Disminuir la merma del producto.
- D. Establecer una hora fija para enviar el volumen a producción.
- E. Determinar el óptimo de número de páginas del producto.
- F. Determinar el monto mínimo de publicidad incluida en el producto.
- G. Obtener ahorros en los costos de producción.
- H. Obtener mejores precios en la Materia Prima.
- I. Lograr una mejor planeación del flujo de efectivo de la empresa.

A.- Alinear el criterio de definición de portada a través de un estadístico.

Se consideraron diferentes variables como: tiempo, equipos, personajes, temporada, tipo de partido, personajes, suplementos, etc. (**Anexos 1, 2 y 3**).

B.- Determinar nivel óptimo de producción.

Para poder determinar el nivel óptimo de producción no solo permitiría anticipar con tiempo un umbral definido para el envío de la orden del producto al proveedor, además ayudaría a la imprenta a definir sus plantillas de producción permitiendo ahorros para la empresa.

Otro beneficio inmediato fue que la imprenta entregara en tiempo la producción esto permitió no retrasar la distribución a los mercados, así mismo llegar a otras regiones a través de la distribución aérea, situación que es difícil de controlar sin el compromiso de producir en tiempo.

C.- Disminuir la merma del producto.

Enviar un volumen de producción óptimo, significa tener una merma controlada y se traduce en beneficios económicos inmediatos.

El nivel óptimo se refiere a que los ejemplares producidos se envían al mercado, y si el nivel no es el adecuado y no se vende, el diferencial entre lo producido y vendido se llama merma.

Este es un costo muy importante y relevante para la empresa, de no ser controlado puede llevar a un riesgo alto, además este costo no se recupera.

D.- Establecer una hora fija para enviar el volumen a producción.

Comprometer a la empresa a que la orden de producción se liberaba a una hora determinada, permitiendo que el proveedor tuviera listo toda su infraestructura para producir, lo que garantizaba cumplir con los horarios de entrega del producto en tiempo y forma.

E.- Determinar el óptimo de número de páginas del producto.

El definir el número adecuado de páginas del producto significaba tener un producto adecuado para el público, además solo incorporar las páginas de publicidad limitadas.

Es importante mencionar que los paginados de un producto son de múltiplos de 8.

F.- Determinar el monto mínimo de publicidad incluida en el producto.

Para no tener pérdidas en una edición, era importante decidir si aumentábamos el número de páginas, un elemento fundamental sería la publicidad.

Con la definición del ingreso por circulación que conocíamos por el análisis de portadas nos permitiría determinar el margen de utilidad considerando los ingresos publicitarios.

G.- Obtener ahorros en los costos de producción.

Con la definición del volumen de producción y con el número de páginas, se establecieron convenios de producción anual con los proveedores, lo que ayudó a bajar los costos de producción.

La definición de los costos de producción se establece en función al volumen y páginas, es decir un producto con mayor volumen y mayor página disminuye su costo de producción.

H.- Obtener mejores precios en la materia prima.

Determinar niveles de producción mensuales y anuales, permitió colocar con anticipación órdenes de producción, lo que ayudó a garantizar la entrega de la materia prima, así como negociar mejores precios.

Adicional, dependiendo de la posición monetaria de la empresa, se contrataban coberturas para disminuir el riesgo de tipo de cambio.

I.- Lograr una mejor planeación del flujo de efectivo de la empresa.

Este Modelo, ayudo a una mejor planeación del flujo de la empresa, por lo que garantizábamos los compromisos con los diferentes actores, así mismo permitió obtener ahorros muy importantes.

Con esta estrategia de corto, mediano y largo plazo se logró desarrollar nuevos proyectos consolidando a la empresa como la más importante en el segmento editorial en su mercado.

3.2 Resultados del modelo.

Beneficios para la empresa el Implementar el análisis estadístico.

Incremento de ingresos:

A. Ingresos de publicidad:

Uno de los principales ingresos es el de la publicidad, antes del modelo no teníamos un elemento clave para poder incrementar estratégicamente este rubro.

Las ventas de páginas de publicidad están basadas en diferentes formatos, según el tipo de anuncio, es decir existen formatos definidos en los que el cliente invierte, entre ellos se encuentran:

1. Cintillo Blanco y Negro	11. Oreja	21. Cintillo Doble Blanco y Negro	31. 1/2 Plana Especial
2. Cintillo Color	12. Oreja de Portada	22. Oreja Especial	32. 1/4 Plana Blanco y Negro
3. Cintillo Doble Color	13. Oreja Portada Especial	23. Cintillo Vertical Especial	33. 1/4 Plana Color
4. Cintillo Vertical	14. Plana Blanco y Negro	24. Cintillo Especial	34. 1/4 Especial
5. Doble Página	15. Plana Color	25. Roba Especial	35. 1/8 Plana Color
6. Encarte	16. Poster	26. Cintillo Doble Especial	
7. Junior Blanco y Negro	17. Robaplana	27. Display	
8. Junior Color	18. Senior Color	28. 1/2 Plana Blanco y Negro	
9. Medidas Especiales Blanc	19. Separata	29. 1/2 Plana Color	
10. Medidas Especiales	20. Robaplana Blanco y Negro	30. 1/2 Plana Vertical Color	

TABLA 3.2.1. Formatos definidos.

Así como el tipo de venta de las páginas de publicidad que puede ser:

Bonificable.	Normal.
Cortesía.	Pago por Anticipado.
Página Editorial.	Paquete.
Intercambio.	Paquetes Especiales (Eventos como Liguilla, Mundiales, Juegos Olímpicos, Eurocopa, etc.)
Intercambio de Medios.	Reposición
Intercambio de Mercadotecnia.	

TABLA 3.2.2. Esta tabla muestra tipo de venta de las páginas.

El beneficio inmediato al implementar el modelo estadístico básicamente era garantizar al cliente que el número de ejemplares vendidos correspondía al valor del pagado.

Este concepto de número de ejemplares vendidos, era auditado por firmas reconocidas, que es necesario para poder justificar el precio del producto con los anunciantes.

Una vez garantizado y controlado el número de ejemplares vendidos, podíamos establecer modelos de negocio con agencias de medios o en su caso con el cliente directo, el cual se describe a continuación:

Modelo de negocio de ventas anticipadas: El anticipar los ingresos publicitarios, no solo garantizaría el presupuesto de ventas anuales de publicidad a la empresa, sino que además daría un ahorro importante a los clientes por este mecanismo, se otorgaba un descuento por ventas anticipadas.

Algunos elementos considerados para otorgar el porcentaje de descuento son:

- Monto a invertir en publicidad.
- Precio de página promedio.

- Tipo de cliente (directo o agencia de medios).
- Tipo de venta (paquetes especiales, venta normal, pago por anticipado).
- Antecedente del cliente.
- Frecuencia del anuncio.
- Formato.

Combinando este tipo de elementos permitió incrementar los ingresos por publicidad como se aprecia en el siguiente cuadro:

Ingresos	Antes del Modelo	Utilizando el Modelo
Circulación	59%	24%
Publicidad	39%	71%
Otros	2%	4%
Total	100%	100%

TABLA 3.2.3. % de Participación de ingresos.

Así mismo se realizaron cambios para el cálculo de las comisiones de los agentes de ventas, los principales son:

- Para tener derecho al nuevo esquema de pago de comisiones hay que superar la venta de la cartera equivalente al año anterior.
- Los Intervalos para el cálculo modificados son:

Crecimiento	%
\$1,300	1%
\$2,600	2%
\$3,900	3%
\$5,200	4%
\$6,500	5%
\$7,800	6%
\$9,100	7%
o más	8%

TABLA 3.2.3. Cifras en miles de pesos.

- Por mantener la cartera de clientes año anterior 1%.

- Se descontará de la comisión el porcentaje pagado a la agencia de medios.
- La base de cálculo de comisiones por ventas de pagos anticipados se contabilizarán sin considerar el descuento al cliente.
- Si no se alcanza el objetivo de ventas de publicidad global del grupo las comisiones del grupo se penalizarán 15 %.
- El pago de comisiones será en función a cobranza.
- El plazo de facturación será de 6 días máximo una vez publicado el anuncio de lo contrario aplicará penalización a su comisión.
- Si el 80% de los ingresos de publicidad no es generado con precios de páginas superior a la media entonces tendrán una penalización las comisiones del 20 %.

B. Ingresos por Circulación.

El impacto en ingresos por circulación después de la implementación del modelo beneficio a obtener mayores ventas en los diferentes mercados, como se muestra a continuación:

Mercado: Unión de voceadores:

El crecimiento del producto desde su inicio en el año 2002, fue constante sin embargo; el nivel de devolución fue alto considerando una eficiencia del 37.9 %, esto significa que por cada ejemplar enviado el mercado solo se vendían cerca de 4 ejemplares, lo que ocasionaba alto costo por materia prima.

Sin embargo, en los años 2003 al 2005 la eficiencia fue mayor, pero el crecimiento en devolución siguió un comportamiento creciente.

Se requería minimizar el impacto en la devolución y a su vez, mejorara las ventas, era urgente implementar un modelo estadístico.

En el año 2006, como se puede observar con la implementación, la eficiencia pasó del 80% al 90% en el mercado de la unión de voceadores.

Análisis por Mercado				
Unión de Voceadores				
Año	Dotación	Devolución	Venta	% Eficiencia
2002	2,917	1,812	1,105	37.90%
2003	6,499	1,614	4,885	75.20%
2004	12,309	2,407	9,902	80.40%
2005	17,853	3,423	14,430	80.80%
2006	19,150	1,812	17,293	90.50%

TABLA 3.2.4. Promedio de ejemplares por día (unión de voceadores).

Mercado: Foráneo.

El crecimiento del producto desde su inicio en el año 2002, fue constante en el mercado foráneo, sin embargo el nivel de devolución fue alto considerando una eficiencia del 36.4%, esto significa que por cada ejemplar enviado, el mercado solo se vendían cerca de 4 ejemplares, lo que ocasionaba alto costo por materia prima.

Sin embargo; en los años 2003 al 2005 la eficiencia fue mayor, pero el crecimiento en devolución siguió un comportamiento creciente.

En el año 2006, como se puede observar con la implementación, la eficiencia pasó del 70% al 90% en el mercado Foráneo.

Análisis por Mercado				
FORANEO				
Año	Dotación	Devolución	Venta	% Eficiencia
2002	429	273	156	36.40%
2003	1,632	584	1,048	64.20%
2004	3,876	1,135	2,352	67.40%
2005	5,876	1,754	4,122	70.10%
2006	7,195	731	6,464	89.80%

TABLA 3.2.4. Promedio de ejemplares por día (foráneo).

Mercado: Locales cerrados.

El crecimiento del producto desde su inicio en el año 2002 en el mercado de locales cerrados fue constante, sin embargo el nivel de devolución fue alto considerando una eficiencia del 24.8%, esto significa que por cada ejemplar enviado el mercado solo se vendían cerca de 3 ejemplares, lo que ocasionaba alto costo por materia prima.

Sin embargo; en los años 2003 al 2005 la eficiencia fue mayor, pero el crecimiento en devolución siguió un comportamiento creciente.

En el año 2006, como se puede observar con la implementación, la eficiencia pasó del 60% al 90% en el mercado foráneo.

Análisis por Mercado				
Locales Cerrados				
Año	Dotación	Devolución	Venta	% Eficiencia
2002	226	170	56	24.80%
2003	438	205	234	53.30%
2004	760	302	457	60.20%
2005	1,666	673	993	59.60%
2006	1,738	172	1,566	90.10%

TABLA 3.2.4. Promedio de ejemplares por día (locales cerrados).

Mercado: Total.

La combinación de los mercados antes de la implementación del modelo estadístico mantuvo un crecimiento desde su inicio en el año 2002 con eficiencia del 36.9 %, sin embargo no era la adecuada, al implementar el modelo en el año 2006 la devolución disminuyó 54% en relación al 2005, pasó de 5,849 a 2,714, esto permitió tener ahorros importantes.

Sin embargo; en los años 2003 al 2005 la eficiencia se mantenía en los niveles de 70%, no teníamos elementos adicionales para romper la barrera de ese nivel de eficiencia.

En el año 2006, como se puede observar con la implementación, la eficiencia pasó del 77% al 90%, lo que representó seguir creciendo como se puede observar del año 2005 al 2006 el crecimiento fue del 30% pasando de 19,545 ejemplares a 25,325.

Para la empresa representó un doble impacto, ya que no solo tuvimos un beneficio en incremento de ingresos por circulación, sino también un ahorro en materia prima de forma inmediata.

Análisis por Mercado				
Mercado Total				
Año	Dotación	Devolución	Venta	% Eficiencia
2002	3,572	2,255	1,317	36.87%
2003	8,569	2,403	6,167	71.97%
2004	16,945	3,844	12,711	75.01%
2005	25,395	5,850	19,545	76.96%
2006	28,083	2,715	25,323	90.17%

TABLA 3.2.4. Promedio de ejemplares por día (global).

Gráfica que representa al volumen mensual del diario deportivo



FIGURAS 3.2.1 Promedio de ejemplares por día (Global

C. Costos de producción unitarios.

El incremento en el volumen de producción permite negociar y obtener mejores precios unitarios.

Los elementos que intervienen para determinar el costo unitario son:

- a) **Tiro:** Es el número de ejemplares definido para producir.
- b) **Número de páginas:** Para determinar el número de páginas se consideran pliegos completos (16 páginas) o en su caso medio pliego (8 páginas), con esta definición solo es posible determinar el número combinando estos múltiplos, por lo que el producto editorial deportivo será de 16, 24, 32, 40, 48, 56, 64, 72, 80, 88, etc.

Los componentes principales que integran el costo unitario son:

- a) **Costo de impresión:** Este costo representa aproximadamente el 48% del costo unitario total y se establece de acuerdo a la combinación de tiro y páginas, es decir a menor tiro mayor el costo y a mayor tiro menor costo.

Cuando combinamos el paginado con el tiro el comportamiento del costo es a mayor tiro y mayor página entonces menor costo de impresión; a menor tiro y menor página entonces mayor costo de impresión.

El comportamiento del paginado está en función al contenido editorial y número de páginas vendidas para anunciantes.

- b) **Costo de materia prima:** El costo unitario de materia prima, está en función al gramaje y calidad del papel así como el rendimiento.

Cada ciclo de producción se imprime por pliegos y existe una merma de arranque lo que significa que a mayor volumen el costo de la merma es menor.

El costo de materia prima es aproximadamente el 58% del costo unitario total.

El Modelo estadístico permitió obtener un ahorro importante en la optimización del costo unitario.

D. Beneficios en la planeación de la empresa:

Para la planeación de las decisiones financieras de la empresa era fundamental determinar los montos de efectivo para los compromisos, básicamente de corto plazo que mantuviera un capital de trabajo adecuado.

Para ello era mantener un nivel adecuado de compra de materia prima, definir la política de pago a proveedores, mantener una cartera razonablemente sana, así como minimizar el costo financiero de la deuda.

Sin embargo; considerando que los periodos de pago y de cobro son distintos, además que tienen un grado de incertidumbre, el poder predecir con mayor eficacia el nivel de crecimiento del producto editorial, permitió generar un círculo virtuoso.

Para determinar el nivel óptimo de inversión de activos en corto plazo, era preciso identificar el costo de las diferentes alternativas de políticas financieras de corto plazo. Para ello se evaluaron políticas restrictivas o flexibles.

Sin embargo, una vez establecido el modelo estadístico del producto, se aplicaron políticas restrictivas es decir mantener bajos los activos circulantes.

Ya que la política flexible, representaba mayor costo para la empresa, puesto que exigen mayores flujos de salida de efectivo e instrumentos negociables, inventarios y cuentas por cobrar. Con la política flexible

posiblemente los flujos de entrada de efectivo serían mayores en el futuro, pero era importante garantizar los compromisos de corto plazo.

Un elemento clave para implementar esta política es que no existía inventario de producto terminado, por lo que no se incurría en riesgo por faltante de producto.

Esto permitió tener un capital de trabajo mínimo, considerando el crecimiento de la demanda de los productos.

3.3 Estrategia de implantación.

Se propusieron 206 variables agrupadas en las siguientes categorías:

Concepto	Variables	%
x día	7	3%
x mes	6	3%
x equipos	25	12%
x personajes	120	58%
x temporadas	8	4%
x tipo de portadas	5	2%
x suplementos	18	9%
x importancia de partidos	6	3%
x contraportada	7	3%
Otras	4	2%
Total	206	100%

TABLA 3.3.1. Variables

Algunas estadísticas de las portadas:

Tipo de portada	Portadas	%
Futbol	173	96%
Espectáculo	4	2%
Beisbol	2	1%
Toros	1	1%
Americano	0	0%
Total	180	100%

Personaje	Portadas	%
Omar Bravo	13	7.4%
"Bofo" Bautista	11	6.2%
Oswaldo Sánchez	11	6.2%
Rafael Márquez	10	5.8%
"Kikin" Fonseca	10	5.8%
"Chelito" Delgado	9	4.9%
Cuauhtémoc Blanco	8	4.5%
Ricardo La Volpe	7	3.9%
"Guille Franco"	6	3.4%
Gonzalo Pineda	5	2.9%

Equipo	Portadas	%
Chivas	48	26.7%
Mayor	46	26.0%
América	20	11.2%
Cruz Azul	18	9.4%
Pumas	9	5.2%
Barcelona	6	3.5%
Pachuca	4	2.2%
Tigres	4	2.2%
Sub-17	3	1.8%
España	2	0.7%

TABLAS 3.3.2. Variables de portadas.

Se analizaron 37 modelos, usando las categorías anteriormente descritas, con excepción de x personajes que fue excluida.

Modelo	R	R Cuadrado	R Cuadrado corregida	Error tip. De la Estimación
1	0.956	0.914	0.862	3,268.56
2	0.956	0.914	0.863	3,253.93
3	0.956	0.914	0.864	3,239.52
4	0.956	0.914	0.866	3,225.31
5	0.956	0.914	0.867	3,211.29
6	0.956	0.914	0.868	3,197.76
7	0.956	0.914	0.869	3,184.39
8	0.956	0.914	0.87	3,171.59
9	0.956	0.914	0.871	3,158.99
10	0.956	0.914	0.872	3,146.72
11	0.956	0.914	0.873	3,135.93
12	0.956	0.913	0.874	3,125.51
13	0.956	0.913	0.875	3,115.51
14	0.956	0.913	0.875	3,105.49
15	0.956	0.913	0.876	3,096.13
16	0.955	0.913	0.877	3,087.20
17	0.955	0.913	0.877	3,080.13
18	0.955	0.912	0.787	3,072.35
19	0.955	0.912	0.879	3,064.50
20	0.955	0.912	0.879	3,058.15
21	0.955	0.911	0.88	3,051.58
22	0.955	0.911	0.88	3,045.94
23	0.954	0.911	0.88	3,041.56
24	0.954	0.91	0.881	3,038.07
25	0.954	0.91	0.881	3,035.84
26	0.953	0.909	0.881	3,035.91
27	0.953	0.908	0.881	3,035.23
28	0.952	0.907	0.881	3,040.83
29	0.952	0.907	0.881	3,034.43
30	0.952	0.906	0.881	3,033.59
31	0.951	0.905	0.881	3,039.42
32	0.95	0.905	0.88	3,043.53
33	0.95	0.903	0.88	3,051.52
34	0.949	0.902	0.879	3,060.19
35	0.949	0.901	0.879	3,065.31
36	0.949	0.9	0.878	3,074.37
37	0.948	0.898	0.877	3,086.33

TABLA 3.3.3. Resumen del modelo

Del Análisis estadístico de los 37 modelos podemos contemplar acontecimientos importantes que son claves para la implementación de nuestro modelo.

Segunda columna:

Este valor nos indica el % de relación lineal que existe entre las ventas y las variables propuestas (correlación). Aunque este se acerque a 1, no indica que estadísticamente es un modelo apropiado.

Tercera columna:

Este valor nos indica el % de variación que se puede explicar con el modelo, el cual se debe de corregir puesto que a mayor número de variables explicativas usadas, este aumenta aunque no se logre explicar mucho de la variación.

Modelo #30:

Es el de menor error para estimar las ventas, estadísticamente sus variables presentan ciertos problemas.

Modelo #37:

Este modelo, estadísticamente es óptimo aunque no tenga el menor error. Explica el 87.7% de la variación (ya corregido), con un error de 3,086 ejemplares, que al 95% de confianza se convierte en un error de +/- 6,049 ejemplares.

Una vez analizando el modelo #37 podemos observar que existen:

Problemas de Multicolinealidad.

La columna FV de la Tabla 3.3.5, muestra el valor que mide que tanta relación tiene la variable con otras variables, si es mayor a 10 se considera problemático. En este caso hay varias variables susceptibles de ser eliminadas.

Significancia probabilística

Las variables presentes en este modelo, satisfacen el criterio de que su probabilidad de ser eliminadas es inferior al 10%

Coefficientes^a

Modelo: 37

	Coefficients no estandarizados		Sig.	Correlaciones		FIV
	B	Error típ.		Orden cero	Parcial	
(Constante)	63,458.1	3,104.5	.000			
Lunes	24,963.1	1,348.9	.000	.473	.836	4.245
Martes	17,337.4	2,022.5	.000	-.194	.577	9.543
Miércoles	16,663.9	1,411.1	.000	.065	.698	4.496
Jueves	17,514.9	1,346.7	.000	.113	.731	4.231
Viernes	13,898.0	1,388.2	.000	-.123	.637	4.496
Sábado	20,025.7	1,413.4	.000	.096	.760	4.511
Día festivo	-18,329.8	1,444.1	.000	-.407	-.723	1.473
Febrero	-4,068.9	1,175.3	.001	.006	-.275	3.425
Marzo	-9,505.7	1,179.9	.000	-.326	-.553	3.746
Abril	-5,651.5	1,206.3	.000	-.135	-.360	3.815
Mayo	-11,405.5	2,693.7	.000	.145	-.330	19.022
Junio	-14,585.9	2,979.9	.000	.109	-.374	23.279
América	2,330.4	873.6	.008	.012	.215	1.423
Chivas	1,334.9	705.5	.060	-.015	.154	1.836
Cruz Azul	2,706.6	938.4	.005	-.157	.231	1.497
Monterrey	-8,211.5	2,372.3	.001	-.253	-.275	1.168
Pachuca	-4,401.1	1,756.1	.013	.156	-.202	1.266
España	-4,059.6	2,412.1	.094	-.006	-.137	1.208
Previo C.	-12,479.1	2,993.3	.000	.176	-.325	15.229
Clausura	-10,039.4	2,923.4	.001	-.273	-.273	34.856
Liguilla	5,934.0	2,667.9	.028	.101	.180	12.690
Champions	3,621.7	1,455.1	.014	.076	.201	1.289
Libertadores	-3,457.5	1,256.6	.007	-.335	-.221	7.166
Supl. Super Bowl	9,404.8	3,441.4	.007	-.035	.220	1.236
Tenis (Abierto)	8,898.6	3,499.5	.012	-.041	.205	1.278
Fan Tricolor	-6,604.0	1,772.1	.000	-.205	-.294	6.111
Supl. Mundial	7,127.1	1,487.7	.000	-.336	.367	3.385
Previo "A"	-4,613.9	1,216.9	.000	-.095	-.298	1.468
Post "A"	4,449.6	1,119.2	.000	.180	.312	1.585
Post "B"	1,420.3	764.6	.065	.041	.151	1.492
EVENTO	7,232.5	823.7	.000	.264	.587	1.480

a. Variable dependiente: Venta

TABLA 3.3.4. Análisis del Modelo # 37

Lo anterior nos lleva a lo siguiente:

Se puede estimar la venta neta en ejemplares si se conocen algunas variables. Por ejemplo, estamos en el mes de marzo, es un miércoles, hoy hay partido importante (esto se llama previo "A"), en la portada aparece América y es partido de la temporada de clausura.

Concepto	Ejemplares
Base	63,458
Miércoles	16,664
Marzo	-9,506
Previo "A"	-4,614
Clausura	-10,039
América	2,330
Total	58,293

TABLA 3.3.5. Estimación venta neta

Con el error del modelo, nuestro estimado puede encontrarse entre los 52,244 y 64,342 ejemplares con 5% de error.

El modelo nos da un estimado, de a cuanto puede ascender la venta, sin embargo; no captura toda la variabilidad (explica el 87.7%), por lo que el modelo es susceptible de mejora, (más de 95% hace al modelo muy confiable).

Se pueden observar ciertas irregularidades en los resultados, lo que significa que algunas de las variables propuestas no capturan correctamente la información y existen otras variables por considerar.

Por lo tanto se necesitan incorporar otras variables en el modelo que capturen la variabilidad faltante. Estas variables, son los personajes y las noticias muy particulares entorno a estos, por lo que se procedió a incorporar estas variables.

Se propusieron nuevas categorizaciones para las variables explicativas:

Concepto	Variable	Nota
x día	7	Una por cada día de la semana.
x mes	6	Una por cada mes, del periodo de análisis.
x equipos	25	25 equipos relacionados al personaje en portada se consideraron.
x personajes	120	
x temporadas	8	Las temporadas de acuerdo al calendario, por ejemplo, Clausura, Libertadores, Mundial, etc.
x tipo de portadas	5	De fútbol, Béisbol, Espectáculo, etc.
x suplementos	18	
x importancia de partidos	6	Los partidos se clasificaron según su importancia A, B o C, y de acuerdo al día del partido (PRE), el día siguiente (POST).
x contraportada	7	
Tipo de Evento	3	Dependiendo del impacto de la portada, puede ser con evento importante, evento menor o evento decepcionante.
Otras	2	
Total	207	

TABLA 3.3.6. Nuevas variables explicativas.

Después de analizar 72 modelos, se consigue un modelo que explica el 96.7% de la variación, lo que lo hace un buen modelo (una mejora considerable respecto al anterior), con un error de 1,602 ejemplares, que se convierten en +/- 3,139 ejemplares al 95% de confianza.

El modelo presenta muchas variables únicas que deben ser eliminadas del análisis, ya que no se volverán a repetir por pertenecer a situaciones muy particulares, por ejemplo, la portada donde salieron Adrián Uribe y Arath de la Torre.

Al eliminar algunas variables del modelo que resultan muy específicas, se pierde calidad de ajuste, pero se gana generalidad.

Finalmente se termina el análisis preliminar modificando los siguientes criterios y realizando un último análisis de regresión.

Temporada.

Las temporadas estaban definidas por tiempo calendario, lo que estaba provocando multicolinealidad en el análisis. Se modificó este criterio, clasificando cada portada de acuerdo a la noticia que contuviera, si pertenece al torneo de clausura al mundial, la libertadores, etc.

Tipo de partido.

Los partidos a los que hace referencia la portada se clasificaron de acuerdo a su importancia en A, B o C, esta clasificación se debe en parte a la importancia de los equipos que contienden, y en parte a la expectación que genera el partido. Se encontró que las categorías relevantes son A y B, ya que un C no merece portada (la venta se reduce) por lo que se ajustó la clasificación.

Eventos.

Algunas de las portadas, presentan eventos, es decir, noticias relacionadas a un hecho en particular que generan cierto impacto en las ventas. Después de probar varios modelos se encontró que lo mejor es separarlos eventos en dos categorías, los eventos buenos y los eventos malos, los que a su vez se subdividen. Para los buenos hay tres posibilidades: noticias de impacto, noticia importante y noticia menor. Para los malos tenemos, noticias de relleno, decepción (partido importante perdido por equipo importante) y mala portada.

Las variables encontradas, así como las experiencias recabadas en este análisis preliminar, son llevadas para estudiar el período 2005-2006, y esto genera las estimaciones completas de las variables incidentes de portada. Con los datos históricos, al aplicar el modelo lo que se observa es que el máximo error se situó en 3,829 ejemplares.

Conclusiones y recomendaciones

Hoy en día con la integración de nuevas tecnologías y metodologías orientadas a servicios al cliente final, se requieren de procesos de negocios que adapten a las nuevas necesidades a nuestros consumidores (clientes internos y/o externos), ya que el no satisfacer sus necesidades nos pueden llevar a perder mercado y oportunidades de negocio.

Es ahí donde tenemos la oportunidad ante la alta dirección de que el realizar un proyecto estadístico con metodología enfocada en la optimización del negocio pueden obtener mayores beneficios, el hecho de contar con un inventario de ventas en el cual tengamos la oportunidad de mejorarlas con la implantación de un modelo estadístico, para buscar la efectividad y eficiencia en cada uno de los procesos nos llevaran a obtener mejores resultados en beneficio de la producción del periódico deportivo.

Este proyecto cumple con el objetivo de desarrollar un modelo estadístico que apoyara al administrador del periódico deportivo en la toma de decisiones operativas respecto a las portadas, así como los apartados del periódico, mediante el uso de nuestro modelo estadístico.

Para poder cumplir con el objetivo fue necesario realizar un análisis de portadas del 2006 al 2007 del periódico deportivo determinándose que:⁵

⁵ Primero se debe tomar en cuenta que representan promedios del periodo analizado y de las variables propuestas como explicativas.

Efecto por día	
Lunes	24,560
Martes	19,294
Miércoles	21,654
Jueves	23,731
Viernes	19,293
Sábado	25,473
Días Festivos	-21,834

TABLA 4.1.1. Efecto por día.

- ¿Lunes vende menos que el sábado? La respuesta es no y sí. En términos globales, sabemos que la mejor venta de periódico ocurre el lunes, pero en términos marginales, lo que estamos observando es el aislamiento de los días de la semana, los sábados venden “solitos” más que los lunes.

Dentro del lunes se combinan otros eventos que no acontecen el sábado. Por ejemplo, los lunes siempre traen resultados de partidos importantes, los sábados no; los lunes generalmente hay noticias relevantes de la jornada, los sábados son noticias previas a partidos (poco relevantes), etc.

- Un día festivo, como el 5 de febrero, jueves santo, viernes santo o 1 de mayo representan una caída en la venta del día. Por ejemplo el primero de Mayo fue lunes, el efecto de ese día fue:

-

$$24,435.4 - 23,904.1 = 531 \text{ ejemplares}$$

- En los meses se observa el efecto “U” del periodo analizado de enero a junio. Marzo fue el mes en que peor estuvo el torneo, el comienzo que fue en enero, fue de lo mejor del periodo.

El análisis de venta se hizo por personajes, y no por equipos, solo en los casos de los personajes que participaron en el mundial se usó la variable equipos, del análisis solo dos equipos son relevantes Cruz Azul y Barcelona.

- Es importante notar, que Rafa Márquez fue portada en varias ocasiones, por dos cosas por su actuación en la Champions y por el Barcelona. Este efecto (ejemplares negativos) se interpreta como: Rafa vendió más en portadas con la selección que en portadas con el Barcelona.
- Son mejores las portadas de los resultados de los partidos, que de los “pre” de los partidos, es mejor poner a equipos tipo “A” como **América, Chivas, Pumas y Cruz Azul**, que a cualquier otro equipo.

Efecto por Tipo de Partido	
Post "A"	6,890
Previo "B"	-1,292
Post "B"	2,349

TABLA 4.1.2. Efecto por tipo de partido.

- Las portadas de equipos menores, previas a un partido reducen la venta.
- Cuando no se hace portada doble se genera 5,357 ejemplares, si la contraportada trae un reportaje 2,309, total de 7,666 ejemplares. El poner portada doble por lo general implica que traemos una noticia importante, es decir, 5,863 + 5,402, total de 11,265, lo que son cerca de 4000 ejemplares de diferencia respecto a una portada simple, pero si la doble portada hubiera sido interna, eso nos resta 5,863 ejemplares.
- Se encontró que la sensibilidad de venta respecto al paginado tiene su máximo en 120 páginas, a partir de ahí el paginado ya no tiene influencia.
- El paginado captura dos efectos de forma indirecta. Uno, mayor paginado porque hay noticias importantes; otro, porque hay un suplemento.

Así es posible determinar las variables que son convenientes usar en una portada, el tamaño óptimo de producción y se determina un inventario de seguridad para evitar incurrir en devoluciones o sobrantes de nuestro producto.

De este modo, se cuenta con una herramienta técnica, análisis estadístico, que permite determinar una política de inventarios y un buen proceso editorial, utilizable en la empresa a la que se refiere este trabajo y en otras con características similares, independientemente del sector económico en el que se desempeñen.

Es así como se cumplen los objetivos determinados en este proyecto, aplicando técnicas estadísticas y de investigación de operaciones en un sector de importante relevancia en términos de producción.

Bibliografía

- Abraham, P. M. (s.f.). *Elementos básicos de administración financiera*. 10ª. (ed).
- Bock, R. H. (1980). *Planeación y Control de la Producción*. México: Limusa.
- Bu, C. (1994). *Análisis y evaluación de proyectos de inversión*. 2ª (ed). . México: Limusa.
- C., C. K. (1997). *Principios de Macroeconomía*. 4ª (ed). . México: Prentice hall, Pearson Educación y Addison Wesley.
- Catherine, M. C. (2006). *Las nuevas finanzas en México*. 11ª (ed). México: Milenio.
- Chatfield, C. &. (1998). *Journal of the Royal Statistical Society*. E.U.A: Prentice Hall.
- Dornbusch Rudiger, F. S. (2002). *Macroeconomía*. 8ª (ed). . España: Mc Graw Hill.
- Gallagher Timothy J., J. D. (2001). *Administración financiera*. 2ª (ed). . Colombia: Prentice Hall.
- Guadalupe, O. S. (2005). *Administración financiera*. 1era (ed). México: Mc Graw Hill.
- H., W. R. (1986). *Probabilidad y estadística para ingenieros*. 3ª. (ed). . México: Interamericana.
- Hadley, G. .. (1963). *Analysis of inventory systems* . USA: Prentice-Hall.
- Jack, B. (2003). *Financial management and real options*. 1era edición. . England: Wiley.
- Jeffrey, L. N. (2005). *Definición y Análisis de un Proceso de Negocio*. Panorama.
- Mazón Fernando, O. F. (2003). *Finanzas: De la planificación a largo a la gestión diaria de la tesorería*. 1era edición. . España: Liberdúplex.
- Myers, B. . (2003). *Principios de Finanzas Corporativas*. 7ª (ed). España: McGraw –Hill.
- Rosas, J. C. (8 de Agosto de 2013). *Asamblea Legislativa de Distrito Federal*. Recuperado el 14 de Mayo de 2015, de <http://www.aldf.gob.mx/archivo-7e4c2bbebb447407c00b3178a46c020d.pdf>
- Samuelson Paul A., N. W. (1996). *Economía*. 15ª (ed). . España: Mc Graw Hill.

Sergio, M. F. (2002). *La administración financiera de los activos y pasivos a largo plazo. El capital y los resultados. 2ª (ed)*. . México: CECSA.

A.Anexo: Análisis de portadas México.

(Enero -Septiembre 2006)

Fecha	Mes	Día	Edición	Titular
02-ene-06	1	lunes	1328	PINEDA, YA...Y SUENA LUIS PÉREZ
03-ene-06	1	martes	1329	EL TERCERO
04-ene-06	1	miércoles	1330	BATEA A HANS
05-ene-06	1	jueves	1331	GOLES, EMOCIÓN Y FUTBOL...SÍ HAY
06-ene-06	1	viernes	1332	EN EL NO AL "TEMO" ALGO HUELE FEO
07-ene-06	1	sábado	1333	NO LLORES POR MÉXICO GUILLE
08-ene-06	1	domingo	1334	LOGRA CHIVAS UN EMPATE...PENOSO
09-ene-06	1	lunes	1335	A PRIMERA
10-ene-06	1	martes	1336	NECAXA Y CHIVAS, POR EL PASE. ÉNTRALE
11-ene-06	1	miércoles	1337	OBTIENE CHIVAS UN PASE DE LOCURA
12-ene-06	1	jueves	1338	EL GOL DE OMAR VALIÓ...UN MILLÓN N
13-ene-06	1	viernes	1339	¿SEIS MENOS?
14-ene-06	1	sábado	1340	LOS NATURALIZADOS SON...ACEPTADOS
15-ene-06	1	domingo	1341	DUELO FINAL
16-ene-06	1	lunes	1342	¡TODO LISTO!
17-ene-06	1	martes	1343	LES URGE
18-ene-06	1	miércoles	1344	LO HACEN ÁGUILA...A LA BRAVA
19-ene-06	1	jueves	1345	EN LA MIRA
20-ene-06	1	viernes	1346	SERÁ UNA PELEA CON CLASE
21-ene-06	1	sábado	1347	HAMBRE DE FUTBOL
22-ene-06	1	domingo	1348	COSTÓ SANGRE
23-ene-06	1	lunes	1349	SÍ SERVÍA
24-ene-06	1	martes	1350	DEFIENDE TUS COLORES
25-ene-06	1	miércoles	1351	ARRANCA, CHIVAS VUELA HACIA LA LIBERTADORES
26-ene-06	1	jueves	1352	ES POR AHÍ
27-ene-06	1	viernes	1353	¡BASTA!
28-ene-06	1	sábado	1354	"VEN GATITO"
29-ene-06	1	domingo	1355	PARA PUMAS, GANAR EN EL JALISCO ES...IMPOSIBLE
30-ene-06	1	lunes	1356	DE MILAGRO
31-ene-06	1	martes	1357	REMÁTALOS
01-feb-06	2	miércoles	1358	AMOR ETERNO

Fecha	Mes	Día	Edición	Titular
02-feb-06	2	jueves	1359	NI "KIKIN" NI MARIONI, LA NOCHE FUE DE..."CHAMAGOL"
03-feb-06	2	viernes	1360	INFAME
04-feb-06	2	sábado	1361	DESPIERTA...ES HORA DE ATACAR
05-feb-06	2	domingo	1362	SE SALVA
06-feb-06	2	lunes	1363	YA ERA HORA
07-feb-06	2	martes	1364	WESTERHOF IGNORADO
08-feb-06	2	miércoles	1365	QUE SEA UNA COPA MEXICANA
09-feb-06	2	jueves	1366	¡GRACIAS! SALVASTE EL DIA PARA MÉXICO
10-feb-06	2	viernes	1367	REGRESIÓN. ¿QUÉ LES PASÓ?
11-feb-06	2	sábado	1368	PELIGRO. TUZOS DESATADOS
12-feb-06	2	domingo	1369	A FALTA DE BUEN FUTBOL, HOY EL... VÉRTIGO LO PONE U2
13-feb-06	2	lunes	1370	BELTRÁN LEVANTA LA MANO
14-feb-06	2	martes	1371	"JOSERRA"... MANOLO TE SALUDA
15-feb-06	2	miércoles	1372	HOY MÉXICO SE PRENDE
16-feb-06	2	jueves	1373	U2 APUESTA POR MÉXICO GIGANTE
17-feb-06	2	viernes	1374	JAMÁS VOLVERÁ A SUCEDER
18-feb-06	2	sábado	1375	PELEEN PARA LEVANTAR LA LIGA
19-feb-06	2	domingo	1376	VENCE EL AZUL CON LO...JUSTO
20-feb-06	2	lunes	1377	GANÓ AMÉRICA Y SI, DAVINO... ANOTÓ
21-feb-06	2	martes	1378	AL MUNDIAL... POR MAMÁ
22-feb-06	2	miércoles	1379	FIEBRE DE GOLAZOS
23-feb-06	2	jueves	1380	RAFA ENORME
24-feb-06	2	viernes	1381	DE RISA O MUERTE
25-feb-06	2	sábado	1382	AFINAN PARA EL CLÁSICO
26-feb-06	2	domingo	1383	EL JALISCO RECIBE A ESTE PAR DE GIGANTES
27-feb-06	2	lunes	1384	CON ESO
28-feb-06	2	martes	1385	"NOS ORDENARON DEFENDER"
01-mar-06	3	miércoles	1386	FUERA MÁSCARAS
02-mar-06	3	jueves	1387	EL BUEN FUTBOL DEL TRI REGRESÓ
03-mar-06	3	viernes	1388	HAY PODER
04-mar-06	3	sábado	1389	400 JUEGOS VOLANDO
05-mar-06	3	domingo	1390	ILUSIONA
06-mar-06	3	lunes	1391	LAPUENTE, "TEMO" Y "PIOJO" ESTÁN...DE VUELTA
07-mar-06	3	martes	1392	OMAR... ACÁBALOS
08-mar-06	3	miércoles	1393	QUE BUENO TENERTE
09-mar-06	3	jueves	1394	¡BASTA!
10-mar-06	3	viernes	1395	TIGRES SÍ RESPONDIO Y YA ES ¡LIDER!
11-mar-06	3	sábado	1396	DE MODA
12-mar-06	3	domingo	1397	HOY EL AFICIONADO ESTÁ CON...MÉXICO
13-mar-06	3	lunes	1398	PUMAS GANA PERO NO LEVANTA ¿Y MARIONI?
14-mar-06	3	martes	1399	LA LIGA ESTÁ ENFERMA
15-mar-06	3	miércoles	1400	LEVANTEN ESTA LIGA
16-mar-06	3	jueves	1401	VES MIZRAHI, TU EQUIPO ES...POTENTE
17-mar-06	3	viernes	1402	DE VIDA... O MUERTE
18-mar-06	3	sábado	1403	¿?
19-mar-06	3	domingo	1404	VIVEN DÍA DE TRIUNFO Y FURIA
20-mar-06	3	lunes	1405	NO PIENSE MAL, ESO NO SUCEDE EN EL FUTBOL
21-mar-06	3	martes	1406	¡HARTO! LILLIO PIENSA RENUNCIAR
22-mar-06	3	miércoles	1407	TRIBUTO A LA FIEL AFICIÓN
23-mar-06	3	jueves	1408	BUENA MANO
24-mar-06	3	viernes	1409	PARECE JUEGO
25-mar-06	3	sábado	1410	ESTA TARDE NO SE ESPECULA, VA POR TI
26-mar-06	3	domingo	1411	SÁBADO DE EUFORIA PARA EL FUTBOL MEXICANO
27-mar-06	3	lunes	1412	¡BRAVO!
28-mar-06	3	martes	1413	"TEMO" LE HACE "FUCHI" A ESTE AMÉRICA
29-mar-06	3	miércoles	1414	EL TRI QUIERE TU ATENCIÓN, MÍRALO
30-mar-06	3	jueves	1415	OMAR, TU SI VAS, SONRÍE
31-mar-06	3	viernes	1416	MÉXICO VOLVERA...¡A VIBRAR!
01-abr-06	4	sábado	1417	MIGUEL ADIÓS
02-abr-06	4	domingo	1418	ESTÁN LISTOS
03-abr-06	4	lunes	1419	"TEMO NO...Y "CHIQUIS" SI

Fecha	Mes	Día	Edición	Titular
04-abr-06	4	martes	1420	"INJUSTO"
05-abr-06	4	miércoles	1421	JUEGUEN BONITO
06-abr-06	4	jueves	1422	EL REBAÑO LOGRÓ UN TRIUNFO SAGRADO
07-abr-06	4	viernes	1423	"LE HARÉ DUDAR"
08-abr-06	4	sábado	1424	SE REVELA ...Y TAMBIÉN SE REBELA
09-abr-06	4	domingo	1425	"AHÍ VAN"
10-abr-06	4	lunes	1426	A TIEMPO
11-abr-06	4	martes	1427	¿SEXO EN EL MUNDIAL? LUZ VERDE
12-abr-06	4	miércoles	1428	¡SE VA!
13-abr-06	4	jueves	1429	EL MUNDIAL ESTÁ EN LA MIRA...CAPTÚRALO
14-abr-06	4	viernes	1430	CORRIDO. NAVIA, FUERA DE RAYADOS
15-abr-06	4	sábado	1431	QUE SEA UN CLÁSICO...GLORIOSO
16-abr-06	4	domingo	1432	SIN PIEDAD
17-abr-06	4	lunes	1433	HIJO PREFERIDO
18-abr-06	4	martes	1434	NO VOTAR, UN PROBLEMA...¡DE PELOS!
19-abr-06	4	miércoles	1435	¡CAOS!
20-abr-06	4	jueves	1436	SÍ VA AL MUNDIAL (PERO AL DE CLUBES)
21-abr-06	4	viernes	1437	UNA BUENA Y UNA MALA
22-abr-06	4	sábado	1438	SI QUIERES SEGUIR VIVO...PELEA
23-abr-06	4	domingo	1439	¡ADENTRO!
24-abr-06	4	lunes	1440	ESTÁ VIVO
25-abr-06	4	martes	1441	SE VE IMPOSIBLE
26-abr-06	4	miércoles	1442	ENCARA CON EL CORAZÓN
27-abr-06	4	jueves	1443	ESTOS CHAVOS JUGARON...A LO GRANDE
28-abr-06	4	viernes	1444	VENGAN MÁS MEXICANOS
29-abr-06	4	sábado	1445	EL FINAL ESTÁ QUE ARDE
30-abr-06	4	domingo	1446	LA MÁQUINA PROMETE
01-may-06	5	lunes	1447	EL FRACASO DEL AMÉRICA EVITA EL DE CHIVAS
02-may-06	5	martes	1448	63 MILLONES POR LA COPA. PRIMA DE ORO
03-may-06	5	miércoles	1449	ECHENLE CONEJO
04-may-06	5	jueves	1450	¡ES REAL!
05-may-06	5	viernes	1451	A LA BASURA
06-may-06	5	sábado	1452	ESTE TRI AÚN ESTÁ... DURO
07-may-06	5	domingo	1453	LA MÁQUINA YA NO SOPLA
08-may-06	5	lunes	1454	CHIVAS, CIEN VECES... ¡HEROICO!
09-may-06	5	martes	1455	VA POR TODO
10-may-06	5	miércoles	1456	AL AIRE
11-may-06	5	jueves	1457	EL SUEÑO DE UN NUEVO COLCHONERO
12-may-06	5	viernes	1458	REFUERZO RÉCORD
13-may-06	5	sábado	1459	EL TRI DIJO AYER... ADIÓS
14-may-06	5	domingo	1460	POR OTRA HAZAÑA
15-may-06	5	lunes	1461	TUZOS Y CHIVAS DIERON UN... ¡JUEGAZO!
16-may-06	5	martes	1462	FLACO' TENA SE PONE... ÁGUILA
17-may-06	5	miércoles	1463	VA RAFA POR LA CHAMPIONS Y... VA POR TI
18-may-06	5	jueves	1464	LLEGARÁ AL MUNDIAL HECHO UN... "GIGANTE"
19-may-06	5	viernes	1465	"ME OBLIGARON A JUGAR LESIONADO"
20-may-06	5	sábado	1466	TRICOLORS... VUELEN MUY ALTO
21-may-06	5	domingo	1467	SE FUERON BENDECIDOS
22-may-06	5	lunes	1468	EL TRI LLEGÓ A EUROPA PREPÁRATE
23-may-06	5	martes	1469	VUELVE 'TUCA' A PUMAS
24-may-06	5	miércoles	1470	PACHUCA EXPLOTA; FUE UNA... "BAJEZA"
25-may-06	5	jueves	1471	EL TRICOLOR PREPARA SU... PLAN FRANCÉS
26-may-06	5	viernes	1472	LUCIRÁ EL TRI SU... REAL FUERZA
27-may-06	5	sábado	1473	SIMULACRO EN FRANCIA
28-may-06	5	domingo	1474	EL TRI ESTÁ LENTO Y NERVIOSO; LA VOLPE: SUÉLTALOS
29-may-06	5	lunes	1475	¡QUE CARA!
30-may-06	5	martes	1476	ESTALLA
31-may-06	5	miércoles	1477	SE PUSO BRAVO
01-jun-06	6	jueves	1478	ES HORA

Fecha	Mes	Día	Edición	Titular
02-jun-06	6	viernes	1479	PESE A TODO, LA VOLPE..."CONFÍA"
03-jun-06	6	sábado	1480	LOS ADORAN
04-jun-06	6	domingo	1481	"ESTOY LISTO"
05-jun-06	6	lunes	1482	CONTRA EL TIEMPO
06-jun-06	6	martes	1483	"TENGAN FE"
07-jun-06	6	miércoles	1484	"LES VAMOS A GANAR"
08-jun-06	6	jueves	1485	TODOS CONTIGO
09-jun-06	6	viernes	1486	VA POR ÉL
10-jun-06	6	sábado	1487	"VOY A JUGAR"
11-jun-06	6	domingo	1488	POR DON FELIPE, POR OSWALDO, POR EL TRICOLOR, POR...
12-jun-06	6	lunes	1489	GÓZALO
13-jun-06	6	martes	1490	"SUFRIRÁN PARA GANARNOS"
14-jun-06	6	miércoles	1491	¿Y LA MAGIA?
15-jun-06	6	jueves	1492	RÁPIDO Y...FURIOSO
16-jun-06	6	viernes	1493	EL TRI YA OLFATEÓ SU PRESA
17-jun-06	6	sábado	1494	LEVÁNTATE
18-jun-06	6	domingo	1495	¿PORTUGAL? MÉXICO ES MEJOR
19-jun-06	6	lunes	1496	VALIENTE. OSWALDO PIDE EXIGENCIA A LA AFICIÓN
20-jun-06	6	martes	1497	TORO BRAVO
21-jun-06	6	miércoles	1498	MÉXICO CUMPLE A TU AFICIÓN
22-jun-06	6	jueves	1499	JUGANDO ASÍ, NECESITAMOS...UN MILAGRO
23-jun-06	6	viernes	1500	MÉXICO LO APOYA
24-jun-06	6	sábado	1501	PÓNGAN FE, CORAZÓN, PASIÓN, HUMILDAD, VALOR, DIGNI
25-jun-06	6	domingo	1502	ADIÓS AL MUNDIAL, A LOS CUARTOS, AL MILAGRO, A LA V
26-jun-06	6	lunes	1503	ASUME EL RETO 2010
27-jun-06	6	martes	1504	VUELVE Y... SE VA
28-jun-06	6	miércoles	1505	100 MILLONES
29-jun-06	6	jueves	1506	ES EL ARSENAL
30-jun-06	6	viernes	1507	VA AL STUTTGART
01-jul-06	7	sábado	1508	UNO MÁS
02-jul-06	7	domingo	1509	HOY, DE CUALQUIER FORMA, TÚ GANAS. POR MÉXICO, VOT
03-jul-06	7	lunes	1510	GANAN... LA DEMOCRACIA
04-jul-06	7	martes	1511	BUSCA IR A PENALES
05-jul-06	7	miércoles	1512	VIVA L' ITALIA
06-jul-06	7	jueves	1513	EL JUEGO DEL SIGLO
07-jul-06	7	viernes	1514	LA FMF HUELE MAL
08-jul-06	7	sábado	1515	LA RECAÍDA DEL "TEMO". OTRA MALA
09-jul-06	7	domingo	1516	Y AHORA... LA FINAL
10-jul-06	7	lunes	1517	¡TETRA!
11-jul-06	7	martes	1518	¡INVASION!
12-jul-06	7	miércoles	1519	DI QUE SÍ
13-jul-06	7	jueves	1520	CAÍMOS AL 18
14-jul-06	7	viernes	1521	RICARDO LA VOLPE REGRESÓ
15-jul-06	7	sábado	1522	"VOY A TRIUNFAR"
16-jul-06	7	domingo	1523	EN MANOS DE LOS DUEÑOS
17-jul-06	7	lunes	1524	ENEMIGO PÚBLICO DE LOS ARGENTINOS
18-jul-06	7	martes	1525	BUSCA CHAMBA
19-jul-06	7	miércoles	1526	SU META: EL TRI
20-jul-06	7	jueves	1527	CON SED DE VENGANZA
21-jul-06	7	viernes	1528	CHIVAS ESTÁ ENTRE LOS GRANDES
22-jul-06	7	sábado	1529	YA SE VIERON
23-jul-06	7	domingo	1530	QUE BRILLE MÁS
24-jul-06	7	lunes	1531	EL BARCA CONVOCA A GIOVANI...A PRIMERA
25-jul-06	7	martes	1532	BARCA TRATA A GIOVANI...COMO CRACK
26-jul-06	7	miércoles	1533	¡AL ABORDAJE!
27-jul-06	7	jueves	1534	¡LÚCETE!
28-jul-06	7	viernes	1535	ES TODO UN ÁGUILA
29-jul-06	7	sábado	1536	FANTÁSTICO
30-jul-06	7	domingo	1537	NO DAN UNA
31-jul-06	7	lunes	1538	ESTOS PUMAS... PROMETEN
01-ago-06	8	martes	1539	SE VA DEL TRI
02-ago-06	8	miércoles	1540	HOY, EN SAO PAULO ES... A MUERTE
03-ago-06	8	jueves	1541	VER AL BARCA, A RAFA Y A GIOVANI... UN DELEITE
04-ago-06	8	viernes	1542	BARCELONA HIZO DE TIGRES UNA ¡MACHACA!
05-ago-06	8	sábado	1543	¡AL ATAQUE!
06-ago-06	8	domingo	1544	EN MARCHA
07-ago-06	8	lunes	1545	EMBISTEN
08-ago-06	8	martes	1546	JARED NO QUIERE, PERO...LO MANDAN A ARABIA
09-ago-06	8	miércoles	1547	HORA DE SER...TEMIBLES

Fecha	Mes	Día	Edición	Titular
10-ago-06	8	jueves	1548	AMÉRICA LE DIO UN SUSTO AL BARCA DE RAFA
11-ago-06	8	viernes	1549	BIEN AFINADO
12-ago-06	8	sábado	1550	AZULES Y POTROS QUIEREN "PELEA"...MÍRALOS
13-ago-06	8	domingo	1551	"CHELITO" ERES...UN GENIO
14-ago-06	8	lunes	1552	10 AÑOS NO SON NADA
15-ago-06	8	martes	1553	VUELVE LA ALEGRÍA
16-ago-06	8	miércoles	1554	¡DESPEGÓ!
17-ago-06	8	jueves	1555	¿QUÉ TAPAS?
18-ago-06	8	viernes	1556	SEPARAN A OMAR
19-ago-06	8	sábado	1557	SÁBADO DE PELOS
20-ago-06	8	domingo	1558	GUARDADO TIENE TALENTO, METE GOLAZOS Y LO MEJOR...E
21-ago-06	8	lunes	1559	QUÉ SUERTE LA DE CHIVAS Y DEL "OJITOS"
22-ago-06	8	martes	1560	CASTIGAN A...¿QUIÉN?
23-ago-06	8	miércoles	1561	YA TIENE CHAMBA
24-ago-06	8	jueves	1562	HABRÁ PERDÓN
25-ago-06	8	viernes	1563	SOMOS MEJORES
26-ago-06	8	sábado	1564	YA LLOVIÓ. SON 6 AÑOS SIN VENCER A CHIVAS EN EL JALI!
27-ago-06	8	domingo	1565	NO ES UNA MÁQUINA, ES UN...EXPRESO
28-ago-06	8	lunes	1566	SALVADOR
29-ago-06	8	martes	1567	EL RETO DE SABAH ES...SUPERAR AL "KIKÍN"
30-ago-06	8	miércoles	1568	SONRÍE. HAY 8 JUEGOS
31-ago-06	8	jueves	1569	QUÉ QUEMÓN
01-sep-06	9	viernes	1570	CONFIDENCIAL
02-sep-06	9	sábado	1571	¿HARTO DE POLÍTICA? ÉNTRALE AL FUTBOL
03-sep-06	9	domingo	1572	FUE UN EMPATE QUE TERMINÓ...CALIENTE
04-sep-06	9	lunes	1573	ESE ESTILO ULTRADEFENSIVO...¡FUERA!
05-sep-06	9	martes	1574	LEBRIJA DEFIENDE AL "TOLO"; A TI, ESE ESTILO...¿TE GUST
06-sep-06	9	miércoles	1575	CALDERÓN, UN PRESIDENTE MONARCA
07-sep-06	9	jueves	1576	FIN DE UNA ERA
08-sep-06	9	viernes	1577	POR EL 300
09-sep-06	9	sábado	1578	ELLOS ESTÁN LISTOS
10-sep-06	9	domingo	1579	ENORME
11-sep-06	9	lunes	1580	NO TE VAYAS
12-sep-06	9	martes	1581	ACEPTA EL RETO
13-sep-06	9	miércoles	1582	ALÉGRATE
14-sep-06	9	jueves	1583	¡QUÉ NOCHE!
15-sep-06	9	viernes	1584	HISTÓRICO GRITO
16-sep-06	9	sábado	1585	PREGÚNTALE A...TU PAPÁ
17-sep-06	9	domingo	1586	INFERNAL
18-sep-06	9	lunes	1587	¿QUÉ PIENSAN HACER?
19-sep-06	9	martes	1588	"NO HAY ORDEN"
20-sep-06	9	miércoles	1589	REYES DE LA NOCHE
21-sep-06	9	jueves	1590	FEROZ. JUEGAZO Y VICTORIA ROJA
22-sep-06	9	viernes	1591	"EL QUE ESTÉ LIBRE DE PECADO..."
23-sep-06	9	sábado	1592	EN SUS MANOS
24-sep-06	9	domingo	1593	LE DEBE LA VIDA MIZRAHI A SABAH
25-sep-06	9	lunes	1594	LLEGA AL NECAXA; PIENSA EN EL TRI
26-sep-06	9	martes	1595	ASEGURA LAPUENTE "A CHIVAS LE GANAMOS Y FÁCIL"
27-sep-06	9	miércoles	1596	APUESTA EN MARCHA
28-sep-06	9	jueves	1597	DE CACERÍA
29-sep-06	9	viernes	1598	DE LA GREÑA
30-sep-06	9	sábado	1599	TE VAN A PONER EN TU LUGAR

Elemento	Concepto	Detalle
Tiempo	Días	Lunes Martes Miércoles Jueves Viernes Sábado Domingo Día festivo
	Mes	Enero Febrero Marzo Abril Mayo Junio Julio Agosto Septiembre
Elemento	Concepto	Detalle
Equipos	Nacionales	América Chivas Cruz Azul Pumas Necaxa Veracruz Tigres Monterrey Pachuca San Luis Dorados Atlas Atlante Toluca Tecos Jaguars Morelia Santos Otros
	Selección Mexicana	Sub-17 Sub-20 Mayor
	Internacionales	Villarreal Atlético de Madrid Barcelona Benfca Boca Juniors Sao Paulo Vélez Real Madrid Osasuna Celta Bolton
	Mundial	Brasil España Irán Italia Alemania Argentina USA
	Beisbol Americano Futbolista	Selección Mex. Super Bowl Gonzálo Pineda Sergio Santana

Elemento	Concepto	Detalle
Personaje		Paco Palencia "Bofo" Bautista Omar Bravo Diego Martínez Oswaldo Sánchez Ramón Morales Alberto Medina "Maza" Rodríguez Juan Pablo Rodríguez Edwin Borboa Carlos Salcido Rafael Medina Juan Pablo Alfaro Jesús Corona Flavio Davino Grupal Chivas Grupal América Grupal Cruz Azul Grupal Sub-17 Grupal Selección Rafael Márquez Cuauhtémoc Blanco Kléber Duilio Davino "Piojo" López Aarón Padilla Pável Pardo Guillermo Ochoa Vuoso Cabañas Cuevas "More" Mosqueda "Guille Franco" Carlos Vela Giovani Dos Santos Mario Pérez Luis Pérez Walter Gaitán Jaime Lozano Cristian Nasuti Sinha Joel Sánchez John Restrepo "Chelito" Delgado "Kikín" Fonseca "Conejo" Pérez Miguel Sabah G. Pereyra Aarón Galindo Carmona "Chamagol" F. Vilar Hernán Cristante Vicente Sánchez Felipe Baloy Cardozo Paulo Da Silva Reinaldo Navia Julio César Santos Sixto Peralta Richard Núñez Aquivaldo Mosquera Joaquín Beltrán Bruno Marioni "Parejita" López Antonio Sancho Leandro Augusto Claudio Suárez Gerardo Galindo Diego Alonso Botero Ailton Cardetti Antonio DeNigris Gerardo Torrado "Chiquis" García Andrés Guardado Jared Borgetti Ricardo Osorio

Elemento	Concepto	Detalle
Personaje	D.T.	Miguel Zepéda Hans Westerhof Miguel España David Beckham Animación Manuel La Puente Luis F. Tena Raúl Arias Lillio "Chepo" de la Torre "Tuca" Ferretti Miguel Herrera José Luis Trejo Américo Gallego Isaac Mizrahi Rubén Omar Romano Javier Aguirre Ricardo La Volpe Xabier Azkargorta Jesús Ramírez Hugo Sánchez
	Directivo	Jorge Vergara Jesús Martínez Guillermo Álvarez Néstor de la Torre Alberto de la Torre Marco A. Rodríguez Ana Guevara
	Beisbolista	Jorge Cantú Estéban Loaiza
	Artista	Bono. U2 Arath de la Torre Adrián Uribe José Ramón Fernández Rey Mysterio
	Político	Calderón AMLO Madrazo
	Cómico	
	Otros	

Elemento	Concepto	Detalle
Temporada	Torneos mexicanos Copas Internacionales Amistosos Noticias Mundial	Contrataciones Clausura Pretemporada Apertura Interliga Liguilla Champions Libertadores Concacaf Otras Ligas Mundial Amistosos Pre-Mundial
Elemento	Concepto	Detalle
Tipo de Portada	Deportivo Política Espectáculo	Futbol Beisbol Toros Luchas
Elemento	Concepto	Detalle
Suplementos	Circo Imágenes Motor Hombre Náscar Golf Supl. Super Bowl Tenis (Abierto) Especial Barcelona Informe Presidencial NFL Kickoff 06 Peugeot 307 Especial Clásico Fan Tricolor Fan Pumas Fan Cruz Azul Fan Chivas Fan América Supl. Mundial Martes de opinión	Martes de opinión

Elemento	Concepto	Detalle
Tipo de partido	Previo "A" Post "A" Previo "B" Post "B"	
Contraportada	Detrás del deporte Chicas Modelos Publicidad Columnas Reportaje Doble Portada Portada Interna	Deporte Interna
Evento	Bueno Malo	Noticia Buena Noticia importante Menor Relleno Decepción Mala portada Negativa
Portada Única		Atractiva Normal Paginado Pag Aj Portada Simple Contador Venta
A.Estadístico		Comentario. Evento Comentario. Portada Única Descripción de Negativo

B.Anexo: Análisis cuantitativo

(Portadas Enero -Septiembre 2006)

Fecha	Mes	Día	Edición	Foto Portada	Venta
02-ene-06	1	lunes	1328	Gonzálo Pineda. Jugador de Chivas	79,520
03-ene-06	1	martes	1329	Sergio Santana. Jugador de Chivas	62,907
04-ene-06	1	miércoles	1330	Francisco Palencia. Jugador de Chivas USA	69,363
05-ene-06	1	jueves	1331	Jugadores de Chivas festejando el gol.	72,191
06-ene-06	1	viernes	1332	Cuauhtémoc Blanco. Jugador del América	67,748
07-ene-06	1	sábado	1333	Guillermo "Guille" Franco. Jugador del Villarreal	69,306
08-ene-06	1	domingo	1334	Adolfo "Bofo" Bautista. Jugador de Chivas	55,439
09-ene-06	1	lunes	1335	Carlos Vela. Jugador de la Selección Mexicana Sub 17	76,813
10-ene-06	1	martes	1336	Mario Pérez y Diego Martínez. Jugadores de Necaxa y Chivas.	63,364
11-ene-06	1	miércoles	1337	Omar Bravo. Jugador de Chivas	72,711
12-ene-06	1	jueves	1338	Omar Bravo. Jugador de Chivas	65,926
13-ene-06	1	viernes	1339	Hans Westerhoff. D.T de Chivas	65,719
14-ene-06	1	sábado	1340	"Guille" Franco, Walter Gaitán y Antonio Naelson Sinha. Jugadores de la Selecció	70,237
15-ene-06	1	domingo	1341	Oswaldo Sánchez y Joel Sánchez. Jugadores de Chivas y de Veracruz	52,419
16-ene-06	1	lunes	1342	Edwin Borboa. Jugador de Chivas	77,300
17-ene-06	1	martes	1343	César "Chelito" Delgado. Jugador de Cruz Azul	62,831
18-ene-06	1	miércoles	1344	Miguel Zepéda. Jugador del América	71,070
19-ene-06	1	jueves	1345	Francisco "Kikin" Fonseca". Jugador de Cruz Azul	70,392
20-ene-06	1	viernes	1346	Hernán Cristante, Sebastián González, Oswaldo Sánchez, Guillermo Ochoa y Felip	74,134
21-ene-06	1	sábado	1347	Julio César Santos. Jugador de Tigres	71,719
22-ene-06	1	domingo	1348	Francisco "Kikin" Fonseca". Jugador de Cruz Azul	56,145
23-ene-06	1	lunes	1349	Richard Núñez. Jugador de Pachuca	75,465
24-ene-06	1	martes	1350	Ramón Morales. Jugador de Chivas	60,086
25-ene-06	1	miércoles	1351	Omar Bravo. Jugador de Chivas	71,588
26-ene-06	1	jueves	1352	Francisco "Kikin" Fonseca". Jugador de la Selección Mexicana de Fútbol	64,612
27-ene-06	1	viernes	1353	Joaquín Beltrán. Jugador de Pumas	63,795
28-ene-06	1	sábado	1354	Alberto Medina. Jugador de Chivas	68,857
29-ene-06	1	domingo	1355	Ramón Morales. Jugador de Chivas	53,518
30-ene-06	1	lunes	1356	Foto del toro "pajarito" en las gradas en la plaza de toros México.	77,306
31-ene-06	1	martes	1357	Omar Bravo. Jugador de Chivas	60,412
01-feb-06	2	miércoles	1358	Adolfo "Bofo" Bautista. Jugador de Chivas	75,705

Fecha	Mes	Día	Edición	Foto Portada	Venta
02-feb-06	2	jueves	1359	Sebastián González "Chamagol". Jugador de Tigres	66,391
03-feb-06	2	viernes	1360	Kléber. Jugador de América	66,408
04-feb-06	2	sábado	1361	Francisco "Kikin" Fonseca. Jugador de Cruz Azul	68,111
05-feb-06	2	domingo	1362	Francisco "Kikin" Fonseca. Jugador de Cruz Azul	59,256
06-feb-06	2	lunes	1363	Kléber. Jugador de América	72,381
07-feb-06	2	martes	1364	Hans Westerhof. D.T. de Chivas	59,395
08-feb-06	2	miércoles	1365	La Copa Libertadores	63,722
09-feb-06	2	jueves	1366	Ramón Morales. Jugador de Chivas	67,474
10-feb-06	2	viernes	1367	Miguel España y Ricardo La Volpe. D.T. de Pumas y Selección Mexicana	60,242
11-feb-06	2	sábado	1368	Richard Nuñez. Jugador de Pachuca	66,399
12-feb-06	2	domingo	1369	Bono. Cantante de U2	47,586
13-feb-06	2	lunes	1370	Joaquín Beltrán. Jugador de Pumas	69,592
14-feb-06	2	martes	1371	Manuel Lapuente y Aguado. DT del América	59,457
15-feb-06	2	miércoles	1372	Bono. Cantante de U2	63,139
16-feb-06	2	jueves	1373	Concierto de U2. Estadio Azteca	62,143
17-feb-06	2	viernes	1374	Oswaldo Sánchez. Portero de Chivas	58,700
18-feb-06	2	sábado	1375	César "Chelito" Delgado y Bruno Marioni. Jugadores de Cruz Azul y Pumas	63,910
19-feb-06	2	domingo	1376	John Javier Restrepo. Jugador de Cruz Azul	54,423
20-feb-06	2	lunes	1377	Duilio Davino. Jugador de América	70,219
21-feb-06	2	martes	1378	Adolfo "Bofo" Bautista. Jugador de Chivas	54,985
22-feb-06	2	miércoles	1379	Walter Gaitán. Jugador de Tigres	62,948
23-feb-06	2	jueves	1380	Rafael Márquez. Jugador de Barcelona	65,720
24-feb-06	2	viernes	1381	Adrián Uribe y Arath de la Torre. Actores de la Parodia	61,096
25-feb-06	2	sábado	1382	Equipo de Chivas como Orquesta Musical. Foto oficial para el clásico	64,104
26-feb-06	2	domingo	1383	Adolfo "Bofo" Bautista. Jugador de Chivas	58,579
27-feb-06	2	lunes	1384	Adolfo "Bofo" Bautista y Gonzalo Pineda. Jugadores de Chivas	79,961
28-feb-06	2	martes	1385	Adolfo "Bofo" Bautista. Jugador de Chivas	55,951
01-mar-06	3	miércoles	1386	Manuel Lapuente. D.T. del América	62,561
02-mar-06	3	jueves	1387	"Guille" Franco. Jugador de la Selección Nacional Mexicana	59,133
03-mar-06	3	viernes	1388	Jorge Cantú y Esteban Loaiza. Jugadores de la Selección Mexicana de Beisbol	53,460
04-mar-06	3	sábado	1389	Oswaldo Sánchez. Portero de Chivas	62,155
05-mar-06	3	domingo	1390	Guillermo Franco. Jugador del Villarreal	52,566
06-mar-06	3	lunes	1391	Claudio "Piojo" López. Jugador del América	68,514
07-mar-06	3	martes	1392	Omar Bravo. Jugador de Chivas	52,501
08-mar-06	3	miércoles	1393	Rafael Márquez. Jugador de Barcelona	59,417
09-mar-06	3	jueves	1394	Miguel España. DT de Pumas	58,654
10-mar-06	3	viernes	1395	Sixto Peralta. Jugador de Tigres	54,512
11-mar-06	3	sábado	1396	Francisco "Kikin" Fonseca. Jugador de Cruz Azul	59,920
12-mar-06	3	domingo	1397	Jorge Cantú. Jugador de la Selección Mexicana de Beisbol	44,922
13-mar-06	3	lunes	1398	José Luis "El parejita" López. Jugador de Pumas	65,529
14-mar-06	3	martes	1399	Dr. Operando a balón (Ningún deportista conocido)	50,712
15-mar-06	3	miércoles	1400	Pastillas de viagra, máxima potencia	57,161
16-mar-06	3	jueves	1401	César "Chelito" Delgado. Jugador del Cruz Azul	62,977
17-mar-06	3	viernes	1402	Francisco "Kikin" Fonseca. Jugador de Cruz Azul	54,366
18-mar-06	3	sábado	1403	Jorge Vergara. Dueño de las chivas	62,286
19-mar-06	3	domingo	1404	Oswaldo Sánchez. Portero de Chivas	48,033
20-mar-06	3	lunes	1405	Manolo LaPuente y Raúl Arias. D.T. de América y de San Luis	59,860
21-mar-06	3	martes	1406	Lillio. D.T. de Dorados	43,033
22-mar-06	3	miércoles	1407	Adolfo "Bofo" Bautista. Jugador de Chivas	60,125
23-mar-06	3	jueves	1408	Jorge Vergara. Dueño de Chivas	55,564
24-mar-06	3	viernes	1409	Claudio Suárez. Jugador de la Selección Mexicana	53,693
25-mar-06	3	sábado	1410	Miguel Herrera y "Chepo" de la Torre. D.T. de Monterrey y Chivas	57,992
26-mar-06	3	domingo	1411	Gonzalo Pineda. Jugador de Chivas	54,612
27-mar-06	3	lunes	1412	César "Chelito" Delgado. Jugador del Cruz Azul	69,953
28-mar-06	3	martes	1413	Cuauhtémoc Blanco. Jugador de América	52,729
29-mar-06	3	miércoles	1414	Gonzalo Pineda. Jugador de la Selección Mexicana	57,988
30-mar-06	3	jueves	1415	Omar Bravo. Jugador de Chivas	62,337
31-mar-06	3	viernes	1416	Participante del Red Bull Xfighters en la Plaza México	57,336
01-abr-06	4	sábado	1417	Miguel España. Ex-director técnico de Pumas	66,115
02-abr-06	4	domingo	1418	Omar Bravo y Ramón Morales. Jugadores de Chivas	57,957
03-abr-06	4	lunes	1419	Ricardo La Volpe. D.T. de la Selección Mexicana	85,778

Fecha	Mes	Día	Edición	Foto Portada	Venta
04-abr-06	4	martes	1420	Cauhtémoc Blanco. Jugador de América queda fuera del Tri	60,303
05-abr-06	4	miércoles	1421	Omar Bravo. Jugador de Chivas	61,569
06-abr-06	4	jueves	1422	Diego Martínez. Jugador de Chivas	71,851
07-abr-06	4	viernes	1423	Adolfo "Bofo" Bautista. Jugador de Chivas	60,184
08-abr-06	4	sábado	1424	Cauhtémoc Blanco. Jugador de América	67,678
09-abr-06	4	domingo	1425	César "Chelito" Delgado. Jugador de Cruz Azul	55,048
10-abr-06	4	lunes	1426	Bruno Marioni. Jugador de Pumas	75,278
11-abr-06	4	martes	1427	Las Chic Pack. Grupo musical de mujeres de la Copa del Mundo	53,122
12-abr-06	4	miércoles	1428	Giovani Dos Santos. Jugador de la Selección Mexicana Sub-17	59,277
13-abr-06	4	jueves	1429	Francisco "kikin" Fonseca. Jugador de Cruz Azul y de la Selección Mex.	45,491
14-abr-06	4	viernes	1430	Reynaldo Navia. Exjugador de Monterrey	27,235
15-abr-06	4	sábado	1431	Oscar Pérez. Portero de Cruz Azul	45,244
16-abr-06	4	domingo	1432	Aarón Padilla. Jugador del América	50,550
17-abr-06	4	lunes	1433	Claudio "Piojo" López. Jugador del América	70,144
18-abr-06	4	martes	1434	Gerardo Torrado. Jugador de la Selección Mexicana	53,596
19-abr-06	4	miércoles	1435	Gonzalo Pineda y el "Maza". Jugadores de la Selección Mexicana	58,568
20-abr-06	4	jueves	1436	Cauhtémoc Blanco. Jugador del América	68,940
21-abr-06	4	viernes	1437	Adolfo "Bofo" Bautista. Jugador de Chivas	55,803
22-abr-06	4	sábado	1438	Cauhtémoc Blanco. Jugador del América	64,788
23-abr-06	4	domingo	1439	César "Chelito" Delgado. Jugador de Cruz Azul	56,480
24-abr-06	4	lunes	1440	Bruno Marioni. Jugador de Pumas	77,792
25-abr-06	4	martes	1441	"Chepo de la Torre". D.T. de Chivas	56,787
26-abr-06	4	miércoles	1442	Juan Pablo "Chato" Rodríguez. Refuerzo de Chivas para Libertadores	59,979
27-abr-06	4	jueves	1443	Edwin Borboa. Jugador de Chivas	66,797
28-abr-06	4	viernes	1444	Rafael Márquez. Jugador de Barcelona	60,850
29-abr-06	4	sábado	1445	Adolfo "Bofo" Bautista. Jugador de Chivas	68,987
30-abr-06	4	domingo	1446	César "Chelito" Delgado. Jugador de Cruz Azul	63,033
01-may-06	5	lunes	1447	Manuel Lapuente. D.T. de América	48,815
02-may-06	5	martes	1448	La copa del mundo	61,480
03-may-06	5	miércoles	1449	Chelito Delgado. Jugador de Cruz Azul	63,496
04-may-06	5	jueves	1450	Rafael Márquez. Jugador de Barcelona	69,557
05-may-06	5	viernes	1451	Alfredo Talavéra. Jugador de Chivas	60,026
06-may-06	5	sábado	1452	Omar Bravo. Jugador de la Selección mexicana	65,318
07-may-06	5	domingo	1453	Chelito Delgado. Jugador de Cruz Azul	56,218
08-may-06	5	lunes	1454	Johnny García y Sergio Ávila. Jugadores de Chivas	85,095
09-may-06	5	martes	1455	Chepo de la Torre. D.T. de Chivas	58,053
10-may-06	5	miércoles	1456	La Volpe. D.T. de la Selección Mexicana	18,257
11-may-06	5	jueves	1457	Javier Aguirre. Nuevo D.T. del Atlético de Madrid	65,996
12-may-06	5	viernes	1458	Cauhtémoc Blanco. Jugador de América	61,894
13-may-06	5	sábado	1459	Francisco "Kikin" Fonseca. Jugador de la Selección mexicana	70,919
14-may-06	5	domingo	1460	Sergio Santana. Jugador de Chivas	52,534
15-may-06	5	lunes	1461	Richard Núñez y Aquivaldo Mosquera. Jugadores de Pachuca	77,320
16-may-06	5	martes	1462	Luis Fernando Tena. Nuevo D.T. de América	63,097
17-may-06	5	miércoles	1463	Rafael Márquez. Jugador de Barcelona	67,742
18-may-06	5	jueves	1464	Rafael Márquez y Víctor Vázquez. Jugadores del Barcelona	79,070
19-may-06	5	viernes	1465	Cauhtémoc Blanco. Jugador de América	67,461
20-may-06	5	sábado	1466	Avión de la selección mexicana volando a Europa	66,880
21-may-06	5	domingo	1467	La selección mexicana en la basílica	54,558
22-may-06	5	lunes	1468	Carlos Salcido y Chiquis García. Jugadores de la Selección mexicana	69,845
23-may-06	5	martes	1469	Ricardo "Tuca" Ferretti. Nuevo D.T. de Pumas	64,525
24-may-06	5	miércoles	1470	José Luis Trejo Ex D.T. Pachuca y Jesús Martínez. Presidente Pachuca	70,516
25-may-06	5	jueves	1471	Gerardo Torrado. Jugador de la Selección mexicana	68,962
26-may-06	5	viernes	1472	Claudio Suárez. El "Emperador". Jugador de la Selección mexicana	66,496
27-may-06	5	sábado	1473	Rafael Márquez. Jugador de la Selección mexicana	70,611
28-may-06	5	domingo	1474	Jugada de acción entre Rafa Márquez y Zidane. Juego ante Francia	55,522
29-may-06	5	lunes	1475	Andrés Guardado en Amsterdam. Jugador de la Selección mexicana	74,528
30-may-06	5	martes	1476	Ricardo La Volpe. D.T. de la Selección Mexicana	74,203
31-may-06	5	miércoles	1477	Ricardo La Volpe. D.T. de la Selección Mexicana	79,275
01-jun-06	6	jueves	1478	Rafael Márquez. Jugador de la Selección Mexicana	68,854

Fecha	Mes	Día	Edición	Foto Portada	Venta
02-jun-06	6	viernes	1479	Jared Borgetti. Jugador de la Selección Mexicana	70,988
03-jun-06	6	sábado	1480	Jared Borgetti en primer plano. Integrantes de la Selección Mexicana	66,275
04-jun-06	6	domingo	1481	Omar Bravo. Jugador de la Selección Mexicana	54,803
05-jun-06	6	lunes	1482	Guillermo Franco. Jugador de la Selección Mexicana	71,742
06-jun-06	6	martes	1483	Oswaldo Sánchez. Portero de la Selección Mexicana	65,774
07-jun-06	6	miércoles	1484	Ali Daei. Jugador de la Selección de Irán	68,459
08-jun-06	6	jueves	1485	Oswaldo Sánchez. Portero de la Selección Mexicana	75,593
09-jun-06	6	viernes	1486	Oswaldo Sánchez. Portero de la Selección Mexicana	68,049
10-jun-06	6	sábado	1487	Oswaldo Sánchez. Portero de la Selección Mexicana	70,048
11-jun-06	6	domingo	1488	Oswaldo Sánchez y Pável Pardo. Jugadores de la Selección Mexicana	49,985
12-jun-06	6	lunes	1489	Omar Bravo. Jugador de la Selección Mexicana	91,207
13-jun-06	6	martes	1490	Ricardo La Volpe. D.T. de la Selección Mexicana	68,210
14-jun-06	6	miércoles	1491	Kaká y Roberto Carlos. Jugadores de la Selección de Brasil	68,802
15-jun-06	6	jueves	1492	David Villa. Jugador de la Selección de España	65,410
16-jun-06	6	viernes	1493	Omar Bravo. Jugador de la Selección Mexicana	61,885
17-jun-06	6	sábado	1494	Guillermo Franco. Jugador de la Selección Mexicana	68,136
18-jun-06	6	domingo	1495	Jared Borgetti. Jugador de la Selección Mexicana	47,646
19-jun-06	6	lunes	1496	Oswaldo Sánchez. Portero de la Selección Mexicana	67,989
20-jun-06	6	martes	1497	Fernando Torres. Jugador de la Selección de España	60,298
21-jun-06	6	miércoles	1498	Equipo de la Selección Mexicana reunidos en el campo	49,984
22-jun-06	6	jueves	1499	Francisco "kikin" Fonseca. Jugador de la Selección Mexicana	62,036
23-jun-06	6	viernes	1500	Omar Bravo. Jugador de la Selección Mexicana	62,875
24-jun-06	6	sábado	1501	La Selección Mexicana de Fútbol	61,775
25-jun-06	6	domingo	1502	Ricardo La Volpe. D.T. de la Selección Mexicana	58,423
26-jun-06	6	lunes	1503	Giovani Dos Santos. Jugador de la Selección Mexicana Sub-17	72,807
27-jun-06	6	martes	1504	Carlos Salcido. Jugador de la Selección Mexicana	65,201
28-jun-06	6	miércoles	1505	Rafael Márquez. Jugador de la Selección Mexicana	66,272
29-jun-06	6	jueves	1506	Carlos Salcido. Jugador de la Selección Mexicana	70,244
30-jun-06	6	viernes	1507	Ricardo Osorio. Nuevo jugador del Stuttgart	66,629
01-jul-06	7	sábado	1508	Pável Pardo. Nuevo Jugador del Stuttgart	69,403
02-jul-06	7	domingo	1509	Dedo pulgar con tinta indeleble.	52,858
03-jul-06	7	lunes	1510	Felipe Calderón, Roberto Madrazo, López Obrador. Candidatos a la presidencia	62,507
04-jul-06	7	martes	1511	Andrés Manuel López Obrador. Candidato a la Presidencia de México	58,397
05-jul-06	7	miércoles	1512	Alessandro del Piero. Jugador de la Selección de Italia	62,765
06-jul-06	7	jueves	1513	AMLO y Felipe Calderón. Candidatos a la Presidencia de México	58,641
07-jul-06	7	viernes	1514	Jorge Vergara. Dueño de las Chivas	61,648
08-jul-06	7	sábado	1515	Cuauhtémoc Blanco. Jugador de América	62,765
09-jul-06	7	domingo	1516	Bastian Schweinsteiger. Jugador de la Selección de Alemania	44,148
10-jul-06	7	lunes	1517	Fabio Cannavaro. Capitán de la Selección de Italia	73,051
11-jul-06	7	martes	1518	Márquez, Pardo, Salcido, Osorio, Borgetti y "Guille" Franco. Jugadores mexicanos	67,087
12-jul-06	7	miércoles	1519	Oswaldo Sánchez. Probable portero del Getafe de España	66,033
13-jul-06	7	jueves	1520	La camiseta de la Selección Mexicana de Fútbol	61,811
14-jul-06	7	viernes	1521	Ricardo La Volpe. D.T. de la Selección Mexicana de Fútbol	62,795
15-jul-06	7	sábado	1522	Carlos Salcido. Nuevo jugador de PSV Eindhoven	65,417
16-jul-06	7	domingo	1523	Ricardo La Volpe. D.T. de la Selección Mexicana de Fútbol	51,639
17-jul-06	7	lunes	1524	Adolfo "Bofo" Bautista. Jugador de Chivas	68,724
18-jul-06	7	martes	1525	Ricardo La Volpe. D.T. de la Selección Mexicana de Fútbol	63,230
19-jul-06	7	miércoles	1526	Luis Fernando Tena y Alfredo Tena. D.T. y Auxiliar de América	66,000
20-jul-06	7	jueves	1527	Omar Bravo. Jugador de Chivas	62,739
21-jul-06	7	viernes	1528	Adolfo "Bofo" Bautista. Jugador de Chivas	70,089
22-jul-06	7	sábado	1529	Ramón Morales. Jugador de Chivas	65,193
23-jul-06	7	domingo	1530	César "Chelito" Delgado. Jugador de Cruz Azul	51,343
24-jul-06	7	lunes	1531	Giovani Dos Santos. Jugador de Barcelona	71,426
25-jul-06	7	martes	1532	Giovani Dos Santos. Jugador de Barcelona	64,639
26-jul-06	7	miércoles	1533	Oswaldo Sánchez a la Jack Sparrow (Pirata). Portero de Chivas	65,562
27-jul-06	7	jueves	1534	Francisco "Kikin" Fonseca. Nuevo jugador de Benfica de Portugal	66,167
28-jul-06	7	viernes	1535	Francisco "Kikin" Fonseca. Nuevo jugador de Benfica de Portugal	66,966
29-jul-06	7	sábado	1536	Giovani Dos Santos. Jugador de Barcelona	72,644
30-jul-06	7	domingo	1537	José Luis Trejo. D.T. de Tigres	50,696
31-jul-06	7	lunes	1538	Antonio Sancho. Jugador de Pumas	71,110
01-ago-06	8	martes	1539	Jared Borgetti. Jugador de la Selección Mexicana	64,668
02-ago-06	8	miércoles	1540	Magallón, Reynoso, Pineda y Araujo. Jugadores de Chivas	69,997
03-ago-06	8	jueves	1541	Rafael Márquez y Giovani Dos Santos. Jugadores de Barcelona	65,339
04-ago-06	8	viernes	1542	Ronaldinho. Jugador de Barcelona	65,057
05-ago-06	8	sábado	1543	Personajes en Cómics de: América, Pachuca, Chivas, Pumas y Cruz Azul	69,604
06-ago-06	8	domingo	1544	Matias Vuoso. Jugador de América	51,620
07-ago-06	8	lunes	1545	Miguel Sabah. Jugador de Cruz Azul	73,316
08-ago-06	8	martes	1546	Jared Borgetti. Jugador del Bolton de Inglaterra	57,533
09-ago-06	8	miércoles	1547	Matias Vuoso, Salvador Cabañas, Nelson Cuevas. Jugadores de América	64,854

Fecha	Mes	Día	Edición	Foto Portada	Venta
10-ago-06	8	jueves	1548	Nelson "Pipino" Cuevas. Jugador de América	70,973
11-ago-06	8	viernes	1549	Nelson "Pipino" Cuevas. Jugador de América	62,623
12-ago-06	8	sábado	1550	César "Chelito" Delgado y Federico Vilar. Jugador de Cruz Azul y Portero de Atlas	68,148
13-ago-06	8	domingo	1551	César "Chelito" Delgado. Jugador de Cruz Azul	56,631
14-ago-06	8	lunes	1552	Leandro Augusto. Jugador de Pumas	72,119
15-ago-06	8	martes	1553	Reinaldo y Leandro Augusto. Jugadores de Pumas	57,867
16-ago-06	8	miércoles	1554	Francisco "Kikin" Fonseca. Jugador del Benfica de Portugal	66,230
17-ago-06	8	jueves	1555	Alberto de la Torre. Presidente de la FMF	59,477
18-ago-06	8	viernes	1556	Omar Bravo. Jugador de Chivas	66,361
19-ago-06	8	sábado	1557	Andrés Guardado y Guillermo Ochoa. Jugador de Atlas y Portero de América	69,817
20-ago-06	8	domingo	1558	Andrés Guardado. Jugador de Atlas	56,477
21-ago-06	8	lunes	1559	Oswaldo Sánchez. Portero de Chivas	75,161
22-ago-06	8	martes	1560	Foto del individuo que hizo insultos racistas en el Estadio Corona. Sin personaje	57,413
23-ago-06	8	miércoles	1561	Ricardo La Volpe. Nuevo DT de Boca Juniors	60,950
24-ago-06	8	jueves	1562	Omar Bravo. Jugador de Chivas	58,938
25-ago-06	8	viernes	1563	Gerardo Torrado. Jugador de Cruz Azul	62,325
26-ago-06	8	sábado	1564	Francisco Palencia. Foto: Como jugador de Cruz Azul hace 6 años	70,232
27-ago-06	8	domingo	1565	Rafael "Chiquis" García. Jugador de Cruz Azul	58,535
28-ago-06	8	lunes	1566	Salvador Cabañas. Jugador de América	77,422
29-ago-06	8	martes	1567	Miguel Sabah. Jugador de Cruz Azul	57,844
30-ago-06	8	miércoles	1568	Animación de AMLO y Felipe Calderón. Políticos candidatos a la Presidencia	68,170
31-ago-06	8	jueves	1569	Richard Núñez. Jugador de Cruz Azul	65,690
01-sep-06	9	viernes	1570	Sobre con logo de la Selección de México. Sin personaje definido	60,039
02-sep-06	9	sábado	1571	Oswaldo Sánchez. Portero de Chivas	67,387
03-sep-06	9	domingo	1572	Jugada de acción entre Mario Hernández y Sergio Santana. Jugadores de Chivas	52,625
04-sep-06	9	lunes	1573	Americo el "Tolo" Gallego. DT de Toluca	70,212
05-sep-06	9	martes	1574	Americo el "Tolo" Gallego. DT de Toluca	54,301
06-sep-06	9	miércoles	1575	Felipe Calderón. Presidente electo de México	56,008
07-sep-06	9	jueves	1576	José Ramón Fernández. Director de deportes de TV Azteca	61,988
08-sep-06	9	viernes	1577	Cuauhtémoc Blanco. Jugador de América	59,263
09-sep-06	9	sábado	1578	César "Chelito" Delgado y Leandro Augusto. Jugadores de Cruz Azul y Pumas	66,720
10-sep-06	9	domingo	1579	Omar Bravo y Alberto Medina. Jugadores de Chivas	57,368
11-sep-06	9	lunes	1580	Bruno Marioni. Jugador de Toluca	72,605
12-sep-06	9	martes	1581	Guillermo Ochoa. Portero de América	57,392
13-sep-06	9	miércoles	1582	César "Chelito" Delgado, Richard Núñez y Gabriel Pereyra. Jugadores de Cruz Az	67,423
14-sep-06	9	jueves	1583	Juan Carlos Mosqueda "El More". Jugador de América	73,754
15-sep-06	9	viernes	1584	Javier Aguirre. DT del Atlético de Madrid	58,486
16-sep-06	9	sábado	1585	César "Chelito" Delgado y Cuauhtémoc Blanco. Jugadores de Cruz Azul y Améric	33,439
17-sep-06	9	domingo	1586	Bruno Marioni. Jugador de Toluca	51,590
18-sep-06	9	lunes	1587	Playera de Cruz Azul. Sin personaje definido	76,166
19-sep-06	9	martes	1588	Guillermo Álvarez. Presidente de Cruz Azul	56,594
20-sep-06	9	miércoles	1589	Rey Mysterio con logos de América y Toluca. Luchador de la WWE	63,884
21-sep-06	9	jueves	1590	Vicente Sánchez. Jugador de Toluca	64,354
22-sep-06	9	viernes	1591	Salvador Carmona. Jugador de Cruz Azul	60,859
23-sep-06	9	sábado	1592	Isaac Mizrahi con Mascota de Cruz Azul	66,643
24-sep-06	9	domingo	1593	Miguel Sabah. Jugador de Cruz Azul	54,999
25-sep-06	9	lunes	1594	Hugo Sánchez. Nuevo DT de Necaxa	73,817
26-sep-06	9	martes	1595	Manuel Lapuente. Director deportivo de América	56,864
27-sep-06	9	miércoles	1596	Jorge Vergara. Dueño de Chivas	60,482
28-sep-06	9	jueves	1597	Salvador Cabañas y "Celeste" Mascota de América. Jugador de América	60,087
29-sep-06	9	viernes	1598	Néstor de la Torre y Manuel Lapuente. Directores deportivos de Chivas y Améric	61,214
30-sep-06	9	sábado	1599	Omar Bravo y Guillermo Ochoa. Jugador de Chivas y Portero de América	75,274

Datos -->

Ejemplares -->

272

17,186,076