


# ESTUDIO GENERAL DE MEDIOS



EGM COLOMBIA

TITO PABLO NEIRA AVILA  
Director Técnico ACIM



# MEDICIÓN DE MEDIOS EN EL MUNDO

# BASE DE LA MEDICIÓN

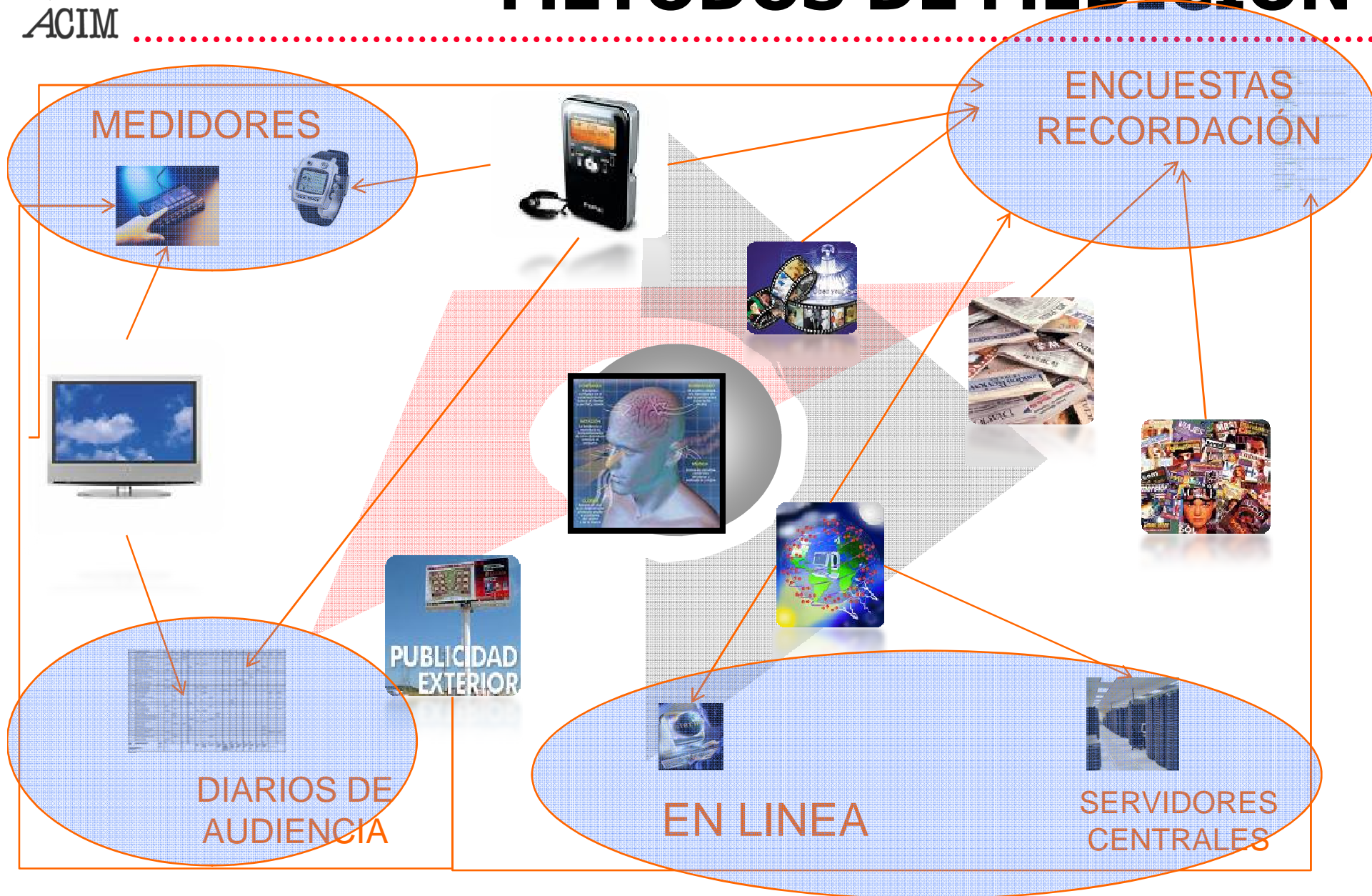
---



OTS

Opportunity to See

# MÉTODOS DE MEDICIÓN



# ORIGEN DEL EGM

---

En 1968, nace el EGM en España, cuando un grupo de empresas en el que seguían predominando las agencias y los anunciantes con la incorporación de algún medio (22 empresas en total), trata de reforzar y consolidar definitivamente un estudio de audiencias.

# ORIGEN DEL EGM

---

Hoy en España el estudio general de medios ha evolucionado y ha mejorado. Una comisión gestora y una comisión técnica de la AIMC son las encargadas de dirigirlo.

# **E**STUDIO **G**ENERAL

DE **M**EDIOS

**COLOMBIA**

# DESCRIPCIÓN TÉCNICA

# DESCRIPCIÓN TÉCNICA **EGM**

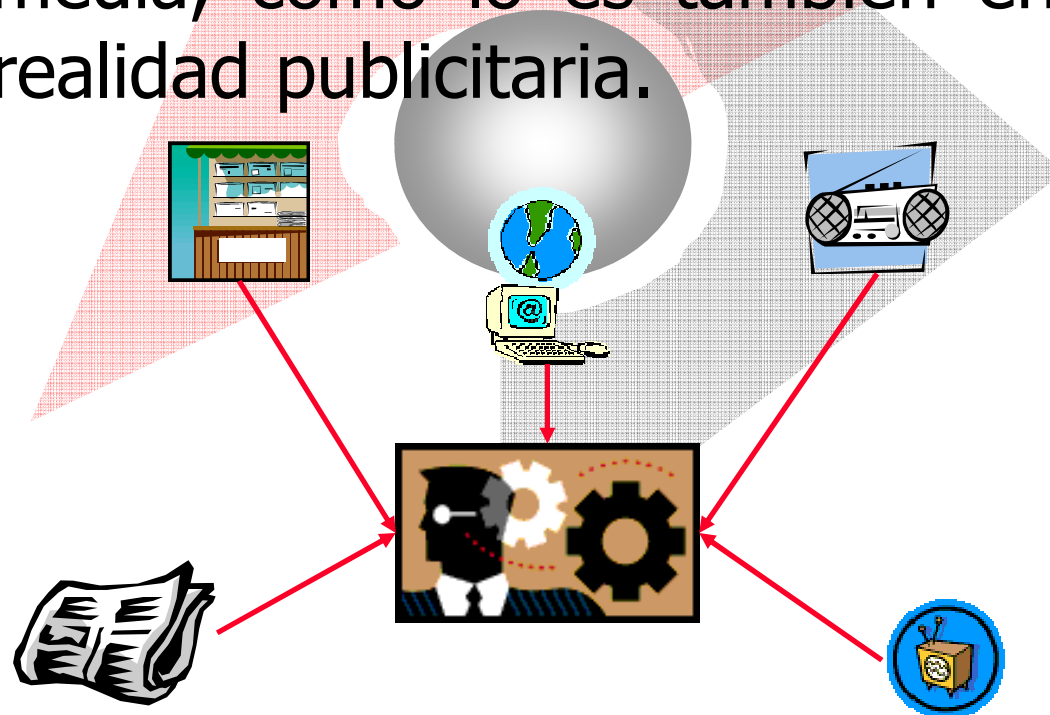
---

El **EGM** es un estudio poblacional que busca una representación adecuada del universo objetivo, a través de una muestra interrogada acerca de su comportamiento en relación al consumo de medios entre otras cosas.

La representación de los lectores, oyentes o espectadores es más una consecuencia que una premisa.

# DESCRIPCIÓN TÉCNICA EGM

El **EGM** es un estudio multimedia, es decir, que estudia para cada individuo su comportamiento respecto a los distintos medios. La realidad social es multimedia, como lo es también en su mayor parte la realidad publicitaria.

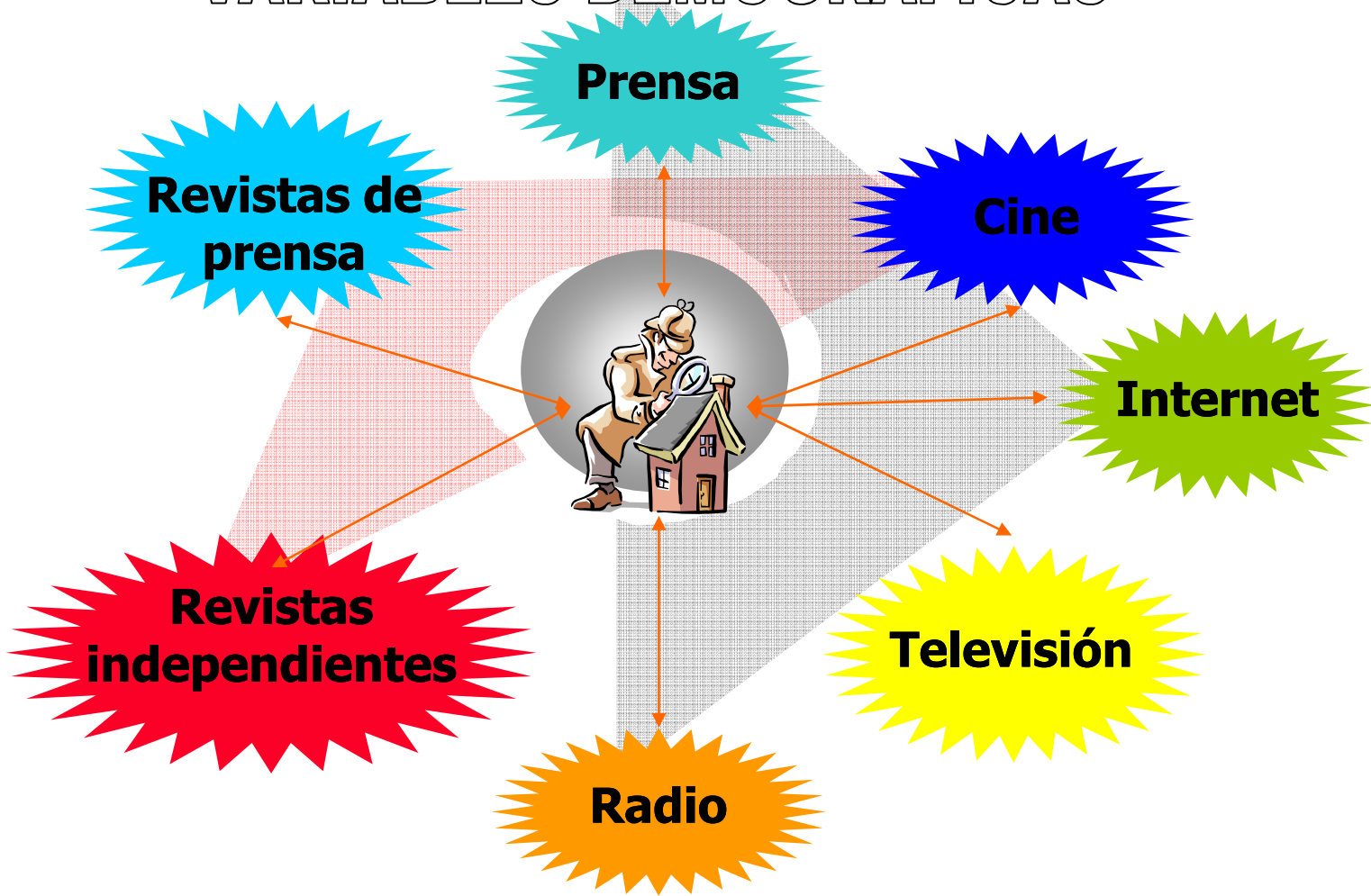


# MEDIOS EVALUADOS

## VARIABLES DEMOGRÁFICAS

CONOCIMIENTO DE PRODUCTOS

EFFECTIVENESS



# EVALUACIÓN POR RECORDACIÓN

- Audiencias en un periodo de tiempo mayor
  - Últimos 30 días
    - Prensa diaria
    - Radio
    - Televisión
    - Cine
    - Internet
  - Últimos 6 meses
    - Revistas de prensa
    - Revistas Independientes

# EVALUACIÓN POR RECORDACIÓN

---

- Audiencia en su último período
  - Ayer
    - Prensa diaria
    - Radio
    - Televisión
    - Internet
  - Ultima Semana
    - Cine
  - De acuerdo a la periodicidad de aparición
    - Revistas de prensa
    - Revistas Independientes
- Audiencias en un periodo de tiempo mayor
- Hábitos de consumo de los medios

# EVALUACIÓN POR RECORDACIÓN

---

## Hábitos de consumo de los medios

- ✓ Frecuencia de consumo
- ✓ Días / franjas de consumo
- ✓ Lugar de consumo
- ✓ Tiempo de consumo

Probabilización  
y estimación de  
alcance y  
frecuencia

- ✓ Ultimo mes
- ✓ **UP**
- ✓ Comportamiento de lectura
- ✓ Procedencia del ejemplar
- ✓ Lectura por internet
- ✓ Tiempo de lectura
- ✓ Secciones leídas

1999	2008
34	56

<b>LA NACIÓN</b> 26	<b>LA PATRIA</b> 28
<b>EL MUNDO</b> 17	<i>Q'hubo</i> 31
<b>EL HERALDO</b> 14	<b>DIARIO DEL SUR</b> 06
	<b>DIARIO DEPORTIVO</b> 08
<b>DIARIO DEL HUILA</b> 09	<b>EL LIBERAL</b> 16

# • CUESTIONARIO PRENSA

## 1. (ENC: MOSTRAR LOGOS PRENSA)

A continuación le voy a mostrar los nombres de algunos periódicos. Le agradecería que me diga cuáles de ellos ha leído u hojeado en su versión EN PAPEL en los últimos 30 días sin importar el lugar ni la forma en que los obtuvo.

### ENCUESTADOR:

Si el entrevistado no leyó ni hojeó ningún periódico en los últimos 30 días, registre código 88 (No lee) en el cuadro y pase al módulo siguiente.

2a. Para Periódicos diarios: De cada 5 ejemplares de..., que circulan de **LUNES A VIERNES**, ¿cuántos acostumbra a leer u hojear? (ENC: Resp. de 0 a 5)

2b. Para Periódicos diarios: y de los cuatro ejemplares de sábado que circulan en un mes ¿cuántos acostumbra a leer u hojear? (ENC: Resp. de 0 a 4)

2c. Para Periódicos diarios: y de los cuatro ejemplares dominicales que circulan en un mes ¿cuántos acostumbra a leer u hojear? (ENC: Resp. de 0 a 4)

## PERIÓDICOS

### Para semanales (S):

3a. ¿y de los cuatro ejemplares que circulan en un mes ¿cuántos acostumbra a leer u hojear?

(ENC: Resp. de 0 a 4)

### Para Boletín 7 días, Tolima 7 Días y Llano 7 días: (2S)

3b. De los 8 ejemplares que circulan en un mes ¿Cuántos acostumbra leer u hojear? (ENC: Resp. de 0 a 8)

### Para quincenales (Q):

3c. De los dos ejemplares que circulan en un mes ¿Cuántos acostumbra a leer u hojear (ENC: Resp. de 0 a 2)

(ENC: Haga las preguntas 4, 5, y 6 para todos los periódicos leídos u hojeados en los últimos 30 días).

4. (ENC: MOSTRAR TARJETA 2) Sin contar el día de hoy ¿Cuándo fue la última vez que leyó u hojeó un ejemplar de...? Da lo mismo que haya sido en la casa o fuera de ella. BU

(ENC: No se deben ACEPTAR que las respuestas se refieran al día en que usted está realizando la entrevista. Por ejemplo no acepte "HOY" con o res puesta).

5. (ENC: MOSTRAR TARJETA 3) Sin contar el día de hoy ¿cuándo fue la última vez que leyó u hojeó un ejemplar de domingo de...? BU

6. (ENC: MOSTRAR TARJETA 4) ¿Cuál de éstas opciones describe mejor la procedencia del último ejemplar que leyó u hojeó de...? BU

(ENC: SÓLO REALICE LA P7 Y LA P8 A LOS PERIÓDICOS QUE EN ALGUNA DE LAS CASILLAS DE LAS PREGUNTAS 2a, 2b, 2c, 3a, 3b o 3c: HABILITADAS PARA CONTESTAR TIENEN UN VALOR MAYOR A 0-CERO-)

7. (ENC: MOSTRAR TARJETA 5) ¿Habitualmente cuánto tiempo dedica a leer u hojear un ejemplar de...? BU

8. (ENC: MOSTRAR TARJETA 6) ¿Habitualmente, cuáles de las secciones que le voy a mostrar a continuación lee u hojea? BM

PERIÓDICOS	P1	P2a	P2b	P2c	P3abc	P4								P5	P6	P7	P8	
	Leyó u Hojeó	0-5	0-4	0-4	0-4 0-8	Ayer	Hacia 2 días	Hacia 3 días	Hacia 4 días	En los últimos 7 días	Entre 15 días	Hacia de 15 días	Última Lectura Dominical	Proc. Cód	Tiem Cód	Sección Código		
NO LEE	88	PASE A LA SIGUIENTE SECCIÓN																
<b>PERIÓDICOS QUE CIRCULAN DIARIAMENTE PREGUNTAS 2A, 2B O 2C DE ACUERDO AL PERIÓDICO</b>																		
Hoy Día del Mandatario	04					1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6
El Diario del Orinoco	05					1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6
Diario del Sur	06					1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6
Diario de Occidente	07	1	0			1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6
Diario Deportivo	08	1	0			1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6
Diario del Hulla	09					1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6
El Caribe	10					1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6
El Colombiano	11	2	1	1		1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6
El Espacio	12	2	1	1		1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6
El Heraldillo	13					1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6
El Informador	14					1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6
El Liberal	15					1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6
El Mundo	16					1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6
El Nuevo Día	17					1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6
El País	18					1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6
El Tiempo	19	1	0	4		1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6
El Universal	20					1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6
Periódico Hoy	21					1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6
La Crónica del Orinoco	22					1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6
La Libertad	23					1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6
La Nación	24					1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6
La Opinión	25					1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6
La Opinión	26					1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6
La Opinión	27					1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6

**LECTURA ÚLTIMOS 6 MESES**

**LECTURA ÚLTIMO PERIODO**

**ÚLTIMA EDICIÓN**

**COMPORTAMIENTO DE LA LECTURA**

**- REVISTAS -**

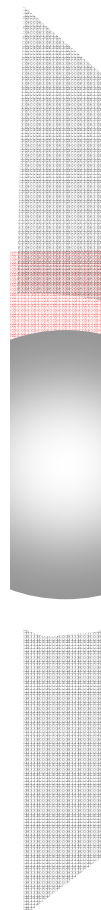
Forma de lectura  
 Procedencia del ejemplar  
 Lugar de lectura  
 Tiempo de lectura


**- REVISTAS DE PRENSA -**

Forma de lectura  
 Tiempo de lectura

	1999	2008
55	71	R. Prensa
113	132	R. Independientes

 HOY DIARIO DEL MAGDALENA 179	 LA TAUDE DESARROLLA 668
 EL PAIS 172	 EL PAIS 370
 HOY DIARIO DEL MAGDALENA 178	 EL COLOMBIANO 209
 LA OPINION 149	 EL TIEMPO 103
 LA PATRIA 133	



 313	 398
 364	 312
 362	 316
 347	 348
 366	 328



# • CUESTIONARIO REVISTAS

NUMERO DE REVISTAS LEIDAS		P1	P2	P3						P4			P5	P6	P7	P8
		Ultimos 6 Meses	¿Cuántos?	Ultima semana	Ultima quincena	Ultimo Mes	Ultimos 2 Meses	Ultimos 3 Meses	Más de 3 Meses	Si	No	NS/NR	Forma	Procedencia	Lugar	Tiempo de Lectura
<input type="text"/>																
<b>NO LEE</b>		<b>888</b>	<b>PASE A LA SIGUIENTE SECCION</b>													
Semanales	Cromos (S) -2a	129	3	1	2	3	4	5	6	1	2	9	2	11	2	2
	Newsweek en Español (NHSg Nk) (S) -2 a	175		1	2	3	4	5	6	1	2	9				
	Revista Cambio (S) -2 a	187		1	2	3	4	5	6	1	2	9				
	Semana (S) -2 a	192		1	2	3	4	5	6	1	2	9				
Quincenales	Ab (Q) -2b	202		1	2	3	4	5	6	1	2	9				
	TV y Novelas (Q) -2b	205	6	1	2	3	4	5	6	1	2	9	1	09	4	2
	Variedades (Q) -2b	206		1	2	3	4	5	6	1	2	9				
	Condorito (Q) -2b	227		1	2	3	4	5	6	1	2	9				
	Dinero (Q) -2b	230		1	2	3	4	5	6	1	2	9				
Mensuales	Vogue en Español (Votg) (M) -2c	310		1	2	3	4	5	6	1	2	9				
	Estrella (M) -2c	311		1	2	3	4	5	6	1	2	9				
	Maxim (Maxim) (M) -2c	312		1	2	3	4	5	6	1	2	9				
	Poder (M) -2c	313	0	1	2	3	4	5	6	1	2	9	3	03	3	
	Caras y Amigos (M) -2c	314		1	2	3	4	5	6	1	2	9				
Bimestral	Croché (B) -2d	427	3	1	2	3	4	5	6	1	2	9	4	07	2	3
	Electricidad (B) -2d	432		1	2	3	4	5	6	1	2	9				
	El Malpaisarte (B) -2d	433		1	2	3	4	5	6	1	2	9				
	Embarazo y Parto (B) -2d	434		1	2	3	4	5	6	1	2	9				
Trimestral	Proyecto Diseño (T) -2e	583	2	1	2	3	4	5	6	1	2	9	4	06	1	4
	Novelas y Bodas (C) (trimestral)	677		1	2	3	4	5	6	1	2	9	1	09	5	
Semestral	Ficcion Novelas (SEM)	745		1	2	3	4	5	6	1	2	9				

# DESCRIPCIÓN TÉCNICA

## UNIVERSO

Hombres y mujeres entre 12 y 69 años de edad de los niveles socioeconómicos 1 al 6 (Bajo, Medio Bajo, Medio Medio, Medio Alto y Alto), de las 15 principales ciudades del país, incluyendo sus áreas metropolitanas.

### Principales ciudades

- ✓ **Bogotá**
- ✓ **Cali**
- ✓ **Medellín**
- ✓ **Barranquilla**
- ✓ **Bucaramanga**
- ✓ **Pereira**
- ✓ Cúcuta
- ✓ Manizales
- ✓ Armenia
- ✓ Villavicencio
- ✓ Santa Marta
- ✓ Cartagena
- ✓ Neiva
- ✓ Ibagué
- ✓ Tunja



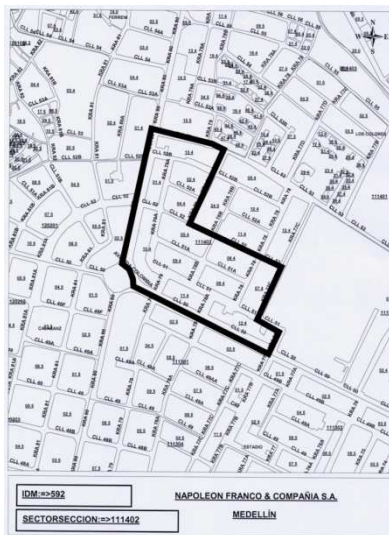
# Diseño muestral

✓ Número de ciudades

	1999	2000	2001-2007	2008	2009
<b>Fijas</b>	<b>Bogotá</b> <b>Cali</b> <b>Medellín</b> <b>Barranquilla</b> <b>Bucaramanga</b> <b>Pereira</b> <b>Cúcuta</b> <b>Villavicencio</b>	Bogotá Cali Medellín Barranquilla Bucaramanga Cúcuta Pereira Manizales	Bogotá Cali Medellín Barranquilla Bucaramanga Cúcuta Pereira Manizales	Bogotá Cali Medellín Barranquilla Bucaramanga Cúcuta Pereira Manizales	Bogotá Cali Medellín Barranquilla Bucaramanga Cúcuta Pereira Manizales
<b>Rotadas</b>	Armenia Popayán Santa Marta Cartagena Neiva Ibagué Tunja	Armenia Popayán Villavicencio Santa Marta Cartagena Neiva Ibagué Tunja	Armenia Popayán Villavicencio Santa Marta Cartagena Neiva Ibagué Tunja Pasto	Armenia Popayán Villavicencio Santa Marta Cartagena Neiva Ibagué Tunja Pasto	Armenia Villavicencio Santa Marta Cartagena Neiva Ibagué Tunja
	16 ciudades	16 ciudades	17 ciudades 29 Municipios	17 ciudades 50 Municipios	15 ciudades 48 Municipios

# MATERIAL CARTOGRAFICO

Para cada zona del mismo NSE el grupo de encuestadores llevará los mapas que corresponden a los CLUSTER en los cuales se realizará la aplicación de las encuestas.



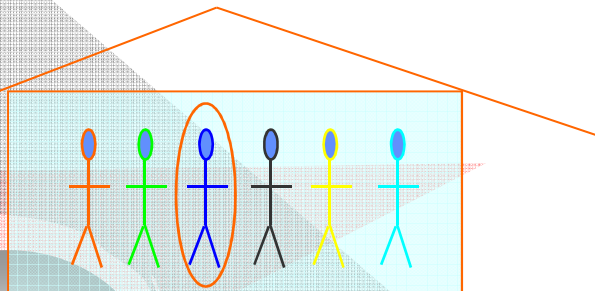
# DESCRIPCIÓN TÉCNICA

Método de muestreo:



# DESCRIPCIÓN TÉCNICA

Método de muestreo:  
Selección de personas



**Número de encuesta 0126**

Persona a encuestar

Nº orden individuo	Edades	Último número del cuestionario :									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
1	<b>12</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	<b>15</b>	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
3	<b>28</b>	2	1	3	2	1	3	2	1	3	2
4	<b>32</b>	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3
5		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
6		4	2	1	3	5	6	4	2	1	3
7		6	7	4	5	2	4	5	7	1	3
8		7	8	6	4	1	2	3	8	5	4

# NUMERO DE ENCUESTAS A REALIZAR POR CLUSTER

En estratos 1, 2, 3 y 4

**SOLAMENTE se pueden hacer 6 encuestas como máximo, sin importar cuántas manzanas tenga el cluster. Nunca más de 1 encuesta POR LADO DE MANZANA.**

- 3 DE HOMBRES
- 3 DE MUJERES

Para estratos 5 y 6

**Se pueden hacer 10 encuestas como máximo, sin importar cuántas manzanas tenga el cluster. Se aceptan hasta dos (2) encuestas por lado de manzana, siempre y cuando una sea de hombre y otra de mujer.**

- 5 DE HOMBRES
- 5 DE MUJERES

# DESCRIPCIÓN TÉCNICA

---

- › Tamaño de muestra
  - › Asignación cuasi proporcional
  - › Tamaño mínimo por ciudad
  - › Tamaño mínimo por estrato (sobre muestreo de estratos 4, 5 y 6)
  - › Tamaño mínimo por entrega ola de 12.000 entrevistas

# DESCRIPCIÓN TÉCNICA

---

- LA MUESTRA ESTA DISTRIBUIDA PARA SER REALIZADA EN CUATRO SEMANAS (28 DIAS) CONTINUAS DE CAMPO. PARA ESTRATO 5 Y 6 LA RECOLECCION ESTA PREVISTA PARA 21 DIAS
- TODOS LOS DIAS DE LA SEMANA SE DEBEN ESTAR REALIZANDO ENCUESTAS SIMULTÁNEAMENTE EN TODOS LOS ESTRATOS.
- EL CUMPLIMIENTO DE LAS CUOTAS POR DIA Y ESTRATO, DEBE SER UNA CONSTANTE A LO LARGO DE LAS CUATRO SEMANAS DE RECOLECCION.

# Muestra 2009

## MUESTRA POR ENTREGA

TOTAL CIUDAD	12000	MUESTRA OLA1	MUESTRA OLA2	MUESTRA OLA3	MUESTRA AÑO
Bogotá	2000	1000	1000	1000	3000
Barranquilla	1120	560	560	560	1680
Cartagena	795	265	265	265	795
Medellín	1120	560	560	560	1680
Pereira	670	335	335	335	1005
Manizales	555	185	185	185	555
Cali	1120	560	560	560	1680
Ibague	555	185	185	185	555
Bucaramanga	810	405	405	405	1215
Neiva	510	170	170	170	510
Cucuta	555	185	185	185	555
Villavicencio	555	185	185	185	555
Santa Marta	570	190	190	190	570
Armenia	555	185	185	185	555
Tunja	510	170	170	170	510



**EGM**  
**COLOMBIA**  
**NORMAS ÉTICAS**

**Complejidad del estudio**



**Extensa posibilidad de análisis**

**Gran probabilidad de equivocaciones O de posibles interpretaciones**

# POR QUÉ NORMAS ÉTICAS

**Las equivocaciones...**

**Las interpretaciones equivocadas...**

Afectan la credibilidad

✓ Del EGM

✓ Del medio que pública

Desvirtúan el esfuerzo de la asociación por un estudio en el que todos podamos confiar

# POR QUÉ NORMAS ÉTICAS

Se debe utilizar la información más actual generada por el estudio y reportar las mediciones anteriores como un comparativo

Cuando compare audiencias de medios (inter ó intra), utilice el mismo período de tiempo

Cada uno de los reportes de la investigación debe contener la **Ficha Técnica de la Investigación** donde debe incluirse:

- ✓ **Grupo objetivo de la investigación (edad, sexo, estratos y ciudades)**
- ✓ **Muestra**
- ✓ **Universo expandido**
- ✓ **Error relativo del muestreo**
- ✓ **Técnica de la entrevista**
- ✓ **Fecha de la medición**

Cada análisis específico deberá presentar su **“Descriptor Técnico”** correspondiente, el cual deberá contener:

- ✓ **Target específico (variables sobre las cuales se construyó el target)**
- ✓ **Muestra del target**
- ✓ **Universo expandido del Target**
- ✓ **Medición o mediciones sobre las cuales se calculó el reporte**
- ✓ **Asociado de la ACIM que emite el reporte**