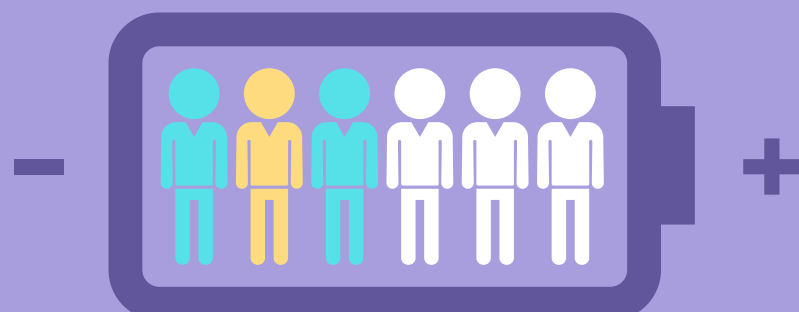


Fuentes de Medición de Audiencias

Para conocer las fuentes de medición de audiencias, es importante conocer el EGM y los ratings.

Estudio General de Medios (EGM)



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.

2 tipos de datos



¿Cuántos son?



¿Cómo son?



Los datos que genera el EGM son estadísticos y probabilísticos.

Número de lectores, espectadores, oyentes o usuarios de un medio, canal o cuenta en particular.



Número de personas potencialmente sujetas al **impacto del mensaje publicitario**, indicando la cantidad de personas que potencialmente pueden llegar a ser impactadas por un anuncio.

Rating

Define la cantidad de personas o espectadores que tiene un programa de televisión o radio; y determina la proyección y la posible efectividad de una campaña publicitaria o anuncio que se exponga en uno de estos medios.

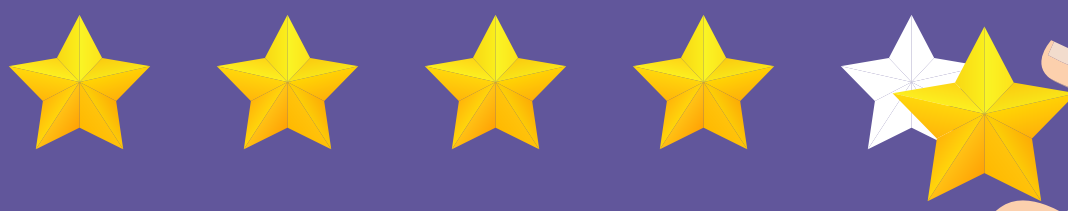
En Colombia se generan informes del **rating de forma periódica**, parte de esa información es de acceso público.



La empresa Ibope es quien **desarrolla dicha medición** desde hace casi 30 años de la misma forma que lo hace en otros países de Latinoamérica.

Medición Rating

A través de un dispositivo llamado **People meter** que se instala, directamente, en los televisores de los hogares seleccionados para realizar dicha medición.



People Meter

Permite saber el tiempo que una persona está conectada en un canal específico y los cambios de canales que realiza durante el tiempo que permanece frente a la pantalla.

Realiza un perfilamiento de los usuarios para saber **quién específicamente está viendo determinado programa**.



Máximo de rating de un programa en Colombia es de 40 puntos.

Medición Rating de Radio

- A través de encuestas una muestra representativa de la población.
- Retroalimentación que hacen los oyentes por los diferentes medios: teléfono, redes sociales y correo electrónico.

Cada emisora y programa de radio se encarga de realizar la medición de su audiencia, con el fin de vender pauta publicitaria.

Medición prensa y revistas impresas

- Impresiones que se hagan de un ejemplar.
- Lectores determinados por un ejemplar.

Cada medio debe determinar un promedio de lectores de sus ejemplares, con el fin de **determinar su audiencia total**.

Medición prensa y revistas digitales

- A través de vistas en sus sitios web.
- Suscriptores, ya sea medio pago o gratuito siempre debe tener un sistema de suscripción.

Estos medios pueden hacer análisis de audiencias a través de los sistemas de analítica web.

