

**KANTAR IBOPE MEDIA**

# Medición de Audiencias Televisivas 360°



Conoce más acerca de nuestro servicio...

# Medición de Audiencias Televisivas 360°

---

## ¿Qué ofrece el servicio?

El servicio de medición de audiencias de televisión de Kantar IBOPE Media es una solución que recopila, analiza y proporciona información detallada sobre el comportamiento de los televidentes.

Este servicio permite conocer qué programas, canales o contenidos son vistos, por quiénes y en qué momento, ofreciendo una visión clara del consumo.

Esta medición se realiza en el Perú desde el año 2000 en este tiempo el servicio ha ido evolucionando gracias a la tecnología para seguir comprendiendo las nuevas maneras de consumir los contenidos.

**Actualmente disponemos de las audiencias en 3 actividades o formas de consumo:**

1. Contenido consumido en vivo - **Live**
2. Contenido consumido en diferido TSV: Time Shifted Viewing - **Total TSV**
3. Contenido consumido en internet desde otros dispositivos  
CMAM: Cross Media Audience Measurement - **Live Streaming**



# Contenido consumido en vivo - Live

El estudio está basado en un panel de hogares que colaboran voluntariamente con este sistema de medición, es un grupo fijo de hogares monitoreados durante un cierto periodo de tiempo.

La medición se realiza a través del dispositivo electrónico [People Meter](#) y mediante la tecnología de reconocimiento [audiomatching](#), es así que el contenido sintonizado en el TV es automáticamente reconocido.

Los integrantes del hogar son identificados en el control remoto y registran su presencia y consumo a través del botón en el mismo control remoto. En todas las ciudades, la recolección de datos se realiza en tiempo real minuto a minuto y puedes visualizar la información al día siguiente.

## ¿Cuál es el tamaño de muestra?



### 780 Hogares

que tengan al menos un TV funcionando.

Lima: 480 hogares y Ciudades: 300 hogares

## ¿Qué ciudades comprende el estudio?

- Lima
- Trujillo
- Chiclayo
- Piura
- Arequipa
- Cusco
- Huancayo



## ¿Qué edades tienen las personas en la muestra?

- Personas de 03 a 99 años

## ¿Cuáles son las variables demográficas que puedo consultar?

- NSE: AB, C, DE
- Género: Hombres y Mujeres
- Rangos de Edades : 03 a 10, 11 a 17, 18 a 25, 26 a 37, 38 a 49, 50+ y edades móviles
- Regiones: Lima, 6 Ciudades, Norte, Sur y Lima + 6 Ciudades
- Tenencia de TV Pagada
- Jefe y Ama

## ¿Mediante qué plataforma se consulta la información?

- REAL TIME, es la plataforma para analizar la información minuto a minuto en tiempo real, el acceso es solo para canales de TV.
- INSTAR, es la plataforma para analizar la información de manera diaria.

## ¿Cuál es la actividad en INSTAR?





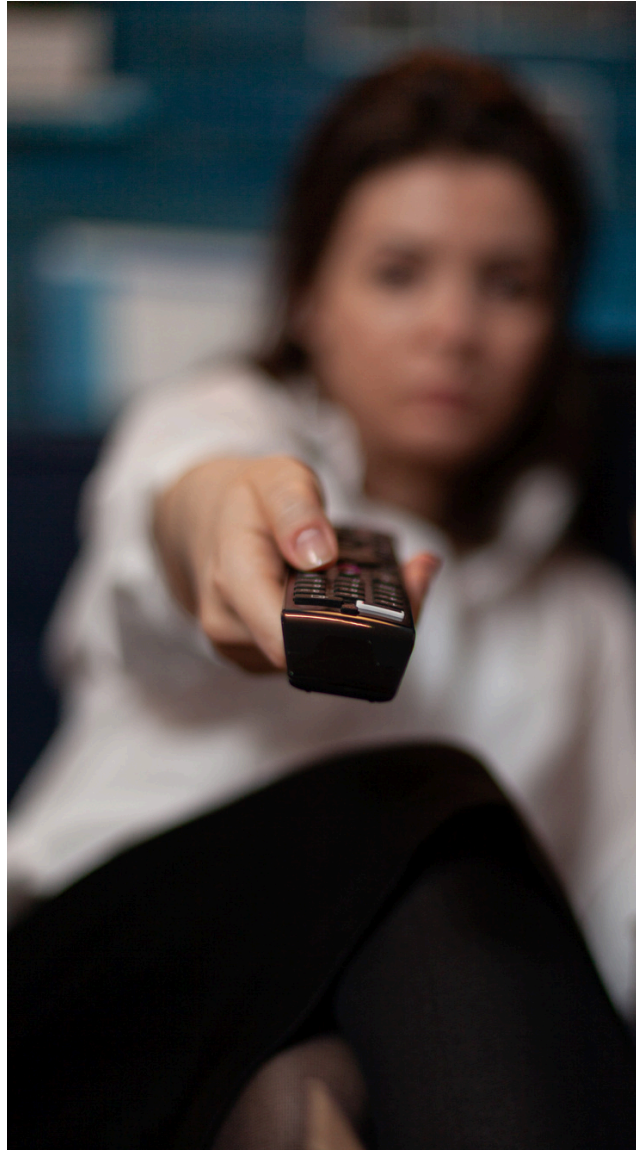
## ¿Qué es el People Meter?

- El **People meter** es un dispositivo que registra electrónicamente el estado de encendido y apagado y la sintonización de canales de un televisor, así como las personas que lo ven.



## ¿Qué es Audiomatching?

- Es el reconocimiento de los canales a través de la comparación entre las huellas de audio capturadas por el people meter versus los audios grabados y almacenados en la Collect Station. Esto nos ayuda a comparar ambos audios y de esta manera asignar a que canal/señal le corresponde el contenido.



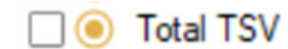
## Contenido consumido en diferido

### TSV: Time Shifted Viewing Total TSV

Con base a la misma metodología de medición vista anteriormente, es posible identificar el visionado en diferido hasta 7 días posteriores a su emisión en vivo, incluyendo además el visionado diferido dentro del mismo día de su emisión original. Se medirá todo visionado diferido que ocurra en los televisores, sea visto por grabación, video on demand o plataformas como Movistar Play, DirecTV Go, Youtube, etc.

**Por ejemplo; si no lograste ver tu programa/evento favorito en su emisión en vivo y lo grabaste o lo puedes volver a ver en otra plataforma ese consumo será asignado como diferido.**

### ¿Cuál es la actividad en INSTAR?



### ¿Desde cuando puedo consultar esta información?

Esta información está disponible desde el 01 de Enero 2024. Además los datos están habilitados para consultarlos al día siguiente.



Innovación al Alcance

Elevando la Medición al Siguiente Nivel

Contenido consumido en internet desde otros dispositivos

## CMAM: Cross Media Audience Measurement Live Streaming

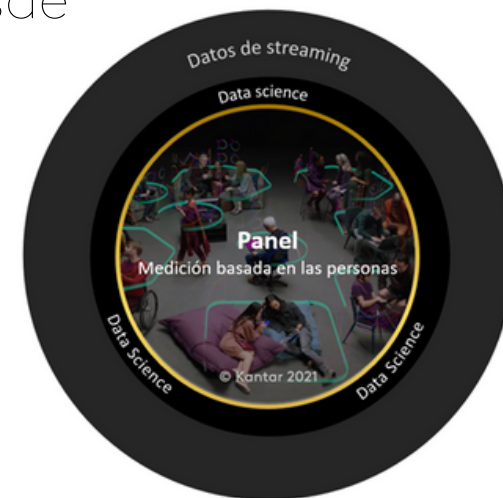
Para lograr comprender el comportamiento del visionado del contenido televisivo en plataformas digitales y en otros dispositivos, Kantar IBOPE Media desarrolló una metodología que integra el comportamiento digital.

### ¿Cómo lo hacemos?

Integramos la información de nuestro panel de 780 hogares con datos censales de las plataformas de video online del canal, además aplicamos un cuestionario al panel para entender el comportamiento del consumo online, estos datos pasan por una calibración para ajustar la demografía.

### ¿Qué dato obtengo?

Datos de audiencia calibrados que permiten obtener la audiencia sin duplicidad de la TV en vivo, plataformas de video y dispositivos. Esta información podrá ser consultada en INSTAR.



### ¿Cómo será la entrega de los datos?

La entrega de días de semana se realiza a los dos días y para los fines de semana a los 3 días.

¿Cuál es la actividad en INSTAR?

☐ ☒ Live Streaming