

Medios de comunicación y
la medición de su impacto
en la sociedad

Juan Da Rosa / Noviembre 2010

INDICE

- ✓ Contexto: rol de la comunicación.
- ✓ Mapa de medios.
- ✓ Indicadores de exposición a medios.
- ✓ Cobertura de los principales medios.

INDICE

- ✓ Contexto: rol de la comunicación.

Idea Básica

✓ Comunicación Institucional

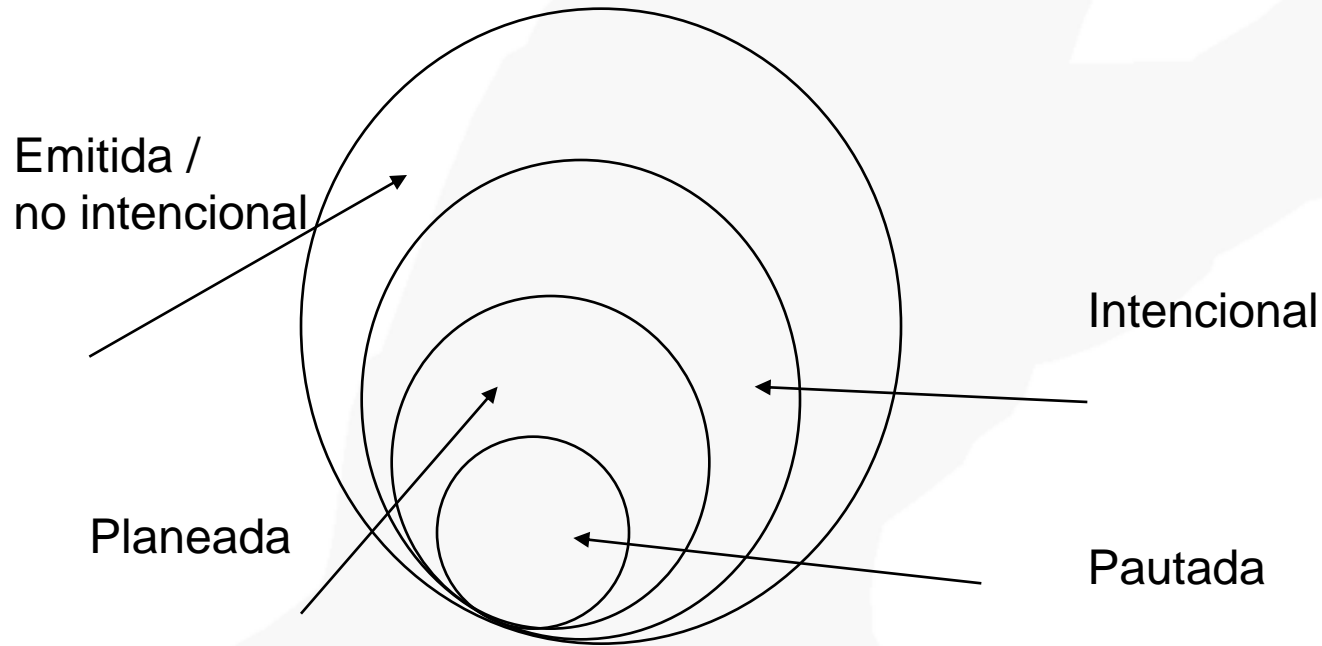
- Toda la ***comunicación corporativa*** emitida por un actor colectivo organizado (intencional o no).
- Toda la ***comunicación publicitaria*** emitida por un actor colectivo organizado.

(*) actor colectivo: partido, gobierno, oposición, empresa, instituciones varias, etc.

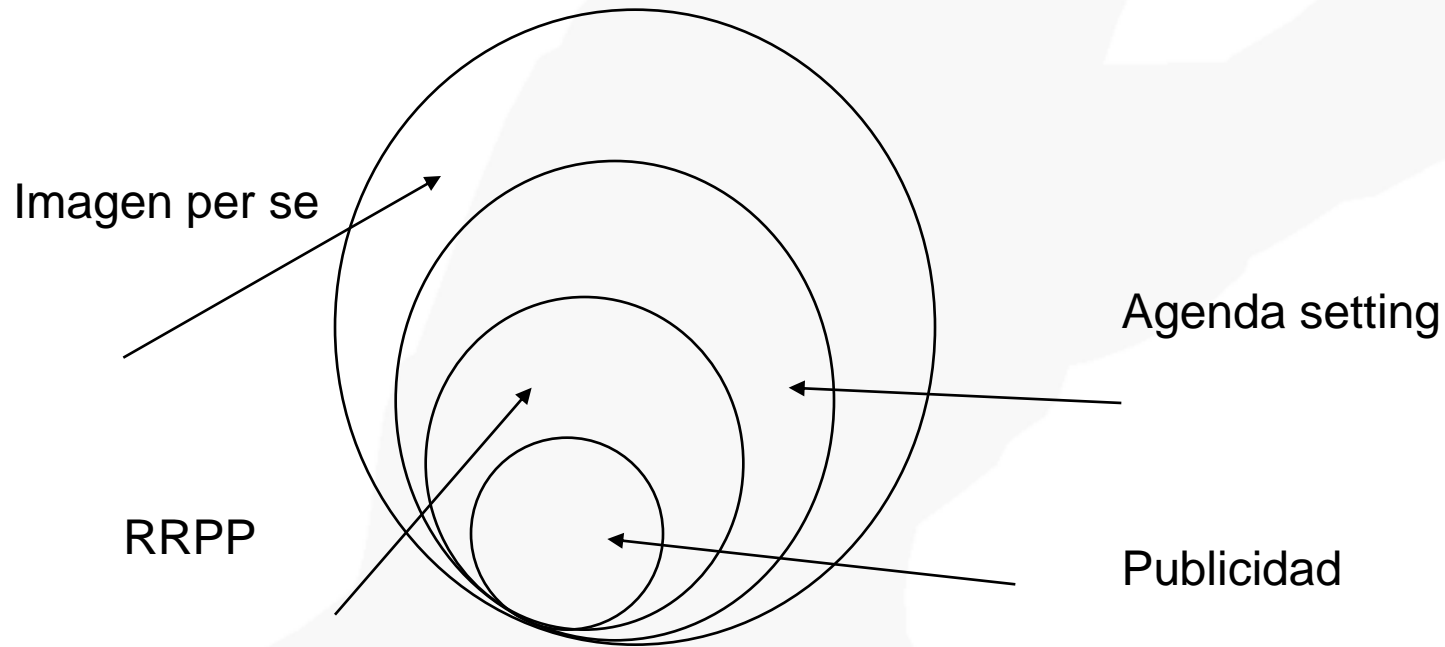
“Toda la Comunicación Emitida”

- ✓ “Toda la Comunicación”: el conjunto de los mensajes efectivamente emitidos por el actor o de alguna manera atribuidos a él.
- ✓ “Emitida” > “Intencional” > “Planeada” > “Pautada”.

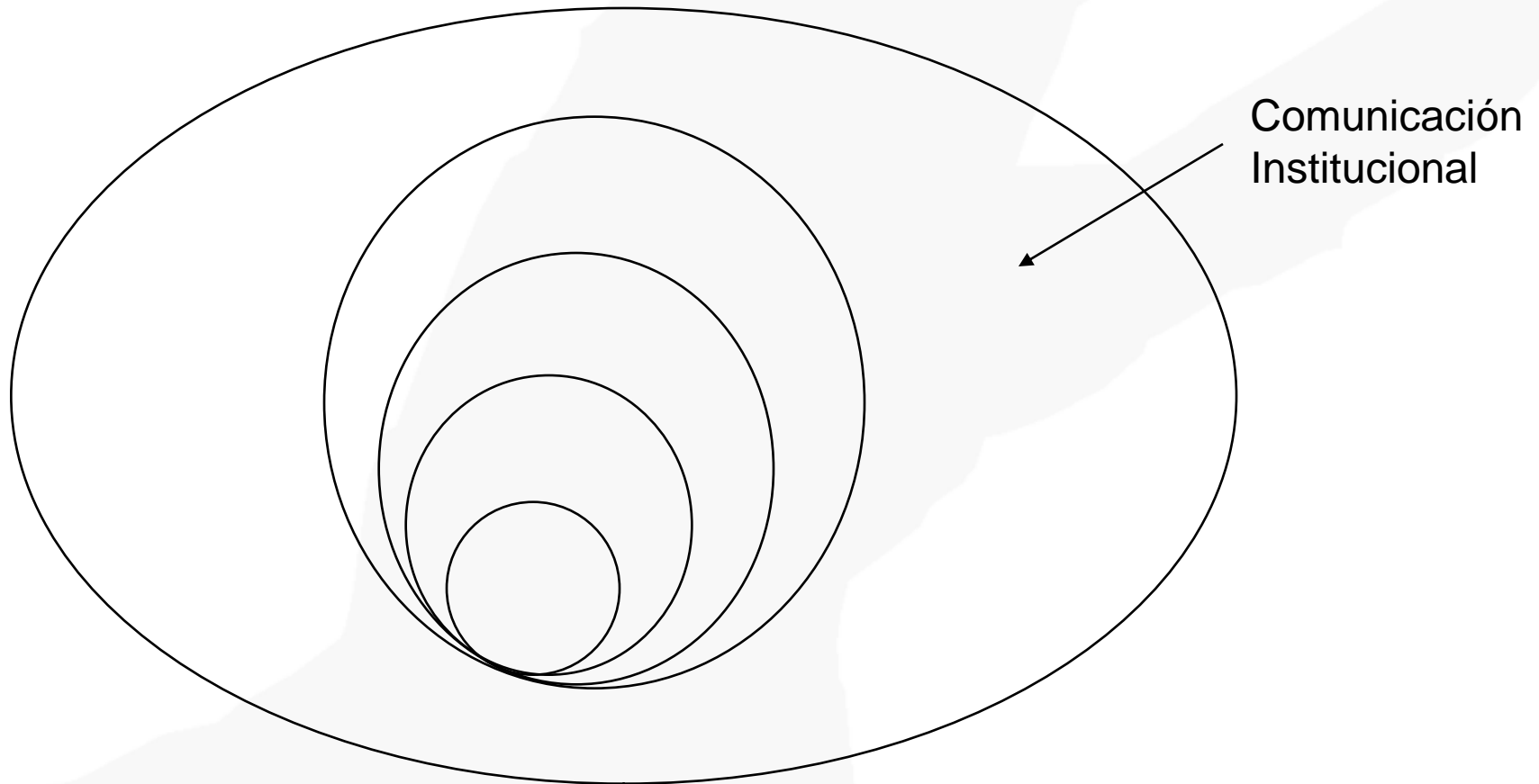
El Modelo Básico



Formatos de como se expresa



El nuevo modelo / global



Aplicaciones

- ✓ Gestión de comunicación aplicada a:
 1. “reformas políticas”.
 2. “agenda setting”.
 3. “campañas políticas”.
 4. “crisis management”.

INDICE

- ✓ Mapa de medios del Uruguay.



**MAPA DE MEDIOS DEL URUGUAY
AÑO 2010**

	NOMRE DEL	RADIOS	RADIOS	TV (1)	TV (2)	PRENSA	PRENSA	P/ DEPTO.	P/DEPTO.
No.	DEPARTAMENTO	AM	FM	AIRE	PAGA	DIARIOS	SEMANARIOS	TOTAL	%
1	ARTIGAS	5	6	5	4	3	3	26	5
2	CANELONES	3	14	0	15	3	7	42	8
3	CERRO LARGO	5	5	6	4	2	3	25	5
4	COLONIA	5	10	3	7	4	6	35	7
5	DURAZNO	3	6	4	4	2	3	22	4
6	FLORES	1	5	1	2	1	1	11	2
7	FLORIDA	1	7	0	4	3	2	17	3
8	LAVALLEJA	3	6	1	4	4	2	20	4
9	MALDONADO	2	15	4	7	3	2	33	6
10	MONTEVIDEO	24	16	5	5	6	7	63	12
11	PAYSANDU	5	7	4	5	1	3	25	5
12	RIO NEGRO	5	6	3	4	3	3	24	5
13	RIVERA	5	8	4	6	2	1	26	5
14	ROCHA	4	15	5	5	2	3	34	7
15	SALTO	5	7	4	5	3	0	24	5
16	SAN JOSE	1	7	0	7	2	3	20	4
17	SORIANO	4	8	3	6	4	3	28	5
18	TACUAREMBO	4	6	6	5	1	4	26	5
19	TREINTA Y TRES	2	6	3	3	0	4	18	3
T O T A L E S		87	160	61	102	49	60	519	100
TOTAL / MEDIOS (%)		17	31	12	20	9	12	100	
TOTAL / SISTEMA (%)		48		31		21		100	

(1) TV AIRE: incluye 27 repetidoras de TNU y 26 de Rutsa y privados.

(2) TV Paga: incluye empresas con sistemas de Cable, MMDS y UHF.

Fuente: URSEC y OPI.

Medios de comunicación

Medios



Soporte que transmite un mensaje / contenido y que se conecta diariamente con públicos (lectores, televidentes, oyentes, etc.)

Tipos de medios



Medios tradicionales

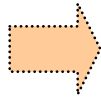
- Televisión, Radio y Prensa Escrita

Medios alternativos

- Vía Pública: fija y móvil
- Auspicios: Eventos (deportes, musicales, etc.)
- Medios Relacionales: Mailings, E-Mail, SMS, Telemarketing, Línea de Atención al consumidor, etc.
- Puntos de Venta: Promociones, Sampling, etc.
- Relaciones Públicas / PR
- Internet: Sitios, Buscadores, Redes Sociales, Blogs
- Cine

Fuentes de datos / las mediciones de audiencia

Televisión



- Cuadernillo (EQUIPOS / MNA)
- People Meter (IBOPE y MEDICIONES Y MERCADO)
- Encuestas telefónicas (EQUIPOS / MDI)
- Encuestas cara a cara (EQUIPOS / EGM)

Radio



- Cuadernillo (EQUIPOS / MNA)
- Encuestas telefónicas (EQUIPOS / MDI y BURODR)
- Encuestas cara a cara (EQUIPOS / EGM / BURODR)

Prensa



- Cuadernillo (EQUIPOS / MNA)
- De circulación / IVC - NO
- Encuestas telefónicas (EQUIPOS / MDI)
- Encuestas cara a cara (EQUIPOS / EGM)

Internet



- Auditoría de tráfico (Certifica/Comscore)
- Panel de internautas Comscore/Ibope)
- Estudios en base a EGM (EQUIPOS)

INDICE

- ✓ Indicadores de exposición a medios.

Rating

Definición



% de individuos promedio que se exponen a un medio de comunicación durante un determinado tiempo. Se calcula sobre el total del universo (expuestos + no expuestos)

Ejemplo:
1 día de
Programa A

	Horario	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total
Programa A	8:00 - 8:30	1		1		1		1				4
Programa A	8:30 - 9:00	1	1	1	1			1			1	6
Programa A	9:00 - 9:30		1	1					1		1	4
Programa A	9:30 - 10:00			1								1

Rating de 8:00 a 8:30:
$$\frac{\text{Audiencia Efectiva}}{\text{Audiencia Potencial}} = \frac{4}{10} = 0,4 \text{ (x100) = 40\%}$$

Rating del programa: Es el promedio de ratings de cada media hora :

$$\frac{40 + 60 + 40 + 10}{4} = 37,5$$

Otros indicadores de exposición

**Cobertura /
Alcance**



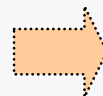
% de individuos **diferentes** alcanzados o expuestos a un medio o una campaña -por lo menos 1 vez- durante un tiempo determinado, generalmente una semana.

**Frecuencia
promedio**



Número de mensajes / contenidos promedio que el público recibe de una comunicación determinada.

**(Grp s
/Pbr s)**



(Gross Rating Points) Es el producto de la cobertura * la frecuencia lograda en una acción de comunicación determinada.

Métricas para Internet

- ✓ **Visitantes Unicos:** Navegantes distintos que durante un determinado periodo de tiempo han visitado el sitio. (identificador único = *cookie*).
- ✓ **Páginas vistas / Impresiones:** Despliegue de un documento html (página) en una ventana de un navegador como resultado de la interacción de un usuario con el sitio.
- ✓ **Visitas / Secciones:** Una serie de requerimientos o solicitudes de page views por un navegante al sitio. Al ingresar al sitio, comienza la sesión y ésta concluye cuando se registran más de treinta minutos (30) de inactividad por parte del usuario.
- ✓ **Minutos de exposición:** Tiempo que los visitantes han permanecido en el sitio.

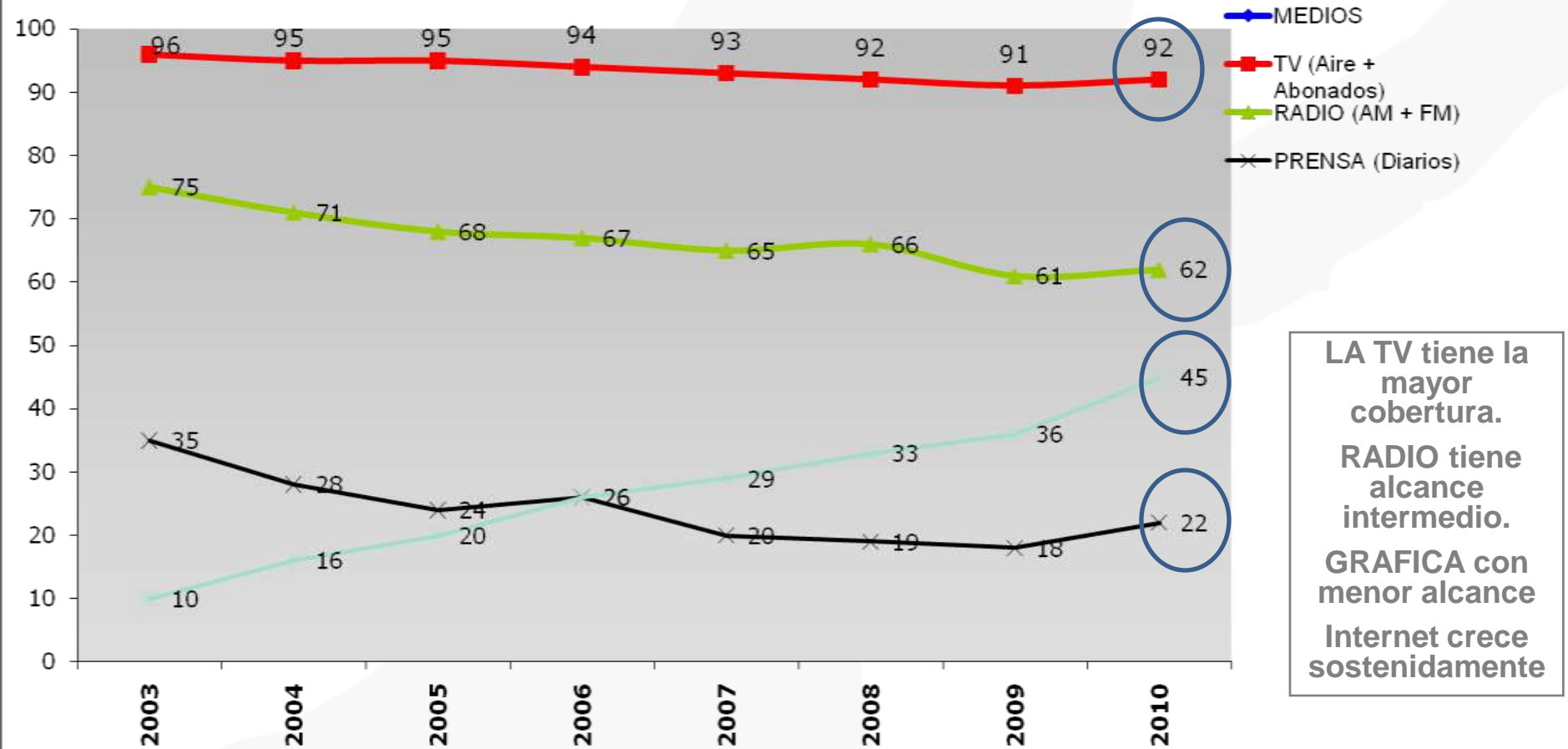
INDICE

- ✓ Cobertura de los principales medios
 - ✓ Universo total país: 2.946.886.
 - ✓ (6 años y más)
 - ✓ 1% = 29.468 individuos

Comportamiento de las Coberturas

Promedio (en %) anual de TV, Radio, Prensa e Internet (2003-2010)

Medición a nivel Nacional

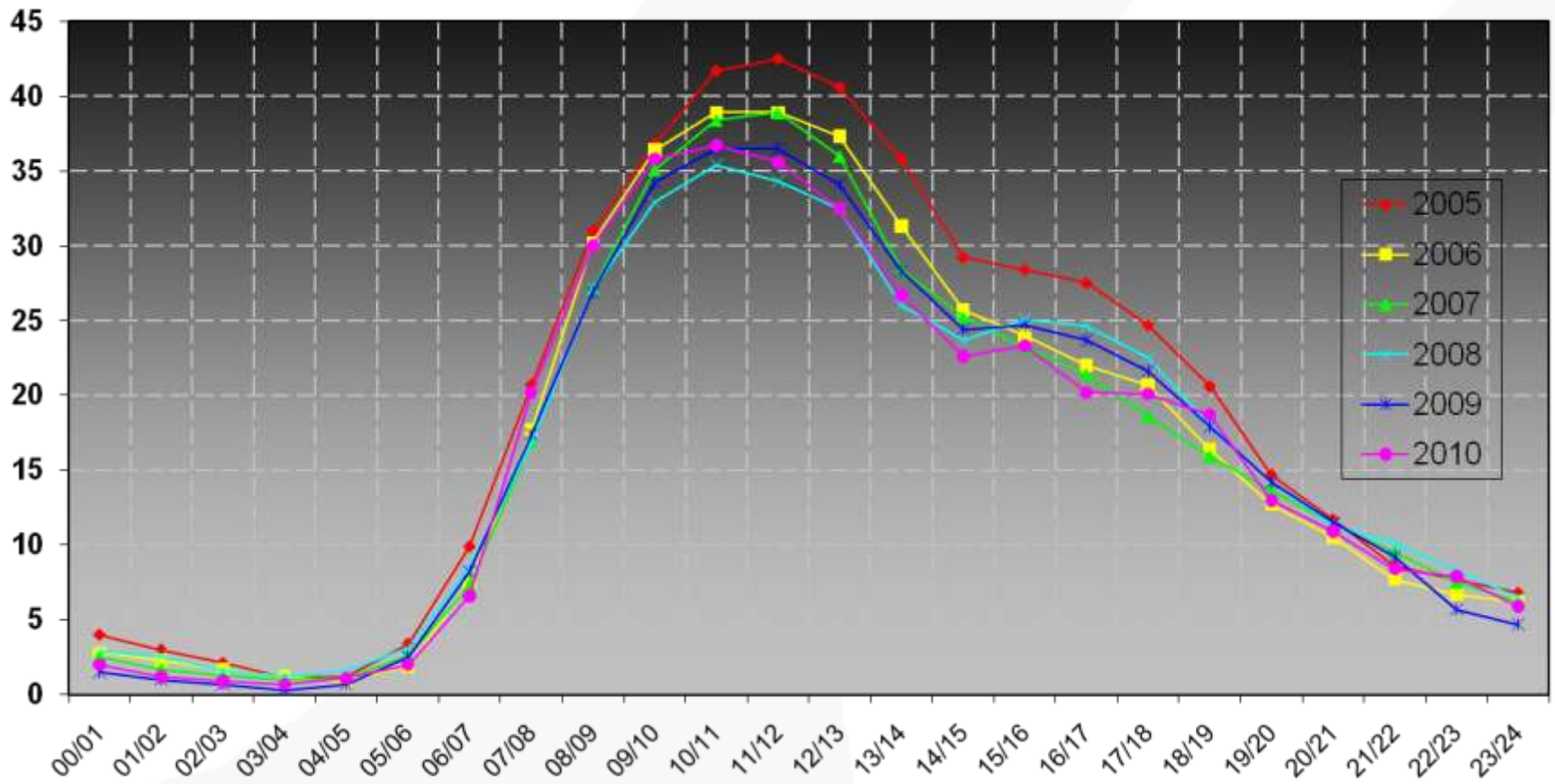


Fuente: Medición Nacional de audiencias / EQUIPOS - Certifica-Comscore

La RADIO a lo largo del día en los últimos años

Evolución de la cobertura promedio (en %) durante las 24 hs del día

Cobertura: 62%



Las 10 emisoras de AM más escuchadas

Cobertura Nacional AM (Año 2009-2010) – en %

Cobertura: 62%

EMISORAS RADIALES AM	abr-09	may-09	jun-09	jul-09	ago-09	sep-09	oct-09	nov-09	dic-09	ene-10	feb-10	mar-10	abr-10	Promedios
CX 20 MONTE CARLO	9,0	8,5	9,2	10,1	10,8	9,6	9,4	10,0	10,6	9,6	9,9	9,8	10,4	9,8
CX 14 EL ESPECTADOR	1,8	2,2	2,1	2,6	2,5	2,1	2,3	2,5	3,0	2,9	2,4	2,0	1,3	2,3
CX 8 SARANDI	1,4	2,0	2,1	2,1	1,4	1,5	1,9	2,4	2,3	1,8	1,9	2,1	2,5	2,0
CX 58 CLARIN	2,0	1,9	2,7	2,2	2,5	1,5	1,8	2,0	2,1	1,4	1,4	1,7	2,2	2,0
CX 16 CARVE	1,2	1,3	1,7	1,7	1,5	1,6	1,6	2,3	2,2	2,1	2,0	2,0	2,3	1,8
CX 12 ORIENTAL	1,5	2,1	2,1	2,2	1,5	2,0	1,1	1,3	1,8	1,6	1,7	1,7	1,6	1,7
CX 4 RURAL	1,5	1,6	1,4	2,1	2,0	2,0	1,5	1,7	1,4	1,2	1,1	1,4	1,5	1,6
CX 22 UNIVERSAL	1,2	1,2	1,5	1,2	1,2	1,2	1,6	1,6	1,2	1,3	1,7	2,2	2,2	1,5
CX 30 RADIO NACIONAL	1,2	1,3	1,3	0,1	1,2	1,6	0,5	1,5	1,3	1,5	1,2	1,1	0,9	1,1
CX 18 SPORT	1,0	0,8	1,1	1,2	1,0	0,8	0,8	0,7	0,5	0,9	1,5	1,8	2,0	1,1

Las 10 emisoras de FM más escuchadas

Cobertura Nacional FM (Año 2009-2010) – en %

Cobertura: 62%

EMISORAS RADIALES FM	abr-09	may-09	jun-09	jul-09	ago-09	sep-09	oct-09	nov-09	dic-09	ene-10	feb-10	mar-10	abr-10	Promedios
CXD 262 FM AIRE 100.3	4,1	3,1	3,5	4,1	4,4	3,9	4,4	4,2	4,3	3,7	4,5	4,8	5,0	4,2
CXD 290 FM GALAXIA 105.9	2,5	2,3	2,2	1,6	2,3	2,3	1,2	1,9	2,1	3,1	3,9	3,5	3,0	2,5
CXD 230 FM OCEANO 93.9	1,7	1,7	1,8	2,7	2,7	2,9	2,0	2,4	2,5	2,5	1,9	2,0	1,8	2,2
CX 285 FM METROPOLIS 104.9	1,7	1,8	2,7	2,7	2,4	2,2	1,9	1,8	0,9	1,2	1,6	2,1	1,5	1,9
CXD 216 FM FUTURA 91.1	1,5	2,0	2,3	2,1	2,0	2,6	2,6	1,9	2,2	2,0	1,5	1,0	0,8	1,9
CXD 250 FM M24 97.9	2,0	1,9	1,4	1,3	1,6	2,6	2,3	2,4	1,4	2,0	1,6	1,9	1,5	1,8
CX 226 FM INOLVIDABLE 93.1	1,9	1,9	1,5	1,0	1,4	1,7	1,3	1,9	2,2	2,8	2,5	1,8	1,4	1,8
CXD 220 FM DISNEY 91.9	1,1	1,2	1,4	1,6	1,9	1,9	2,0	1,9	1,9	1,7	1,4	2,1	2,0	1,7
CXD 282 FM RADIOCERO 104.3	0,9	1,2	1,8	1,9	1,7	0,5	2,5	1,0	1,3	1,6	1,4	1,0	1,1	1,4
CXD 294 FM LA LEY 106.7	1,1	1,6	1,8	1,5	1,4	1,2	1,1	0,8	0,7	0,8	0,9	0,7	0,8	1,1

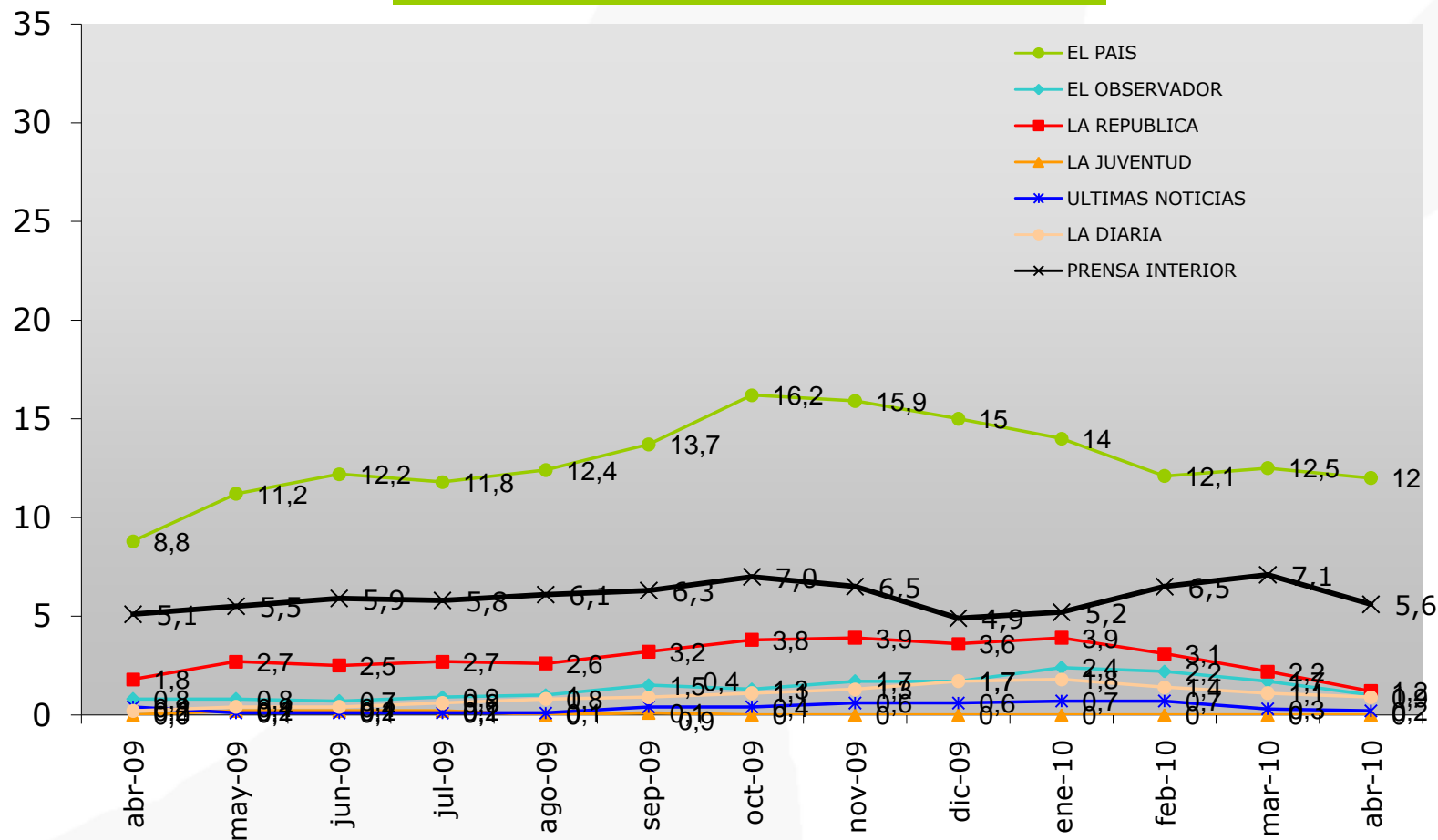
Comparativo de COBERTURA – Radios locales vs nacionales

Cobertura: 62%

Departamento	Emisora	Cobertura (%)	Emisora	Cobertura (%)
Flores	Sur FM	75	Montecarlo AM	21
Treinta y Tres	Conquistador FM	74	Rural AM	5
Tacuarembó	Zorrilla de San Martín AM	72	Rural AM	9
Soriano	Difusora Soriano AM	69	Montecarlo AM	7
Salto	Radio Salto AM	67	El Espectador	2
Cerro Largo	La voz de Melo AM	65	Montecarlo AM	4
Artigas	La voz de Artigas AM	63	Radio Carve AM	6
Durazno	Radio Durazno AM	57	Radio Carve AM	20
Rivera	Internacional FM	57	Montecarlo AM	10
Florida	La nueva radio AM	53	Montecarlo AM	22
Paysandú	Casino FM	49	Rural AM	4
Lavalleja	Emisora del Este AM	40	Montecarlo AM	19
Maldonado	Gente FM	40	Montecarlo AM	12
Río Negro	Radio Litoral AM	40	Montecarlo AM	5
Rocha	Difusora Rochense AM	40	Rural AM	8
San José	Emisora Principal FM	33	Montecarlo AM	13
Canelones	Metropolis FM	31	Montecarlo AM	19
Colonia	Radio del Oeste AM	24	Montecarlo AM	14

Cobertura: 22%

Medición a nivel Nacional





Cantidad de medios de prensa local y nacional según Departamento

Cobertura: 22%

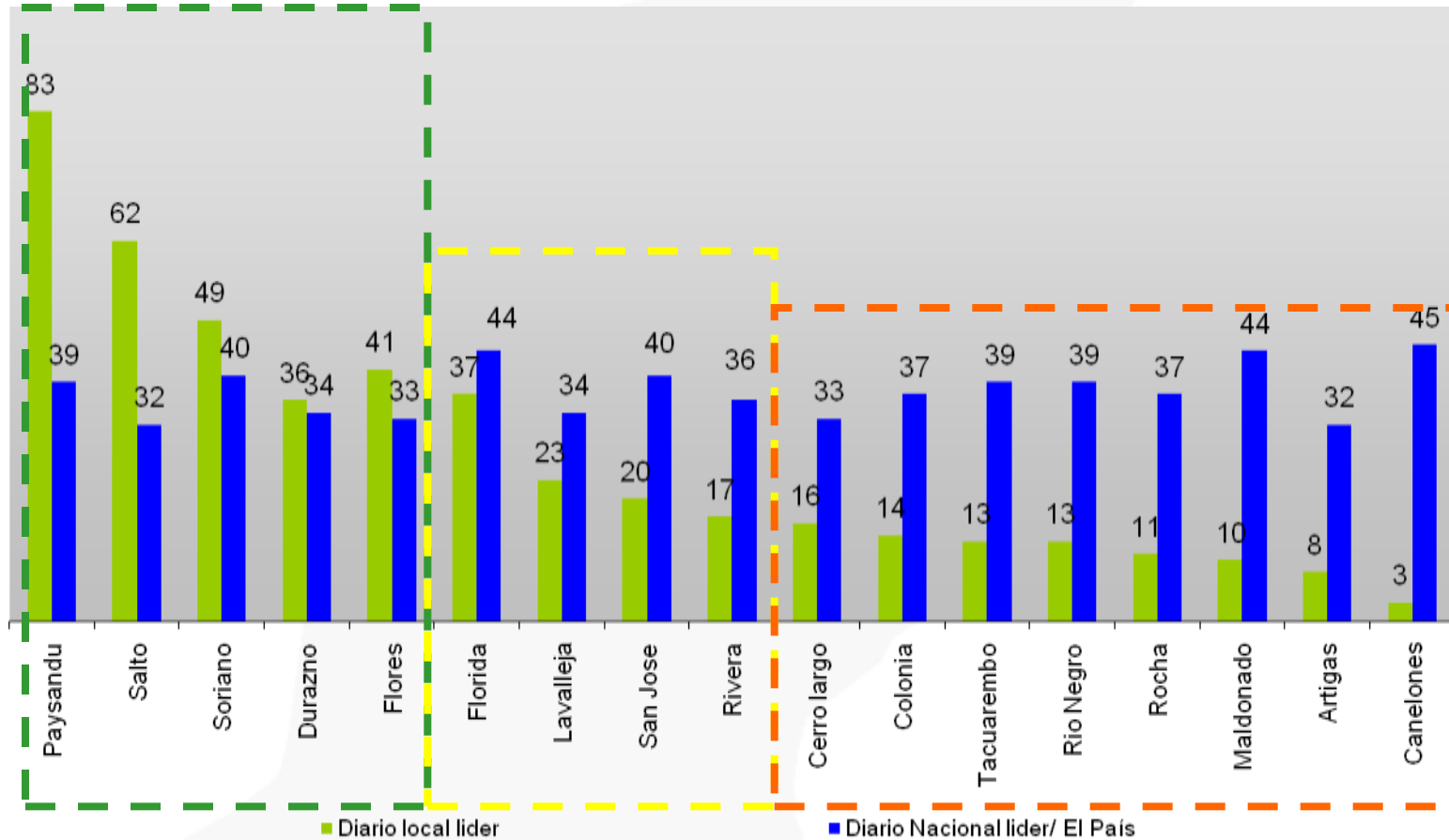
Departamentos	Cantidad de diarios	Diario de mayor cobertura
PAYSANDU	1	Diario El Telegrafo (Local)
FLORES	1	Diario Ecos Regionales (Local)
DURAZNO	2	Diario Acontecer (Local)
SALTO	3	Diario El Pueblo (local)
SORIANO	4	Diario Acción (Local)

CANELONES	3	Diario Nacional/ El País
ARTIGAS	3	Diario Nacional/ El País
LAVALLEJA	4	Diario Nacional/ El País
SAN JOSE	2	Diario Nacional/ El País
MALDONADO	3	Diario Nacional/ El País
FLORIDA	3	Diario Nacional/ El País
COLONIA	4	Diario Nacional/ El País
ROCHA	2	Diario Nacional/ El País
RIVERA	2	Diario Nacional/ El País
RIO NEGRO	3	Diario Nacional/ El País
TACUAREMBÓ	1	Diario Nacional/ El País
CERRO LARGO	2	Diario Nacional/ El País
TREINTA Y TRES	0	Diario Nacional/ El País

Prensa LOCAL vs Prensa NACIONAL I

Comparativo de COBERTURAS entre medios locales y medios nacionales según Departamento

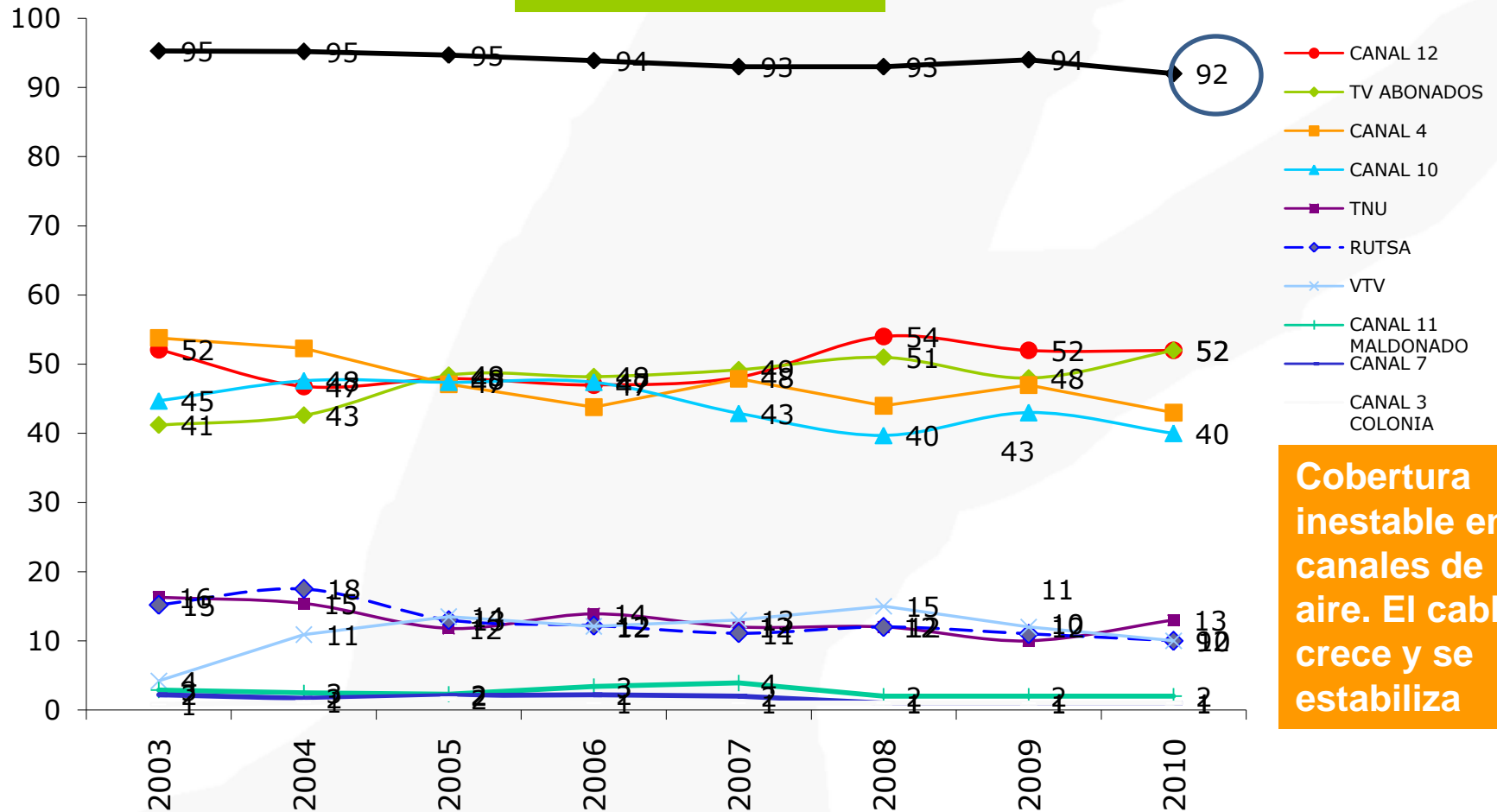
Cobertura: 224%



LA TELEVISIÓN

COBERTURA promedio anual (2003-2010) – en %

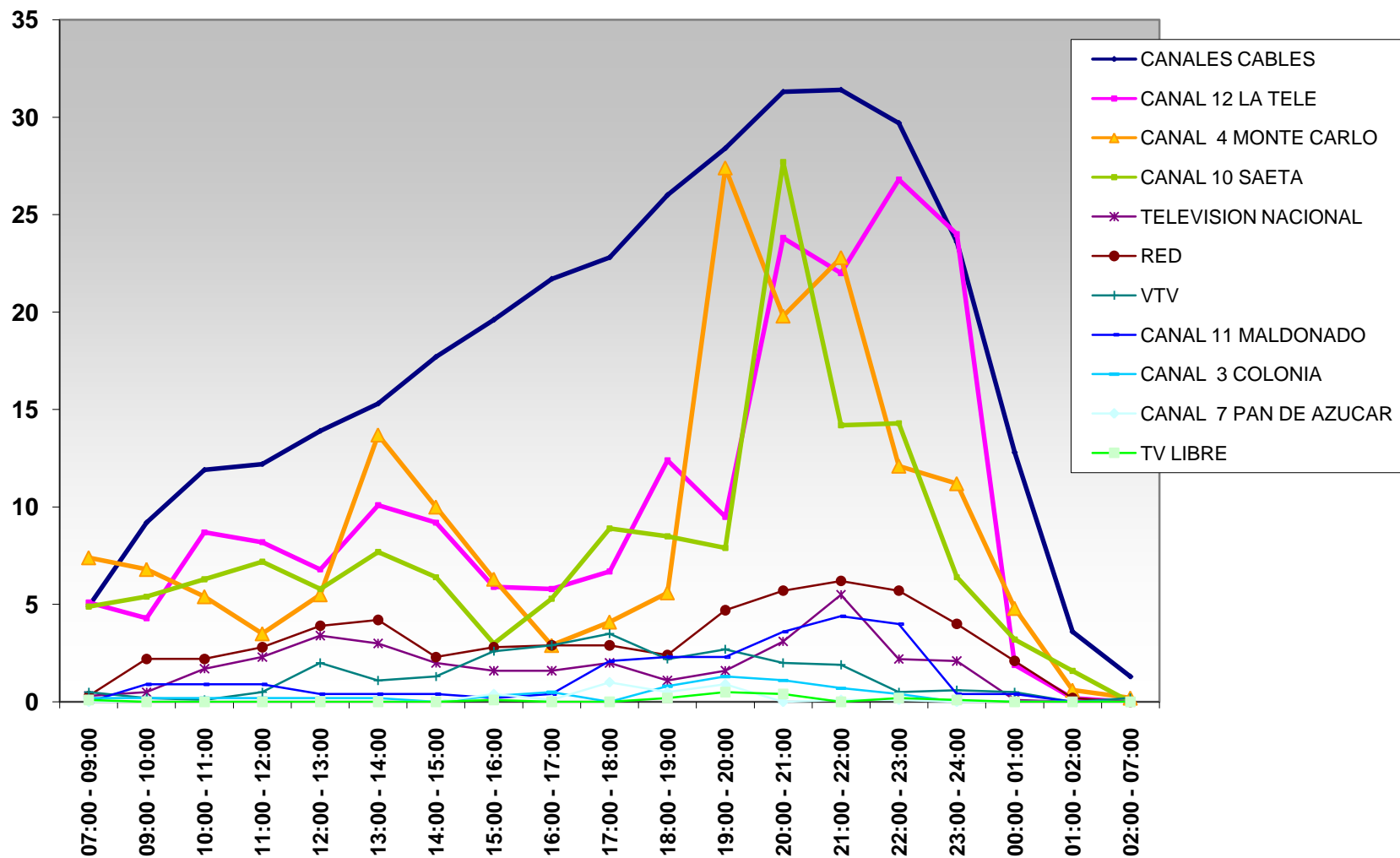
Medición Nacional



Cobertura inestable en canales de aire. El cable crece y se estabiliza

COBERTURA Canales de Aire y TV Cable por horarios

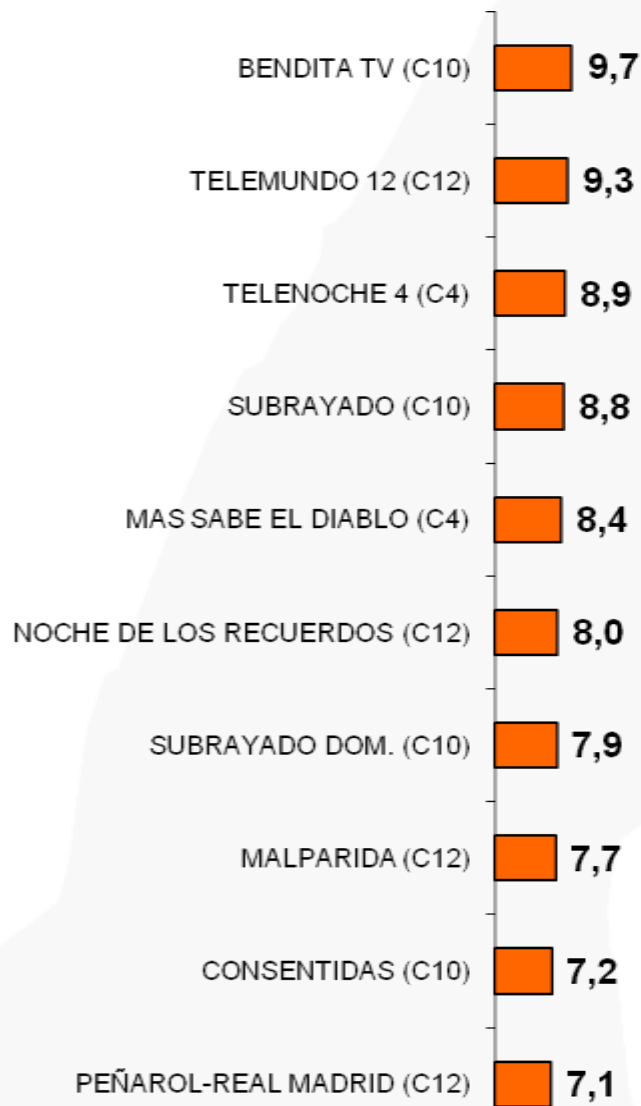
Cobertura: 92%



Ranking 10 programas de TV de mayor rating promedio / emisión (en %).

Mes de Setiembre 2010

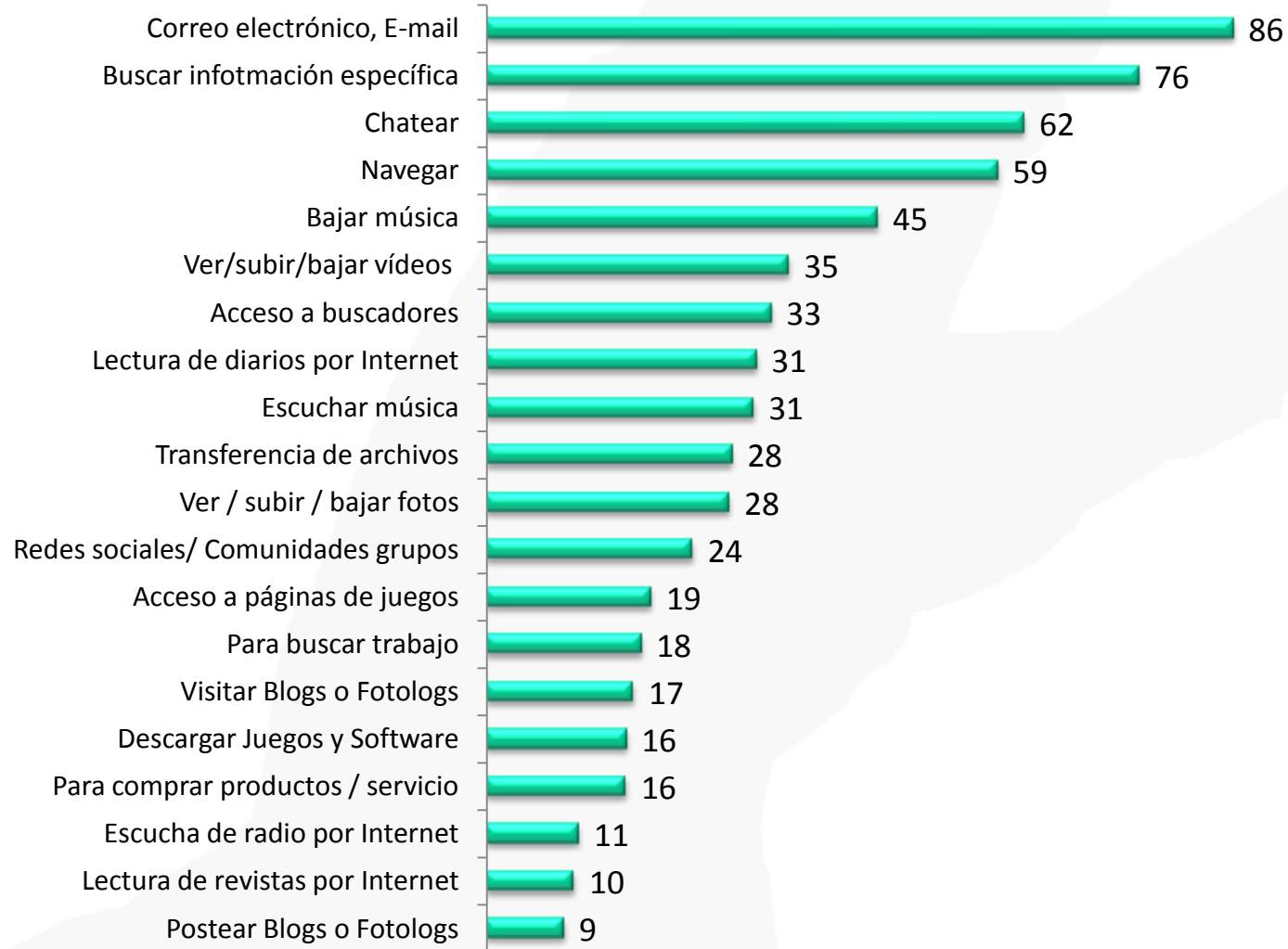
Cobertura: 92%



6 programas nacionales dentro de los 10 de mayor rating a nivel nacional

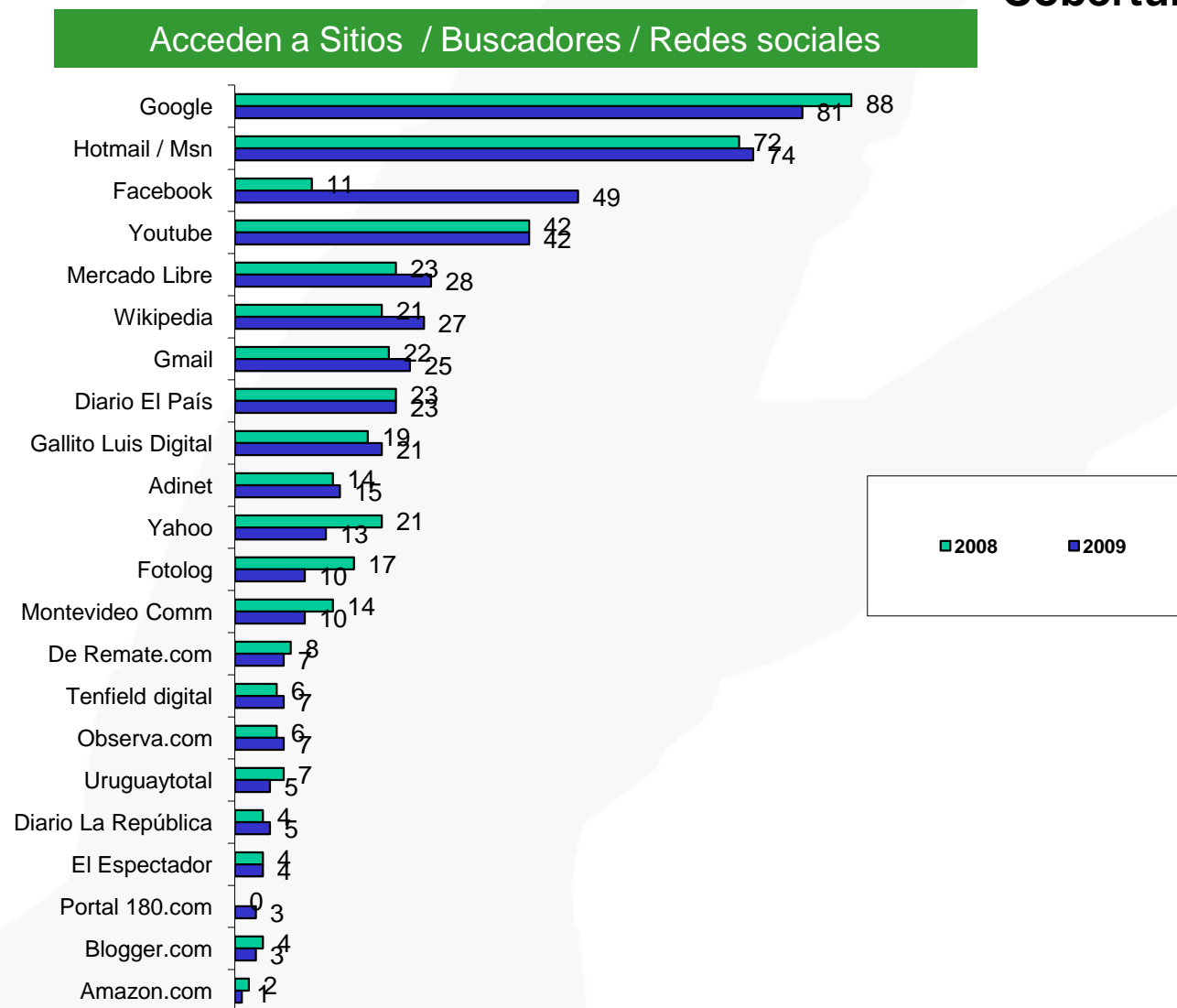
Usuarios: 20 principales actividades realizadas en Internet

Cobertura: 45%



Usuarios: sitios / portales a los que acceden en la web

Cobertura: 45%



Perfiles de los usuarios de los principales sitios del mercado



	Internet	Facebook	YouTube	Mercado Libre	Gmail	Globe	EL PAIS
SEXC							
Hombre	48	45	56	57	51	50	54
Mujer	52	55	44	43	49	50	46
EDAD							
13 a 24	41	54	51	37	32	54	33
25 a 44	39	36	37	44	45	36	45
45 y más	20	10	12	19	23	11	22
NSE							
ABC1 (alto)	20	22	25	23	30	27	31
C2C3 (medio)	47	50	50	54	53	47	48
D1D2 (bajo)	33	28	24	23	17	26	22





Ranking de sitios Uy / set-2010

Propiedad	Usuarios	Puesto
Red El Pais de Uruguay	1.552.218	1
Montevideo Red	693.797	2
Observa	346.921	3
www.espectador.com.uy	197.730	4
180	98.107	5
Teledoce	85.178	6
Buscojobs	84.211	7
Canal 10	47.632	8

Propiedad	Paginas Vistas	Puesto
Red El Pais de Uruguay	27.829.580	1
Montevideo Red	9.064.816	2
Observa	4.167.598	3
www.espectador.com.uy	1.390.427	4
Buscojobs	1.121.624	5
180	727.602	6
Teledoce	326.750	7
Canal 10	226.367	8

Propiedad	Minutos	Puesto
Red El Pais de Uruguay	64.816.457	1
Montevideo Red	28.150.539	2
Observa	14.905.815	3
www.espectador.com.uy	2.383.806	4
180	1.507.743	5
Buscojobs	1.260.372	6
Teledoce	641.248	7
Canal 10	300.997	8

Perfiles de la audiencia de medios, según variables básicas

	Total				
SEXO					
Hombre	48	48	48	49	52
Mujer	52	52	52	51	48
EDAD					
13 a 24	30	41	30	29	21
de 25 a 44	39	39	32	32	36
45 y más	30	20	38	39	43
NSE					
ABC1 (alto)	13	20	13	12	46
C2C3 (medio)	38	47	39	38	31
D1D2 (bajo)	49	33	48	51	22

Muchas gracias!!!!
Preguntas / Comentarios

Juan Da Rosa
jdarosa@equipos.com.uy