IBOPE	**Ficha Técnica de los Servicios de IBOPE COLOMBIA**
	Documento No. MED CO-FO-COM-0025 V.5 Ficha Técnica de Monitoreo

Fecha de Descripción: **19/08/2026**

ITEM	INTERNET
OBJETIVO	Monitoreo de pauta publicitaria con intención comercial.
ALCANCE	Se monitorea la totalidad de las landing pages colectadas por AdMetricks.
CUBRIMIENTO	De los 1064 sitios web que colecta AdMetricks se informaran de manera desglosada 87 sitios que representan aproximademente el 90% de la inversión mensual, los demas sitios se reportaran de manera agrupada.
METODOLOGIA	La obtención de la información se descarga desde AdMetricks luego pasa al sistema de procesamiento de E-cadastro para su respectiva clasificación en la base de datos de Ibope Colombia, una vez clasificados los datos se realiza el procesamiento mensual para la entrega a clientes. Las políticas específicas de monitoreo se definen en los Manuales Metodológicos y procedimientos del área.
	VARIABLES REFERENCIACION Medio Vehículo (Sitio web) Fecha
	VARIABLES MENSUALES Soporte (Landing Page) Producto Referencia (INTERNET) Aviso Observaciones Anunciante Agencia Central Holding Sector Subsector Categoría Impresiones Mes Bimestre Trimestre Semestre Año Tarifa Inversión
POBLACIÓN OBJETIVO	El estudio Monitoreo se lleva a cabo sobre los sitios web colectados por AdMetricks; no se lleva a cabo trabajo estadístico para su selección por lo tanto, el estudio se realiza sobre un inventario de medios y vehículos predefinidos. Los sites objeto del estudio son:

Grupo de Medios	Sitio web
casa editorial el heraldo s.a	elheraldo.co
dgnet ltd.	computrabajo.com.co
el colombiano	elcolombiano.com
el colombiano	qhubomedellin.com
el pais s.a	elpais.com.co
el tiempo	eltiempo.com
el tiempo	metrocuadrado.com
el tiempo	futbolred.com
el tiempo	portafolio.co
el tiempo	motor.com.co
el tiempo	alo.co
el tiempo	revistadonjuan.com
el tiempo	abcdelbebe.com
el universal	eluniversal.com.co
espn internet ventures	espn.com.co
galvis ramirez & cia s.a	vanguardia.com
grupo caracol	caracoltv.com
grupo caracol	elespectador.com
grupo caracol	noticias.caracoltv.com
grupo caracol	bluradio.com
grupo caracol	gol.caracoltv.com
grupo caracol	lakalle.bluradio.com
grupo caracol	shock.co
grupo caracol	hjck.com
grupo caracol	volkgames.com
grupo falabella	falabella.com.co
grupo falabella	linio.com.co
grupo godó	lavanguardia.com
grupo godó	mundodeportivo.com
grupo infobae	infobae.com
grupo la república	larepublica.co
grupo santodomingo	pulzo.com
metro international	publimetro.co
metro international	nuevamujer.com
microsoft	msn.com
Not classified	youtube.com
Not classified	facebook.com
Not classified	resultadodelaloteria.com
Not classified	mercadolibre.com.co
Not classified	poki.com
Not classified	winsports.co
Not classified	gerencie.com
Not classified	canal1.com.co
Not classified	chess.com
Not classified	symbolab.com
Not classified	enfemenino.com
Not classified	emisorascolombianas.co
Not classified	radios.com.co

prisa	caracol.com.co
prisa	as.com
prisa	elpais.com
prisa	tropicanafm.com
prisa	wradio.com.co
prisa	radioacktiva.com
prisa	oxigeno.fm
prisa	besame.fm
prisa	los40.com.co
prisa	los40.com
prisa	cadenaser.com
publicaciones semana	semana.com
publicaciones semana	dinero.com
publicaciones semana	finanzaspersonales.com.co
publicaciones semana	revistaarcadia.com
publicar publicidad multimedia sas	paginasamarillas.com.co
rcn mundo	canalrcn.com
rcn mundo	lafm.com.co
rcn mundo	rcnradio.com
rcn mundo	noticiasrcn.com
rcn mundo	radiored.com.co
rcn mundo	rcnmundo.com
rcn mundo	lamega.com.co
rcn mundo	lacarinosa.com
rcn mundo	radiored.rcnradio.com
rcn mundo	alertatolima.com
rcn mundo	rumba.com.co
rcn mundo	elsol.rcnradio.com
rcn mundo	fantastica.rcnradio.com
rcn mundo	rcnnovelas.com
rcn mundo	radiouno.com.co
rcn mundo	amor1044.com
rcn mundo	amor1044.rcnradio.com
rcn mundo	deportesrcn.com
unidad editorial	marca.com
unidad editorial	elmundo.es
unidad editorial	expansion.com
unidad editorial	telva.com
verizon media	yahoo.com

DESCRIPIÓN DE LA RECOGIDA Y PROCESO DE DATOS

Inicia con un proceso automático de descarga de la información de nuestro proveedor AdMetricks, esta información pasa al sistema de clasificación de la información llamado E-Cadastro herramienta desarrollada por IBOPE, luego finaliza con la exportación y procesamiento del cierre mensual.

1.Luego de descargar la información en E-Cadastro se procede a la clasificación de los sitios en dos rangos:

•Sitios con NOMBRE PROPIO
•Sitios que se agrupan en un genérico llamado OTROS SITIOS

2.Una vez se encuentra la clasificación de los sitios se procede a la clasificación de la pauta publicitaria donde se tendrán en cuenta los siguientes datos proporcionados por AdMetricks:

•Brand
•Campaign name
•Campaign landing page

3.Teniendo en cuenta la información anterior se procede a la clasificación en la base de Ibope Colombia asignando marca e ítem y a su vez categoría, subsector y sector. Las referencias son asignadas automáticamente por el sistema manejando una referencia genérica llamada INTERNET.

4.Si una marca no aparece en la base y no es una marca que pertenece a un gran anunciante se realizara un long tail para clasificarlas de acuerdo con el sector al que aplica; ejemplo:

MARCA: VARIOS (más descripción del producto o servicio que ofrecen)
ITEM: DIGITAL
CATEGORIA: Se asigna la categoría del producto
SUBSECTOR: Se asigna el subsector al cual pertenece la categoría
SECTOR: Se asigna el sector al cual pertenece la categoría

Ejemplo Long Tail:

MARCA	ITEM	CATEGORIA	SUBSECTOR	SECTOR
VARIOS CONSTRUCTORAS	DIGITAL	CONSTRUCTORAS	CONSTRUCTORAS, INMOBILIAR	INDUSTRIA Y CONSTRUCCION

MARKETPLACES

*Mercadolibre

Si bien están considerados como un vehículo la dinámica de publicaciones y la variedad de anunciantes hace que tengan un tratamiento diferente en la clasificación.
Se clasificarán las tiendas oficiales de las marcas y los comercios más relevantes. Los particulares y tiendas que no tienen página web o local y que no se encuentren creados en los multimedios se procederá a clasificar como un long tail.

OTHER-CAMPAIGNS

Dentro de la metodología desarrollada por el proveedor AdMetricks, las campañas que no se capturan el sistema las colecta bajo un genérico de marca llamado Other-Brands el cual ocupa aproximadamente el 73.67% de la inversión mensual, para este caso ya que no contamos con una marca definida para la clasificación, se creara un genérico para este caso de la siguiente manera:

MARCA	ITEM	ANUNCIANTE	CATEGORIA	SUBSECTOR	SECTOR
AVISOS VARIOS INTERNET	AVISOS VARIOS	CLASIFICADOS	CLASIFICADOS	OTROS SERVICIOS	SERVICIOS

ENTREGA Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Cierre Multimedios		Cierres Digital	
Mes calendario	Mes a cerrar	Reproceso	Cierre Parcial
Enero	Diciembre		Diciembre
Febrero	Enero	Octubre-Noviembre-Diciembre	Enero
Marzo	Febrero		Febrero
Abril	Marzo		Marzo
Mayo	Abril	Enero-Febrero-Marzo	Abril
Junio	Mayo		Mayo
Julio	Junio		Junio
Agosto	Julio	Abril-Mayo-Junio	Julio
Septiembre	Agosto		Agosto
Octubre	Septiembre		Septiembre
Noviembre	Octubre	Julio-Agosto-Septiembre	Octubre
Diciembre	Noviembre		Noviembre
Enero	Diciembre		Diciembre
Febrero	Enero	Octubre-Noviembre-Diciembre	Enero

SUBCONTRATACIÓN DE FASES INDIVIDUALES DE LA INVESTIGACIÓN

No hay subcontratación en ninguna fase del estudio.

CUMPLIMIENTO DE LA NORMA ISO20252

SI _ NO X

CALENDARIO DEL PROYECTO

Se hara una entrega mensual de los datos colectados en el sistema de E-Cadastro, esta información sera entregada el 7 día habil del mes siguiente, despues de la entrega de los multimedios.

PERIODOS DE RETENCIÓN DE LOS REGISTROS PRIMARIOS

Los datos históricos se almacenan en las bases de Admetricks indefinidamente, igualmente los archivos resultantes del procesamiento mensual de datos que son la fuente para las bases del sistema de clientes.

Los registros de las Supervisiones se almacenan durante 3 meses como evidencia.

CONTROLES DE CALIDAD

Se hace permanente seguimiento a indicadores del sistema de gestión de calidad para asegurar que los datos procesados cumplen con los criterios de aceptación planificados.

Revisar la información que bajo en los logs
Verificar reglas de sitios
Verificar el long tail identificando posibles marcas relevantes.
Verificar duplicidad de reglas para landing page