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

Fecha de Descripción: **27/07/2026**

ITEM	NOMBRE SERVICIO:
OBJETIVO	Monitoreo de pauta publicitaria con intención comercial que permite verificar la publicación efectiva de pauta en las revistas que circulan con los periodicos objeto del contrato.
ALCANCE	Se monitorea la totalidad de los avisos en las revistas de periódicos monitoreados
CUBRIMIENTO	Monitoreo a nivel NACIONAL, REGIONAL y LOCAL según la cobertura de cada revista de prensa.
METODOLOGIA	Se cuenta con suscripción a las revistas y periódicos monitoreados que se reciben en las instalaciones de IBOPE Colombia y están a disposición inmediata para el monitoreo. Se cuenta con suscripciones o cortesías en las ciudades origen de los periódicos locales. Los periódicos recibidos corresponden a los días en que circulan según su periodicidad. A diario se entrega la información del propio día de las revistas que ciruculan con LA REPUBLICA, PUBLIMETRO, Q HUBO BOGOTA, EL NUEVO SIGLO y EL ESPECTADOR; Las demás revistas se entregan al momento en que quedan verificados. Las políticas específicas de monitoreo se definen en el Manual Metodológico Monitoreo REVISTAS **VARIABLES REFERENCIACION** Medio Vehículo (revista) Fecha **VARIABLES CHEQUEO** Soporte (Pagina de la revista) Producto Referencia Color Página Número de Páginas Editorial Género Región Circula con (para revistas de prensa) Observaciones Periodicidad Anunciante Agencia Central Holding Sector Subsector Categoría Inserciones Mes Día de la semana Bimestre Trimestre Semestre Año Tarifa Inversión
	Las revistas de prensa que en el ultimo año han sido habituales a continuación. Para este medio surgen permanentemenete nuevos titulos esporadicos o estacionales, los cuales tambien se monitorean.

No	CIRCULA - PERIODICO	REVISTA
1	DIARIO DEL SUR	CRONIC CARN BLAN Y NEG
2	DIARIO DEL SUR	REVISTA IMPULSO
3	EL COLOMBIANO	DOS PUNTOS
4	EL COLOMBIANO	GENERACION
5	EL COLOMBIANO	PROPIEDADES
6	EL COLOMBIANO	VISION ESTRATEGICA
7	EL DIARIO	300 EMPRESAS GR CARTAGO
8	EL DIARIO	500 EMPRESAS RISARALDA
9	EL DIARIO	EDUCACION SUP (DIARIO)
10	EL DIARIO	EMPR EXCELENCIA AMBIENTAL
11	EL DIARIO	FIESTAS DE LA COSECHA
12	EL ESPECTADOR	ENCUENTRO POR EL AGUA
13	EL INFORMADOR	AULA UNIVERSITARIA

POBLACIÓN OBJETIVO	

14	EL MERIDIANO	TE UBICA EN LA U
15	EL MERIDIANO DE SUCRE	TE UBICA EN LA U(M SUCRE)
16	EL NUEVO DIA	EMPRESAS GENERADORAS
17	EL NUEVO DIA	EXPOUNIVERSIDADES
18	EL PAIS	500 EMPRESAS + EXITOSAS
19	EL PAIS	GENTE (PAIS)
20	EL PAIS	RUMBA RABO Y OREJA
21	EL UNIVERSAL	EMPRESAS GENERAN CONFIANZ
22	EL UNIVERSAL	GUIA ESTUDIANTIL(UNIVER)
23	LA CRONICA	500 EMPRESAS QUINDIO
24	LA CRONICA	NOVENA AGUINAL (CRONICA)
25	LA NACION	BODAS (LA NACION)
26	LA NACION	LA NACION JR
27	LA NACION	LIDERAZGO&DESARROLLO EMP
28	LA NACION	REVISTA EN LA VIA
29	LA NACION	VIVIENDA & CONSTRUCCION
30	LA OPINION	LA OPINION INFANTIL
31	LA OPINION	MEJORES EMPRESAS NTE SDER
32	LA PATRIA	CREER EN CALDAS
33	LA PATRIA	RESPONSAB SOCIAL EMPR
34	LA PATRIA	SALUD & BELLEZA (PATRIA)
35	LA PATRIA	UNIVERSIDADES
36	VANGUARDIA LIBERAL	500 EMPRESAS GENERADORAS

DESCRIPIÓN DE LA RECOGIDA Y PROCESO DE DATOS	Chequeo diario a la totalidad de los avisos, incluidos clasificados de hasta 50 periódicos. Identificación y captura en el software Sistema de Producción Monitoreo de las variables de pauta, se consignan los datos referentes al medio o sub-medio y la pauta publicitaria que se detecta. Se incluye la totalidad de pauta que se encuentra en las revistas que se reciben mediante suscripción o cortesía. La pauta local o sectorizada como insertos y especiales que no se reciben con la suscripción o cortesía no se incluye en el monitoreo. 1.- Luego de ser escaneado, se procede a medir el impreso con la herramienta IBOVIEWER desarrollada por IBOPE Colombia. Esta herramienta fue previamente sometida a prueba. 3.- La pauta publicitaria se incluye dentro de la revista de periódico en que es publicada, asignando marca, ítem, referencia, pagina, color y tipo de aviso de acuerdo a las políticas de monitoreo. 4.- Página son incluidos automáticamente por el software IBOVIEWER. 5.- Después de tener todos los registros ingresados, debidamente verificados en cuanto su tarifa, marca, referencia y sus otras características se procede a cerrar el impreso para que éste quede disponible para el supervisor o coordinador.
	Tamaño del aviso: Una página de revista se puede dividir en fracciones. Se determina como el decimal correspondiente al tamaño del aviso respecto a la página completa. Los avisos y tarifas difieren en cuanto al nombre que asigna cada revista a sus Secciones o al propio nombre de la tarifa. Las referencias se crean a criterio de quien monitorea, persona que se guía por lo más relevante de la pieza publicitaria, previa comparación con la referencia utilizada en los otros medios para el mismo producto y pieza publicitaria. Por la naturaleza del estudio Monitoreo, no se llevan a cabo entrevistas personales. Por la naturaleza del estudio, el nivel de supervisión aplicado será el re contacto, que si bien no se aplica a un entrevistado, el re contacto se entiende como la verificación en los periódicos de la pauta publicada.
ENTRREGA Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	Debido a la naturaleza de la investigación se entenderá resultados también como datos. con el cierre mensual una entrega consolidada del mes. Software de Consulta Ibope Work Station – IWKS MEDIA VIEW: La piezas publicitarias se editan la primera vez en que son publicadas, incluyendo en los avisos cada con cambio en su creatividad y referencia. Adicionalmente se cuenta con el snapshot de la pagina real en que fue publicado el aviso que se almacena por 60 días. No se digitalizan clasificados, auto pauta Las bases de datos en IWKS son históricas y contienen información así: REVISTAS: Incluye piezas editadas desde 2006. inició la digitalización de los avisos nuevos publicados en Revistas y en los periódicos EL TIEMPO, EL COLOMBIANO, EL PAIS, EL HERALDO y VANGUARDIA LIBERAL para ser liberado en IWKS de acuerdo a filtros por categorías. A partir del último trimestre de 2009 se digitaliza la totalidad de impresos y ya es un tema automático la publicación de las piezas nuevas, de acuerdo a filtros por categorías. REVISTAS: Incluye datos de chequeos e inversión desde 1992 Cierre Mensual: El quinto día hábil de cada mes se libera el cierre mensual con la información de cada medio. Así mismo se entregan la base producto y la base programación para ser actualizadas por las Centrales para el cierre del siguiente mes.
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	Una entrega diaria de los datos del día hábil inmediatamente anterior; Despues de fin de semana o festivo se incluye la información de esos días más la información del propio día de las revistas que ciruculan con PORTAFOLIO, LA REPUBLICA, ADN BOGOTA, PUBLIMETRO, Q HUBO BOGOTA, EL NUEVO SIGLO, EL ESPECTADOR, y EL TIEMPO ; Las demás revistas se entregan al momento en que quedan verificados
PERIODOS DE RETENCIÓN DE LOS REGISTROS PRIMARIOS	Los datos colectados en el monitoreo de la programación se almacenan en la bases de datos del Sistema de Producción Monitoreo. Los registros de las Supervisiones se almacenan durante 3 meses como evidencia. Almacenamiento de imágenes digitales por 60 días en formato jpg. Los ejemplares impresos se almecenan por 30 días
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. Se efectúan permanentes controles de calidad, siguiendo procedimientos establecidos por Monitoreo, acordes con las políticas de calidad de KANTAR IBOPE MEDIAColombia en donde intervienen personas con diferentes niveles de responsabilidad en cada área y se lleva a cabo durante las etapas de elaboración, liberación y posteriores. Verificaciones diarias Verificaciones semanales Verificaciones mensuales Verificación pre-cierre mensual Verificación post-cierre mensual Inversión histórica del producto. Lanzamiento de nuevas campañas publicitarias. Productos históricamente conflictivos. Movimientos atípicos de productos en los medios. Productos diferentes con gran similitud.