



ESTUDIO DE LECTORÍA OFICIAL DE PERÚ





ESTUDIO DE LECTORÍA PERÚ

¿QUIÉNES SOMOS?

KANTAR MEDIA

● Compañía # 1 en Investigación de Medios Publicitarios

● KMR presente en más de 50 países a nivel mundial

● Pertenece a WPP – grupo inglés de comunicaciones

● Creación del más moderno algoritmo de cálculo de alcance/frecuencia

● Estudio de Lectoría como fuente oficial en Ecuador y Perú



ESTUDIO DE LECTORÍA PERÚ

MISIÓN - VISIÓN



MISIÓN

Entregar información de lectoría del mercado peruano con alta calidad y cumpliendo los estándares internacionales de Kantar Media, siendo el principal colaborador en la toma de decisiones de marketing de anunciantes, agencia de medios, agencias de publicidad y medios de comunicación.

VISIÓN

Ser un aliado estratégico en la toma de decisiones de marketing de nuestros clientes, generando valor a través de nuestras distintas herramientas de estudios de medios físicos y online. Encontrando los momentos claves en el que el consumidor está más disponible para recibir un mensaje de parte del anunciante.

ESTUDIO DE LECTORÍA PERÚ

KANTAR MEDIA - PERÚ

- Kantar Media Perú es la fuente oficial de Lectoría (Diarios y Revistas) en el país a partir de Enero del 2007. En mayo del 2008 se creó a pedido de nuestros clientes la nueva razón social en Perú – Media Research Perú.

Auditoria

- Entre Agosto 2008 y Febrero 2009, a solicitud de la Sociedad de Empresas Periodísticas del Perú (SEPP), Comité de Usuarios de Estudios de Medios Impresos (CUSEMI) y la Asociación Nacional de Anunciantes (ANANDA), cercano a cumplir 2 años en el mercado se realizó la primera auditoría al Estudio de Lectoría de Medios Impresos (diarios y revistas), *alcanzando **resultados satisfactorios.***
- La empresa auditora Ernst & Young, firma internacional, fue la encargada de su ejecución, revisando que la investigación cumpla con las normas del MRC (Media Rating Council) entidad responsable de establecer estándares que permitan una confiable y correcta investigación para la industria de marketing y publicidad de Estados Unidos.

ESTUDIO DE LECTORÍA PERÚ

METODOLOGÍA

- Modelo de medición '**Yesterday Reader**' (YR) en el caso de Diarios y '**Recent Reader**' en Revistas.
- **Probabilidades personales de lectura.**
- Recuerdo ayudado con **Logotipos de cada soporte.**
- Determina el AIR: **cantidad de lectores promedio de una edición de un soporte en el intervalo de tiempo de esa edición.**
- **3 preguntas básicas:** Publicaciones leídas en último período de tiempo;
Frecuencia de lectura de cada soporte leído; y
Cuando se leyó por última vez esa publicación

Técnica

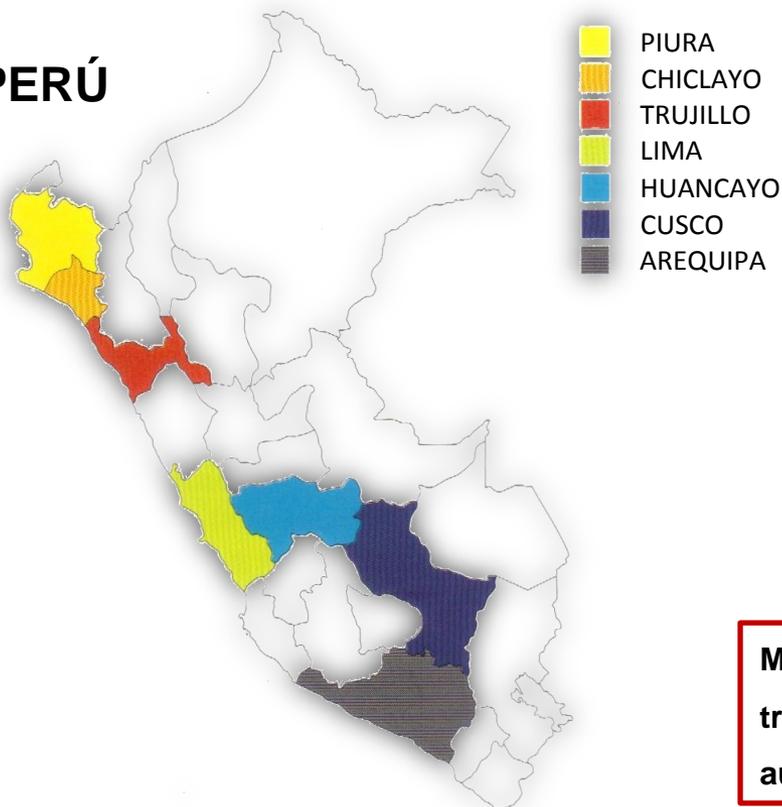
- Cuestionario estructurado, aplicado con dispositivos IP (celulares)
- Entrevista cara a cara, en hogares, aplicados a una muestra aleatoria de personas, todos los días del año. Solo una persona por hogar.

ESTUDIO DE LECTORÍA PERÚ

CIUDADES Y TAMAÑO MUESTRAL

Grupo Objetivo:  - 12 a 74 años - Todos NSE

PERÚ



MUESTRA ANUAL IDEAL

LIMA 24,000

6 Ciudades 12,000

TOTAL 36,000

Muestra aleatoria, estratificada no proporcional, de selección trietápica. La muestra es segmentada según NSE y sexo, autoponderada por edad, distribuida por día de la semana

ESTUDIO DE LECTORÍA PERÚ

¿CÓMO ESTAMOS Y CUÁLES SON NUESTROS DESAFÍOS?



Software instalado en clientes agencias y medios escritos.

Progreso creciente y veloz en explotación de la herramienta por los usuarios de agencias y medios.

Trabajamos para ser un modelo exitoso en generar una base de negocios para los diversos actores.

Nuestro desafío permanente está en:

- Aumentar valor creando nuevas prestaciones.
- Garantizar objetividad, neutralidad y transparencia técnica y comercial

MEDIA RESEARCH PERU S.A.C.

Santa Cruz 1521
Miraflores, Lima – Perú

Teléfonos:

Oficina: (+511) 201-3400 anexo: 1701

Celular: (+511) 989124335

cmaura@mediaresearchperu.com

servicioalcliente@mediaresearchperu.com

