



# ESTUDIO DE LECTORÍA PERÚ-LIMA

## FICHA TÉCNICA 2009



Producto	Estudio de Lectoría de diarios, revistas y suplementos.
Muestra Lima	12.000 entrevistados anuales, a sujetos entre 12 y 74 años de edad, residentes en Lima Metropolitana, pertenecientes a todos los NSE. Muestra aleatoria sistemática, estratificada no proporcional, de selección trietápica. La muestra es segmentada según NSE y sexo, autoponderada por edad, distribuída por día.
Medición en Provincias	6 ciudades: Piura, Chiclayo, Trujillo, Huancayo, Cusco, Arequipa. Muestra de 1000 entrevistas anuales por ciudad, en dos olas. Con entrega de información dos veces al año.
Metodología	Survey con entrevistas cara a cara y cuestionario individual en hogares, de flujo administrado aplicado con palm. Se sustenta en el recuerdo con estímulo: logotipos.
Fechas	Campo continuo (Lima). Entrega de resultados: Bases de 12 meses móviles entregada manualmente.
Medios Medidos y Publicados	Se reportan en software los resultados de los medios suscritos al estudio (luego de un mínimo de 12 meses de medición).
Información recibida	Todos los SUSCRITORES reciben el paquete completo con la misma información de diarios, suplementos y revistas.
Resultados	Cada entrega consta de 12,000 casos para Lima. Fecha de entrega: Las bases estarán disponibles para los suscriptores el día 25 del mes siguiente al término del período a reportar.
VARIABLES	Permite conocer la lectura regular de los soportes a través de indicadores como alcance, número de lectores, alcance exclusivo, afinidad, adhesión, GRX, frecuencia, cobertura, etc.
Software	Print Plan: software con 4 módulos estándar: Editor de Pautas, Ranking de Soportes, Superposición de Lectura y Cruce de Datos.
Utilidad	Herramienta de investigación internacionalmente armonizada que permite a los marketers, planificadores de medios, compradores y vendedores, acceder a información de marketing y audiencias de medios a nivel local.