

PANORAMA DE LA INVESTIGACIÓN DE LOS MEDIOS.
EL ESTUDIO DE DIRECTIVOS Y OTROS ESTUDIOS Y
FUENTES

Curso de Investigación de Medios

AIMC - AEDEMO

Carlos Lamas

25 de Enero

AIMC

ASOCIACION PARA LA INVESTIGACION DE MEDIOS DE COMUNICACION

▶ DIRECTIVOS – Universo

Definición general:

- Individuos que verifiquen una de las dos condiciones siguientes:
 - Mandan sobre 6 ó más personas ya sea de forma directa ó indirecta.
 - Titulados Universitarios (de grado medio o superior) trabajando en el área de su titulación



2

AIMC

Curso de Investigación de Medios AIMC - AEDEMO
ASOCIACION PARA LA INVESTIGACION DE MEDIOS DE COMUNICACION



AIMC

▶ DIRECTIVOS – Fuentes

- DIRCE (Directorio Central de Empresas). INE
- DUNS 50.000 (Dun & Bradstreet)
- D & B Marketing (Dun & Bradstreet)
- Ficheros Schober (Empresas, Profesionales y Presidencia)
- EPA (Encuesta de Población Activa). INE
- Estadísticas del Ministerio de Administraciones Públicas
- Estadísticas del Ministerio de Defensa
- Estadísticas del Ministerio de Educación y Cultura
- Fichero de Altos Cargos (FAC)
- Actualidad Económica: “¿Quién es Quién?”



3

AIMC

Curso de Investigación de Medios AIMC - AEDEMO
ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



AIMC

▶ DIRECTIVOS – Segmentación del Universo (1)

- **EMPRESAS**
 - A. Empresas 6-9 empleados.
 - B. Empresas 10 ó más empleados.
 - C. Presidencia.
- **PROFESIONALES LIBERALES**
 - D. Profesionales Liberales.



4

AIMC

Curso de Investigación de Medios AIMC - AEDEMO
ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



AIMC

▶ DIRECTIVOS – Segmentación del Universo (2)

▪ FUNCIÓN PÚBLICA

- E. Altos cargos de la Administración Pública.
- F. Oficiales del Ejército.
- G. Fuerzas y Cuerpos de Seguridad.
- H. Cargos directivos Centros Enseñanza Pública no Universitaria.
- I. Catedráticos y Profesores Titulares de Universidades Públicas.
- J. Otros directivos Función Pública.



Patio de las promociones
Centro de Gestión

5

AIMC

Curso de Investigación de Medios AIMC - AEDEMO
ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



AIMC

▶ DIRECTIVOS – Definición específica (1)

▪ A. Empresas 6-9 empleados:

- Propietario, director ó gerente de la empresa (una persona por empresa). Es la persona más importante de la empresa y debe mandar sobre 5 ó más personas ya sea de forma directa ó indirecta.

▪ B. Empresas 10 ó más empleados:

- Definición General.

▪ C. Presidencia:

- Presidentes.
- Vicepresidentes.
- Administradores únicos.
- Consejeros delegados.



6

AIMC

Curso de Investigación de Medios AIMC - AEDEMO
ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



AIMC

▶ DIRECTIVOS – Definición específica (2)

▪ D. Profesionales Liberales

- Profesionales liberales con titulación universitaria (de cualquier grado).
- D1. Profesionales liberales área médica
 - Médicos (Medicina general, Odontólogos, Veterinarios, Cardiólogos, Pediatras, etc...).
 - Otros Profesionales Sanitarios (Farmacéuticos, Enfermería, Practicantes, etc.).
- D2. Profesionales liberales área jurídica
 - Notarios.
 - Abogados.
 - Asesoría fiscal y económica.
 - Asesoría de patrimonio y seguros.



7

AIMC

Curso de Investigación de Medios AIMC - AEDEMO
ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



AIMC

▶ DIRECTIVOS – Definición específica (3)

▪ Profesionales Liberales

- Profesionales liberales con titulación universitaria (de cualquier grado).
- D3. Profesionales liberales área técnica
 - Arquitectos.
 - Ingenieros
 - Peritos y expertos (Tasadores de antigüedades y obras de arte, Peritos calígrafos, Peritos mercantiles, etc.).
- D4. Otros profesionales liberales
 - Profesionales liberales del arte y la cultura (Músicos, Pintores, etc.).
 - Otros profesionales liberales (Periodistas, Fotógrafos, Traductores, Agentes y Representantes, etc.).



8

AIMC

Curso de Investigación de Medios AIMC - AEDEMO
ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



AIMC

▶ DIRECTIVOS – Definición específica (4)

- E. Altos cargos de la Administración Pública.
 - Altos Cargos de la Administración Pública.
- F. Oficiales del Ejército.
 - Oficiales del ejército español.
 - F1. Generales y Jefes
 - Rango comandante ó superior: Generales, Coronel, Teniente Coronel y Comandante.
 - F2. Oficiales
 - Sólo Capitán y Teniente.



9

AIMC

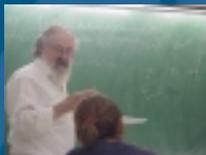
Curso de Investigación de Medios AIMC - AEDEMO
ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMERCIO



AIMC

▶ DIRECTIVOS – Definición específica (5)

- G. Fuerzas y Cuerpos de Seguridad.
 - Comisario Principal, Comisario, Inspector Jefe e Inspector del Cuerpo General de Policía.
 - Jefes y oficiales de:
 - Guardia Civil, Fuerzas de Seguridad Autonómicas y Policía Municipal.
- H. Cargos directivos Centros Enseñanza Pública no Universitaria.
 - H1. Centros con Educación Infantil o Primaria exclusivamente.
 - Director del centro.
 - H2. Centros con ESO ó Bachiller / FP
 - Director, Jefe de Estudios y Secretario de Centros con ESO ó Bachiller / FP (además, también pueden impartir educación infantil o primaria)



10

AIMC

Curso de Investigación de Medios AIMC - AEDEMO
ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMERCIO



AIMC

▶ DIRECTIVOS – Definición específica (6)

- I. Catedráticos y Profesores Titulares de Universidades Públicas.
 - Catedráticos y Profesores Titulares de Facultades, Escuelas Técnicas y Escuelas Universitarias (Universidades Públicas)
- J. Otros directivos Función Pública.
 - Definición General.



11



Curso de Investigación de Medios AIMC - AEDEMO
ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



▶ DIRECTIVOS – Cuantificación del Universo (1). 2001

38A. Empresas 6-9 empleados:

Total empresas 6-9 asalariados (DIRCE)	108.534
- Personas Físicas 6-9 asalariados (DIRCE)	- 19.663
	<u>88.871</u>

38B. Empresas 10 ó más empleados.

Tamaño de empresa	Marca de clase	Nº de Empresas (DIRCE)	Nº Empleados	% Directivos	Nº Directivos
10-19 asalariados	14	85 258	1 193 628	0,09	107 428
20-49 asalariados	31	49 855	1 545 505	0,09	139 095
50-99 asalariados	69	12 362	852 978	0,09	76 768
100-199 asalariados	138	5 373	741 474	0,09	66 733
200-499 asalariados	314	2 010	913 740	0,09	82 237
500-999 asalariados	690	697	480 930	0,09	43 284
1000-4999 asalariados	2 520	396	997 920	0,09	89 813
5000 y más asalariados	22 000	71	1 582 000	0,09	140 580
TOTAL		166 923	8 286 173		745 836

12



Curso de Investigación de Medios AIMC - AEDEMO
ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



▶ DIRECTIVOS – Cuantificación del Universo (2)

- C. Presidencia.
 - Número de individuos del fichero Schober.
- D. Profesionales Liberales
 - Universo 2000: Universo Schober corregido
- E. Altos cargos de la Administración Pública.
 - Número de individuos del Fichero de Altos Cargos
- F. Oficiales del Ejército.
 - Cifras del Ministerio de Defensa
- G. Fuerzas y Cuerpos de Seguridad
 - 14.000 de 120.000



13

AIMC

Curso de Investigación de Medios AIMC - AEDEMO
ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



AIMC

▶ DIRECTIVOS – Cuantificación del Universo (3)

- H. Cargos directivos Centros Enseñanza Pública no Universitaria.
 - Nº de centros de Enseñanza Pública x 2
- I. Catedráticos y Profesores Titulares de Universidades Públicas.
 - Cifras de Ministerio de Educación y Cultura (Curso Escolar 2000/2001)
- J. Otros directivos Función Pública.
 - 1.200.000 funcionarios X 0.07



14

AIMC

Curso de Investigación de Medios AIMC - AEDEMO
ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



AIMC

DIRECTIVOS – Universo Global- 2001

	UNIVERSO	
	Absolutos	%
A. Empresas 6-9 empleados	88 871	7.3
B. Empresas 10 ó más empleados	745 936	61.3
C. Presidencia	22 342	1.8
TOTAL EMPRESAS	857 149	70.4
D. Profesionales Liberales	147 237	12.1
TOTAL EMPRESAS + PROFESIONALES	1 004 386	82.5
E. Altos Cargos Administración Pública	20 500	1.7
F. Oficiales del Ejército	19 676	1.6
G. Fuerzas y Cuerpos de Seguridad	14 000	1.2
H. Cargos directivos Centros Enseñanza Pública no Universitaria	30 964	2.5
I. Catedráticos y Profesores Titulares de Universidades Públicas	43 734	3.6
J. Otros directivos Función Pública	84 000	6.9
TOTAL FUNCIÓN PUBLICA	212 874	17.5
TOTAL	1 217 260	100.0

15



Curso de Investigación de Medios AIMC - AEDEMO
ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



DIRECTIVOS – Universo detallado (2)

- Reparto por:
 - Zonas geográfica
 - Area de actividad dentro de las empresas:
 - Área Dirección
 - Área Administrativa
 - Área Comercial
 - Área Técnica



16



Curso de Investigación de Medios AIMC - AEDEMO
ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



▶ DIRECTIVOS – Afijación Muestral

- Por segmentos y subsegmentos:
estrictamente proporcional.
- Por zonas geográficas (Áreas Nielsen corregidas):
estrictamente proporcional



17

AIMC

Curso de Investigación de Medios AIMC - AEDEMO
ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



AIMC

▶ DIRECTIVOS – Muestra (1)

- A. Empresas 6-9 empleados 110
- B. Empresas 10 ó más empleados 919
 - 1. Bancos y Cajas de Ahorros 49
 - 2. Otras empresas sucursalistas 49
 - 3. Resto empresas 821
- C. Presidencia 28
- TOTAL EMPRESAS 1.057



18

AIMC

Curso de Investigación de Medios AIMC - AEDEMO
ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



AIMC

▶ DIRECTIVOS – Muestra (2)

▪ D. Profesionales Liberales	181
- 1. Profesional Área Médica	59
- 2. Profesional Área Jurídica	59
- 3. Profesional Área Técnica	27
- 4. Otros profesionales liberales	36



▪ TOTAL EMPRESAS + PROFESIONALES 1.238

19

AIMC

Curso de Investigación de Medios AIMC - AEDEMO
ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



AIMC

▶ DIRECTIVOS – Muestra (3)

▪ E. Altos Cargos Administración Pública	25
▪ F. Oficiales del Ejército	24
- 1. Jefes	8
- 2. Oficiales	16
▪ G. Fuerzas y Cuerpos de Seguridad	17
▪ H. Cargos directivos Centros Enseñanza Pública no Universitaria	38
- 1. Centros con Educación Infantil o Primaria exclusivamente	12
- 2. Centros con ESO ó Bachiller / FP	26



20

AIMC

Curso de Investigación de Medios AIMC - AEDEMO
ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



AIMC

▶ DIRECTIVOS – Muestra (4)

▪ I. Catedráticos y Profesores Titulares de Universidades Públicas	54
▪ J. Otros directivos Función Pública	104
- 1. Estatal	36
- 2. Autonómica	35
- 3. Local	33
▪ TOTAL FUNCIÓN PÚBLICA	262
▪ TOTAL	1.500



21

AIMC

Curso de Investigación de Medios AIMC - AEDEMO
ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



AIMC

▶ DIRECTIVOS – Marco Muestral (1)

- A. Empresas 6-9 empleados:
 - Selección fichero Schober
- B. Empresas 10 ó más empleados:
 - Selección fichero Schober y Dun & Bradstreet
- C. Presidencia.
 - Selección fichero Schober
- D. Profesionales Liberales
 - Selección fichero Schober
- E. Altos cargos de la Administración Pública.
 - Selección Fichero de Altos Cargos



22

AIMC

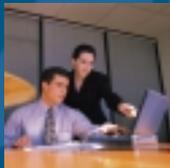
Curso de Investigación de Medios AIMC - AEDEMO
ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



AIMC

▶ DIRECTIVOS – Marco Muestral (2)

- F. Oficiales del Ejército.
 - Sin marco. Selección provincia.
- G. Fuerzas y Cuerpos de Seguridad.
 - Sin marco. Selección provincia.
- H. Cargos directivos Centros Enseñanza Pública no Universitaria.
 - Sin marco. Selección provincia.
- I. Catedráticos y Profesores Titulares de Universidades Públicas.
 - Sin marco. Selección provincia.
- J. Otros directivos Función Pública.
 - Sin marco. Selección provincia.



23

AIMC

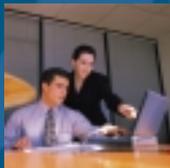
Curso de Investigación de Medios AIMC - AEDEMO
ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



AIMC

▶ DIRECTIVOS – Estudio Año 2003 – Cuestionario (1)

- Lectura de diferentes soportes impresos (Diarios, Suplementos, Revistas semanales, Revistas mensuales y Revistas bi-trimestrales):
 - Frecuencia de lectura
 - Última lectura
 - Marco de lectura
 - Procedencia del ejemplar
 - Tiempo dedicado a la lectura
 - Modo de lectura
 - Temática leída (en diarios y revistas semanales)
- Contacto con otros medios: Televisión, Radio, Cine e Internet.



24

AIMC

Curso de Investigación de Medios AIMC - AEDEMO
ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



AIMC

▶ DIRECTIVOS – Estudio Año 2003 – Universos

■ Universos

- Directivos y cuadros técnicos de empresas de 6 ó más empleados: 941.977 individuos.
- Profesionales liberales: Áreas médica, jurídica y técnica: 117.779 individuos.

■ Muestra: 1.602 entrevistas



- Trabajo de Campo: La recogida de información se realizó en los lugares de trabajo de los entrevistados, entre el 17 de Marzo y el 13 de Junio de 2003.
- Resultados: Informe con datos principales y base de datos.

25

AIMC

Curso de Investigación de Medios AIMC - AEDEMO
ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



AIMC

▶ DIRECTIVOS – Estudio Año 2003 – Cuestionario (2)

- Poder de decisión en la empresa y sectores en los que se ejerce.
- Temas de interés profesional y personal.
- Consumo, compra, posesión o utilización de una serie de bienes y servicios.



26

AIMC

Curso de Investigación de Medios AIMC - AEDEMO
ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



AIMC

▶ VIVES RADIO

- Central de servicios de publicidad especializada en el Medio Radio y fundada en 1982.
- Durante muchos años, llevó a cabo un estudio de cobertura de las diferentes emisoras y cadenas en todos los municipios con una población de más de dos mil habitantes (aproximadamente 2150 ciudades). En este momento, el estudio ya no se hace.
- Durante seis meses de cada año, una caravana con dos personas y un equipo de radio adecuado recorrían todas las ciudades a estudiar (se cubrían todas las ciudades cada dos años).
- En cada ciudad se recorría todo el dial y se hacían las correspondientes anotaciones en relación a las emisoras que se escuchaban. En cada ciudad la medición se hacía al menos en tres puntos diferentes

VIVES RADIO SBA
Spanish Broadcasting Advertising
CENTRAL DE PUBLICIDAD EN RADIO

27

AIMC

Curso de Investigación de Medios AIMC - AEDEMO
ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



AIMC

▶ VIVES RADIO – Comprobación sobre la difusión de la radio en España 2002

- Comprobación de recepción/ difusión de cada emisora individualmente, así como un comparativo, con un grado de referencia y de audición en las mismas condiciones para todas las emisoras y cadenas de radio en España.
- La comprobación tiene como objetivo poder garantizar al anunciante que invierte en una emisora o cadena en qué lugares la emisora es un medio que se recibe en tan buenas condiciones como el resto de emisoras locales.
- Los informes reflejan los diales AM y FM, con dos grados de recepción local y no local.
- La escucha se realiza con aparatos digitales y analógicos.



28

AIMC

Curso de Investigación de Medios AIMC - AEDEMO
ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



AIMC

▶ VIVES RADIO – Dimensión del estudio

- Vives Radio comprobaba las emisoras que pueden ser bien recibidas en 2.304 poblaciones de España.
- Las comprobaciones comenzaron en 1984 . Se visitaba cada población varias veces y en distintas épocas, según las zonas y los cambios que se hayan producido.
- Desde 2002, Vives Radio realiza los trabajos de actualización por encargos puntuales y se presupuesta el encargo previamente



29

AIMC

Curso de Investigación de Medios AIMC - AEDEMO
ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



AIMC

▶ VIVES RADIO – Comparativas entre difusión y audiencias de radio

- **Media de habitantes por emisora de cada población, Fragmentación:** División en cada población de la población y el número de emisoras que se reciben en igualdad de condiciones. Mide la fragmentación de la radio por población así como la difusión media de las emisoras.
- **Difusión absoluta y Difusión Media:** La difusión absoluta es la suma de poblaciones en las que se recibe la emisora mientras que la media es la suma de la media de habitantes por emisora de las poblaciones en las que ésta se recibe.
- **Importancia de la difusión media porque:** mide el reparto del espacio radioléctrico y puede medir la eficacia de la programación comparandola con los datos de audiencia de EGM.



30

AIMC

Curso de Investigación de Medios AIMC - AEDEMO
ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



AIMC

▶ CIES - Actividades

- CIES fué fundado en el año 1981 y está asociado a The Research Alliance, cadena internacional de institutos de estudios de opinión y mercado.
- **Realiza estudios de:**
 - Mercado: Habit Survey, Estudios de imagen, Estudios de segmentación posicionamiento, tests de producto...etc
 - Opinión: cinco áreas, Administración, Estudios Urbanos, Grupos Sociales, Opinión pre-electoral y Medio rural.
 - Audiencia de Medios
 - Calidad
 - Multimedia: Usan las técnicas desarrolladas por Marketing Sciences en Reino.
 - Consumidores. Panel de aceptación de consumidores



31

AIMC

Curso de Investigación de Medios AIMC - AEDEMO
ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



AIMC

▶ CIES – Audiencia de Medios (1)

- CIES está especializado en Estudios de Audiencia de Medios. Realiza el Estudio de Audiencia de Medios del País Vasco y Navarra desde 1.984.
- El estudio de Audiencia es Multimedia y mide la Audiencia de Prensa, Radio, Televisión e Internet.
- La metodología se basa en el recuerdo del día de ayer a partir de un cuestionario aplicado por cuotas de edad, sexo, hábitat, comarca y provincia.
- El estudio se costea por todos los clientes (medios de comunicación, agencias de publicidad y grandes anunciantes) de forma que los datos son compartidos por todos.



32

AIMC

Curso de Investigación de Medios AIMC - AEDEMO
ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



AIMC

▶ CIES – Audiencia de Medios (2)

- Tiene una frecuencia semestral y se entrega un editing con los datos básicos, teniendo todos los clientes acceso a la base de datos para realizar análisis particulares.
- Se llevan a cabo aproximadamente 1.000 entrevistas por oleada y provincia. Ello supone un total de 8.000 entrevistas al año.
- Se incluye un apartado de Equipamiento y Consumo abierto a las necesidades de los usuarios. Recoge productos o servicios de consumo masivo como alimentación, distribución, equipamiento del hogar, automoción, banca, seguros, servicios públicos, telefonía e internet ... etc.



33

AIMC

Curso de Investigación de Medios AIMC - AEDEMO
ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



AIMC

▶ INE – Historia

- La comisión de Estadística del Reino: La creación de este organismo el 3 de noviembre de 1856 marca el comienzo de la estadística oficial en España.
- El Instituto Nacional de Estadística: La Ley de 31 de diciembre de 1945 crea el Instituto Nacional de Estadística
- El estatuto del INE se aprueba el 11 de Mayo de 2001, y asigna al INE funciones como las de coordinación general de los servicios estadísticos de la Administración General del Estado, la vigilancia, control y supervisión de las competencias de carácter técnico de los servicios estadísticos estatales...etc



34

AIMC

Curso de Investigación de Medios AIMC - AEDEMO
ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



AIMC

▶ INE – Actividades (1)

▪ **Estadísticas de población:**

- Censos de Población
- Proyecciones
- El Padrón continuo

▪ **Estadísticas Sociales:**

- Encuesta de presupuestos familiares (EPF)
- Panel de Hogares
- Encuesta de Población Activa (EPA)



35

AIMC

Curso de Investigación de Medios AIMC - AEDEMO
ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



AIMC

▶ INE – Actividades (2)

▪ **Estadística de Índice de Precios al Consumo:**

- Selección de la cesta de productos
- Ponderación en base a la EPF

▪ **Estadísticas del Sector Servicios:**

- Turismo, comercio, transportes, financieras, ciencia y tecnología, etc.

▪ **Estadísticas de Sectores Productivos**

▪ **El Sistema Estadístico Europeo:**

Difusión estadística. Bases de datos.



36

AIMC

Curso de Investigación de Medios AIMC - AEDEMO
ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



AIMC

▶ INE – Trabajo de Campo

- **Entrevistas**
 - Personales (en papel o CAPI)
 - Telefónicas
 - Autoadministradas
- **Envidiable Marco Muestral**
- **Tasas de respuesta**



37

AIMC

Curso de Investigación de Medios AIMC - AEDEMO
ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



AIMC

▶ CIS – Centro de Investigaciones Sociológicas

- El Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) es un Organismo autónomo, adscrito al Ministerio de la Presidencia, que tiene por finalidad el estudio de la sociedad española, principalmente a través de la investigación mediante encuesta.
- Su actual fisonomía y denominación datan de 1977, aunque su antecedente, el Instituto de la Opinión Pública (IOP), fue fundado en 1963.



38

AIMC

Curso de Investigación de Medios AIMC - AEDEMO
ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



AIMC

▶ CIS – Temática de los estudios (1)

La temática de las encuestas del CIS es amplia, así como los temas que trata, que podemos dividir en los siguientes.



- Política
- Temas Internacionales
- Economía
- Trabajo
- Población
- Medio Ambiente
- Comunicación
- Cultura
- Deporte y Ocio

39

AIMC

Curso de Investigación de Medios AIMC - AEDEMO
ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



AIMC

▶ CIS – Temática de los estudios (2)

- Ciencia y Tecnología
- Educación
- Sanidad
- Justicia
- Vida Cotidiana
- Valores y Actitudes
- Conflictos y problemas sociales
- Comunidades Autónomas
- Barómetros de Opinión (mensuales)



40

AIMC

Curso de Investigación de Medios AIMC - AEDEMO
ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



AIMC

▶ CIS – Barómetros de Opinión

- Encuestas que realiza el CIS con periodicidad mensual, a excepción de Agosto, para medir el estado de la opinión pública en relación con la situación política y económica del país y las perspectivas de evolución de la misma.
- Algunas preguntas de los barómetros se repiten con periodicidades relativamente fija, lo que genera series temporales al obtenerse con una metodología similar y las cifras resultan comparables a lo largo del tiempo.
- **INDICADORES GENERADOS A PARTIR DE LAS PREGUNTAS REPETIDAS:**
 - Indicadores de la situación económica
 - Indicadores de la situación política
 - Indicadores del sistema gobierno/oposición
 - Indicadores electorales
 - Autoubicación ideológica



41

AIMC

Curso de Investigación de Medios AIMC - AEDEMO
ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



AIMC

▶ CIS – Índices que se calculan a partir de preguntas constantes del Barómetro

- Índice de Confianza del Consumidor
- Índice de Confort del Consumidor
- Índice de Sentimiento del Consumidor
- Índice de Optimismo Económico
- Índice de Liderazgo Presidencial
- Índice de Perspectiva Nacional



42

AIMC

Curso de Investigación de Medios AIMC - AEDEMO
ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



AIMC

▶ CIS – Acceso a la información

- Publicación en su web (www.cis.es) de los principales resultados de la mayoría de estudios (marginales). Normalmente en formato pdf.
- Explotaciones especiales de las bases de datos (pago de costes de tabulación).
- Web interesante, útil y bien diseñada.



43

AIMC

Curso de Investigación de Medios AIMC - AEDEMO
ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



AIMC

▶ Y.....



44

AIMC

Curso de Investigación de Medios AIMC - AEDEMO
ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



AIMC