



BIG HOME AGENCY

www.bighomegroup.com.co



FICHA TÉCNICA “ESTUDIO MONITOREO DE MEDIOS ALTERNATIVOS Y COMUNITARIOS” (EMAC OLA 2-2020)

OBJETIVOS DEL ESTUDIO:

- Identificar las mayores audiencias y medios de comunicación comunitarios y alternativos con mayor incidencia y cubrimiento en Bogotá.
- Determinar los medios de comunicación donde se concentra mayor impacto en el alcance y cubrimiento, los medios de comunicación más consultados por su impacto territorial en Bogotá.
- Monitorear el flujo de información periódica constante, impacto de los tipos de medios de comunicación comunitarios y alternativos de Bogotá.
- Identificar entre los diferentes medios y formas de comunicación el mayor alcance y audiencia con la relación entre el consumo de medios y las características demográficas.

DISEÑO POBLACIONAL

Alcance:

El diseño poblacional del Estudio General de Medios pretende monitorear y analizar los medios de comunicación alternativos y comunitarios desde la base de datos de IDPAC en Bogotá distrito capital. (Participación Bogotá, 2020)

Medios de comunicación alternativos y comunitarios con cubrimiento y ubicación en Bogotá Distrito capital.

Universo del estudio

Constituye a los todos los medios de comunicación pertenecientes en la base de datos del Instituto Distrital de la Participación y la Acción Comunal IDPAC.





BIG HOME AGENCY

www.bighomegroup.com.co

Marcos Metodológicos empleados

1. Base de datos de medios comunitarios y alternativos 2020 IDPAC y su caracterización.
2. Aplicación de herramientas de medición de tráfico.
3. Incidencia de tráfico y alcance.
4. Análisis de periodicidad de publicaciones y movimiento en redes sociales.
5. Número de seguidores e impacto en redes Sociales.
6. Alcance según su forma de difusión de los contenidos (Impreso, Web, Ubicación de frecuencia, Suscriptores, periodicidad.)
7. Frecuencia, Potencia, Modulación y ubicación geográfica.
8. Suscriptores TV cerrada.

Etapas de la metodología

1. Recopilación de información de los medios comunitarios, alternativos y/o populares de Bogotá, a partir de la consulta de la base de datos IDPAC y caracterización.
2. Consulta y verificación de medios activos, tipo de medios entre los 346 encontrados en la base de datos actualizada.
3. Investigación de cubrimiento, tipo de licencias, ANTV, MinTic, estudios recientes de entidades, agencias, y asociaciones comunitarias de comunicación.
4. Consulta de tirajes, tráfico, periodicidad, audiencias, actividad en redes sociales y posicionamiento.
5. Medición de tráfico web general, generación de contenido territorial, influencia y alcance.
6. Tabulación de información.
7. Ponderación de resultados generales.
8. Publicación del informe general.

TRABAJO DE RECOLECCIÓN

El trabajo de recolección se llevó a cabo durante nueve (9) semanas del segundo semestre del año 2020.

El mes de julio de 2021 se llevarán a cabo los resultados de la primera OLA 2021 del Estudio y Monitoreo a medios de comunicación alternativos y comunitarios de Bogotá.



BIG HOME AGENCY

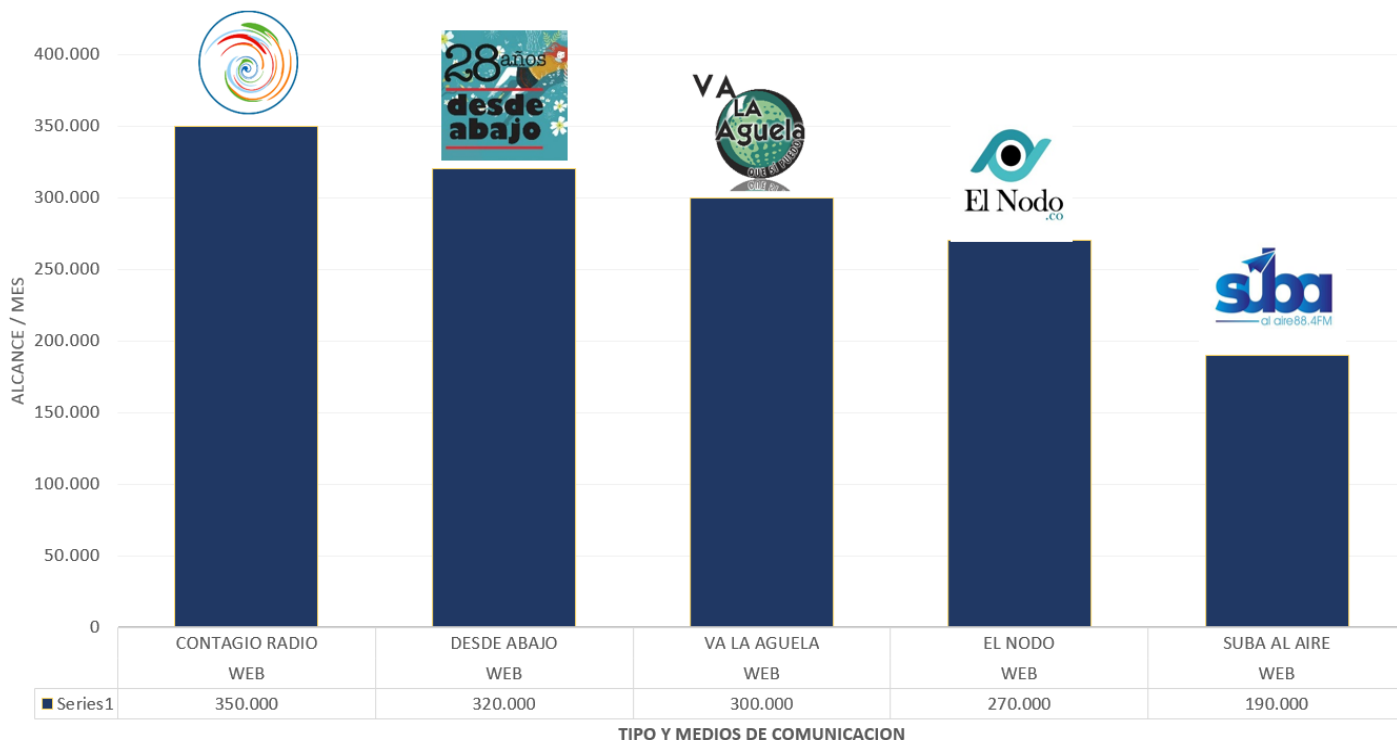
www.bighomegroup.com.co

RESULTADOS EMAC OLA 2-2020

Como resultado del EMAC OLA 2-2020 se ubicaron las mayores audiencias concentradas en el número de impacto y alcance entre los diferentes tipos de medios de comunicación.

Los medios de comunicación comunitarios y alternativos con inscripción en IDPAC con mayor alcance e impacto muestra la siguiente grafica.

TOP 5 ALCANCE MEDIOS COMUNITARIOS Y ALTERNATIVOS BOGOTÁ

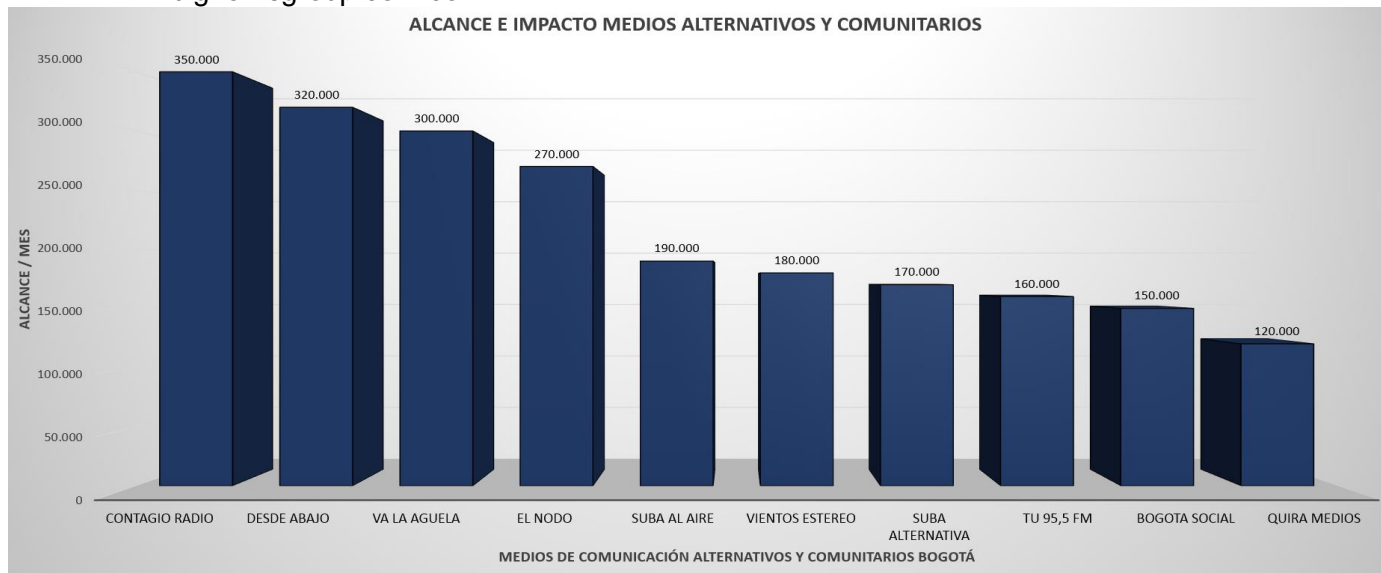


Grafica 01 - Ranking TOP 5 Alcance Medios alternativos y comunitarios de Bogotá

De acuerdo con los resultados el principal impacto con 350.000 visitas es liderado por el portal web **CONTAGIO RADIO**, seguido por los portales **PERIODICO DESDE ABAJO**, **VA LA AGUELA**, **EL NODO** y la Emisora con Frecuencia FM, **88.4 SUBA AL AIRE**.



www.bighomegroup.com.co



Gráfica 02 - Ranking de Alcance e impacto TOP 10 EMAC OLA 2-2020 (Big Home Group, 2020)

Entre los diferentes tipos de medios comunitarios y alternativos se presenta mayor impacto y cubrimiento en las emisiones digitales, quienes lideran los resultados en el presente monitoreo y estudio. Lo que corrobora la información sobre “Con el paso de los meses se niveló el consumo de televisión nacional y se incrementó el consumo de medios digitales ligado al entretenimiento.” (El Espectador, 2020)

La continuación de la estadística de medición a 346 medios de comunicación presenta los datos arrojados de los siguientes tipos y medios de comunicación en su cantidad de impacto de forma descendente. El resultado es el siguiente:

| TOP | EMISION | MEDIO | IMPACTO MENSUAL | RANKING DE TRAFICO |
|-----|----------------|------------------|-----------------|--------------------|
| 1 | WEB | CONTAGIO RADIO | 350.000 | REGISTRA |
| 2 | WEB | DESDE ABAJO | 320.000 | REGISTRA |
| 3 | WEB | VA LA AGUELA | 300.000 | REGISTRA |
| 4 | WEB | EL NODO | 270.000 | REGISTRA |
| 5 | FRECUENCIA FM | SUBA AL AIRE | 190.000 | REGISTRA |
| 6 | FRECUENCIA FM | VIENTOS ESTEREO | 180.000 | NO REGISTRA |
| 7 | WEB | SUBA ALTERNATIVA | 170.000 | NO REGISTRA |
| 8 | FRECUENCIA FM | TU 95,5 FM | 160.000 | NO REGISTRA |
| 9 | WEB | BOGOTA SOCIAL | 150.000 | REGISTRA |
| 10 | WEB | QUIRA MEDIOS | 120.000 | REGISTRA |
| 11 | FRECUENCIA FM | LA NORTE FM | 90.000 | NO REGISTRA |
| 12 | SUSCRIPCIÓN TV | CABLE IMAGEN | 90.000 | NO REGISTRA |



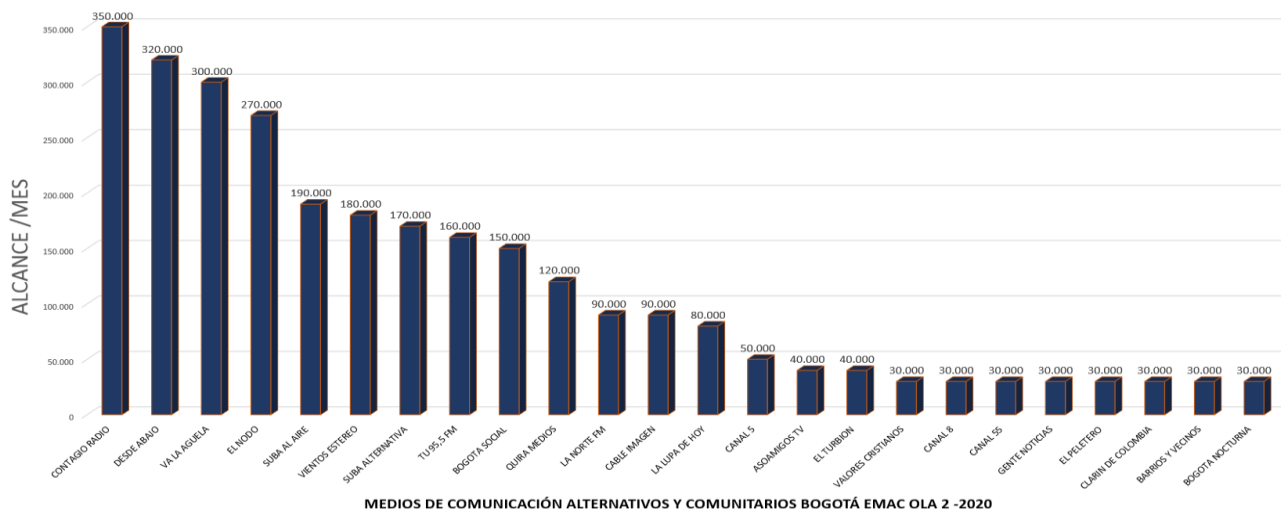
BIG HOME AGENCY

www.bighomegroup.com.co

| | | | | |
|----|----------------|--------------------|--------|-------------|
| 13 | WEB | LA LUPA DE HOY | 80.000 | REGISTRA |
| 14 | SUSCRIPCIÓN TV | CANAL 5 | 50.000 | NO REGISTRA |
| 15 | SUSCRIPCIÓN TV | ASOAMIGOS TV | 40.000 | NO REGISTRA |
| 16 | WEB | EL TURBION | 40.000 | REGISTRA |
| 17 | PERIODICO | VALORES CRISTIANOS | 30.000 | REGISTRA |
| 18 | SUSCRIPCIÓN TV | CANAL 8 | 30.000 | NO REGISTRA |
| 19 | WEB | CANAL 55 | 30.000 | NO REGISTRA |
| 20 | WEB | GENTE NOTICIAS | 30.000 | REGISTRA |
| 21 | PERIODICO | EL PELETERO | 30.000 | NO REGISTRA |
| 22 | WEB | CLARIN DE COLOMBIA | 30.000 | REGISTRA |
| 23 | WEB | BARRIOS Y VECINOS | 30.000 | NO REGISTRA |
| 24 | WEB | BOGOTA NOCTURNA | 30.000 | NO REGISTRA |

En el estudio monitoreo de medios alternativos y comunitarios EMAC OLA 2- 2020 se analizaron todos los medios inscritos en la base de datos de IDPAC, no obstante, se representan los datos de los medios que presentan alcance superior a 30.000 impactos.

ALCANCE MEDIOS ALTERNATIVOS Y COMUNITARIOS



Bibliografía

- Big Home Group.* (20 de 01 de 2020). Obtenido de Estudio Monitoreo de Medios Alternativos y Comunitarios EMAC OLA 2-2020: <http://bighomegroup.com.co/estudio-monitoreo-de-medios-alternativos-y-comunitarios-emac-ola-2-2020/>
- El Espectador.* (10 de 08 de 2020). Obtenido de Consumo de televisión por cable y en línea aumentó durante cuarentena: <https://www.elespectador.com/entretenimiento/medios/aumenta-consumo-de-medios-digitales-y-television-por-cable-durante-cuarentena/>
- Participación Bogotá.* (2020). Obtenido de IDPAC: <https://participacionbogota.gov.co/medios-comunitarios-y-alternativos>