



Servicios locales sindicados

Descripción de la metodología

Informe del mercado de radio/
Arbitron eBook basado
en Diario y PPM

Actualizada otoño 2010

Índice

Capítulo uno

Descripción de la metodología de los servicios locales sindicados

Informes del mercado de radio de Arbitron/Arbitron eBooks	1.1
Descripción de la metodología de los servicios locales sindicados.....	1.1
Discontinuación de las <i>Descripciones de la metodología de Diarios y PPM</i>	1.1
Programa y acceso a las publicaciones	1.1
Nomenclatura y alcance.....	1.1
Derechos de autor	1.2
Estándares de divulgación de esta DOM y la metodología.....	1.2
Qué significa la acreditación de MRC	1.2

Capítulo dos

El mercado

Nombre del mercado.....	2.1
Unidades de muestra	2.1
Definiciones de mercados	2.1
Áreas Metropolitanas incrustadas	2.1
Programa de comercialización de PPM	2.2
Redefinición de mercados.....	2.2
Medición de condados de Áreas Metropolitanas con PPM/TSA con Diario	2.3
Reserva de derechos	2.3

Capítulo tres

Muestreo y reclutamiento

Universo de muestras para encuestas	3.1
Marco de muestras para encuestas	3.1
Objetivos de muestras para encuestas	3.1
Objetivos de muestra de TSA que no pertenecen a Áreas Metropolitanas	3.1
Objetivos de muestra de un DMA	3.2
Asignación de objetivos de encuestas	3.2
Selección de muestras para las encuestas	3.2
Monitoreo de las muestras para las encuestas	3.2
Tratamiento Diferencial en Encuestas (DST)	3.2
Áreas de Alta Densidad (HDA).....	3.3
Procedimientos de colocación de Diarios.....	3.3
“Diario de Segunda Oportunidad”.....	3.4
La muestra en Informes de Área Personalizada de Encuesta basada en Diarios	3.4
La muestra del Panel de Medidor Personal Portátil (PPM)	3.5
Universo de muestras del Panel de PPM.....	3.5
Marco de muestras del Panel de PPM	3.5
Objetivo de muestras del Panel de PPM	3.6
Determinación de muestras Básicas y Alternativas	3.6
Tratamientos Diferenciales en Encuestas con Panel de PPM.....	3.6
Áreas de alta densidad en áreas de medición con PPM	3.6
Reclutamiento de la muestra Básica	3.6
Selección y reclutamiento de la muestra Alternativa.....	3.7
Promesa de Incentivo de PPM.....	3.7

Contactos adicionales a los hogares Básicos que se niegan a participar	3.7
Miembros del hogar que no cumplen con los requisitos para participar en el Panel.....	3.7
La recopilación y el proceso de adscripción de información demográfica.....	3.7
Monitoreo de la muestra del Panel.....	3.8
Rotación.....	3.8
Procedimientos de muestreo para el Panel de Houston-Galveston.....	3.8
Confidencialidad de los Panelistas	3.9
Medidas de desempeño de la muestra	3.9

Capítulo cuatro

Codificación de estaciones

Tecnología de Codificación de Banda Crítica (CBET).....	4.1
Equipo de codificación.....	4.1
Estaciones invitadas a codificar	4.1
Proceso de codificación.....	4.1
Monitoreo dentro de la estación	4.2
Información Importante.....	4.2
Administración de códigos de CBET	4.2
Política de CBET exclusiva	4.2
Excepciones a la política de CBET exclusiva	4.2
Aplicación de la política de CBET exclusiva	4.3
Derecho a negar/reclamar equipo de codificación	4.3
Control de calidad.....	4.3

Índice

Capítulo cinco

Equipo de los Panelistas, administración del Panel y estado de tabulación

Equipo para los hogares	5.1
La muestra en tabulación	5.1
Control de calidad	5.1
Administración del Panel y el Equipo de Relaciones del Panel	5.1
Incentivos, bonificaciones y exposición a los medios codificados.....	5.2
Cumplimiento y viajes	5.2
Desinstalación de hogares por insuficiencia de cumplimiento.....	5.2
Otras circunstancias.....	5.2
Actualizaciones de las características de las muestra.....	5.2
Códigos de estado operativo	5.2
Tasa de cumplimiento y en tabulación	5.3

Capítulo seis

Procesamiento de Diarios

El Diario de escucha de radio	6.1
Reseña de los sistemas de procesamiento de los Diarios de Arbitron	6.1
Controles de utilidad de los Diarios	6.2
Procedimientos generales de asignación de créditos a las entradas en los Diarios	6.2
La página de comentarios del Diario	6.3
Edición cualitativa de los Diarios	6.4
Control de la calidad.....	6.4
Acción correctiva y reemisión de un <i>Informe del mercado de radio</i> / Arbitron eBook basado en Diarios	6.4
Revisión electrónica de Diarios en la sede de Arbitron	6.5
Retención de materiales de encuestas de radio	6.5

Capítulo siete

Procesamiento de datos de PPM

Organización de los datos	7.1
Edición de las estaciones	7.1
Edición del tiempo	7.2
Edición de la ubicación.....	7.2
Puesta de capas de códigos	7.2
Exposición de estaciones que no cumplen con los requisitos para la elaboración de informes	7.2
Control de calidad y seguridad de los datos	7.3
Acción correctiva y reemisión de los datos mensuales.....	7.3

Capítulo ocho

Ponderación de la muestra

Reseña de la ponderación de la muestra.....	8.1
Variables de ponderación.....	8.1
Ejemplo de ponderación marginal iterativa	8.2
Determinación de los Valores de Personas por Diario (PPDV) de los Diarios y ponderaciones de PPM.....	8.2
Modelos de compensación de muestras con Diarios.....	8.3
Configuraciones de compensación de muestras con PPM	8.3
Ponderación diaria y semanal de la muestra con PPM	8.3
Ponderación de muestras de Informes de Área Personalizada de Encuesta (CSAR) basadas en Diarios	8.4
Reserva de derechos	8.4

Capítulo nueve

Estimados de audiencia

Estimados de "Cume".....	9.1
Estimados de cuarto de hora promedio.....	9.2
Tiempo escuchando	9.2
Informes de composición.....	9.3
Promedios de varios informes (libros).....	9.3

Capítulo diez

Elaboración de informes e información de estaciones

Programa de elaboración de informes	10.1
Estaciones que cumplen con los requisitos para la elaboración de informes en los servicios sindicados de Arbitron	10.1
Totales del mercado	10.2
Siglas informadas	10.2
Informes de Línea Total (TLR)	10.3
Requisitos mínimos para ser reportados (MRS)	10.4
Información sobre las estaciones.....	10.4
Nombres de las estaciones	10.5
Vista Preliminar del nombre de las estaciones.....	10.6
Estaciones autorizadas para usar los datos de Arbitron.....	10.6
Estaciones internas (home) y externas (away), identificadores alternativos de ciudad.....	10.6
Secuencia de elaboración de informes	10.7
Modificación de los estimados de audiencia	10.7
Medidas de control de calidad para informar sobre estaciones externas.....	10.7

Índice

Capítulo once

Políticas y pautas sobre la Distorsión y la Parcialidad de ratings

Infracciones de Distorsión de ratings/Parcialidad de ratings	11.1
Distorsión de ratings.....	11.1
Parcialidad de ratings	11.2
Proceso y procedimientos ante Distorsión y Parcialidad de ratings.....	11.2
Sitios de redes sociales y otros medios pertinentes	11.3
Información adicional	11.3

Capítulo doce

Confiabilidad de los estimados de Arbitron

Confiabilidad estimada	12.1
Error estándar.....	12.1
Cuantificación de la confiabilidad de los estimados de audiencia	12.1
Base Efectiva de la Muestra (ESB).....	12.1
<i>Arbitron Replication II: A Study of the Reliability of Radio Ratings</i>	12.1
Estudio de replicación de PPM	12.2
Determinación del error estándar de un estimado de Arbitron	12.2

Capítulo trece

Estimados de audiencia de DMA

Medición de DMA	13.1
Estaciones con derecho a ser incluidas en los informes en un DMA con un Área Metropolitana medida con Diarios.....	13.1
Estaciones con derecho a ser incluidas en los informes en un DMA con un Área Metropolitana medida con Medidores	13.1
Estaciones con derecho a ser incluidas en los informes en un DMA con múltiples instrumentos	13.1
Requisitos mínimos para la elaboración de Informes	13.2
Determinación de estimados de audiencia en DMA con múltiples instrumentos.....	13.2
Confiabilidad de los estimados de audiencia de DMA con múltiples instrumentos.....	13.2
Información adicional.....	13.3
Procesamiento de datos y control de calidad	13.3

Capítulo catorce

Radio County Coverage de Arbitron

Reseña del servicio de <i>Radio County Coverage</i> de Arbitron	14.1
Qué significa la acreditación de MRC	14.1
La metodología del servicio de <i>County Coverage</i>	14.1
Restricciones de uso y limitaciones, descargo de garantías, advertencias	14.3
Reserva de derechos en el servicio de <i>County Coverage</i>	14.3

Capítulo quince

Restricciones de uso de informes y limitaciones

Restricciones de uso de los informes.....	15.1
Advertencia.....	15.1
Descargo de garantías	15.2
Reserva de derechos	15.2
Responsabilidades y limitaciones de las reparaciones	15.2
Avisos especiales	15.2
Pautas de la Comisión Federal de Comercio (FTC).....	15.2
Limitaciones.....	15.3

Capítulo dieciséis

Glosario de términos seleccionados

Glosario de términos seleccionados	16.1
Abreviaturas de uso frecuente	16.6

Capítulo diecisiete

Oficinas de Arbitron

Descripción de la metodología de los servicios locales sindicados

Informes del mercado de radio de Arbitron/Arbitron eBooks

Un *Informe del mercado de radio* de Arbitron/Arbitron eBookSM proporciona a los usuarios autorizados de los datos de Arbitron información sobre el tamaño y la composición demográfica de las audiencias de radio, la cual es esencial para tomar decisiones sólidas para las ventas de publicidad y la programación de radio. Cada *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook incluye estimados de audiencia para el período correspondiente a la encuesta o el informe en un mercado en particular definido por Arbitron, tendencias de audiencia basadas en períodos de encuestas e informes anteriores, así como otros datos importantes sobre el mercado.

Descripción de la metodología de los servicios locales sindicados

Este documento está titulado como *Descripción de la metodología de los servicios locales sindicados*. Tiene como propósito brindar una descripción detallada de alto nivel de la metodología que se emplea en la producción de *Informes del mercado de radio*/Arbitron eBooks para mercados que abarcan los 50 estados de los Estados Unidos, el Distrito de Columbia y Puerto Rico. Contiene información sobre los estimados de tipos de audiencia que se incluyen en los informes, los métodos de muestreo utilizados, los instrumentos de las encuestas, los métodos de recaudación y procesamiento de los datos, las políticas de Arbitron relacionadas con la elaboración de informes de estimados de audiencia, la confiabilidad estadística de los estimados, información importante y advertencias sobre el uso de los datos de Arbitron y un glosario de términos clave. Esta información fue preparada con el objetivo de ayudar a los usuarios a comprender mejor la metodología que Arbitron utiliza para producir los estimados de audiencia qué representan los estimados de audiencia publicados en los informes y las limitaciones de los mismos. A pesar de su alcance integral,

en este documento no se describe la amplitud total de todas las metodologías o los conocimientos de Arbitron. Algunos elementos de los procedimientos de Arbitron son muy detallados para ser aquí descritos o deben permanecer en la confidencialidad.

La metodología que se describe aquí corresponde únicamente a los servicios oficiales de *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook; la metodología de los servicios nacionales, los estudios personalizados, los informes especiales y las pruebas de investigación de Arbitron o los informes basados en datos de Arbitron proporcionados por terceros pueden diferir de la metodología que se describe en este documento. Se advierte a los usuarios de estos datos que no supongan que parte alguna de la metodología descrita en el presente también corresponde directamente a esos datos.

Discontinuación de las Descripciones de la metodología de Diarios y PPM

En la teoría y en la práctica, la *Descripción de la metodología de los servicios locales sindicados* (en adelante denominada "DOM") reemplaza a las DOM específicas de Diarios y específicas de PPMTM (Medidores Personales Portátiles) a las que los usuarios autorizados de los datos de Arbitron pueden estar acostumbrados.

Programa y acceso a las publicaciones

Se publicará una versión actualizada de la *Descripción de la metodología de los servicios locales sindicados* cuatro veces por año natural. Los usuarios autorizados de los estimados de audiencia basados en Diarios tendrán acceso a una DOM actualizada con el lanzamiento de cada Arbitron eBook. Los usuarios autorizados de los datos de PPM tendrán acceso a una DOM actualizada con el lanzamiento del Arbitron eBook de marzo, junio, septiembre y diciembre.

Los usuarios de los datos de Arbitron pueden acceder a la DOM mediante el

enlace de "Metodología" en Arbitron eBook. Las solicitudes de acceso a ediciones anteriores de la DOM (y/o a las DOM de Diario y PPM previas) se considerarán individualmente. El acceso a la DOM es un privilegio que se reserva para los usuarios autorizados de los datos de Arbitron.

Nomenclatura y alcance

Cada edición de la DOM recibirá un nombre según la encuesta con Diario o los meses del Informe con PPM en los que estaba en uso la metodología descrita. El nombre de cada edición de la DOM se colocará de manera destacada en la portada de la DOM y se incluirá en el pie de cada página.

Se pide a los usuarios de la DOM que tengan en cuenta que la DOM es, por naturaleza, un documento que describe el estado de la metodología en un momento específico del *pasado*. Se advierte a los lectores de la DOM que no supongan que parte alguna de la metodología descrita en una edición específica de la DOM *también* se refiere a la metodología que pudiera emplearse en el presente o en algún momento en el futuro.

Cada edición de la DOM reemplaza a todas las ediciones anteriores y permanece en vigencia hasta que Arbitron la revise y/o la reemplace. Hasta la medida en que cualquier disposición incluida en una DOM no sea coherente o entre en conflicto con cualquier disposición incluida en una DOM de publicación anterior, la DOM actual tendrá prevalencia sobre todas las demás.

Hasta la medida en que cualquier disposición incluida en una DOM no sea coherente o entre en conflicto con cualquier disposición publicada en la página "Avisos especiales" del *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook más reciente de un mercado, las disposiciones publicadas en dicha página tendrán prevalencia sobre la DOM.

Toda revisión, modificación o enmienda de la metodología o el servicio que se realiza después de la publicación de la DOM generalmente se anuncia en el sitio

Descripción de la metodología de los servicios locales sindicados

Web de Arbitron y a través del Boletín previo a la encuesta y/o publicaciones similares que se proporcionan a los usuarios autorizados de los datos de Arbitron. Tales revisiones, modificaciones o enmiendas publicadas se convierten en partes integrales e incorporadas de este texto por referencia.

Derechos de autor

La *Descripción de la metodología de los servicios locales sindicados* está protegida por derechos de autor y no puede ser duplicada ni redistribuida en formato digital ni físico sin permiso previo por escrito de Arbitron.

Estándares de divulgación de esta DOM y la metodología

Una de las medidas con respecto a la que se juzga la conformidad de Arbitron con los estándares mínimos del Consejo de Rating de Medios (Media Rating Council) (ver más abajo) está relacionada con la divulgación de la metodología. A las compañías de investigación como Arbitron se les exige que publiquen una descripción de la metodología una vez por año. El programa de publicación de la *Descripción de la metodología de los servicios locales sindicados* supera ese estándar mínimo.



Con la acreditación de
Media Rating Council®

Qué significa la acreditación de MRC

El servicio de *Informe del mercado de radio* basado en Diarios de Arbitron cuenta con la acreditación del Consejo de Rating de Medios (MRC) desde 1968. La acreditación corresponde a todos los mercados medidos como parte del servicio de Diarios de Arbitron que están ubicados en los 50 estados de los Estados Unidos y el Distrito de Columbia.

El servicio de *Informe del mercado de radio* basado en PPM de Arbitron cuenta con la acreditación del Consejo de Rating de Medios (MRC) en:

- Houston-Galveston (acreditado en enero de 2007).
- Riverside-San Bernardino (acreditado en enero de 2009).
- Minneapolis-St. Paul (acreditado en enero de 2010).

Arbitron no busca activamente, ni planea buscar, la acreditación del servicio de Diarios en Puerto Rico.

Para merecer la acreditación continua del MRC, Arbitron:

1. Se adhiere a los estándares mínimos del Consejo en cuanto a la investigación del rating de medios.
2. Suministra información completa al MRC acerca de los detalles de su operación.
3. Realiza su servicio de medición sustancialmente de acuerdo con las manifestaciones de sus suscriptores y el Consejo.
4. Accede a la realización y paga el costo de las auditorías anuales exhaustivas de los servicios acreditados de Arbitron por parte de las empresas de contaduría certificadas (CPA) que señale el MRC.

Además de pagar cargos importantes de auditoría, Arbitron proporciona espacio en oficinas y archivos a los auditores del MRC, como también gran tiempo del personal y de equipos informáticos que se necesitan en los diversos aspectos de la auditoría.

Se puede obtener más información sobre los procedimientos de acreditación y auditoría del MRC en la siguiente dirección:

Director Ejecutivo
Media Rating Council, Inc.
420 Lexington Avenue, Suite 343
Nueva York, NY 10170

El mercado

Cada *Informe del mercado de radio de Arbitron*/Arbitron eBook incluye estimados de audiencia para un área geográfica predefinida; a esta área generalmente se le denomina “el mercado”. En este capítulo, se brindará una reseña amplia de las políticas y pautas principales que se relacionan con las políticas para definir las áreas metropolitanas, totales y personalizadas en las que se llevan a cabo las encuestas. Las descripciones que se incluyen en este documento tienen fines de información general solamente y no constituyen el contenido completo de la política de Arbitron.

Nombre del mercado

El nombre del mercado tal como lo usa Arbitron describe el área en que se efectuó la encuesta. Los nombres de mercados generalmente incluyen el nombre de una a tres ciudades del área de la encuesta y están enumeradas en orden secuencial de mayor a menor según la población estimada. Es posible que Arbitron elija adoptar un nombre alternativo que refleje mejor la preferencia del mercado. Para diferenciarlos, los nombres de mercados con nombres similares o el nombre de un mercado condensado pueden incluir la abreviatura de dos letras correspondiente al estado (por ejemplo: Springfield, MA, y Springfield, MO). En los casos en que la definición de un mercado traspase las fronteras estatales, las abreviaturas de los estados aparecen en el orden en que se mencionan las ciudades (por ejemplo: Parkersburg-Marietta, WV-OH).

Unidades de muestra

Un área de encuesta de Arbitron se compone de unidades de muestra llamadas condados completos o condados divididos. Un condado completo es una unidad de muestra de Arbitron que corresponde exactamente a un condado o un equivalente a condado (por ejemplo: una ciudad, distrito municipal, distrito o municipio independiente). Un condado dividido es una unidad de muestra de Arbitron que corresponde a una parte de un condado o un equivalente a condado. En algunos casos, el hecho de dividir un condado

puede dar a Arbitron la flexibilidad de administrar mejor la muestra o de explicar patrones de respuesta a las encuestas. En otros casos, es lógico dividir un condado a causa de sus características geográficas, del área de cobertura de las estaciones de radio internas al Área Metropolitana del condado o de los patrones de escucha de radio.

Definiciones de mercados

Arbitron puede producir estimados de audiencia para hasta cuatro áreas de encuesta diferentes, incluida el Área Metropolitana de Encuesta (Área Metropolitana), el Área Total de Encuesta (TSA), el Área Personalizada de Encuesta (CSA) o el Área de Mercado Designada (DMA)¹. El área de encuesta para la que estuvieren disponibles estimados de audiencia puede diferir de un mercado a otro y reflejar las limitaciones del instrumento de medición del mercado.

El Área Metropolitana

El Área Metropolitana de Encuesta (es decir, “Área Metropolitana”) es el área principal para la que se reportan estimados de audiencia de radio local. Los condados incluidos en un Área Metropolitana de Arbitron pueden corresponderse con aquellos de la definición de Área Metropolitana Estadística (MSA) de la Oficina de Administración y Presupuesto (OMB). La conformidad de Arbitron con la definición de MSA de la OMB, o la desviación respecto de ésta, se señala en la página “Avisos especiales” de cada Arbitron eBook/*Informe del mercado de radio*, según corresponda. (La OMB modifica periódicamente las definiciones de las Áreas Metropolitanas Estadísticas. Se puede obtener información adicional sobre las Áreas Metropolitanas en la OMB). Los estimados de audiencia de las Áreas Metropolitanas reflejan información de los Diarios o los Medidores en tabulación, según corresponda.

¹DMA[®] es una marca de servicio registrada de Nielsen Media Research, Inc., y se usa conforme a una licencia otorgada por Nielsen Media Research, Inc.

El Área Total de Encuesta

El Área Total de Encuesta (es decir, “TSA”) de un mercado de radio de Arbitron es un área geográfica que incluye todos los condados del Área Metropolitana del mercado y cualquier condado adicional próximo a dicha área al que también presten servicios las estaciones del Área Metropolitana. Dado que los condados del TSA no se medirán con Medidores, los estimados de audiencia del TSA reflejan información de los Diarios en tabulación solamente.

El CSA

Un Área Personalizada de encuesta (es decir, “CSA”) es un área personalizada para la que se produce un informe; el CSA se compone de un área especificada por la entidad que encarga la elaboración del informe. El término CSA también puede usarse para referirse a determinadas áreas personalizadas de marketing que abarcan todos los condados de uno o de varios estados. Según las especificaciones de los informes, los estimados de audiencia del CSA pueden reflejar información de los Diarios en tabulación, los Medidores en tabulación o una combinación de ambos.

El DMA

El Área de Mercado Designada (es decir, “DMA”) es un diseño geográfico que usa Nielsen Media Research, Inc. para medir audiencias de televisión. Las políticas relacionadas con la definición y la modificación de un DMA dependen exclusivamente de Nielsen Media Research, Inc. Arbitron proporciona estimados de audiencia de nivel de DMA para un grupo selecto de mercados; según el mercado, los estimados de audiencia de DMA pueden reflejar información de los Diarios en tabulación, los Medidores en tabulación o una combinación de ambos.

Áreas Metropolitanas incrustadas

Un *Área Metropolitana incrustada* es un área de marketing única para la comercialización de radio que está total o parcialmente contenida en un Área Metropolitana más grande. Las Áreas Metropolitanas incrustadas pueden

El mercado

consistir en una unidad de muestra única o en un grupo de unidades de muestra, y reciben su nombre de acuerdo a las pautas de denominación de mercados descritas anteriormente. La característica clave que distingue a un Área Metropolitana incrustada del resto del área es la aplicación de un modelo de ponderación de muestras al Área Metropolitana incrustada separado del modelo que se aplica a los condados de Áreas Metropolitanas que no están incrustados.

Programa de comercialización de PPM

49 Áreas Metropolitanas en los Estados Unidos

Antes de la elaboración de este documento, Arbitron anunció un cronograma para la comercialización de PPM en las 49 Áreas Metropolitanas de radio en los Estados Unidos. Una fecha de conversión del mercado como la que se incluye en este programa debe considerarse tentativa; la fecha real de la conversión de medición con Diario a medición con PPM de un Área Metropolitana puede diferir de la fecha publicada. Además, Arbitron puede optar por hacer la conversión en otras Áreas Metropolitanas que no están incluidas en el programa a la medición con PPM en cualquier momento. Arbitron espera que la conversión de estas 49 Áreas Metropolitanas de medición con Diario a medición con PPM esté completa para diciembre de 2010.

Áreas Metropolitanas incrustadas, clasificadas en los 50 mercados principales de los EE.UU.

Las Áreas Metropolitanas incrustadas que estén clasificadas de manera independiente dentro de las 50 Áreas Metropolitanas principales de los EE.UU. y que estén incrustadas dentro de un Área Metropolitana de PPM se convertirán de medición con Diario a medición con PPM al mismo tiempo que el Área Metropolitana más grande.

Áreas Metropolitanas incrustadas, no clasificadas en los 50 mercados principales de los EE.UU.

Las Áreas Metropolitanas incrustadas que no estén clasificadas de manera

independiente dentro de las 50 Áreas Metropolitanas principales de los EE.UU. y que estén incrustadas dentro de un Área Metropolitana de PPM no se convertirán a medición con PPM (es decir, el Área Metropolitana incrustada seguirá midiéndose con Diarios).

Redefinición de mercados

Arbitron puede optar por agregar unidades de muestra (o, en casos poco frecuentes, quitar unidades de muestra) de un área de encuesta de Arbitron.

Esta decisión está basada en un análisis detallado y atento de los datos provenientes de una gran variedad de fuentes y considera la ubicación y la proximidad al área de encuesta de la unidad de muestra, así como los patrones de escucha de radio y los patrones de viaje al trabajo de la población de la unidad de muestra.

Redefinición de las Áreas Metropolitanas de medición con Diario

Por lo general, una unidad de muestra se agregará a la definición del Área Metropolitana si se cumple cada una de las siguientes condiciones: 1) la unidad de muestra está contigua a un condado del Área Metropolitana; 2) al menos el 55 por ciento de todos los cuartos de hora sin ponderar de escucha de radio reportados por personas de 12 años o más en el período de lunes a domingo de 6 AM a medianoche de las encuestas anteriores de primavera y otoño se atribuyeron a estaciones de radio internas del Área Metropolitana; y 3) el 15 por ciento de los viajes al trabajo que se hacen desde el condado son hacia el Área Metropolitana existente (de acuerdo con el censo más reciente). Es posible que se apliquen también otros criterios, en especial al considerar la disposición de los condados de las Áreas Metropolitanas adyacentes. (Nota: es posible que se aplique un conjunto de criterios alternativo en circunstancias poco frecuentes en que el área que se evalúa para la redefinición incluye una "ciudad dual"; es decir, una ciudad que está dentro de un Área Metropolitana y adyacente a un área no metropolitana. Estos criterios se revisarán según sea necesario con las entidades implicadas).

Programa de redefinición de mercados

Arbitron reevalúa la composición de todos los mercados tras la publicación de cada censo decenal de los EE.UU. y puede optar por realizar análisis provisorios una vez al año a solicitud de una estación de radio que cuente con licencia directa para usar el *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook. Los resultados de los análisis de redefinición del Área Metropolitana se ponen a disposición de las estaciones sin costo ni obligación algunos.

Implementación de la redefinición de mercados

Las estaciones de radio que deseen que Arbitron implemente los cambios de definición de mercados que se recomiendan en los análisis de redefinición deben notificar formalmente a Arbitron respecto de este deseo mediante la presentación del "Request Form for Formal Metro Redefinition Evaluation" ("Formulario de solicitud de evaluación formal de redefinición de Área Metropolitana"). Tras recibir este formulario con la firma de al menos el 75 por ciento de todas las estaciones internas del Área Metropolitana y que tienen licencia para usar los datos de Arbitron, Arbitron implementará la definición de mercado revisada para la encuesta de primavera u otoño siguiente, la que venga primero. En lo que respecta a la redefinición de un Área Metropolitana, los propietarios de varias estaciones que forman parte de un mercado se consideran una sola vez en función del umbral del 75 por ciento.

La presentación del formulario de solicitud de redefinición del Área Metropolitana vincula a las partes solicitantes con todos los requisitos y resultados del análisis de redefinición de Arbitron; también se les advierte a las estaciones que tengan en cuenta que las estaciones que soliciten formalmente la redefinición incurrirán cargos por cualquier muestra adicional que se necesite para medir el mercado redefinido.

El mercado

Redefinición de Áreas Metropolitanas programadas para la conversión de medición con Diario a medición electrónica

Un Área Metropolitana programada para la conversión de la medición con Diario a PPM no puede ser considerada para la redefinición en los 12 meses calendarios anteriores al mes de publicación del último *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook de difusión basada en Diario del Área Metropolitana. Las estaciones internas de Áreas Metropolitanas programadas para conversión a medición con PPM deben, por lo tanto, considerar detenidamente el momento de presentar una solicitud para la reevaluación del Área Metropolitana.

Redefinición de las Áreas Metropolitanas medidas con PPM

Tras la comercialización de PPM en un Área Metropolitana, la definición de Área Metropolitana que estaba vigente en el momento de la difusión del último *Informe del mercado de radio* (moneda) basado en Diario también será vigente en el servicio de PPM (moneda).

En el futuro, Arbitron considerará las solicitudes de análisis de redefinición de Áreas Metropolitanas con PPM. No obstante, para garantizar que se efectúe sin problemas la transición de medición con Diario a medición con PPM de todos los usuarios con licencia para usar datos de Arbitron, no se aceptarán solicitudes de redefinición de Áreas Metropolitanas con PPM hasta enero de 2011 o hasta después de la publicación del informe de PPM (moneda) mensual número treinta y seis (36) del Área Metropolitana, lo que suceda antes.

Redefinición de TSA

También es posible redefinir las definiciones de TSA de Arbitron. Los análisis que se usan durante la redefinición de TSA son estructurados, muy detallados y tienen en cuenta los niveles y las menciones en tabulación devueltos a las estaciones del Área Metropolitana. Anteriormente, Arbitron realizaba análisis de redefinición de TSA cada dos años, sobre la base de datos incluidos en el informe de Cobertura de condados con radio de Arbitron ("Arbitron Radio County Coverage") más reciente (sin incluir las muestras adicionales

adquiridas específicamente para incluirlas en un CSAR). En el momento de la elaboración de este documento, los análisis de redefinición de TSA para el año natural 2009 han sido suspendidos. En el caso de que, en el futuro, Arbitron decidiera reanudar los análisis de redefinición de TSA, la información sobre dichos análisis se incluirá en las ediciones correspondientes de la *Descripción de la metodología de los servicios locales sindicados*.

Medición de condados de Áreas Metropolitanas con PPM/TSA con Diario

Los condados internos de un Área Metropolitana medidos con PPM que también son parte de un TSA de mercado medido con Diario que no pertenece a un Área Metropolitana se medirán exclusivamente como parte del servicio PPM de Arbitron. Tras la conversión del Área Metropolitana de Diario a PPM, Arbitron dejará de medir el condado con Diarios, y ese condado se quitará del TSA del mercado con Diario.

Reserva de derechos

Todas las determinaciones relacionadas con las definiciones de Área Metropolitana, TSA y Áreas Personalizadas de Encuesta de Arbitron pertenecen exclusiva y unilateralmente a Arbitron. De manera similar, Arbitron se reserva el derecho de modificar, exonerar o enmendar cualquiera de sus políticas de definición de mercados según, a criterio de Arbitron, las condiciones comerciales lo justifiquen.

Muestreo y reclutamiento

En este capítulo, se brindará una reseña de los procedimientos de muestreo para las encuestas con Diario y los Paneles de PPM de Arbitron. Las descripciones que se incluyen en este capítulo tienen fines de información general solamente y no constituyen el contenido completo del conocimiento, la política ni el procedimiento de Arbitron. Arbitron se reserva el derecho de modificar o suspender cualquiera de las políticas o los procedimientos descritos en este capítulo, como también de implementar políticas nuevas, en cualquier momento y según lo justifiquen las condiciones comerciales o de investigación, a criterio de Arbitron.

Universo de muestras para encuestas

El universo de las encuestas con Diario de Arbitron es de personas de 12 años de edad o más.

Marco de muestras para encuestas

El marco de muestras para las encuestas con Diario de Arbitron incluye hogares que tienen servicio de telefonía fija y hogares con servicio de telefonía celular que no tienen además servicio de telefonía fija (es decir, "teléfono celular solamente").

El marco de telefonía fija de la encuesta con Diario incluye todos los números de teléfono residenciales que figuran en los directorios telefónicos locales actuales, más todos los números posibles en bloques de cien que contengan al menos dos números residenciales listados. Los números de teléfono no residenciales conocidos quedan excluidos del marco. (Nota: en el servicio de Puerto Rico, el marco de muestra está basado en las centrales telefónicas en funcionamiento en lugar de bloques de cien).

En el caso de las Áreas Metropolitanas en que la población estimada de los alojamientos universitarios y/o de alojamientos militares es un mínimo de dos por ciento de personas de 12 años de edad o más, o de 50,000 personas de 12 años de edad o más (de acuerdo con la información más reciente disponible), es posible que se agreguen bloques de

cien adicionales de teléfonos al marco. Los bloques de cien aptos para agregarse son aquellas que se sabe tienen viviendas residenciales para la población universitaria y/o militar.

Para las encuestas con Diario, el marco de muestra con teléfono celular solamente es una lista de direcciones. Se envía un breve cuestionario a todas las direcciones de esta lista que no tengan un número de teléfono fijo correspondiente. Los hogares que devuelvan el cuestionario y confirmen que tienen teléfono celular solamente son aptos para la selección.

Una vez que un hogar se selecciona para la asignación, se implementan procedimientos estándar de entrevista (como se describen más adelante), con la excepción de que los hogares con teléfono celular solamente tienen derecho a recibir tratamientos e incentivos en montos superiores a los que se ofrecen a los hogares con teléfono fijo y de que, de acuerdo con la Ley de Protección al Consumidor de Servicios Telefónicos, las llamadas que se hagan a teléfonos celulares deben marcarse a mano.

Objetivos de muestras para encuestas

Arbitron desarrolla objetivos de muestra de encuesta con Diario con personas de 12 años de edad o más para el Área Metropolitana, el TSA que no pertenece a un Área Metropolitana y el DMA. El objetivo de muestra del Área Metropolitana se informa en cada *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook, junto con la cantidad de Diarios para esa encuesta y ese mercado. La cantidad de Diarios puede ser superior o inferior al objetivo de muestra debido a los efectos de la cooperación de los encuestados, devolución de los Diarios, utilidad de los Diarios, desempeño del entrevistador y condiciones no relacionadas con la encuesta (como cortes de energía, catástrofes naturales o acontecimientos políticos) en el mercado durante los períodos de asignación de la muestra y la encuesta.

Objetivos de muestra para un Área Metropolitana

Los objetivos de muestra para un Área Metropolitana son funciones radicales de los estimados sobre la población de 12 años o más, sujeto a determinados requisitos mínimos. Las fórmulas de los informes Estándar y Condensado son las siguientes:

Condensed Market Report

$$T_c = 500 * (0.6 / \text{Porcent. de pob. de 18 a 49 años del Área Metro.})$$

Resultados redondeados a la siguiente decena

Sin Máximo; Mínimo = 500

Standard Market Report

$$T_s = \left(\frac{2.055}{\sqrt{\text{Población del Área Metro}}} \right) \sqrt{12 + x \cdot 1.65}$$

Resultados redondeados a la siguiente decena

Sin Máximo; Mínimo = 610

Objetivos de muestra de TSA que no pertenecen a Áreas Metropolitanas

El objetivo de muestra de TSA que no pertenece a un Área Metropolitana se determina a partir de la meta de Base Efectiva de la Muestra (ESB) de TSA para cada mercado, en función de la siguiente fórmula:

$$\frac{1}{\text{Meta de ESB del TSA}} = \frac{(\text{Porcent. de pob. 12 años o más del TSA del Área Metropol.})^2}{\text{Objetivo de Área Metropol.}} + \frac{(\text{N-M\% Pob. 12 años o más del TSA})^2}{\text{N-M Objetivo del TSA no de Área Metropol. / .88}}$$

La Base Efectiva de la Muestra brinda un estimado del tamaño de una sola muestra al azar que se requeriría para proporcionar el mismo grado de confiabilidad que la muestra para una encuesta compleja como la de Arbitron. La meta de ESB es igual al objetivo de Área Metropolitana más alguna constante, generalmente entre 100 y 400 según el tamaño del mercado. El objetivo de TSA que no pertenece a un Área Metropolitana resultante habitualmente será mayor que la constante debido a que la tasa de muestra es más alta dentro del Área Metropolitana que fuera del Área Metropolitana. En algunos mercados con TSA muy pequeñas, el

Muestreo y reclutamiento

objetivo de TSA que no pertenece a Área Metropolitana resultante podría fijarse por debajo de 100.

Por ejemplo, un mercado podría tener un objetivo de Área Metropolitana de 1000 y una meta de ESB del TSA de 1200 (1000 más una constante de 200). En este ejemplo, el Área Metropolitana representa el 83 por ciento de la meta de ESB del TSA (1000/1200), pero podría representar solamente el 60 por ciento de la población total del TSA. Por lo tanto, el Área Metropolitana tendría un "exceso de muestras" en relación con la parte que no pertenece al Área Metropolitana del TSA. Dado que el Área Metropolitana tiene este exceso, se necesitan más de 200 Diarios de fuera del Área Metropolitana para alcanzar una ESB del TSA total de 1200, como se ilustra abajo:

$$\frac{1}{1,200} = \frac{(.60)^2}{1,000} + \frac{(.40)^2}{N-M \text{ Objetivo del TSA}}$$

$$338 = N-M \text{ Objetivo del TSA}$$

Objetivos de muestra de un DMA

Los objetivos de muestra de un DMA (donde corresponda) equivalen a 0.88 de los objetivos de Área Metropolitana correspondientes. Si dos o más Áreas Metropolitanas de radio estándar están ubicadas dentro del DMA y contenidas en el nombre del DMA, el objetivo del DMA equivale al mayor de los objetivos de Área Metropolitana correspondientes.

Asignación de objetivos de encuestas

Para cada segmento del mercado, la asignación de objetivos está basada en la proporción de la población total del segmento del mercado de 12 años de edad o más de la unidad de muestra. Es posible generar más de un objetivo para una unidad de muestra dada si la unidad puede incluirse en dos segmentos del mismo mercado (TSA que no pertenece a Área Metropolitana y DMA) y/o en múltiples mercados (Área Metropolitana a un mercado/TSA a otro) o si ha cumplido con los requisitos mínimos de muestra del Informe Radio County

Coverage™. En todos los casos, el objetivo más alto se usa con fines de muestreo.

Arbitron asigna una parte de la muestra de cada Área Metropolitana para los hogares con teléfono celular solamente. Sin embargo, debido a que los datos más recientes disponibles indican que la proporción de hogares con teléfono celular solamente varía mucho entre Áreas Metropolitanas, Arbitron espera que la proporción del Área Metropolitana que tiene celular solamente varíe en consecuencia.

Selección de muestras para las encuestas

Arbitron ordena el marco de muestra por número de teléfono dentro de cada código postal de la unidad de muestra. Después, para cada unidad de muestra, la cantidad de números de teléfono del marco se divide por la cantidad de números de teléfono que deben ordenarse, lo que produce un intervalo ("n"). Desde un punto de inicio al azar, se seleccionan todos los números de teléfono que corresponden al intervalo "n" hasta que el archivo de cada unidad de muestra reciba la aprobación completa.

Tras la selección de la orden de la muestra a partir del marco, la información de la dirección se conecta con el número de teléfono correspondiente (según disponibilidad). Los números de teléfono cuyos nombres y direcciones de correo están publicados en los directorios telefónicos se categorizan, tratan e informan como muestra listada; los números cuyas direcciones no están publicadas en los directorios se categorizan, tratan e informan como muestra privada. (Nota: en el servicio con Diario de Arbitron en Puerto Rico, los números de teléfono no se hacen coincidir con la dirección).

A partir del orden de muestra trimestral, se selecciona la muestra para llamar cada semana de la encuesta, mediante el uso de las tasas predichas de desempeño de la muestra y la misma técnica sistemática de selección al azar con intervalo que se describió anteriormente. Las tasas predichas

basan inicialmente en tasas históricas para cada fase y unidad de muestra. No obstante, pueden hacerse ajustes cuando las estadísticas históricas parecen ser anómalas, o cuando lo indican las condiciones actuales del mercado, cambios recientes de metodología u otros factores conocidos.

Monitoreo de las muestras para las encuestas

El Sistema de administración de muestras de Arbitron monitorea continuamente la cantidad total de Diarios que se envían a los hogares que dieron su consentimiento en función de la cantidad total que debe asignarse para alcanzar el objetivo (suponiendo una determinada tasa de devolución). Si el sistema determina que la cantidad de Diarios asignados más la cantidad de Diarios que se predice deben asignarse será insuficiente para cumplir el objetivo de tabulación, se puede seleccionar una muestra adicional. De manera similar, si el sistema determina que se van a asignar demasiados Diarios, puede reducir el tamaño de la muestra de las semanas venideras. Arbitron también puede hacer ajustes a la cuenta debido a excesos o déficits en las tasas de devolución de los Diarios (sujetos a las limitaciones del programa de procesamiento de datos de Arbitron).

Tratamiento Diferencial en Encuestas (Differential Survey Treatment, DST)

Arbitron ha implementado procedimientos especiales llamados Tratamientos Diferenciales en Encuestas (DST) para maximizar la participación de los grupos demográficos con un patrón histórico de baja representación en las encuestas. En general, el DST puede consistir en bonificaciones en efectivo más altas, comunicados adicionales y otras técnicas elaboradas para alentar la participación de los encuestados.

En todas las Áreas Metropolitanas, los hogares que indiquen la presencia de un hombre de 18 a 24 años o de 25 a 34 años pueden recibir bonificaciones mayores, llamadas de seguimiento adicionales y materiales de reclutamiento

Muestreo y reclutamiento

personalizados. En determinados mercados, los hogares en que viva una persona en uno (o más) de estos grupos demográficos también pueden ser aptos para recibir una bonificación adicional por cada Diario que devuelvan.

En las Áreas Metropolitanas que califican para un DST por raza negra, los hogares en que los encuestados indiquen que reside una persona de raza negra pueden recibir bonificaciones mayores y llamadas de seguimiento adicionales. Para que un Área Metropolitana califique para un DST por raza negra, la población de personas de 12 años o más de dicha área debe ser: a) al menos 10% de raza negra, o b) al menos 75,000 personas y que sea entre un 5% y un 9% de raza negra.

En las Áreas Metropolitanas que califican para un DST por raza hispana, los hogares en que los encuestados indiquen que reside una persona de raza hispana pueden recibir bonificaciones mayores y llamadas de seguimiento adicionales. Para que un Área Metropolitana califique para un DST por raza hispana, la población de personas de 12 años o más de dicha área debe ser: a) al menos 10% de raza hispana, o b) al menos 75,000 personas y que sea entre un 5% y un 9% de raza hispana.

Áreas de Alta Densidad (High Density Areas, HDA)

Un Área de Alta Densidad es una unidad de muestra definida por código postal – un Área de Raza Negra de Alta Densidad (High Density Black Areas, HDBA) o un Área de Raza Hispana de Alta Densidad (High Density Hispanic Areas, HDHA)– que puede establecerse en un condado dentro del Área Metropolitana de un mercado controlado por una etnia.

Para calificar como Área de Raza Negra de Alta Densidad (HDBA), la población de uno o más de los códigos postales debe ser como mínimo 35 por ciento de raza negra y la unidad de muestra debe tener un objetivo en tabulación de al menos 21 Diarios.

Para calificar como Área de Raza Hispana de Alta Densidad (HDHA), la población de uno o más de los códigos postales debe ser como mínimo 40 por

ciento de raza hispana y la unidad de muestra debe tener un objetivo en tabulación de al menos 21 Diarios.

Una vez establecida, un HDBA o un HDHA se retiene hasta que el objetivo en tabulación para la unidad de muestra sea de menos de 18 Diarios.

En mercados que tienen un DST por raza negra e hispana, un código postal puede calificar para el HDBA y el HDHA si tiene al menos 35 por ciento de población de raza negra y al menos 40 por ciento de raza hispana. En estos casos, el código postal se asigna al HDA que corresponde al mayor absoluto de los dos porcentajes de población (negra o hispana).

Puede haber casos en que se usen definiciones de unidad de muestra más discretas para ampliar o subdividir las definiciones de HDA. Habitualmente, estas unidades de muestra se identifican como HDA2. Los criterios para establecer un HDA2 varían en función de consideraciones de cada Área Metropolitana individual.

Procedimientos de colocación de Diarios

Los procedimientos de colocación de Diarios de Arbitron consisten en un conjunto complejo de comunicados e incentivos programados que tienen como fin estimular el interés en la encuesta y alentar a que todos los miembros del hogar seleccionado participen plenamente de la encuesta. Todos los materiales impresos y los comunicados orales están disponibles en inglés y en español.

Los entrevistadores de las instalaciones de entrevistas centralizadas de Arbitron y/o los proveedores llaman a los hogares que forman parte de la muestra. Las llamadas se administran con un sistema de entrevistas telefónicas asistido por computadora y software que mantiene Arbitron. Los entrevistadores cuentan con guiones estandarizados que son adecuados para la categoría de la muestra a la que llaman. (Las tasas de consentimiento y respuesta a los entrevistadores se monitorean atentamente. Los entrevistadores con alto desempeño reciben recompensas

mediante un programa de incentivos de varios niveles, mientras que los entrevistadores con bajo rendimiento se retiran del servicio de llamadas para darles capacitación adicional. Si su desempeño no mejora, son separados de sus funciones).

El primer contacto de Arbitron con un número telefónico listado o privado para el que Arbitron haya podido conseguir la dirección es una carta con un regalo en efectivo adjunto. En esta carta, se informa a los miembros del hogar que el mismo fue elegido para participar en la encuesta y les dice que pronto los llamará un entrevistador por teléfono para darles más información.

Si el número de teléfono del hogar de muestra es privado y no se puede relacionar con una dirección, el primer contacto de Arbitron con el hogar es la llamada de colocación. (Dado que el sistema de relación con la dirección no se usa en el mercado de Puerto Rico, el contacto inicial con los hogares de muestra en dicho mercado es por teléfono).

El propósito de la llamada de colocación es determinar la elegibilidad del hogar en la muestra, obtener su consentimiento para enviarles Diarios por correo y recopilar información sobre el hogar para identificar procedimientos de encuesta especiales. Los entrevistadores pueden hacer varios intentos para contactar los hogares en la muestra durante el período de colocación de cada semana de encuesta. Para aumentar la probabilidad de hacer un contacto, las llamadas se hacen a diferentes horas del día y la tarde y en diferentes días de la semana. Los entrevistadores tienen instrucciones de dejar mensajes de acuerdo a un guión en las máquinas contestadoras durante intentos determinados.

Para todos los hogares de la muestra, el entrevistador le pregunta al entrevistado cuántas personas de 12 años de edad o mayor viven en el hogar. Los hogares con más de nueve personas de 12 años o mayor no cumplen los requisitos para participar de la encuesta.

El entrevistador pregunta el nombre del entrevistado y la dirección del hogar. Si el entrevistado indica que vive en una residencia de estudiantes o en barracas

Muestreo y reclutamiento

militares, el entrevistador investiga si hay un teléfono privado en la unidad de vivienda. Si se determina que ese teléfono lo usan nueve o menos personas, la unidad se acepta como equivalente de hogar y se considera apta para la participación en la encuesta.

El entrevistador también pregunta si algún miembro del hogar es empleado de una estación de radio o televisión, de una red de radio o televisión, o de un sistema o red de televisión por cable. Una respuesta afirmativa a esta pregunta descalifica al hogar de la participación en la encuesta.

A todos los hogares que dan su consentimiento para participar en la encuesta, el entrevistador les hace una pregunta sobre la raza y/o la etnia del hogar; se recopila información sobre la edad y la raza de cada persona de 12 años de edad o mayor que viva en el hogar. Si los entrevistados no indican la edad y el sexo de cada miembro del hogar, el entrevistador pregunta por la presencia de un hombre en los grupos de edad de 18 a 24 años y/o de 25 a 34 años. Estos datos sobre la edad y el sexo pueden usarse para implementar el tratamiento diferencial en encuestas correspondiente.

El día posterior a la llamada de asignación, se envía una carta a los hogares seleccionados que dieron su consentimiento con el fin de reforzar su compromiso a participar en la encuesta. La carta puede incluir un regalo en efectivo adicional; el monto de este regalo puede variar por mercado y/o grupo demográfico.

Sobre la base de la información que recopila el entrevistador, se envían un Diario y un regalo en efectivo para cada persona de 12 años de edad o mayor que viva en el hogar. Los Diarios y los regalos en efectivo para todas las personas del mismo hogar se empaquetan juntos y se envían en una caja especial por correo. El paquete de Diarios incluye una carta dirigida a cada persona y un folleto ilustrado a color que hace hincapié en la importancia de la encuesta de ratings y responde las preguntas que comúnmente se hacen.

Una vez que se envían los Diarios, se vuelve a establecer contacto con los

hogares que dieron su consentimiento para verificar que recibieron los Diarios, recordar a los entrevistados la importancia de los Diarios y responder cualquier pregunta acerca de como registrar su escucha en los Diarios. La llamada también se usa para recordar a los encuestados que respondan las preguntas en la parte posterior del Diario, que devuelvan los Diarios después de la semana de la encuesta, y para agradecerles su participación.

El primer día de la encuesta, se envía una carta de seguimiento a cada hogar que haya dado su consentimiento. En esta carta, se agradece al hogar por haber aceptado participar, alienta la devolución de todos los Diarios y puede incluir un regalo en efectivo adicional.

Los entrevistados reciben acceso a una "Línea Directa para Encuestados" y a un sitio Web por si acaso tienen alguna pregunta sobre Arbitron o la encuesta.

En Áreas Metropolitanas seleccionadas, se envía una nota con un regalo en efectivo adicional a los hogares con dirección conocida que se negaron a participar en la encuesta durante los primeros tres días de llamadas. La nota se envía el día después de que el hogar se niega a participar. En ella se destaca la importancia de la encuesta y alienta a que cooperen cuando el entrevistador de Arbitron llame otra vez.

"Diario de Segunda Oportunidad"

En las unidades de muestra de Áreas Metropolitanas en que la medición es continua, a los hogares que den su consentimiento para participar en la encuesta pero que no devuelvan ningún Diario a Arbitron se les ofrece una "segunda oportunidad" para participar en la encuesta. A los hogares pertinentes se les vuelve a contactar por teléfono aproximadamente a las cuatro semanas naturales después de incluirlo en la muestra por primera vez para determinar si la elegibilidad para participar en la encuesta ha cambiado, para verificar el nombre y la dirección del entrevistado y con el fin de obtener el consentimiento para enviarles más Diarios. Durante esta entrevista, si el entrevistado indica una cantidad de miembros del hogar diferente a la cantidad registrada en el

contacto anterior, se registra la cantidad nueva; los demás datos demográficos recopilados en la llamada inicial al hogar se conservan. En caso de que el hogar acepte esta segunda invitación, se le envía otro conjunto de Diarios.

Después de enviar la caja con los Diarios y los regalos en efectivo de segunda oportunidad, se vuelve a establecer contacto con los hogares que dieron su consentimiento para verificar que se recibieron los Diarios, recordar su importancia a los encuestados, responder las preguntas sobre cómo registrar la escucha en los Diarios e informar al hogar que cumplen con los requisitos para recibir un regalo en efectivo adicional por cada Diario que devuelvan.

El primer día de la semana de la encuesta de segunda oportunidad, se envía una carta de seguimiento a cada hogar que haya dado su consentimiento. En esta carta, se agradece al hogar por haber aceptado participar, alienta la devolución de todos los Diarios e incluye un regalo en efectivo adicional para el hogar.

Debido a consideraciones operativas, la semana de la encuesta para los hogares que participan de la segunda oportunidad es, generalmente, seis semanas después de la semana en que se incluyó al hogar en el programa para participar en la encuesta.

La muestra en Informes de Área Personalizada de Encuesta basada en Diarios

Un "CSAR" (Informe de Área Personalizada de Encuesta) es un informe que se produce para un área personalizada de encuesta en función de las especificaciones expresadas por los suscriptores. Cada CSAR puede incluir información proveniente de los Diarios o Medidores asignados para el uso en un *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook de un mercado, de los Diarios asignados específicamente para usar en el CSAR, o de una combinación de los dos.

Arbitron ofrece elección de objetivos de muestra para la mayoría de los CSAR. Al seleccionar el objetivo adecuado, los

Muestreo y reclutamiento

suscriptores deben tener en cuenta que se informan una cantidad específica de grupos demográficos y períodos para cada nivel de objetivo de muestra, y que los objetivos de muestra más altos permitirán que se informen estimados de audiencia en una cantidad mayor de celdas demográficas posibles. Dado que un CSAR puede tener solamente un objetivo de muestra para un período de encuesta, los suscriptores deben llegar a un consenso sobre el objetivo deseado.

Los objetivos de muestra se asignan a cada unidad de muestra de un Área Personalizada de Encuesta (CSA), sobre la base de la proporción de la población total estimada de 12 años o más del CSA de cada unidad de muestra. Debido a que un área de encuesta incluida en un área personalizada de encuesta también puede ser parte de un área estándar, la unidad de muestra puede tener más de un objetivo de muestra para un período de encuesta. En este caso, el objetivo más alto se usa con fines de muestreo. Por lo tanto, la cantidad de Diarios en tabulación devueltos de la unidad de muestra puede ser más alta que el objetivo de muestra asignado para el CSA de la unidad de muestra. En los casos en que la unidad de muestra reciba su objetivo de muestra más alto del CSA, es posible que se ordene una muestra adicional para cumplir con dicho objetivo. Se ordena una muestra adicional con el mismo método que se usa para la muestra del *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook.

La muestra adicional que se ordena específicamente para un CSAR no se incluye en el *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook. Arbitron designa esta muestra de CSAR solamente con la palabra "Especial" junto al nombre del condado (por ejemplo: "Condado de Floyd Especial, Georgia"). Por lo general, la muestra adicional de CSAR solamente no se ordena para condados de Área Metropolitana.

Los CSAR que requieren una muestra adicional están sujetos a los mismos Tratamientos Diferenciales en Encuestas (DST) que se usan para los *Informes de mercado de radio*/Arbitron eBooks. Si un CSAR se basa exclusivamente en la muestra usada para el *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook, el DST

no se aplica a ningún condado del CSAR que no pertenezca a un Área Metropolitana.

Los CSAR que se forman al combinar todos los condados de un estado o varias Áreas Metropolitanas y/o áreas (regionales) se consideran para la calificación de DST en su totalidad. Las Áreas Metropolitanas de radio individuales incluidas en un CSAR estatal o regional reciben un DST sobre la base de las calificaciones descritas en otras partes de este documento.

La muestra del Panel de Medidor Personal Portátil (PPM)

La metodología con PPM de Arbitron refleja un diseño de panel; Arbitron mide repetidamente la exposición a estaciones de radio codificadas de la misma muestra en diferentes puntos de tiempo. Las personas que participan en el Panel se denominan "Panelistas".

Mientras que la información incluida en el *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook se basa exclusivamente en datos recopilados por Panelistas reclutados específicamente para ese fin, la información que recopilan estos Panelistas puede usarse para otros propósitos. Además, Arbitron puede crear Paneles para otros fines.

Universo de muestras del Panel de PPM

El universo de muestras del Panel de un Área Metropolitana consta de personas de 6 años de edad o mayores que residen en el Área Metropolitana de encuesta.

Marco de muestras del Panel de PPM

El marco de muestras de un Panel de Arbitron incluye hogares con servicio de telefonía fija y hogares con servicio de telefonía celular que no tienen aparte teléfono fijo. Los procedimientos para definir el marco de teléfonos fijos y el marco de teléfonos celulares basado en las direcciones del Panel son los mismos descritos anteriormente para las encuestas con Diario de Arbitron.

Marco de muestras con teléfono celular solamente (cell-phone-only, CPO)

Para complementar el marco de la muestra de hogares con teléfono celular solamente (cell-phone-only, CPO) basado en las direcciones, Arbitron también recurre a hogares con teléfono celular solamente en Áreas Metropolitanas con PPM a través de una metodología basada en el número de teléfono celular. El marco de muestras de este subconjunto de hogares con teléfono celular se construye a partir de centrales telefónicas dedicadas al servicio celular. Los números dentro de estas centrales dedicadas se ordenan primero por condado, después por nombre de empresa de servicio celular y luego por bloques de cien números de teléfono celular. Se emplea el muestreo sistemático para seleccionar los números de celular a los que llamar. Los números de teléfono celular que se transfirieron al servicio fijo o los números de teléfono fijo que se transfirieron al servicio celular quedan excluidos del marco.

Durante la selección de la muestra de hogares con teléfono celular solamente, si el entrevistado proporciona un código postal que está fuera del mercado para el que se seleccionó el hogar, dicho código se analizará para determinar si está contenido en algún mercado con PPM. Si es así, ese número de teléfono se pasa al marco de telefonía celular del mercado que contiene el código postal. Si el código postal que ofrece el entrevistado no está incluido en ningún mercado con PPM, el número de teléfono se incluirá en la muestra del mercado en que se seleccionó originalmente (se asigna al hogar el código postal más populoso del Área Metropolitana para la que se ordenó). No obstante, el hogar sólo será apto para el reclutamiento si en entrevistas posteriores se confirma que está dentro del mercado para el que se lo tomó como muestra.

Asignación de muestras con teléfono fijo versus a las de teléfono celular solamente

Un porcentaje del objetivo del Área Metropolitana se asigna a la muestra con teléfono celular solamente. Una vez que los objetivos de muestra están

Muestreo y reclutamiento

establecidos, los objetivos de Área Metropolitana con teléfono fijo se asignan a la unidad de muestra sobre la base de su población. Los objetivos de muestras con teléfono celular se asignan a nivel del Área Metropolitana solamente. El porcentaje de la muestra que se asigna a los hogares con teléfono celular solamente puede variar entre un Área Metropolitana y otra. Por lo general, este porcentaje es inferior que el porcentaje de hogares con teléfono celular solamente del universo; debido a esto, los hogares con teléfono celular solamente se submuestran por diseño. Los procedimientos de compensación de la muestra de Arbitron equilibran la representación desproporcionada de segmentos específicos de la población en la muestra en tabulación, con lo que garantiza que los datos de la muestra reflejen con más precisión el comportamiento del universo que representan.

Objetivo de muestras del Panel de PPM

El objetivo de muestra en tabulación diario promedio por mes para un Panel de PPM es aproximadamente el 33 por ciento del objetivo de la Encuesta con Diario trimestral del Área Metropolitana. Arbitron puede ajustar los objetivos de muestra de PPM según lo justifiquen las condiciones comerciales o las consideraciones de investigación, a criterio de Arbitron.

Determinación de muestras Básicas y Alternativas

La selección de muestras de PPM comienza con la designación al azar de la muestra seleccionada con teléfono fijo como "Básica" o "Alternativa". Arbitron designa la muestra con teléfono celular solamente como Básica o Alternativa al azar a nivel del Área Metropolitana. La muestra designada como Básica se selecciona para los llamados con la técnica sistemática de selección con intervalo al azar que se describió anteriormente.

Tratamientos Diferenciales en Encuestas con Panel de PPM

Cuando un mercado se convierte de medición con Diario a medición con PPM, los Tratamientos Diferenciales en Encuestas que estaban vigentes para las encuestas con Diario se trasladan a la medición con PPM.

Los DST con PPM pueden consistir en regalos en efectivo más altos, comunicados adicionales, un enfoque más sólido para el reclutamiento y procedimientos adicionales para alentar la participación de los encuestados. Si un hogar cae en más de un grupo de DST (raza negra y jóvenes adultos de 18 a 24 años, por ejemplo), el hogar recibe el incentivo más grande para el que califica.

En los mercados que califican para un DST por raza negra, los hogares en que el entrevistado indicó que reside una persona de raza negra reciben incentivos de participación más altos.

En los mercados que califican para un DST por raza hispana con dominancia del idioma español, los hogares en que el entrevistado indicó que reside una persona de origen hispano que habla mayormente español reciben incentivos de participación más altos y bonificaciones por cumplimiento.

En los mercados que califican para DST por grupo de 18 a 24 años de edad, los hogares en que el entrevistado indicó que reside una persona de entre 18 y 24 años reciben incentivos de participación más altos y bonificaciones por cumplimiento más altos.

Áreas de alta densidad en áreas de medición con PPM

Cuando un Área Metropolitana se convierte de medición con Diario a medición con PPM, se traslada cualquier HDA que haya en el Área Metropolitana para el último *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook de difusión, sobre la base de las pautas mencionadas.

Reclutamiento de la muestra Básica

El reclutamiento es un proceso de varios pasos que emplea varios modos de

contacto e incentivos para optimizar la cooperación. En cada una de las etapas de llamadas descritas a continuación, Arbitron hace *varios* intentos para comunicarse con el hogar.

El primer contacto de Arbitron con un hogar de muestra listado, o con un hogar de muestra privado para el que Arbitron pudo obtener un nombre y una dirección, es un paquete que contiene una carta, un folleto y un pequeño incentivo. En la carta, se informa a los miembros del hogar que un entrevistador los llamará por teléfono en los próximos días para darles más información. Si el número de teléfono del hogar de muestra no está listado y Arbitron no ha podido obtener la dirección del hogar, el primer contacto con el hogar será la llamada telefónica de preparación de muestra.

A continuación, se llama al hogar de la muestra a fin de determinar su elegibilidad para participar en el Panel, recopilar información general sobre el hogar y obtener su dirección postal. La información recopilada en esta llamada incluye datos sobre la presencia de una persona de 18 a 24 años o de 25 a 34 años de edad en el hogar, la raza/etnia del dueño de casa y el idioma dominante del dueño de casa (si es hispano).

Arbitron envía una carta, un obsequio de dinero y un folleto que describe la participación en el Panel a los hogares que se niegan a contestar en la llamada inicial. Poco después de recibir este envío, Arbitron intenta contactarse con el hogar otra vez para reclutarlo.

La etapa final del proceso de reclutamiento es la llamada de reclutamiento. En esta llamada, se obtiene el compromiso firme de llevar el Medidor por parte de todos los miembros del hogar. Se recopila información adicional sobre el hogar, incluida la cantidad de personas que residen allí todo el tiempo y el nivel de ingresos de la casa. También se recopila información adicional sobre las personas del hogar, como edad, sexo, mes de nacimiento, raza/etnia, idioma dominante y estado de empleo. En esta llamada, el entrevistador también explica la facilidad de uso del equipo del Panel y acuerda la entrega del equipo.

Muestreo y reclutamiento

Selección y reclutamiento de la muestra Alternativa

Si un hogar de la muestra Básica se niega a participar en el Panel (o se retira del Panel), puede reclutarse un hogar Alternativo para que tome su lugar. Por cada hogar Alternativo reclutado, debe haber un hogar Básico que se haya negado a participar. Esta correspondencia se maneja a nivel del Área Metropolitana de manera separada para la muestra con teléfono fijo y la muestra con teléfono celular solamente.

Se selecciona una muestra alternativa para entrevistarla, como se describió anteriormente, con la excepción de que se hacen menos intentos durante las llamadas de preparación de la muestra. Los hogares Alternativos deben contestar por completo la entrevista de preparación de la muestra a fin de ser aptos para ser seleccionados para el reclutamiento. Los hogares Alternativos que no se reclutan en el lapso de 180 días de haber contestado la llamada de preparación de la muestra expiran (es decir, se establece una fecha final para el registro de la muestra Alternativa en las bases de datos de Arbitron). Tras la expiración, Arbitron no intentará reclutar al hogar Alternativo.

La muestra de teléfono fijo Alternativa se organiza en estratos, como lo define la tabulación cruzada de las características demográficas reunidas en la preparación de la muestra. En los mercados en que el uso de un idioma principal no es una variable de ponderación, el idioma principal no se emplea en la construcción de los estratos. Estos estratos reflejan las proporciones de la población de cada unidad de muestra y los datos demográficos reunidos durante la preparación de la muestra. La muestra Alternativa con teléfono celular solamente se combina en un estrato y se selecciona al azar independientemente de las características demográficas.

Cuando se selecciona un hogar Alternativo con teléfono fijo para el reclutamiento, se seleccionará al azar dentro de su estrato. Un hogar pertenece a solamente un estrato. Las tasas de muestra variarán de un estrato a otro. Se seleccionará una muestra Alternativa para el reclutamiento si uno o más de

estos grupos demográficos cae, o se proyecta que caerá, fuera del rango de la meta correspondiente. No se realizará la selección de una muestra si, al hacerlo, probablemente se causaría que otro grupo demográfico salga del rango de su meta o si daría como resultado el reclutamiento de un grupo Alternativo para el que no hay un grupo Básico correspondiente que se haya negado a participar.

Promesa de Incentivo de PPM

Los hogares Básicos que se nieguen a participar en el Panel reciben “correspondencia de conversión” con el fin de alentar la participación del hogar en el Panel. Esta correspondencia puede contener un incentivo monetario. Los hogares que reciban la correspondencia de conversión y consecuentemente accedan a participar en el Panel posiblemente también reciban un incentivo adicional que se enviará al hogar después de colocarlo exitosamente en la muestra. La correspondencia de conversión se complementa con llamadas de seguimiento. Durante estas llamadas se informa al entrevistado de dicha promesa de incentivo. El monto del incentivo que se ofrece a los hogares puede variar dentro del mismo mercado, y de un mercado a otro.

Contactos adicionales a los hogares Básicos que se niegan a participar

Se vuelve a establecer contacto periódicamente con los hogares Básicos que se negaron a participar para alentarlos a que participen en el Panel. Si el hogar Básico que se niega a participar llega a formar parte del Panel, posiblemente deba excluirse un hogar Alternativo del Panel.

Miembros del hogar que no cumplen con los requisitos para participar en el Panel

Es posible que no todos los miembros del hogar puedan participar en el Panel. Por ejemplo, Arbitron no proporcionará un Medidor a los miembros del hogar

que sean menores de seis años, que se queden en un lugar distinto del hogar más de cuatro noches por semana o que estén física o mentalmente imposibilitados para participar.

La recopilación y el proceso de adscripción de información demográfica

Como se describe en el capítulo “Ponderación de la muestra” de esta *Descripción de la metodología de los servicios locales sindicados*, Arbitron pondera la muestra en tabulación de PPM en el universo de muestras en función de un conjunto clave de variables demográficas. Para poder cumplir los requisitos para ser incluidos en la muestra en tabulación, todos los hogares/Panelistas deben brindar esta información a Arbitron.

Además de la información demográfica que se usa para ponderar la muestra, Arbitron también recopila información demográfica adicional que no se usa en esta ponderación. Si bien es poco probable, es posible que un hogar o un Panelista se incluya en la muestra y se reclute sin que haya brindado la totalidad de estos datos demográficos no esenciales.

Para explicar estas ocasiones tan poco frecuentes de datos faltantes, Arbitron puede atribuir valores para la ausencia de información sobre el ingreso del hogar, la educación personal y el mes de nacimiento personal de los hogares/Panelistas según sea necesario. Dado que estas variables no se usan para la ponderación, los estimados de audiencia que figuran en un *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook no son afectados de ninguna manera por el proceso de adscripción de valores para esa información faltante. (Los usuarios de los datos deben ser conscientes de que los estimados que usan una de estas características como variable de ponderación pueden estar disponibles en servicios y/o informes seleccionados de Arbitron. Las tasas del proceso de adscripción se divulgarán, según corresponda, en el informe que emplee los datos).

Muestreo y reclutamiento

Monitoreo de la muestra del Panel

El sistema de muestra de Arbitron monitorea continuamente la colocación de Medidores contra el número total de Medidores que deben colocarse para alcanzar el objetivo. Si el sistema determina que la cantidad de Medidores colocados realmente más la cantidad de Medidores que se predice serán asignados va ser insuficiente para cumplir el objetivo en tabulación, se puede seleccionar una muestra adicional. De manera similar, si el sistema determina que se van a asignar demasiados Medidores, puede reducir el tamaño de la muestra de las semanas venideras.

Las características demográficas de los Paneles del marco telefónico se monitorean atentamente durante todo el proceso de muestreo. Cada uno de estos datos demográficos tendrá un rango de meta en función del que se administrará la muestra. Los rangos de metas variarán según el mercado y las características demográficas y se guiarán por la parte de la población del mercado que constituyen. Por lo tanto, en general, una característica demográfica que es una parte más grande de un mercado tendrá un rango de meta más acotado que una característica demográfica que constituye una parte más pequeña del mercado. Arbitron puede modificar estos rangos cuando lo indiquen las condiciones actuales de mercado, los cambios recientes en la metodología u otros factores.

Rotación

Por una cuestión de política, el tiempo máximo que un hogar puede estar en el Panel es de dos años naturales a partir de la fecha en que se hace la llamada de preparación de la muestra al hogar. Sin embargo, la experiencia de Arbitron es que la mayoría de los hogares dejan el Panel voluntariamente o Arbitron los retira del Panel antes de que el plazo de elegibilidad expire. Algunas razones por las que Arbitron puede retirar a un hogar del Panel incluye cuando los miembros del hogar se mudan fuera del Área Metropolitana, cuando hay cambios en el

hogar y éste ya no es apto para participar o cuando el hogar incumple reiteradamente las instrucciones de Arbitron. No obstante, también en la experiencia de Arbitron, la cantidad de hogares que dejan el Panel durante un período de informe dado generalmente se compensa con la cantidad de nuevos hogares que ingresan al Panel en ese período. Por lo tanto, la cantidad de hogares en el Panel, por lo general, permanece estable a través del tiempo.

Los hogares incluidos en el Panel inicial de un Mercado ingresaron en el Panel aproximadamente en el mismo punto en el tiempo; estos hogares se retiran gradualmente del Panel en un período de 18 a 21 meses. De esta manera, algunos de estos hogares pueden retirarse del Panel en un período tan breve como de 18 meses, mientras que otros pueden permanecer en él hasta 39 meses.

Procedimientos de muestreo para el Panel de Houston-Galveston

Los procedimientos de muestreo que se utilizan para el Panel de Houston-Galveston difieren de los procedimientos que se utilizan en los otros Mercados de PPM (estas diferencias son una función del estatus de Houston-Galveston como el primer mercado de demostración de PPM). A continuación se describen las políticas y los procedimientos de muestreo exclusivos de Houston-Galveston.

Objetivo de muestra

El objetivo de muestra colocado del Panel de Houston-Galveston es de 2000 personas de seis años o más que residen en el DMA de Houston-Galveston. Aproximadamente el 95 por ciento de la muestra total de Houston-Galveston cae dentro de los condados que componen la definición de Área Metropolitana de Houston-Galveston según corresponde en el informe final basado en Diarios del Área Metropolitana.

Marco de la muestra

El marco de la muestra de Houston-Galveston es una lista de direcciones que incluye casi todos los hogares

residenciales del DMA. Esta lista se confecciona con las direcciones postales y se actualiza cada dos meses para dar cuenta de los cambios en las geografías postales. Sobre la base de los bloques del censo, las direcciones se estratifican por condado, raza y etnia, y mediana de la edad y estado de empleo del dueño de casa.

Áreas de Alta Densidad

Las Áreas de Alta Densidad del mercado de Houston-Galveston reflejan a aquellos que estaban establecidos antes del primer informe de moneda basado en PPM del mercado.

Selección de muestras Básicas y Alternativas

Las direcciones del DMA de Houston-Galveston se seleccionan al azar a partir del marco estratificado siguiendo un procedimiento sistemático de muestreo al azar. Tras la selección de los puntos de muestra Básicos, se selecciona una cantidad predeterminada de direcciones suplementarias dentro de la misma área de código postal +4 que la dirección Básica. Tres de éstas se designan como Básicas de reserva que serán reemplazos en caso de que la primera Básica no sea apta para unirse al Panel. El resto de las direcciones de cada punto de muestra sirven como Alternativas en caso de que una Básica no se pueda reclutar o retener en el Panel. Las Alternativas están, por tanto, siempre en proximidad geográfica a las Básicas. Si el hogar Básico no se puede reclutar o retener en el Panel, se reemplaza con un hogar Alternativo.

A fin de ser aptos para reemplazar a un hogar Básico, los hogares Alternativos deben coincidir en los criterios de coincidencia preasignados con los Básicos. Estos criterios de coincidencia pueden incluir si el hogar está suscrito a un servicio de televisión satelital o por cable, la presencia de niños menores de 18 años en el hogar y/o el estado de empleo del dueño de casa. Los hogares alternativos deben coincidir con los Básicos en dos de estos criterios, según determine Arbitron por adelantado.

Muestreo y reclutamiento

Preparación de la muestra

Dos meses antes del reclutamiento, Arbitron envía el cuestionario de preparación de la muestra con un incentivo monetario, así como una promesa de incentivo por completar el cuestionario, a los hogares Básicos. El cuestionario de una página contiene preguntas sobre el uso de medios y solicita el número de teléfono del hogar.

Llamadas previas al reclutamiento

Las llamadas previas al reclutamiento comienzan cuando se envían los folletos de reclutamiento a los hogares. El propósito de estas llamadas es hacer contacto con los miembros de los hogares para dejarles saber que se ha enviado un folleto de reclutamiento al hogar. En esta llamada, Arbitron también obtiene el compromiso del entrevistado de responder a la correspondencia cuando la reciba y notifica al hogar que habrá otro contacto.

Poco tiempo después de la primera llamada previa al reclutamiento, se vuelve a establecer contacto con el hogar para verificar su dirección, obtener el compromiso firme de parte de todos los miembros del hogar aptos para participar y planificar la entrega del equipo para el hogar.

Reclutamiento en campo

Arbitron primero intenta reclutar todos los hogares por teléfono. También puede optar por tratar de reclutar en campo los hogares Básicos y Alternativos seleccionados mediante una visita en persona por parte de un representante de reclutamiento de Arbitron.

Cuando un hogar Básico se niega a participar en el Panel después de un intento de reclutarlo en campo, se recluta y coloca en la muestra un hogar Alternativo que coincida. Entonces, se envía una carta de conversión al hogar Básico que se negó a participar. Si éste decide formar parte del Panel, el hogar Alternativo es retirado del Panel.

Rotación del Panel

Los puntos de muestra que no son aptos para formar parte del Panel expiran tan pronto haya una muestra de reemplazo disponible. Cerca del final de su segundo año de colocación, los puntos de

muestra basados en direcciones existentes se reemplazan de manera gradual, equilibrada y al azar. Los puntos de muestra que son aptos para colocarse expiran en un período de 60 días. Durante este período de transición, estos puntos se ordenan y expiran al azar a medida que se coloca una nueva muestra del condado de ese punto de muestra. Después de 60 días, todos los puntos de muestra restantes expiran.

Confidencialidad de los Panelistas

En todos los mercados, todos los Panelistas de 13 años de edad o mayor reciben una "carta de bienvenida" poco tiempo después de enviarles el equipo para el hogar. En la carta de bienvenida, se agradece a cada Panelista por su participación en el Panel y se solicita que cada uno de ellos mantenga la confidencialidad de su participación. Se les recuerda a los usuarios de datos de Arbitron que cualquier intento de, o en nombre de, una estación de radio de conocer la identidad de un Panelista o Encuestado constituye Distorsión de ratings. Consulte el capítulo 11, "Distorsión de ratings y Parcialidad de ratings" para obtener información adicional.

Medidas de desempeño de la muestra

El desempeño de la muestra en las encuestas y los Paneles de Arbitron puede medirse con una variedad de medidas. A continuación se presenta una descripción de cada medida y la metodología a la que corresponde.

Tasa de consentimiento (encuestas con Diario)

La tasa de consentimiento de una encuesta representa la proporción de hogares de la muestra que aceptan participar en la encuesta. Esta tasa se determina al dividir la cantidad de hogares que aceptan participar por la cantidad de hogares a los que se pidió que participaran en la encuesta.

Tasa de devolución (encuestas con Diario)

La tasa de devolución de una encuesta representa la proporción de Diarios en tabulación devueltos a Arbitron en comparación con la cantidad de Diarios enviados a los hogares que dieron su consentimiento. Esta tasa se determina al dividir la cantidad de Diarios en tabulación devueltos por la cantidad de Diarios enviados.

Tasa de respuesta sin ponderar (encuestas con Diario)

La tasa de respuesta sin ponderar de una encuesta se determina al dividir la cantidad de Diarios en tabulación por la cantidad estimada de personas en los hogares utilizables. El valor del "estimado de personas utilizables" representa la cantidad de personas que se conoce residen en los hogares que dieron su consentimiento más un estimado de la cantidad de personas (que se desconoce) residen en hogares que no dieron su conocimiento o con los que no se pudo tener contacto. De esta manera, la tasa de respuesta de Arbitron es una medida ajustada, con la tasa de consentimiento y de devolución factorizadas en el cálculo de la tasa de respuesta.

Tasa de respuesta ponderada (encuestas con Diario)

Para obtener la tasa de respuesta ponderada de una encuesta, la cantidad de Diarios en tabulación y la cantidad estimada de personas en los hogares utilizables se multiplican por un factor específico del condado que representa la probabilidad de cada hogar de que se lo seleccione dentro del condado. El factor específico del condado refleja la relación entre los registros de muestra utilizables y la población y se calcula sobre la base del muestreo de todo el período de elaboración de informes.

El efecto de la metodología del Diario de segunda oportunidad sobre la tasa de respuesta

Con la implementación de la metodología de muestreo del Diario de segunda oportunidad de Arbitron, algunos hogares se incluirán en muestras en encuestas consecutivas. Estos entrevistados no se cuentan en la tasa de respuesta de la

Muestreo y reclutamiento

primera encuesta, sino en la de la segunda. Los Diarios de segunda oportunidad en tabulación se contarán como parte del objetivo de muestra del Área Metropolitana; los Diarios de segunda oportunidad en tabulación no se cuentan aparte del objetivo de muestra.

Indicador de Desempeño de la Muestra (Paneles de PPM)

El Indicador de Desempeño de la Muestra (Sample Performance Indicator, SPI) es una de las medidas adecuadas para medir el desempeño de la muestra de un Panel. Arbitron rastrea e informa un SPI diario promedio y un SPI mensual tanto de los hogares como de las personas.

El SPI de hogares se determina dividiendo la cantidad de hogares Básicos que informan por la cantidad de hogares Básicos aptos para el período de elaboración de informes correspondiente. Para calificar como hogar que informa en un día de medios dado, al menos un miembro del hogar debe estar en tabulación ese día.

El SPI de personas se determina dividiendo la cantidad total de personas Básicas en tabulación en cualquier momento durante el período de informe correspondiente por la cantidad total de personas estimadas en los hogares Básicos utilizables estimados. Arbitron estima la elegibilidad de la muestra que se niega a participar sobre la base de los resultados de las llamadas de muestra realizadas. Además, al estimar la cantidad de personas Básicas en los hogares Básicos utilizables estimados, Arbitron supone que, en promedio, en los hogares Básicos que se negaron a participar o que no fueron contactados hay la misma cantidad de personas que en los hogares que aceptan participar en el Panel. Para que un Panelista tenga derecho de estar en tabulación, un Panelista debe haber superado el estándar mínimo de calificación del período de informe correspondiente.

Índice de Entrega Designada

El Índice de Entrega Designada (Designated Delivery Index, DDI) es una medida de la entrega de muestras en las encuestas con Diario y en los Paneles de PPM de Arbitron que compara la muestra

en tabulación con el objetivo de la muestra en tabulación. El DDI es independiente de la proporcionalidad y puede usarse para medir la entrega de muestras de todo un mercado o de subgrupos geográficos o demográficos específicos. El DDI refleja hasta qué punto la muestra en tabulación se alinea con las distribuciones “perfectas” de la muestra sobre la base del universo y del objetivo en tabulación correspondiente. A diferencia del índice de proporcionalidad tradicional (que mide la “share” de la muestra en tabulación por grupo demográfico en comparación con el universo), el DDI no es una estadística de “share” y no se ve afectado por los resultados en tabulación reales más altos o más bajos para otros grupos demográficos. El DDI se determina de la siguiente manera: $[(\text{Grupo demográfico o geográfico en tabulación}) / (\text{Porcentaje de población de grupo demográfico o geográfico} * \text{Objetivo total del mercado})] * 100$. Para las encuestas con Diario, el DDI se determina para las personas de 12 años de edad o mayores sobre la base de la muestra en tabulación de la totalidad de la encuesta de 12 semanas; para los Paneles de PPM, el DDI se determina para las personas de 6 años de edad o mayores usando los datos en tabulación diarios promedio.

Codificación de estaciones

El sistema completo de medición de PPM de Arbitron utiliza un modelo de “codificación/decodificación”. La información codificada que transmiten las estaciones de radio es decodificada por los PPM. De esta manera, para que se las pueda medir en el servicio de *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook basado en PPM como está implementado actualmente, las estaciones deben instalar, mantener y monitorear equipo de codificación de PPM. En este capítulo, se brindará una reseña amplia de la tecnología de codificación de Arbitron y el contenido de la política desarrollada para respaldarla. La información que se incluye en este capítulo tiene fines de información general solamente y no constituye el contenido completo del conocimiento, la política ni el procedimiento de Arbitron.

Tecnología de Codificación de Banda Crítica (CBET)

El nombre propio de la tecnología en la que se basa la codificación de PPM de Arbitron es Tecnología de Codificación de Banda Crítica o CBET. Los codificadores CBET de Arbitron introducen información inaudible en el audio de cada estación codificada. Muchos tipos de datos se incluyen en la codificación de una estación, como identificadores de la estación, sellos de fecha y hora, marcadores para el control de la calidad y otros. Esta información se introduce mediante la adición de cantidades muy pequeñas de energía de audio a la señal de la estación. Cualquier sonido que pudiera emitir la adición de esta información se enmascara con la parte audible de la señal de la estación codificada a través de un proceso conocido como *enmascaramiento psicoacústico*. Durante este proceso, el codificador analiza continuamente el carácter de la señal en la que se está introduciendo la información para determinar a qué amplitud la codificación puede introducirse de manera que siga siendo inaudible para el oído humano.

Equipo de codificación

El paquete completo de equipos de codificación incluye, como mínimo, un codificador principal, un codificador de respaldo y un monitor de codificación. Los codificadores y los monitores de

codificación de Arbitron son equipos de audio con calidad de estudio de grabación que fueron diseñados para integrarse perfectamente con equipos de transmisión en una variedad de plataformas. Por lo general, el equipo de codificación se proporciona sin costo ni obligación a cualquier estación que acepte la invitación de parte de Arbitron a codificar información. En ciertas circunstancias, algunas estaciones digitales pueden incurrir en una tarifa de arrendamiento nominal anual por los codificadores.

Estaciones invitadas a codificar

En las Áreas Metropolitanas que efectuaron la conversión a la medición con PPM (moneda) antes de enero de 2010, las estaciones de radio internas del Área Metropolitana (o del DMA correspondiente) que eran aptas para la elaboración de informes en el *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook fueron invitadas a codificar su señal. Arbitron invitó a todas las estaciones análogas y digitales aptas a que efectúen la codificación, incluidas aquellas que no tenían licencia para usar los datos de Arbitron.

En el caso de las Áreas Metropolitanas que harán la conversión a la medición con PPM (moneda) después de enero de 2010, las estaciones de radio que tienen penetración de señal en uno (o más) de los condados del Área Metropolitana (según la información disponible más reciente provista a Arbitron por su proveedor de datos) fueron invitadas a codificar su señal. Arbitron invitó a todas las estaciones de radio análogas y digitales aptas a que efectúen la codificación, incluidas aquellas que no tenían licencia para usar los datos de Arbitron.

Arbitron se reserva el derecho de invitar a la codificación a estaciones de radio que no cumplen estos criterios.

Arbitron utiliza rutinariamente fuente de datos de la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC) y otras fuentes para obtener información sobre los cambios en las instalaciones de las estaciones de radio. Cuando estos datos indican que una estación nueva que puede tener cobertura de señal en un Área Metropolitana con PPM comenzó a salir al aire, Arbitron se comunica con la estación

para invitarla a codificar su señal. Además, Arbitron repite esta invitación periódicamente a las estaciones que optaron por rechazar las invitaciones anteriores de Arbitron.

Arbitron invita a otros medios de comunicación que no son estaciones de radio a que codifiquen su señal para la medición en otros servicios.

Proceso de codificación

Carta de invitación a codificar la señal

Aproximadamente 12 meses antes de la publicación de un *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook como moneda de un Área Metropolitana, Arbitron extiende “formalmente” la invitación a codificar mediante la carta de invitación a codificar la señal. Una vez devueltos los materiales adjuntos en la carta de invitación, Arbitron preparará un acuerdo de codificación para la estación.

El Acuerdo de codificación

El Acuerdo de codificación es un contrato que establece una relación de codificación entre Arbitron y la parte que fue invitada a codificar la señal. Al firmar este acuerdo, el licenciataria acuerda usar el equipo de codificación siguiendo las instrucciones y la documentación técnica de Arbitron, e instalar el equipo en un lapso inferior a 30 días de recibirlo. El acuerdo de codificación también contiene información importante adicional y divulgaciones de las garantías y las responsabilidades asociadas con el equipo de codificación de PPM.

Configuración y envío del equipo de codificación

Tras la devolución del acuerdo de codificación debidamente completado a Arbitron, un ingeniero de transmisión del Equipo de Operaciones de Codificación de Arbitron se comunicará con el personal de ingeniería de la estación para iniciar las charlas técnicas respecto de los caminos de audio de la estación. Dichas charlas determinan las necesidades de equipo de la estación. Es fundamental que el equipo de codificación se instale de manera tal que la codificación pueda introducirse en todos los caminos de audio de la estación. Una vez el equipo de codificación de la estación se configura según las especificaciones acordadas, se prueba y se envía a la estación para

Codificación de estaciones

la autoinstalación. El ingeniero de transmisión de Arbitron que trabajó con la estación permanece disponible para brindar asistencia durante y después de realizado el proceso de autoinstalación.

Pruebas de control de calidad

Una vez que el equipo de codificación se instala en la estación, Arbitron efectúa una ronda final de pruebas para verificar que el audio de la estación está codificado de la manera prevista. Tras finalizar este proceso, la estación es apta para recibir crédito de audiencia basado en PPM y puede describirse como “codificada”. Una vez que el proceso de codificación está completo, es responsabilidad de la estación mantener el equipo de la manera que se indica en la documentación técnica y en el acuerdo de codificación.

Monitoreo dentro de la estación

Es responsabilidad del personal de cada estación codificada monitorear la codificación de la estación. Para ese fin, Arbitron proporciona a cada estación un mínimo de un monitor de codificación. Un monitor de codificación es un equipo de audio que “escucha” constantemente el audio de la estación codificada para garantizar que el audio contiene la codificación. Si la estación sufre una pérdida de codificación, el monitor puede usarse para notificar al personal de la estación acerca de dicha pérdida. Arbitron recomienda que las estaciones integren completamente el monitor de codificación en sus sistemas de alarma críticos; esto asegurará que el personal correspondiente de la estación reciba la notificación en el lapso de tres minutos desde el inicio de una interrupción en la codificación.

INFORMACIÓN IMPORTANTE

ARBITRON NO MONITOREA LA CODIFICACIÓN DE NINGUNA ESTACIÓN. EL MONITOREO DE LA CODIFICACIÓN DE LA ESTACIÓN ES EXCLUSIVA RESPONSABILIDAD DEL PERSONAL DE LA ESTACIÓN. SE RECUERDA A LAS ESTACIONES QUE ELIJAN NO MONITOREAR LA CODIFICACIÓN QUE ARBITRON NO MODIFICARÁ LOS ESTIMADOS DE AUDIENCIA DE NINGUNA ESTACIÓN A CAUSA DE LOS PERÍODOS EN QUE LA ESTACIÓN NO ESTÉ CODIFICADA.

Administración de códigos de CBET

Se usa un conjunto complejo de software creado específicamente para programar los códigos de CBET en los codificadores, para asignar codificadores a las estaciones y para administrar la relación entre los códigos de CBET, los codificadores y las estaciones en los sistemas de procesamiento de datos de Arbitron. Hay varias rutinas y salvaguardias de control de calidad incorporadas en este sistema, y en los sistemas que le aportan información o que extraen información de él.

Política de CBET exclusiva

Dado que la codificación de PPM de cada estación incluye información que le es exclusiva, la política **firme** de Arbitron es que todas las estaciones de radio análogas y digitales que son aptas para la elaboración de informes en el *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook no pueden:

- 1) retransmitir la codificación de PPM de ninguna otra estación ni 2) brindar audio codificado a ninguna otra estación para su retransmisión. En términos prácticos, esto significa que todas las estaciones deben codificarse “por separado”, cada una con su propio paquete de equipo de codificación (salvo en las excepciones que se describen específicamente a continuación).

Excepciones a la política de CBET exclusiva

Estaciones principales de HD

La FCC exige que la versión digital de una estación análoga (es decir, estaciones “principales de HD” y “HD1”) sea cien por ciento de transmisión simultánea con la versión análoga de la estación. Para reflejar este estado de licenciamiento, las estaciones principales de HD pueden retransmitir la codificación de PPM de su contraparte análoga.

Estaciones complementarias de baja potencia

Las normas de la FCC no permiten que las estaciones complementarias de baja potencia como estaciones de translación, emisoras de refuerzo o repetidoras originen programación; estas estaciones deben ser cien por ciento de transmisión simultánea con otra estación en todo momento. Para reflejar este estado de licenciamiento, las estaciones complementarias de poca potencia pueden retransmitir la codificación de la estación a la que brindan sus servicios.

Estaciones que salen al aire durante emergencias, catástrofes naturales y períodos de falla de sistemas críticos

Arbitron reconoce que, en emergencias, catástrofes naturales o fallas de sistemas críticos, se puede exigir a las estaciones, o estas pueden elegir razonablemente, transmitir audio que contenga la codificación de PPM de otra estación. En tales circunstancias, Arbitron puede optar por anular la política de CBET exclusiva. Si Arbitron creyera que la anulación de la política de CBET exclusiva afectó la asignación de crédito y/o los estimados de audiencia, Arbitron puede optar por notificar a los usuarios de los datos en un lugar adecuado para la circunstancia y las condiciones del mercado.

Otras estaciones

Arbitron puede optar por anular la política de CBET exclusiva, según se justifique a criterio de Arbitron, y permitir que el mismo código de CBET se transmita a pares de estaciones que cumplan **la totalidad** de las 10 condiciones siguientes:

Codificación de estaciones

- 1) Las estaciones deben pertenecer al mismo mercado o a mercados contiguo;
- 2) La estación que retransmitirá el código de CBET de otra estación debe ser una estación de AM o FM análoga o digital;
- 3) Las estaciones deben ser cien por ciento de transmisión simultánea – incluida toda la programación y los comerciales – todas las horas de transmisión acumulativa;
- 4) Las estaciones de transmisión simultánea deben estar asociadas en una combinación de Informe de línea total, o acceder a solicitar un Informe de línea total la próxima vez que esté disponible;
- 5) Las estaciones adicionales que están codificadas por separado y que también son cien por ciento de transmisión simultánea con las estaciones co-codificadas deben acceder a tener estimados para las estaciones que se informan como parte de la combinación de Informe de línea total que incluye a las estaciones co-codificadas;
- 6) Según el mejor criterio profesional de Arbitron, debe ser una certeza virtual que las estaciones no romperán la transmisión simultánea;
- 7) Las estaciones deben usar una configuración de camino de señal que evite la instalación de equipos de codificación en cada estación;
- 8) La configuración de camino de señal de las estaciones debe ser anterior en fecha que la invitación de Arbitron para que efectuaran la codificación;
- 9) Las estaciones comprenden y están dispuestas a asumir los riesgos relacionados con la co-codificación; y
- 10) Las estaciones comprenden y aceptan que, en caso de que rompan la transmisión simultánea, Arbitron puede optar por tomar medidas correctivas según considere necesario.

Aplicación de la política de CBET exclusiva

El incumplimiento de la Política de CBET exclusiva puede constituir Distorsión de

ratings. De esa manera, la aplicación de la política de CBET exclusiva se ejecutará en el contexto de las pautas de Distorsión de ratings y parcialidad de ratings de Arbitron (consulte el Capítulo 11 de esta *Descripción de la metodología de los servicios locales sindicados* para obtener información adicional). Al aplicar la política de CBET exclusiva, Arbitron considerará la naturaleza y la duración del incumplimiento de la estación, la posición de la estación en el mercado y el posible impacto del incidente sobre la integridad percibida de los datos. Arbitron se reserva el derecho de tomar cualquier acción que se justifique a criterio de Arbitron.

Derecho a negar/reclamar equipo de codificación

Arbitron se reserva el derecho a negarse a proporcionar equipo de codificación, o a reclamar equipo de codificación, a cualquier estación que no esté dispuesta a cumplir con la política de CBET exclusiva o que use el equipo de codificación de un modo que no sea el recomendado por Arbitron, o que se haya descubierto que se ha involucrado en alguna actividad de codificación, ya sea intencional o no intencional, que pudiera restar confiabilidad a los estimados de audiencia de Arbitron.

Control de calidad

Auditorías de equipo

Arbitron audita periódicamente el desempeño de sus codificadores implementados en el campo. En caso de que una auditoría de Arbitron indique que un codificador está funcionando a un nivel inferior al óptimo, es posible que un representante de Arbitron se contacte con el personal de la estación para hablar sobre el funcionamiento del codificador y para resolver (hasta el máximo punto posible) cualquier factor que afecte negativamente el funcionamiento del equipo.

Tasa de muestra y tasa de bits recomendadas para las estaciones por Internet codificadas

Dado que el camino de distribución de un stream de Internet es mucho más complejo que el de la señal de una estación de difusión, la codificación de

streams de Internet está abierta a un conjunto único de riesgos que no están relacionados con el funcionamiento del codificador de Arbitron.

Por esto, Arbitron recomienda la transmisión de audio codificado a una tasa de muestra de 44.1 kHz y a una tasa de bits de 32 kbps. Según la opinión de Arbitron, estos son los parámetros mínimos recomendados, dado que mitigan –hasta el máximo punto posible– los riesgos inherentes a la tecnología de transmisión de datos y/o de reproductores de medios que pueden poner en riesgo la fidelidad o la continuidad del stream codificado.

Arbitron anima a todas las estaciones por Internet codificadas a que revisen los parámetros de tasa de muestra y tasa de bits mínimas recomendadas por Arbitron con sus proveedores de servicios de transmisión de datos; los proveedores que brinden estos servicios con parámetros inferiores que los mínimos recomendados pueden poner a las estaciones de sus clientes en desventaja en comparación con los proveedores de servicio o las estaciones que escojan adherir a los mínimos recomendados.

Instalación de codificadores distinta de la estándar

La instalación del equipo de codificación de un modo distinto del que Arbitron recomienda (por ejemplo, la instalación de codificadores sin monitor) puede poner en riesgo la continuidad de la codificación de la estación. Antes de proporcionar equipo a una estación que haya elegido efectuar una instalación distinta de la estándar, Arbitron hablará sobre los riesgos asociados con la instalación propuesta directamente con la administración superior de la estación (o con otro ejecutivo de empresa designado). Si la estación optara por usar una instalación distinta de la estándar, se le enviará un resumen escrito de los riesgos que implica la instalación propuesta mediante correo certificado o servicio de mensajería. Si la estación no responde a esta carta, se entenderá como prueba de que la estación comprende y acepta los riesgos que están relacionados con instalar el equipo de codificación de un modo que no es el estándar.

Equipo de los Panelistas, administración del Panel y estado de tabulación

Los datos publicados en cada *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook basado en PPM se basan en la información que recopilan los Medidores que llevan los Panelistas. En este capítulo, se brindará una breve reseña sobre el equipo de PPM que se le proporciona a los Panelistas y sobre los procesos comerciales que se llevan a cabo para maximizar la cooperación de los Panelistas con las instrucciones de Arbitron. La información que se incluye en este capítulo tiene fines de información general solamente y no constituye el contenido completo del conocimiento, la política ni el procedimiento de Arbitron.

Equipo para los hogares

El paquete completo del equipo para hogares Portable People Meter™ (PPM) que se proporciona a cada hogar del Panel incluye un Medidor y una unidad de recarga del Medidor para cada persona apta del hogar, y un colector de recopilación de datos para el hogar.

El PPM es un instrumento electrónico pequeño que contiene un micrófono, una luz indicadora de LED, un acelerómetro y tecnología de almacenamiento de datos. Cada PPM escucha constantemente la codificación PPM inaudible que está incrustada en el audio de las estaciones que instalaron el equipo de codificación de Arbitron. Arbitron le indica a cada Panelista que lleve su Medidor todos los días desde que se levanta hasta que se acuesta.

Cada Medidor está emparejado con una unidad de recarga específica. Se indica a todos los Panelistas que coloquen su Medidor a la unidad de base de recarga antes de irse a dormir cada día. Una vez colocado, los datos de los movimientos y la exposición a los medios del Panelista se extraen del Medidor, se borra la memoria del Medidor y se recarga su batería.

El colector del hogar es un dispositivo que recopila, coteja y luego transmite los datos de los movimientos y la exposición a los medios del hogar a Arbitron. Los datos de cada cargador del hogar se transmiten al colector; una vez que el dispositivo recopila todos los datos, los transfiere a Arbitron a un horario

predeterminado a través del teléfono fijo del hogar. En los hogares con teléfono celular solamente, los datos se transfieren a Arbitron mediante un módem de teléfono celular o de un servicio de telefonía fija instalado por Arbitron exclusivamente con el objetivo de transferir estos datos.

El equipo de PPM para el hogar es un sistema "listo para usar" que se puede instalar solo con facilidad en la mayoría de los hogares; no se necesita contar con ningún conocimiento especial ni cableados. Arbitron realiza una prueba de calidad para verificar que el equipo del hogar se instaló correctamente. Ningún hogar será apto para estar en tabulación hasta que se realice esta prueba. Los asociados de Arbitron trabajan con los hogares para resolver los problemas que pudieran surgir con el equipo. (En Houston-Galveston, es posible que el equipo lo instale un representante de Arbitron durante una visita de reclutamiento en persona).

La muestra en tabulación

Dado que Arbitron recibe datos del Panel todos los días, se utiliza un modelo "diario" para organizar y procesar los datos que se reciben de PPM. Esta estructura de datos es muy diferente del modelo semanal que se usa en el procesamiento de los datos de los Diarios. En una encuesta con Diario, el encuestado está en tabulación durante toda la semana en la que se realice la encuesta o no esta en tabulación. En el Panel de PPM, el estado de tabulación de un Panelista puede cambiar de un día al otro.

Estándar de cumplimiento mínimo

A fin de ser aptos para ser incluidos en la muestra en tabulación diaria, los Panelistas de 18 años de edad o más deben llevar sus Medidores durante ocho horas ese día de medios. Para ser contados en la muestra en tabulación de un día de medios, los niños de 6 a 17 años deben llevar sus Medidores cinco horas ese día de medios.

Control de calidad

Después de la transferencia de datos de PPM desde el colector hacia Arbitron, los

datos de cada Panelista están sujetos a un proceso de selección estricto. En circunstancias en que la recopilación o la transferencia de datos fue incompleta, o en circunstancias en que el equipo personal o del hogar del Panelista tuvo un mal funcionamiento, el Panelista no es apto para estar en tabulación ese día de medios.

Determinación del estado en tabulación

Un Panelista está en tabulación para un día de medios determinado si cumplió con el estándar de cumplimiento mínimo, si sus datos aprobaron todos los controles de control de calidad, y si está 'en línea' (consulte "Códigos de estado operativo" en la página siguiente).

Administración del Panel y el Equipo de Relaciones del Panel

Existe un conjunto dinámico y sólido de procesos comerciales patentados con los que Arbitron observa y administra el cumplimiento de las instrucciones de Arbitron. Estos procedimientos se implementan mediante una combinación de procesos automatizados y manuales. Los miembros del equipo de Relaciones del Panel de Arbitron actúan como enlaces entre Arbitron y el Panel; estos asociados capacitan a los nuevos Panelistas, monitorean su cumplimiento y les brindan orientación si es necesario. El éxito de la administración del Panel ayuda a asegurar que éste sea el tamaño adecuado y represente el mercado.

Orientación de los Panelistas

El Equipo de relaciones del Panel de Arbitron monitorea de cerca el cumplimiento de los Panelistas de un día a otro. Es posible que los Panelistas que no hayan cumplido con el estándar de cumplimiento mínimo reciban orientación. Durante la orientación, se les recuerda que lleven sus Medidores desde que se levantan hasta que se acuestan todos los días. Según el mercado, las sesiones de orientación de los Panelistas pueden realizarse por teléfono o en visitas en persona al hogar.

Mensajes en la unidad de recarga

La unidad de recarga de cada Medidor tiene una pantalla LCD que muestra

Equipo de los Panelistas, administración del Panel y estado de tabulación

mensajes a los Panelistas; estos mensajes personalizados pueden incluir saludos, informes del estado de incentivos, frases de motivación y recordatorios para los Panelistas con un nivel de bajo cumplimiento.

Incentivos, bonificaciones y exposición a los medios codificados

A LOS PANELISTAS NO SE LES OFRECE NINGÚN INCENTIVO, BONIFICACIÓN, PRIMA U OTRO OBSEQUIO QUE RECOMPENSE, ANIME O DESANIME LA EXPOSICIÓN A ESTACIONES O TIPOS DE MEDIOS ESPECÍFICOS. ADEMÁS, ARBITRON HACE DECLARACIONES CLARAS ESCRITAS Y VERBALES A LOS PANELISTAS EN LAS QUE ESTABLECE QUE NO HAY CONEXIÓN ALGUNA ENTRE EL IMPORTE DE LOS INCENTIVOS QUE SE OFRECEN A LOS PANELISTAS Y LOS TIPOS DE MEDIOS O EL TIEMPO EN QUE EL PANELISTA ESTUVO (O ESTARÁ) EXPUESTO A LOS MISMOS.

Incentivos y bonificaciones

Tras la instalación, a los Panelistas se les ofrece una bonificación mensual básica y bonificación adicionales por permanecer en el Panel. La suma exacta y el momento de las bonificaciones pueden variar de un hogar a otro y de un mercado a otro. Todas las semanas se ofrece una bonificación obsequio basada en el cumplimiento. Es posible que también se hagan sorteos de premios semanales adicionales. En mercados seleccionados, pueden darse otros pasos para aumentar las tasas de cumplimiento de determinados grupos demográficos. Estos pasos adicionales pueden incluir sesiones de orientación en persona, incentivos de desempeño semanales más altos y la provisión de accesorios adicionales para llevar los Medidores.

Cumplimiento y viajes

Los cargadores de viaje se proporcionan bajo pedido previo. Se indica a los Panelistas que se lleven sus Medidores cuando vayan a estar lejos de su casa por menos de 14 días consecutivos. Una vez que el Panelista regresa a su hogar, los datos almacenados en el Medidor durante el período de viaje se transmiten a Arbitron cuando el Panelista conecta el

Medidor al cargador. De esta manera, los últimos siete días de datos se transmiten a Arbitron.

Desinstalación de hogares por insuficiencia de cumplimiento

Los hogares que demuestren niveles de cumplimiento continuamente bajos serán retirados de la muestra. El proceso que se usa para identificar a estos hogares es objetivo y considera el nivel de cumplimiento del hogar y las circunstancias atenuantes (como períodos prolongados de viaje o enfermedad). Los hogares que se retiran del proceso se reemplazan tan pronto como sea posible con otro hogar.

Otras circunstancias

Pueden surgir otras circunstancias que, en pro de la calidad de la investigación, se requiera la desinstalación de un hogar Básico o Alternativo del Panel. Tales circunstancias se consideran detenidamente caso por caso, teniendo en cuenta los detalles específicos de la situación, incluida la naturaleza y el alcance de la circunstancia. Los hogares que se retiran del proceso se reemplazan tan pronto como sea posible con otro hogar.

Actualizaciones de las características de la muestra

Todos los hogares colocados en el Panel son contactados por un Especialista en Relaciones del Panel cada 135 días para confirmar los datos de las características demográficas de cada miembro del hogar. Las características de la muestra se actualizan cuando Arbitron se entera de un cambio en la composición de un hogar o en la información demográfica de un Panelista en particular. Todos los datos demográficos, a excepción del género, el mes o el año de nacimiento y la raza u origen hispano se verifican durante esta actualización. Trece meses y medio (13.5) después de la colocación de los hogares en la muestra, se vuelve a contactar a todos los hogares del Panel para recopilar todas las características demográficas de cada miembro del hogar. Además, las edades de los Panelistas se actualizan

automáticamente en su mes de nacimiento.

Códigos de estado operativo

Independientemente del estado de tabulación, Arbitron también asigna un "código de estado" a cada Panelista. Este código se usa para denotar la disposición del Panelista dentro de los sistemas de procesamiento de datos de Arbitron. En el caso de los Panelistas que no hayan instalado el equipo para el hogar todavía, estos códigos indican en qué etapa del proceso de reclutamiento está cada Panelista. En el caso de los que instalaron el equipo para el hogar, estos códigos pueden usarse para indicar la elegibilidad del Panelista para ser incluido en la muestra en tabulación. Tres códigos de estado clave son *en línea "online"*, *fuera de línea "offline"* y *en espera "on-hold"*.

Panelistas en línea

Un Panelista se clasifica como *en línea* cuando todos los Panelistas del hogar han instalado su equipo, lo retiraron del cargador y llevan sus Medidores. Los Panelistas en línea son aptos para ser incluidos en la muestra en tabulación (sujeto a los criterios descritos anteriormente) y se incluyen en el recuento de Panelistas colocados en la muestra.

Panelistas fuera de línea

Un panelista se clasifica como *fuera de línea* cuando Arbitron necesita excluirlo de la muestra en tabulación sin retirar al hogar del proceso. Por ejemplo, se considera fuera de línea a un Panelista mientras espera que le reemplacen el equipo para el hogar (el equipo de reemplazo se envía por servicio de entrega de un día para otro, y esto generalmente limita el estado de fuera de línea del Panelista a dos días). Los Panelistas fuera de línea no son aptos para ser incluidos en la muestra en tabulación, pero igual se incluyen en el recuento de Panelistas colocados.

Panelistas en espera

En un conjunto de circunstancias muy limitadas, Arbitron también puede clasificar a un Panelista como *en espera*. El Panelista en espera es aquél que ha instalado el equipo para el hogar, cumple

Equipo de los Panelistas, administración del Panel y estado de tabulación

con las instrucciones de Arbitron y recibe los mismos incentivos y orientación que los Panelistas en línea, pero está excluido de la muestra en tabulación. El estado en espera cambia a en línea cuando las condiciones del proceso lo permitan. Los Panelistas en espera no se incluyen en el recuento de Panelistas colocados.

Tasa de cumplimiento y en tabulación

El desempeño del panel puede medirse mediante la *tasa de Panelistas en tabulación* y la *tasa de Panelistas en cumplimiento*.

La tasa de Panelistas en tabulación de un mercado se calcula como la cantidad de Panelistas en tabulación dividida por la cantidad total de Panelistas colocados. Dado que los Panelistas pueden ser excluidos de la tabulación por motivos diferentes al incumplimiento, la tasa de Panelistas en tabulación no mide directamente el cumplimiento de los Panelistas.

La tasa de Panelistas en cumplimiento de un mercado se determina al dividir la cantidad de Panelistas en tabulación por la cantidad de Panelistas en tabulación más la cantidad de Panelistas que no cumplieron con el estándar de cumplimiento mínimo. La tasa de Panelistas en cumplimiento quita de los factores a los Panelistas con equipo que no funciona o que estuvieron de viaje; de esa manera, es una medida directa del cumplimiento de los Panelistas.

Procesamiento de Diarios

En este capítulo, se brindará una reseña del instrumento de encuesta con Diarios de Arbitron, así como de las políticas, los procedimientos y los procesos operativos clave relacionados con la edición de los datos que contienen los Diarios devueltos a Arbitron. Las descripciones que se incluyen en este capítulo tienen fines de información general solamente y no constituyen el contenido completo del conocimiento o la política de Arbitron.

El Diario de escucha de radio

El Diario

El instrumento de las encuestas de Arbitron es el Diario de escucha de radio de Arbitron (en adelante denominado “el Diario”). El Diario es una encuesta en papel la cual se preavisa y se asigna por teléfono y que se envía a los hogares que dan su consentimiento. El Diario contiene una página de instrucciones, una “página del día” por cada día de la semana de la encuesta y páginas para recopilar información demográfica y sobre el estilo de vida. También se proporciona espacio para que el encuestado escriba comentarios u observaciones. En la parte interna de la contratapa del Diario hay una lista de verificación sencilla, cuyo fin es alentar la finalización y devolución oportuna de cada Diario. El Diario es un sobre de respuesta auto-enviable con franqueo pagado. Una vez que termina la semana de la encuesta, el encuestado debe cerrar el diario y colocarlo en un buzón del servicio de correo de EE.UU.

El Diario cualitativo

El Diario cualitativo es una versión ampliada del Diario que contiene preguntas adicionales sobre la persona y/o sobre el estilo de vida del hogar y el comportamiento del consumidor. Estas preguntas cualitativas se centran en las categorías de productos y los tipos de tiendas, y no en las marcas y los nombres de tiendas específicos. La información recopilada en la sección cualitativa del Diario puede usarse para producir información que no está relacionada con estimados de audiencia, según corresponda y/o de acuerdo con el nivel de servicio de un mercado.

El Diario bilingüe

Tanto los Diarios estándar como los cualitativos se producen en formato bilingüe (español e inglés). Los Diarios bilingües se envían a todos los hogares en que el encuestado indicó que una persona de origen hispano reside en el hogar y/o cuando el encuestado solicita un Diario bilingüe. En el servicio de Arbitron en Puerto Rico, se envían Diarios bilingües a todos los participantes de las encuestas. En el Diario bilingüe, a los encuestados también se les pregunta si el idioma que se habla principalmente en la casa es inglés o español. En algunos mercados, la respuesta a esta pregunta puede usarse para ponderar la muestra.

Instrucciones del Diario

En las instrucciones del Diario, se pide a cada participante de la encuesta que “...registre la totalidad de su escucha...”. Escucha se define como: “...cada vez que oiga la radio, independientemente de que elija la estación o no. Ya sea escuchar radio AM, FM, por Internet o por satélite”.

Formato del Diario

El formato de final abierto de las páginas del día permite que los Encuestados registren los detalles esenciales de cada vez que escuchen la radio, incluidos: la hora en que empieza y termina la escucha, los identificadores de las estaciones, los indicadores de AM o FM y el lugar en que se escucha, o que marquen una casilla que indica que el encuestado no escuchó la radio ese día en particular.

Información demográfica que se emplea para ponderar la muestra

En la sección sobre características demográficas o estilo de vida de la parte posterior del Diario, se pide a los encuestados que indiquen su sexo, edad, estado de empleo, raza, etnia y, si corresponde, el idioma que se habla principalmente en el hogar (por ejemplo, inglés o español); esta información puede usarse para ponderar la muestra. Los Diarios a los que les falta la información de la edad y/o del sexo se derivan a un centro de llamadas antes de continuar con la edición. Si en la nueva entrevista no se puede obtener la

información faltante, se determina que el Diario es inutilizable y se lo excluye del procesamiento subsiguiente. Es posible que también se recopilen datos faltantes sobre el idioma, la raza o la etnia durante esta nueva entrevista al Encuestado. Si no se puede conseguir esta información durante esta nueva entrevista, posiblemente se asigne un valor a la información que falta del encuestado en base a la información del hogar obtenida durante la asignación del Diario, las respuestas de otras personas del hogar u otras características del Encuestado que no responde. Si la información demográfica que falta es necesaria para ponderar la muestra y no puede conseguirse del encuestado, ni asignarse al encuestado en función de la información disponible, el Diario del encuestado se excluye de la muestra en tabulación.

Reseña de los sistemas de procesamiento de los Diarios de Arbitron

Tras recibir los Diarios del campo, se capturan imágenes electrónicas de todas sus páginas. Luego estas imágenes se descargan en los sistemas de procesamiento de Diarios de Arbitron y se derivan a los procesadores de Diarios internos o a los proveedores de procesamiento de datos subcontratados. A continuación, siguen los procesos más largos para ingresar los datos representados en las imágenes de las páginas del Diario en la base de datos de Arbitron. Una vez que se haya ingresado todas las respuestas del Encuestado, el sistema de procesamiento de Diarios de Arbitron edita los elementos de datos seleccionados y agrupa las repuestas de los Encuestados en entradas de audiencia completas.

Una vez la información de las páginas del día se agrupa en entradas de audiencia, las entradas se acreditan a la estación de radio correspondiente. Para este proceso de asignación de crédito se tienen en cuenta todos los elementos de la página del día, incluida la hora en que empezó y terminó cada instancia de escucha, los identificadores de las estaciones, la banda de las estaciones y el lugar de escucha. Las herramientas en línea que se usan para asignar crédito de

Procesamiento de Diarios

audiencia a las estaciones reflejan la información más actual sobre las estaciones que tiene Arbitron en archivo. Las decisiones de asignación de crédito se toman usando la información de las estaciones correspondiente a la unidad de muestra en particular de la que se recibió el Diario. Las ediciones de tiempo se hacen según los procedimientos establecidos.

Una vez que se edita la información, comienza un análisis detallado de la asignación de crédito del mercado. Durante este análisis, se identifican y revisan las anomalías con el crédito que sobrepasan las tolerancias aceptables, y se toman acciones para corregirlas, según sea necesario. Tras finalizar los análisis del mercado, los datos se transfieren a los módulos de ponderación y elaboración de informes.

Controles de utilidad de los Diarios

Arbitron se esfuerza considerablemente para utilizar todos los Diarios devueltos. No obstante, ciertas condiciones pueden evitar que algunos Diarios se incluyan en la muestra en tabulación. Estas condiciones se prueban con una serie de controles de utilidad que están incorporados en varios puntos del flujo de datos en el procesamiento de los Diarios, incluidos controles que se producen antes, durante y después de asignar el crédito de la información de audiencia de un Diario. Por lo general, cada control de utilidad funciona como una “puerta” por la que debe pasar cada Diario para poder continuar con el procesamiento. Solamente los Diarios que pasaron todos los controles de utilidad se incluyen en la muestra en tabulación.

Controles de utilidad antes de la asignación de crédito

Cada Diario devuelto a Arbitron se inspecciona atentamente para determinar si está matasellado antes del martes de la semana de la encuesta, si el Diario está incompleto o en blanco, si se recibió después de la fecha de cierre designada de la semana de la encuesta, si lo devolvió un encuestado menor de 12 años de edad o si un hogar devolvió más de dos Diarios con el mismo sexo y

edad. Los Diarios que tienen alguna de estas condiciones se retiran inmediatamente de la muestra utilizable.

Controles de utilidad después de la asignación de crédito

Se realizan controles de utilidad adicionales en los Diarios en que la audiencia ha sido acreditada a las estaciones de radio. Entre las condiciones que excluyen a un Diario de la muestra utilizable durante esta serie de controles, se cuentan si se informó una escucha idéntica o similar en Diarios de la misma edad y sexo que son devueltos del mismo hogar, y/o si la cantidad de tiempo total de escucha informado en el Diario supera los umbrales establecidos de Arbitron como escucha excesiva.

Seguridad de los Diarios

Arbitron cuenta con controles y procedimientos en efecto para evitar la manipulación indebida de la muestra en tabulación. Debido a lo delicado de su naturaleza, estos procedimientos son confidenciales.

Información inutilizable de los Diarios

Los Diarios devueltos a Arbitron que no están incluidos en la muestra en tabulación se codifican en los sistemas de procesamiento de Diarios de Arbitron como “inutilizables”. Los datos pertenecientes a los Diarios inutilizables se archivan de acuerdo con la política de retención de materiales de encuesta que se describe al final de este capítulo. Se proporciona esta información a auditores externos y al Consejo de Rating de Medios, pero no está disponible para los usuarios de los datos de Arbitron.

Procedimientos generales de asignación de créditos a las entradas en los Diarios

Los Encuestados de Arbitron registran su escucha de radio mediante el uso de una variedad de identificadores de estaciones, incluidas siglas, frecuencias exactas, nombres de las estaciones, el nombre de un programa o nombres y números de canales. Estos identificadores pueden estar listados solos o en combinación. Los encargados de asignar crédito y el sistema de

procesamiento de Diarios de Arbitron usan un grupo amplio de procedimientos de edición muy detallados para asignar crédito a las entradas en los Diarios para las estaciones de radio. A continuación se presenta una reseña de alto nivel de varios procedimientos clave de edición de Diarios. Debido a la cantidad y a la complejidad de los procedimientos de edición de Diarios, no es posible brindar una reseña completa de todos los procedimientos que se siguen en este lugar. Hay información detallada respecto a los procedimientos específicos de edición a disposición de los usuarios de los datos de Arbitron previo pedido.

Alcance de la estación

En las encuestas con Diario, las estaciones de radio son aptas para recibir crédito de audiencia en cualquier unidad de muestra (es decir, condado o equivalente a condado) en el que se pueda escuchar la estación de radio. Arbitron estima el alcance de las señales de las estaciones de radio de AM y FM según varios factores, como las especificaciones técnicas de la estación archivadas en la FCC (incluida la potencia radiada aparente [ERP] y la altura sobre el nivel medio del terreno [HAAT]), la información que figura en los Diarios devueltos del condado en encuestas anteriores y la información que otros proveedores brindan a Arbitron. Las políticas relacionadas con la definición del alcance de una estación se aplican igualmente a estaciones de la misma banda y clase. Sin embargo, debido a la naturaleza de las transmisiones digitales, se usan procedimientos diferentes para determinar el alcance de algunas estaciones digitales y sus contrapartes análogas.

Herramientas de asignación de crédito a Diarios

Los procesadores de Diarios de Arbitron utilizan un paquete complejo de herramientas en red para asignar crédito a los Diarios. Estas herramientas hacen una referencia cruzada de la información de los Diarios con la información recopilada de las estaciones de radio.

Procesamiento de Diarios

Códigos identificadores de estaciones

En el proceso de asignación de crédito por las entradas de audiencia, se atribuye un código de ID (c = siglas, f = frecuencia, s = nombre de la estación, etc.) a cada entrada acreditada. Estos códigos son útiles para los análisis o como base para seleccionar Diarios a través de otros servicios de Arbitron, como también en los sistemas de recuperación de datos que se usan en la oficina de Servicio al cliente de Arbitron.

Escucha no identificada

Las entradas que no puedan acreditarse a una estación de radio mediante un proceso de edición se acreditan como "escucha no identificada". Los cuartos de hora asignado como escucha no identificado se incluyen en los estimados de Personas usando radio.

La Regla del 1% y el proceso de adscripción

Una estación "logra el 1%" si se la mencionó en al menos el 1% de los Diarios en tabulación devueltos de un condado en el año de encuesta anterior disponible. En circunstancias en que dos o más estaciones cumplen con requisitos para recibir crédito por la misma entrada de Diario, el crédito se asigna mediante la "Regla del 1%". Esta regla establece que si solamente una de las estaciones aptas para recibir crédito por la entrada "logra el 1%", el crédito se asigna a esa estación. Si dos o más estaciones son aptas para recibir crédito por la misma entrada de Diario y ambas estaciones logran el 1%, el crédito se determina mediante el proceso de adscripción. (La adscripción es un procedimiento estadístico estándar que asigna valores de un grupo a otro grupo, según las similitudes establecidas en las características de ambos. En lo que respecta específicamente a la asignación de crédito de Diarios, la adscripción es un procedimiento que usa el desempeño pasado de una estación para tomar decisiones sobre la asignación de créditos). Si ninguna de las estaciones aptas para recibir crédito logra el 1%, el crédito de la entrada se asigna a Escuchas no identificada.

Ediciones de siglas aberradas

La confusión del Encuestado en cuanto a las siglas o las bandas de AM y FM, o la letra escrita poco clara y la subsiguiente interpretación por parte de los procesadores de Diarios, pueden dar como resultado el ingreso de siglas que no están autorizadas o las siglas de una estación de radio que no tiene alcance en el condado en que se asignó el Diario. Estos casos se denominan "siglas aberradas". Mediante una serie automatizada de pasos secuenciales y lógicos, el sistema de procesamiento de Diarios de Arbitron asigna crédito a las estaciones de radio por las entradas de siglas aberradas solas.

La edición de "estación en blanco"

Una entrada de "estación en blanco" es una entrada en el Diario que no incluye un identificador de la estación. En determinadas circunstancias, se puede asignar crédito a las estaciones de radio por entradas de estación en blanco (en función de los patrones de escucha de otras partes del Diario). Si la entrada de estación en blanco no se puede acreditar a una estación, el crédito correspondiente se asigna a Escuchas no identificada.

Procedimientos de edición de estaciones digitales

En el momento de elaboración de este documento, Arbitron no proporciona informes de estimados de audiencia para ciertos tipos de estaciones digitales en los *Informes del mercado de radio*/Arbitron eBooks basados en Diarios. No obstante, estas estaciones tienen derecho para recibir crédito en las áreas medidas con Diario. Aunque algunos procedimientos de edición de estaciones digitales generalmente son iguales a los que se usan para asignar crédito a las estaciones análogas, debido a la naturaleza de la transmisión digital y a las características físicas de las estaciones digitales, es posible que se apliquen algunos procedimientos de edición específicos para estaciones digitales. A la inversa, algunos de los procedimientos de edición que se usan para asignar crédito a las estaciones análogas no se pueden aplicar a las estaciones digitales.

Manejo especial

Pueden surgir situaciones en las que, a criterio de Arbitron, la aplicación de los procedimientos de edición estándar no proporcione como resultado la asignación de crédito adecuada. Cuando estos casos se repiten en varias encuestas, Arbitron realiza un análisis detallado, basado en umbrales, para determinar si se justifica el empleo de procedimientos especiales de asignación de crédito. Si se justificara el uso de un procedimiento especial, Arbitron informará a las estaciones acerca de la implementación del procedimiento, según corresponda. Las reglas del manejo especial se auditan anualmente para determinar si la regla especial de asignación de crédito debe eliminarse.

Modelado de las páginas del día

El umbral mínimo de cantidad de páginas del día completas de un Diario en tabulación es cinco. En los Diarios con una o dos páginas del día en blanco, los resultados de crédito final de la escucha informada en determinados días del Diario pueden imputarse a los días en blanco del Diario. La escucha se imputa a páginas del día en blanco sobre la base de una matriz de sustitución predeterminada derivada empíricamente. Sin embargo, los Diarios en los que tanto sábado como domingo están en blanco se clasifican como inutilizables. El modelado de datos es una técnica estándar que se usa comúnmente en la investigación estadística para representar puntos de datos incompletos o faltantes dentro de grandes grupos de datos.

La página de comentarios del Diario

La última página del Diario se refiere comúnmente como "página de comentarios". Esta página contiene una sección de final abierto titulada "Su opinión cuenta", en la cual los Encuestados pueden dejar su opinión o proporcionar su información adicional con respecto a su escucha de radio. La información de la Página de comentarios no se ingresa en las bases de datos de Arbitron ni se considera durante el proceso de asignación de crédito del Diario. No obstante, puede consultarse

Procesamiento de Diarios

durante la asignación de crédito del Diario si las notas del Encuestado lo indican específicamente en otra parte del Diario. La sección de información de la Página de comentarios también puede consultarse por motivos de aseguramiento de la calidad durante los procesos de reasignación de crédito. Los Diarios que tienen comentarios se codifican de modo que puedan identificarse fácilmente con servicios de Arbitron selectos.

Edición cualitativa de los Diarios

Para las preguntas cualitativas en la parte posterior del Diario, se aplican procedimientos de edición manuales y computarizados específicos. Nota: las preguntas de la parte posterior del Diario con respecto al sexo, la edad, el estado de empleo, la raza, la etnia y la preferencia de idioma dominante no se consideran preguntas cualitativas. Como se explicó antes en este capítulo, las respuestas a estas preguntas se procesan antes que las respuestas a las preguntas cualitativas, y por separado.

Las ediciones manuales aplicadas a las preguntas cualitativas tienen como fin principal clarificar la letra escrita del Encuestado y reconciliar las marcas sueltas que hubiere; la asignación de crédito por las preguntas cualitativas generalmente se efectúa con ediciones computarizadas. En los casos en que hay más de un valor marcado en respuesta a una pregunta, como el número de visitas a un restaurante, se acepta el valor marcado más alto. Otras ediciones cualitativas son, por ejemplo, que los elementos marcados tienen precedencia sobre los elementos sin marca o sobre las respuestas sin responder, y que la respuesta “sí” tiene precedencia sobre la respuesta “no”.

Proceso de adscripción para las respuestas cualitativas

Si bien, es probable que la mayoría de los Encuestados complete las preguntas cualitativas, se espera un cierto grado de falta de respuestas. Con el fin de proporcionar un conjunto de datos completo, se usa el proceso de adscripción para obtener una respuesta por cualquier pregunta que se haya

dejado sin responder. Por cada pregunta sin responder, se hace coincidir al Encuestado que no respondió con Encuestados similares que respondieron la pregunta. La coincidencia se basa en una o más características predictivas, como la edad y el sexo. Por lo tanto, una respuesta dada a la pregunta se atribuye como la probable respuesta del Encuestado que no respondió.

Control de la calidad

Los sistemas que se usan para procesar los Diarios permiten realizar controles periódicos para garantizar que todos los Diarios devueltos se tengan en cuenta y que todos los Diarios que cumplen los requisitos para estar en la encuesta se incluyan en el procesamiento de cada *Informe del mercado de radio/Arbitron eBook*.

Para mantener tasas de alta precisión, Arbitron hace revisiones diarias del trabajo de cada procesador, inclusive del trabajo de los procesadores empleados por los proveedores. Un equipo de especialistas en calidad revisa exhaustivamente una selección al azar de cada uno y lleva un registro detallado de cualquier error que encuentre. La información sobre los errores se usa para detectar tendencias en los tipos de errores y para determinar la necesidad de brindar capacitación u otras medidas correctivas con el fin de garantizar que las tasas de precisión sigan siendo altas. Además de las revisiones diarias de control de la calidad sobre el trabajo de cada individuo, las tasas de precisión de las ediciones generales se monitorean mediante auditorías separadas mensuales y de una muestra al azar de los Diarios de la base total de Diarios de ese mes.

Acción correctiva y reemisión de un Informe del mercado de radio/Arbitron eBook basado en Diarios

En caso de que un error de elaboración de informes o del procesamiento de datos haya afectado un *Informe del mercado de radio/Arbitron eBook* basado en Diarios, Arbitron considerará la causa y la importancia del error al determinar si se justifica tomar una acción correctiva.

Por lo general, Arbitron reemitirá un informe si los estimados revisados difieren de los estimados publicados inicialmente de la siguiente manera:

1. Una estación de un Área Metropolitana con calificación (*ranking*) notable cambia de calificación, en términos de los estimados de Personas por cuarto de hora promedio (AQH) en el período de lunes a domingo de 6 AM a medianoche para las personas de 12 años o más, de 18 a 34 años o de 25 a 54 años.
2. El estimado de Personas AQH de la misma estación varía al menos un cinco por ciento, de lunes a domingo, de 6 AM a medianoche, en el mismo grupo demográfico en que cambió la calificación de la estación.

Para determinar si una estación tiene “calificación notable” en un informe dado (con motivo de aplicar estas pautas), Arbitron considerará factores como el tamaño del mercado, si es probable que los anunciantes de un mercado de ese tamaño compren espacio publicitario en una estación con la calificación de la estación afectada, la calificación general de la estación después del cambio, la importancia del grupo demográfico afectado para los esfuerzos publicitarios o promocionales de la estación, y el desempeño de la estación en otros grupos demográficos y horarios relevantes. La decisión final sobre la posible reemisión del informe pertenece exclusiva y unilateralmente a Arbitron.

Los errores en información que no sean los estimados de audiencia (como la inclusión de información incorrecta sobre la instalación de la estación en las páginas principales de un informe) pueden verse afectados por los errores de procesamiento. Estos casos se evalúan individualmente para conocer si necesitan una acción correctiva. Arbitron ejercerá su criterio para determinar qué acción correctiva debería considerarse, si correspondiera. Al aplicar este criterio, Arbitron se concentrará principalmente en el impacto que el error tenga en la utilidad general del *Informe del mercado de radio/Arbitron eBook*.

Procesamiento de Diarios

Revisión electrónica de Diarios en la sede de Arbitron

Los usuarios con licencia para usar los datos de Arbitron (o su representante) pueden visitar la Oficina de Servicio al Cliente de Arbitron en su sede de Columbia, MD, para revisar los Diarios. Durante la revisión de los Diarios, los visitantes tendrán acceso a las imágenes electrónicas de todas las páginas del día de los Diarios utilizables y a la información de escucha acreditada de todos los Diarios que se incluyeron en el *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook al que el usuario tiene acceso autorizado. Sin embargo, se recuerda a los visitantes que, durante la revisión de Diarios, las imágenes de las páginas del día no pueden ser fotografiadas, impresas, copiadas ni reproducidas de cualquier otra forma. Las revisiones de los Diarios deben programarse con antelación y pueden llevarse a cabo en cualquier momento después de la publicación del informe relevante, sujetas a las limitaciones prácticas de la política sobre retención de materiales de las encuestas de Arbitron.

Retención de materiales de encuestas de radio

Las imágenes electrónicas de todos los Diarios devueltos a Arbitron se retienen por un año desde la fecha de publicación del último informe oficial de Arbitron que incluye la información que figura en los Diarios. Por lo general, los Diarios en papel se retienen por un período de 60 (sesenta) días tras la publicación del *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook final en el que se basan los datos. Cuando el período de retención correspondiente expira, todos los materiales digitales y físicos de las encuestas se destruyen. Se recuerda a los usuarios de los datos de Arbitron que toda tabulación especial de los estimados publicados anteriormente debe pedirse antes del final del período de retención.

Procesamiento de datos de PPM

Al transferir los datos del Panel a Arbitron, los datos de exposición del Panelista se convierten primero a un formato que pueden usar otros programas de computadora de flujo más adelante en el flujo de trabajo del procesamiento de datos de Arbitron. Seguidamente, un conjunto complejo de aplicaciones de software sincronizadas aplican las ediciones a los segmentos individuales de datos normalizados y determinan si el Panelista cumple con los requisitos para estar en tabulación ese día de medios. Después, los datos editados se envían a los módulos de ponderación de muestras y elaboración de informes de estimados. En este capítulo, se ofrece una amplia reseña de varios principios clave de organización de datos de PPM y procedimientos de edición de datos. Las descripciones que se incluyen en este documento tienen fines de información general solamente y no constituyen el contenido completo de la política o el procedimiento de Arbitron.

Organización de los datos

El día de medios

En la metodología de PPM de Arbitron, el día de medios comienza a las 4 AM de un día y continúa hasta las 4 AM del otro día. Por ende, por una cuestión práctica, los Panelistas que se levantan y se van a dormir de acuerdo con un horario estándar transfieren el “equivalente de un día” de datos a Arbitron cada vez que colocan sus Medidores al cargador. El software de procesamiento de Arbitron garantiza que la exposición a los medios detectada por los Panelistas que se levantan y se van a dormir de acuerdo con horarios que no son los habituales y en los que se superponen más de un día de medios se acredite e informe el día de medios adecuado.

La semana de informe

En la metodología de PPM de Arbitron, la semana de informe comienza el jueves y finaliza el miércoles siguiente. Si los datos de un período de informe se transmiten a Arbitron una vez que se inicia el procesamiento final de los datos de esa semana, dichos datos no se pueden usar. Dado que la mayoría de los Panelistas transfieren los datos a Arbitron todos los días, raramente

Arbitron reciba datos una vez cerrada esta ventana de recopilación.

Componentes de un código de CBET

El nombre técnico de los datos que transmiten los codificadores de PPM de Arbitron es “Código de CBET”. Los códigos de CBET individuales pueden ser considerados como una cadena de caracteres alfanuméricos organizados en unidades completas. Cada unidad tiene una longitud determinada, en la que el valor de un carácter y su posición dentro de la unidad denota un valor específico. Los caracteres individuales (o grupos de caracteres) pueden usarse para representar el identificador de una estación, el sello de fecha y hora de un codificador, un marcador de control de calidad u otros datos. En la exposición a un código de CBET, el PPM agrega otros datos al código de CBET y almacena el código y la información agregada en el “registro” del medidor. Los datos permanecen almacenados en el medidor hasta la próxima vez que se lo coloque al cargador (momento en que los datos se transfieren a Arbitron). Para ser incluido en la muestra utilizable, el Panelista debe cumplir con los criterios de tabulación requeridos, los códigos de CBET individuales deben cumplir o superar los estándares de calidad de Arbitron y se deben haber pasado todos los controles de uso.

Asignación de crédito por minuto, la “regla de los cinco minutos” y el cuarto de hora

Un codificador de Arbitron que funciona de manera óptima introduce un código de CBET en una fuente de audio continua tan frecuente como cada cuatro segundos. Dado que los PPM constantemente buscan códigos de CBET, el PPM almacenará el código de CBET de más alta calidad y más reciente que detecte cada 15 segundos. De esta manera, la estación tiene hasta tres “oportunidades” cada 15 segundos de que un PPM detecte uno de sus códigos. Una vez que se produce la transferencia de datos desde el Panel, el sistema de procesamiento de datos de Arbitron organiza los datos en incrementos de 30 segundos que reflejan las características del último código de la más alta calidad recibido después de combinar los dos segmentos de 15 segundos en uno.

Cuando se le asigna 30 segundos a una estación dentro de un minuto exacto, recibe crédito por ese minuto. Las estaciones que reciben crédito por cinco minutos o más de exposición en un cuarto de hora reciben crédito por ese cuarto de hora. No es necesario que los minutos de exposición sean consecutivos para que la estación reciba crédito por el cuarto de hora. El cuarto de hora es la base de los estimados de audiencia basados en PPM tal como lo es en la metodología de Diarios de Arbitron.

Edición de las estaciones

La mayoría de los códigos de CBET que captan los Medidores contienen un identificador de la estación que es inequívoco. No obstante, algunos códigos de CBET pueden contener identificadores de estación que no se pueden relacionarse exactamente con ninguna estación de radio codificada. Hay ediciones en efecto para asignar el crédito de estas exposiciones a las estaciones de radio codificadas; cual edición se aplica se determina según el grado en que el identificador de estación no coincide o es similar a otros identificadores de estación y según la proximidad de esa exposición a otras exposiciones.

Si el identificador de estación que no coincide con ninguna se detecta dentro de los 15 minutos de exposición a una estación cuyo identificador es similar al identificador que no coincide en “dos de tres caracteres” y el tipo de medio, esa estación recibe el crédito. Si el crédito no se puede asignar mediante esta edición, es posible que se asigne a la estación que haya recibido crédito dentro de los cinco minutos de la detección del código que no coincide y que sea del mismo tipo de medio (por ejemplo, “radio” o “Internet”) que el indicado en el código que no coincide. Si el crédito no puede asignarse con ninguna de estas ediciones, el código que no coincide no se incluye en la muestra en tabulación.

Procesamiento de datos de PPM

Edición del tiempo

Todos los códigos de CBET y la información que el PPM les agrega contienen varios sellos de fecha y hora. La hora de inicio, la hora de término y la duración de la exposición del panelista a las estaciones codificadas se determinan en base en los cálculos que se hacen con estos diversos sellos de fecha y hora. Aunque la gran mayoría de los códigos de CBET contienen sellos de fecha y hora completos e inequívocos, algunos códigos pueden recibirse con sellos ilógicos o faltantes. Hay varias ediciones en efecto para manejar estos valores ilógicos o ambiguos.

Edición del sello de fecha y hora del codificador

Se verifica la lógica de la secuencia cronológica de toda la exposición a los medios mediante la referencia al sello de fecha y hora del codificador del código de CBET en comparación con el sello de fecha y hora del codificador de los códigos de CBET adyacentes. Los sellos de fecha y hora de codificador que son ilógicos se eliminan. En el caso de los códigos de CBET que no tienen sello de fecha y hora del codificador, para determinar el valor del sello faltante se usa el sello del código de CBET más cercano que identifica a la estación que está dentro de los 180 segundos respecto del código al que le falta el sello. Si ningún código de CBET se acredita a esa estación en un espacio de 180 segundos, el código sin el sello de fecha y hora de transmisión se acredita a la estación como si hubiera ocurrido a la hora que indica el sello de fecha y hora del Medidor.

Edición de la duración

En ocasiones, puede haber una interrupción o una demora breve en la recepción del código de CBET durante los períodos prolongados de exposición a los medios (por ejemplo, una pérdida de recepción de radio mientras se conduce por un túnel). Se puede considerar que tales interrupciones producen “vacíos” en una transmisión de datos que, de otra manera, sería continua. Cuando un segmento de un código de CBET asignado a una estación de radio está inmediatamente precedido por un segmento de código en blanco, puede que se aplique una edición de

duración al segmento en blanco. La edición de la duración permite que un segmento de código en blanco se asigne a la estación de radio a la que el panelista estuvo expuesto en el segmento de código inmediatamente posterior al segmento en blanco. Dos segmentos (por ejemplo, 60 segundos) es la cantidad máxima de segmentos de código que se le pueden asignar a una estación de radio mediante la edición de la duración.

Ediciones de Medidores en el cargador

Los PPM tratan de detectar códigos de CBET en todo momento, inclusive cuando están colocados en la unidad de recarga. Arbitron ha implementado una edición que permite que en la muestra utilizable se incluya una parte secundaria de la exposición del Panelista a los medios codificados que se produce mientras el Medidor del Panelista está en el cargador. A pesar de que los parámetros de la edición del medidor conectado al cargador son fijos, las variables como la duración de la exposición del medidor conectado a los medios codificados y la relación entre la hora de conexión del Medidor y el inicio del siguiente día de medios afectarán la manera en que se aplica la edición. Las exposiciones de los medidores conectados que están fuera de los parámetros de la edición de medidores conectados correspondiente no se incluyen en la muestra.

Exposición a los medios con cambio de horario

La exposición a los medios codificados a una hora diferente de la hora de la transmisión original se considera exposición con cambio de horario. El cambio de horario se determina al comparar el sello de fecha y hora del codificador del código de CBET y el sello de fecha y hora en el Medidor del Panelista. Si el sello de fecha y hora del codificador precede al sello de fecha y hora del Medidor en 180 segundos o más, se considera que la exposición fue “con cambio de horario”. Para ser incluidos en un *Informe del mercado de radio de Arbitron*/Arbitron eBook, la exposición a los medios con cambio de horario que se produce hasta un día después de la hora de transmisión original se asigna a la estación y se

informa como si hubiera ocurrido a la hora de la transmisión original.

Edición de la ubicación

El colector en el hogar emite radiofrecuencia (RF) de baja intensidad. Se acredita la exposición a los medios como “en el hogar” en el caso de todas las exposiciones en que el PPM también haya captado la señal de RF al menos una vez en el cuarto de hora.

Puesta de capas de códigos

Puede haber varios códigos de CBET incrustados o “puestos en capas” dentro del mismo audio. Por ejemplo, un Medidor que detecta datos sobre un programa de radio de red puede detectar simultáneamente un código de CBET de la estación de radio local que emite el programa, un código de CBET específico de la red y códigos de CBET de los distintos comerciales que pueden oírse durante el programa. La presencia de varias capas de códigos de CBET dentro del audio no compromete la capacidad del Medidor de detectar códigos, ni degrada la calidad de los códigos, ni obstaculiza la edición de los códigos.

Los datos publicados como parte del servicio de *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook se basan exclusivamente en la codificación de las “capas de la estación”. De este modo, las ediciones que se describen en este capítulo se aplican solamente a la edición de los códigos de CBET de capas de las estaciones; es posible que se apliquen otras ediciones a los códigos de CBET puestos en capas alternativas. De manera similar, otros servicios o informes de Arbitron pueden basarse en los códigos puestos en capas alternativas.

Exposición a estaciones que no cumplen con los requisitos para la elaboración de informes

Los Panelistas en tabulación pueden exponerse a estaciones de radio codificadas que todavía no cumplen con los requisitos para incluirse en los informes. Por lo general, las estaciones de radio que instalaron el equipo de codificación, pero que no cumplen con los requisitos para la elaboración de

Procesamiento de datos de PPM

informes, son estaciones que no finalizaron completamente las pruebas del equipo de codificación. Aunque la exposición a las estaciones que entran en esta categoría no se incluye en ningún estimado de audiencia, está sujeta a las ediciones descritas en el presente documento.

Es posible que los Panelistas en tabulación también estén expuestos a medios codificados que no sea la radio. Esta clase de exposición no se incluye en los estimados de audiencia del *Informe del mercado de radio/Arbitron eBook*. No obstante, puede incluirse en otros informes o servicios de Arbitron, y/o puede usarse en demostraciones o en pruebas de investigación. Dado que el audio no correspondiente a la transmisión de radio puede tener propiedades físicas que interactúen con la tecnología de CBET de Arbitron de un modo diferente que la radio, posiblemente se hayan implementado reglas de edición específicas del medio.

Control de calidad y seguridad de los datos

Arbitron ha incorporado gran cantidad de controles automatizados y manuales de control de calidad en cada paso del proceso y el módulo de software del sistema de procesamiento de datos de PPM. Estas medidas de control de calidad ayudan a garantizar que todas las reglas de edición se aplicaron uniformemente, que se tuvieron en cuenta todos los datos y que todos los datos pertinentes están incluidos en cada informe.

Además de los controles de aseguramiento de la calidad basados en las ediciones que se mencionaron, también se establecieron controles de uso basados en el movimiento y en la escucha. Entre estos controles, se incluyen un análisis de los datos de movimiento y escucha de los panelistas que residen en el mismo hogar y un análisis de la cantidad total de cuartos de hora en que el Panelista se expone a los medios codificados. Si un panelista o un hogar supera alguno de estos umbrales, puede que quede sujeto a orientación adicional, se lo quite de la muestra en tabulación diaria o se lo retire de la muestra. Debido a su naturaleza, estos

límites, y los análisis que los respaldan, permanecen en la confidencialidad.

Hay medidas de seguridad adicionales en efecto en cada etapa de la recopilación, la transferencia, el procesamiento y la publicación de los datos para mantener la seguridad de los mismos y de los sistemas que se usan para procesarlos. Debido a su naturaleza, estas medidas también permanecen en la confidencialidad.

Acción correctiva y reemisión de los datos mensuales

En el caso de que un error de elaboración de informes o de procesamiento de datos haya afectado un informe mensual, Arbitron considerará la causa y la importancia del error al determinar si se justifica tomar una acción correctiva. Por lo general, Arbitron reemitirá un informe si los estimados revisados difieren de los estimados publicados inicialmente de la siguiente manera:

1. Una estación de un Área Metropolitana con calificación (*ranking*) notable cambia de calificación, en términos de los estimados de Personas por cuarto de hora promedio (AQH) en el período de lunes a domingo de 6 AM a medianoche para las personas de 6 años o más, de 18 a 34 años o de 25 a 54 años
- Y
2. El estimado de Personas AQH de la misma estación varía al menos un cinco por ciento, de lunes a domingo, de 6 AM a medianoche, en el mismo grupo demográfico en que cambió la calificación de la estación.

Para determinar si una estación tiene "calificación notable" en un informe dado (con motivo de aplicar estas pautas), Arbitron considerará factores como el tamaño del mercado, si es probable que los anunciantes de un mercado de ese tamaño compren espacio publicitario en una estación con la calificación de la estación afectada, la calificación general de la estación después del cambio, la importancia del grupo demográfico afectado para los esfuerzos publicitarios o promocionales de la estación, y el

desempeño de la estación en otros grupos demográficos y horarios relevantes. La decisión final sobre la posible reemisión del informe pertenece exclusiva y unilateralmente a Arbitron. (Nota: los informes semanales no serán reemitidos).

Ponderación de la muestra

Los investigadores de encuestas generalmente usan alguna clase de ponderación de la muestra para equilibrar la representación desproporcionada de segmentos específicos de la población en la muestra en tabulación, con lo que se asegura que los datos de la muestra reflejen con más precisión el comportamiento del universo que representan.

En este capítulo, se brindará una reseña amplia de las políticas y los procedimientos de ponderación de muestras de Arbitron para los *Informes del mercado de radio*/Arbitron eBooks basados en Diarios y en PPM. Las políticas y los procedimientos que se describen en este capítulo tienen fines de información general solamente y no constituyen el contenido completo del conocimiento, la política ni el procedimiento de Arbitron.

Se advierte a los lectores que la política y la metodología descritas en este capítulo son vigentes para el servicio de *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook solamente; la metodología de la ponderación de otros servicios, informes o programas de software de Arbitron pueden diferir de la que se describe en este capítulo.

Reseña de la ponderación de la muestra

La metodología que Arbitron usa para ponderar su muestra en tabulación se llama *compensación de la muestra*. Esta es una técnica de ponderación marginal iterativa que está diseñada para maximizar la confiabilidad estadística y, al mismo tiempo, minimizar la parcialidad de los datos tabulados.

Este método fue desarrollado por los Dres. W. Edwards Deming y Frederick F. Stephan y se explica en el capítulo siete del libro *Statistical Adjustment of Data* (Dover Publications, 1964) del Dr. Deming. Este método se usa comúnmente en el análisis de las encuestas de la Oficina del Censo de los EE.UU., organizaciones de investigación del sector privado e instituciones académicas.

Variables de ponderación

En general, la máxima confiabilidad y la mínima parcialidad se logran al realizar la menor cantidad de posible de tareas de ponderación necesarias para corregir las desproporciones de las muestras que podrían distorsionar los estimados de audiencia. Sería posible realizar más tareas de ponderación –es decir, ponderar hasta lograr niveles más discretos – pero la ponderación excesiva afectaría la confiabilidad de los estimados resultantes y reduciría muy poco la parcialidad.

La muestra en tabulación de Arbitron puede ponderarse sobre hasta seis variables, entre las que se incluyen: geografía, sexo/edad, raza/etnia, idioma dominante (español e inglés en mercados en que están disponibles los estimados de universo de uso del idioma español como dominante), estado de empleo y la presencia de niños en el hogar. Las variables específicas que se usan para ponderar la muestra variarán entre las encuestas con Diario y los Paneles de PPM, y también pueden variar de un mercado a otro.

Geografía

Toda la muestra se pondera al nivel del condado individual, equivalente de condado o grupos de condados. Por lo tanto, la cantidad de clases geográficas puede variar considerablemente de un mercado a otro. (En algunos casos, generalmente en el TSA que no pertenece a un Área Metropolitana, es posible que varios condados adyacentes con una muestra en tabulación baja sean agrupados como una sola clase geográfica para compensar la muestra).

Sexo/Edad

Toda la muestra se pondera a la clase de sexo/edad correspondiente. La muestra en tabulación con Diario se pondera a 16 clases de sexo/edad:

Hombres	Mujeres
12-17	12-17
18-24	18-24
25-34	25-34
35-44	35-44
45-49	45-49
50-54	50-54
55-64	55-64
65 o más	65 o más

La muestra en tabulación con PPM se pondera en 18 clases de sexo/edad:

Hombres	Mujeres
6-11	6-11
12-17	12-17
18-24	18-24
25-34	25-34
35-44	35-44
45-49	45-49
50-54	50-54
55-64	55-64
65 o más	65 o más

(Nota: en caso de que un Panelista no indique su edad exacta durante el reclutamiento, Arbitron le ofrecerá una selección de varios rangos de edad. Cuando el Panelista identifica el rango de edad pertinente, se le asigna el valor de edad que corresponde al punto medio del rango de edad que seleccionó. Si el Panelista se niega a indicar la edad exacta o a identificar el rango de edad al que pertenece, se detienen los esfuerzos para reclutarlo. A fin de ser aptos para ser incluidos en la muestra en tabulación, todos los Panelistas deben haber proporcionado información sobre su edad a Arbitron).

Raza/Etnia

En las Áreas Metropolitanas controladas por etnias, la muestra se pondera en función de la raza/etnia, según corresponda. Podría haber dos o tres clases de raza/etnia, Raza negra y otra, Raza hispana y otra, o Raza negra, hispana y otra. A los fines de la ponderación, la raza negra y la hispana se consideran categorías mutuamente excluyentes. Los encuestados que indican que son negros e hispanos se consideran hispanos.

Las Áreas Metropolitanas que no califican para controles étnicos pero que están incrustadas en Áreas Metropolitanas controladas por etnias pueden calificar para la ponderación por raza o etnia, sobre la base de determinados umbrales para los porcentajes de población estimada de la raza/etnia y la muestra en tabulación de raza/etnia anticipada.

Idioma dominante

En las Áreas Metropolitanas controladas por hispanos en las que están

Ponderación de la muestra

disponibles los estimados del universo, la muestra hispana se pondera según una de dos clases de idioma: inglés dominante o español dominante.

Estado de empleo

La muestra de PPM se pondera según uno de dos estados de empleo: de tiempo completo o no de tiempo completo. Nota: las personas menores de 18 años no se ponderan según el estado de empleo.

Presencia de niños

La muestra de PPM también se pondera basada en la presencia de niños de menos de 17 años de edad en el hogar.

Ejemplo de ponderación marginal iterativa

El siguiente es un ejemplo de la técnica de ponderación marginal iterativa que utiliza Arbitron en la preparación de los datos del *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook basado en Diarios. En este ejemplo, se supone que, para la ponderación, esta área de encuesta tiene dos clases étnicas (Raza hispana y otra), 16 clases de sexo/edad y tres clases de condado.

Los principios estadísticos que se muestran en este ejemplo basado en Diarios también se aplican a la ponderación de la muestra de PPM.

Paso uno: Si las personas hispanas de 12 años o más representarían el 15 por ciento de la población pero sólo el 12 por ciento de la muestra en tabulación, se asignaría una ponderación de 1.25 ($0.15 \div 0.12$) a todos los Diarios hispanos. De manera similar, dado que las personas de otra raza (no hispana) de 12 años o más representarían sólo el 85 por ciento de la población pero el 88 por ciento de la muestra en tabulación, se asignaría una ponderación de 0.97 ($0.85 \div 0.88$) a todos los otros Diarios.

Paso dos: Si, después de sumar las ponderaciones del paso uno para los Diarios del condado A, el condado A representara sólo el 15 por ciento de la población pero el 20 por ciento de la muestra en tabulación, se asignaría una ponderación de 0.75 ($0.15 \div 0.20$) a todos los Diarios del condado A. El

mismo proceso se aplica a los Diarios del condado B y del condado C.

Paso tres: Si, después de sumar los productos de las ponderaciones de los pasos uno y dos para la clase de mujeres de 35 a 44 años, esta clase representara el 6 por ciento de población pero sólo el 5 por ciento de la muestra en tabulación, se aplicaría una ponderación de 1.20 ($0.06 \div 0.05$) a todos los Diarios de mujeres de 35 a 44 años. Se aplica el mismo proceso a las 15 clases restantes de sexo y edad.

En este ejemplo, cada Diario se ponderó tres veces: una por etnia, una por condado y otra por sexo/edad, en las que cada ajuste sucesivo tuvo en cuenta los resultados de los ajustes previos. El ejemplo muestra ajustes colectivos (es decir, a nivel de las clases) porque de esa manera se determinan los ajustes, pero, en efecto, cada Diario individual – que comenzó con un valor de 1– se ajusta continuamente por ese valor hasta que se logre la convergencia (ver a continuación).

Cada ronda de ajustes se llama *iteración*. Es sumamente improbable que, después de los ajustes de condado y sexo/edad, la muestra en tabulación hispana ponderada todavía equivaliera al 15 por ciento de la muestra total. Dado que algunos encuestados hispanos fueron ponderados a un valor superior por condado, otros a un valor inferior por condado, así como algunos a un valor superior por sexo/edad y otros a un valor inferior por sexo/edad, la muestra en tabulación hispana ponderada ahora podría ser sólo el 14.5 por ciento de la muestra total. En este caso, se inicia una segunda iteración automáticamente.

Paso uno: En esta ocasión, las ponderaciones serán mucho más pequeñas que antes. Por ejemplo, $0.15 \div 0.145$ produciría una ponderación de sólo 1.03 para todos los Diarios hispanos, y $0.85 \div 0.855$ produciría una ponderación de sólo 0.99 para todos los Diarios no hispanos.

Paso dos: Otra ronda por condado.

Paso tres: Otra ronda por sexo/edad (final de la segunda iteración).

Los ajustes sucesivos por cualquier clase en particular –un ajuste adicional por

clase y por iteración se multiplican. Por ejemplo, los Diarios hispanos recibieron una ponderación de 1.25 en la primera iteración y de 1.03 en la segunda, lo que da un ajuste total de 1.29 (1.25×1.03) hasta aquí. Las iteraciones continuarán hasta que ya no sea necesario realizar ningún ajuste más (es decir, hasta que el ajuste de cada categoría marginal sea tan pequeño que no afecte las proporciones de ninguna de las otras categorías). Este punto de resolución se llama *convergencia*. Las ponderaciones resultantes serán la base de los valores de Diarios que serán utilizadas para procesar los datos de cada *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook.

Determinación de los Valores de Personas por Diario (PPDV) de los Diarios y ponderaciones de PPM

La compensación de la muestra produce ponderaciones para cada clase marginal dentro de un área de encuesta, y cada encuestado en tabulación pertenece a una clase dentro de cada categoría marginal. Por lo tanto, cada encuestado se pondera varias veces. En el ejemplo anterior, una encuestada que es mujer hispana de 42 años del condado A podría recibir las siguientes ponderaciones:

Ponderación por raza hispana=1.29

Ponderación por condado A=0.79

Ponderación por mujer de 35 a 44 años=1.23

Esto se calcularía como una ponderación global de 1.25 ($1.29 \times 0.79 \times 1.23$). La ponderación de PPM o PPDV de Diarios final sería igual a la población modelo dividida por la muestra en tabulación modelo (o el valor de Diarios promedio) multiplicada por 1.25. Ejemplo: Si la población modelo fuera de 82,500 y la muestra en tabulación fuera de 165, la ponderación promedio sería 500; con un factor de ponderación de 1.25, la encuestada del ejemplo tendría una ponderación final de 500×1.25 , o 625. Esta ponderación es la cantidad de personas que representa esta encuestada. Nota: los resultados de los cálculos reales se llevan a más lugares decimales que los de este ejemplo, el

Ponderación de la muestra

cual ha sido simplificado intencionalmente para ilustrar el proceso.

PPDV de Diarios en Áreas Metropolitanas de radio condensadas no incrustadas

En las Áreas Metropolitanas condensadas no incrustadas, en cada publicación de un *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook se combinan los datos recopilados en dos períodos de encuesta. Por ejemplo, los datos que se incluirán en el informe del otoño de 2009 incluirán los datos recopilados durante las encuestas del otoño de 2009 y la primavera de 2009. Para los estimados publicados en un *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook en estas Áreas Metropolitanas, los valores PPDV se derivan como se describió anteriormente para cada período de encuesta individual y luego se dividen en dos, de modo que la suma de los PPDV de todos los Diarios en tabulación devueltos durante el período de elaboración de informes de dos encuestas se aproximará a los estimados de población de cada clase marginal. (Para las publicaciones de *Maximiser*[®] y *Media Professional* en Áreas Metropolitanas condensadas no incrustadas, se promedian los estimados de audiencia de cada encuesta incluida en el período de elaboración de informes de dos encuestas; es posible que se realice un redondeo adicional para garantizar que los estimados de audiencia de *Maximiser*/*Media Professional* coincidan generalmente con los que figuran en el *Informe del mercado de radio*.)

Modelos de compensación de muestras con Diarios

El contexto en el que se realiza la compensación de la muestra (por ejemplo, el grupo en particular de Diarios que se compensan juntos como muestra) se denomina *modelo*. En secciones anteriores de este capítulo, se explicó cómo se realizaría la ponderación marginal para un grupo específico de Diarios de un "área de encuesta". A pesar de que los modelos generalmente corresponden a un área de encuesta, o a un subconjunto de áreas de encuesta, es posible que éste no sea siempre el caso.

A continuación se presenta un ejemplo de modelo de ponderación común. Este ejemplo refleja una configuración de modelo típico para un mercado que califica para la elaboración de informes del DMA, y presupone que no hay condados de Área Metropolitana que no estén también en el DMA, y que no hay condados del DMA que no estén también en el TSA:

Modelo 1: Condados de Área Metropolitana/DMA – todos los Diarios

Modelo 2: Condados de TSA que no pertenecen a un Área Metropolitana/DMA – todos los Diarios

Modelo 3: Condados de TSA solamente que no pertenecen a un Área Metropolitana – todos los Diarios

Un modelo también puede corresponderse con una raza o etnia dentro de un Área Metropolitana en particular. Por lo general, los modelos de raza/etnia se usan si el objetivo teórico en tabulación de cada categoría aplicable es al menos de 160. Si no se cumple ninguno de los criterios, la raza/etnia sigue siendo una categoría marginal dentro del modelo.

Por ejemplo, a continuación se presenta una configuración de modelo típico para un mercado en que el Área Metropolitana califica para un DST por raza negra, pero el mercado no califica para la elaboración de informes del DMA:

Modelo 1: Condados de Área Metropolitana – Diarios de raza negra

Modelo 2: Condados de Área Metropolitana – Diarios de personas de otras razas

Modelo 3: Condados de TSA que no pertenecen a un Área Metropolitana – todos los Diarios

En los dos modelos anteriores de Área Metropolitana ("Área Metropolitana – Raza negra" y "Área Metropolitana – Otras razas"), la raza no sería una categoría marginal; las únicas categorías marginales serían el sexo/edad y el condado.

Independientemente de cómo se definan los modelos, todos los Diarios de un mercado se asignan a un solo modelo. Sin embargo, debido a que algunos mercados se superponen (principalmente

las TSA que se superponen), es posible que un Diario pase por el proceso de compensación de la muestra varias veces, una por cada mercado.

Configuraciones de compensación de muestras con PPM

En algunos mercados, Arbitron compensa toda la muestra en tabulación con PPM según un conjunto de estimados independientes de la población. En otros mercados, Arbitron compensa la muestra con clases de raza/etnia según los estimados de población de raza/etnia, sexo/edad y geografía por separado, y luego compensa toda la muestra en tabulación del mercado según los estimados de población para otras variables marginales. Nota: Los condados del DMA de Houston-Galveston de medición con PPM se combinan con los condados del Área Metropolitana de Houston-Galveston Metro para la ponderación.

Ponderación diaria y semanal de la muestra con PPM

Arbitron produce una amplia gama de estimados sobre la base de los datos de PPM. De esta manera, un Panelista de PPM en particular puede tener una ponderación diferente según el estimado y el modelo de ponderación usado para preparar el estimado. Las ponderaciones de PPM caen en una de dos categorías generales: ponderaciones diarias y ponderaciones semanales.

Ponderaciones diarias

La muestra en tabulación diaria final para cada día de medios se pondera para producir una ponderación diaria; esta ponderación se usa al derivar estimados diarios, como los valores de "Cume" y AQH diarios.

Ponderaciones semanales

Los Panelistas que están en tabulación durante al menos seis días de la semana de medios (de jueves a miércoles) califican para la muestra en tabulación semanal. La muestra en tabulación semanal final de cada semana de medios se pondera para producir una ponderación semanal, que se usa al

Ponderación de la muestra

derivar estimados semanales, como los valores semanales promedio de “Cume” y TSL.

Ponderación de muestras de Informes de Área Personalizada de Encuesta (CSAR) basadas en Diarios

Los Diarios en tabulación para los Informes de Área Personalizada de Encuesta (CSAR) se ponderan con el mismo sistema de compensación de muestra que se usa para los *Informes del mercado de radio*/Arbitron eBooks. Cada condado “especial” se combina con su condado original correspondiente y se trata como una sola unidad de muestra para los procesos de compensación de muestra.

Los Informes de Área Personalizada de Encuesta que incluyen un Área Metropolitana, como los informes estatales o regionales, retienen los PPDV aplicados a la muestra en tabulación del Área Metropolitana de esa encuesta cada vez que es posible. Los condados restantes que no pertenecen al Área Metropolitana vuelven a ponderarse con respecto a su representación dentro de la parte restante del Área Personalizada de Encuesta.

Reserva de derechos

Todas las determinaciones relacionadas con las políticas y los procedimientos de ponderación de muestras con Diario y PPM de Arbitron –incluidas las variables de ponderación, los modelos y las configuraciones de compensación de muestra – pertenecen exclusiva y unilateralmente a Arbitron. Asimismo, Arbitron puede exonerar, cambiar, modificar o suspender cualquier elemento de su metodología según lo justifiquen las condiciones comerciales.

Estimados de audiencia

En este capítulo, se brinda una descripción de los estimados de audiencia informados para las estaciones en el *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook. Las descripciones que se incluyen en este capítulo tienen fines de información general solamente y no constituyen el contenido completo del conocimiento de Arbitron. Puede obtener información adicional sobre las fórmulas de uso frecuente y sobre cómo usar los estimados de audiencia con el objetivo de comprar, vender y programar tiempo de radio en el sitio Web de Arbitron, www.arbitron.com, o de su ejecutivo de cuentas de Arbitron.

Estimados de “Cume”

El término “Cume” es un término acuñado en la industria que significa “audiencia acumulativa”. En los medios de transmisión y en las industrias de análisis de los medios, “audiencia acumulativa” generalmente se entiende como una referencia a la cantidad de personas diferentes que consumieron los medios correspondientes. Arbitron publica un rango de estimados “Cume” en el *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook.

Personas “Cume” [Cume (00)]

En los *Informes del mercado de radio*/Arbitron eBooks basados en Diarios, las Personas “Cume” de una estación es la cantidad de personas diferentes, sin duplicar, dentro del grupo demográfico especificado que informaron haber escuchado la estación especificada durante al menos cinco minutos en un cuarto de hora del período del día especificado durante una semana promedio en el período de informe. El estimado de Personas “Cume” se determina al sumar el *Valor de Personas por Diario* (PPDV) de cada Diario en que la estación recibe al menos un cuarto de hora de crédito dentro del horario y al redondearlo a centenas. Los estimados de Personas “Cume” se expresan en centenas.

En los *Informes del mercado de radio*/Arbitron eBooks basados en PPM, las Personas “Cume” semanales es la cantidad de personas diferentes, sin duplicar, dentro del grupo demográfico especificado que están expuestas a la estación especificada durante al menos cinco minutos en un cuarto de hora de un

horario especificado durante una semana promedio en el período del informe. Los estimados de Personas “Cume” semanales se determinan mediante la suma de las ponderaciones semanales para cada Panelista con al menos un cuarto de hora de exposición a la estación dentro del período del horario para cada semana del período del informe, y después al promediar esos resultados semanales y redondearlos a centenas. Los estimados de personas “Cume” semanales se expresan en centenas.

Rating de las Personas “Cume” [Rtg Cume]

En los *Informes del mercado de radio*/Arbitron eBooks basados en Diarios, el Rating de las Personas “Cume” de una estación se determina al dividir el estimado de Personas “Cume” redondeado de la estación por la población estimada del grupo demográfico especificado, y después al multiplicar por 100. Los puntos de Rating de las Personas “Cume” representan el porcentaje de la población de un grupo demográfico objetivo que escuchó la estación al menos una vez durante una semana promedio para el período del día informado, y se expresan en décimas de un punto de rating.

En los *Informes del mercado de radio*/Arbitron eBooks basados en PPM, el Rating de las Personas “Cume” semanal de una estación se determina al dividir el estimado de Personas “Cume” semanal redondeado de la estación por la población estimada del grupo demográfico especificado, y después al multiplicar por 100. Los puntos de Rating de las Personas “Cume” representan el porcentaje de la población de un grupo demográfico objetivo que esta expuesto a la estación al menos una vez durante una semana promedio para el período del día informado, y se expresan en décimas de un punto de rating.

“Cume” exclusivo [Exclusivo (00)]

En los *Informes del mercado de radio*/Arbitron eBooks basados en Diarios, las Personas “Cume” exclusivas representan la cantidad de personas diferentes, sin duplicar, dentro de un grupo demográfico específico que informaron haber escuchado solamente la estación especificada durante la encuesta. Los estimados de Personas

“Cume” exclusivas se determinan al sumar los PPDV de todos los Diarios en que se informó que la escucha únicamente fue para la estación especificada durante el horario especificado, y después al redondear el valor a centenas. Los estimados de Personas “Cume” exclusivas se expresan en centenas.

En los *Informes del mercado de radio*/Arbitron eBooks basados en PPM, los estimados de Personas “Cume” exclusivas semanales se determinan al sumar las ponderaciones semanales de todos los panelistas que se expusieron únicamente a la estación especificada durante el horario especificado, y luego al promediar esos resultados semanales y redondearlos a centenas. Los estimados de Personas “Cume” exclusivas semanales se expresan en centenas.

Porcentajes exclusivos

En los *Informes del mercado de radio*/Arbitron eBooks basados en Diarios, el Porcentaje exclusivo de una estación es el porcentaje de Personas “Cume” de la estación que son Personas “Cume” exclusivas. El Porcentaje exclusivo se determina al dividir el estimado de Personas “Cume” exclusivas sin redondear de la estación por el estimado de Personas “Cume” de la estación, y después al multiplicar por 100. Los porcentajes exclusivos se expresan en puntos de porcentaje enteros.

En los *Informes del mercado de radio*/Arbitron eBooks basados en PPM, el Porcentaje de “Cume” exclusivo semanal de una estación se determina al dividir el estimado de Personas “Cume” exclusivas semanales sin redondear por el estimado de Personas “Cume” semanales de la estación, y al multiplicar por 100. Los Porcentajes de “Cume” exclusivo semanal se expresan en puntos de porcentaje enteros.

Porcentaje de duplicación de “Cume”

En los *Informes del mercado de radio*/Arbitron eBooks basados en Diarios, el Porcentaje de duplicación de “Cume” representa el porcentaje del “Cume” de una estación específica que también escuchó una segunda estación específica. Los Porcentajes de duplicación de “Cume” se determinan al

Estimados de audiencia

dividir la suma de los PPDV de los Diarios que informaron haber escuchado ambas estaciones por el estimado de “Cume” sin redondear de la estación seleccionada y al multiplicar por 100. Los Porcentajes de duplicación de “Cume” se expresan en puntos de porcentaje enteros.

En los *Informes del mercado de radio*/Arbitron eBooks basados en PPM, un Porcentaje de duplicación de “Cume” semanal representa el porcentaje del “Cume” de una estación específica que también está expuesto a una segunda estación específica. Los Porcentajes de duplicación de “Cume” semanal se determinan al dividir la suma de las ponderaciones semanales para los Panelistas que están expuestos a ambas estaciones durante el período del informe por el estimado de “Cume” semanal de la estación seleccionada, y luego al multiplicar por 100. Los Porcentajes de duplicación de “Cume” semanal se expresan en puntos de porcentaje enteros.

Estimados de cuarto de hora promedio

El término “Cuarto de hora promedio” (abreviado “AQH”) es un término de la industria de la radio que generalmente se entiende como una referencia a la cantidad promedio de personas que escucharon una estación de radio en particular por al menos cinco minutos durante un período específico de 15 minutos. Arbitron publica un rango de estimados de cuarto de hora promedio en el *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook.

Personas por cuarto de hora promedio (AQH)

En los *Informes del mercado de radio*/Arbitron eBooks basados en Diarios, el estimado de Personas por cuarto de hora promedio es la cantidad de personas que informaron haber escuchado la estación especificada por al menos cinco minutos en un cuarto de hora del horario especificado. Los estimados de Personas AQH se determinan al multiplicar el PPDV de cada Diario por la cantidad de cuartos de hora de escucha informados a la estación dentro del horario en el Diario; el resultado de la multiplicación entonces se suma para todos los Diarios dentro

del grupo demográfico especificado y se divide por los cuartos de hora del horario, valor que luego se redondea a centenas. Los estimados de Personas AQH se expresan en centenas.

En los *Informes del mercado de radio*/Arbitron eBooks basados en PPM, el estimado de Personas por cuarto de hora promedio de una estación es la cantidad de personas expuestas a la estación especificada por al menos cinco minutos en un cuarto de hora del horario especificado. Los estimados de Personas AQH se determinan al multiplicar la ponderación diaria de cada panelista por la cantidad de cuartos de hora de exposición a la estación dentro del horario por cada día del período de informe. El resultado de esta multiplicación se suma para todos los Panelistas y se divide por la cantidad de cuartos de hora del horario y la cantidad de días del período de informe, y luego se redondea a centenas. Los estimados de Personas AQH se expresan en centenas.

Cuarto de hora promedio (Rtg AQH)

Los puntos de Rating del cuarto de hora promedio representan el porcentaje de la población total de un grupo demográfico objetivo que informó haber escuchado, o estuvo expuesto, a la estación correspondiente durante un cuarto de hora promedio del período del día especificado.

En los *Informes del mercado de radio*/Arbitron eBooks basados en Diarios, el Rating AQH de una estación se determina al dividir el estimado de Personas AQH redondeado de la estación por la población estimada del grupo demográfico especificado, y luego al multiplicar por 100. Los Ratings AQH se expresan en décimas de un punto de rating.

En los *Informes del mercado de radio*/Arbitron eBooks basados en PPM, el Rating AQH de una estación se determina al dividir el estimado de Personas AQH redondeado de la estación por la población estimada, y después al multiplicar por 100. Los Ratings AQH se expresan en décimas de un punto de rating.

“Share” de un cuarto de hora promedio (Shr AQH)

En los *Informes del mercado de radio*/Arbitron eBooks basados en Diarios y basados en PPM, la “Share” AQH de una estación se determina al dividir el estimado de Personas AQH redondeado de la estación por el estimado de Personas AQH total del mercado redondeado, y luego al multiplicar por 100. Las “Shares” AQH se expresan en décimas de un punto de “share”.

Tiempo escuchando

Tiempo escuchando (TSL)

En los *Informes del mercado de radio*/Arbitron eBooks basados en Diarios, el valor TSL de una estación se determina al multiplicar el estimado de Personas AQH sin redondear de la estación por la cantidad de cuartos de hora del período del día en particular, y luego al dividir por el estimado de Personas “Cume” sin redondear de ese horario. El TSL se redondea al cuarto de hora más cercano, y se expresa en horas y minutos.

En los *Informes del mercado de radio*/Arbitron eBooks basados en PPM, el TSL de una estación se determina al multiplicar la ponderación semanal de cada panelista por la cantidad de cuartos de hora de exposición a la estación dentro de un horario específico por cada semana del período de informe. El resultado de esta multiplicación se suma para todos los panelistas. La suma luego se divide por la cantidad de semanas del período de informe y luego por el estimado de Personas “Cume” semanal sin redondear de mismo. El TSL se redondea al cuarto de hora más cercano, y se expresa en horas y minutos. (Nota: en algunos informes basados en PPM de uso común y en programas de software, también se puede hacer referencia al TSL como “Tiempo de exposición promedio (ATE)” o “Tiempo de exposición semanal promedio (AWTE)”. Para obtener información adicional, consulte los materiales de referencia del informe correspondiente o la guía del usuario del software).

Estimados de audiencia

Informes de composición

El *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook (y otros informes y programas de software relacionados) ofrecen una amplia variedad de “Informes de composición”. Estos informes ofrecen estimados basados en “Cume” y en AQH para variables específicas. Entre los ejemplos de las variables para las que se producen informes de composición, se incluyen etnia y lugar de escucha. La naturaleza de los informes de composición disponibles (y las variables de elaboración de informes) pueden diferir. En general, los estimados informados en los Informes de composición se derivan de la forma mencionada anteriormente, sobre la base del subconjunto/variable correspondiente. Por ejemplo, los porcentajes (%) de composición étnica de las estaciones individuales (tanto AQH como “Cume”) se determinan al dividir el estimado de Personas de raza negra y/o hispana sin redondear por el estimado de Personas totales de esa estación, y luego al multiplicar por 100.

Promedios de varios informes (libros)

En los *Informes del mercado de radio*/Arbitron eBooks basados en Diarios, se muestran los promedios de cuatro libros y dos libros para los mercados de Medición continua y Primavera/Otoño, respectivamente. Estos son promedios de los estimados de audiencia redondeados que son aplicables al grupo demográfico, el horario y las encuestas. Se publican los promedios de cuatro libros y dos libros de una estación solamente si ésta se informó en cada *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook de todas las encuestas incluidas en el promedio. Se usa un valor de cero en la determinación del promedio si una estación fue enumerada en un *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook en particular, pero no se informó un estimado para el grupo demográfico y el horario específicos. Nota: los promedios de varios libros en los Mercados condensados no incrustados no se informan con el rótulo “Promedio de dos libros”. Los estimados de audiencia publicados en tales informes reflejan la escucha promedio durante un período de dos encuestas y, por lo tanto, ya reflejan los promedios de dos libros.

Elaboración de informes e información de estaciones

Programa de elaboración de informes

Servicio con Diarios: mercados de medición continua

En los mercados de medición continua, los *Informes del mercado de radio*/ Arbitron eBooks basados en Diarios se publican trimestralmente. Cada informe contiene información recopilada durante un período de encuesta de 12 semanas y recibe el nombre de la estación con la que se corresponden más directamente las fechas de la encuesta: invierno, primavera, verano u otoño. En estos mercados, mensualmente se publican estimados de audiencia provisorios como parte del servicio de ArbitrendsSM de Arbitron.

Servicio con Diarios: mercados estándar de dos libros

En los mercados estándar de dos libros, los *Informes del mercado de radio*/Arbitron eBooks basados en Diarios se publican dos veces al año. Cada informe contiene información recopilada durante un período de encuesta de 12 semanas y recibe el nombre de la estación con la que se corresponden más directamente las fechas de la encuesta: primavera u otoño. En estos mercados no se publican estimados de audiencia provisorios.

Servicio con Diarios: mercados condensados de dos libros

En los mercados condensados de dos libros, los *Informes del mercado de radio*/Arbitron eBooks basados en Diarios se publican dos veces al año. Cada informe contiene información recopilada durante los seis meses anteriores más recientes de trabajo de campo de encuesta promediados juntos. Cada informe recibe el nombre de la estación con la que se corresponde más directamente el período de encuesta de 12 semanas más reciente que se usó para generar los estimados de audiencia: primavera u otoño.

Servicio de PPM

La medición con PPM es continua, dado que la medición se efectúa todos los días calendario del año. Todos los años, se publican 13 *Informes del mercado de radio*/Arbitron eBooks basados en PPM;

cada uno de ellos contiene la información recopilada durante los períodos de informe de 28 días. Los informes reciben su nombre según el mes de calendario o el año con el que se corresponden más directamente las fechas del período de informe (p. ej.: “abril de 2009”). Los usuarios de los informes deben tener en cuenta que el comienzo y el final de un período de informe y el comienzo y el final de un mes calendario pueden coincidir o no. Las fechas exactas de inicio y fin de un período de informe están disponibles en el sitio Web de Arbitron o a pedido. Cada año se publica también un decimotercero *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook basado en PPM. Este documento, el informe de “Holiday”, contiene los estimados de audiencia del período que va desde mediados de diciembre hasta mediados de enero. Además de los informes de difusión mensual, se publican estimados de audiencia provisorios todas las semanas como parte del servicio PPM WeekliesSM de Arbitron.

Estaciones que cumplen con los requisitos para la elaboración de informes en los servicios sindicados de Arbitron

Servicio de Informe del mercado de radio/Arbitron eBook basado en Diarios

Entre las estaciones que cumplen con los requisitos para ser informadas en un *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook basado en Diarios, se incluyen las estaciones de radio de AM y FM comerciales de transmisión análoga y digital, las estaciones comerciales de transmisión múltiple HD que son parte de un conjunto de Informes de Línea Total con una estación análoga, los streams por Internet de estaciones de AM o FM comerciales que son parte de un conjunto de Informes de Línea Total con una estación análoga, y las estaciones LPTV análogas seleccionadas que funcionan como estaciones de radio. Además, a fin de ser apta para la elaboración de informes en los servicios sindicados de Arbitron, la estación debe realizar operaciones regulares de transmisión comercial sistemática conforme a lo que establece la autoridad

de la FCC u otra autoridad gubernamental pertinente. Una estación se considera “comercial” o “no comercial” sobre la base del estado de su licencia en el último día de la encuesta según se informa a Arbitron. Las estaciones digitales se clasifican como comerciales o no comerciales de acuerdo con el estado de licencia de la estación análoga que transmite la estación digital. Las estaciones diferentes de las mencionadas no son aptas para la elaboración de informes en ningún *Informe del mercado de radio basado en Diarios*. Si pueden, no obstante, ser aptas para la elaboración de informes en otros servicios e informes que están fundamentados en información recopilada como parte de los servicios basados en Diarios de Arbitron.

Servicio de Informe del mercado de radio/Arbitron eBook basado en PPM

Entre las estaciones que son aptas para ser informadas en un *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook basado en PPM, se incluyen las estaciones de radio AM y FM análogas codificadas, las estaciones de radio AM y FM digitales codificadas, las estaciones de transmisión múltiple HD codificadas, los streams por Internet codificadas de estaciones AM, FM y de transmisión múltiple HD, las estaciones LPFM codificadas y las estaciones LPTV análogas codificadas que operan como estaciones de radio. Además, a fin de ser aptas para la elaboración de informes en los servicios sindicados de Arbitron, la estación debe realizar operaciones regulares de transmisión comercial o no comercial sistemática conforme a lo que establece la autoridad de la FCC u otra autoridad gubernamental pertinente. Una estación se considera “comercial” o “no comercial” sobre la base del estado de su licencia en el último día del período de informe según se informa a Arbitron. Las estaciones digitales se clasifican como comerciales o no comerciales de acuerdo con el estado de licencia de la estación análoga que transmite la estación digital. Las estaciones diferentes de las mencionadas no son aptas para la elaboración de informes en ningún *Informe del mercado de radio basado en PPM*. Si pueden, no obstante, ser aptas para la elaboración de informes en otros servicios e informes que están

Elaboración de informes e información de estaciones

fundamentados en información recopilada como parte de los servicios basados en PPM de Arbitron.

Totales del mercado

En los servicios sindicados de Arbitron, se publican los estimados de audiencia de “Totales del mercado”. Este estimado, al que también se lo denomina “Personas que Usan la Radio” (PUR) en el servicio de Diarios y “Personas que Usan los Medios Medidos” (PUMM) en el servicio de PPM, refleja el total de la suma de toda la escucha de radio según lo informan los *encuestados en tabulación* o la exposición a estaciones de radios codificadas de los *panelistas en tabulación*. Como tales, los totales del mercado incluyen los cuartos de hora ponderados que se acreditaron a las estaciones que cumplieron con los estándares mínimos para la elaboración de informes, más los cuartos de hora ponderados que se acreditaron a las estaciones que no cumplieron con estos estándares mínimos, más los cuartos de hora ponderados que se acreditaron a las estaciones que no son aptas para aparecer en los informes del servicio correspondiente.

Por políticas, las partes que componen los valores de PUR con Diarios y PUMM con PPM son **exactamente** las mismas; esto garantiza que Arbitron mida el mismo “universo” de estaciones en los servicios de Diario y de PPM.

Por una cuestión práctica, sin embargo, puede haber diferencias en la cantidad y la identidad de las estaciones, los canales y los difusores que contribuyen con el valor PUR del servicio con Diarios y el valor PUMM del servicio con PPM. Los usuarios de los datos de Arbitron deben tener en cuenta que estas diferencias son exclusivamente el resultado de las estaciones y los difusores que *eligieron* no efectuar la codificación para posibilitar la medición en un *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook basado en PPM (y, por extensión, en los servicios que combinan datos recopilados de los servicios de Diario y PPM). También se recuerda a los usuarios de los datos de Arbitron que la codificación no representa ningún costo ni obligación para las estaciones, y que si alguna

estación rechaza la invitación a codificar su transmisión, dicha invitación permanece “abierta” a perpetuidad.

Siglas informadas

Estaciones de radio de alta potencia

Las siglas con las que se informan los estimados de una estación son las siglas en uso el último día del período del informe o la encuesta según se lo informe la estación a Arbitron. Los estimados de las estaciones de AM y FM análogas están etiquetados con el indicativo de cuatro letras asignado por la FCC para la estación, seguido del identificador de banda de dos caracteres de la estación (por ejemplo, WAAA-FM o WBBB-AM). Las designaciones de las siglas que superan las cuatro letras se acortan a cuatro letras.

Estaciones complementarias

La escucha de las estaciones complementarias, o la exposición a ellas, –incluidas estaciones de translación, emisoras de refuerzo y repetidoras– están incluidas en los estimados de audiencia que se publican sobre la estación de alta potencia que transmite en simultáneo con la estación complementaria. Los estimados de audiencia (y la información de asignación de crédito sin ponderar) de las estaciones complementarias no están disponibles en ningún servicio de Arbitron.

Estaciones de FM de baja potencia

En algunos informes o servicios, pueden publicarse los estimados de las estaciones que tienen licencia como parte del servicio de Radio FM de baja potencia (LPFM). Según corresponda, los estimados de las estaciones LPFM se informarán con las siglas de cuatro letras que les fueron asignadas por la FCC, seguidas del sufijo “FM”. Sin embargo, en ocasiones, la FCC asigna las mismas siglas a una estación de FM de alta potencia y a una estación de baja potencia (LP). En esas circunstancias, la escucha de la estación LP se informará con la sigla “XLP-FM”.

Estaciones LPTV análogas

En algunos informes y servicios, pueden publicarse los estimados de una estación que tiene licencia de la FCC como estación LPTV análoga siempre que la parte de audio de la estación se pueda oír con un receptor de radio FM estándar y que la estación opere y se promocióne exclusivamente como estación de radio. Según corresponda, los estimados de estas estaciones se informarán con las siglas de cuatro letras que les fueron asignadas por la FCC, seguidas del sufijo “FM”. Sin embargo, si una de estas estaciones diera su permiso para que una estación de radio AM o FM use sus mismas letras, Arbitron indicará la estación LPTV con el indicativo “XX—” (es decir, las últimas dos letras de las siglas asignadas por la FCC de la estación precedidas de dos X).

Estaciones digitales

Para dar cuenta del hecho de que Arbitron mide estaciones de radio digital para las que la FCC todavía no ha determinado las reglas de denominación final, y/o estaciones digitales que no cuentan con una licencia o un nombre otorgado directamente por una agencia gubernamental, Arbitron desarrolló un conjunto de reglas de nomenclatura para las estaciones digitales que se usan para indicar las estaciones digitales en todas las bases de datos, informes y servicios de Arbitron.

Arbitron nombra las estaciones de radio digital con el indicativo de cuatro letras de la estación análoga que transmite (o transmite por stream) la estación digital, seguida de una ID de banda alfanumérica de dos caracteres que señala el “tipo” de estación digital. En la tabla a continuación se enumeran ejemplos de cada identificador de banda de estación digital y del tipo de estación que señala el identificador de banda:

Elaboración de informes e información de estaciones

ID de banda	Estación	Ejemplo
AM	Estación de AM análoga	WAAA-AM
FM	Estación de FM análoga	WBBB-FM
HA	Estación de AM digital	WAAA-HA
HF	Estación de FM digital	WBBB-HF
IA	Stream por Internet de una estación de AM	WAAA-IA
IF	Stream por Internet de una estación de FM	WBBB-IF
F2, F3	Estación de transmisión múltiple HD	WBBB-F2, WBBB-F3
G2, G3	Stream por Internet de una estación de transmisión múltiple HD	WBBB-G2, WBBB-G3

Las etiquetas de ID de banda de radio digital mencionadas en la tabla pertenecen a Arbitron y están protegidas bajo los términos del acuerdo de licencia de Arbitron y/o de las leyes federales de derechos de autor y de marcas comerciales. Los usuarios autorizados de los datos de Arbitron pueden exhibir y usar las etiquetas de ID de banda siempre que indiquen claramente que las etiquetas son propiedad de Arbitron.

Los usuarios de los informes deben tener en cuenta que otros servicios de Arbitron (y/o servicios que Arbitron no proporciona directamente pero que emplean datos de Arbitron) pueden usar otras convenciones para etiquetar las estaciones de radio digital y los estimados de estaciones digitales. Para obtener información adicional, consulte la información metodológica correspondiente a ese servicio o informe.

Indicativos de alias

Un indicativo de alias es una etiqueta ideada por Arbitron que se usa para indicar, en las bases de datos y los servicios de Arbitron, las estaciones que no pueden indicarse o etiquetarse con las siglas autorizadas de la estación. En algunas circunstancias muy limitadas, Arbitron puede optar por informar los estimados de estaciones de difusión con licencia de la FCC etiquetadas con un indicativo de alias. La decisión de implementar un indicativo de alias pertenece exclusiva y unilateralmente a Arbitron. Asimismo, Arbitron puede optar por modificar, cancelar o cambiar un indicativo de alias y/o su política de indicativos de alias en cualquier momento.

Arbitron no considerará ninguna solicitud de una estación de AM, FM o LP análoga o digital de informar los estimados de la estación con un indicativo de alias.

Cuando se usan, los indicativos de alias tienen un formato que los hace “parecer” un indicativo convencional. Los indicativos de alias tienen cuatro caracteres y comienzan con la letra “C” o “X” seguida del identificador de banda “AM” o “FM”. Para poder usarlo como indicativo de alias, el indicativo no debe ser apta para recibir una licencia en ningún país.

Estaciones que cambian las siglas durante el período de encuesta o informe

En el caso de las estaciones que cambiaron de siglas durante el período de encuesta, las primeras siglas que aparecen en el informe son las que estaban en uso el último día de la encuesta y las siglas anteriores de la estación son las que aparecen debajo. Si se producen intercambios de frecuencias entre estaciones de un mercado, las siglas con las que se publican los estimados de audiencia se basan en la verificación y la interpretación por parte de Arbitron de la información proveniente de diversas fuentes relevantes, que incluyen la FCC y las estaciones afectadas. Los detalles específicos con respecto a lo anterior aparecen en la página “Avisos especiales” del *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook correspondiente.

Informes de Línea Total (TLR)

Reseña

Las estaciones que son 100 por ciento de transmisión simultánea todo el intervalo de tres meses que se corresponde directamente con una encuesta con Diarios pueden solicitar “Informes de Línea Total”. Los estimados de audiencia de las estaciones que reciben Informes de Línea Total se informan mediante una línea total que combina la audiencia estimada de todas las estaciones del conjunto. La línea total del conjunto se etiqueta con las siglas de una estación del conjunto (la estación “principal”), que el conjunto designa por anticipado. Los estimados de audiencia de las estaciones que solicitan Informes de Línea Total se informarán con las siglas principales del conjunto en servicios e informes basados en los datos que se recopilan como parte de los servicios de Diario y PPM de Arbitron.

Criterios de los Informes de Línea Total

Para que puedan ser aptos para los Informes de Línea Total, todas las estaciones asociadas incluidas en el conjunto de TLR deben ser 100 por ciento de transmisión simultánea – incluida toda la programación, los comerciales y los anuncios de servicios públicos– el intervalo de tres meses que corresponde directamente a una encuesta con Diario. Las estaciones que tienen prohibida la transmisión simultánea de audio por Internet debido a gestión de derechos no están exentas del requisito de 100 por ciento de transmisión simultánea.

Estaciones aptas para solicitar TLR

Cualquier conjunto de estaciones análogas y/o digitales de transmisión simultánea pueden solicitar los Informes de Línea Total. En el caso de los conjuntos de estaciones con Informes de Línea Total que incluyen al menos una estación digital asociada, Arbitron exige que el indicativo principal del conjunto sea el de un asociado de transmisión simultánea análoga.

Las estaciones pueden solicitar estos informes al completar las secciones correspondientes del Formulario de Información de la Estación que se envía

Elaboración de informes e información de estaciones

a todas las estaciones antes del comienzo de cada encuesta con Diario.

La FCC exige que la versión análoga y digital de misma banda y mismo canal de una estación sea 100 por ciento de transmisión simultánea. Por este motivo, Arbitron informa estimados de estaciones análogas y principales de HD como un conjunto de Informes de Línea Total. No es necesario que las estaciones soliciten Informes de Línea Total para el conjunto de una estación análoga y su versión digital de misma banda y mismo canal.

Estimados de audiencia e información de las estaciones incluidas en un conjunto de TLR

Los estimados de audiencia y/o la información de asignación de crédito sin ponderar (incluidos los recuentos de cuartos de hora y en tabulación) de las estaciones asociadas individuales que se informan como parte de un conjunto de TLR no están disponibles en ningún servicio o informe oficial de Arbitron.

Informes de Línea Total y tendencias

Las tendencias de encuestas anteriores de la encuesta inicial por la que un conjunto recibe Informes de Línea Total reflejarán la escucha sólo de la estación principal. Durante la encuesta inicial por la que un conjunto recibe Informes de Línea Total, los promedios de varios libros del conjunto reflejarán la escucha de todas las estaciones asociadas en la encuesta actual, promediada con la escucha de la encuesta anterior de solamente la estación principal.

Requisitos mínimos para ser reportados (MRS)

Informes del mercado de radio/Arbitron eBooks basados en Diarios

Una estación de radio comerciales, o conjunto de estaciones de radio comerciales, es apta para ser listado en un *Informe del mercado de radio/Arbitron eBook* basado en Diarios si la estación o el conjunto cumplió con la totalidad de los siguientes estándares mínimos para la elaboración de informes del área geográfica correspondiente entre personas de 12 años o más, durante el horario de lunes a domingo de 6 AM a

medianoche de la encuesta correspondiente:

- la estación debe haber recibido crédito por al menos un cuarto de hora en al menos 10 Diarios en tabulación; y
- la estación o el conjunto debe tener un Rating de las Personas "Cume" del Área Metropolitana de 0.495 o mayor; y
- la estación o el conjunto debe tener un rating del cuarto de hora promedio del Área Metropolitana de 0.05 o mayor.

Informes del mercado de radio/Arbitron eBooks basados en PPM

Una estación o conjunto de estaciones de radio comercial o no comercial codificadas son aptas para ser listadas en un *Informe del mercado de radio/Arbitron eBook* basado en PPM si la estación o el conjunto cumplió cada uno de los siguientes estándares mínimos para la elaboración de informes del Área Metropolitana entre las personas de 6 años o más, durante el horario de lunes a domingo de 6 AM a medianoche del período de informe correspondiente:

- la estación o el conjunto debe haber recibido al menos un cuarto de hora de crédito de audiencia de al menos un Panelista en tabulación; y
- la estación o el conjunto debe tener un Rating de las Personas "Cume" del Área Metropolitana de 0.495 o mayor.

Los estimados de audiencia de una estación o conjunto de estaciones que no cumple con los MRS no pueden obtener en forma alguna a partir de los estimados de audiencia publicados en el *Informe del mercado de radio*, incluidos los estimados de "Tendencias de la audiencia objetivo" de los períodos de encuesta anteriores. Sin embargo, los estimados de audiencia individuales de las estaciones que no cumplen con los MRS para un *Informe del mercado de radio/Arbitron eBook* pueden obtenerse a través de otros servicios de Arbitron para los que sí califican.

Información sobre las estaciones

Para asegurarse de que la audiencia de radio y la exposición a los medios codificados se procese y acredite adecuadamente, Arbitron se esfuerza por recopilar y mantener actualizada la información de las instalaciones de todas las estaciones de radio. Esta información se obtiene de las estaciones de radio, la FCC y otras fuentes pertinentes. Esta información se almacena en las bases de datos de Arbitron y está integrada en los sistemas de elaboración de informes y procesamiento de datos de Diarios y PPM de Arbitron.

Paquete de Información sobre la Estación (SIP)

El Paquete de Información sobre la Estación (SIP) es el principal medio de recopilación y actualización de la información sobre las estaciones con que cuenta Arbitron. El SIP se envía por correo a todas las estaciones de radio siete semanas antes del primer día de la próxima encuesta con Diario. Este paquete contiene el Formulario de Información de la Estación, junto con instrucciones y otra información útil. Los formularios de SIP completos deben devolverse a Arbitron cuatro semanas antes del comienzo de la encuesta de modo que los archivos de datos de referencia de Arbitron puedan actualizarse según sea necesario. El programa de envío y de pedido de devolución del SIP para las estaciones internas de los mercados de Diario y PPM es el mismo.

Páginas de información sobre las estaciones

Para la comodidad de los usuarios de los informes, la información sobre las instalaciones de las estaciones seleccionadas y otra información no relacionada con la audiencia se incluye en las páginas tituladas "Información sobre las estaciones" de cada *Informe del mercado de radio/Arbitron eBook* para todas las estaciones que cumplieron con los estándares mínimos para la elaboración de informes correspondientes al informe. Además, la información sobre todas las estaciones está disponible en todo momento en el

Elaboración de informes e información de estaciones

sitio Web de Arbitron (http://www.arbitron.com/radio_stations).

Importancia de actualizar oportunamente la información sobre las estaciones

Arbitron procesa información sobre la audiencia diariamente. Por esto, es esencial que Arbitron tenga información actualizada sobre todas las estaciones en todo momento. Idealmente, las estaciones enviarán un aviso previo a Arbitron para informarle acerca de cambios inminentes en las instalaciones; esto permitirá que Arbitron actualice sus bases de datos en la fecha exacta en que se realizarán los cambios en las instalaciones. Si no es posible que las estaciones envíen un aviso previo a Arbitron acerca de los cambios en las instalaciones, es importante que informen dichos cambios a Arbitron de manera oportuna.

La precisión de la información sobre las estaciones que Arbitron tiene archivada es esencial para la calidad de los estimados de audiencia de Arbitron. A pesar de que Arbitron trabajará con las estaciones para garantizar que la información de todas las estaciones sea lo más precisa y esté lo más actualizada posible, si las demoras en la presentación de la información actualizada de las estaciones pusieran en riesgo la precisión de tal información, Arbitron se reserva el derecho de tomar medidas correctivas, incluidas, entre otras, la supresión de los estimados de audiencia de la estación.

Nombres de las estaciones

Arbitron usa el término "nombre de la estación" para referirse al identificador que la estación usa con más frecuencia en el aire, aparte de las siglas o la frecuencia exacta sola. Algunos ejemplos de nombres de estaciones: "Hot 107", "Q-95.3", "The Rocker" y "Newstalk 1100". Arbitron lleva un registro del nombre actual, así como de sus nombres previos, de todas las estaciones que envían su información. Los procesadores de Diarios de Arbitron pueden hacer una referencia cruzada con los nombres de las estaciones informados en las entradas en los Diarios y la información en archivo más reciente de las

estaciones en el área del Encuestado mientras procesan los Diarios.

Pautas para los nombres de las estaciones

Si bien las reglas para la nomenclatura de las siglas y las frecuencias están estandarizadas por la FCC, los nombres de las estaciones no están sujetos a las convenciones estilísticas de ninguna agencia reglamentaria. Para normalizar los nombres de las estaciones almacenados en sus bases de datos, Arbitron desarrolló las pautas y los procedimientos para los nombres de estación que se describen más adelante. La especificidad de estas pautas es por diseño; las pautas respetan la manera en que los Encuestados registran los nombres de las estaciones, y se aplican uniformemente en todos los mercados.

Los nombres de las estaciones deben usarse como identificadores al menos *cuatro veces por hora* o en más del 50 por ciento de las veces en que una estación usa una ID en el aire durante la hora de transmisión. Para seguir la pauta de cuatro veces por hora, el nombre de la estación no debe repetirse continuamente.

El nombre de las estaciones puede tener hasta 25 caracteres (incluyendo los espacios), pero no puede contener las siglas de la estación, la frecuencia exacta, una abreviación, marcas o símbolos de puntuación, el nombre de una persona, el nombre de un programa de radio, el nombre de un equipo de deportes profesional o universitario, una misma palabra escrita de varias maneras ni elementos redundantes.

Las estaciones que truncan o redondean su frecuencia (a lo que también se refiere como número entero) y la usan como identificador deben enviar el número entero como parte de su nombre de estación a fin de ser aptas para recibir el crédito de las entradas en el Diario con el número entero. No se aceptará más que un número entero como elemento del nombre de una estación.

Actualización del nombre de la estación

El medio principal para actualizar el nombre de una estación es el Formulario de Información de la Estación. Arbitron

también acepta actualizaciones de los nombres de las estaciones en cualquier momento de una encuesta, por medio de teléfono, fax, correo electrónico o correo postal. Si desea obtener información adicional sobre estos métodos de actualización de los nombres de las estaciones, comuníquese con el Equipo de Relaciones con las Estaciones de Radio de Arbitron al (410) 312-8062.

IMPORTANTE: ARBITRON SOLICITA INFORMACIÓN SOBRE LOS NOMBRES DE LAS ESTACIONES Y MANTIENE UN ARCHIVO DE ESTOS NOMBRES CON EL ÚNICO OBJETIVO DE ASIGNAR EL CRÉDITO DE AUDIENCIA DE RADIO INFORMADO EN LOS DIARIOS DE ARBITRON. EL HECHO DE QUE EL NOMBRE DE LA ESTACIÓN ESTÉ ARCHIVADO EN ARBITRON NO CONSTITUYE AUTORIZACIÓN LEGAL PARA USAR EL NOMBRE DE ESTACIÓN, GARANTÍA DE USO EXCLUSIVO DEL NOMBRE DE ESTACIÓN NI SUSTITUTO DE MARCA DE SERVICIO O MARCA COMERCIAL.

Procedimientos de grabación de emisión al aire de un nombre de estación

Los identificadores que se presentaron como nombres de estación que no siguen las pautas descritas anteriormente están supeditados a la eliminación de las bases de datos de Arbitron. En caso de que una estación haya informado mal su nombre de estación o no lo esté usando de acuerdo con las pautas descritas anteriormente, otra estación de radio puede cuestionar el uso del identificador sometiéndolo a una grabación de una emisión al aire con el nombre de la estación.

Para cuestionar el uso de un nombre de estación, la estación que lo cuestiona debe enviar una grabación de una emisión al aire que documente la falta de uso del nombre de estación. Todas las emisiones al aire deben contener dos grabaciones de 60 minutos continuos y sin editar que se hayan grabado durante el horario de lunes a viernes, de 6 AM a medianoche, en la misma semana calendario de la encuesta correspondiente. Es obligatorio que dicha grabación la haya efectuado una fuente

Elaboración de informes e información de estaciones

de monitoreo externa que no esté empleada por la estación que presenta el cuestionamiento. Las grabaciones de emisiones al aire pueden enviarse a Arbitron en formato físico (como un disco compacto o una cinta) o como un archivo de medios (en un formato estándar, como MP3). Si la emisión al aire se graba en un medio físico, el medio debe estar en blanco (nuevo o borrado por completo) al momento de empezar la grabación. Para complementar la grabación de la emisión al aire, la estación que presenta el cuestionamiento debe incluir una carta legalizada con estampilla o sello notarial que certifique los siguientes puntos: la estación que cuestiona el nombre de estación, la estación grabada (estación que aparece en la emisión al aire), el nombre de estación en cuestión, la fecha de la grabación, el horario de comienzo y fin de cada grabación, y la afirmación de que cada una de las grabaciones de emisiones al aire no fueron editadas ni alteradas.

No se aceptarán grabaciones de emisiones al aire que no sigan todos los procedimientos indicados anteriormente. Las grabaciones y la carta legalizada deben enviarse a la atención de *Radio Station Relations, Arbitron Inc., 9705 Patuxent Woods Drive, Columbia, MD, 21046-1572*. Para garantizar la resolución oportuna de todos los cuestionamientos de nombres de estación, las grabaciones de emisiones al aire deben enviarse tan pronto como sea posible tras la fecha de grabación.

Si la grabación de la emisión al aire documenta que el nombre de estación en cuestión no se usa de acuerdo con las pautas para nombres de estación mencionadas, el nombre de estación se eliminará de la información de la estación en la base de datos de Arbitron por el resto de la encuesta correspondiente. Una vez eliminado el nombre de estación, un asociado de Arbitron ingresará un nuevo nombre de estación en la base de datos para la estación de la que se envió la emisión al aire; Arbitron determinará qué nombre de estación se agregará a la base de datos de Arbitron, y este está basado en el uso de los identificadores que la estación use al aire, documentados en la grabación de la emisión al aire y según el criterio de

Arbitron. Tanto la estación que presentó la grabación de la emisión al aire como la estación que aparece en la grabación recibirán pronta notificación de la eliminación del nombre de estación que derivó de dicha grabación de la emisión al aire. Se debe tener en cuenta que la eliminación de un nombre de estación a causa de una grabación de una emisión al aire puede no afectar los requisitos necesarios de la estación para recibir crédito por las entradas de Diario que informen el nombre de la estación que fue cuestionado.

La estación cuestionada no puede volver a presentar el nombre de estación eliminado mientras dure la encuesta de la que se lo eliminó, pero puede hacerlo para la encuesta siguiente. Los nombres de estación que se envían y se eliminan repetidamente pueden desestimarse para varias encuestas.

Vista Preliminar del nombre de las estaciones

El lunes de la semana anterior al comienzo de cada encuesta, se envía a todas las estaciones que califican por el “uno por ciento” y/o que tienen licencia en el Área Metropolitana una Vista Preliminar del nombre de las estaciones, una lista de los nombres de estaciones actualizados de las estaciones de radio que entran en cada Área Metropolitana en que se realice la encuesta. Esta Vista Preliminar permite que las estaciones verifiquen que su nombre de estación esté listado correctamente en el archivo de Arbitron y brinda a las estaciones una lista de los nombres de las otras estaciones en archivo correspondientes a su mercado.

Durante la preparación de este informe, Arbitron se reserva el derecho de cuestionar o de reconfirmar el uso de cualquier nombre de estación sometido; agregar a su archivo de nombres de estación cualquier palabra, palabras o números enteros que puedan caer fuera de la descripción de los nombres de estación que se mencionan anteriormente, pero que se ha determinado debe aparecer en los Diarios de Arbitron de un mercado en particular; y/o adoptar los procedimientos que considere adecuados a su criterio

para apoyar la asignación de créditos correcta a partir de las entradas en los Diarios.

Estaciones autorizadas para usar los datos de Arbitron

Las estaciones autorizadas para usar los datos del *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook desde la fecha de publicación de los datos se identifican con el símbolo entre paréntesis “(s)” junto a las siglas de la estación en las páginas de Información sobre las estaciones del *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook.

Estaciones internas (home) y externas (away), identificadores alternativos de ciudad

Las estaciones que tienen licencia de la FCC correspondiente a una ciudad localizada dentro de un Área Metropolitana de radio de Arbitron generalmente se informan como “internas” de dicha área. Los estimados de las estaciones internas de un Área Metropolitana aparecen listadas “arriba de la línea” (es decir, arriba de una línea distintiva especial que separa las estaciones internas y externas) en el *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook publicado para el mercado interno de la estación.

Las estaciones que no tienen licencia de la FCC correspondiente a un Área Metropolitana pero se identifican con una ciudad de dicha área pueden aparecer listadas como internas del Área Metropolitana en el *Informe del mercado de radio* de ese mercado si las estaciones usan su ciudad según la FCC y el identificador de ciudad alternativa juntos como identificador de estación al menos una vez cada hora durante todo el período de encuesta o informe, y específicamente solicitan el estado de “internas” del Área Metropolitana para dicha área. Las solicitudes para pedir el estado de “interna” deben enviarse por escrito (las estaciones deben comunicarse con el personal de Relaciones de las Estaciones de Radio de Arbitron para obtener información adicional).

Elaboración de informes e información de estaciones

Es obligatorio que las estaciones de radio identifiquen su ciudad según la licencia de la FCC en el aire a intervalos regulares. Si una estación opta por identificarse también con una ciudad alternativa, la FCC exige que la estación se identifique con su ciudad de licencia asignada primero. Arbitron reconoce los identificadores de ciudad alternativa; por esto, ambos identificadores de ciudad aparecerán en la lista de la página “Información sobre las estaciones” del *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook, con la ciudad asignada por la FCC indicada primero.

Estado de “internas” de un DMA

Las estaciones que cuentan con licencia de la FCC correspondiente a una ciudad localizada en un DMA en particular se consideran internas de esa DMA. No hay otras pautas relacionadas con ser internas de un DMA.

Secuencia de elaboración de informes

Las estaciones y los conjuntos de estaciones aparecen listados en el *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook en orden alfabético según las siglas. Las estaciones y los conjuntos que son internos del área están separados visualmente de las estaciones que no lo son mediante una línea entrecortada (las estaciones internas están listadas “arriba de la línea”, mientras que las externas aparecen “debajo de la línea”).

Las estaciones que se involucraron en actividades que Arbitron determinó tienen potencial de constituir Parcialidad de ratings o Distorsión de ratings posiblemente se listen fuera de secuencia en la parte inferior de la página, debajo de otra línea entrecortada especial (a esto también se lo conoce como aparecer “debajo de la línea”).

Las estaciones extranjeras están listadas por debajo de las estaciones de EE.UU. dentro de las clasificaciones de informes internos/externos descritos anteriormente.

Modificación de los estimados de audiencia

Los estimados de audiencia no se modifican por ningún motivo, ni siquiera por los períodos de dificultad técnica, los períodos en que una estación codificada no transmite un código de CBET o las horas que no transmite una estación de difusión de tiempo parcial. El hecho de que se señalen las dificultades técnicas o los intervalos sin codificar en la página “Avisos especiales” tiene como único fin asistir a los usuarios de los informes al hacer su propia evaluación de los estimados de audiencia informados. Arbitron aceptará información sobre las dificultades técnicas y los intervalos sin codificar hasta el último día del período de informe.

Medidas de control de calidad para informar sobre estaciones externas

Antes de la publicación de cada *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook basado en PPM, se revisa el crédito de audiencia asignado a las estaciones AM y FM análogas que cumplieron con los requisitos mínimos para la elaboración de informes y que no son internas, ni tampoco alcanzan, el Área Metropolitana o DMA. Durante esta revisión, si se descubre que la estación cumplió con los requisitos mínimos *exclusivamente* sobre la base de la asignación anómala de crédito, las ponderaciones excesivas de Panelistas u otros factores no relacionados con viajes de los Panelistas, Arbitron puede optar por no informar los estimados de la estación. Una vez excluida del informe, la escucha acreditada a la estación permanece en los estimados de Personas que Usan los Medios Medidos; sin embargo, no hay disponible información detallada con respecto a la estación para ese período de informe. Arbitron se reserva el derecho de no informar los estimados de audiencia de cualquier estación externa según lo justifiquen las condiciones, a criterio de Arbitron.

Políticas y pautas sobre la Distorsión y la Parcialidad de ratings

La industria de la radio confía en la información que se publica como parte del *Informe del mercado de radio de Arbitron*/Arbitron eBook para los estimados del tamaño y la composición de las audiencias de radio. Las actividades de las estaciones que tienen el potencial de ejercer un impacto negativo en la credibilidad de los estimados socavan el valor percibido de la radio como medio publicitario, como también la credibilidad de la radio como proveedora honesta e indispensable de información y entretenimiento.

Para ayudar a mantener la integridad de los datos publicados como parte del servicio de *Informes del mercado de radio*/Arbitron eBooks (y, por extensión, la credibilidad de la radio como medio saludable y dinámico), Arbitron desarrolló pautas para las Actividades especiales de las estaciones; estas pautas tienen el objetivo de ayudar a los difusores de radio a evitar toda actividad que tenga el potencial de ejercer un impacto negativo en la credibilidad de los estimados de audiencia. Estas pautas se elaboraron en cooperación con difusores de radio, anunciantes y otros grupos de la industria, y están en conformidad con las pautas del MRC y la industria.

Arbitron proporciona la siguiente información general en relación con la Distorsión de ratings y la Parcialidad de ratings para asistir a los usuarios del *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook en la evaluación de los datos. Por cuestiones prácticas, ninguna exposición general de las pautas para las actividades especiales de las estaciones de Arbitron puede describir todas las actividades posibles que constituyen Distorsión de ratings o Parcialidad de ratings. Como tal, las siguientes categorías y ejemplos son ilustrativos y no son exhaustivos.

Infracciones de Distorsión de ratings/Parcialidad de ratings

Arbitron puede excluir de sus servicios e informes (es decir, eliminar de la lista) a cualquier estación que, a criterio de Arbitron, se haya involucrado en una actividad con potencial de constituir Distorsión de ratings o Parcialidad de ratings. No obstante, las actividades que no justifican la eliminación de la lista

pueden comunicarse al mercado mediante la colocación de un aviso en los informes correspondientes, la colocación de la estación fuera de orden alfabético o por debajo de una línea distintiva especial (listado por “*debajo de la línea*”) o por cualquier otro medio que Arbitron considere adecuado. Arbitron también se reserva el derecho de recurrir a otras formas de acciones correctivas.

Distorsión de ratings

Las categorías de las actividades con potencial de constituir Distorsión de ratings incluyen aquellas que pueden llevar a que el Encuestado informe indebidamente la escucha o a que el Panelista recopile exposiciones falsas a los medios, ofrecimientos a Encuestados o Panelistas, la participación de personas afiliadas a los medios de difusión en la encuesta o el Panel y el uso no autorizado de equipo de codificación.

Escucha informada indebidamente

En los mercados de medición con Diarios, Arbitron considera Distorsión de ratings cualquier actividad de una estación que, a criterio de Arbitron, pueda afectar la forma en que los Encuestados registran su escucha de modo que la escucha registrada difiera de la real.

Exposición falsa a medios codificados

En los mercados de medición con PPM, Arbitron considera como Distorsión de ratings cualquier actividad de una estación que, a criterio de Arbitron, pueda afectar el comportamiento de un Panelista de modo que las exposiciones a los medios captadas por su medidor difieran de la exposición real a los medios codificados.

Ofrecimiento a Encuestados o Panelistas

En todos los mercados, Arbitron considera como Distorsión de ratings cualquier anuncio, declaración o actividad que, a criterio de Arbitron, pueda instar a cualquier Encuestado o Panelista a que identifique su participación en la encuesta o el Panel, a que entregue el control de su instrumento de encuesta a una persona que no sea la que indicó Arbitron y/o a

proporcionar información falsa sobre el grupo demográfico o sobre el hogar a Arbitron. Además, Arbitron puede considerar como Distorsión de ratings cualquier intento por parte de una estación de conocer la identidad de un Encuestado o un Panelista, independientemente de que dicho intento dé como resultado la divulgación de algún participante de la investigación de Arbitron.

Afiliación a un medio de difusión (empleados de las estaciones)

La participación de un empleado de una estación de radio en una encuesta con Diario o en un Panel de PPM constituye Distorsión de ratings de parte de la estación a la que la persona está afiliada.

Afiliación a un medio de difusión (otras personas)

Las personas empleadas por una estación de televisión, así como los miembros del hogar en que vive una persona empleada por una estación de radio o televisión, no tienen derecho a participar en una encuesta con Diario de Arbitron.

Los empleados de estaciones de televisión por cable o de radio, cadenas de televisión o de radio, o agencias de publicidad, como también los miembros de sus hogares, no tienen derecho a participar en un panel de PPM de Arbitron.

La participación de cualquiera de las personas mencionadas en una encuesta con Diario o en un Panel de PPM constituirá Distorsión de ratings de parte de la estación a la que la persona está afiliada. Si el empleado de una estación descubre que un miembro de su hogar participó o aceptó participar en una encuesta con Diario o en un panel de PPM, se debe notificar a Arbitron de inmediato.

Uso sin autorización del equipo de codificación

Arbitron considera como Distorsión de ratings el uso sin autorización de equipo de codificación y/o el uso sin autorización de audio codificado. El uso sin autorización puede incluir – pero no se limita a – el uso de equipo de codificación de Arbitron por parte de cualquier estación (incluso de una

Políticas y pautas sobre la Distorsión y la Parcialidad de ratings

estación de copropiedad) que no sea la estación para la que Arbitron autorizó el equipo y/o la codificación doble de la señal de audio de una estación. Arbitron se reserva el derecho de tomar las medidas necesarias, según su opinión, para proteger la integridad de los datos publicados como parte del *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook.

Parcialidad de ratings

Las actividades con potencial de constituir Parcialidad de ratings incluyen las que podrían sensibilizar de un modo diferencial a los oyentes de una estación respecto de la metodología de Arbitron, el proceso de encuesta, los Diarios de encuesta, el procesamiento de reclutamiento de PPM o el equipo de PPM, en comparación con las personas que escuchan otras estaciones.

Promoción de la participación

En todos los mercados, Arbitron puede considerar como Parcialidad de ratings cualquier actividad, anuncio o declaración, en cualquier medio, por parte de una estación o en su nombre hacia la audiencia de la estación que, a criterio de Arbitron, pueda instar de un modo diferencial a la audiencia de la estación a que participe en una encuesta con Diario o un Panel de PPM.

Fomento a informar la escucha

En todos los mercados, Arbitron considerará como Parcialidad de ratings cualquier actividad, anuncio o declaración, en cualquier medio, por parte de una estación o en su nombre hacia la audiencia de la estación que pueda, a criterio de Arbitron, instar a la audiencia de la estación a que informe su escucha a Arbitron o a que exponga sus Medidores de manera diferente cuando escuchan esa estación que cuando escuchan otras estaciones.

Fomento a cumplir con las instrucciones de Arbitron

En todos los mercados, Arbitron considerará como Parcialidad de ratings cualquier actividad, anuncio o declaración, en cualquier medio, por parte de una estación o en su nombre hacia la audiencia de la estación que, a criterio de Arbitron, pueda alentar a la audiencia de la estación a que cumpla

con las instrucciones de Arbitron para los Encuestados y/o los Panelistas.

Anuncios de las encuestas

En todos los mercados, Arbitron considerará como Parcialidad de ratings cualquier anuncio o declaración que haga una estación de radio, en cualquier medio, que avise a los oyentes de la estación sobre la metodología o los instrumentos de Arbitron, o que esté en progreso un período de encuesta o informe, o que lo estará pronto. De manera similar, los anuncios que destaquen la importancia de participar en encuestas o paneles de rating de radio, independientemente de que se usen las palabras "Arbitron", "Diario" o "PPM", también pueden constituir Parcialidad de ratings. Con frecuencia, dichos anuncios exhortarán a los participantes a que sean "sinceros" o "precisos" al informar sus escuchas; tales instrucciones no invalidan el potencial de parcialidad de un anuncio.

Llamamientos indirectos

En todos los mercados, Arbitron puede considerar como Parcialidad de ratings cualquier llamamiento indirecto a los Encuestados o Panelistas que quizás no haga referencia específica a Arbitron, encuestas, paneles o ratings, pero que de todas maneras puede afectar de un modo diferencial la manera en la que Encuestados y Panelistas informan su escucha a la estación que da el mensaje. Tales mensajes a veces exhortan a los oyentes a que hagan un seguimiento de su escucha. Otros llamamientos indirectos usan lenguaje o gráficos que sugieren o describen el proceso de encuesta, la importancia de llevar el medidor o que hacen hincapié en que el éxito de la estación depende de que los oyentes informen su escucha.

Comentarios improvisados

Arbitron puede considerar como Parcialidad de ratings o Distorsión de ratings cualquier comentario improvisado (en el aire o en cualquier otro medio) que haga referencia o aluda a un período de encuesta o de informe pasado, presente o futuro de Arbitron, al Diario, al PPM o a los ratings de radio de una forma que podría sensibilizar a los Encuestados y los Panelistas respecto del proceso de encuesta o que pueda afectar el modo

en que los Encuestados y Panelistas cumplen con las instrucciones de Arbitron. Como su nombre implica, los comentarios improvisados generalmente son observaciones espontáneas en casos únicos que pueden haberse hecho con la intención de que sean graciosas. Las circunstancias que rodean una referencia habitualmente afectarán la decisión de Arbitron de citar o no esa referencia como comentario improvisado. Sin embargo, en los casos en que se justifique, Arbitron puede citar dicha referencia como actividad de Parcialidad de ratings y/o Distorsión de ratings, incluso si parece haber sido una observación improvisada.

Mención de fuentes

Arbitron no considera como Parcialidad de ratings la mención de información del período de informe o encuesta anterior como fuente en forma de publicidad para promocionar el éxito de una estación en las encuestas o los informes anteriores, según se permita en el acuerdo contractual con Arbitron. Nota: las referencias al desempeño de una estación en encuestas anteriores en el contexto del llamamiento al apoyo, así como otras referencias indirectas al proceso de encuesta, no están protegidas por esta pauta y puede que, de hecho, Arbitron las cite como actividades con potencial de constituir Parcialidad de ratings.

Proceso y procedimientos ante Distorsión y Parcialidad de ratings

Las solicitudes de una estación para que Arbitron realice averiguaciones sobre la actividad de otra estación deben enviarse a Arbitron por escrito y acompañadas de evidencia, como la grabación de una emisión al aire, una publicidad por correo directo o un recorte de periódico. Las solicitudes se recibirán hasta el último día del período de informe y deben dirigirse a: *Special Station Activities Committee, Arbitron Inc., 9705 Patuxent Woods Drive, Columbia, MD 21046-1572*. Las averiguaciones se inician a exclusiva discreción de Arbitron.

Arbitron revisará las actividades realizadas en cualquier momento (no sólo durante un período de informe) para

Políticas y pautas sobre la Distorsión y la Parcialidad de ratings

controlar el cumplimiento de las pautas mencionadas si, a criterio de Arbitron, la actividad tiene el potencial de socavar la integridad real o percibida de los estimados de audiencia. La misma actividad podría ser citada por dos o más informes consecutivos, según el momento y la gravedad de la actividad.

Además, las actividades señaladas de una estación pueden ser citadas para otras estaciones en que el segmento de programación específica también se transmitió.

Para evitar las actividades que tienen potencial de constituir Distorsión de ratings o Parcialidad de ratings, se aconseja a las estaciones que envíen las actividades planeadas a Arbitron para que se les haga una revisión previa confidencial. Se puede obtener información adicional sobre el proceso de revisión previa si se la solicita al Comité de Actividades Especiales de las Estaciones de Arbitron.

Sitios de redes sociales y otros medios pertinentes

Las pautas sobre Distorsión de ratings y Parcialidad de ratings de Arbitron se aplican a las actividades y los comentarios de las estaciones y los miembros de su personal en cualquier medio al que los oyentes probablemente estén expuestos, incluidos los periódicos, los sitios de redes sociales y otros medios que comunican mediante la palabra escrita. Los comentarios que haga el personal de una estación en sitios de redes sociales, por ejemplo, pueden tratarse como Distorsión de ratings si tienen probabilidades de instar a quienes son actualmente encuestados o panelistas de Arbitron a divulgar su participación, independientemente de que los comentarios den como resultado tal divulgación e independientemente de que el personal de la estación use seudónimos.

Información adicional

Las actividades de Distorsión de ratings y Parcialidad de ratings señaladas en los informes de Arbitron pueden o no haber afectado efectivamente los estimados de audiencia. No es posible probar ni negar el efecto de tales actividades, y Arbitron

no intentará hacerlo. Las actividades con potencial de constituir Distorsión de ratings o Parcialidad de ratings son, de todas maneras, inherentemente perjudiciales para los difusores, los anunciantes y los analistas de medios de difusión. El hecho de que estas actividades se lleven a cabo puede socavar la confianza en los estimados de audiencia y constituyen motivo suficiente para notificar a los usuarios de los informes que estas actividades ocurrieron.

Arbitron se reserva el derecho de emplear cualquier medio disponible para llamar la atención a la actividad de cualquier estación que, a opinión de Arbitron, tenga el potencial de socavar la credibilidad de los estimados de audiencia, aunque la actividad no cumpla con ninguno de los criterios descritos anteriormente. Asimismo, Arbitron se reserva el derecho de tomar otras acciones apropiadas, según el contenido, el contexto, la frecuencia y la repetición de la actividad.

Se recuerda a los usuarios de esta *Descripción de la metodología de los servicios locales sindicados* que las políticas y las pautas sobre Distorsión de ratings y Parcialidad de ratings descritas en el presente se aplican al servicio de *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook; la política sobre Distorsión de ratings y Parcialidad de ratings de otros servicios de Arbitron pueden diferir de la que se describe aquí.

Para obtener información adicional y ver las declaraciones de los grupos de la industria en apoyo de las pautas sobre Distorsión de ratings y Parcialidad de ratings de Arbitron, consulte la publicación *Manual sobre Distorsión de ratings y Parcialidad de ratings*.

Confiabilidad de los estimados de Arbitron

Puede pensarse que la precisión del resultado de cualquier encuesta tiene dos componentes: la **confiabilidad**, que se refiere específicamente al error de muestreo y la **validez**, que se refiere a los aspectos de la muestra que son ajenos al muestreo, como las fortalezas y las parcialidades asociadas con el instrumento de encuesta, la duración de la encuesta, etc. Al igual que toda encuesta que utilice una muestra del universo, los estimados de Arbitron están sujetos al error de muestreo y a errores ajenos al muestreo. Debido a las limitaciones descritas en el Capítulo 15 de esta *Descripción de la metodología de los servicios locales sindicados*, la confiabilidad de los estimados, los datos y los informes de Arbitron, así como los evaluadores estadísticos, no pueden determinarse con ningún valor o definición matemáticos precisos.

En este capítulo, se brindará una amplia reseña conceptual de la confiabilidad de los estimados de Arbitron publicados en *Informes del mercado de radio*/Arbitron eBooks basados en Diarios y basados en PPM. Las descripciones que se incluyen en este capítulo tienen fines de información general solamente y no constituyen una reseña integral de los principios estadísticos en que están basadas, ni tampoco del conocimiento de Arbitron.

Confiabilidad estimada

En este capítulo, se aborda específicamente la **confiabilidad estimada**, que se refiere a cuán cerca llegaría el estimado, en las aplicaciones repetitivas de los procedimientos de muestreo, del resultado que se lograría mediante un censo completo de la misma población (definida por el marco de la muestra) si se usaran los mismos estándares metodológicos y procedimientos de recopilación de datos. Es importante tener en cuenta que la confiabilidad no es una medida de la validez del estimado.

Error estándar

Una medida estadística importante de error de muestreo es el **error estándar**. La adición y la sustracción de un múltiplo del error estándar de cualquier estimado

de ese estimado produce un rango denominado **intervalo de confianza**. Cuando el intervalo de confianza es igual a más o menos uno de error estándar, el usuario puede estar 68 por ciento seguro de que un censo de la población total arrojaría un estimado dentro de ese intervalo de confianza. El nivel de confianza aumenta a medida que se eleva el número de errores estándar (1.0, 1.64, 1.96, etc.) usados para generar el intervalo. En igualdad de condiciones, mientras más pequeño es el error estándar, más confiable es el estimado.

Cuantificación de la confiabilidad de los estimados de audiencia

El muestreo al azar simple es un método para seleccionar personas de la población de modo que cada persona tenga la misma posibilidad de ser seleccionada. El error estándar de un rating basado en una muestra al azar simple se determinaría de la siguiente manera:

$$se = \sqrt{\frac{(p \cdot q)}{n}}$$

donde: p = el rating, q = 100 menos el rating, y n = tamaño de la muestra.

Si las encuestas y los Paneles de Arbitron estuvieran basados en una muestra al azar simple de personas, y a cada una se le hubiera hecho sólo una pregunta (p. ej.: "¿Escuchó la estación WAAA durante al menos cinco minutos entre las 9:00 y las 9:15 el lunes a la mañana?"), entonces "n" sería un recuento directo de la cantidad de personas que respondieron la pregunta. Pero la mayoría de las encuestas no están basadas en muestras al azar simples. (El muestreo de varias personas por hogar y la estratificación de la muestra en el nivel del condado son dos aspectos de la metodología de muestreo de Arbitron que hacen que las muestras al azar no sean simples). Además, las encuestas y los Paneles de Arbitron toman más de un dato por persona, y se usan varios datos para producir un rating para cada estación que cumple los requisitos por cada horario.

Dado que la muestra de Arbitron no es una muestra al azar simple, el tamaño de muestra efectivo no es una simple "n"; en su lugar, es una cantidad diferente de "n". Por lo tanto, la fórmula para estimar el error estándar de un estimado de Arbitron se expresa de la siguiente manera:

$$se = \sqrt{\frac{(p \cdot q)}{ESB}}$$

donde: p = el rating, q = 100 menos el rating, y ESB = la Base Efectiva de la Muestra.

Base Efectiva de la Muestra (ESB)

La Base Efectiva de la Muestra (ESB) es un estimado del tamaño de una muestra al azar simple que se requeriría para producir el mismo grado de confiabilidad (nivel de error de muestreo) que la muestra para una encuesta compleja como la de Arbitron.

De la ecuación anterior, dado que "p" y "q" son estimados conocidos, se desprende que, cuando Arbitron buscó desarrollar un medio para cuantificar la confiabilidad de sus estimados de audiencia, la tarea esencial fue desarrollar un método para estimar la ESB de cada estimado de audiencia.

Arbitron Replication II: A Study of the Reliability of Radio Ratings

En 1971, Arbitron respondió al desafío de la Asociación Nacional de Difusores (National Association of Broadcasters) y el Consejo de Rating de Difusión (Broadcast Rating Council) [ahora con el nombre Media Rating Council (MRC)] hacia todos los servicios de ratings para que estudiaran la confiabilidad de sus estimados.

En 1974, los resultados preliminares sobre la confiabilidad de las mediciones de radio se publicaron en *Arbitron Replication: A Study of the Reliability of Broadcast Ratings*. Después, en 1981, se confeccionó *Arbitron Replication II: A Study of the Reliability of Radio Ratings*. El objetivo de este estudio exhaustivo,

Confiabilidad de los estimados de Arbitron

realizado en asociación con el MRC, fue determinar los factores que afectan las ESB de la radio y brindar a los usuarios un método fácil y lógico de estimar el error de muestreo en los *Informes del mercado de radio*. Entre los resultados clave del estudio, se incluyen:

- Identificación de varios factores que afectan la ESB: observaciones múltiples por encuestado; cantidad de encuestados por hogar; área en que se lleva a cabo la encuesta (Área Metropolitana, TSA, DMA); ponderación.
- Desarrollo de un modelo que refleje el impacto de cada uno de estos factores en la ESB (y, por ende, el error estándar) de un estimado de audiencia específico.
- Traducción de las variables del modelo a una forma que cualquier usuario del *Informe del mercado de radio* pudiera aplicar a todos los estimados de audiencia de radio.

El estudio *Replication II*, que se basó en 19 mercados, fue validado más tarde por el MRC usando nueve mercados adicionales. El objetivo del estudio de validación fue verificar que la metodología de replicación podía predecir sistemáticamente los errores estándar hasta dentro de tolerancias muy acotadas. También se realizaron análisis especiales para determinar con qué eficacia el modelo predecía errores estándar en situaciones extremas (estación de alta productividad, estación de baja productividad; estación de alta potencia, estación de baja potencia, etc.). Se halló que la metodología cumplía con las rigurosas pruebas de validación que hizo el MRC. El informe *Arbitron Replication II: A Study of the Reliability of Radio Ratings* puede verse en línea en www.arbitron.com.

Estudio de replicación de PPM

En el otoño y el invierno de 2005-2006, Arbitron realizó un estudio de replicación de los estimados de ratings de radio con PPM en el Área Metropolitana de Houston-Galveston. El estudio de replicación con PPM tuvo un concepto y un diseño similares a los del estudio *Replication II*.

Como en *Replication II*, se empleó la metodología de replicación “jackknife” para estimar la confiabilidad de los estimados de ratings con PPM. Los hallazgos clave del estudio *Replication II* —que las observaciones múltiples por encuestado, la cantidad de encuestados por hogar y la ponderación afectan la confiabilidad— se combinaron con los datos empíricos de confiabilidad de PPM de Houston-Galveston para crear un modelo que generara estimados de confiabilidad para los usuarios. Este modelo es de naturaleza similar al de *Replication II*.

Arbitron tiene planes de realizar periódicamente estudios de replicación de los estimados de ratings con PPM y actualizar los parámetros del modelo de confiabilidad.

Determinación del error estándar de un estimado de Arbitron

Cada *Informe del mercado de radio de Arbitron*/Arbitron eBook tiene dos tablas (A y B) que brindan la información necesaria para estimar el error estándar de un estimado de Arbitron.

Tabla A

La tabla A es el numerador de la fórmula de error estándar. Contiene la raíz cuadrada de la cantidad ($p \cdot q$) para cada rating teórico de 0.1 a 50. Dado que los valores de esta tabla dependen únicamente del valor de los ratings específicos, son constantes para todos los mercados y encuestas. La tabla se detiene en el rating de 50 porque ($p \cdot q$) para un rating en particular es lo mismo que ($p \cdot q$) para 100 menos el rating. Por ejemplo: ($p \cdot q$) para un rating de 57.2 ($57.2 \cdot 42.8$) es lo mismo que ($p \cdot q$) para un rating de 42.8 ($42.8 \cdot 57.2$).

Tabla B

La tabla B es el denominador de la fórmula de error estándar. Contiene la raíz cuadrada de la ESB para cada estimado de la sección “Estimados de oyentes” del *Informe del mercado de radio* por grupo demográfico y horario, y se deriva personalizadamente para cada mercado y encuesta.

Los valores de ESB toman en cuenta:

- Factores variables (como la muestra en tabulación real para el grupo demográfico y la cantidad de tareas de ponderación que se aplicaron a la información demográfica discreta), y
- Factores constantes (como la cantidad de cuartos de hora del estimado en particular y el efecto que tiene sobre el estimado de audiencia el hecho de que haya varias personas por hogar).

El error estándar de un rating específico se obtiene al dividir el valor de la tabla A por el valor de la tabla B:

Ejemplo: Supongamos que WAAA logra un rating AQH de 6.9 entre las personas de 25 a 54 años en el horario de lunes a viernes de 6 AM a 10 AM. La confiabilidad del estimado se evaluaría de la siguiente manera:

- El valor de la tabla A para el rating de 6.9 es 25.35.
- El valor de la tabla B para personas de 25 a 54 años, de lunes a viernes de 6 a 10 de la mañana es de 69.68.
- Error estándar de uno (1 se) = $25.35/69.68 = 0.36$ (se redondea a 0.4).
- Intervalo de confianza del 68 por ciento (1 se) = $6.9 \pm 0.4 = 6.5$ a 7.3

El rating \pm ($1.64 \times$ el error estándar) arroja un intervalo de confianza del 90 %.

En el ejemplo anterior, $6.9 \pm (1.64 \times 0.4)$ arroja un intervalo de confianza de 6.3 a 7.5. Interpretación: el usuario puede estar 90% seguro de que un censo de todas las personas de 25 a 54 años arrojaría un rating AQH en el horario de lunes a viernes, de 6 AM a 10 AM, de entre 6.3 y 7.5.

El rating \pm ($1.96 \times$ el error estándar) arroja un intervalo de confianza del 95 % (con un cálculo como el anterior), y el rating \pm ($2.58 \times$ el error estándar) arroja un intervalo de confianza del 99 % (con un cálculo como el anterior).

Puede encontrarse información adicional después de las tablas A y B del *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook correspondiente, y en la calculadora de error estándar en línea que está a disposición de todos los suscriptores del sitio Web de Arbitron eBook.

Estimados de audiencia de DMA

En los mercados de radio calificados entre 1 y 100, Arbitron publica estimados de audiencia para el DMA después de las encuestas de primavera y otoño. En los mercados en que el Área Metropolitana efectuó la conversión a medición con PPM, los estimados de audiencia publicados para el DMA consistirán de una combinación de datos provenientes de Diarios y Medidores. En este capítulo, se brindará una reseña de las políticas y los procedimientos de Arbitron en relación con los estimados de audiencia del DMA, con atención en la política, la metodología y el proceso que es exclusivo de los estimados de audiencia que consisten de una combinación de información basada en Diarios y en Medidores. Las descripciones que se incluyen aquí tienen fines de información general solamente, no constituyen el contenido completo del conocimiento de Arbitron y son simplistas para facilitar la ilustración de los conceptos.

Medición de DMA

Arbitron ha elegido tomar el enfoque de un "único instrumento" para medir las unidades de muestra del Área Metropolitana de un mercado; para elaborar el *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook, todos los condados de Área Metropolitana del mercado se medirán con Diarios o con Medidores. (No obstante, Arbitron puede optar por asignar Diarios en condados de medición con Medidor o bien Medidores en condados de medición con Diarios por otras cuestiones).

Un DMA puede medirse con Diarios, Medidores o una combinación de ambos. Los estimados de audiencia de un DMA que no contiene ningún condado de Área Metropolitana de medición con PPM se basarán exclusivamente en información recopilada en los Diarios en tabulación. Los estimados de audiencia de un DMA que abarca únicamente condados de medición con Medidor se basarán exclusivamente en la información recopilada por los Medidores en tabulación. Los estimados de audiencia de un DMA que está compuesto de condados de Área Metropolitana de medición con Medidor y condados de DMA de medición con Diario se basarán en una combinación de los Diarios y

Medidores en tabulación. (Nota: debido a consideraciones metodológicas, todos los condados de DMA de Área Metropolitana y que no pertenecen a un Área Metropolitana del mercado de Houston-Galveston se miden con Medidores).

Estaciones con derecho a ser incluidas en los informes en un DMA con un Área Metropolitana medida con Diarios

Las estaciones con derecho a ser publicadas en los informes de un DMA en la que tanto los condados de Área Metropolitana como los condados de DMA que no pertenecen a un Área Metropolitana se miden con Diarios son las estaciones aptas para ser publicadas en *Informes del mercado de radio*/Arbitron eBooks basados en Diarios. Para obtener información adicional, consulte "Elaboración de informes de estaciones e información de estaciones" y "Estándares Mínimos para la Elaboración de Informes" en la página 13.2.

Estaciones con derecho a ser incluidas en los informes en un DMA con un Área Metropolitana medida con Medidores

Las estaciones con derecho a ser publicadas en los informes de un DMA en que tanto los condados de Área Metropolitana como los condados que no pertenecen a un Área Metropolitana se miden con Medidores, o en un DMA en que el Área Metropolitana y el DMA contienen exactamente los mismos condados, son las estaciones aptas para ser publicadas en *Informes del mercado de radio*/Arbitron eBooks basados en PPM. Para obtener información adicional, consulte "Elaboración de informes de estaciones e información de estaciones" y "Estándares Mínimos para la Elaboración de Informes" en la página 13.2.

Estaciones con derecho a ser incluidas en los informes en un DMA con múltiples instrumentos

Las estaciones con derecho a ser publicadas en los informes de un DMA en que los condados de Área Metropolitana se miden con Medidores y los condados que no pertenecen a un Área Metropolitana se miden con Diarios difieren de la política de elaboración de informes de DMA con PPM, DMA con Diarios y Área Metropolitana de Arbitron. Por esto, la siguiente es una descripción detallada.

Estaciones de radio AM y FM comerciales

Las estaciones de radio AM y FM y los conjuntos de Informes de Línea Total comerciales, así como las estaciones de radio digital que son parte de un conjunto de TLR que incluyen una estación de radio AM o FM, son aptos para informarse en un DMA con múltiples instrumentos, sujetos a los requisitos mínimos para la elaboración de informes pertinentes.

Estaciones de radio AM y FM no comerciales

Las estaciones de radio AM y FM y los conjuntos de TLR no comerciales son aptos para informarse en un DMA con múltiples instrumentos, sujetos a los requisitos mínimos para la elaboración de informes pertinentes.

Nota: en las DMA en que el Área Metropolitana y el DMA se miden con Diarios, las estaciones no comerciales no son aptas para la elaboración de informes.

Estaciones digitales que no forman parte de un conjunto de Informes de Línea Total

Las estaciones de radio digital codificadas que no forman parte de un conjunto de Informes de Línea Total (es decir, estaciones digitales "independientes") pueden informarse en un DMA con múltiples instrumentos, sujetas al estándar mínimo para la elaboración de informes pertinente. En los DMA que contienen un Área Metropolitana con PPM, los estimados

Estimados de audiencia de DMA

de audiencia de la estación reflejarán su audiencia basada en PPM solamente.

Nota: en las DMA en que el Área Metropolitana y el DMA se miden con Diarios, las estaciones de radio digital independientes no son aptas para la elaboración de informes.

Estaciones de LPTV 6 análogas que operan como estaciones de radio

Las estaciones LPTV análogas codificadas que operan como estaciones de radio pueden informarse en un DMA con múltiples instrumentos, sujetas a los requisitos mínimos de elaboración de informes pertinentes. Los estimados de audiencia informados para la estación pueden incluir la escucha basada en PPM más la escucha basada en Diarios de la estación, o puede representar su escucha basada en PPM solamente. La política de elaboración de informes pertinente puede variar de un DMA a otra, puede estar supeditada a la presencia de un Área Metropolitana medida con Diario incrustados en el DMA, y/u otros factores.

Requisitos mínimos para la elaboración de informes

Los estimados de audiencia para las estaciones y los conjuntos de estaciones aptas (como se describe anteriormente) se informarán si la estación o el conjunto cumplió con los siguientes requisitos mínimos para la elaboración de informes en el DMA entre las personas de 12 años o más durante el horario de lunes a domingo de 6 de la mañana a medianoche del período de informe de 12 semanas correspondiente:

- la estación debe haber recibido crédito por al menos un cuarto de hora en al menos un Diario o Medidor en tabulación; y
- la estación o el conjunto debe tener un rating de las Personas "Cume" del DMA de 0.495 o mayor.

Determinación de estimados de audiencia en DMA con múltiples instrumentos

El enfoque general de Arbitron para preparar estimados de audiencia para las

estaciones de un DMA con múltiples instrumentos es combinar los estimados de audiencia basados en Diarios y en Medidores de la estación. De esta manera, los estimados de audiencia de los DMA no están basados en datos que vuelven a recibir la asignación de crédito, pasan por una nueva ponderación ni se modifican de otra manera más que por un redondeo sencillo. A continuación se presenta un ejemplo de cómo se prepara cada estimado.

Estimados AQH (00) en un DMA con múltiples instrumentos

El estimado AQH (00) de una estación basado en una combinación de Diarios y Medidores se determina al sumar el valor de personas AQH con Diario sin redondear con las personas AQH diarias promedio con PPM sin redondear y al redondear luego a la centena más cercana.

Estimados de rating AQH en un DMA con múltiples instrumentos

El estimado de rating AQH de una estación basado en una combinación de Diarios y Medidores se determina al dividir el AQH (00) del DMA de la estación por la población de personas de 12 años o más del DMA (como lo determina la suma de los PPDV y los valores de personas por medidor correspondientes). Los estimados de rating AQH basados en una combinación de Diarios y Medidores se redondean a un lugar decimal.

Estimados de "Cume" (00) en un DMA con múltiples instrumentos

El estimado de "Cume" (00) en el nivel de DMA de una estación se determina al sumar el estimado de Personas "Cume" basado en Diarios sin redondear y el estimado de Personas "Cume" semanal promedio basado en Medidores y sin redondear de la estación, y luego al redondear a centenas.

Estimados de rating de Personas "Cume" en un DMA con múltiples instrumentos

El estimado de rating de Personas "Cume" en el nivel de DMA de una estación se determina al dividir el estimado de "Cume" (00) del DMA de la estación por la población de personas de 12 años o más del DMA (como lo

determina la suma de los PPDV y los valores de personas por medidor correspondientes).

Totales de DMA

Los totales de DMA para los DMA con múltiples instrumentos representan el total de la suma de toda la escucha acreditada recopilada por los Medidores en tabulación y registrada en los Diarios en tabulación, incluido el crédito asignado a estaciones que fueron informadas, estaciones que no fueron informadas, la escucha acreditada a estaciones que no fueron aptas para la elaboración de informes, y la escucha de radio que no se acreditó a ninguna estación específica (es decir, escucha sin identificar).

Confiabilidad de los estimados de audiencia de DMA con múltiples instrumentos

Generalidades

Los estimados de audiencia de DMA con múltiples instrumentos de una estación están sujetos a los mismos principios de confiabilidad estadística que los estimados de audiencia de nivel de Área Metropolitana (por ejemplo, de un único instrumento). Consulte el Capítulo doce, "Confiabilidad de los estimados de audiencia", de esta *Descripción de la metodología de los servicios locales sindicados* para obtener información adicional.

Tabla A y B de DMA

Aunque los valores de la tabla A de los informes de Arbitron son los mismos en todos los servicios e informes, los usuarios de los estimados de audiencia de DMA con múltiples instrumentos deben tener en cuenta que los valores de la tabla B para los DMA con múltiples instrumentos son los que se publican para el DMA como parte del Servicio Nacional (Nationwide) de Arbitron; los valores de la tabla B publicados en el *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook del mercado pueden no ser aplicables.

Estimados de audiencia de DMA

Información adicional

Exclusión de los datos de personas de 6 a 11 años en DMA con Áreas Metropolitanas de medición con PPM

Los estimados de audiencia en el nivel de DMA están basados en datos de personas de 12 años o más solamente; la parte de los estimados de una estación que están basados en los Medidores de personas 6 a 11 años se excluyen de todos los cálculos de estimados de audiencia del DMA debido al hecho de que la información de este grupo demográfico no es seleccionada por los sistemas de procesamiento de datos de Arbitron durante el proceso de combinación de Diarios y Medidores.

Impacto de la fecha de conversión del mercado en los estimados de audiencia de DMA

Arbitron puede optar por cambiar el instrumento de medición de un mercado en cualquier momento. Sin embargo, Arbitron se abstendrá de implementar el nuevo instrumento a "mitad de mes". El instrumento de medición nuevo se implementa al comienzo de un período de informe solamente.

Instrumento de registro

A los fines de la elaboración de informes en el *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook, el instrumento de medición en uso durante el último mes del período de encuesta trimestral se considera "el instrumento de medición de registro".

Cambios en el estado de codificación de la estación

Como se indicó anteriormente, los estimados de audiencia basados en una combinación de datos de Diarios y Medidores incluyen información recopilada durante el intervalo de 12 semanas que corresponde directamente con una encuesta con Diario. De esta manera, los estimados de audiencia de un DMA con múltiples instrumentos para una estación que comienza a codificar o deja de codificar durante el período de informe vigente están sujetos a las limitaciones que se explican en esta *Descripción de la metodología de los servicios locales sindicados*. Los

estimados de audiencia de una estación que experimenta un cambio en el estado de codificación durante el período de informe se etiquetarán en el informe de DMA pertinente.

Dificultades técnicas e intervalos sin codificar

Se recuerda a los usuarios de los estimados de audiencia de DMA con múltiples instrumentos que las limitaciones inherentes a los intervalos sin codificar y/o los períodos de dificultad técnica informados en el *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook están latentes en los estimados de audiencia en el nivel del DMA con múltiples instrumentos de la estación. Para obtener información adicional, los usuarios de los datos deben consultar la sección "Avisos especiales" de los informes correspondientes.

Acreditación del MRC

En el momento de elaboración de este documento, los informes de DMA basados exclusivamente en datos recopilados en Diarios cuentan con la acreditación del Media Rating Council. Arbitron planifica buscar la acreditación del MRC para los informes de DMA basados en una combinación de datos de Diarios y Medidores.

Procesamiento de datos y control de calidad

Los estimados de audiencia de un DMA con múltiples instrumentos de una estación son preparados por un conjunto de software creado específicamente para esta función que se ha integrado en los sistemas de procesamiento de datos de Arbitron. Dado que la información que alimenta este software son los datos que procesaron los sistemas de procesamiento de datos estándar de Diarios y PPM de Arbitron, las medidas de control de calidad de esos sistemas están latentes en los estimados de audiencia de DMA. Sin embargo, Arbitron ha incorporado medidas de calidad y seguridad de los datos en el software que se usa para preparar los estimados de audiencia de DMA.

Radio County Coverage de Arbitron

Reseña del servicio de Radio County Coverage de Arbitron

El servicio de *Cobertura de condados con radio de Arbitron* (de aquí en adelante, “*County Coverage*” o “servicio *County Coverage*”) proporciona a los usuarios de datos autorizados los estimados de las estaciones de radio que cumplieron con el requisitos mínimo para la elaboración de informes condado por condado.

En abril de cada año, se prepara un informe de *County Coverage* para cada uno de los 50 estados y el Distrito de Columbia. Cada informe contiene estimados de los condados o grupos de condados, según corresponda, sobre todos los condados del estado (o el Distrito de Columbia). Los informes de *County Coverage* se publican como un libro impreso.

Aunque son importantes para una gran gama de usuarios, los datos que se brindan como parte del servicio de *County Coverage* son de particular interés para las estaciones y los anunciantes de las áreas que no se miden como parte de ningún otro servicio de Arbitron.

Antes, se incluía una descripción sucinta o en “boiler plate” de la metodología en cada informe *County Coverage* impreso. Arbitron decidió que, a partir de enero de 2009, ya no se producirá ninguna descripción sucinta adicional sobre la metodología de la *County Coverage*. A partir de este punto, este capítulo de la *Descripción de la metodología de los servicios locales sindicados*, “*County Coverage* de Arbitron”, es la descripción definitiva de la metodología de la *County Coverage*.

La metodología de la *County Coverage* está basada en la metodología del *Informe del mercado de radio de Arbitron*/Arbitron eBook. Excepto que se lo indique específicamente en este capítulo, los procedimientos de muestreo, recopilación de datos, procesamiento de datos y elaboración de informes de estimados que se describen en esta *Descripción de la metodología de los servicios locales sindicados* también se aplican al servicio de *County Coverage*.

Hasta la medida en que cualquier disposición contenida en este capítulo sea incoherente o esté en conflicto con cualquier disposición contenida en la sección “Avisos especiales” de un informe de *County Coverage*, tales “Avisos especiales” tendrán prevalencia y/o enmendarán este capítulo.



Con la acreditación de
Media Rating Council®

Qué significa la acreditación de MRC

El servicio de *County Coverage* del mercado de radio de Arbitron cuenta con la acreditación del

Media Rating Council (MRC) desde 2003. Para merecer la acreditación continua del MRC, Arbitron:

1. Cumple los requisitos mínimos del Consejo en cuanto a la investigación del rating de medios.
2. Suministra información completa al MRC acerca de los detalles de su operación.
3. Realiza su servicio de medición sustancialmente de acuerdo con las manifestaciones de sus usuarios autorizados y el Consejo.
4. Accede a la realización y paga el costo de las auditorías anuales exhaustivas de los servicios acreditados de Arbitron por parte de las empresas de evaluación exhaustiva del rendimiento (Chartered Public Accountant - CPA) que señale el MRC.

Además de pagar cargos importantes de auditoría, Arbitron proporciona espacio en oficinas y archivos a los auditores del MRC, como también gran tiempo del personal y de equipos informáticos que se necesitan en los diversos aspectos de la auditoría.

Se puede obtener más información sobre los procedimientos de acreditación y auditoría del MRC en la siguiente dirección:

Director Ejecutivo
Media Rating Council, Inc.
420 Lexington Avenue, Suite 343
Nueva York, NY 10170

La metodología del servicio de County Coverage

El año de trabajo de campo

Los estimados de audiencia de la *County Coverage* están basados en la información que contienen todos los Diarios en tabulación devueltos de un condado durante el correspondiente *año de trabajo de campo*. El año de trabajo de campo corresponde a todas las encuestas realizadas en el condado durante el año calendario previo.

Diarios incluidos en el informe de County Coverage

Todos los Diarios devueltos de un condado a Arbitron y que están en tabulación para cualquier servicio oficial local de Arbitron también se incluyen en un informe de *County Coverage*. Los Diarios en tabulación devueltos a Arbitron que se dedican a objetivos diferentes de los oficiales (por ejemplo, los Diarios marcados para proyectos de investigación personalizados o pruebas de métodos) no se incluyen en ningún informe de *County Coverage*.

Umbral mínimo en tabulación del condado

A fin de que se preparen e informen los estimados de audiencia de un condado, dicho condado debe haber devuelto un mínimo de 30 Diarios en tabulación durante el año de trabajo de campo correspondiente.

Administración de muestras

Se realiza un análisis de la muestra de forma continua para estimar si la muestra en tabulación proyectada del condado llegará al mínimo de 30 en tabulación. Si se estima que no llegará, se ordena una muestra adicional específicamente con el fin de cumplir con el requisito mínimo de muestra en tabulación para la *County Coverage*.

Estimados de población

Los estimados de población de la encuesta de otoño de un condado son los estimados que usa Arbitron en la preparación de todos los informes de *County Coverage*. En el caso de los estimados de población de condados divididos, toda la población se asigna a sus respectivas divisiones del condado,

Radio County Coverage de Arbitron

sobre la base de los estimados de población por código postal que recibe Arbitron de su proveedor de datos, Nielsen Claritas, Inc.

Grupos de condados

Si un condado no cumple con el mínimo de 30 Diarios en tabulación, puede combinarse o "agruparse" con un condado adyacente del mismo estado y la misma zona horaria. Los estimados de audiencia de los condados agrupados se informan como una sola entidad. Si una ciudad independiente no cumple con el mínimo de 30 unidades en tabulación, se la agrupará con el condado en el que está localizada físicamente.

Índices de PPDV y agrupación de condados

Si un condado no cumple con el mínimo de 30 unidades en tabulación, Arbitron realiza un análisis detallado para determinar cuál es el condado más adecuado con el que agruparlo. Este análisis está fundado en una comparación del índice de PPDV promedio de cada condado considerado para la agrupación.

En este análisis, se calcula el PPDV promedio de cada condado considerado para la agrupación mediante la división de la suma de los PPDV de todos los Diarios devueltos del condado por la cantidad de Diarios en tabulación devueltos del condado. Después, el PPDV promedio del condado se indexa contra el PPDV promedio de todos los otros condados en consideración para la agrupación (es decir, el PPDV promedio más alto se divide por el más bajo). Los condados con un índice de PPDV promedio de menos de 2 pueden combinarse. Se realizan análisis adicionales en los condados con un índice de PPDV igual o superior a 2, para determinar si los PPDV son demasiado distintos para efectuar la agrupación. Todas las determinaciones sobre qué condados son adecuados para la agrupación son definitivas y pertenecen exclusivamente a Arbitron.

Condados con muestra en tabulación de cero

Los condados con cero Diarios en tabulación devueltos no se incluyen en ningún informe de *County Coverage*, ya

sea individualmente ni como parte de un grupo de condados. Debido a la naturaleza de los procedimientos de muestreo de Arbitron, es sumamente improbable que se devuelvan cero Diarios en tabulación de algún condado que Arbitron haya tomado como muestra.

Ponderación de la muestra

El servicio de *County Coverage* usa una metodología de *ponderación de celdas*; esta metodología es considerablemente diferente de la metodología de ponderación marginal recursiva que se usa en la preparación de los estimados que se publican en los *Informes del mercado de radio*/Arbitron eBooks. En la metodología de ponderación de celdas de Arbitron, cada Diario en tabulación de un condado o grupo de condados de la misma celda de edad/sexo se pondera con el mismo Valor de Personas por Diario; este valor se calcula como la población de la celda de edad/sexo dividida por la cantidad de Diarios en tabulación para la celda de edad/sexo y es específico del servicio de *County Coverage*. Arbitron pondera los datos de *County Coverage* de acuerdo con las 16 celdas demográficas estándar que usa para compensar la muestra de los *Informes del mercado de radio*/Arbitron eBooks.

La etnia es una variable de ponderación de celdas para todos los condados y grupos de condados en que se cumple la totalidad de las siguientes condiciones:

- A. El condado está localizado en un Área Metropolitana controlada por etnias.
- B. El condado cumplió con los requisitos de control étnico en cada encuesta del año de trabajo de campo correspondiente.
- C. Se devolvió un mínimo de 30 Diarios en tabulación de cada uno de los grupos étnicos que se ponderan en el condado.

Modificaciones de las horas de transmisión

Los estimados de audiencia de *County Coverage* se modifican a las horas de transmisión de la estación según ésta se lo informa a Arbitron. Las estaciones que transmiten durante menos de un período

completo deben estar en el aire un mínimo de cuatro cuartos de hora por día del horario correspondiente a fin de ser aptas para ser informadas en el horario. Se usa un cronograma de transmisión de lunes a domingo de 6 de la mañana a medianoche para las estaciones internas de Canadá y México que no proporcionaron información sobre las horas de transmisión a Arbitron.

Modificaciones de zona horaria

Si bien los condados de un grupo de condados normalmente están en la misma zona horaria, puede haber casos en que haya una diferencia en el horario local entre ellos. Las diferencias de zona horaria local dentro de un grupo de condados se resuelven modificando la zona horaria del grupo a la zona horaria del condado con la mayor población estimada.

Modificaciones por dificultades técnicas/año de trabajo de campo

Los estimados de *County Coverage* no se modifican si alguna estación tuvo dificultades técnicas o no transmitió todo el año de trabajo de campo. Dado que el tiempo que una estación está fuera del aire constituye escucha "cero", los estimados de la estación pueden aparecer subestimados en los horarios en que no estuvo en el aire.

Criterios para elaborar informes sobre las estaciones

Para ser listada en un informe de *County Coverage*, una estación de radio o un conjunto de Informes de Línea Total debe realizar operaciones regulares de transmisión comercial sistemática conforme a lo que establece la autoridad de la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC) u otra autoridad gubernamental correspondiente.

Requisitos mínimos para la elaboración de informes

Se informan los estimados de audiencia de una estación de un condado si la estación cumplió con el *mayor* de los siguientes estándares mínimos para la elaboración de informes:

Radio County Coverage de Arbitron

- A. La estación debe haber recibido el crédito de al menos un cuarto de hora en al menos tres Diarios en tabulación del condado o grupo de condados en el año de trabajo de campo correspondiente, o
- B. La estación debe haber recibido el crédito de al menos un cuarto de hora en el uno por ciento de los Diarios en tabulación devueltos del condado o grupo de condados en el año de trabajo de campo correspondiente.

Secuencia de elaboración de informes y "Otras"

Los estimados de audiencia de las estaciones que cumplieron con los requisitos mínimos para la elaboración de informes de un condado se publican en orden alfabético, y las estaciones que son internas de un Área Metropolitana se agrupan adelante de las estaciones que no lo son. Después de los estimados de las estaciones individuales, también se informa un estimado de la categoría "Otras". Este estimado es una suma de la escucha de estaciones que no cumplen con los requisitos mínimos para la elaboración de informes, la escucha de estaciones no comerciales, la escucha que no pudo acreditarse a ninguna estación de radio y la escucha acreditada a las estaciones que dejaron de transmitir durante el año del trabajo de campo.

Estimados de condados divididos por motivos geográficos y étnicos

Los estimados de audiencia de los componentes individuales de los condados divididos por motivos geográficos se informan por separado, a menos que uno (o más) de los componentes no cumplan con el mínimo de 30 unidades en tabulación.

Los estimados de audiencia de los condados divididos por motivos étnicos se informan para el condado completo, ya que las partes individuales del condado dividido por etnias se vuelven a agrupar en el condado completo.

Actividades especiales de las estaciones

Los avisos de las Actividades especiales de las estaciones que se informan en un

Informe del mercado de radio/Arbitron eBook, por lo general, no vuelven a imprimirse en un informe de *County Coverage*. Sin embargo, Arbitron se reserva el derecho de citar las actividades especiales de las estaciones en la *County Coverage* si las circunstancias lo justifican.

Confiabilidad estadística

En 2006, Arbitron realizó un estudio de replicación para estimar los factores de confiabilidad del servicio de *County Coverage*. Estos factores se usan para calcular la ESB del servicio de *County Coverage*. Los usuarios autorizados de los datos de *County Coverage* pueden conocer la confiabilidad estadística de un estimado y obtener información sobre cómo interpretar el intervalo de confianza al usar la calculadora de error estándar en línea de la *County Coverage*.

Restricciones de uso y limitaciones, descargo de garantías, advertencias

Consulte el Capítulo 15 de esta *Descripción de la metodología de los servicios locales sindicados* para obtener información importante sobre las restricciones de uso, las limitaciones, el descargo de garantías y las advertencias relacionadas con los datos publicados como parte del servicio de *County Coverage* de Arbitron.

Reserva de derechos en el servicio de County Coverage

Arbitron se reserva el derecho de aplicar su criterio para modificar, anular o suspender cualquier política, procedimiento o aspecto de la metodología que a Arbitron le pareciera poco razonable, ilógico o poco práctico a la luz de las condiciones conocidas. Además, Arbitron se reserva el derecho de no producir datos y estimados de audiencia, y/o ningún informe y/o servicio de Arbitron siempre que, a su criterio, no haya datos suficientes disponibles para cumplir con sus estándares mínimos de investigación o cualquier acontecimiento que haya puesto en riesgo la confiabilidad de los datos.

Restricciones de uso de informes y limitaciones

Restricciones de uso de los informes

Todos los *Informes del mercado de radio*/Arbitron eBooks, incluidos los estimados de audiencia y los mapas que contienen, el software y la información relacionada con ello, son confidenciales, pertenecen a Arbitron y están protegidos por diversas leyes de propiedad intelectual, incluyendo sin limitación, las leyes de derechos de autor por parte de Arbitron. Estos se proporcionan a los suscriptores de Arbitron que cuentan con la licencia apropiada, conforme a los términos y las condiciones de sus acuerdos de licencia formalizados con Arbitron (quienes no están en infracción ni en mora con Arbitron) y de acuerdo con las restricciones y las limitaciones de uso que se establecen en el presente documento.

Todos los datos de audiencia, estimados, informes, programas de software de Arbitron, y los productos de Arbitron relacionados con estos, son para uso exclusivo de los suscriptores de Arbitron que cuentan con la licencia apropiada y de sus representantes autorizados, y pueden divulgarse solamente a anunciantes, posibles anunciantes y sus agencias con el objetivo de obtener y retener cuentas publicitarias y mediante publicaciones promocionales o publicitarias, según se permita conforme a lo aquí estipulado en los acuerdos de licencia entre Arbitron y sus clientes. Todo uso que se haga de los datos de audiencia, estimados, informes, programas de software de Arbitron, y los productos de Arbitron relacionados con estos, con el objetivo de vender tiempo o espacio publicitario por parte de o en nombre de una entidad de difusión, cable, medios impresos, Internet o cualquier otro medio, debe cumplir con los términos de un acuerdo de licencia por escrito entre el suscriptor y Arbitron

en el que se especifiquen los usos permitidos. El hecho de que un suscriptor de Arbitron divulgue cualquier dato, estimado, informe y/o programa de software a una estación que no es suscriptor o, a menos que lo autorice Arbitron expresamente por escrito, prestar y/o dar una copia y/o la reproducción de cualquier parte de cualquier informe o programa de software de Arbitron a cualquier entidad o persona que no es suscriptor, incluidos, sin limitarse a, medios impresos, anunciantes y/o sus agencias, constituye una infracción deliberada del acuerdo de licencia entre Arbitron y el suscriptor, como también una violación de los derechos de propiedad intelectual de Arbitron, incluidos, sin limitarse a, los derechos de autor de Arbitron. La violación de los derechos de autor federales de los EE.UU. de Arbitron puede supeditar al infractor a costos por daños legales y honorarios de abogados. Las citas que hagan los suscriptores de los estimados según se permita en esta sección con fines de publicidad o promoción deben identificar a Arbitron como la fuente y aclarar que los datos, los estimados, los informes y los programas de software de Arbitron están protegidos por derechos de autor por parte de Arbitron. Los usuarios del servicio de *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook también deben mencionar que los estimados de audiencia están sujetos a todas las calificaciones y limitaciones establecidas en el informe de Arbitron y deben incluir el mercado, el período de encuesta, el tipo de estimado de audiencia, el horario aplicable y los grupos demográficos aplicables correspondientes (por ejemplo: Área Metropolitana de Nueva York, enero de 2009, estimados de cuartos de hora promedio, de lunes a viernes, de 6AM a medianoche, personas de 25 a 54 años).

Los suscriptores de ningún *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook en particular pueden usar ni hacer referencia a, parcial o completamente, a los datos demográficos o los estimados de audiencia que aparecen en la sección "Tendencias de la audiencia objetivo" que hacen referencia a un *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook al que los suscriptores no se hayan suscrito.

Ni el *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook, ni el mapa que este contiene, como tampoco ningún estimado de audiencia, programa de software, ni productos de Arbitron relacionados con estos, pueden ser usados de ninguna manera o por ningún motivo por quienes no están suscritos sin permiso expreso por escrito de Arbitron Inc.

Los usuarios de los estimados de audiencia también se remiten a las políticas actuales de la Comisión Federal de Comercio en relación con el uso de los estimados de audiencia.

Advertencia

Todos los estimados de audiencia de Arbitron y los mapas de Arbitron son confidenciales y de su propiedad.

Cada estimado de audiencia de Arbitron y mapa de Arbitron está protegido por diversas leyes de propiedad intelectual, incluida, sin limitarse a, la ley federal de derechos de autor de los EE.UU. El uso no autorizado de cualquier estimado de audiencia o mapa de Arbitron constituye una contravención deliberada de los derechos de autor que puede supeditar al contraventor intencionado a pagar daños legales de hasta \$150,000 y sanciones penales de hasta 10 años de encarcelamiento y una multa de \$500,000 conforme al Capítulo 5, Secciones 504 y 506 del Título 17 del Código de los Estados Unidos, así como a los honorarios de abogados asociados con el cumplimiento de los derechos de propiedad intelectual de Arbitron. Todos los usuarios del *Informe del mercado de radio* de Arbitron deben remitirse a "Restricciones de uso de informes y limitaciones de Arbitron" en la página 15.1.

Restricciones de uso de informes y limitaciones

DESCARGO DE GARANTÍAS

ARBITRON NO DA GARANTÍAS, EXPRESAS NI IMPLÍCITAS, INCLUIDAS, ENTRE OTRAS, GARANTÍA ALGUNA DE NO CONTRAVENCIÓN, COMERCIALIZACIÓN NI IDONEIDAD, CON RESPECTO A: LOS DATOS QUE ARBITRON REÚNE U OBTIENE DE CUALQUIER FUENTE; LA METODOLOGÍA PRESENTE O FUTURA QUE EMPLEA ARBITRON PARA PRODUCIR LOS DATOS, LOS ESTIMADOS, LOS INFORMES Y/O LOS PROGRAMAS DE SOFTWARE DE ARBITRON; Y/O LOS DATOS, ESTIMADOS, INFORMES Y/O PROGRAMAS DE SOFTWARE DE ARBITRON QUE SE PROPORCIONAN EN VIRTUD DE ESTE SERVICIO. TODOS LOS DATOS, ESTIMADOS, INFORMES Y/O OTROS ASPECTOS DE ESTE SERVICIO DE ARBITRON REPRESENTAN SÓLO LA OPINIÓN DE ARBITRON Y, SI EL SUSCRIPTOR CONFÍA EN ELLOS Y LOS USA, ES A SU PROPIO RIESGO. TODOS LOS PROGRAMAS DE SOFTWARE SE PROPORCIONAN "COMO ESTÁN Y DONDE ESTÁN" Y, SI EL SUSCRIPTOR CONFÍA EN ELLOS Y LOS USA, ES A SU PROPIO RIESGO. EN NINGÚN CASO ARBITRON SERÁ RESPONSABLE DEL INCUMPLIMIENTO DE CUALQUIER TERCERO DE PROPORCIONAR DATOS O SERVICIOS EN CONEXIÓN CON LOS DATOS, LOS INFORMES Y/O EL SOFTWARE CON LICENCIA DE ARBITRON.

Reserva de derechos

Arbitron se reserva el derecho de aplicar su criterio para modificar, renunciar o suspender cualquier política, procedimiento o aspecto de la metodología que a Arbitron le parecería poco razonable, ilógico o poco práctico a la luz de las condiciones conocidas.

Además, Arbitron se reserva el derecho de no producir datos de Arbitron, y/o estimados de audiencia, y/o cualquier informe y/o servicio de Arbitron siempre que, a su criterio, no haya datos suficientes disponibles para cumplir con sus requisitos mínimos de investigación o algún acontecimiento haya puesto en riesgo la confiabilidad de los datos.

Responsabilidades y limitaciones de las reparaciones

La única y exclusiva reparación por la responsabilidad de cualquier clase de Arbitron, incluida, sin limitarse a, la responsabilidad por negligencia o demora con respecto a cualquier servicio, se limitará a un monto según lo establecido en el acuerdo de licencia entre Arbitron y su suscriptor. En ningún caso será Arbitron responsable de ningún daño especial, circunstancial, resultante o punitivo, ni estará Arbitron sujeto a medida cautelar alguna con respecto a los datos y los estimados proporcionados por ningún servicio.

Avisos especiales

Hasta la medida en que alguna disposición contenida en esta *Descripción de la metodología de los servicios locales sindicados* sea directamente incoherente o esté directamente en conflicto con alguna disposición contenida en la sección "Avisos especiales" del *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook, tales "Avisos especiales" tendrán prevalencia y/o enmendarán esta *Descripción de la metodología de los servicios locales sindicados*.

Pautas de la Comisión Federal de Comercio (FTC)

La FTC ha emitido pautas relacionadas con las declaraciones engañosas de la cobertura de audiencia de los medios de difusión (emisión: 8 de julio de 1965). Estas pautas todavía están en efecto y se reproducen aquí en su totalidad:

La Comisión cree que... los difusores de televisión y radio, otras personas que venden programas o tiempo de publicidad o difusión, las agencias de publicidad y los anunciantes deben, al hacer declaraciones basadas en los datos o los resultados de las encuestas, observar las siguientes pautas básicas:

1. La persona (o empresa) que haga una declaración relacionada con el tamaño, la composición u otras características importantes de una audiencia de radio o de un medio visual es responsable de garantizar que la declaración es verdadera y no engañosa. Si basa su declaración en los resultados de una encuesta de audiencia, asume la responsabilidad de interpretar los datos con precisión. Por lo tanto, no debe involucrarse en actividades premeditadas para distorsionar o exagerar dichos datos (por ejemplo, al realizar un concurso especial) o de algún otro modo modificar su programación habitual o instituir publicidad o algún otro esfuerzo de promoción inusual, diseñados para aumentar la audiencia solamente durante el período de encuesta. Tal variación de las prácticas normales se conoce como "hyponing". También es impropio citar o mencionar información de un informe de encuesta o datos de encuesta de modo de crear una impresión engañosa de los resultados de la encuesta, como al basar injustamente declaraciones de audiencia en los resultados obtenidos sólo durante ciertos períodos del día de transmisión o en una encuesta de sólo un segmento del total de la posible audiencia.
2. Los datos de audiencia están basados en encuestas de muestra que no derivan de mediciones completas de las audiencias. Como tales, son estimados estadísticos y, como

Restricciones de uso de informes y limitaciones

máximo, su confiabilidad es limitada debido a errores y distorsiones inherentes a los métodos estadísticos que arrojaron dichos datos. Las declaraciones sobre la cobertura de la audiencia basadas en encuestas de audiencia, por lo tanto, deben limitarse en reconocimiento del hecho de que los datos de las encuestas son inherentemente imperfectos. Esta clase de declaraciones debe acompañarse de un descargo que indique que cualquier cifra citada o mencionada es un estimado solamente o está basada en estimados, y no es precisa en relación con ningún grado matemático de precisión, a menos que se base en una verdadera muestra probabilística. En la práctica, las encuestas de audiencia no están basadas en verdaderas muestras probabilísticas.

3. Tales declaraciones no deben basarse en datos obtenidos en una encuesta de la cual la persona (o empresa) que hace la declaración sepa o tenga motivos para saber que no fue diseñada, realizada ni analizada de acuerdo con principios y procedimientos estadísticos aceptados, no estuvo razonablemente libre de parcialidades evitables y no estuvo hecha en función de una muestra debidamente seleccionada de un tamaño adecuado. Tales declaraciones no deben basarse en informes o datos de encuesta que no reflejen razonablemente la cobertura de la audiencia actual, ya sea porque el paso del tiempo hizo que los datos estén desactualizados o porque se publicó un informe de encuesta posterior que abarcó esencialmente la misma área, o debido al ingreso o la salida de un competidor, o por cualquier otro motivo.

Estas pautas se ofrecen a los difusores y a otros preocupados por evitar una posible violación de la Ley de la Comisión Federal de Comercio.

Limitaciones

Además de las fuentes de posible error descritas en otras partes de esta *Descripción de la metodología de los servicios locales sindicados*, el usuario debe conocer las siguientes limitaciones:

- a. El marco de la muestra de todas las encuestas con Diario de Arbitron incluye números de teléfono fijo. Los establecimientos comerciales conocidos y otras instalaciones no residenciales conocidas que figuran en los directorios se excluyen específicamente del marco de la muestra. Durante la asignación de los Diarios, se dan pasos destinados a excluir: números de teléfono comerciales o de otros grupos no residenciales que se incluyeron inadvertidamente en la muestra, residentes de hogares afiliados a algún medio de difusión y las residencias de alojamientos de grupos específicos en los que viven 10 o más personas de 12 años de edad o más. Asimismo, puede que no todos los listados de teléfonos posibles aparezcan en los directorios a disposición de Survey Sampling International, LLC cuando Arbitron realiza la orden de muestra, lo que puede afectar la identificación de los bloques de centenas con teléfonos que cumplen con los requisitos. Estas personas excluidas pueden tener hábitos de escucha diferentes de los de las personas incluidas en la encuesta.
- b. En algunos mercados, el marco de muestras para las encuestas con Diario de Arbitron incluye hogares con servicio de telefonía celular que no tienen además servicio de telefonía fija (es decir, hogares con teléfono celular solamente). El estado de contar con teléfono celular solamente puede estar basado en las respuestas que haya dado un miembro del hogar a una encuesta breve que Arbitron envía a los hogares para determinar su uso de teléfono. Se dan los pasos necesarios para excluir la dirección de los hogares con servicio de telefonía fija, establecimientos comerciales conocidos y viviendas destruidas de la lista de direcciones de la que se seleccionan las direcciones a las que se envía el correo sobre el uso de teléfono. Todas las llamadas a números de teléfono celular se efectúan siguiendo las pautas de la Ley de Protección al Consumidor de Servicios Telefónicos de 1991 (TCPA), y otras leyes en vigencia; de esa manera, el marco de la muestra de teléfonos celulares basada en las direcciones de Arbitron refleja las limitaciones inherentes a la TCPA. Las personas que no se incluyen en la muestra pueden tener hábitos de uso de los medios diferentes de los de las personas que se incluyen en la muestra.
- c. El marco de muestras de todos los paneles de Arbitron, a excepción del de Houston-Galveston, incluye hogares con servicio de telefonía fija y hogares con servicio de telefonía celular que no tienen aparte teléfono fijo. Los establecimientos comerciales conocidos y otras instalaciones no residenciales conocidas que figuran en los directorios se excluyen específicamente del marco de la muestra. Durante el muestreo y el reclutamiento, se dan pasos destinados a excluir:

Restricciones de uso de informes y limitaciones

- números de teléfono comerciales o de otros grupos no residenciales que se incluyeron inadvertidamente en la muestra, residentes de hogares afiliados a algún medio de difusión y las residencias de alojamientos de grupos específicos en los que viven 10 o más personas sin parentesco o 17 o más personas, independientemente de la relación. Además, puede que no todos los números de teléfono posibles se incluyan en el marco que se emplea para la selección de la muestra. Las personas que no se incluyen en la muestra pueden tener hábitos de uso de los medios diferentes de los de las personas que se incluyen en la muestra.
- d.** La muestra del panel de Houston-Galveston contiene direcciones residenciales solamente. Los establecimientos comerciales conocidos y otras instalaciones no residenciales conocidas que figuran en las fuentes de direcciones se excluyen específicamente del marco de la muestra. Durante el reclutamiento, se dan pasos destinados a excluir: direcciones comerciales o de otros grupos no residenciales que se incluyeron inadvertidamente en la muestra, residentes de hogares afiliados a algún medio de difusión y las residencias de alojamientos de grupos específicos en los que viven 10 o más personas sin parentesco o 17 o más personas, independientemente de la relación. Además, puede que no todas las direcciones residenciales posibles se incluyan en el marco que se emplea para la selección de la muestra. Las personas que no se incluyen en la muestra pueden tener hábitos de uso de los medios diferentes de los de las personas que se incluyen en la muestra.
- e.** Se hacen esfuerzos para excluir a los hogares con afiliación a algún medio de difusión. La inclusión o la exclusión de dichos hogares de la muestra depende de la información revelada por un miembro del hogar de la muestra en respuesta a la pregunta sobre afiliación a los medios por parte de Arbitron en el momento del reclutamiento, o en cualquier momento posterior, o de otras fuentes.
- f.** Puede haber instancias en las que el entrevistador o el personal de Relaciones del Panel no siga las instrucciones de Arbitron. Asimismo, el entrevistador puede no estar bajo control directo de Arbitron, dado que Arbitron recurre a proveedores independientes de servicios de investigación de marketing.
- g.** Las personas que no responden pueden tener hábitos de escucha diferentes de los que sí responden.
- h.** Las personas que no responden y otras limitaciones en la muestra designada original impiden que la muestra en tabulación sea una muestra probabilística perfecta.
- i.** El diseño de la muestra y/o los patrones de respuesta pueden impedir la representación proporcional de determinados grupos de la población, como grupos étnicos, grupos raciales o personas en grupos de determinados ingresos o educación. Estas personas pueden tener hábitos de escucha de radio diferentes de los de las otras personas.
- j.** El idioma dominante que habla el Encuestado o el Panelista puede influenciar su comportamiento de escucha, y las Personas cuyo idioma dominante no es el inglés pueden estar representadas de un modo diferencial en la muestra. En el presente, Arbitron pondera su muestra en tabulación sobre la base del idioma dominante que hablan los encuestados sólo donde están disponibles los estimados de población que usa el español como idioma dominante.
- k.** Las limitaciones de los datos de Nielsen Claritas, Inc., son inherentes a los estimados de Arbitron basados en ellos. Los estimados de población que se usan para diseñar y ponderar la muestra están basados en el Censo decenal de los EE.UU. y están sujetos a todas las limitaciones inherentes a este. Además, los estimados de población están sujetos a limitaciones como errores de muestreo, errores para localizar poblaciones no documentadas y errores de procesamiento y registro. Asimismo, las fuentes utilizadas para actualizar las poblaciones entre las fechas del Censo decenal posiblemente no incluyan ajustes por recuentos excesivos o recuentos insuficientes, conocidos o desconocidos, de diversos segmentos de la población, incluidos los grupos de población sin documentar. Además, las actualizaciones anuales de la población pueden estar basadas en los resultados de encuestas de muestra y estar sujetas a sus respectivas limitaciones.
- l.** Las limitaciones de los datos que proporciona Nielsen Media Research, Inc., el tercero proveedor que brinda estimados de población por uso de idioma a Arbitron, son inherentes a los estimados de Arbitron basados en ellos. Los estimados de población por uso de idioma que Arbitron usa para ponderar la muestra están basados en los resultados de las encuestas de este tercero proveedor y, por lo tanto, están sujetos a todas las limitaciones que existen en esos resultados, las que pueden incluir: errores de muestreo metodológicos, de procesamiento y de registro.

Restricciones de uso de informes y limitaciones

- Además, cualquier fuente externa de datos que Nielsen Media Research, Inc. pueda usar para actualizar o mejorar sus estimados de población por uso de idioma posiblemente no incluya ajustes por recuentos excesivos o recuentos insuficientes, conocidos o desconocidos, de diversos segmentos de la población ni otras limitaciones de datos conocidas.
- m.** Las limitaciones de los datos de Third Wave Research, el tercero proveedor que suministra información de mercado para el servicio de Arbitron en Puerto Rico, son inherentes a los estimados de Arbitron basados en ellos. Los estimados de población de Third Wave Research que se usan para diseñar y ponderar la muestra están basados en el Censo decenal de los EE.UU. y están sujetos a todas las limitaciones inherentes a este. Además, los estimados de población están sujetos a limitaciones como errores de muestreo, errores para localizar poblaciones no documentadas y errores de procesamiento y registro. Asimismo, las fuentes que usa Third Wave Research para actualizar las poblaciones entre las fechas del Censo decenal posiblemente no incluyan ajustes por recuentos excesivos o recuentos insuficientes, conocidos o desconocidos, de diversos segmentos de la población, incluidos los grupos de población sin documentar. Además, las actualizaciones anuales de la población pueden estar basadas en los resultados de encuestas de muestra y estar sujetas a sus respectivas limitaciones.
- n.** La información de código postal que se usa para producir el *Informe del mercado de radio*/Arbitron eBook está sujeta a defectos y limitaciones que son inherentes a los estimados de Arbitron basados en esta.
- o.** Es posible que los panelistas no lleven sus Medidores desde que se levantan hasta que se acuestan como se les indica y, hasta el punto en que esto ocurra, los datos sobre exposición a los medios que se recopilen pueden ser incompletos.
- p.** Los dispositivos de codificación colocados en las salidas de medios de comunicación pueden tener un mal funcionamiento o desconectarse e imposibilitar que las fuentes de los medios tengan la codificación adecuada. En tanto Arbitron tenga conocimiento de este hecho, se lo indicará en el informe correspondiente.
- q.** Los Diarios, o partes de ellos, pueden completarse indebidamente si los Encuestados no siguen las instrucciones para los Diarios. Estos Diarios pueden quedar inutilizables y excluirse de la encuesta. Algunas entradas en los Diarios pueden haberse hecho sobre la base de rumores, recuerdos, aproximaciones del Encuestado, o podrían haber estado influenciadas por comentarios que el entrevistador u otras personas les hayan hecho a los Encuestados.
- r.** Aparte de las respuestas directas a las preguntas cualitativas que están en la parte posterior del Diario cualitativo, la base de datos cualitativa final puede contener respuestas derivadas a las preguntas cualitativas. Por ejemplo, la base de datos cualitativa contiene información sobre el tamaño del hogar. El tamaño del hogar se puede determinar al combinar una respuesta a la pregunta cualitativa sobre cantidad de niños de menos de 12 años de edad con la información del Diario de asignación de la cantidad de personas de 12 años o más (almacenada en la base de datos de entrevistados de Arbitron).
- s.** Se pueden producir errores humanos o de procesamiento informático antes o después de que Arbitron reciba los datos de los Medidores electrónicos. En consecuencia, el grado de variación de los datos puede ser superior al esperado de la variación del muestreo solamente.
- t.** Los datos en los que Arbitron basó la ponderación de su muestra en tabulación, incluida la identificación racial o étnica, pueden no ser precisos.
- u.** Los defectos y las limitaciones que se encuentran en los datos suministrados por otros son inherentes a los estimados de Arbitron basados en ellos.
- v.** Los análisis de los datos, la preparación previa al procesamiento o el proceso de adscripción de los datos pueden afectar los datos de la exposición a los medios y hacer que se modifiquen o se excluyan de la muestra en tabulación.
- w.** Los análisis de los datos, la preparación previa al procesamiento, el proceso de adscripción de los datos o las llamadas de validación telefónica de la semana posterior a la encuesta pueden afectar las entradas de audiencia en los Diarios antes de que se proyecten los datos. Por ese motivo, los Diarios, o partes de ellos, pueden ser modificados o excluidos de la encuesta. Estos procedimientos pueden afectar los estimados de audiencia o la capacidad de la estación de cumplir con los MRS.
- x.** Arbitron realiza investigaciones sobre nuevos métodos para mejorar la cooperación del panel y/o de conseguir información adicional de los panelistas. En ocasiones, una parte de esta investigación puede estar integrada con los

Restricciones de uso de informes y limitaciones

- datos oficiales y, si es que esto tiene lugar, puede provocar que el grado de variación de los datos sea superior al esperado de la variación del muestreo solamente.
- y.** Determinados datos, como las siglas actuales, el formato o la programación, están basados en los datos que suministran las estaciones, la FCC, las publicaciones o los avisos de la industria y/u otras fuentes. Es posible que estos datos no sean precisos o estén desactualizados. Algunos de los datos pueden afectar el modo en que se informan determinados estimados de audiencia.
- z.** Se efectúa redondeo en diversas etapas de la determinación de los estimados de audiencia, a los niveles de la suma de características demográficas y horarios. Debido a este redondeo, la manipulación matemática por parte del usuario de los estimados de horarios y/o grupos demográficos acotados puede producir un resultado que posiblemente sea incongruente con los estimados de horarios y/o grupos demográficos más amplios.
- aa.** Las situaciones en que las estaciones usen o hayan usado las mismas siglas o frecuencia, o hayan cambiado las siglas o la frecuencia, pueden confundir al Encuestado y causar que identifique incorrectamente la estación que escuchó.
- bb.** Los estimados informados para diferentes períodos de informe pueden no ser comparables con el tiempo debido a: cambio metodológicos u operativos; cambios en las definiciones de las áreas de encuesta o las poblaciones; cambios en el estado de Informes de Línea Total de una estación o un conjunto de estaciones; condiciones que no están bajo el control de Arbitron, como
- cambios en las operaciones, instalaciones o actividades especiales de las estaciones; u otros factores.
- cc.** Arbitron coloca las muestras en el nivel de condado (o equivalente de condado), y no a nivel de código postal. De un período de informe al otro, puede haber una mayor variación en la cantidad de panelistas en el nivel de código postal que en el nivel de condado (o equivalente de condado).
- dd.** En el caso de las estaciones de radio que son 100 por ciento de transmisión simultánea, hay métodos de enrutamiento de la señal que prohíben técnicamente la instalación de equipo de codificación de PPM en las cadenas de aire auxiliares de uno o más de los socios de transmisión simultánea codificada. Algunos ejemplos de estas rutas de señal son cadenas de aire auxiliares que reciben el suministro de recepción por aire de otras estaciones asociadas de transmisión simultánea, o estaciones asociadas de transmisión simultánea que reciben el suministro por satélite. En el caso de las estaciones de transmisión simultánea en que la cadena de aire auxiliar de un socio de transmisión simultánea individual recibe el suministro por uno de estos métodos, el socio redistribuirá el contenido previamente codificado. Este método de codificación puede afectar el modo en que la exposición a los medios se acredita a estaciones asociadas individuales y también puede afectar el modo en que se acreditan o informan los estimados de audiencia para las estaciones de transmisión simultánea.
- ee.** Las etiquetas de ID de banda de radio digital a las que se hace referencia en este informe pertenecen a Arbitron y están protegidas bajo los términos de los acuerdos de Arbitron con los suscriptores y/o las leyes federales de derechos de autor y de marcas comerciales. Los suscriptores autorizados y los compradores de datos de Arbitron pueden exhibir y usar las etiquetas de ID de banda siempre que el usuario indique claramente que las etiquetas son propiedad de Arbitron (por ejemplo, "Arbitron Inc. retiene todos los derechos de autor u otros derechos legales respecto de las etiquetas de ID de banda que se usan en este documento"). Los informes pueden usarse en conformidad con el acuerdo de licencia vigente entre el suscriptor y Arbitron. Todos los demás usos, a menos que se obtenga la aprobación previa por escrito de Arbitron, están expresamente prohibidos, y pueden supeditar al usuario a enfrentar acciones legales, daños y perjuicios y recuperación de los costos de índole legal en que haya incurrido Arbitron al aplicar sus derechos exclusivos y de propiedad intelectual.
- ff.** Generalmente, las mismas estaciones brindan información sobre su estado de transmisión por Internet. Dado que esta información puede no estar actualizada o no ser precisa, algunas instancias informadas de escucha de una estación de radio pueden estar basadas en la escucha del stream por Internet de la estación que no contiene los mismos comerciales que la versión por aire de la estación.
- gg.** Debido a consideraciones metodológicas en mercados condensados no incrustados, los estimados de audiencia de Maximi\$er y Media Professional pueden diferir de los que figuran en los *Informes del mercado de radio*/Arbitron eBooks *correspondientes*.

Restricciones de uso de informes y limitaciones

Los ratings de PPM se basan en estimados de audiencia y son una opinión de Arbitron. No deben considerarse exactamente precisos ni exactamente representativos de datos demográficos o de mercados radiales.

Glosario de términos seleccionados

El siguiente Glosario de términos seleccionados proporciona una definición formal de los términos clave que se usan en las encuestas con Diarios, los Paneles de PPM, los servicios locales y los servicios nacionales de Arbitron. Es posible que algunos términos específicos no se apliquen a un servicio o informe en particular. En el caso de los términos que se aplican exclusivamente a un solo servicio de Arbitron, dicho servicio está indicado entre paréntesis. Las definiciones de los términos que varían según el servicio, indican el servicio en el título del término en el glosario.

Administración del Panel: (PPM)

Procesos con los que se alienta a los Panelistas en la muestra a que lleven su Medidor consigo y se monitorea si los Panelistas cumplen con esta instrucción.

Afiliación a cadenas: Acuerdo entre una estación de radio y una cadena en el cual la estación acepta transmitir comerciales y/o programación de la cadena de diversos tipos.

Alojamientos de grupos, Diario: Para fines de muestreo de las encuestas con Diario de Arbitron, este término se refiere a los complejos de viviendas como residencias de estudiantes universitarios, barracas militares, hogares de ancianos y cárceles, más las unidades de vivienda donde residen 10 o más personas. Sin embargo, quienes viven en residencias universitarias, viviendas militares, etc. se consideran aptos para participar en la encuesta si el número de teléfono está asignado a un teléfono particular que usan menos de 10 personas.

Alojamientos de grupos, PPM: Para fines de muestreo de las encuestas con PPM de Arbitron, este término se refiere a los complejos de viviendas como residencias de estudiantes universitarios, barracas militares, hogares de ancianos y cárceles, más las unidades de vivienda donde residen 10 o más personas. Sin embargo, quienes viven en residencias universitarias, viviendas militares, etc. se consideran aptos para participar en el Panel si el número de teléfono está asignado a un teléfono particular que usan menos de 10 personas sin parentesco o menos de 17 personas con parentesco.

Alternativos: (PPM) Hogares no Básicos de una unidad de muestra que fueron reclutados para participar en el Panel si el hogar Básico no puede reclutarse, se niega a participar o debe ser retirado del Panel.

Arbitron eBook: (Véase “Informe del mercado de radio”).

Área de Alta Densidad (HDA): Unidad de muestra definida por código postal, ya sea un Área de Alta Densidad de Raza Negra (HDBA) o un Área de Alta Densidad de Raza Hispana (HDHA), que puede establecerse en un condado dentro del Área Metropolitana de un mercado controlado por una etnia.

Área de Mercado Designada (DMA):

Diseño de mercado geográfico de Nielsen Media Research, Inc. que define cada mercado de televisión exclusivo de los demás sobre la base de patrones de audiencia mensurables. Cada condado (o equivalente de condado) de los Estados Unidos se asigna exclusivamente a un DMA.

Área Metropolitana de Encuesta (Área Metropolitana):

Área principal de informes de los estimados de audiencia de radio local. Las definiciones de Áreas Metropolitanas de Encuesta pueden corresponderse con las Áreas Metropolitanas Estadísticas de la Oficina de Administración y Presupuesto (OMB) del gobierno federal, sujetas a excepciones dictadas por el uso histórico de la industria u otras consideraciones de marketing que determine Arbitron.

Área Total de Encuesta (TSA): Área geográfica que incluye el Área Metropolitana de Encuesta y puede incluir condados (o equivalentes de condados) adicionales.

Auto-enviable: Documento que puede pegarse o cerrarse y que no necesita un sobre para ser enviado.

Base Efectiva de la Muestra (ESB):

Estimado del tamaño de una sola muestra al azar que se requeriría para proporcionar el mismo grado de confiabilidad (nivel de error de muestreo) que la muestra para una encuesta compleja como la de Arbitron.

Básicos: (PPM) Hogares seleccionados al azar para representar una unidad de muestra del Panel.

Bonificación: Incentivo que tiene como fin alentar la participación en la encuesta o el Panel, o que se ofrece como agradecimiento por la participación.

CBET (Tecnología de Codificación de Banda Crítica): (PPM) Secuencia de patrones de sonido con programación única que son detectados por el Medidor del Panelista.

Ciudad alternativa de identificación:

Una ciudad, distinta de la ciudad de licencia legalmente autorizada, con la que puede identificarse regularmente una estación.

Codificador: (PPM) Equipo o software de audio que incrusta un código de CBET en la señal de audio de una transmisión.

Composición de “Cume”: (PPM)

Personas “Cume” por semana de una estación codificada, divididas por su audiencia “Cume” total por semana de personas de 6 años o más.

Composición del cuarto de hora

promedio: (PPM) Cantidad de personas AQH objetivo de una estación codificada, dividida por su audiencia total de AQH de personas de 6 años o más.

Composición étnica, Diario: Estimados de audiencia de personas totales, de raza negra y/o de raza hispana expresados en centenas (00), ratings y porcentajes de composición. Los estimados de composición étnica se basan en los Diarios totales en tabulación del Área Metropolitana y se reportan para el Área Metropolitana si al menos hay 30 Diarios de personas de raza negra y/o hispana en tabulación para el Área Metropolitana, según corresponda.

Composición étnica, PPM: Estimados de audiencia de personas totales, de raza negra y/o de raza hispana, ratings y porcentajes de composición del Área Metropolitana. Los estimados de composición étnica se basan en los Panelistas totales en tabulación del Área Metropolitana y se reportan para el Área Metropolitana si al menos hay 30 Panelistas de raza negra y/o hispana en tabulación para el Área Metropolitana, según corresponda.

Condado dividido: Parte de un condado, que consta de uno o más

Glosario de términos seleccionados

códigos postales, que se reconoce como unidad de muestra independiente para propósitos de definición del área de encuesta o de control de muestras más específicas.

Confiabilidad: Punto hasta el que el resultado de una muestra reproduce el mismo resultado que se obtendría al hacer un censo completo con los mismos estándares metodológicos y procedimientos de recopilación de datos que se usaron con la muestra. El grado de confiabilidad de los estimados basados en las muestras probabilísticas usualmente se expresa en términos de error estándar o de error aproximado del estimado. En igualdad de condiciones, mientras más pequeño es el error estándar, más confiable es el estimado.

Controles étnicos: Término colectivo para denominar los procedimientos diseñados para mejorar la representación de las poblaciones de raza negra e hispana en los servicios de Arbitron. Estos procedimientos incluyen Tratamientos Diferenciales en Encuestas (DST) por raza negra e hispana, ponderación de raza negra e hispana en la muestra en tabulación, Áreas de Alta Densidad de raza negra e hispana y materiales bilingües (español e inglés) de encuesta para los hispanos.

Cuarto de hora, Diario: Unidad básica, o período de tiempo mínimo, por el cual se asigna crédito a la escucha. Por lo general, las estaciones reciben crédito por un cuarto de hora de escucha si el Encuestado informó haber escuchado la estación cinco minutos continuos o más durante un cuarto de hora.

Cuarto de hora, PPM: Unidad básica, o período de tiempo mínimo, por el cual se asigna crédito por exposición a las estaciones. En general, las estaciones reciben crédito por un cuarto de hora si el Panelista está expuesto a la estación por cinco minutos o más de un cuarto de hora (nota: no es necesario que los minutos de exposición sean continuos).

“Cume” diario promedio: (PPM) Cantidad de personas diferentes (sin duplicar) dentro de un grupo demográfico específico que están expuestas a una estación codificada durante al menos cinco minutos de un cuarto de hora dentro de un horario especificado.

“Debajo de la línea”: Describe en qué parte del informe se pueden reportar los estimados de audiencia de una estación (por ejemplo, debajo de una línea distintiva especial). Se usa una línea entrecortada para distinguir las estaciones internas del Área Metropolitana o el DMA (según corresponda) de las que no lo son; puede usarse una línea color rosa para distinguir las estaciones que Arbitron cree se involucraron en actividades con potencial de constituir parcialidad de ratings o distorsión de ratings.

Día de medios: (PPM) Períodos de tiempo correspondientes a días individuales de la semana que se usan para organizar los datos de la exposición de los Panelistas. El día de medios del diseño de panel de Arbitron empieza a las 4AM y termina a las 4AM del día siguiente.

“Diario de Segunda Oportunidad”: Metodología de muestreo en la que se contactan los hogares que no devolvieron ningún Diario a Arbitron nuevamente para pedirles que participen en la encuesta una segunda vez. En caso de que el hogar acepte esta segunda invitación, se le envía otro conjunto de Diarios.

Diarios inutilizables: Diarios que fueron devueltos a Arbitron pero que no se usan en la producción de los estimados de audiencia. Generalmente, los Diarios inutilizables no cumplen con los criterios de calidad establecidos.

Dificultad técnica (TD): Períodos de tiempo de cinco o más minutos consecutivos de un cuarto de hora durante el período de encuesta en los que una estación listada en un *Informe del mercado de radio de Arbitron*/Arbitron eBook notificó a Arbitron por escrito acerca de una reducción o intermitencias de la potencia, interferencia en la señal, o bien los momentos en que la estación estuvo fuera del aire el día de transmisión autorizada de la estación.

DMA con múltiples instrumentos: DMA medida por Arbitron en que las unidades de muestra del Área Metropolitana se miden con Medidores y las unidades de muestra que no pertenecen al Área Metropolitana se miden con Diarios.

DMA de un solo instrumento: DMA medida por Arbitron en que las unidades de muestra del Área Metropolitana y las unidades de muestra que no pertenecen al Área Metropolitana se miden con Diarios.

Dueño de casa: Arbitron utiliza la definición de la Oficina del Censo de los EE.UU., en la que se establece que el dueño de casa es la persona “... a cuyo nombre se posee o se alquila (mantiene) la unidad de vivienda o, si no existe tal persona, cualquier miembro adulto, a excepción de inquilinos, huéspedes o empleados de nómina. Si es una pareja casada quienes poseen o alquilan la casa conjuntamente, el dueño de casa puede ser el marido o la mujer...” (Oficina del Censo de los EE.UU., 2004).

Duplicación de “Cume”: Porcentaje de Personas “Cume” estimadas de una estación que también escucharon otra estación específica.

Edición de calificación: (PPM) Proceso que examina la calidad de los datos, el estado del Medidor y los datos de detección de movimientos para determinar el estado de tabulación del Panelista en un día de medios dado.

Encuesta de preaviso: Encuesta previa en la que quienes responden reciben notificación de su selección para participar en la encuesta de ratings antes de que se realice la misma. Esta notificación previa a la persona o el hogar de la muestra, por lo regular se hace por teléfono o por correo y ha demostrado que aumenta la calidad de las respuestas y los datos en comparación con encuestas similares en las que no hubo notificación previa a los encuestados.

Encuestado por diario: Persona que Arbitron determina que es apta para recibir y a quien se le envían los materiales de la encuesta.

Encuestados: Personas de la muestra que responden a las preguntas de la encuesta.

Enmascaramiento psicoacústico: Proceso por el cual se introducen los códigos de CBET de Arbitron en el audio existente de manera que el audio de transmisión audible “enmascare” el

Glosario de términos seleccionados

código de CBET e impida que el oído humano lo oiga.

Escucha no identificada: (Diario) Escucha incluida en el valor de Personas que Usan la Radio la cual no se pudo asignar a una estación específica.

Estación de radio digital: Término que se usa para referirse a las estaciones de radio que transmiten en formato digital en lugar de en formato analógico. Entre los tipos de estaciones digitales, se incluyen AM digital, FM digital, transmisión múltiple en HD y los streams de las estaciones de radio por Internet. Este término también se usa como sustantivo colectivo para referirse al grupo de todas las estaciones digitales.

Estación externa: Estación que no pertenece o no es "interna" a ninguna Área Metropolitana y/o DMA en particular. (Ver Estación interna)

Estación interna: Estación con licencia en una ciudad ubicada dentro de un Área Metropolitana de Arbitron en particular (o reportada en un DMA de Nielsen Media Research, Inc). Las estaciones que no tienen licencia en una ciudad dentro de un Área Metropolitana de radio de Arbitron pueden recibir el estado de "internas" si cumplen determinados criterios.

Estaciones/medios: En el contexto del *Informe del mercado de radio de Arbitron*/Arbitron eBook, se refiere a las estaciones de AM análogas y digitales; las estaciones de FM análogas y digitales; las estaciones de transmisión múltiple en HD; los streams en Internet de estaciones de AM, FM y HD, los canales de radio satelital; y otras estaciones de transmisión continua con licencia del gobierno, de las cuales la parte de audio es 100 por ciento de transmisión simultánea en una frecuencia que se puede recibir con una radio AM o FM.

Estatus "Offline": (PPM) Estado que indica que un Panelista no es apto para estar en la muestra en tabulación.

Estatus "Online": (PPM) Estado que indica que un Panelista es apto para estar en la muestra en tabulación.

Estimado del universo (o población): Cantidad estimada total de personas de

un grupo de sexo/edad y área geográfica en particular.

Equipo de Relaciones del Panel: (PPM) Asociados de Arbitron que capacitan, monitorean el cumplimiento y dan orientación a los Panelistas para que lleven su Medidor desde que se levantan hasta que se acuestan todos los días.

Exposición a los medios con cambio de horario: (PPM) Exposición a los medios codificados a una hora diferente de la hora de la transmisión original.

Exposiciones inutilizables: (PPM) Exposiciones a los medios que Arbitron determina son inutilizables de acuerdo con criterios de calidad establecidos.

Formulario de Información de la Estación (SIF): Formulario generado por computadora que se usa para recaudar información de las estaciones de radio. La información que se recauda con el Formulario de Información de la Estación se usa para asignar el crédito de las entradas en los Diarios y funciona como base para calcular e informar los estimados de audiencia en los servicios con Diario y con PPM.

Grupos demográficos: Clasificaciones de la población según el sexo, la edad, la raza, la etnia, el ingreso, etc.

Hogar afiliado a los medios, Diario: Hogar en que la persona que se recluta para participar en la encuesta, u otra persona del hogar, o cualquier persona que el contacto conoce directamente, es empleada de una estación de radio o de televisión. Los hogares afiliados a un medio no son aptos para participar en la encuesta.

Hogar afiliado a los medios, PPM: Hogar en que la persona que se recluta para participar en el Panel, u otra persona del hogar, o cualquier persona que el contacto conoce directamente, es empleada de una estación o cadena de radio, una estación o cadena de televisión, una estación o cadena de transmisión por cable o satélite, un periódico, una revista o una agencia de publicidad. Los hogares afiliados a un medio no son aptos para participar en el Panel.

Hogar colocado en la muestra: (PPM) Hogar al que se le envió e instaló correctamente el equipo de PPM de cada

miembro del hogar y el colector del hogar.

Hogar con Diarios de segunda oportunidad: Hogar que fue incluido en la muestra mediante los procedimientos de muestreo con los Diarios de segunda oportunidad. (Ver Diario de segunda oportunidad)

Hogar con "teléfono celular solamente": Hogar con servicio de telefonía celular que no tiene servicio de telefonía fija.

Hogar que se retiró de la muestra: (PPM) Hogar que en algún momento participó en el Panel, pero que ya no lo hace.

Horario: Período de tiempo para el que se informan los estimados de audiencia (por ejemplo: de lunes a domingo de 6AM a medianoche; de lunes a viernes de 6AM a 10AM; fin de semana de 6AM a medianoche).

Indicador de Desempeño de la Muestra (SPI): (PPM) Medida con la que se mide el desempeño de la muestra de un panel. Se hace un monitoreo del SPI tanto al nivel de los hogares como de las personas, y se reporta para días de medios individuales y para el mes.

Índice de Entrega Designada (DDI): Medida de la entrega de la muestra en las encuestas con Diario y en los Paneles de PPM de Arbitron que compara la muestra en tabulación con el objetivo de muestra en tabulación. El DDI es independiente de la proporcionalidad y puede usarse para medir la entrega de la muestra de todo un mercado o de subgrupos geográficos o demográficos específicos. El DDI refleja hasta qué punto la muestra en tabulación se compara con las distribuciones "perfectas" de la muestra sobre la base del universo y del objetivo en tabulación correspondiente. A diferencia del índice de proporcionalidad tradicional (que mide el share de la muestra en tabulación por grupo demográfico en comparación con el universo), el DDI no es una estadística de share y no se ve afectado por los resultados en tabulación reales más altos o más bajos para otros grupos demográficos. El DDI se determina de la siguiente manera: [(Grupo demográfico o geográfico en tabulación)/(Porcentaje de población de grupo demográfico o

Glosario de términos seleccionados

geográfico x Objetivo total del mercado) x 100. Para las encuestas con Diario, el DDI se determina para las personas de 12 años de edad o más sobre la base de la muestra en tabulación de la totalidad de la encuesta de 12 semanas; para los Paneles de PPM, el DDI se determina para las personas de 6 años de edad o más usando los datos en tabulación diarios promedio.

Índice objetivo en tabulación del Área Metropolitana, Diario: Proporción de la cantidad de Diarios en tabulación del Área Metropolitana en relación con el objetivo de la muestra del Área Metropolitana, expresada como número entero.

Índice objetivo en tabulación del Área Metropolitana, PPM: Proporción de la cantidad de Panelistas en tabulación diaria promedio del Área Metropolitana en relación con el objetivo de la muestra del Área Metropolitana, expresada como número entero.

Informe del mercado de radio (RMR)/Arbitron eBook: Informe sindicado de Arbitron que brinda estimados de audiencia y otros datos para mercados específicos.

Informe del Mercado de Radio Condensado (CRMR): (Diario) Uno de los dos tipos de *Informe del mercado de radio de Arbitron/Arbitron eBook*. Los informes condensados tienen objetivos de muestra más pequeños para el Área Metropolitana y el TSA, y contienen menos períodos y grupos demográficos que los *Informes del mercado de radio* estándar. Los estimados publicados en *Informes del mercado de radio* para los mercados condensados de radio no incrustados consisten en los promedios de los dos períodos de encuesta más recientes.

Informes de Línea Total (TLR): Informes de estimados de audiencia para las estaciones que realizan transmisión simultánea el 100 por ciento de su día de transmisión durante todo el período de la encuesta, incluido comerciales y PSA (Anuncios de servicio público), bajo un único conjunto de siglas (es decir, las siglas de la estación principal).

Intervalo sin codificar: Período de tiempo de cinco minutos consecutivos o

más de un cuarto de hora dentro de un período de informe en el que una estación listada en un *Informe del mercado de radio de Arbitron/Arbitron eBook* no estuvo codificada. Los estimados de audiencia no se ajustarán en función de los intervalos sin codificar.

Ley de Protección al Consumidor de Servicios Telefónicos (TCPA): Ley federal que prohíbe que las compañías de investigación usen marcadores automáticos para llamar a las personas a su teléfono celular.

Lugar de escucha: Lugar para el que Arbitron informa estimados de audiencia. En los informes basados en Diarios, los lugares de escucha incluyen: "en el hogar", "en un auto", "en el trabajo", y "otro lugar". En los informes basados en PPM, los lugares de escucha incluyen: "en el hogar" y "fuera del hogar".

Marco de la muestra: Universo del que se selecciona la muestra.

Media Rating Council® (MRC): Organización que acredita los servicios de rating de medios de comunicación. El MRC exige y realiza auditorías anuales del cumplimiento de un servicio con determinados estándares mínimos.

Menciones en los Diarios: Cantidad de Diarios únicos en tabulación en que una estación recibió crédito por al menos un cuarto de hora de escucha.

Medidor Personal Portátil (PPM): Dispositivo de medición electrónica que detecta y almacena códigos de CBET cuando se expone a audio codificado.

Monitor de codificación: (PPM) Equipo de audio que se les proporciona a las estaciones codificadas que "escucha" constantemente el audio de dicha estación para asegurar que el audio contiene la codificación.

Muestra en tabulación/utilizable: Muestra que está en tabulación; muestra que se usa en la producción de estimados de audiencia.

Muestra inutilizable, Diario: Números e teléfono de la muestra seleccionada originalmente que Arbitron determina no ser aptos para participar en la encuesta por motivos entre los que se incluyen: están desconectados; pertenecen a listados no residenciales; están

asignados a hogares de 10 o más personas de 12 años o más; o pertenecen a alguien que dice que reside en alojamientos de grupos. La muestra también será inutilizable si Arbitron determina que el hogar está afiliado a algún medio de comunicación de acuerdo con la definición de Arbitron.

Muestra inutilizable, PPM: Números de teléfono de la muestra seleccionada originalmente que Arbitron determina no ser aptos para participar en la encuesta por motivos entre los que se incluyen: están desconectados; pertenecen a listados no residenciales; están asignados a hogares de 10 o más personas sin parentesco; están asignados a hogares de más de 16 personas con parentesco; o pertenecen a alguien que dice que reside en alojamientos de grupos. La muestra también será inutilizable si Arbitron determina que el hogar está afiliado a algún medio de comunicación de acuerdo con las pautas de Arbitron.

Muestra listada: A los fines de muestreo de Arbitron, los números de teléfono cuyos nombres y direcciones de correo están publicados en los directorios telefónicos.

Muestra no listada: Números de teléfono de la muestra cuyos nombres y direcciones de correo no están publicados en los directorios telefónicos y pueden o no conocerse antes de la etapa de las llamadas de colocación.

Nombre de la estación: Identificador que las estaciones usan con más frecuencia en el aire, aparte de las siglas o las frecuencias exactas solas.

Objetivo de muestra: Meta de tamaño de la muestra en tabulación para un área de encuesta en particular.

Panel: Metodología de investigación en la que se hacen mediciones similares en la misma muestra en un período de tiempo dado. "Panel" también puede usarse como sustantivo singular para referirse al grupo de todos los Panelistas.

Panelista: (PPM) Persona a la que se le ha enviado el dispositivo PPM y lo ha instalado correctamente.

Paquete de Información de la Estación (SIP): Paquete que se envía a las estaciones de radio que contiene una

Glosario de términos seleccionados

carta de introducción, el Formulario de Información de la Estación (SIF), instrucciones para completar el SIF y otra información relevante de la encuesta para la que se recauda la información de la estación.

Período de tiempo: (Ver “Horario”).

Personas “Cume”, Diario: Cantidad estimada de personas diferentes que escucharon una estación durante un mínimo de cinco minutos de un cuarto de hora en un horario reportado.

Personas “Cume”, PPM: Cantidad estimada de personas diferentes dentro de un grupo demográfico objetivo específico que están expuestas a una estación codificada durante al menos cinco minutos de un cuarto de hora dentro de un período de tiempo especificado en una semana promedio.

Personas por cuarto de hora promedio, Diario: Cantidad estimada de personas promedio que escucharon una estación durante un mínimo de cinco minutos en un horario reportado.

Personas por cuarto de hora promedio, PPM: Cantidad estimada de personas promedio que estuvieron expuestas a una estación codificada durante un mínimo de cinco minutos durante un cuarto de hora en un horario.

Personas Usando Radio (PUR): (Ver “Totales de Área Metropolitana/Totales de DMA”).

Personas Usando Medios Medidos (PUMM): (Ver “Totales de Área Metropolitana”).

Ponderación diaria: (PPM) Valor numérico asignado a un Panelista en tabulación por el día de medios dado, con el motivo de proyectar y calcular los estimados de audiencia respecto de la población. La ponderación diaria refleja la cantidad de personas del grupo geográfico, de sexo y de edad y (si corresponde) de otros grupos a los que pertenece el Panelista, incluido el idioma dominante (español o inglés en Áreas Metropolitanas en que están disponibles los estimados de universo de uso del idioma español como dominante), el estado de empleo, la presencia de niños en el hogar y el estado del servicio de telefonía (es decir, teléfono celular solamente o teléfono fijo).

Ponderación semanal: (PPM) Valor numérico asignado a un Panelista en tabulación por la semana dada con el motivo de proyectar y calcular los estimados de audiencia respecto de la población. La ponderación semanal refleja la cantidad de personas en el grupo geográfico, de sexo y de edad y (si corresponde) otros grupos a los que pertenece el Panelista, incluido el idioma dominante (español o inglés en Áreas Metropolitanas en que están disponibles los estimados de universo de uso del idioma español como dominante), el estado de empleo, la presencia de niños en el hogar y el estado del servicio de telefonía (es decir, teléfono celular solamente o teléfono fijo).

Porcentaje de Personas Usando Medios Medidos (PUMM %): Valor de Personas que Usan los Medios Medidos expresado como porcentaje de la población objetivo.

Proceso de adscripción: Procedimiento estadístico y probabilístico que asigna valores a datos que faltan o están incompletos.

Puesta en capas: Incrustación de varios códigos de CBET en una transmisión de audio.

Rating: Ver “Rating del cuarto de hora promedio” y “Rating de las personas Cume”.

Rating de Personas Cume: Cantidad estimada de Personas Cume expresada como porcentaje de la población estimada correspondiente.

Rating de Personas Cume semanal promedio: Cantidad de personas diferentes (sin duplicar) expuestas a una estación codificada durante al menos cinco minutos de un cuarto de hora dentro de un período de tiempo especificado, expresado como porcentaje de la población.

Rating del cuarto de hora promedio: Estimado de Personas por cuarto de hora promedio de una estación, expresado como porcentaje de la población estimada correspondiente.

Regla del uno por ciento (1%): (Diario) Una estación de radio cumple la regla del uno por ciento si fue mencionada en al menos el uno por ciento de los Diarios en tabulación devueltos de un condado

dado durante el año de encuesta anterior disponible. Si dos o más estaciones son aptas para recibir el crédito de la misma entrada de Diario, y sólo una de las estaciones aptas cumple con la regla del uno por ciento, esa estación recibe el crédito de la entrada. Si dos o más estaciones cumplen la regla del uno por ciento, el crédito de la entrada se determina por proceso de adscripción.

Requisitos mínimos para ser reportado (MRS): Criterios que se usan para determinar cuales estaciones califican para ser listadas en los *Informes del mercado de radio de Arbitron*/Arbitron eBooks.

Sello de fecha y hora de transmisión: (PPM) Identificador dentro de un código de CBET que indica la fecha y hora en la que la señal se transmitió originalmente.

Sello de fecha y hora del Medidor: (PPM) Indica la fecha y hora en que el Medidor detecta y almacena un código de CBET.

Share: (Ver “Share de un cuarto de hora promedio”).

Share de un cuarto de hora promedio: Estimado de Personas por cuarto de hora promedio de una estación, expresado como porcentaje del estimado del total de Personas por cuarto de hora promedio del Área Metropolitana en un período reportado correspondiente.

Siglas de alias: Etiqueta que se usa para indicar las estaciones en los informes de Arbitron a las que la FCC (u otra agencia gubernamental) no asignó siglas, estaciones a las que se les asignó una sigla que Arbitron no puede reportar y estaciones de LPFM cuya siglas son también las siglas de una estación de FM. Las siglas de alias las determina Arbitron. Generalmente, las siglas de alias tienen tres o cuatro caracteres, comienzan con la letra “C” o “X” y su uso no fue asignado en ningún país por parte de la Unión Internacional de Telecomunicaciones.

Tasa de cumplimiento: (PPM) Porcentaje de Panelistas aptos para ser incluidos en la muestra en tabulación.

Tasa de respuesta: (Diario) Proporción de los Diarios en tabulación en relación con la cantidad de personas estimadas

Glosario de términos seleccionados

en hogares utilizables, expresada generalmente como porcentaje.

Tasa en tabulación: Porcentaje de Panelistas que llevan sus Medidores consigo durante un tiempo suficiente para estar en tabulación en un día dado.

Tiempo de Exposición Diaria Promedio (ADTE): (Ver “Tiempo Escuchando”).

Tiempo de Exposición Promedio (ATE): (Ver “Tiempo escuchando”).

Tiempo Escuchando (TSL), Diario: Estimado de la cantidad de tiempo promedio que el oyente promedio informó haber escuchado una estación (o radio total) en un período en particular.

Tiempo Escuchando (TSL), PPM: Estimado de la cantidad de tiempo promedio que el Panelista promedio estuvo expuesto a una estación codificada (o todos los medios codificados) en un período en particular.

Totales de Área Metropolitana, PPM: Total de exposición informada a los medios codificados en el Área Metropolitana (podría referirse a los estimados de AQH o Cume). Este término también se conoce como Personas que Usan los Medios Medidos (PUMM).

Totales de Área Metropolitana/Totales de DMA, Diario: Total de escucha de radio reportada en el Área Metropolitana o DMA (podría referirse a los estimados de AQH o Cume), que incluye la escucha a las estaciones reportadas, estaciones comerciales que no califican, estaciones no comerciales, radio por satélite y escucha no identificada. Este término también se conoce como Personas Usando Radio (PUR).

Totales del mercado: (Ver “Totales de Área Metropolitana/Totales de DMA”).

Tratamiento Diferencial en Encuestas (DST): Procedimientos especiales en encuestas que se usan para aumentar las tasas de participación de grupos demográficos objetivo (por ejemplo, raza negra, raza hispana, hombres jóvenes) que tienden a estar subrepresentados en las encuestas.

Unidad de muestra: Área geográfica que consiste en un condado, o equivalente de condado, para el que se

selecciona y monitorea la muestra por separado.

Valor de Personas por Diario (PPDV): Valor numérico asignado a cada Diario en tabulación para proyectar los estimados de audiencia en función de la población. El PPDV refleja la cantidad de personas en el grupo geográfico, de sexo, de edad y (si corresponde) de etnia y/o uso de idioma (inglés o español) representado por cada Diario en tabulación después de realizada la ponderación de la muestra.

Abreviaturas de uso frecuente

AAAA	Asociación Estadounidense de Agencias de Publicidad
AQH	Cuarto de hora promedio
ARAC	Consejo Asesor de Radio (Radio Advisory Council) de Arbitron
CRMR	Informe del Mercado de Radio Condensado
CSB	Boletín de Servicio al Cliente
DOM	Descripción de la metodología
DST	Tratamiento Diferencial en Encuestas
EDSR	Sistema de Revisión de Diarios
ESB	Base Efectiva de la Muestra
HDBA	Área de Raza Negra de Alta Densidad
HDHA	Área de Raza Hispana de Alta Densidad
MRC	Media Rating Council
MRS	Requisitos mínimos para ser reportado
MSA	Área Metropolitana Estadística
NAB	Asociación Nacional de Difusores
NECMA	Área Metropolitana del condado de Nueva Inglaterra
OMB	Oficina de Administración y Presupuesto
PMSA	Área Metropolitana Estadística Principal
PPDV	Valor de Personas por Diario

PPM	Medidor Personal Portátil
PUMM	Personas Usando Medios Medidos
PUR	Personas Usando Radio
RAB	Radio Advertising Bureau
RDD	Marcado Aleatorio de Números
RMR	Informe del Mercado de Radio
SIP	Paquete de Información de la Estación
SRMR	Informe del Mercado de Radio Estándar
SSA	Actividades Especiales de las Estaciones
TD	Dificultad Técnica
TLR	Informes de Línea Total
TSA	Área Total de Encuesta
TSL	Tiempo Escuchando

Oficinas de Arbitron

Sede

9705 Patuxent Woods Drive
Columbia, Maryland 21046-1572
(410) 312-8000

Atlanta

9000 Central Parkway, Suite 300
Atlanta, Georgia 30328-1639
(770) 668-5400

Chicago

222 South Riverside Plaza
Suite 630
Chicago, Illinois 60606-6101
(312) 542-1900

Dallas

13355 Noel Road, Suite 1120
Dallas, Texas 75240-6646
(972) 385-5388

Los Ángeles

10877 Wilshire Blvd., Suite 1400
Los Ángeles, California 90024-4341
(310) 824-6600

Nueva York

142 West 57th Street
Nueva York, Nueva York 10019-3300
(212) 887-1300

www.arbitron.com

ArbitrendsSM, Arbitron eBookSM, MaximiSer[®], Media Professional[®], PD Advantage[®], Portable People MeterTM, PPMTM, PPM WeekliesSM y Radio County CoverageTM son marcas de Arbitron Inc.

DMA[®] es una marca de servicio registrada de Nielsen Media Research, Inc., y se usa conforme a una licencia otorgada por Nielsen Media Research, Inc.

HD Radio[®] es una marca comercial registrada de iBiquity Digital Corporation.

Media Rating Council[®] y el diseño del logotipo con las “dos marcas de verificación” son marcas registradas del Media Rating Council.

El material no puede reutilizarse, reproducirse ni fotografiarse por ningún medio sin permiso.