

TERCER REPORTE DE MONITOREO DE PROPAGANDA ELECTORAL 2021: ELECCIONES LEGISLATIVAS, MUNICIPALES Y PARLACEN

ACCIÓN CIUDADANA
**CENTRO DE MONITOREO DE
TRANSPARENCIA Y DEMOCRACIA**

25 FEBRERO DE 2021



METODOLOGÍA (OBTENCIÓN DATOS RADIO Y TV)

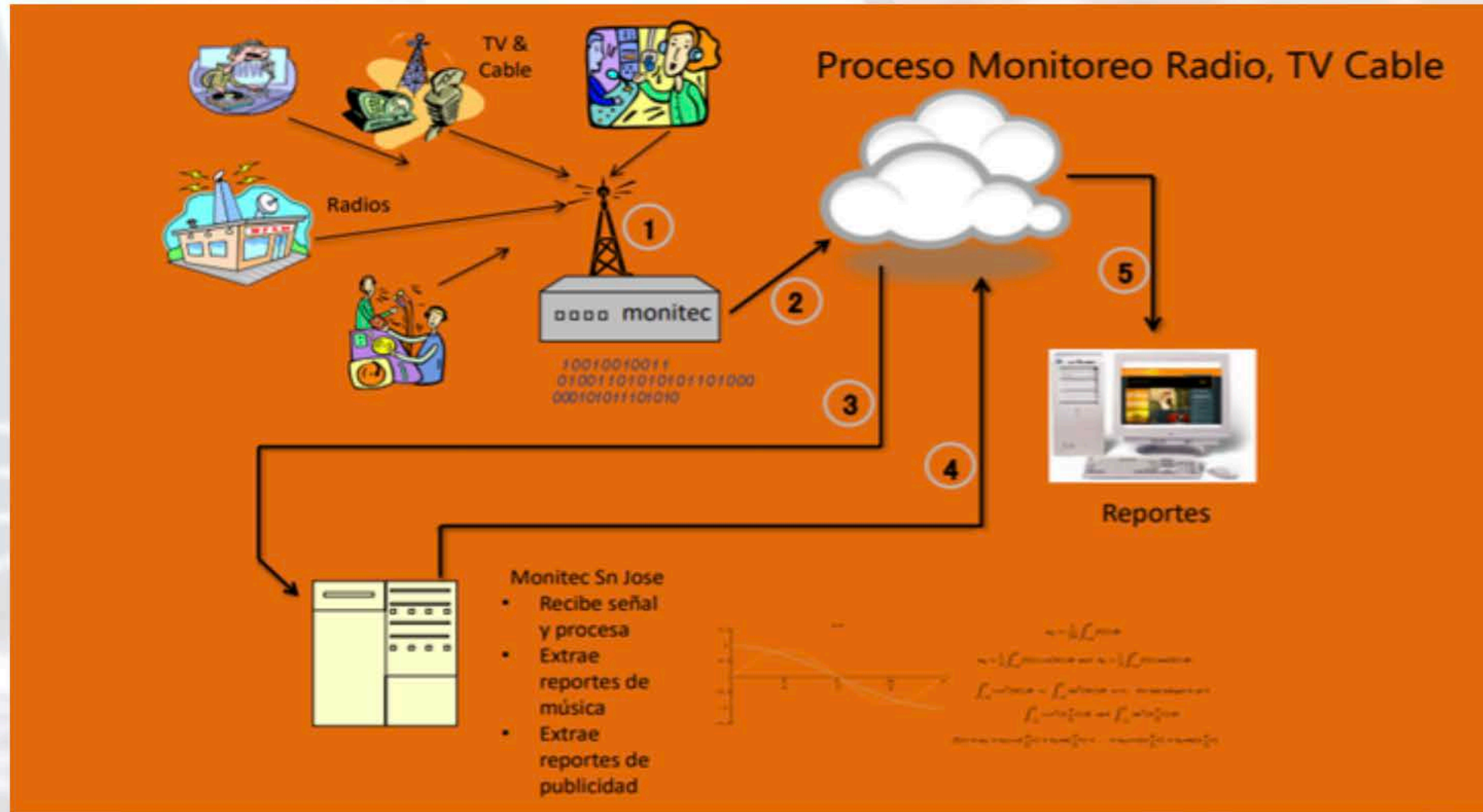
- Se utilizó la plataforma de la empresa Monitoreo Tecnológico de Medios S.A.
- La plataforma monitorea medios a fin de comprobar transmisión de pauta, soporte de facturación y rendición de cuentas.
- En cada plaza a monitorear, se coloca una estación de “escucha” (hardware = cajas de sintonía y captura de señal) que hace la búsqueda de los spots contenidos entre toda la programación (stream) de cada medio.
- El sistema graba toda la transmisión de cada medio monitoreado las 24 horas al día, la digitaliza, comprime y envía por Internet al centro de procesamiento Monitec en Costa Rica.
- Para que el sistema realice la búsqueda, debe tener una copia digital del spot a buscar.
(Huella digital)



METODOLOGÍA (OBTENCIÓN DE DATOS RADIO Y TV)

- El sistema realiza la grabación del medio, procesamiento, detección e identificación de spots, y armado de base de datos de resultados en forma automática y autónoma; no existe intervención humana en todo el proceso que pueda alterar los datos o resultados.
- El sistema reporta solo aquellos spots que fueron detectados, indicando el nombre del spot, partido político, medio en que se detectó la transmisión, la fecha/hora/minuto/segundo en que se detectó, y la duración del spot en segundos.
- Manualmente se agrega la tarifa correspondiente al spot detectado.

METODOLOGÍA (OBTENCIÓN DE DATOS RADIO Y TV)



METODOLOGÍA (OBTENCIÓN DATOS DEL EXTERIOR)

- Se realizaron dos levantamientos por mes, sobre rutas predefinidas de alto tráfico.
- Se hicieron recorridos de inspección durante los cuales se documentó la cantidad de medios utilizados, se les tomó fotografía para documentar la publicación.
- El monitoreo se realizó en las 21 calles y avenidas más transitadas del área metropolitana:

Panamericana, Autopista Aeropuerto, Paseo Gral. Escalón, Alameda Roosevelt, Alameda Manuel Enrique Araujo, Av. Masferrer, Calle El Mirador, Boulevard Los Héroes, Boulevard Constitución, Boulevard del Ejército, Boulevard Monseñor Romero, Boulevard Santa Elena, San Benito, 75 av. Norte, Boulevard Los Próceres, Av. Jerusalén, Boulevard Arturo Castellanos, Calle Chiltiupán, Alameda Juan Pablo II, Calle El Pedregal, 49 av. Sur.

METODOLOGÍA (INTERNET)



Monitoreo de Pauta Online: Durante el mes de enero, la plataforma registra que 323 sitios de Internet transmitieron pauta pagada de anunciantes en El Salvador. De estos, 281 sitios pautaron publicidad de las categorías monitoreadas (Gobierno y Asociaciones/Organizaciones Políticas).

Este reporte presenta la pauta registrada en esos 281 sitios listados al pie.

El monitoreo se realiza mediante una plataforma tecnológica que navega de manera persistente, durante todos los días del año las 24hs del día en diferentes sitios web desde los cuales descarga cada anuncio para una posterior clasificación. Este universo de sitios compone la muestra sobre la cual se proyecta y estima la actividad publicitaria online. Las preguntas a las que responde el resultados de este monitoreo son:

1. Quién está pautando?
2. Dónde?
3. Con qué formatos pautan?
4. Con qué productos?
5. Con qué creatividad pautan?
6. Cuanto invierten?

El cálculo de costos o inversión por anunciante se compone de 2 pasos: El primero consiste en un modelo de proyección* que permite, a partir de la muestra generada, proyectar las impresiones obtenidas y, como segundo paso: estimar valores de inversión correspondientes al universo del ecosistema digital. La actividad publicitaria en Internet no sigue un esquema tradicional de compra de medios, donde se compran "spots". En Internet se compran "impresiones" (o "vistas"), y se paga por la cantidad de veces que un anuncio es visto. De ahí que la cuantificación de Impresiones es la base para calcular la inversión. Para establecer las tarifas se emplea un Sistema de Publishers Classes que clasifica los medios en diferentes segmentos a partir de sus tarifas CPM (costo por mil impresiones) promedio

(* El modelo de proyección utilizado es un modelo estadístico compuesto por un algoritmo basado en una regresión lineal multivariada que se define a partir de casos concretos (planes de medios reales) y permite proyectar resultados para el resto de los casos (La muestra utilizada).

LIMITACIONES DEL SISTEMA DE MONITOREO

- Se calcula que el grado de acierto de detección de spots es del 96% del tiempo monitoreado. Las situaciones que afectan el grado de acierto son las siguientes:
- Interrupciones en la transmisión del medio culpa del propio medio (falta de energía, caída de torres, pérdida de enlace, etc.)
- Condiciones climatológicas (fuertes lluvias, vientos, destellos solares) que afectan o distorsionan las ondas hertzianas.
- Caídas del sistema por falta de energía o internet.

ACLARACIONES METODOLÓGICAS

- Para asignar el costo de los anuncios pautados de cada candidato se utiliza la **TARIFA PLENA** declarada por cada medio de comunicación.
 - El monitoreo no toma en consideración bonos o regalías que puedan recibir los partidos políticos al comprar pautas publicitarias en medios de comunicación.
 - La propaganda detectada por cada candidato es asignada al partido o partidos en los cuales está inscrita la persona para competir por el cargo.
 - Se han tomado en consideración aquellos mensajes publicados por el Gobierno de El Salvador, que buscan influir en la decisión electoral.
 - Los resultados son presentados de manera alfabética según cada partido.
- Los datos reportados en el monitoreo comprende desde el 01 hasta el 21 de febrero de 2021.



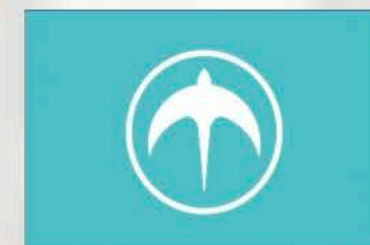
PRINCIPALES RESULTADOS DEL TERCER MONITOREO DE PROPAGANDA ELECTORAL 2021

ASPECTOS GENERALES DEL MONITOREO DE PROPAGANDA (27 NOVIEMBRE - 21 FEBRERO)

Nº DE PARTIDOS QUE EMITIERON
PROPAGANDA EN MEDIOS
MONITOREADOS: 9

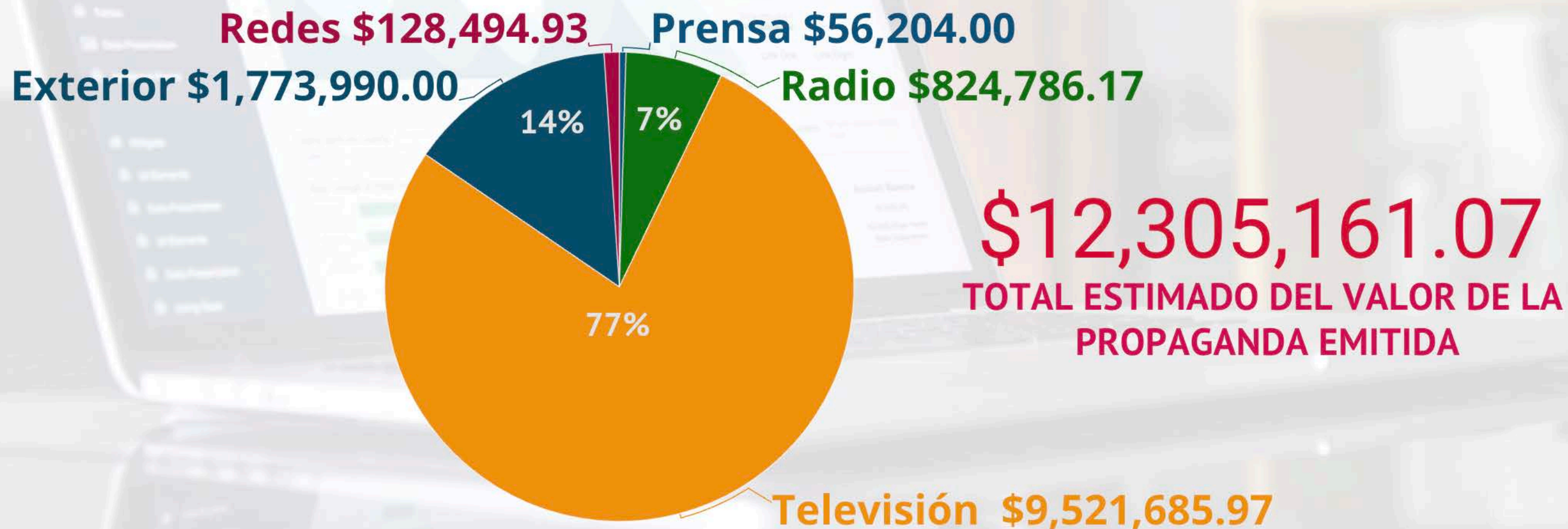
MEDIOS MONITOREADOS: RADIO, TV,
PRENSA ESCRITA, VALLAS EXTERIOR,
REDES SOCIALES

PERÍODO DEL MONITOREO DE
FEBRERO NO COMPRENDE TODO EL
MES (01 - 21 FEB)



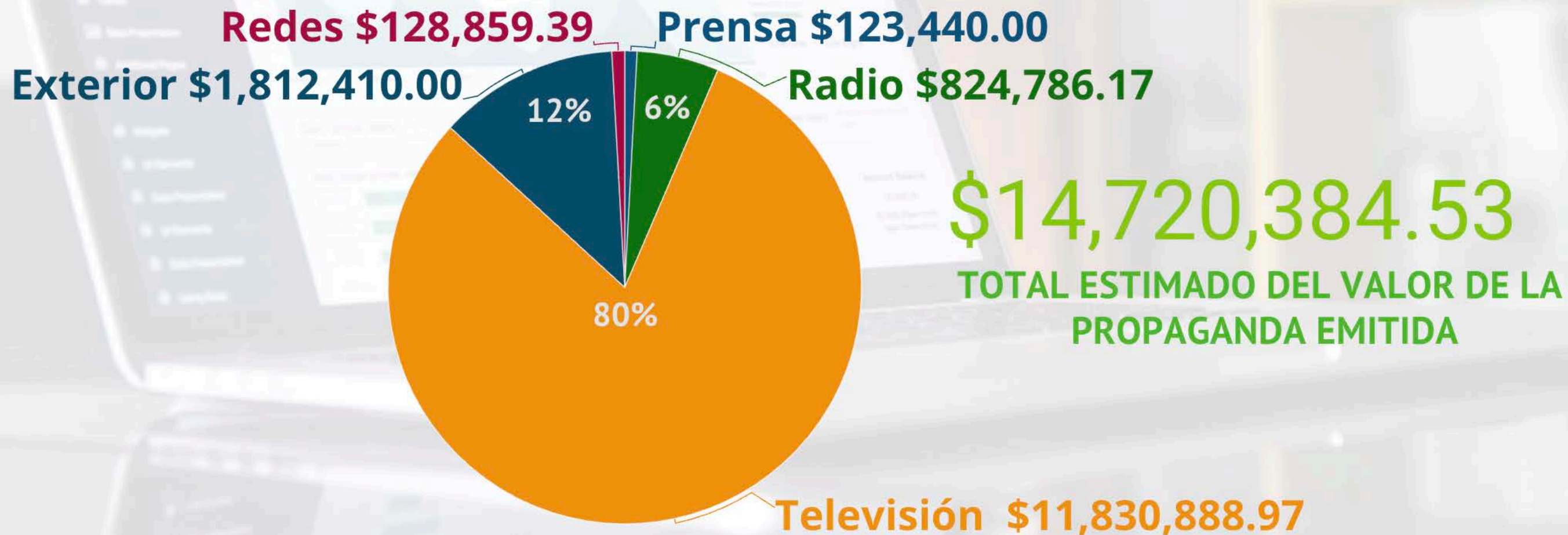
ESTIMACIÓN DEL VALOR DE LA PROPAGANDA ELECTORAL 2021 EMITIDA POR PARTIDOS Y CANDIDATURAS EN RADIO, TV, PRENSA ESCRITA, VALLAS PUBLICITARIAS Y REDES (27 NOV - 21 FEB)

(NO INCLUYE PUBLICIDAD FIRMADA POR GOBIERNO)



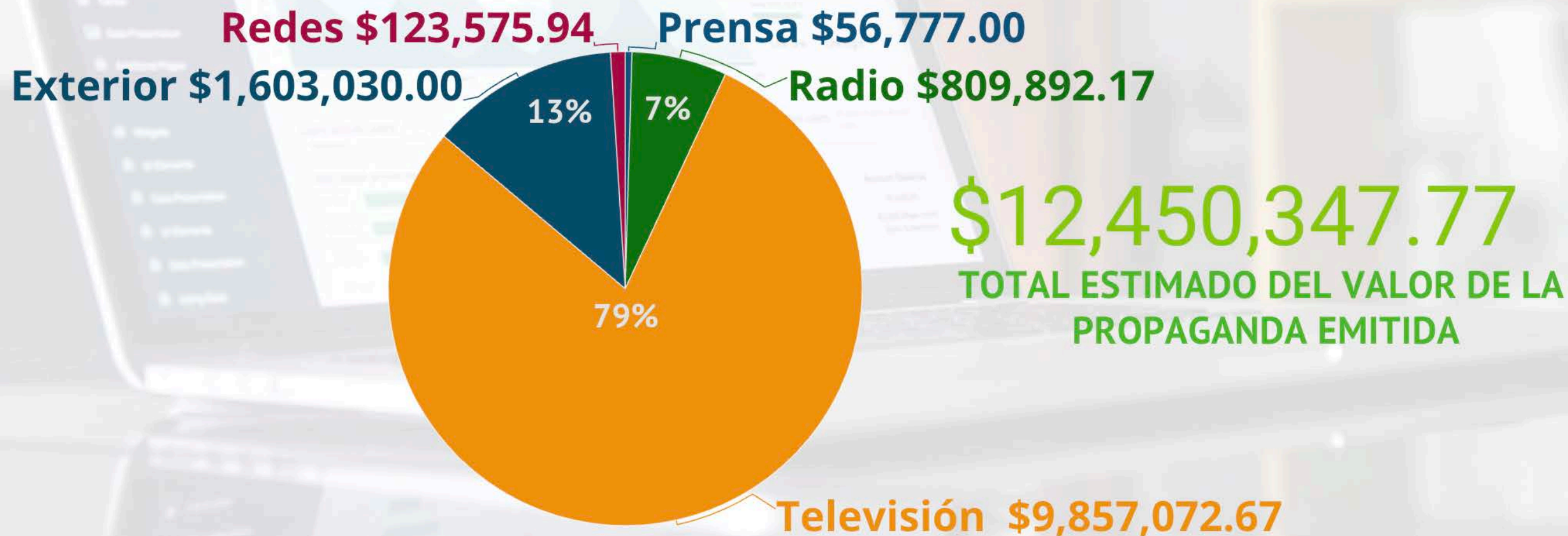
ESTIMACIÓN DEL VALOR DE LA PROPAGANDA ELECTORAL 2021 EMITIDA POR PARTIDOS Y CANDIDATURAS EN RADIO, TV, PRENSA ESCRITA, VALLAS PUBLICITARIAS Y REDES (27 NOV - 21 FEB)

(INCLUYE PUBLICIDAD FIRMADA POR GOBIERNO)



ESTIMACIÓN DEL VALOR DE LA PROPAGANDA ELECTORAL 2021 EMITIDA POR PARTIDOS Y CANDIDATURAS EN RADIO, TV, PRENSA ESCRITA, VALLAS PUBLICITARIAS Y REDES (27 DIC - 21 FEB)

(INCLUYE PUBLICIDAD FIRMADA POR GOBIERNO)



DIFERENCIAS ENTRE LA CAMPAÑA ELECTORAL 2018 Y CAMPAÑA ELECTORAL 2021, SEGÚN MONITOREO DE PROPAGANDA DE ACCIÓN CIUDADANA

ELECCIONES 2018

\$7,417,773.36

TOTAL ESTIMADO DEL VALOR DE LA PROPAGANDA
EMITIDA POR PARTIDOS Y CANDIDATURAS

PERÍODO MONITOREADO:
03 ENERO - 28 FEBRERO 2018

90% DEL VALOR CORRESPONDE A DOS PARTIDOS
POLÍTICOS: ARENA (42%) Y FMLN (48%)

ELECCIONES 2021

\$12,305,161.07

TOTAL ESTIMADO DEL VALOR DE LA PROPAGANDA
EMITIDA POR PARTIDOS Y CANDIDATURAS

PERÍODO MONITOREADO:
27 DICIEMBRE 2020 - 21 FEBRERO 2021

71% DEL VALOR CORRESPONDE A UN PARTIDO
POLÍTICO: NUEVAS IDEAS

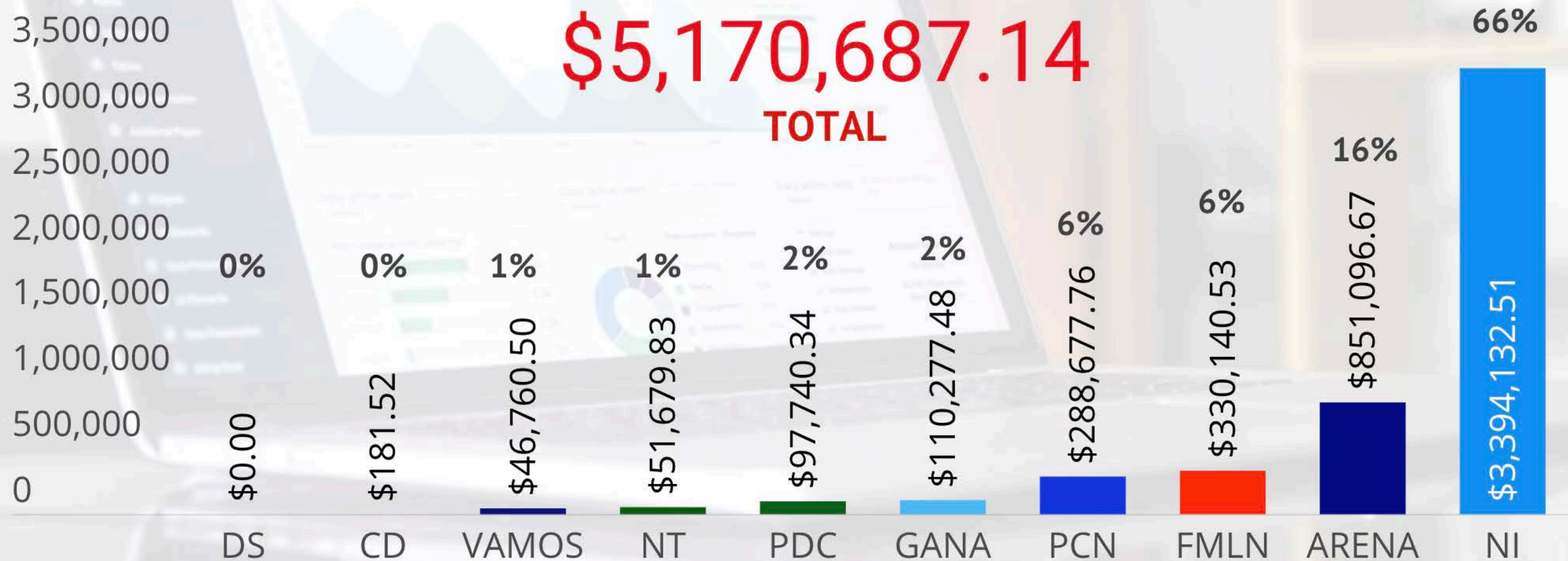
\$4,887,387.71

DIFERENCIA ENTRE AMBAS ELECCIONES

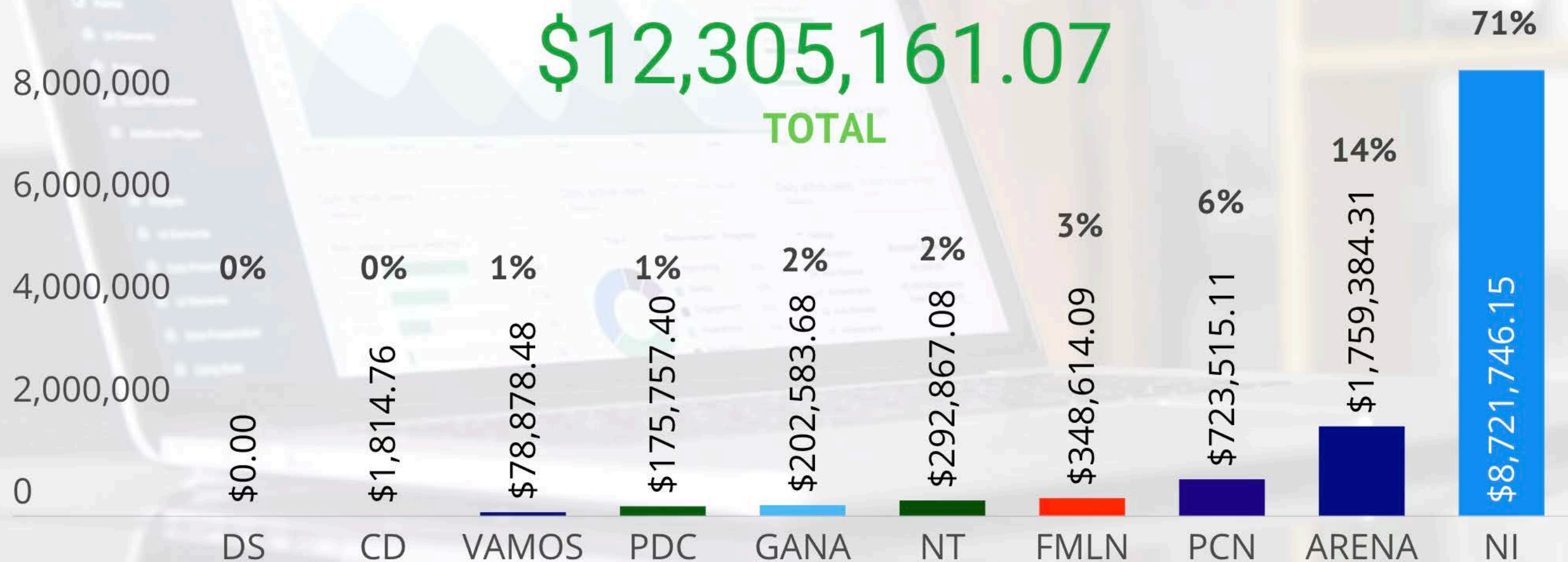
(AMBOS DATOS NO INCLUYEN PUBLICIDAD FIRMADA POR GOBIERNOS DE TURNO)



ESTIMACIÓN DEL VALOR DE LA PROPAGANDA ELECTORAL 2021 EMITIDA POR PARTIDOS Y CANDIDATURAS EN RADIO, TV, PRENSA ESCRITA, VALLAS PUBLICITARIAS Y REDES (01-21 FEB 2021)

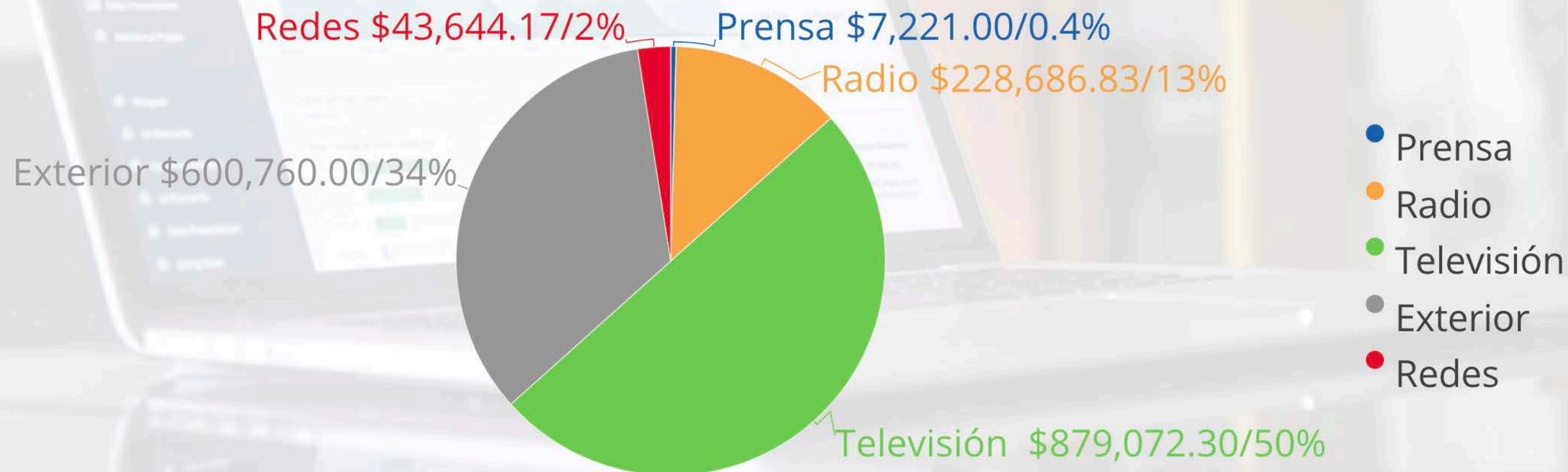


ESTIMACIÓN DEL VALOR DE LA PROPAGANDA ELECTORAL 2021 EMITIDA POR PARTIDOS Y CANDIDATURAS EN RADIO, TV, PRENSA ESCRITA, VALLAS PUBLICITARIAS Y REDES (27 NOV -21 FEB 2021)



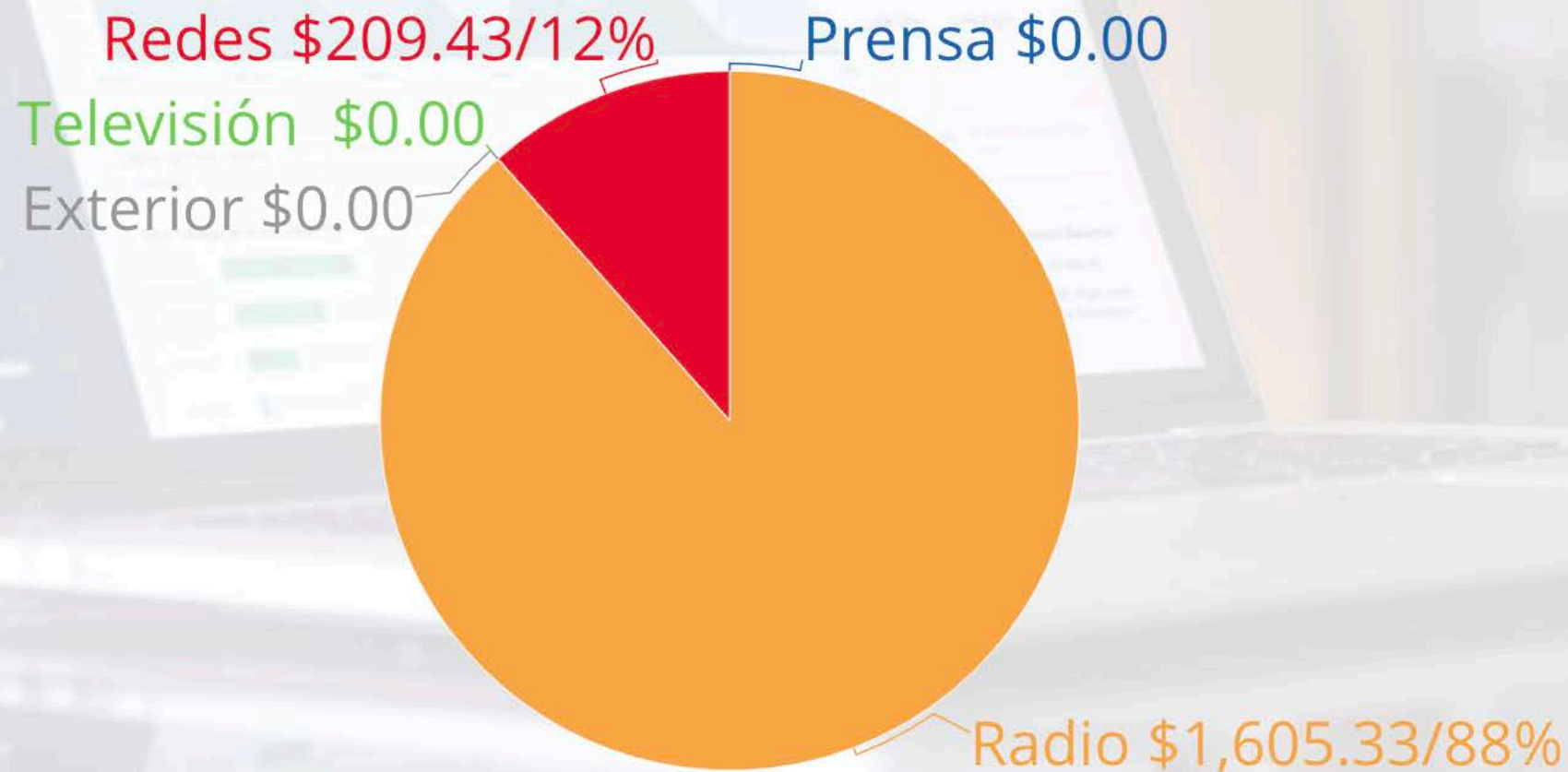
ESTIMACIÓN DEL VALOR DE LA PROPAGANDA ELECTORAL 2021 EMITIDA POR PARTIDOS Y CANDIDATURAS EN RADIO, TV, PRENSA ESCRITA, VALLAS PUBLICITARIAS Y REDES (27 NOV -21 FEB 2021)

ARENA	CD	FMLN	GANA	PCN	PDC	NI	NT	VAMOS	Total
-------	----	------	------	-----	-----	----	----	-------	-------



ESTIMACIÓN DEL VALOR DE LA PROPAGANDA ELECTORAL 2021 EMITIDA POR PARTIDOS Y CANDIDATURAS EN RADIO, TV, PRENSA ESCRITA, VALLAS PUBLICITARIAS Y REDES (27 NOV -21 FEB 2021)

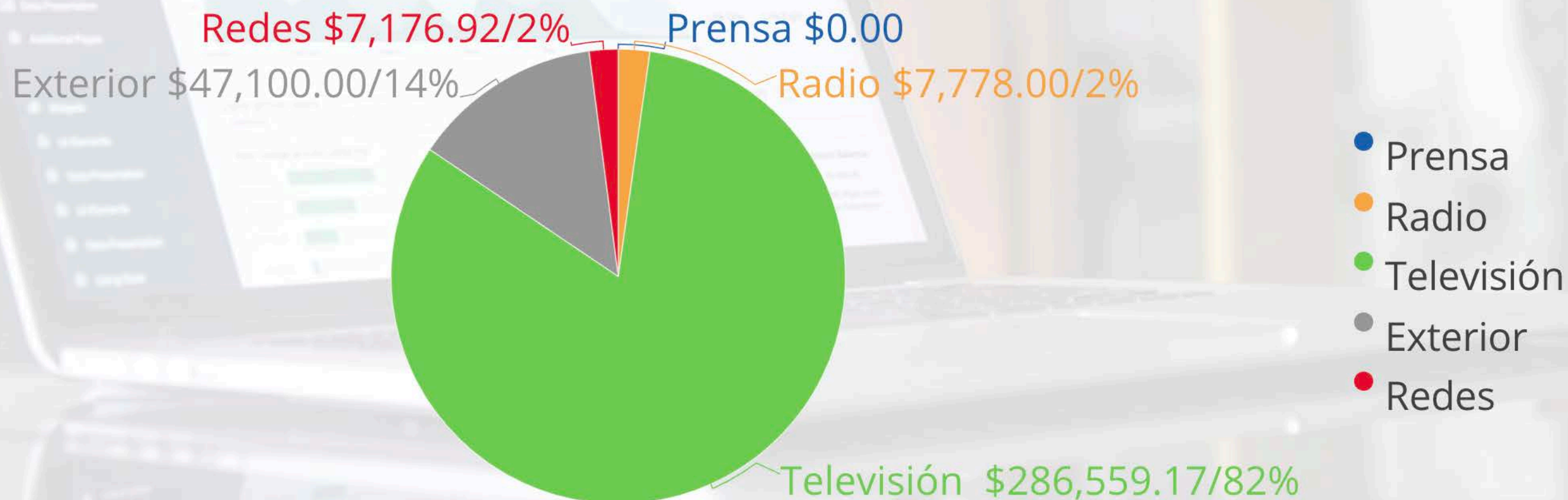
ARENA	CD	FMLN	GANA	PCN	PDC	NI	NT	VAMOS	Total
-------	----	------	------	-----	-----	----	----	-------	-------



- Prensa
- Radio
- Televisión
- Exterior
- Redes

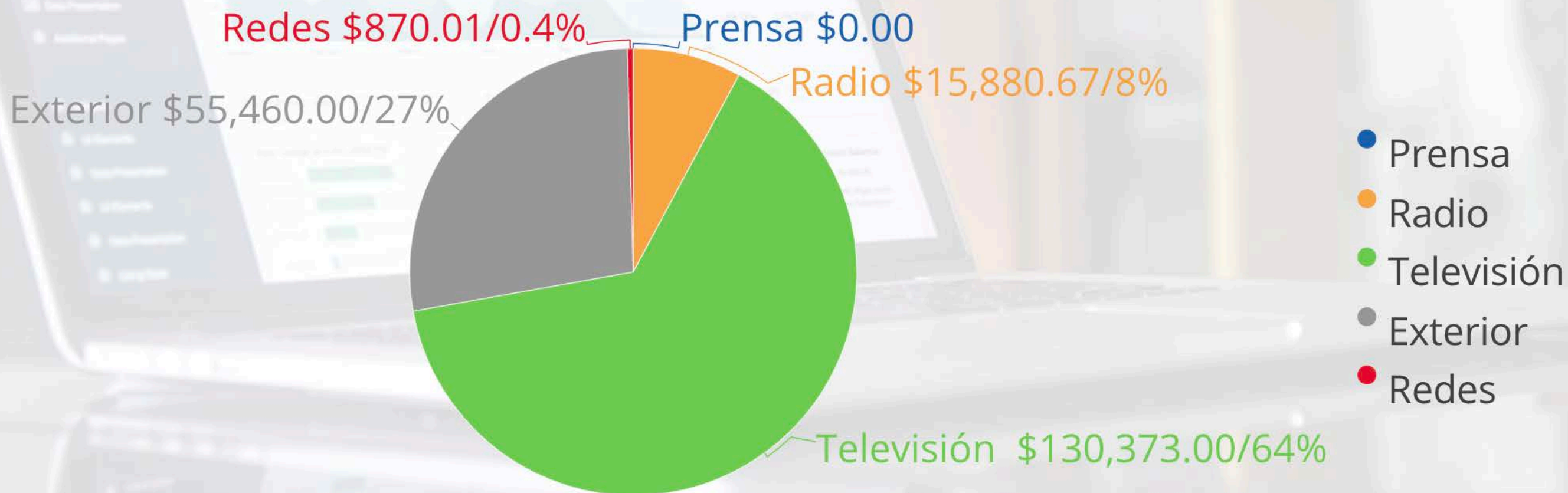
ESTIMACIÓN DEL VALOR DE LA PROPAGANDA ELECTORAL 2021 EMITIDA POR PARTIDOS Y CANDIDATURAS EN RADIO, TV, PRENSA ESCRITA, VALLAS PUBLICITARIAS Y REDES (27 NOV -21 FEB 2021)

ARENA	CD	FMLN	GANA	PCN	PDC	NI	NT	VAMOS	Total
-------	----	------	------	-----	-----	----	----	-------	-------



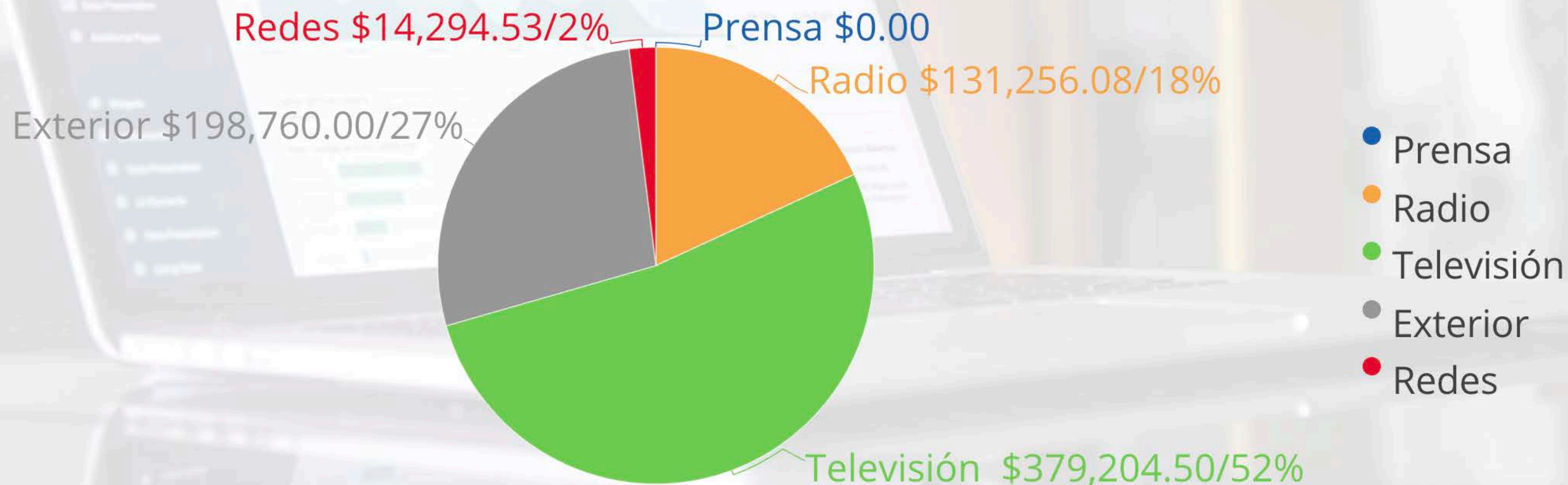
ESTIMACIÓN DEL VALOR DE LA PROPAGANDA ELECTORAL 2021 EMITIDA POR PARTIDOS Y CANDIDATURAS EN RADIO, TV, PRENSA ESCRITA, VALLAS PUBLICITARIAS Y REDES (27 NOV -21 FEB 2021)

ARENA	CD	FMLN	GANA	PCN	PDC	NI	NT	VAMOS	Total
-------	----	------	------	-----	-----	----	----	-------	-------



ESTIMACIÓN DEL VALOR DE LA PROPAGANDA ELECTORAL 2021 EMITIDA POR PARTIDOS Y CANDIDATURAS EN RADIO, TV, PRENSA ESCRITA, VALLAS PUBLICITARIAS Y REDES (27 NOV -21 FEB 2021)

ARENA	CD	FMLN	GANA	PCN	PDC	NI	NT	VAMOS	Total
-------	----	------	------	-----	-----	----	----	-------	-------



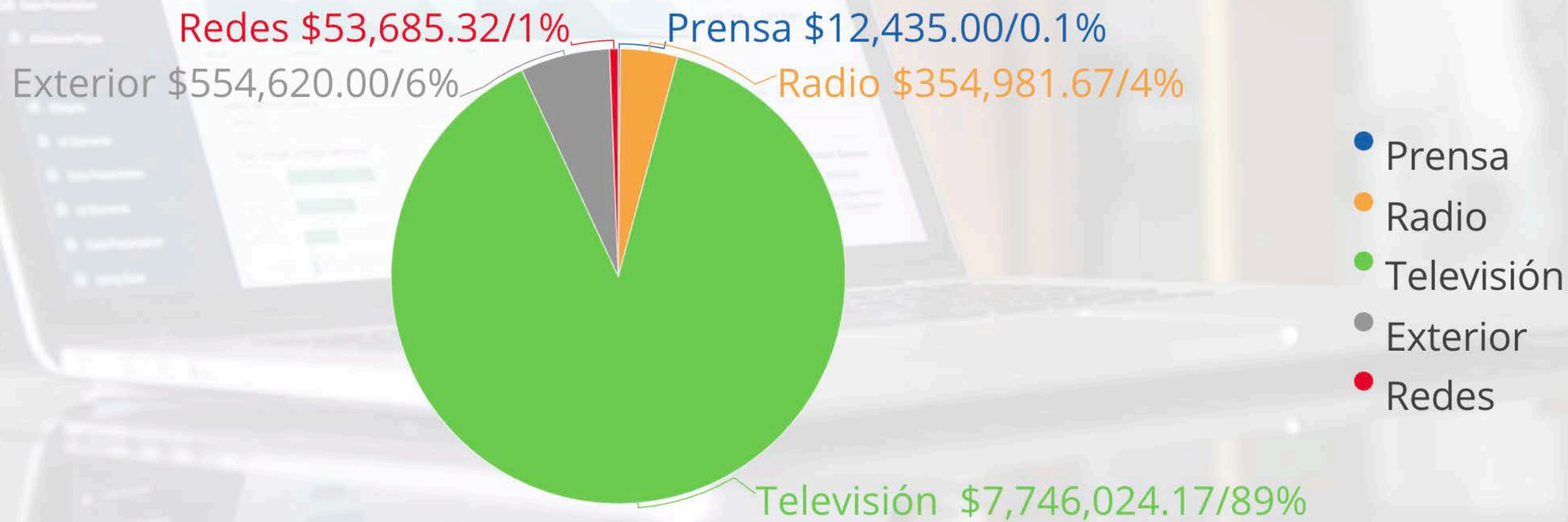
ESTIMACIÓN DEL VALOR DE LA PROPAGANDA ELECTORAL 2021 EMITIDA POR PARTIDOS Y CANDIDATURAS EN RADIO, TV, PRENSA ESCRITA, VALLAS PUBLICITARIAS Y REDES (27 NOV -21 FEB 2021)

ARENA	CD	FMLN	GANA	PCN	PDC	NI	NT	VAMOS	Total
-------	----	------	------	-----	-----	----	----	-------	-------



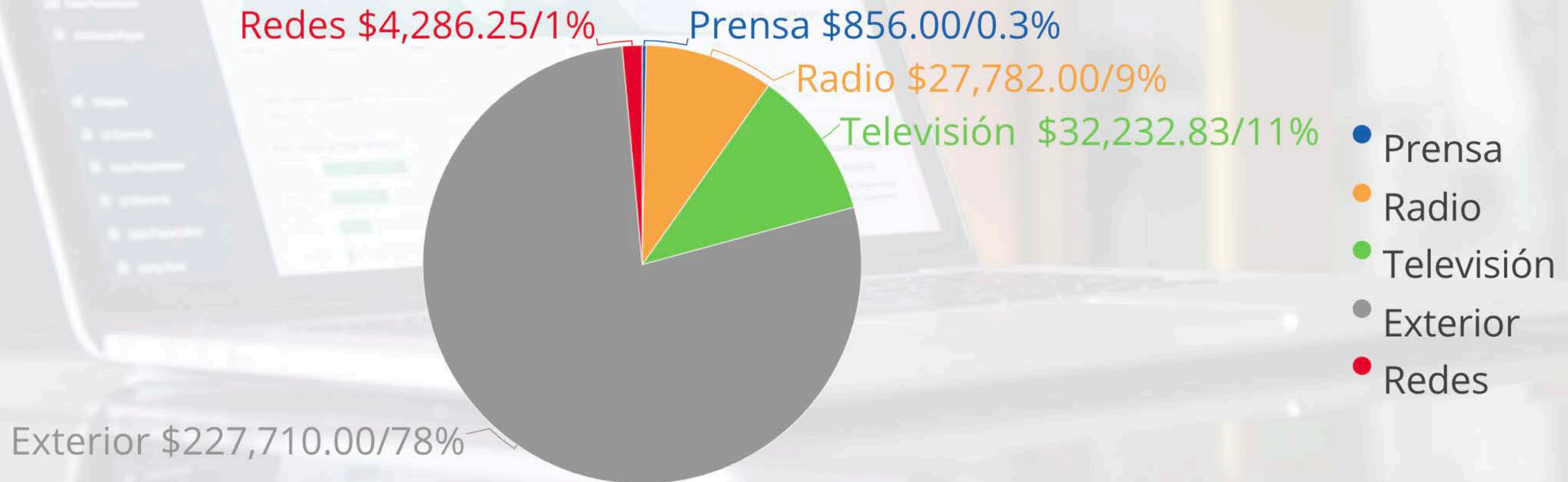
ESTIMACIÓN DEL VALOR DE LA PROPAGANDA ELECTORAL 2021 EMITIDA POR PARTIDOS Y CANDIDATURAS EN RADIO, TV, PRENSA ESCRITA, VALLAS PUBLICITARIAS Y REDES (27 NOV -21 FEB 2021)

ARENA	CD	FMLN	GANA	PCN	PDC	NI	NT	VAMOS	Total
-------	----	------	------	-----	-----	----	----	-------	-------



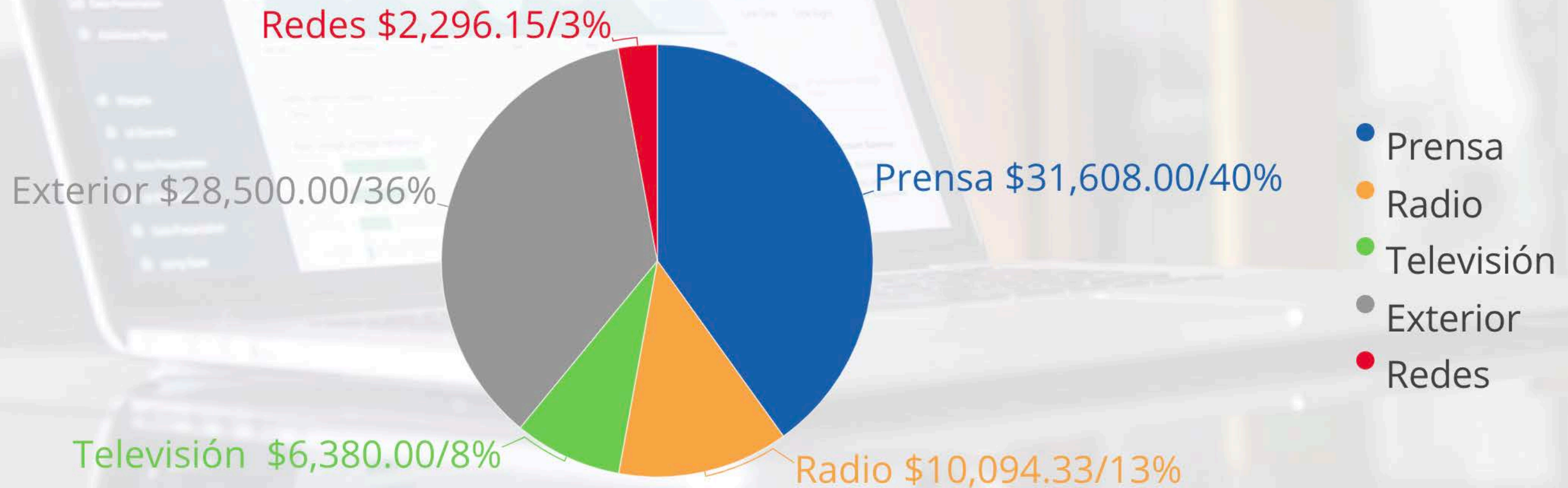
ESTIMACIÓN DEL VALOR DE LA PROPAGANDA ELECTORAL 2021 EMITIDA POR PARTIDOS Y CANDIDATURAS EN RADIO, TV, PRENSA ESCRITA, VALLAS PUBLICITARIAS Y REDES (27 NOV -21 FEB 2021)

ARENA	CD	FMLN	GANA	PCN	PDC	NI	NT	VAMOS	Total
-------	----	------	------	-----	-----	----	----	-------	-------



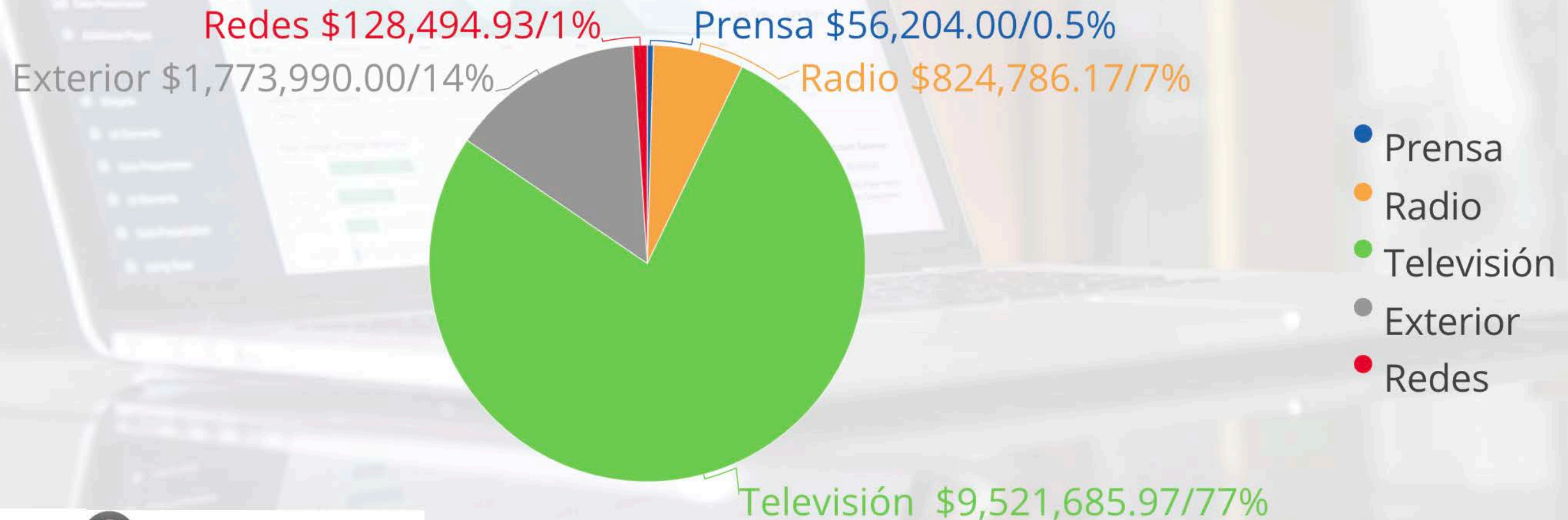
ESTIMACIÓN DEL VALOR DE LA PROPAGANDA ELECTORAL 2021 EMITIDA POR PARTIDOS Y CANDIDATURAS EN RADIO, TV, PRENSA ESCRITA, VALLAS PUBLICITARIAS Y REDES (27 NOV -21 FEB 2021)

ARENA	CD	FMLN	GANA	PCN	PDC	NI	NT	VAMOS	Total
-------	----	------	------	-----	-----	----	----	-------	-------



ESTIMACIÓN DEL VALOR DE LA PROPAGANDA ELECTORAL 2021 EMITIDA POR PARTIDOS Y CANDIDATURAS EN RADIO, TV, PRENSA ESCRITA, VALLAS PUBLICITARIAS Y REDES (27 NOV -21 FEB 2021)

ARENA	CD	FMLN	GANA	PCN	PDC	NI	NT	VAMOS	Total
-------	----	------	------	-----	-----	----	----	-------	-------



N° DE VECES QUE SE TRANSMITIERON LOS ANUNCIOS EMITIDOS POR PARTIDOS Y CANDIDATURAS EN RADIO Y TV (01-21 FEBRERO)



Partidos	Radio	Televisión	Total
ARENA	3,137	1,377	4,514
CD	0	0	0
DS	0	0	0
FMLN	533	544	1,077
GAN	300	225	525
PCN	2,016	661	2,677
PDC	1,247	126	1,373
NI	7,167	5,707	12,874
NT	104	0	104
VAMOS	477	16	493
Total	14,981	8,656	23,637

64,644 VECES DESDE 27 NOV - 21 FEB



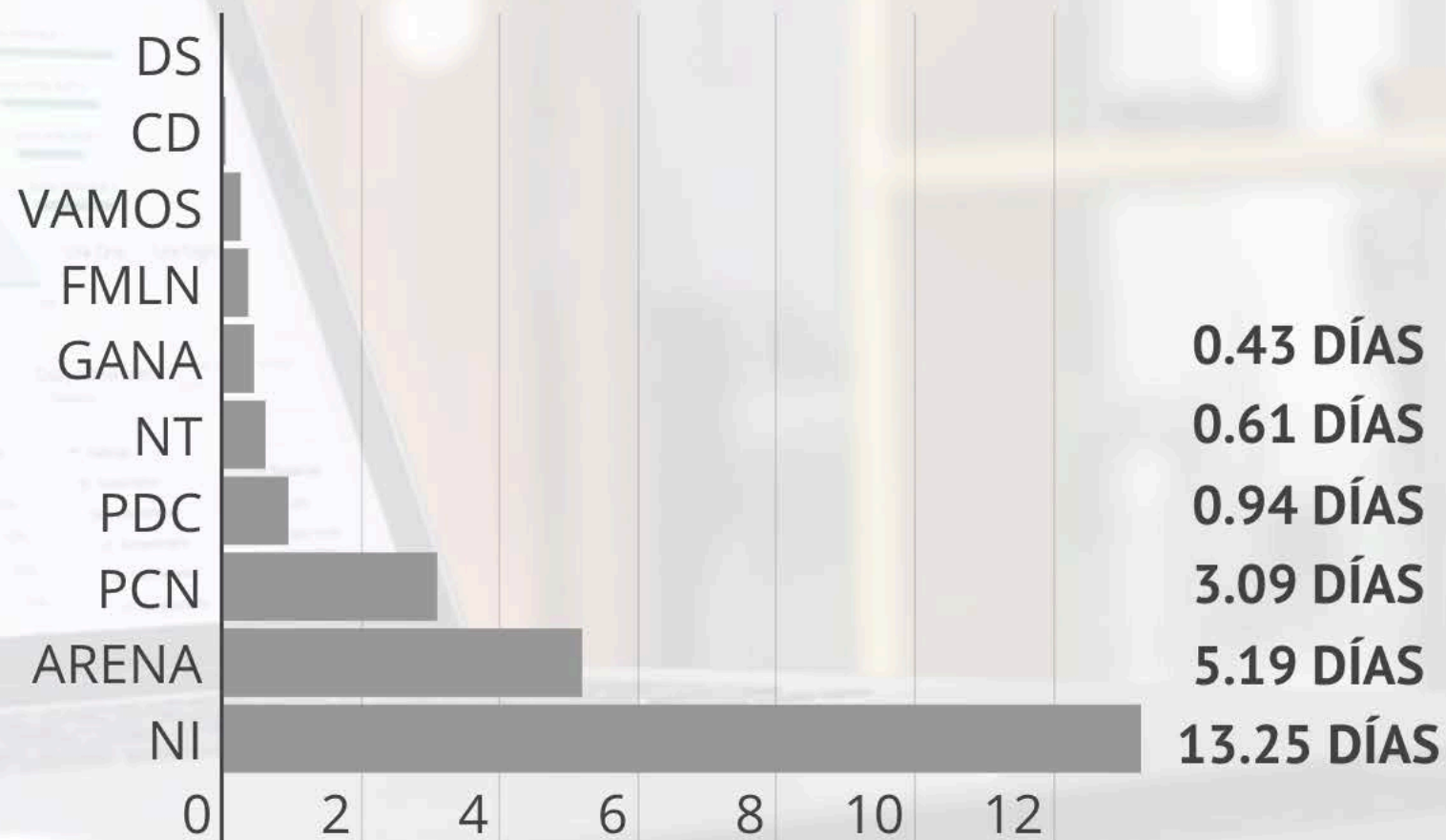
DATOS ACUMULATIVOS SOBRE LA PROPAGANDA ELECTORAL (27 NOVIEMBRE 2020 - 21 FEBRERO 2021)

24.18 DÍAS

TIEMPO AIRE DÍAS (DESDE EL 27 DE
NOVIEMBRE 2020 HASTA EL 21 DE
FEBRERO 2021)

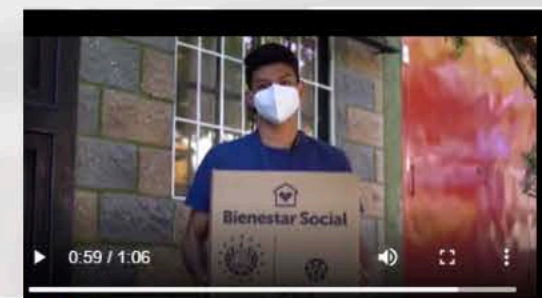
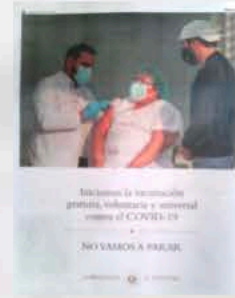
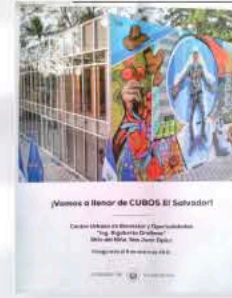
580.32 HORAS

TIEMPO AIRE HORAS (DESDE EL 27 DE
NOVIEMBRE 2020 HASTA EL 21 DE
FEBRERO 2021)



● TIEMPO AIRE RADIO Y TV (DÍAS)

ESTIMACIÓN VALOR PROPAGANDA FIRMADA POR EL GOBIERNO (27 NOVIEMBRE 2020 - 21 FEBRERO 2021)



TERCER REPORTE DE MONITOREO DE PROPAGANDA ELECTORAL 2021: ELECCIONES LEGISLATIVAS, MUNICIPALES Y PARLACEN

**ACCIÓN CIUDADANA
CENTRO DE MONITOREO DE
TRANSPARENCIA Y DEMOCRACIA**

25 FEBRERO DE 2021

