

# Audiencia radial rural a nivel nacional y perfil de consumo

Con el objetivo de incluir a toda la población del país en las audiencias radiales, el Grupo RPP encargó una investigación a nivel nacional rural que representa el 22% de la población, según cifras oficiales del INEI. De este modo, al juntar los resultados de la audiencia de esta investigación con la audiencia radial a nivel urbano que se maneja en la industria publicitaria, se obtiene una audiencia integral a nivel total Perú.

Para el caso se manejó una muestra panel de 1,200 personas distribuidas en 150 caseríos en 24 departamentos, respetando el peso poblacional rural de cada uno de ellos.

Los caseríos fueron elegidos estrictamente al azar a partir de la base de datos de centros poblados rurales del INEI.

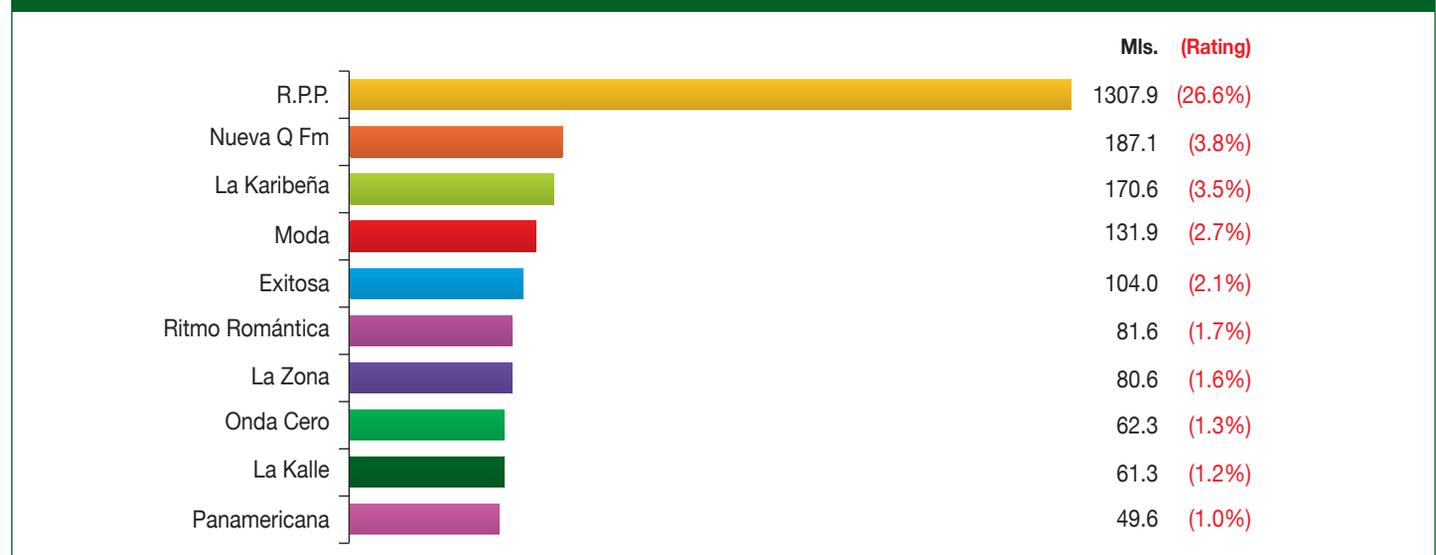
## Audiencia acumulada semanal rural de emisoras de transmisión nacional

La importancia de esta investigación es que permite estimar el gran potencial que tiene la radio al alcanzar a nivel Perú Rural el 81,5% (4'0 millones de personas de 11 a más años) en el término de una semana.

El total de audiencia rural semanal representa el 18% y a nivel audiencia urbana el 82% del total nacional. Las emisoras locales en la zona rural tienen una mayor presencia respecto a las emisoras nacionales.

Según emisoras, R.P.P. alcanza durante la semana al 26,6% de esta población de 11 a más años, que representa 1'3 millón de personas que escuchan esta radio, en menor medida se ubica Nueva Q con un alcance semanal de 3,8%, le sigue La Karibeña con 3,5%, Moda 2,7% y Exitosa 2,1% entre las más destacadas.

**Audiencia acumulada de emisoras  
- Perú rural -**



Fuente: CPI - Estudio de audiencia radial, Alcance & Frecuencia a nivel Perú rural - Octubre 2016  
Universo: 4'922,200 personas de 11 años a más.

**Audiencia acumulada semanal de la radio en el Perú:  
Urbano y rural 2016**

EMISORAS	Perú Urbano		Perú Rural		Total Perú		
	%	Mls.	%	Mls.	%	Mls.	Nro. Horas
<b>AUDIENCIA ACUMULADA</b>	<b>93.4</b>	<b>18146.5</b>	<b>81.5</b>	<b>4013.0</b>	<b>91.0</b>	<b>22159.5</b>	<b>22.27</b>
R.P.P. (FM/AM)	25.0	4858.2	26.6	1307.9	25.3	6166.1	7.57
Moda (FM)	21.3	4138.5	2.7	131.9	17.5	4270.4	6.24
La Karibeña (FM)	18.9	3679.5	3.5	170.6	15.8	3850.1	8.18
Nueva Q Fm (FM)	15.5	3019.4	3.8	187.1	13.2	3206.5	6.30
Ritmo Romántica (FM)	15.5	3007.9	1.7	81.6	12.7	3089.5	5.33
Panamericana (FM/AM)	14.0	2720.5	1.0	49.6	11.4	2770.1	6.36
La Zona (FM)	13.5	2612.9	1.6	80.6	11.1	2693.5	6.24
Onda Cero (FM/AM)	12.9	2497.1	1.3	62.3	10.5	2559.4	5.42
La Inolvidable (FM/AM)	12.0	2336.5	0.7	35.3	9.7	2371.8	8.12
Exitosa (FM)	10.7	2072.4	2.1	104.0	8.9	2176.3	7.09
La Kalle (FM)	10.2	1987.1	1.2	61.3	8.4	2048.4	6.57
Felicidad (FM/AM)	9.5	1841.2	0.4	22.0	7.7	1863.3	7.00
Studio 92 (FM)	6.8	1320.4	0.4	18.5	5.5	1339.0	5.18
Oxigeno (FM)	6.0	1163.3	0.2	8.3	4.8	1171.6	6.21
Corazón (FM)	5.9	1143.1	0.3	16.5	4.8	1159.6	5.24
Capital (FM/AM)	5.8	1127.7	0.1	3.2	4.6	1130.9	6.36
Planeta (FM)	5.0	973.0	0.0	0.0	4.0	973.0	5.30
Ot.Emisoras Lima (AM)	3.0	590.3	0.0	0.0	2.4	590.3	10.42
Ot.Emisoras Prov (AM)	5.1	999.4	18.6	915.8	7.9	1915.3	11.00
Ot.Emisoras Lima (FM)	17.0	3303.5	0.0	0.0	13.6	3303.5	9.21
Ot.Emisoras Prov (FM)	36.5	7099.3	53.9	2655.3	40.1	9754.6	15.00
<b>Universo investigado (Mls.)</b>	<b>19425.5</b>		<b>4922.2</b>		<b>24347.7</b>		

- Grupo objetivo: hombres y mujeres de 11 años a más

- Audiencia acumulada semanal de Lunes a Domingo de 00:00 a 24 horas

**Fuente:** CPI - Estudio de Audiencia Radial y Evaluación de Alcance & Frecuencia,

**Total Perú - Octubre 2016**

## Principales productos consumidos en la población rural

Entre los productos alimenticios comprados con mayor frecuencia se encuentra en primer lugar el arroz, azúcar, aceite y leche. Llama la atención que por ejemplo la leche sea consumida con baja frecuencia ya que solo el 26% dice comprarla con frecuencia. También es preocupante que el consumo de proteínas, representadas en la carne, pollo, pescado y huevos, tiene porcentajes que no llegan al 10% en los hogares de la población rural.

Dentro de los productos de limpieza del hogar destacan en primer lugar los que están orientados al lavado de ropa representado por los detergentes y los jabones, luego los productos para el lavado de la vajilla y en menor medida el papel higiénico y la lejía.

Cada una de las personas mayores de 18 años que conforman la muestra, respondieron prioritariamente que los productos de aseo personal como champú, jabón de tocador y pasta dental son los más comprados, en menor medida desodorantes. Mientras en el nivel bajo el consumo se aproxima al 100%, el marginal presenta un menor consumo.

### Productos alimenticios que compra con mayor frecuencia



### Productos de limpieza que compra con mayor frecuencia



### Productos de aseo personal que compra con mayor frecuencia





**compañía peruana  
de estudios de mercados  
y opinión pública s.a.c.**



## **ESTUDIOS ESPECIALES**

### **Cuantitativos**

- ✦ Imagen y Posicionamiento Perfiles del Consumidor
- ✦ Test de Producto
- ✦ Calidad de Servicio
- ✦ Estudios de Línea de Base
- ✦ Cuantificación y Segmentación de Mercados
- ✦ Evaluación Publicitaria (Pre y Post Test)
- ✦ Estudios en el Punto de Venta

### **Cualitativos**

- ✦ Focus Group
- ✦ Entrevista en Profundidad
- ✦ Pruebas de Producto
- ✦ Análisis Etnográficos
- ✦ Estudios de Hábitos y Usos

### **Brand Tracking**

- ✦ Recordación Publicitaria de Marcas (Top of Mind)
- ✦ Consumo y Uso de Marcas
- ✦ Intención de Compra

## **ESTUDIOS SOCIALES**

- ✦ Diagnóstico socio económico, condiciones de vida y pobreza
- ✦ Evaluación de salud y medidas antropométricas
- ✦ Mapeo de stakeholders
- ✦ Evaluación de impacto de campañas de sensibilización
- ✦ Evaluación de impacto de proyectos sociales

## **OPINION PUBLICA**

- ✦ Encuestas Políticas
- ✦ Evaluación de Gestión
- ✦ Imagen y Nivel de Aprobación de Autoridades
- ✦ Seguimiento de Campañas Electorales
- ✦ Expectativas en Obras y Gestiones

## **MEDIOS DE COMUNICACION**

- ✦ Audiencia Radial
- ✦ Lectoría de Diarios
- ✦ Cobertura y Calidad de imagen y sonido de TV y Radio

## **ASESORIA**

- ✦ Consultoría en marketing y en el área política

**compañía peruana de estudios de mercados y opinión pública s.a.c.**

Calle Río de Janeiro 150 Miraflores, Lima - Perú | Telefax: 422 4666 422 3815 421 6271 221 2880 | [www.cpi.pe](http://www.cpi.pe)