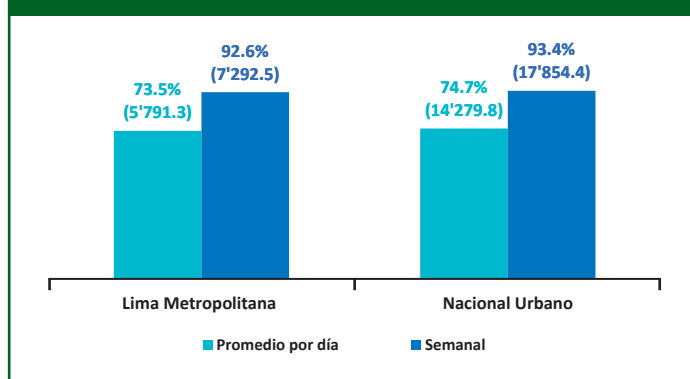


El alcance de la radio

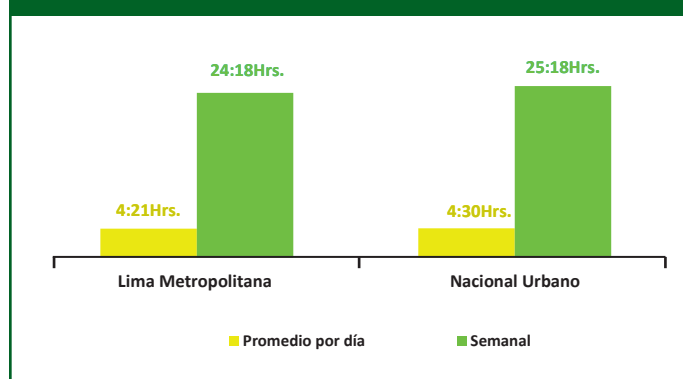
El alcance de la radio es de 93,4% (17'854,4) a nivel nacional urbano sobre las personas de 11 años a más. En el caso de Lima la radio alcanza al 92,6% (7'292,5) de esta población. Estos indicadores prácticamente se mantienen en los últimos años.

En el promedio de horas encontramos que para el total semanal se está escuchando 24:18 horas habiéndose reducido una hora respecto al año 2012 que se escuchaba un promedio de 25:17 horas. A nivel nacional la disminución es de 30 minutos (media hora) ha pasado de 25:47 horas el 2012 a 25:18 horas en el 2015. Esta disminución obedece al fuerte crecimiento que presenta el uso de internet a nivel nacional.

Alcance acumulado diario y semanal

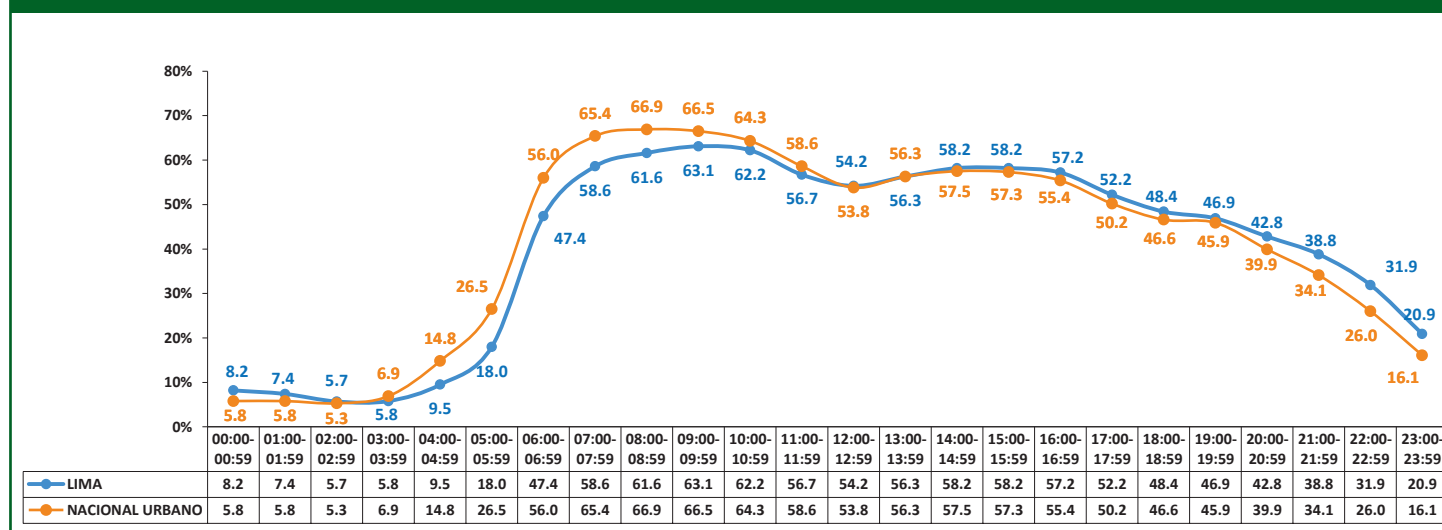


Horas escuchadas



En el alcance por horas se percibe una ventaja a nivel nacional sobre el alcance de Lima entre 4:00 y 11:00 horas de la mañana, mientras que Lima es mayor entre 20:00 y 1:00 de la madrugada. Estas diferencias se deben a los hábitos en el comportamiento de las personas, especialmente entre las ciudades grandes y las pequeñas, en donde varias poblaciones de las segundas mencionadas están relacionadas a las labores con el agro.

Alcance acumulado semanal por hora

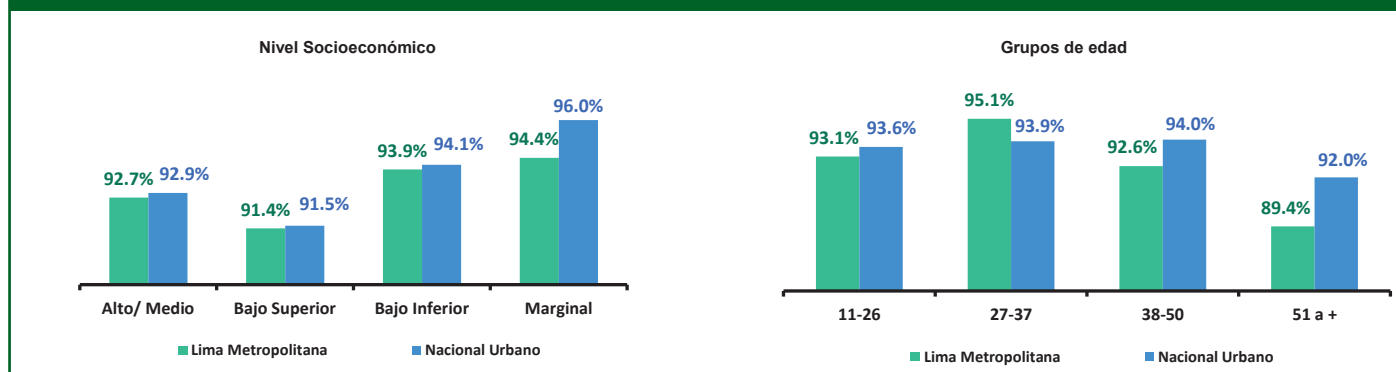


FUENTE CPI: Estudio de Audiencia Radial Mayo 2015

Según niveles socioeconómicos el grado de alcance semanal es parecido en Lima como a nivel nacional, salvo en el NSE marginal que a nivel nacional se muestra una mayor ventaja.

Según grupos de edad Lima aventaja en el segmento de 27 a 37 años, mientras a nivel nacional hay una mayor ventaja en las personas mayores de 38 años.

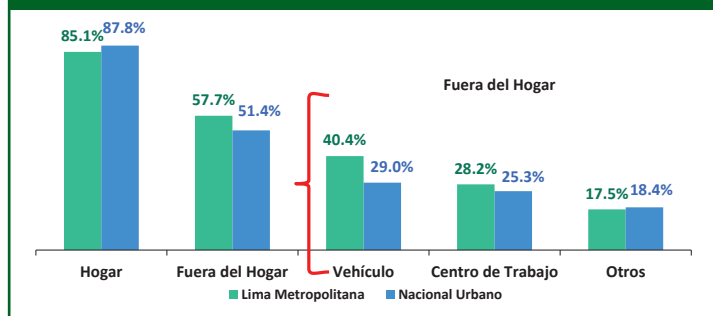
Alcance acumulado semanal, según nivel socioeconómico y grupos de edad



FUENTE CPI: Estudio de Audiencia Radial Mayo 2015

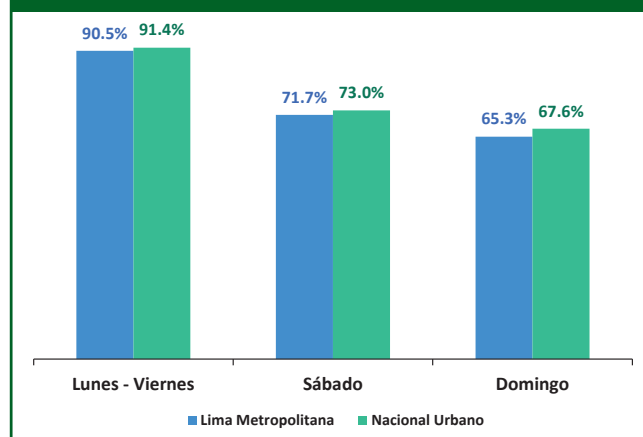
Según lugar de audiencia, provincias presenta en el alcance acumulado una mayor permanencia de la población en el hogar, mientras fuera del hogar Lima supera al interior del país, en donde Lima presenta una gran audiencia en vehículos y en centros de trabajo respecto a provincias.

Alcance acumulado según lugar de audiencia

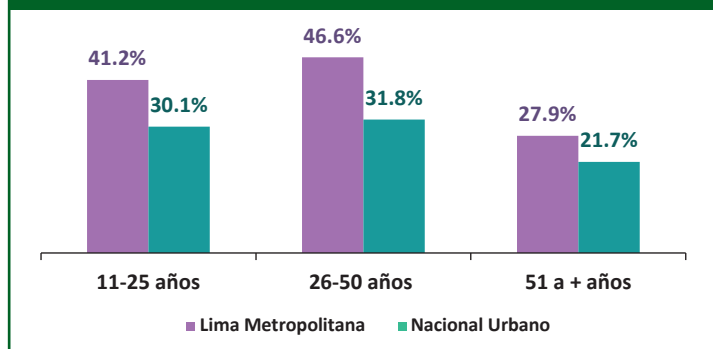


Al analizar los estudios de audiencia el comportamiento según días varía, ya es histórica la menor audiencia que se presenta durante el fin de semana respecto a los días laborables (lunes a viernes), por lo tanto lo mismo sucede con el alcance, mientras el alcance acumulado de lunes a viernes a nivel nacional es de 91,4%, el sábado es de 73 % y el domingo llega a 67,6%.

Alcance acumulado según bloque de días



Lugar de Audiencia: Vehículos





**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