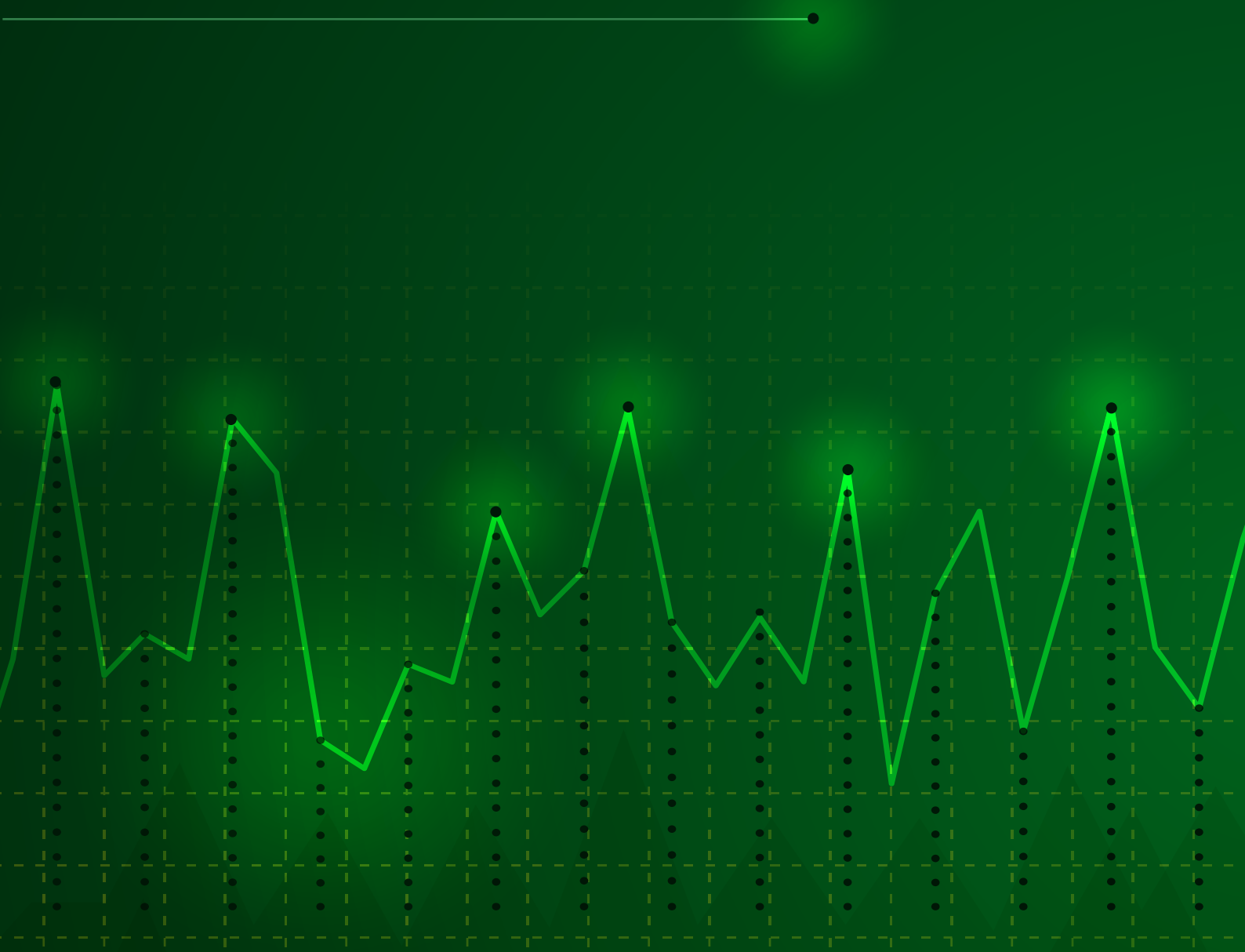





La Radio: El medio de comunicación que llega al 80 %* de personas diariamente



(*)Hombres y mujeres de 11 años a más de todos los NSE, Perú Urbano.

La pandemia del **Covid 19** generó notables cambios en los **hábitos de consumo** de las personas y su **interacción con los medios**. Como consecuencia del aislamiento social, las personas buscaron **fuentes de información** y entretenimiento confiables y de **fácil acceso**, por lo que **la RADIO incrementó su audiencia**, demostrando su alcance y **adaptabilidad** a múltiples situaciones, incluyendo la **crisis social**.


En la actualidad, **más de 16.9 millones de personas** sintonizan **Radio** al día, los cuales escuchan el medio durante **03 horas y 57 minutos**. Asimismo, en una semana la **Radio** llega a más de **19.9 millones** de personas las que acumulan un tiempo de **23 horas y 27 minutos de tiempo de escucha**.

AUDIENCIA DIARIA			
	Nacional urbano	Lima metropolitana	Interior urbano
	79.5	79.1	79.7
	16,925.3	7,005.2	9,920.1
	03:57	03:57	03:57

AUDIENCIA SEMANAL			
	Nacional urbano	Lima metropolitana	Interior urbano
	93.7	92.8	94.3
	19,949.7	8,213.5	11,736.2
	23:27	23:42	23:15

 Porcentaje

 Miles

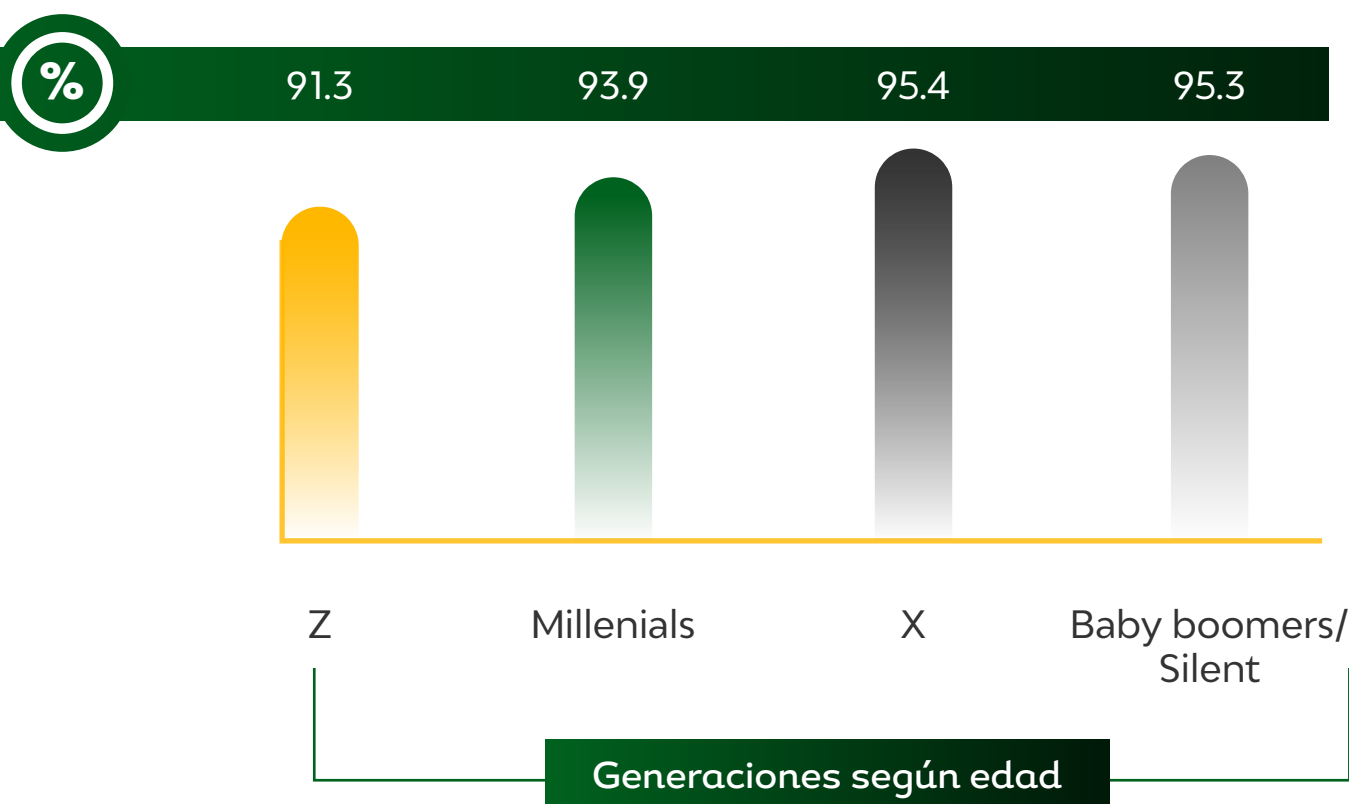
 Horas

Fuente: CPI – Estudio de Audiencia Radial Nacional Urbano, septiembre 2020.

El **alcance** de la radio es **homogéneo** en las **distintas zonas del país**. En Lima Metropolitana el alcance semanal es de **92.8%**, mientras que en el interior del Perú es de **94.3%**.

Las **diversas** emisoras y los **distintos** formatos de programación, permiten que el medio consolide su alcance en las **distintas generaciones**, destacando que **la radio** tiene muchos **oyentes jóvenes** evidenciado en un alcance semanal **superior al 91%** en todas las generaciones.

Alcance semanal de la radio según generaciones



Fuente: CPI – Estudio de Audiencia Radial Nacional Urbano, septiembre 2020
Audiencia Semanal

Respecto a los **dispositivos** usados para sintonizar el medio, la mayoría de los oyentes indica utilizar los **aparatos de radio** (radio grabadora, portátil, auto y otros), seguido de los **celulares/smartphone** y las **PC/laptops**.

Porcentaje de oyentes de Radio, según el dispositivo donde sintoniza el medio



89.7 93.9 50.7 30.3 13.2 6.3



Aparatos de radio



Celular/Smartphone



PC/Laptop



Lima metropolitana



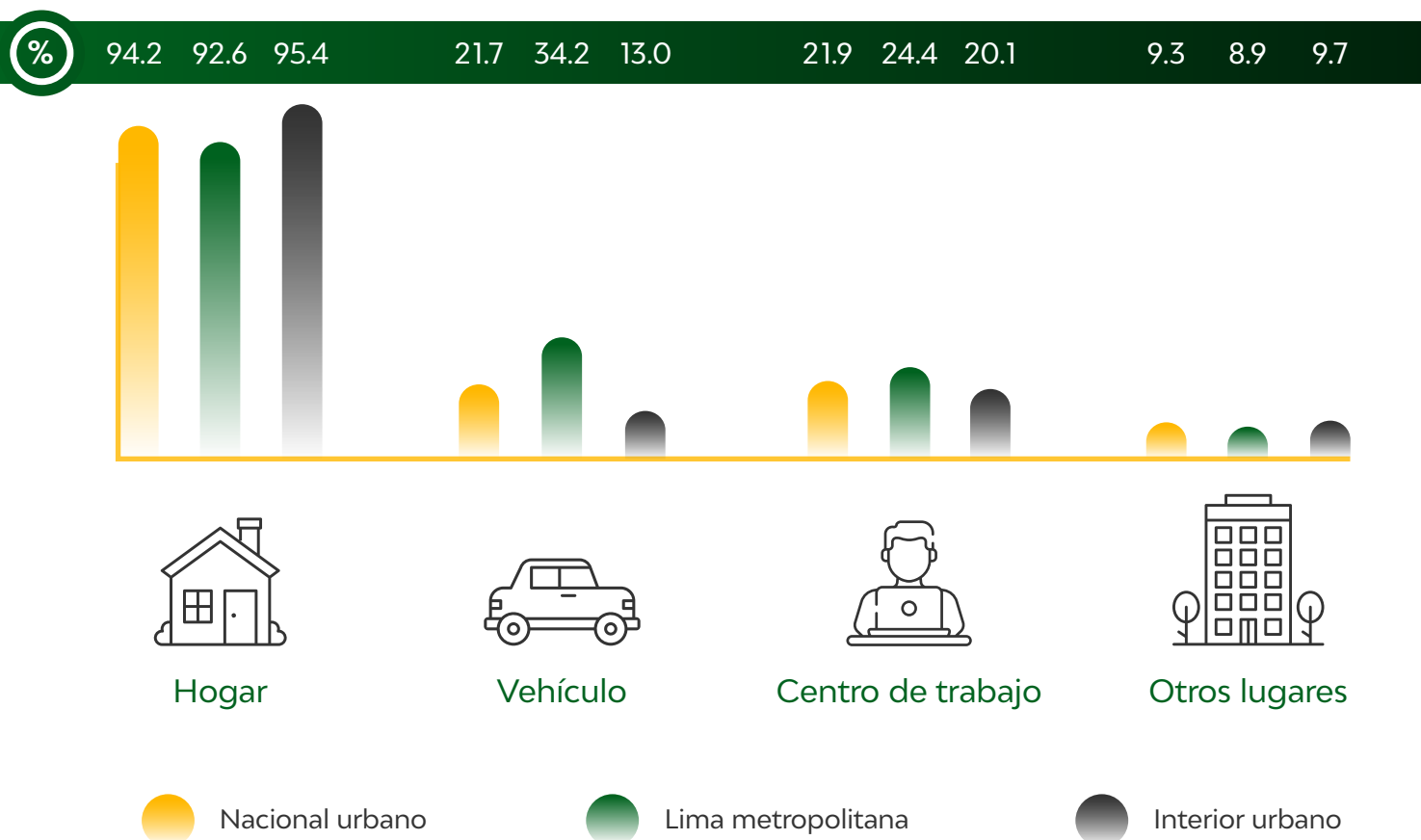
Interior urbano

Fuente: CPI - Estudio de Audiencia Radial Nacional Urbano, septiembre 2020
Audiencia Semanal

Es importante señalar que los resultados nos demuestran que en **Lima Metropolitana**, los porcentajes de oyentes que escuchan radio a través de un **dispositivo móvil** o una computadora, **son mayores que en el interior del país**, lo cual es una consecuencia de la mayor penetración del **internet** y los **diversos hábitos** que existen en la ciudad **capital**.

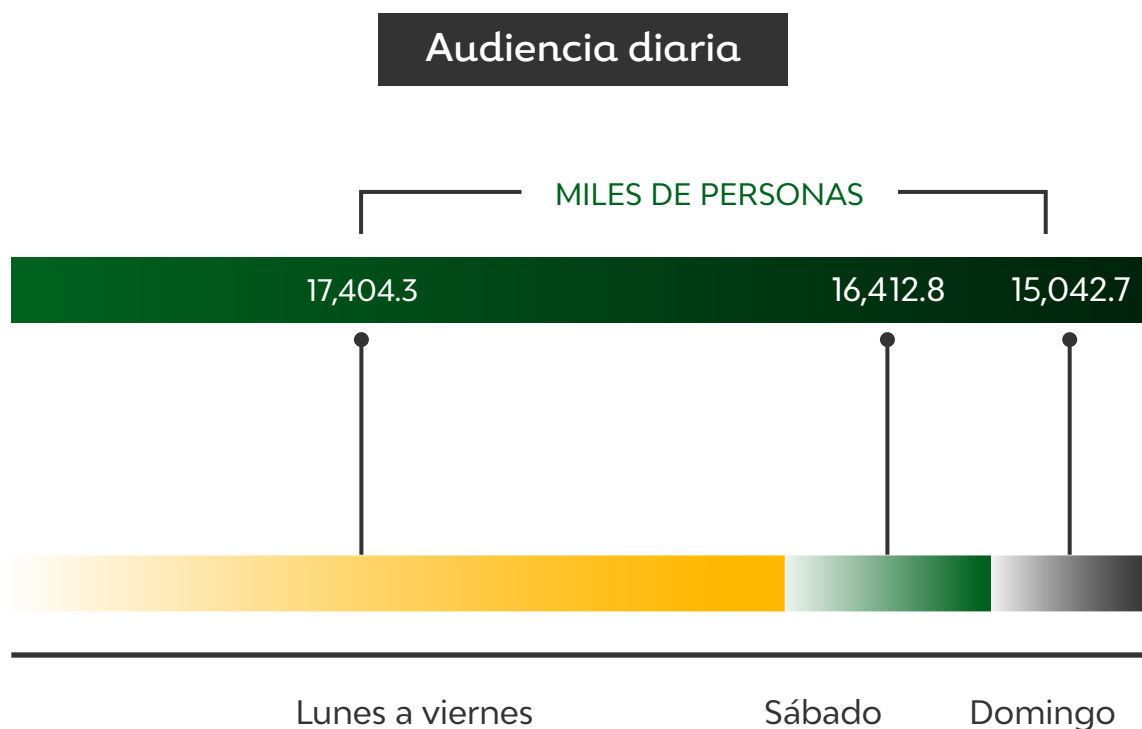
Adicionalmente, el **Estudio de Audiencia Radial** ha demostrado que **la radio** es un medio que **acompaña a las personas** en múltiples lugares, según la hora del día. A nivel nacional urbano, el **94.2%** de los oyentes escuchan **la RADIO** desde su casa, el **21.9%** desde su centro de trabajo, **21.7%** desde un vehículo y **9.3%** de otros lugares.

Porcentaje de oyentes de Radio, según el lugar donde sintoniza el medio



Fuente: CPI – Estudio de Audiencia Radial Nacional Urbano, septiembre 2020
Audiencia Semanal

Analizando el **alcance por día**, se observa que **la radio** llega de **lunes a viernes** a un promedio de **17.4 millones** de peruanos, mientras que los **sábados y domingos**, a **16.4 y 15.0 millones** de personas respectivamente.



Fuente: CPI – Estudio de Audiencia Radial Nacional Urbano, septiembre 2020.

Y es que **la RADIO** ha demostrado ser un medio de **potente alcance**, que apoyada en la **cobertura** de su señal, le ha permitido **posicionarse** para llegar a **más personas**, en todos los niveles **socioeconómicos** del país y en distintas **multiplataformas** de acceso.

Marzo 2021

CPI