

**CONSULTORES**  
S.A.C.



*El Regulador de las Telecomunicaciones*

# INFORME FINAL

## ÍNDICE

Página	Detalle
2	Presentación.
2	Períodos de la campaña.
2 - 4	Emisoras participantes.
5	Pieza radial difundida.
6 - 7	Pauta desarrollada.
7 - 8	Nº de avisos contratados.
8 - 22	Evaluación del impacto.
23	Supervisión de pauta.
24	Coordinaciones.

## **I. Presentación.**

El presente informe consigna el proceso informativo comunicativo desarrollado por Osiptel en su campaña para promover en los usuarios de telefonía móvil, internet y fija, el conocimiento de las características que tienen este tipo de servicios, así como los derechos que les asisten al haber obtenido uno o más de estos servicios.

Este proceso informativo comunicativo ha tenido diversos matices (horarios de difusión, idioma empleado) que han logrado hacer más eficaz la llegada al público objetivo de la campaña.

Ha quedado claro para éste que, el Osiptel no sólo se limita a dar a conocer la tipología de los servicios de información y comunicación que el usuario pretende adquirir, sino que como organismo regulador defiende los derechos del usuario dentro del área de su competencia.

## **II. Períodos de la Campaña.**

La presente campaña se desarrolló en dos períodos, diciembre 2012 y enero-febrero 2013:

- Primer período.  
Del 10 al 29 de diciembre 2012.
- Segundo período.  
Del 7 de enero al 9 de febrero del 2013.

## **III. Emisoras participantes.**

Las emisoras que difundieron el spot de campaña durante los períodos señalados fueron seleccionadas de acuerdo a criterios técnicos y de acuerdo a las zonas geográficas priorizadas para el desarrollo de la campaña radial.

El nivel de audiencia de las emisoras de acuerdo al grupo objetivo definido para la campaña fue un criterio determinante para la selección de medios. Para ello se tuvo como base los estudios de audiencia radial



## CONSULTORES

S.A.C.

que realiza en nuestro país la Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública (CPI).

La selección comprendió 26 emisoras ubicadas en los siguientes lugares:

Nº	CIUDAD:	REGION:
1	Chachapoyas.	Amazonas.
2	Huaraz.	Ancash.
3	Chimbote.	Ancash.
4	Abancay.	Apurímac.
5	Andahuaylas.	Apurímac.
6	Arequipa.	Arequipa.
7	Huamanga.	Ayacucho.
8	Cajamarca.	Cajamarca.
9	Cusco.	Cusco.
10	Huancavelica.	Huancavelica.
11	Huánuco.	Huánuco.
12	Ica.	Ica.
13	Huancayo.	Junín.
14	Trujillo.	La Libertad.
15	Chiclayo.	Lambayeque.
16	Iquitos.	Loreto.
17	Puerto Maldonado.	Madre de Dios.
18	Moquegua.	Moquegua.
18	Cerro de Pasco.	Pasco.
20	Piura.	Piura.
21	Puno.	Puno.
22	Tarapoto.	San Martín.
23	Moyobamba.	San Martín.
24	Tacna.	Tacna.
25	Tumbes.	Tumbes.
26	Pucallpa.	Ucayali.

A las emisoras se les solicitó una serie de requisitos administrativos de acuerdo a las normas de contratación que rigen en nuestro país. Dos de ellas no pudieron cumplir con estos requisitos quedando fuera de la campaña por lo que ésta se desarrolló en 24 emisoras de radio.

**Relación de emisoras participantes:**

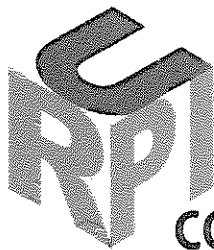
Nº	Región:	Ubicación:	Emisoras:	Frecuencia:
1	Amazonas.	Chachapoyas.	Reina de la Selva.	101.5 FM.
2	Ancash.	Huaraz.	RPP.	94.9 FM.
3	Ancash.	Chimbote.	Nova Stereo.	104.3 FM.
4	Arequipa.	Arequipa – Jacobo Hunter.	Melodía.	104.3 FM.
5	Apurímac.	Abancay.	Stereo 95.	102.1 FM.
6	Apurímac.	Andahuaylas.	Panorama.	100.3 FM.
7	Ayacucho.	Huamanga.	Estación Wari.	95.3 FM.
8	Cusco.	Cusco.	Santa Mónica.	93.9 FM / 660 AM.
9	Huancavelica.	Huancavelica.	Master Mix.	90.3 FM.
10	Huánuco.	Huánuco.	La Exitosa.	91.9 FM.
11	Ica.	Ica.	RPP.	105.3 FM / 710 AM.
12	Junín.	Huancayo – El Tambo.	Huancayo.	104.3 FM / 870 AM.
13	Lambayeque.	Chiclayo.	La Karibeña.	97.3 FM.
14	Loreto.	Maynas – Iquitos.	La Karibeña.	95.7 FM.
15	Madre de Dios.	Puerto Maldonado.	La Karibeña.	99.1 FM.
16	Moquegua.	Mariscal Nieto – Moquegua.	Americana.	95.7 FM.
17	Pasco.	Cerro de Pasco.	Altura.	97.7 FM / 750 AM / 5010 OC.
18	Piura.	Piura.	Nova Stereo.	94.5 FM.
19	Puno.	Puno.	Pachamama.	850 AM.
20	San Martín.	San Martín – Tarapoto.	Tropical.	99.1 FM.
21	San Martín.	Moyobamba.	La Karibeña.	88.3 FM.
22	Tacna.	Tacna.	Uno.	93.7 FM.
23	Tumbes.	Tumbes.	La Hechicera.	106.9 FM.
24	Ucayali.	Pucallpa.	Súper AM-FM.	1350 AM / 103.3 FM.

#### IV. Pieza radial difundida durante la campaña:

Durante la campaña las emisoras difundieron un spot radial el mismo que nos fue proporcionado por el OSIPTEL.

- **Características.**  
Las características del spot difundido son las siguientes:
- **Duración:**  
La duración del spot fue de 38 segundos.
- **Idiomas:**  
Se difundieron spots en 3 idiomas: castellano, quechua y shipibo.

Nº	Región:	Emisoras:	Idioma:
1	Amazonas.	Reina de la Selva.	Castellano.
2	Ancash.	RPP.	Castellano.
3	Ancash.	Nova Stereo.	Castellano.
4	Arequipa.	Melodía.	Castellano.
5	Apurímac.	Stereo 95.	Castellano – quechua.
6	Apurímac.	Panorama.	Castellano - quechua
7	Ayacucho.	Estación Wari .	Castellano – quechua.
8	Cusco.	Santa Mónica.	Castellano – quechua.
9	Huancavelica.	Master Mix .	Castellano – quechua.
10	Huánuco.	La Exitosa .	Castellano.
11	Ica.	RPP.	Castellano.
12	Junín.	Huancayo.	Castellano – quechua.
13	Lambayeque.	La Karibeña.	Castellano.
14	Loreto.	La Karibeña .	Castellano.
15	Madre de Dios.	La Karibeña.	Castellano.
16	Moquegua.	Americana.	Castellano.
17	Pasco.	Altura.	Castellano – quechua.
18	Piura.	Nova Stereo.	Castellano.
19	Puno.	Pachamama.	Castellano – quechua.



**CONSULTORES**

S.A.C.

20	San Martín.	Tropical.	Castellano.
21	San Martín.	La Karibeña.	Castellano.
22	Tacna.	Uno.	Castellano.
23	Tumbes.	La Hechicera.	Castellano.
24	Ucayali.	Súper AM-FM.	Castellano – shibipo.

## V. Pauta desarrollada.

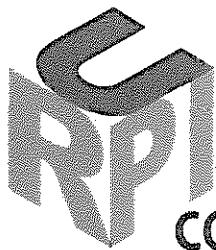
**Primera etapa** (del 10 al 29 de diciembre 2012):

- **Días de campaña.**  
La difusión de la campaña se realizó en todas las radios de lunes a sábado.
- **Número de avisos diarios.**  
RPP (Ica y Huaraz)  
Lunes a viernes: 6 avisos diarios.  
Sábados: 4 avisos.  
  
Resto de emisoras  
Primera semana: De lunes a miércoles 10 avisos diarios.  
De jueves a sábado 9 avisos diarios.  
  
Segunda y tercera semanas: 9 avisos diarios.
- **Bonificaciones:**  
Radio Master Mix de Huancavelica brindó 2 avisos diarios adicionales a los contratados incrementando así el número de avisos difundidos durante la campaña.

**Segunda etapa** (del 7 de enero al 9 de febrero 2013):

- **Días de campaña.**  
La difusión de la campaña se realizó en todas las radios de lunes a sábado.

Cl. Juan Olaechea Arnao N° 1353-A  
Urbanización Elío - Lima 01  
Telefax: 564-7045  
RPC: 99735-9478  
CEL: 96656-0499  
RPM: #956677057  
contactos@urpiconsultores.com  
www.urpiconsultores.com



**CONSULTORES**

S.A.C.

- **Número de avisos diarios:**  
RPP (Ica y Huaraz)  
Primera a quinta semanas: De lunes a viernes 6 avisos diarios.  
Sábados 4 avisos diarios.  
  
Segunda, tercera y cuarta semanas: De lunes a viernes 6 avisos.  
Sábados 5 avisos diarios.  
  
Resto de emisoras  
Lunes a sábado: 9 avisos diarios.
- **Bonificaciones:**  
Radio Master Mix de Huancavelica brindó 2 avisos diarios adicionales a los contratados, incrementando así el número de avisos difundidos durante la campaña.

**VI. N° de avisos contratados y bonificaciones.**

- **Primera etapa:**  
RPP (Huaraz e Ica): 102 avisos en total.  
Resto de emisoras: 165 avisos en total.
- **Segunda etapa:**  
RPP (Huaraz e Ica): 173 avisos en total.  
Resto de emisoras: 270 avisos en total.

**CUADRO DETALLADO**

N°	Región:	Emisoras:	Primera Etapa:	Segunda Etapa:	Bonos(1era etapa):	Bonos(2da. etapa):	TOTAL:
1	Amazonas.	Reina de la Selva.	165	270	0	0	435
2	Ancash.	RPP.	102	173	0	0	275
3	Ancash.	Nova Stereo.	165	270	0	0	435
4	Arequipa.	Melodía.	165	270	0	0	435
5	Apurímac.	Stereo 95.	165	270	0	0	435
6	Apurímac.	Panorama.	165	270	0	0	435
7	Ayacucho.	Estación Wari.	165	270	0	0	435

Cl. Juan Olaechea Arnao N° 1353-A  
Urbanización Elio - Lima 01  
Telefax: 564-7045  
RPC: 99735-9478  
CEL: 96656-0499  
RPM: #956677057  
contactos@urpiconsultores.com  
www.urpiconsultores.com



**CONSULTORES**  
S.A.C.

8	Cusco.	Santa Mónica.	165	270	0	0	435
9	Huancavelica.	Master Mix.	165	270	36	60	531
10	Huánuco.	La Exitosa.	165	270	0	0	435
11	Ica.	RPP.	102	173	0	0	275
12	Junín.	Huancayo.	165	270	0	0	435
13	Lambayeque.	La Karibeña.	165	270	0	0	435
14	Loreto.	La Karibeña.	165	270	0	0	435
15	Madre de Dios.	La Karibeña.	165	270	0	0	435
16	Moquegua.	Americana.	165	270	0	0	435
17	Pasco.	Altura.	165	270	0	0	435
18	Piura.	Nova Stereo.	165	270	0	0	435
19	Puno.	Pachamama.	165	270	0	0	435
20	San Martín.	Tropical.	165	270	0	0	435
21	San Martín.	La Karibeña.	165	270	0	0	435
22	Tacna.	Uno.	165	270	0	0	435
23	Tumbes.	La Hechicera.	165	270	0	0	435
24	Ucayali.	Súper AM-FM.	165	270	0	0	435
<b>TOTAL</b>			<b>3834</b>	<b>6286</b>	<b>36</b>	<b>60</b>	<b>10216</b>

## VII. Evaluación del impacto.

Hablar sobre el impacto de una campaña publicitaria, sea cual fuere su objetivo, es hablar directamente sobre las emociones de las personas y sobre el golpe emocional que reciben cuando están expuestas a la difusión de las piezas publicitarias.

El impacto no tiene que ver solamente con la campaña en medios y lo creativa que sean las piezas publicitarias sino también con otras acciones que se realicen en los medios como por ejemplo la presencia periodística que en ellos se tenga.

Medir el impacto de una campaña publicitaria es medir su efectividad. En esencia, el impacto se determina midiendo la imagen de marca que la campaña ha generado en el público y la intención hacia la acción que ello conlleva.

Esta medición se puede hacer de diversas formas como las encuestas

Cl. Juan Olaechea Arnao N° 1353-A  
Urbanización Elio - Lima 01  
Telefax: 564-7045  
RPC: 99735-9478  
CEL: 96656-0499  
RPM: #956677057  
contactos@urpiconsultores.com  
www.urpiconsultores.com



directas, focus group, entrevista personales etc.

Presentamos los resultados de impacto en miles, de la campaña de OSIPTEL difundida en 24 emisoras de radio a nivel nacional cuya información de rating y alcance ha sido obtenido el estudio de audiencia radial elaborado por CPI para el período mayo – junio 2012. Esta información corresponde al público objetivo de la campaña: Hombres y mujeres de los niveles socioeconómicos (NSE) A, B, C y D de 18 años a más, usuarios actuales de los servicios públicos de telecomunicaciones a nivel nacional de las siguientes regiones: Amazonas, Ancash, Apurímac, Arequipa, Ayacucho, Cajamarca, Cusco, Huancavelica, Huánuco, Ica, Junín, La Libertad, Lambayeque, Loreto, Madre de Dios, Moquegua, Pasco, Piura, Puno, San Martín, Tacna, Tumbes y Ucayali.

La medición del impacto ha teniendo en cuenta los siguientes factores:

- Miles, promedio en miles de oyentes del que escuchan la emisora.
- Impacto, resultado obtenido de la multiplicación de miles de oyentes por el número de avisos difundidos por cada emisora.

### Impactos y TGRPs alcanzados por emisora.

PRIMERA ETAPA:								Nº de avisos:
Nº	Región:	Ubicación:	Emisoras:	Rtg.	Mis.	TGRPS	Impactos:	
1	Amazonas.	Chachapoyas.	Reina de la Selva.	6.60	1.44	1089	238	165
2	Ancash.	Huaraz.	RPP.	3.60	3.22	367	328	102
3	Ancash.	Chimbote.	Nova Stereo.	4.00	10.93	660	1803	165
4	Arequipa.	Arequipa.	Melodía.	2.07	17.93	342	2958	165
5	Apurímac.	Abancay.	Stereo 95.	1.20	0.46	198	76	165
6	Apurímac.	Andahuaylas.	Panorama.	2.10	0.52	347	86	165
7	Ayacucho.	Huamanga.	Estación Wari.	1.30	1.82	215	300	165
8	Cusco.	Cusco.	Santa Mónica.	3.20	10.08	528	1663	165
9	Huancavelica.	Huancavelica	Master Mix.	2.20	0.79	442	159	201



**CONSULTORES**

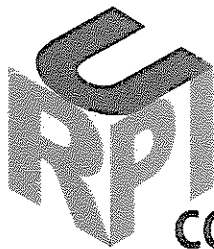
S.A.C.

10	Huánuco.	Huánuco.	La Exitosa.	1.10	1.49	182	246	165
11	Ica.	Ica.	RPP.	5.00	8.45	510	862	102
12	Junín.	Huancayo.	Huancayo.	3.60	10.09	594	1665	165
13	Lambayeque.	Chiclayo.	La Karibeña.	1.00	5.21	165	860	165
14	Loreto.	Maynas.	La Karibeña.	3.30	10.22	545	1686	165
15	Madre de Dios.	Puerto Maldonado.	La Karibeña.	1.40	0.71	231	117	165
16	Moquegua.	Mariscal Nieto.	Americana.	8.80	4.09	1452	675	165
17	Pasco.	Cerro de Pasco.	Altura.	2.30	0.99	380	163	165
18	Piura.	Piura.	Nova Stereo.	1.50	6.05	248	998	165
19	Puno.	Puno.	Pachamama.	1.60	4.79	264	790	165
20	San Martín.	San Martín	Tropical	3.60	3.75	594	619	165
21	San Martín.	Moyobamba.	La Karibeña.	2.70	1.05	446	173	165
22	Tacna.	Tacna.	Uno.	5.10	11.33	842	1869	165
23	Tumbes.	Tumbes.	La Hechicera.	2.40	1.99	396	328	165
24	Ucayali.	Pucallpa.	Súper AM-FM	1.70	3.82	281	630	165

**Segunda Etapa:**

Nº	Región:	Ubicación:	Emisoras:	Rtg.	Mls.	TGRP'S	Impactos:	Nº de avisos:
1	Amazonas.	Chachapoyas.	Reina de la Selva.	6.60	1.44	1782	389	270
2	Ancash.	Huaraz.	RPP.	3.60	3.22	623	557	173
3	Ancash.	Chimbote.	Nova Stereo..	4.00	10.93	1080	2951	270
4	Arequipa.	Arequipa	Melodía.	2.07	17.93	559	4841	270
5	Apurímac.	Abancay.	Stereo 95.	1.20	0.46	324	124	270
6	Apurímac.	Andahuaylas.	Panorama.	2.10	0.52	567	140	270
7	Ayacucho.	Huamanga.	Estación Wari.	1.30	1.82	351	491	270
8	Cusco.	Cusco.	Santa Mónica.	3.20	10.08	864	2722	270
9	Huancavelica.	Huancavelica.	Master Mix.	2.20	0.79	726	261	330
10	Huánuco.	Huánuco.	La Exitosa.	1.10	1.49	297	402	270
11	Ica.	Ica.	RPP.	5.00	8.45	865	1462	173
12	Junín.	Huancayo.	Huancayo.	3.60	10.09	972	2724	270
13	Lambayeque.	Chiclayo.	La Karibeña.	1.00	5.21	270	1407	270
14	Loreto.	Iquitos.	La Karibeña.	3.30	10.22	891	2759	270
15	Madre de Dios.	Puerto Maldonado.	La Karibeña.	1.40	0.71	378	192	270
16	Moquegua.	Moquegua.	Americana.	8.80	4.09	2376	1104	270

Cl. Juan Olaechea Arnao N° 1353-A  
 Urbanización Elio - Lima 01  
 Telefax: 564-7045  
 RPC: 99735-9478  
 CEL: 96656-0499  
 RPM: #956677057  
 contactos@urpiconsultores.com  
 www.urpiconsultores.com



**CONSULTORES**

S.A.C.

17	Pasco.	Cerro de Pasco.	Altura.	2.30	0.99	621	267	270
18	Piura.	Piura	Nova Stereo	1.50	6.05	405	1634	270
19	Puno	Puno.	Pachamama.	1.60	4.79	432	1293	270
20	San Martín.	Tarapoto.	Tropical.	3.60	3.75	972	1013	270
21	San Martín.	Moyobamba.	La Karibeña.	2.70	1.05	729	284	270
22	Tacna.	Tacna.	Uno.	5.10	11.33	1377	3059	270
23	Tumbes.	Tumbes.	La Hechicera.	2.40	1.99	648	537	270
24	Ucayal.	Pucallpa.	Súper AM-FM	1.70	3.82	459	1031	270

RESUMEN:	TGRPs	Impacto:	Nº de avisos:
<b>Primera Etapa;</b>	11313	19295	3870
<b>Segunda Etapa:</b>	18568	31645	6346
<b>TOTAL:</b>	<b>29881</b>	<b>50940</b>	<b>10216</b>

*De acuerdo al plan de 1/25  
Segunda etapa  
TGRPs: 18,436  
Impacto: 31,597*

### Análisis de impacto por radio<sup>1</sup>

#### 1. Radio Reina de la Selva (Chachapoyas – Amazonas).

Nº de avisos difundidos:	Primera etapa	165
	Segunda etapa	270
	<b>TOTAL</b>	<b>435</b>

Con los avisos difundidos esta emisora logró alcanzar el siguiente impacto:

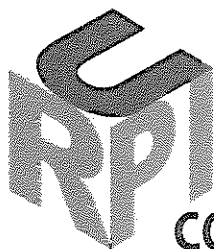
Primera etapa	237,600
Segunda etapa	388,800
<b>TOTAL</b>	<b>626,400</b>

Estos seiscientos veintiséis mil cuatrocientos cuarenta impactos alcanzados por radio Reina de la Selva, corresponden a una audiencia promedio por hora de mil cuatrocientos cuarenta oyentes, hombres y mujeres de 11 años a más en la ciudad de Chachapoyas.

#### 2. RPP (Huaraz – Ancash).

Nº de avisos difundidos:	Primera etapa	102
	Segunda etapa	173
	<b>TOTAL</b>	<b>275</b>

<sup>1</sup> Toda la información cuantitativa sobre la cual se ha elaborado esta evaluación corresponden a los estudios de audiencia realizados por Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública (CPI).



**CONSULTORES**

S.A.C.

Con los avisos difundidos esta emisora logró alcanzar el siguiente impacto:

Primera etapa	328,440
Segunda etapa	557,060
<b>TOTAL</b>	<b>885,500</b>

Estos ochocientos ochenta y cinco mil quinientos impactos alcanzados por radio RPP, corresponden a una audiencia promedio por hora de tres mil doscientos veinte oyentes de los niveles socioeconómicos alto – medio/ bajo superior – bajo inferior – marginal y los siguientes grupos etáreos: niños 05-10/Hombres 17 -25,26 – 37,38 – 50,51 + /Mujeres 1/ - 25,26 – 37,38 – 50.51 + en la ciudad de Huaraz.

**3. Radio Nova Stereo (Chimbote – Ancash):**

Nº de avisos difundidos:	Primera etapa	165
	Segunda etapa	270
	<b>TOTAL</b>	<b>435</b>

Con los avisos difundidos esta emisora logró alcanzar el siguiente impacto:

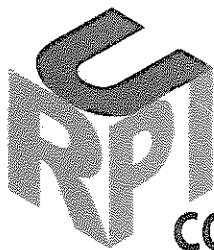
Primera etapa	1'803,450
Segunda etapa	2'951,100
<b>TOTAL</b>	<b>4'754,550</b>

Estos cuatro millones setecientos cincuenta y cuatro mil quinientos cincuenta impactos alcanzados por radio Nova Stereo, corresponden a una audiencia promedio por hora de diez mil novecientos treinta oyentes de los niveles socioeconómicos alto – medio/ bajo superior – bajo inferior – marginal y los siguientes grupos etáreos: niños 05-10/Hombres 17 -25,26 – 37,38 – 50,51 + /Mujeres 1/ - 25,26 – 37,38 – 50.51 + en la ciudad de Chimbote.

**4. Radio Melodía (Arequipa – Arequipa).**

Nº de avisos difundidos:	Primera etapa	165
	Segunda etapa	270
	<b>TOTAL</b>	<b>435</b>

Cl. Juan Olaechea Arnao Nº 1353-A  
Urbanización Elio - Lima 01  
Telefax: 564-7045  
RPC: 99735-9478  
CEL: 96656-0499  
RPM: #956677057  
contactos@urpiconsultores.com  
www.urpiconsultores.com



**CONSULTORES**

S.A.C.

Con los avisos difundidos esta emisora logró alcanzar el siguiente impacto:

Primera etapa	2'958,450
Segunda etapa	4'841,100
<b>TOTAL</b>	<b>7'799,550</b>

Estos siete millones setecientos noventa y nueve mil quinientos cincuenta impactos alcanzados por radio Melodía, corresponden a una audiencia promedio por hora de diez y siete mil novecientos treinta oyentes de los niveles socioeconómicos alto – medio/ bajo superior – bajo inferior – marginal y los siguientes grupos etáreos: niños 05-10/Hombres 17 -25,26 – 37,38 – 50,51 + /Mujeres 1/ - 25,26 – 37,38 – 50.51 + en la ciudad de Arequipa.

**5. Radio Stereo 95 (Abancay – Apurímac):**

Nº de avisos difundidos:	Primera etapa	165
	Segunda etapa	270
	<b>TOTAL</b>	<b>435</b>

Con los avisos difundidos esta emisora logró alcanzar el siguiente impacto:

Primera etapa	75,900
Segunda etapa	124,200
<b>TOTAL</b>	<b>200,100</b>

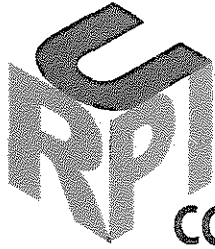
Estos doscientos mil cien impactos alcanzados por radio Stereo 95, corresponden a una audiencia promedio por hora de cuatrocientos sesenta oyentes, hombres y mujeres de 11 años a más en la ciudad de Abancay.

**6. Radio Panorama (Andahuaylas – Apurímac):**

Nº de avisos difundidos:	Primera etapa	165
	Segunda etapa	270
	<b>TOTAL</b>	<b>435</b>

Con los avisos difundidos esta emisora logró alcanzar el siguiente impacto:

Cl. Juan Olaechea Arnao N° 1353-A  
Urbanización Elío - Lima 01  
Telefax: 564-7045  
RPC: 99735-9478  
CEL: 96656-0499  
RPM: #956677057  
contactos@urpiconsultores.com  
www.urpiconsultores.com



**CONSULTORES**

S.A.C.

Primera etapa	85,800
Segunda etapa	140,400
<b>TOTAL</b>	<b>226,200</b>

Estos doscientos veintiséis mil doscientos impactos alcanzados por radio Panorama, corresponden a una audiencia promedio por hora de 520 oyentes hombres y mujeres de 11 años a más en la ciudad de Andahuaylas.

**7. Radio Estación Wari (Huamanga – Ayacucho):**

Nº de avisos difundidos:	Primera etapa	165
	Segunda etapa	270
	<b>TOTAL</b>	<b>435</b>

Con los avisos difundidos esta emisora logró alcanzar el siguiente impacto:

Primera etapa	300,300
Segunda etapa	491,400
<b>TOTAL</b>	<b>791,700</b>

Estos setecientos noventa y un mil setecientos impactos alcanzados por radio Estación Wari, corresponden a una audiencia promedio por hora de mil ochocientos veinte oyentes hombres y mujeres de 11 años en la ciudad de Huamanga.

**8. Radio Santa Mónica (Cusco – Cusco):**

Nº de avisos difundidos:	Primera etapa	165
	Segunda etapa	270
	<b>TOTAL</b>	<b>435</b>

Con los avisos difundidos esta emisora logró alcanzar el siguiente impacto:

Primera etapa	1'663,200
Segunda etapa	2'721,600
<b>TOTAL</b>	<b>4'384,800</b>

Estos cuatro millones trescientos ochenta y cuatro mil ochocientos impactos alcanzados por radio Santa Mónica,

Cl. Juan Olaechea Arnao N° 1353-A  
Urbanización Elio - Lima 01  
Telefax: 564-7045  
RPC: 99735-9478  
CEL: 96656-0499  
RPM: #956677057  
contactos@urpiconsultores.com  
www.urpiconsultores.com

corresponden a una audiencia promedio por hora de diez mil ochenta oyentes de los niveles socioeconómicos alto – medio/ bajo superior – bajo inferior – marginal y los siguientes grupos etáreos: niños 05-10/Hombres 17 -25,26 – 37,38 – 50,51 + /Mujeres 1/ - 25,26 – 37,38 – 50.51 + en la ciudad de Cusco.

**9. Radio Master Mix (Huancavelica – Huancavelica):**

Nº de avisos difundidos:	Primera etapa	201
	Segunda etapa	330
	<b>TOTAL</b>	<b>531</b>

Con los avisos difundidos esta emisora logró alcanzar el siguiente impacto:

Primera etapa	158,790
Segunda etapa	260,700
<b>TOTAL</b>	<b>419,490</b>

Estos cuatrocientos diez y nueve mil cuatrocientos noventa impactos alcanzados por radio Master Mix, corresponden a una audiencia promedio por hora de 790 oyentes hombres y mujeres de 11 años en la ciudad de Huancavelica.

**10. Radio La Exitosa (Huánuco – Huánuco):**

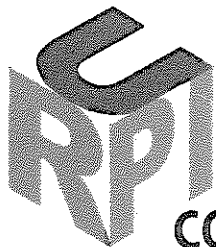
Nº de avisos difundidos:	Primera etapa	165
	Segunda etapa	270
	<b>TOTAL</b>	<b>435</b>

Con los avisos difundidos esta emisora logró alcanzar el siguiente impacto:

Primera etapa	245,850
Segunda etapa	402,300
<b>TOTAL</b>	<b>648,150</b>

Estos seiscientos cuarenta y ocho mil ciento cincuenta impactos alcanzados por radio La Exitosa, corresponden a una audiencia promedio por hora de mil cuatrocientos noventa oyentes hombres y mujeres de 11 años en la ciudad de Huánuco.

**11. RPP (Ica – Ica):**



**CONSULTORES**

S.A.C.

Nº de avisos difundidos:	Primera etapa	102
	Segunda etapa	173
	<b>TOTAL</b>	<b>275</b>

Con los avisos difundidos esta emisora logró alcanzar el siguiente impacto:

Primera etapa	861.900
Segunda etapa	1'461,850
<b>TOTAL</b>	<b>2'323,750</b>

Estos dos millones trescientos veintitrés mil setecientos cincuenta impactos alcanzados por radio RPP, corresponden a una audiencia promedio por hora de ocho mil cuatrocientos cincuenta oyentes de los niveles socioeconómicos alto – medio/ bajo superior – bajo inferior – marginal y los siguientes grupos etáreos: niños 05-10/Hombres 17 -25,26 – 37,38 – 50,51 + /Mujeres 1/ - 25,26 – 37,38 – 50.51 + en la ciudad de Ica.

#### **12. Radio Huancayo (Huancayo – Junín):**

Nº de avisos difundidos:	Primera etapa	165
	Segunda etapa	270
	<b>TOTAL</b>	<b>435</b>

Con los avisos difundidos esta emisora logró alcanzar el siguiente impacto:

Primera etapa	1'664,850
Segunda etapa	2'724,300
<b>TOTAL</b>	<b>4'389,150</b>

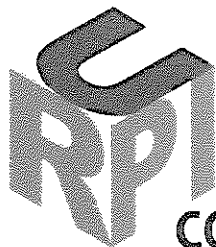
Estos cuatro millones trescientos ochenta y nueve mil ciento cincuenta impactos alcanzados por radio Huancayo corresponden a una audiencia promedio por hora de diez mil noventa oyentes de los niveles socioeconómicos alto – medio/ bajo superior – bajo inferior – marginal y los siguientes grupos etáreos: niños 05-10/Hombres 17 -25,26 – 37,38 – 50,51 + /Mujeres 1/ - 25,26 – 37,38 – 50.51 + en la ciudad de Huancayo.

#### **13. Radio La Karibeña (Chiclayo – Lambayeque):**

Nº de avisos difundidos:	Primera etapa	165
--------------------------	---------------	-----

Cl. Juan Olaechea Arnao N° 1353-A  
Urbanización Elío - Lima 01  
Telefax: 564-7045  
RPC: 99735-9478  
CEL: 96656-0499  
RPM: #956677057  
contactos@urpiconsultores.com  
www.urpiconsultores.com





**CONSULTORES**

S.A.C.

Segunda etapa	270
<b>TOTAL</b>	<b>435</b>

Con los avisos difundidos esta emisora logró alcanzar el siguiente impacto:

Primera etapa	859,650
Segunda etapa	1'406,700
<b>TOTAL</b>	<b>2'266,350</b>

Estos dos millones doscientos sesenta y seis mil trescientos cincuenta impactos alcanzados por radio La Karibeña corresponden a una audiencia promedio por hora de cinco mil doscientos diez oyentes de los niveles socioeconómicos alto – medio/ bajo superior – bajo inferior – marginal y los siguientes grupos etáreos: niños 05-10/Hombres 17 -25,26 – 37,38 – 50,51 + /Mujeres 1/ - 25,26 – 37,38 – 50.51 + en la ciudad de Chiclayo.

**14. Radio La Karibeña (Iquitos – Loreto):**

Nº de avisos difundidos:	Primera etapa	165
	Segunda etapa	270
	<b>TOTAL</b>	<b>4</b>

Con los avisos difundidos esta emisora logró alcanzar el siguiente impacto:

Primera etapa	1'686,300
Segunda etapa	2'759,400
<b>TOTAL</b>	<b>4'445,700</b>

Estos cuatro millones cuatrocientos cuarenta y cinco mil setecientos impactos alcanzados por radio La karibeña, corresponden a una audiencia promedio por hora de diez mil doscientos veinte oyentes de los niveles socioeconómicos alto – medio/ bajo superior – bajo inferior – marginal y los siguientes grupos etáreos: niños 05-10/Hombres 17 -25,26 – 37,38 – 50,51 + /Mujeres 1/ - 25,26 – 37,38 – 50.51 + en la ciudad de Iquitos.

**15. Radio La Karibeña (Madre de Dios – Pueblo Maldonado):**

Nº de avisos difundidos:	Primera etapa	165
	Segunda etapa	270
	<b>TOTAL</b>	<b>435</b>

Cl. Juan Olaechea Arnao N° 1353-A  
Urbanización Elío - Lima 01  
Telefax: 564-7045  
RPC: 99735-9478  
CEL: 96656-0499  
RPM: #956677057  
contactos@urpiconsultores.com  
[www.urpiconsultores.com](http://www.urpiconsultores.com)

Con los avisos difundidos esta emisora logró alcanzar el siguiente impacto:

Primera etapa	117,150
Segunda etapa	191,700
<b>TOTAL</b>	<b>308,850</b>

Estos trescientos ocho mil ochocientos cincuenta impactos alcanzados por radio La Karibeña, corresponden a una audiencia promedio por hora de setecientos diez oyentes de hombres y mujeres de 11 años en la ciudad de Puerto Maldonado.

**16. Radio Americana (Moquegua – Moquegua):**

Nº de avisos difundidos:	Primera etapa	165
	Segunda etapa	270
	<b>TOTAL</b>	<b>435</b>

Con los avisos difundidos esta emisora logró alcanzar el siguiente impacto:

Primera etapa	674,850
Segunda etapa	1'104,300
<b>TOTAL</b>	<b>1'779,1</b>

Este millón setecientos setenta y nueve mil ciento cincuenta impactos alcanzados por radio Americana, corresponden a una audiencia promedio por hora de cuatro mil noventa oyentes hombres y mujeres de 11 años en la ciudad de Moquegua.

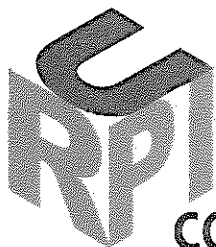
**17. Radio Altura (Cerro de Pasco – Pasco):**

Nº de avisos difundidos:	Primera etapa	165
	Segunda etapa	270
	<b>TOTAL</b>	<b>435</b>

Con los avisos difundidos esta emisora logró alcanzar el siguiente impacto:

Primera etapa	163,350
Segunda etapa	267,300
<b>TOTAL</b>	<b>430,650</b>

Estos cuatrocientos treinta mil seiscientos cincuenta impactos



**CONSULTORES**

S.A.C.

alcanzados por radio Altura, corresponden a una audiencia promedio por hora de 990 oyentes hombres y mujeres de 11 años en la ciudad de Chachapoyas.

**18. Radio Nova Stereo (Piura – Piura):**

Nº de avisos difundidos:	Primera etapa	165
	Segunda etapa	270
	<b>TOTAL</b>	<b>435</b>

Con los avisos difundidos esta emisora logró alcanzar el siguiente impacto:

Primera etapa	998,250
Segunda etapa	1'635,500
<b>TOTAL</b>	<b>2'633,750</b>

Estos dos millones seiscientos treinta y tres mil setecientos cincuenta impactos alcanzados por radio Nova Stereo, corresponden a una audiencia promedio por hora de seis mil cincuenta oyentes de los niveles socioeconómicos alto – medio/ bajo superior – bajo inferior – marginal y los siguientes grupos etéreos: niños 05-10/Hombres 17 -25,26 – 37,38 – 50,51 + /Mujeres 1/ - 25,26 – 37,38 – 50.51 + en la ciudad de Piura.

**19. Radio Pachamama (Puno – Puno):**

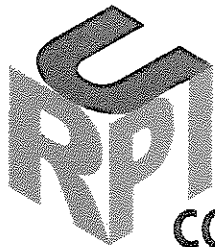
Nº de avisos difundidos:	Primera etapa	165
	Segunda etapa	270
	<b>TOTAL</b>	<b>435</b>

Con los avisos difundidos esta emisora logró alcanzar el siguiente impacto:

Primera etapa	790,350
Segunda etapa	1'293,300
<b>TOTAL</b>	<b>2'083,650</b>

Estos dos millones ochenta y tres mil seiscientos cincuenta impactos alcanzados por radio Pachamama, corresponden a una audiencia promedio por hora de cuatro mil setecientos noventa oyentes de los niveles socioeconómicos alto – medio/ bajo superior – bajo inferior – marginal y los siguientes grupos etéreos:

Cl. Juan Olaechea Arnao N° 1353-A  
Urbanización Elio - Lima 01  
Telefax: 564-7045  
RPC: 99735-9478  
CEL: 96656-0499  
RPM: #956677057  
contactos@urpiconsultores.com  
www.urpiconsultores.com



**CONSULTORES**

S.A.C.

niños 05-10/Hombres 17 -25,26 – 37,38 – 50,51 + /Mujeres 1/ - 25,26 – 37,38 – 50.51 + en la ciudad de Puno.

**20. Radio Tropical (Tarapoto – San Martín):**

Nº de avisos difundidos:	Primera etapa	165
	Segunda etapa	270
	<b>TOTAL</b>	<b>435</b>

Con los avisos difundidos esta emisora logró alcanzar el siguiente impacto:

Primera etapa	618,750
Segunda etapa	1'012,500
<b>TOTAL</b>	<b>1'631,250</b>

Este millón seiscientos treinta y un mil doscientos cincuenta impactos alcanzados por radio Tropical, corresponden a una audiencia promedio por hora de tres mil setecientos cincuenta oyentes de los niveles socioeconómicos alto – medio/ bajo superior – bajo inferior – marginal y los siguientes grupos etáreos: niños 05-10/Hombres 17 -25,26 – 37,38 – 50,51 + /Mujeres 1/ - 25,26 – 37,38 – 50.51 + en la ciudad de Tarapoto.

**21. Radio La Karibeña (Moyobamba – San Martín):**

Nº de avisos difundidos:	Primera etapa	165
	Segunda etapa	270
	<b>TOTAL</b>	<b>435</b>

Con los avisos difundidos esta emisora logró alcanzar el siguiente impacto:

Primera etapa	173,250
Segunda etapa	283,500
<b>TOTAL</b>	<b>456,750</b>

Estos cuatrocientos cincuenta y seis mil setecientos cincuenta impactos alcanzados por radio La Karibeña, corresponden a una audiencia promedio por hora de mil cincuenta oyentes hombres y mujeres de 11 años en la ciudad de Moyobamba.

Cl. Juan Olaechea Arnao N° 1353-A  
Urbanización Elio - Lima 01  
Telefax: 564-7045  
RPC: 99735-9478  
CEL: 96656-0499  
RPM: #956677057  
contactos@urpiconsultores.com  
[www.urpiconsultores.com](http://www.urpiconsultores.com)

**22. Radio Uno (Tacna – Tacna):**

Nº de avisos difundidos:	Primera etapa	165
	Segunda etapa	270
	<b>TOTAL</b>	<b>435</b>

Con los avisos difundidos esta emisora logró alcanzar el siguiente impacto:

Primera etapa	1'869,450
Segunda etapa	3'059,100
<b>TOTAL</b>	<b>4'928,550</b>

Estos cuatro millones novecientos veintiocho mil quinientos cincuenta impactos alcanzados por radio Uno, corresponden a una audiencia promedio por hora de once mil trescientos treinta oyentes de los niveles socioeconómicos alto – medio/ bajo superior – bajo inferior – marginal y los siguientes grupos etáreos: niños 05-10/Hombres 17 -25,26 – 37,38 – 50,51 + /Mujeres 1/ - 25,26 – 37,38 – 50.51 + en la ciudad de Tacna.

**23. Radio La Hechicera (Tumbes – Tumbes):**

Nº de avisos difundidos:	Primera etapa	165
	Segunda etapa	270
	<b>TOTAL</b>	<b>435</b>

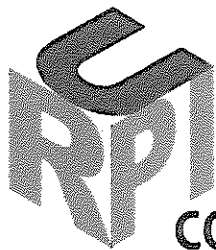
Con los avisos difundidos esta emisora logró alcanzar el siguiente impacto:

Primera etapa	328,350
Segunda etapa	537,300
<b>TOTAL</b>	<b>865,650</b>

Estos ochocientos sesenta y cinco mil seiscientos cincuenta impactos alcanzados por radio La Hechicera, corresponden a una audiencia promedio por hora de mil novecientos noventa oyentes hombres y mujeres de 11 años en la ciudad de Tumbes.

**24. Radio Super AM FM (Pucallpa – Ucayali):**

Nº de avisos difundidos:	Primera etapa	165
	Segunda etapa	270
	<b>TOTAL</b>	<b>435</b>



**CONSULTORES**

S.A.C.

Con los avisos difundidos esta emisora logró alcanzar el siguiente impacto:

Primera etapa	630,300
Segunda etapa	1'031,400
<b>TOTAL</b>	<b>1'661,700</b>

Este millón seiscientos sesenta y un mil setecientos impactos alcanzados por radio Super AM FM, corresponden a una audiencia promedio por hora de tres mil ochocientos veinte oyentes de los niveles socioeconómicos alto – medio/ bajo superior – bajo inferior – marginal y los siguientes grupos etáreos: niños 05-10/Hombres 17 -25,26 – 37,38 – 50,51 + /Mujeres 1/ - 25,26 – 37,38 – 50.51 + en la ciudad de Pucallpa.

#### **VIII. Supervisión de campaña**

Con el fin de garantizar el cumplimiento de los objetivos de la campaña radial del OSIPTEL, URPI CONSULTORES realizó supervisión al desarrollo de la misma durante los diferentes momentos que comprendió su ejecución. El detalle a continuación:

- **Supervisión previa al lanzamiento de campaña**

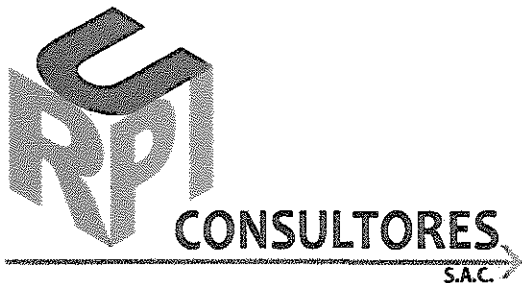
##### **Administrativa**

Comprendió las coordinaciones con las emisoras para que cumplieran oportunamente con el envío del total de la documentación requerida por el OSIPTEL para la contratación de sus estaciones de radio. Estas coordinaciones se realizaron a través de las vías telefónica y electrónica.

##### **Lanzamiento de campaña**

Esta se realizó para comprobar que todas las emisoras tuvieran el spot, y pauta a desarrollarse a fin de que el día acordado inicien la emisión de la campaña sin dificultades. Estas coordinaciones se realizaron a través de las vías telefónica y electrónica.

Cl. Juan Olaechea Arnao N° 1353-A  
Urbanización Elío - Lima 01  
Telefax: 564-7045  
RPC: 99735-9478  
CEL: 96656-0499  
RPM: #956677057  
contactos@urpiconsultores.com  
[www.urpiconsultores.com](http://www.urpiconsultores.com)



**IX. Coordinaciones:**

URPI CONSULTORES ha sido un nexo permanente entre las emisoras y el OSIPTEL durante toda la campaña.

Así mismo se ha mantenido comunicación constante con la señorita Carmen Cárdenas funcionaria del OSIPTEL.

**Lima 18 de febrero del 2013**

**URPI CONSULTORES S.A.C.**  
*Alejo Valderrama*  
**Cecilia Valderrama Puerto**  
**GERENTE GENERAL**

Cl. Juan Olaechea Arnao N° 1353-A  
Urbanización Elio - Lima 01  
Telefax: 564-7045  
RPC: 99735-9478  
CEL: 96656-0499  
RPM: #956677057  
contactos@urpiconsultores.com  
**www.urpiconsultores.com**