



Post Evaluación

OSIPTEL

RADIOS DE PROVINCIAS

NOVIEMBRE 2016

La Necesidad de la Osiptel



Informar al usuario que antes de pagar un consumo que no reconoce ante una empresa de telecomunicaciones presenta el reclamo y pague lo que considere

Nuestra Agenda

Post de Campaña de Radios Provincias



**RADIO
REGIONAL**

✓ Resultado de Radios

Fuentes de Medición

El presente informe está elaborado tomando de base la siguiente herramienta:

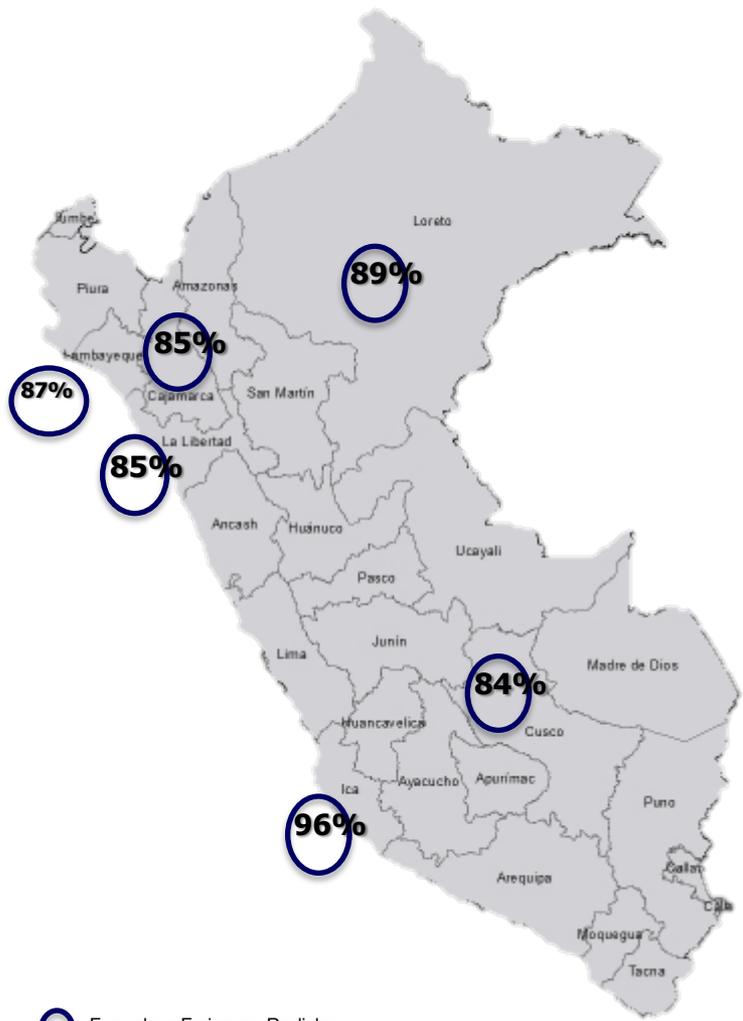


Descripción de campaña

- Cliente : Osiptel
- Campaña : Radios de Provincias
- Fecha de Inicio : 10 de Octubre 2016
- Fecha de Término : 11 de Noviembre 2016
- Avisos de Radios : 30 Segundos
- Menciones en Vivo: 20 Segundos

RADIO EN PROVINCIAS

QUE DIAS SUELE ESCUCHAR RADIOS



Escuchan Emisoras Radiales

89.3 %

EN PROMEDIO

ESCUCHAN DE LUNES A VIERNES RADIOS EN PROVINCIAS



52% ESCUCHA PARA INFORMARSE



48%

ESCUCHA RADIO MUSAICALES

La campaña se desarrolló en Radios en provincias

Radio regional

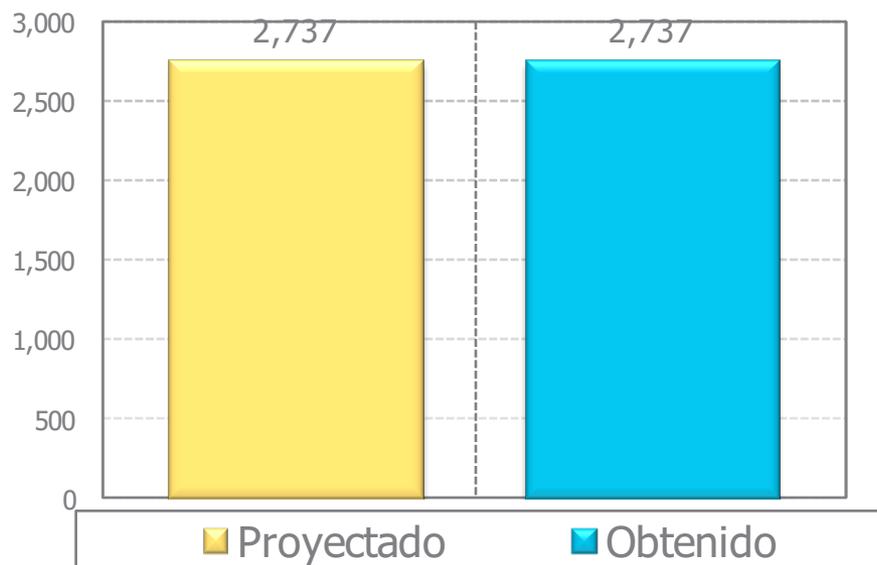


Resultados Generales

Los resultados post evaluados se cumplieron según lo planteado en la pre evaluación.

MEDIO	TRPS		VAR%
	PRE	POST	
Radio	2,737	2,737	0%
Total	2,737	2,737	0%

Total TRPS

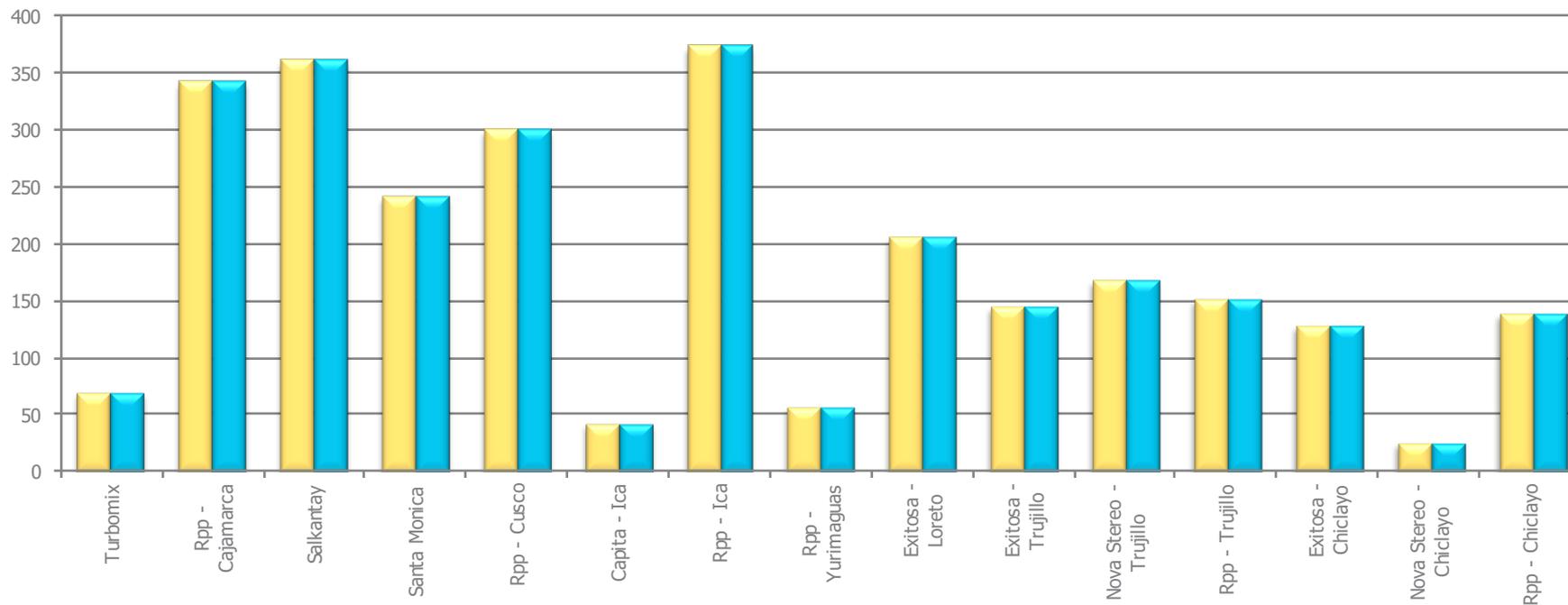


Resultados Radio Regional

Se cumplieron con los Trps según lo planteado al inicio de la pauta

Total Trps: 2,737 trps

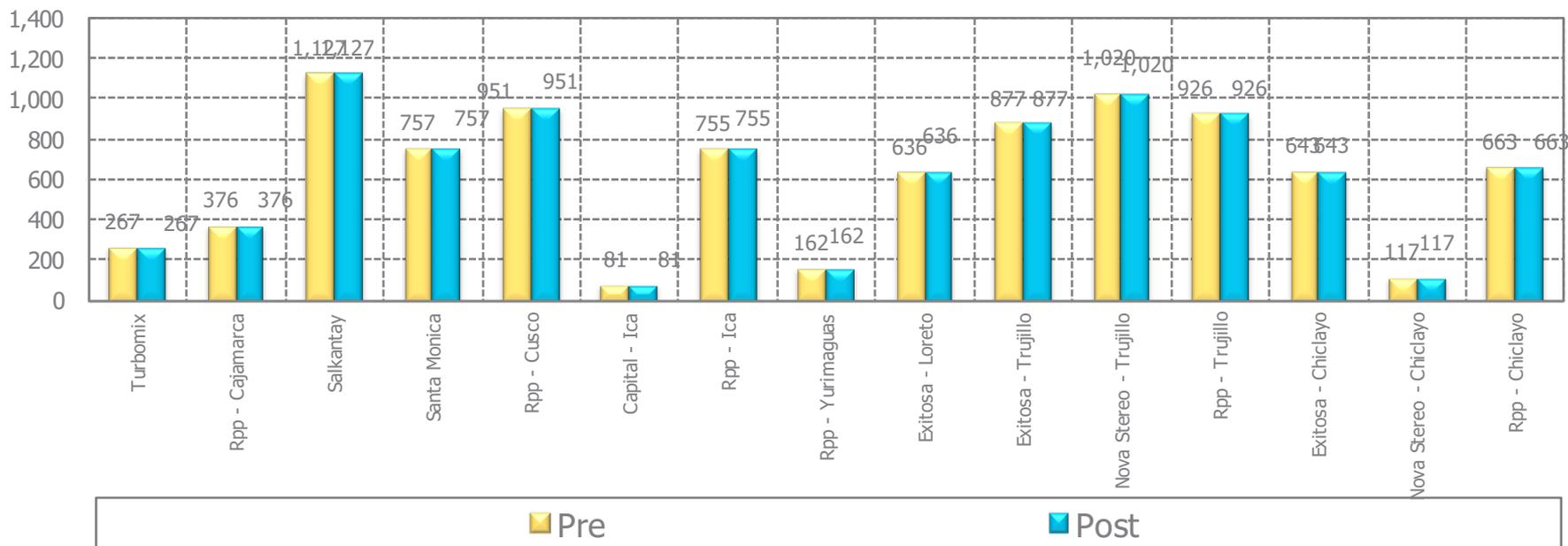
Trps



Resultados Radio Regional

Se cumplieron los impactos según lo programado al inicio de la pauta

Total Impactos : 9,357 impactos



Conclusiones

- La pauta de radios se cumplió de acuerdo a los objetivos planteados en el plan de medios.
- Se cumplió con la transmisión de los avisos de Radios en todas las regiones de acuerdo a lo proyectado en la Pre Evaluación.
- La combinación de spot y menciones en vivo genera una mayor recordación del mensaje que se transmite en el consumidor.
- El 89.3% de personas promedio escuchan radios de Lunes a Viernes en las provincias contratadas.



CMB

Gracias

CMO

ANEXOS