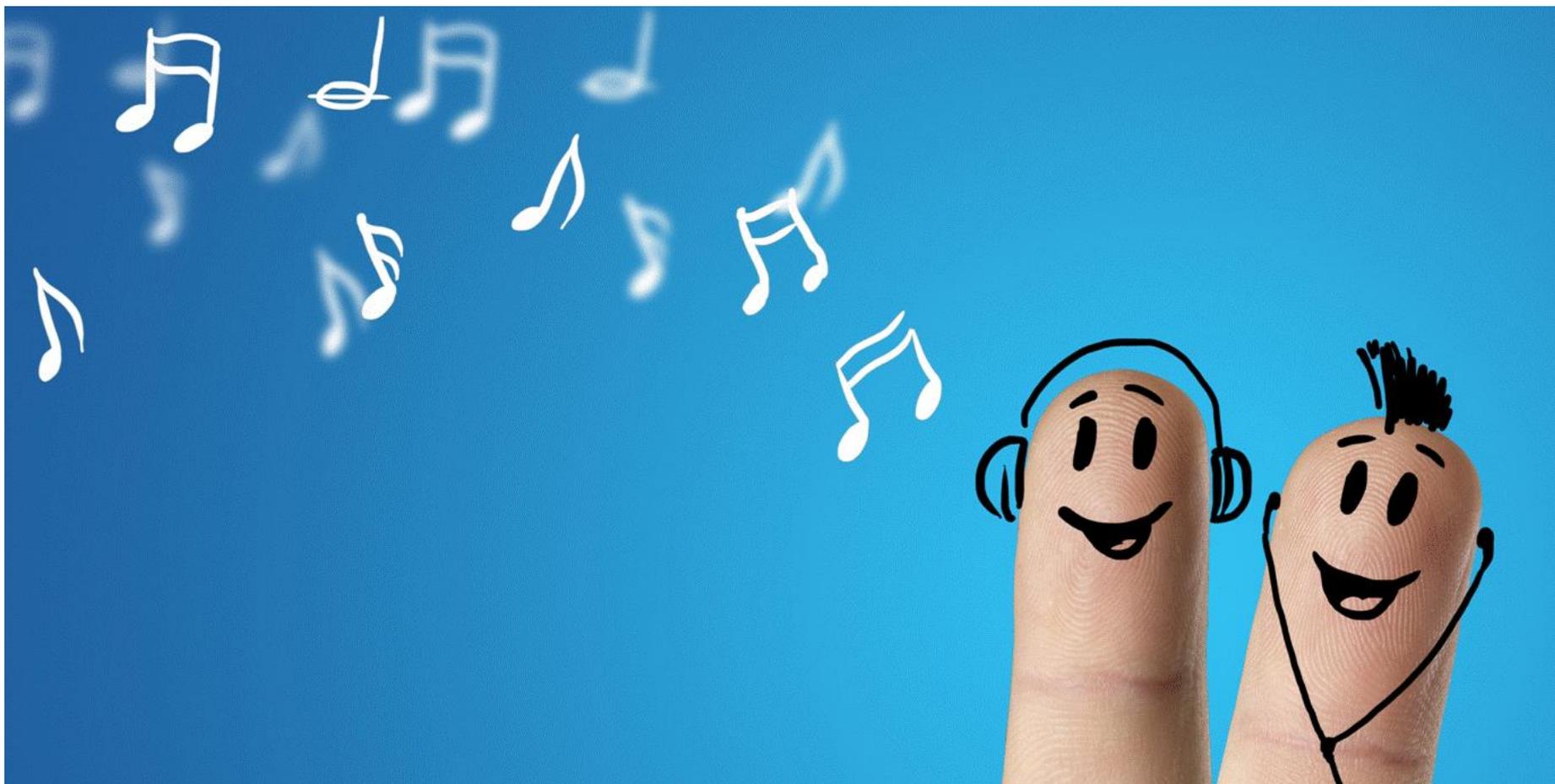


GfK Opinión: encuesta urbana y rural

Los peruanos y la música

Diciembre - 2015



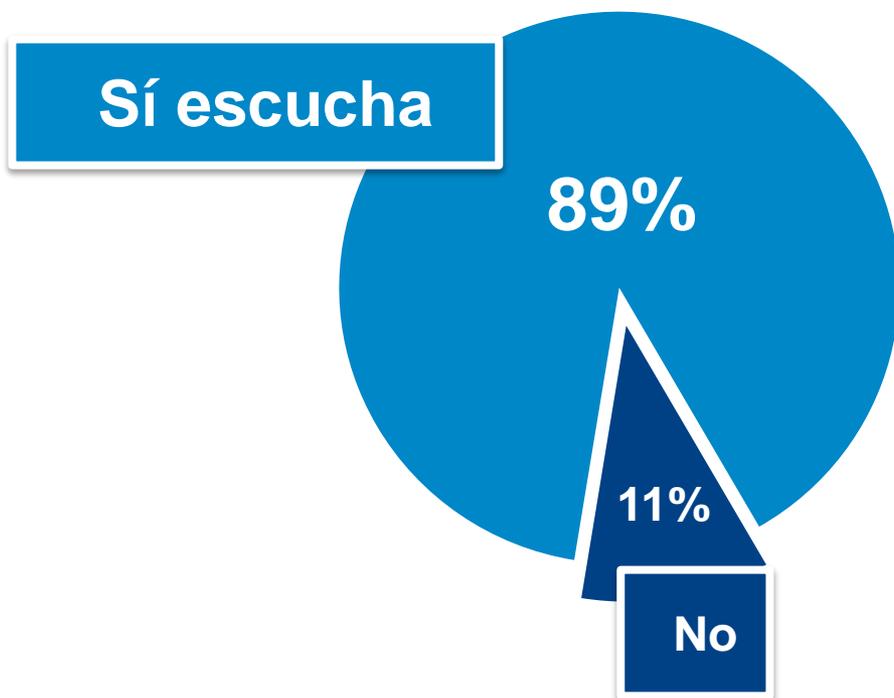
El oído peruano

La música es importante en el día a día de los peruanos. Nuestro más reciente estudio sobre el gusto musical de la población lo refleja puesto que 9 de cada 10 escuchan música con frecuencia. Cuando se pregunta por el medio más usado para escuchar música no es sorprendente que la radio esté primera con un 84% de preferencia. Llama la atención en cambio, que cada vez más, se escuche música a través de celulares o smartphones (32%); y también por medios online o streaming (9%). Este último tiene un importante 19% de oyentes en los NSE más altos igualando a la música que las personas suelen guardar en sus computadoras. Es evidente, que este medio está atrayendo más la atención de la gente de ese NSE por su dinamismo, y por el hecho de no tener la obligación de descargar música.

En lo que respecta a géneros musicales, el huayno y la cumbia son los géneros más escuchados por la población (19% y 18% respectivamente) especialmente en el interior del país y en los NSE D/E. Sin embargo, se hallan diferencias en cuanto a las edades y ámbitos de residencia de sus oyentes; el huayno es preferido por adultos mayores del ámbito rural, mientras que la cumbia tiene mayor acogida en adultos jóvenes del ámbito urbano. Les sigue a estos géneros las baladas y la salsa, lo cual marca un predominio de música tropical, latina y en español en el gusto del peruano. Por otro lado, el rock, incluyendo rock en español y en inglés, entra en el top 5 de géneros más escuchados (9%). Esto demuestra que, pese a la idea de que el Perú no es un país rockero a diferencia de sus pares sudamericanos, mantiene un importante aval de la población, pero menor que los géneros latinos y tropicales que son los que más se identifican con los peruanos.

Luis Orellana
Digital Assistant

¿Usted suele escuchar música? (urbano y rural)
9 de cada 10 peruanos escuchan música con frecuencia, especialmente los jóvenes

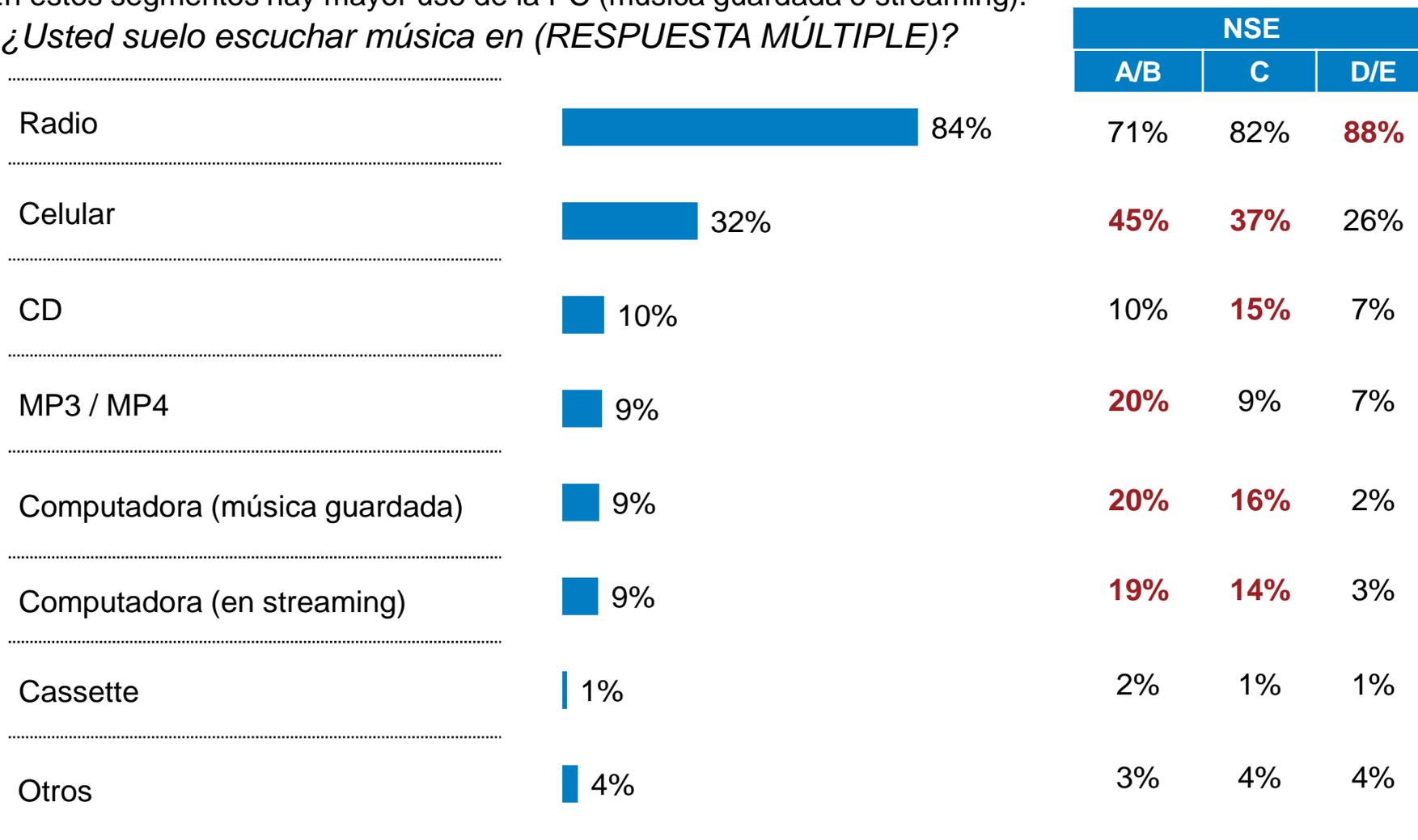


	Total	Nivel Socioeconómico			Región		Sexo		Edad		
		A/B	C	D/E	Lima	Interior	Hombre	Mujer	18 - 24	25 - 39	40 - 70
Sí	89%	94%	90%	88%	90%	89%	91%	87%	95%	94%	85%
No	11%	6%	10%	12%	10%	11%	9%	13%	6%	6%	15%

Cada vez es más común escuchar música desde el celular, especialmente en los niveles socioeconómicos ABC. **(urbano y rural)**

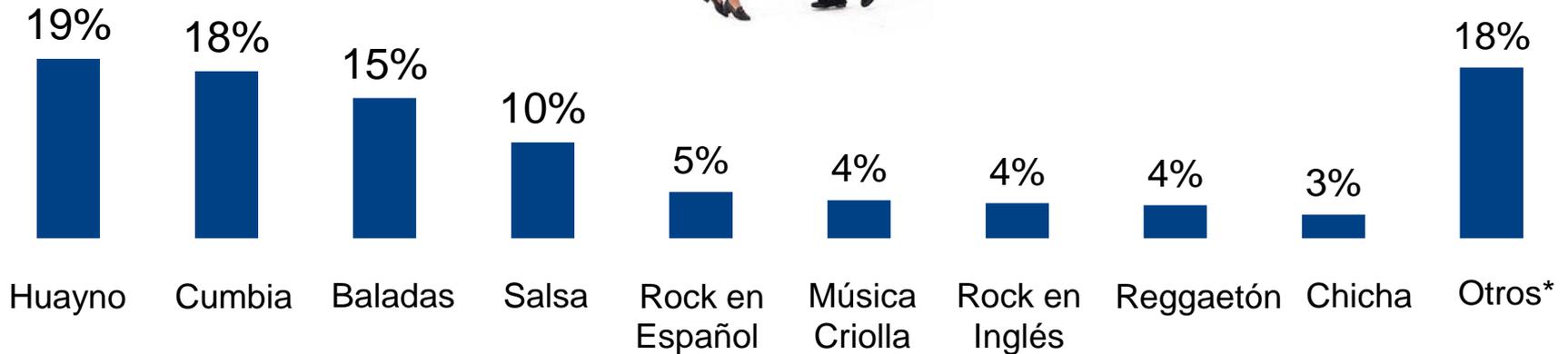


En estos segmentos hay mayor uso de la PC (música guardada o streaming).
¿Usted suelo escuchar música en (RESPUESTA MÚLTIPLE)?



¿Qué género musical escucha **CON MAYOR FRECUENCIA?** (urbano y rural)

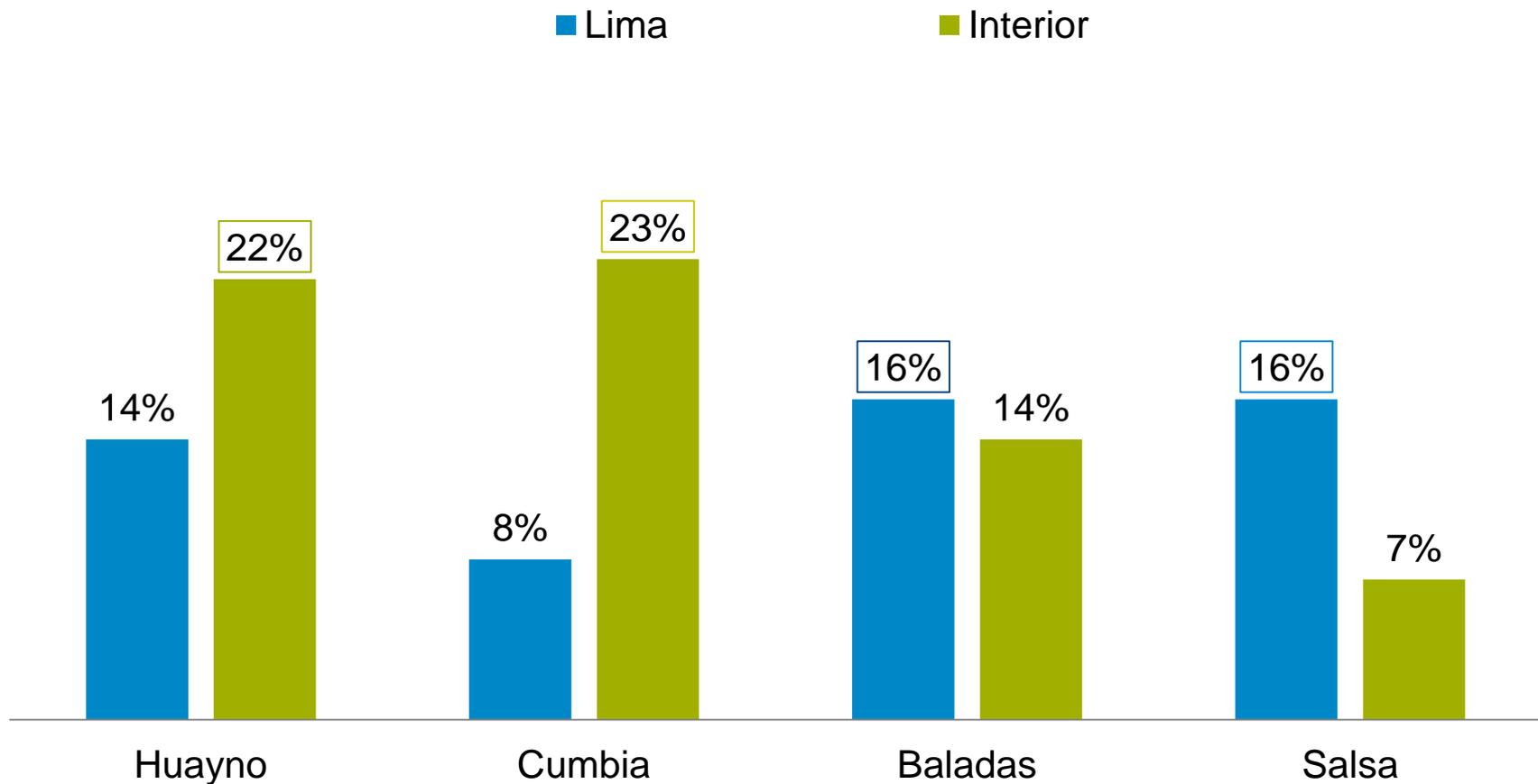
62% de los encuestados
prefiere estos cuatro géneros
musicales



*bachata, clásica, pop en inglés, pop en español, merengue, hip hop, electrónica, rock progresivo, reggae, festejo, metal, saya, trova, jazz, punk, blues, otros).

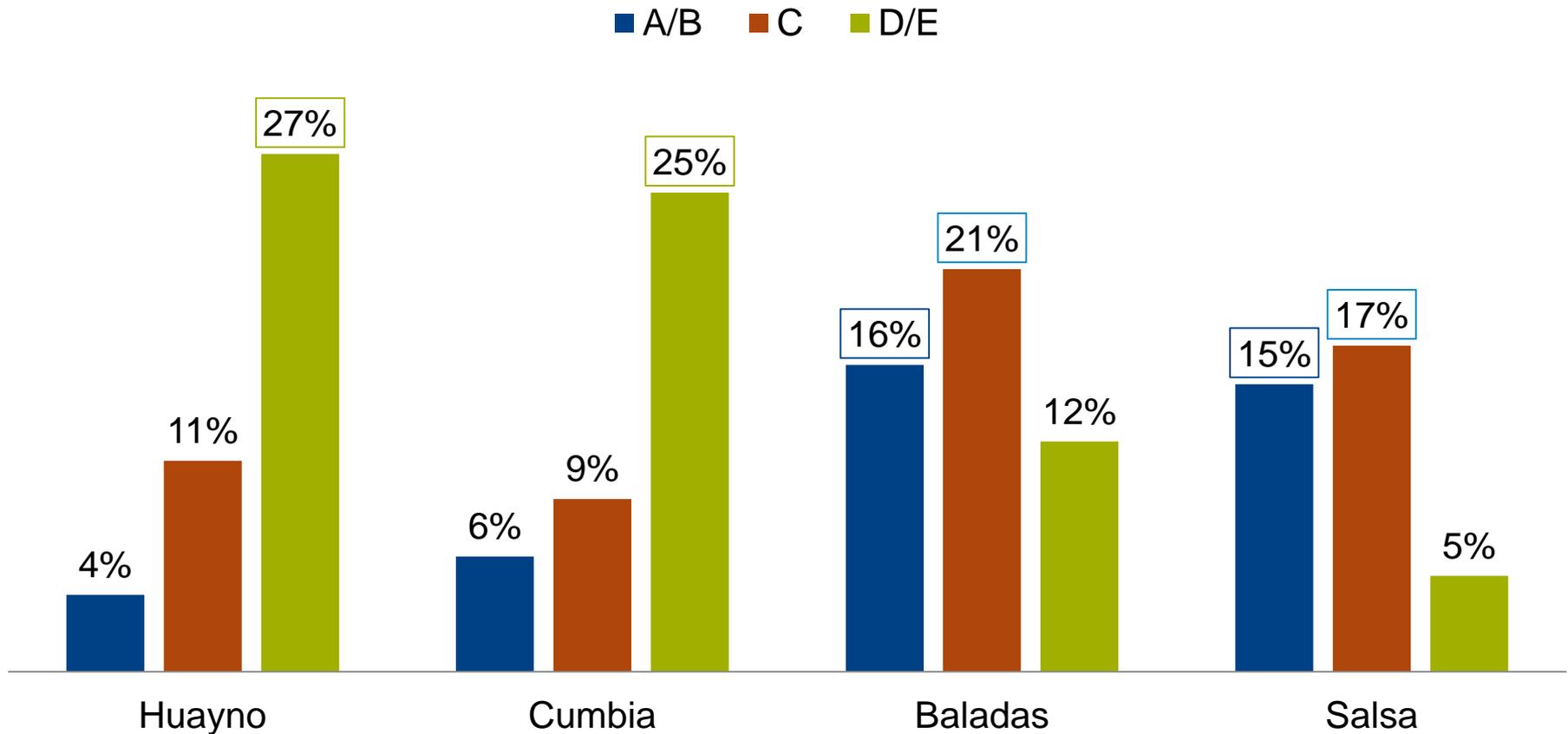
¿Qué género musical escucha **CON MAYOR FRECUENCIA?** Lima e Interior (urbano y rural)

Mientras en el interior del país el huayno y la cumbia son los géneros musicales más escuchados, en Lima se destacan principalmente las baladas y la salsa.



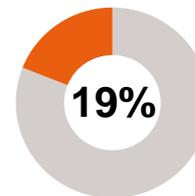
¿Qué género musical escucha **CON MAYOR FRECUENCIA?** **Por nivel socioeconómico (urbano y rural)**

Al revisar los gustos musicales en los diferentes segmentos socioeconómicos, se encuentra que tanto el huayno como la cumbia gozan de mayor preferencia en los niveles D/E, mientras que en los NSE A/B/C se escuchan más las baladas y la salsa.



¿Quién prefiere el HUAYNO?

Vive en la zona andina (Centro y Sur del país) y es una persona ya adulta (más de 40 años)



81% es de **NSE D/E**

56% solo en el **NSE E**

74% vive en el **interior**

29% vive en el **Centro** del país y 25% en el **Sur**

49% en el ámbito **rural**

71% tiene más de **40 años**

41% son **amas de casa**

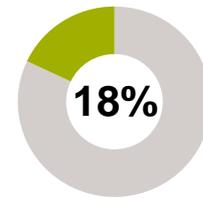
52% son **jefes de hogar**

51% **son hombres**



¿Quién prefiere la CUMBIA?

Vive en la zona norte del país. Es una persona joven.



81% es de **NSE D/E**

30% solo en el **NSE D**



24% son **hijos u otros familiares**

89% vive en el **interior**



46% son **jefes de hogar**

41% vive en el **Norte** del país y 15% en el **Oriente**



48% son **hombres** y 52% son **mujeres**

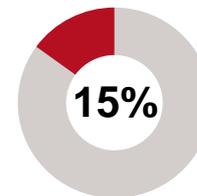
65% en el ámbito **urbano** y 35% en el ámbito **rural**



18% tiene entre **18 a 24 años**
39% tiene entre **25 a 39 años**

¿Quién prefiere las BALADAS?

Las mujeres y las amas de casa. También es un público joven



55% es de **NSE ABC**

39% solo en el
NSE C



44% son **amas de casa**

37% vive en **Lima** y
63% vive en el
interior

30% son **hijos u otros familiares**

21% en el **Sur**

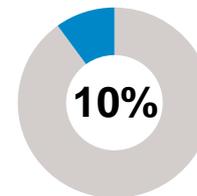
73% son **mujeres**

87% en el ámbito
urbano

21% tiene entre **18 a 24 años**

36% tiene entre **25 a 39 años**

¿Quién prefiere la SALSA?
Mayormente limeños, jóvenes y hombres.



22% es de **NSE A/B**



47% en el **NSE C**



54% vive en **Lima**



93% en el ámbito
urbano



23% tiene entre **18**
a 24 años



32% son **hijos u**
otros familiares



43% son **jefes de**
hogar



57% **son hombres**



GfK | Metodología | Ficha técnica del estudio

Fundada en el 2003 (como Conecta Asociados), se ha caracterizado por contar con un equipo de profesionales de primer nivel, altamente comprometidos, realizando informes orientados a soluciones con enfoques estratégicos, novedosos que optimizan la inversión de sus clientes. Desde el 2009 es parte del Grupo GfK, quinta empresa de investigación de mercados en el mundo que opera en más de 100 países con un staff de más de 11,000 personas.

Equipo humano

Gerente General: Hernán Chaparro

Colaboradores: Laura Amaya, Diego Rodríguez, Lucía Espinoza, Rossella Luzquiños, Esvenia Montalvo, Edgardo Obregón, Neol Coras, Moisés Cerna y José Fretel.

Distribución y difusión: Nancy Jaén, Luis Orellana y Gonzalo Abad.

Ganador pregunta para encuesta GfK: Jenny Fuentes

Todos los derechos reservados

Este material no puede ser reproducido o transmitido por ningún medio, total o parcialmente, sin el permiso expreso de **GfK Conecta SAC** (083-REE/JNE). Código de renovación: 1050-A-2012-JNE 8 de noviembre de 2012.

Suscripciones:

mktcomunicaciones.peru@gfk.com

GfK | Av. Jorge Basadre 990 San Isidro, Lima | Perú

T: +51 1 206-2300

www.gfk.pe

Objetivo

Conocer la opinión, comportamiento y hábitos de los peruanos frente a a diversos temas políticos, sociales, económicos, culturales y su opinión frente a la situación gubernamental.

Universo del estudio

Población total de hombres y mujeres de 18 años a más de todos los niveles socioeconómicos del Perú (21,118,021 hab.).

Población, muestra y margen de error

Cantidad de encuestas: 1,267. Solo Lima: 408. Lima y Callao: 438. Interior: 829. Nivel de inferencia: Total Nacional Urbano rural / Resto Urbano rural

Zonas parte del estudio/ puntos de muestreo

Zonas	Ciudades
Lima	Lima Metropolitana
Norte	Costa Norte: Trujillo, Chiclayo, Lambayeque, Piura, Sullana y Chimbote. Sierra Norte: Cajamarca y Huaraz
Centro	Sierra Centro: Huancayo, Huánuco y Cerro de Pasco. Costa Centro: Huaral y Cañete
Sur	Sierra Sur: Arequipa, Cusco, Juliaca, Puno y Ayacucho . Costa Sur: Ica y Tacna
Oriente	Iquitos, Pucallpa y Tarapoto

Tipo de muestreo

El tipo de muestreo que se utilizó fue semiprobabilístico polietápico.

Fecha de campo

Del 12 al 15 de diciembre de 2015