

# MEDIOS Y PLATAFORMAS DE COMUNICACIÓN EN EL PERÚ: LIMA METROPOLITANA E INTERIOR DEL PAÍS

Abril 2024



Fuente: Estudio Overmedia

## TABLA DE CONTENIDO

	Número de Pagina
<u>Introducción</u>	<u>3</u>
<b><u>Alcance Semanal de los Medios y Plataformas de Comunicación</u></b>	<u>4</u>
<u>Lima Metropolitana</u>	<u>5</u>
<u>Interior del país</u>	<u>6 – 7</u>
<b><u>Atención a la Publicidad en los Medios de Comunicación</u></b>	<u>8</u>
<u>Lima Metropolitana</u>	<u>9 – 11</u>
<u>Interior del país</u>	<u>12 – 14</u>

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad el conjunto de medios y plataformas de comunicación alcanza al 100% de la población urbana del país. La ciudad capital y el interior del país (donde habita el 58% de la población urbana) aún presentan diferencias en el alcance semanal y en los niveles de atención a la publicidad por cada medio.

La radio, la TV y la plataforma digital son los medios con mayor alcance a nivel nacional, por supuesto, las posiciones en el ranking varían de acuerdo con la zona donde se analice la información. Finalmente, cuando en la ecuación adicionamos el nivel de atención a la publicidad, se observa que los resultados varían aún más, reforzando el argumento de que la oferta de un plan de medios publicitario adecuado debe considerar el “mix de medios” para aprovechar las fortalezas de cada uno y así poder llegar a diversos grupos objetivos de forma más eficiente.



Universos

### Perú Urbano

(22,173,500)

### Lima Metropolitana

(9,262,300)

### Interior Urbano

(12,911,200)



Radio

91.3

91.1

91.4



TV Total

90.1

92.2

88.6



Digital

83.9

93.5

77.0



OOH/DOOH

80.7

89.3

74.6



Diarios

34.7

37.2

32.9

**TV Abierta:** Perú Urbano

**88.3**

Lima Metropolitana

**91.5**

Interior Urbano

**86.1**

**TV Cable:** Perú Urbano

**47.7**

Lima Metropolitana

**53.9**

Interior Urbano

**43.3**

Los alcances de cada medio están expresados en porcentaje

Pag. 3

# ALCANCE SEMANAL DE LOS MEDIOS Y PLATAFORMAS DE COMUNICACIÓN

# ALCANCE SEMANAL DE MEDIOS Y PLATAFORMAS DE COMUNICACIÓN: LIMA METROPOLITANA

Según NSE		Lima	A-B	C	D-E
Universos		<b>9,262.3</b>	2,304.3	4,417.9	2,540.1
Total Medios		<b>99.8</b>	99.7	99.7	100.0
Digital		<b>93.5</b>	96.6	94.6	88.9
TV Total		<b>92.2</b>	89.0	92.4	95.0
Tv Abierta		<b>91.5</b>	86.3	92.1	95.0
Tv Cable		<b>53.9</b>	68.0	54.6	39.9
Radio		<b>91.1</b>	88.6	91.1	93.4
Ooh/Dooh		<b>89.3</b>	86.0	89.4	91.8
Diarios Impresos		<b>37.2</b>	34.9	35.6	42.0

Según Grupo de Edades		Lima	11-16	17-25	26-37	38-50	51-99
Universos		<b>9,262.3</b>	884.3	1,585.3	2,199.3	2,007.8	2,585.7
Total Medios		<b>99.8</b>	99.7	99.8	99.6	99.8	100.0
Digital		<b>93.5</b>	96.5	99.3	98.1	97.1	82.2
TV Total		<b>92.2</b>	93.5	86.7	90.2	93.6	95.9
Tv Abierta		<b>91.5</b>	91.8	85.8	89.8	93.3	94.8
Tv Cable		<b>53.9</b>	57.2	45.5	50.1	56.9	58.8
Radio		<b>91.1</b>	82.2	85.4	92.1	94.4	94.2
Ooh/Dooh		<b>89.3</b>	89.1	94.6	90.3	93.2	82.0
Diarios Impresos		<b>37.2</b>	28.9	25.3	31.3	38.7	51.1

Los valores mostrados están expresados en porcentajes.

Pag. 5

# ALCANCE SEMANAL DE MEDIOS Y PLATAFORMAS DE COMUNICACIÓN: INTERIOR DEL PAÍS

 Según NSE	Interior Urbano	A-B	C	D-E
Universos	<b>12,911.2</b>	1,022.0	4,045.6	7,843.6
Total Medios	<b>99.7</b>	100.0	100.0	99.5
 Radio	<b>91.4</b>	81.9	91.8	92.5
 TV Total	<b>88.6</b>	94.1	92.9	85.7
 TV Abierta	<b>86.1</b>	81.3	90.8	84.2
 TV Cable	<b>43.3</b>	74.4	56.3	32.5
 Digital	<b>77.0</b>	94.1	87.3	69.5
 OOH/DOOH	<b>74.6</b>	88.6	80.4	69.8
 Diarios	<b>32.9</b>	36.3	36.2	30.8

 Según Grupo de Edades	Interior Urbano	11-16	17-25	26-37	38-50	51-99
Universos	<b>12,911.2</b>	1,531.7	2,306.0	3,028.6	2,689.7	3,355.1
Total Medios	<b>99.7</b>	99.8	99.5	100.0	99.4	99.8
 Radio	<b>91.4</b>	80.6	89.8	93.0	91.2	96.3
 TV Total	<b>88.6</b>	88.4	85.9	89.8	88.0	90.1
 TV Abierta	<b>86.1</b>	85.3	83.7	87.3	84.9	87.8
 TV Cable	<b>43.3</b>	40.6	42.1	39.8	43.7	48.1
 Digital	<b>77.0</b>	79.5	86.2	88.6	80.4	56.5
 OOH/DOOH	<b>74.6</b>	71.3	81.1	77.6	75.5	68.1
 Diarios	<b>32.9</b>	23.9	30.9	30.2	35.2	39.0

Los valores mostrados están expresados en porcentajes.

Pag. 6

# ALCANCE SEMANAL DE MEDIOS Y PLATAFORMAS DE COMUNICACIÓN: INTERIOR DEL PAÍS



Según Macrozona	Interior Urbano	Lima Provincias	Costa y Sierra Norte	Sierra Centro y Sierra Sur	Costa Sur	Oriente
<u>Universos</u>	<b>12,911.2</b>	717.3	4,901.6	3,235.8	2,398.3	1,658.3
Total Medios	<b>99.7</b>	100.0	100.0	99.8	100.0	98.1
Radio	<b>91.4</b>	89.8	91.6	96.5	89.8	84.2
TV Total	<b>88.6</b>	98.0	90.2	85.5	89.8	84.4
TV Abierta	<b>86.1</b>	98.0	89.3	84.2	80.1	83.6
TV Cable	<b>43.3</b>	81.5	44.7	34.3	42.1	41.7
Digital	<b>77.0</b>	84.8	82.4	69.1	84.2	62.9
OHH/DOOH	<b>74.6</b>	87.0	77.8	66.8	85.1	59.9
Diarios	<b>32.9</b>	41.8	33.1	33.5	32.3	28.4

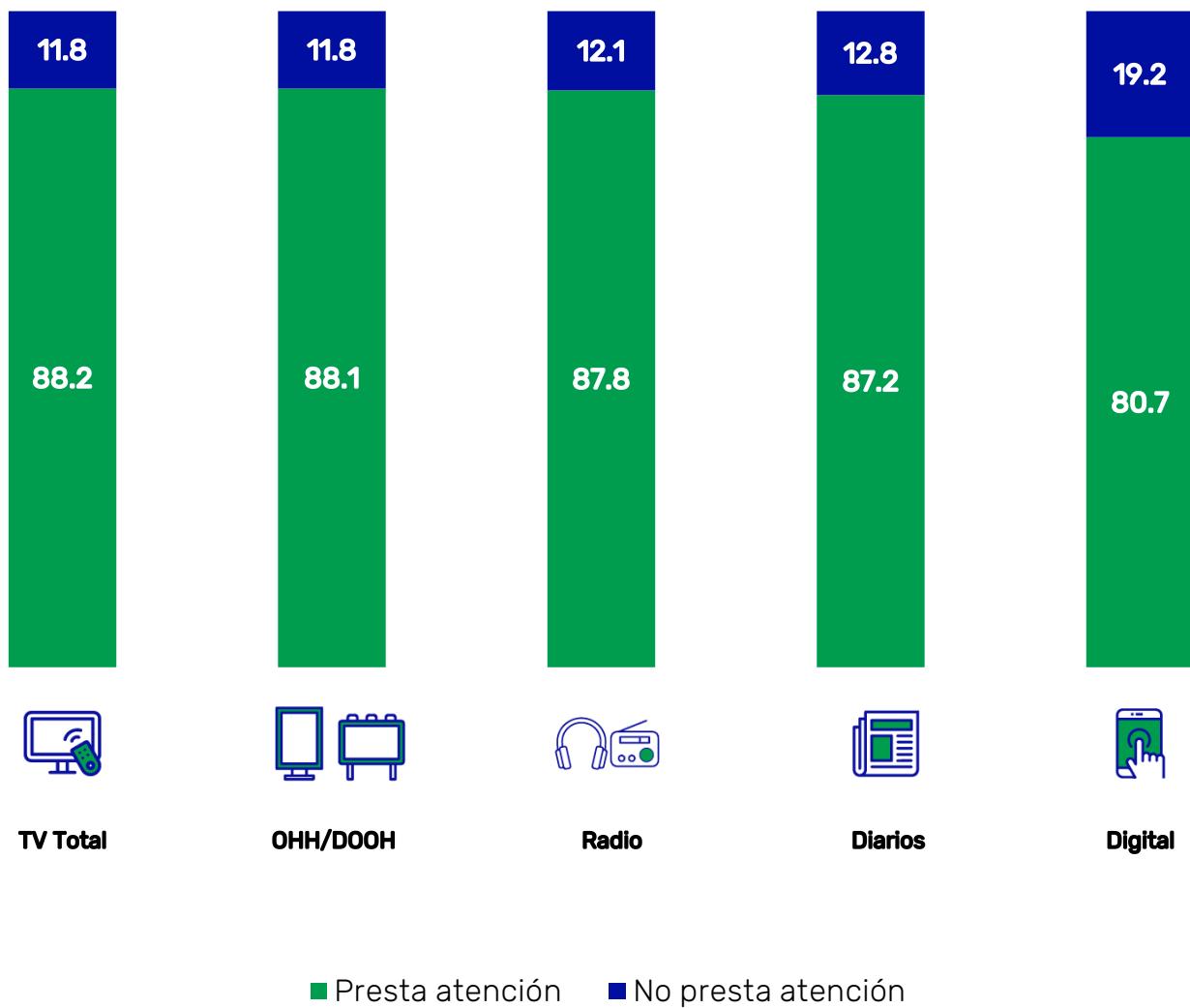
Los valores mostrados están expresados en porcentajes.

Pag. 7



# ATENCIÓN A LA PUBLICIDAD EN LOS MEDIOS Y PLATAFORMAS DE COMUNICACIÓN

# ATENCIÓN A LA PUBLICIDAD EN LOS MEDIOS Y PLATAFORMAS DE COMUNICACIÓN: LIMA METROPOLITANA



Los valores mostrados están expresados en porcentajes.

Pag. 9

# ATENCIÓN A LA PUBLICIDAD EN LOS MEDIOS Y PLATAFORMAS DE COMUNICACIÓN: LIMA METROPOLITANA



**TV Total**



<b>Según NSE</b>	<b>Lima</b>	<b>A-B</b>	<b>C</b>	<b>D-E</b>
Presta atención	<b>88.2</b>	83.4	89.7	89.6
No presta atención	<b>11.8</b>	16.6	10.2	10.3
(5) Mucha atención	<b>10.0</b>	6.7	9.9	12.9
(4)	<b>17.0</b>	16.6	17.0	17.4
(3)	<b>37.0</b>	34.4	38.1	37.2
(2)	<b>24.2</b>	25.7	24.7	22.1
(1) Nada de atención	<b>11.8</b>	16.6	10.2	10.3



**OOH/DOOH**



<b>Según NSE</b>	<b>Lima</b>	<b>A-B</b>	<b>C</b>	<b>D-E</b>
Presta atención	<b>88.1</b>	84.9	88.0	91.3
No presta atención	<b>11.8</b>	15.1	11.9	8.8
(5) Mucha atención	<b>9.9</b>	5.3	11.2	11.7
(4)	<b>18.3</b>	15.7	16.5	23.8
(3)	<b>31.7</b>	34.8	31.9	28.8
(2)	<b>28.2</b>	29.1	28.4	27.0
(1) Nada de atención	<b>11.8</b>	15.1	11.9	8.8



**Radio**



<b>Según NSE</b>	<b>Lima</b>	<b>A-B</b>	<b>C</b>	<b>D-E</b>
Presta atención	<b>87.8</b>	87.4	87.0	89.9
No presta atención	<b>12.1</b>	12.7	12.9	10.1
(5) Mucha atención	<b>11.9</b>	8.0	12.3	14.6
(4)	<b>17.8</b>	15.4	17.9	19.8
(3)	<b>33.8</b>	32.8	33.4	35.4
(2)	<b>24.3</b>	31.2	23.4	20.1
(1) Nada de atención	<b>12.1</b>	12.7	12.9	10.1

Los valores mostrados están expresados en porcentajes.

Pag. 10

# ATENCIÓN A LA PUBLICIDAD EN LOS MEDIOS Y PLATAFORMAS DE COMUNICACIÓN: LIMA METROPOLITANA



## Diarios Impresos

<b>Según NSE</b>	<b>Lima</b>	<b>A-B</b>	<b>C</b>	<b>D-E</b>
Presta atención	<b>87.2</b>	77.1	90.5	90.1
No presta atención	<b>12.8</b>	22.9	9.6	9.9
(5) Mucha atención	<b>10.0</b>	6.2	11.9	10.1
(4)	<b>19.4</b>	14.2	21.8	19.9
(3)	<b>30.4</b>	30.1	29.0	32.5
(2)	<b>27.4</b>	26.6	27.8	27.6
(1) Nada de atención	<b>12.8</b>	22.9	9.6	9.9

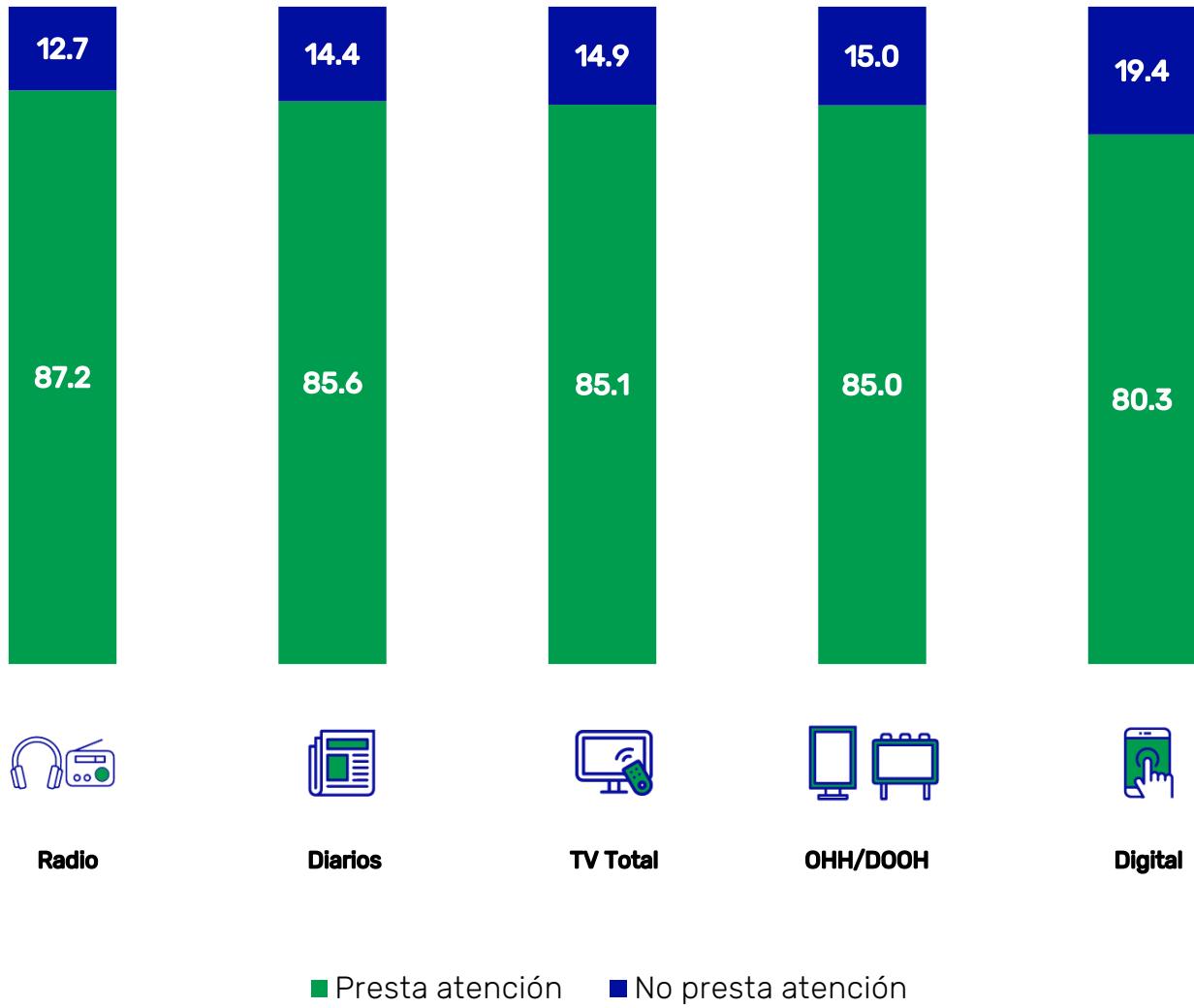


## Digital

<b>Según NSE</b>	<b>Lima</b>	<b>A-B</b>	<b>C</b>	<b>D-E</b>
Presta atención	<b>80.7</b>	76.3	81.7	83.3
No presta atención	<b>19.2</b>	23.7	18.2	16.7
(5) Mucha atención	<b>12.3</b>	7.5	13.1	15.5
(4)	<b>15.5</b>	15.0	16.1	15.0
(3)	<b>28.2</b>	31.1	27.5	26.7
(2)	<b>24.7</b>	22.7	25.0	26.1
(1) Nada de atención	<b>19.2</b>	23.7	18.2	16.7



## ATENCIÓN A LA PUBLICIDAD EN LOS MEDIOS Y PLATAFORMAS DE COMUNICACIÓN: INTERIOR DEL PAÍS



Los valores mostrados están expresados en porcentajes.

Pag. 12

# ATENCIÓN A LA PUBLICIDAD EN LOS MEDIOS Y PLATAFORMAS DE COMUNICACIÓN: INTERIOR DEL PAÍS



**Radio**



<b>Según NSE</b>	<b>Interior Urbano</b>	<b>A-B</b>	<b>C</b>	<b>D-E</b>
Presta atención	<b>87.2</b>	77.8	85.8	89.1
No presta atención	<b>12.7</b>	22.2	14.2	10.8
(5) Mucha atención	<b>13.9</b>	8.4	12.0	15.5
(4)	<b>17.7</b>	15.0	16.0	19.0
(3)	<b>30.3</b>	28.4	28.8	31.3
(2)	<b>25.3</b>	26.0	29.0	23.3
(1) Nada de atención	<b>12.7</b>	22.2	14.2	10.8



**Diarios Impresos**



<b>Según NSE</b>	<b>Interior Urbano</b>	<b>A-B</b>	<b>C</b>	<b>D-E</b>
Presta atención	<b>85.6</b>	72.3	83.6	88.9
No presta atención	<b>14.4</b>	27.8	16.4	11.2
(5) Mucha atención	<b>11.4</b>	10.2	11.0	11.9
(4)	<b>17.9</b>	19.1	19.4	16.8
(3)	<b>27.2</b>	23.8	22.7	30.4
(2)	<b>29.1</b>	19.2	30.5	29.8
(1) Nada de atención	<b>14.4</b>	27.8	16.4	11.2



**TV Total**

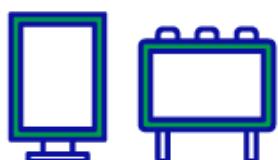


<b>Según NSE</b>	<b>Interior Urbano</b>	<b>A-B</b>	<b>C</b>	<b>D-E</b>
Presta atención	<b>85.1</b>	80.0	84.6	86.2
No presta atención	<b>14.9</b>	20.1	15.4	13.8
(5) Mucha atención	<b>10.0</b>	7.1	8.4	11.3
(4)	<b>15.9</b>	20.9	17.0	14.6
(3)	<b>31.9</b>	27.4	33.4	31.8
(2)	<b>27.3</b>	24.6	25.8	28.5
(1) Nada de atención	<b>14.9</b>	20.1	15.4	13.8

Los valores mostrados están expresados en porcentajes.

Pag. 13

# ATENCIÓN A LA PUBLICIDAD EN LOS MEDIOS Y PLATAFORMAS DE COMUNICACIÓN: INTERIOR DEL PAÍS



**OOH/DOOH**

<b>Según NSE</b>	Sí			
Presta atención				
No presta atención				
(5) Mucha atención	<b>9.7</b>	80.6	86.4	84.7
(4)	<b>17.2</b>	19.5	13.7	15.0
(3)	<b>30.2</b>	6.6	7.3	11.6
(2)	<b>27.9</b>	20.1	14.3	18.4
(1) Nada de atención	<b>15.0</b>	29.9	35.2	27.2
	<b>27.9</b>	24.0	29.6	27.5
	<b>15.0</b>	19.5	13.7	15.0



<b>Interior Urbano</b>	<b>A-B</b>	<b>C</b>	<b>D-E</b>
<b>85.0</b>	80.6	86.4	84.7
<b>15.0</b>	19.5	13.7	15.0
<b>9.7</b>	6.6	7.3	11.6
<b>17.2</b>	20.1	14.3	18.4
<b>30.2</b>	29.9	35.2	27.2
<b>27.9</b>	24.0	29.6	27.5
<b>15.0</b>	19.5	13.7	15.0



**Digital**

<b>Según NSE</b>	Sí			
Presta atención				
No presta atención				
(5) Mucha atención	<b>80.3</b>	72.9	80.3	81.7
(4)	<b>19.4</b>	25.8	19.5	18.3
(3)	<b>12.6</b>	7.6	10.7	14.8
(2)	<b>14.6</b>	14.6	15.0	14.3
(1) Nada de atención	<b>26.5</b>	25.6	26.8	26.4
	<b>26.6</b>	25.1	27.8	26.2
	<b>19.4</b>	25.8	19.5	18.3



# CPI

RESEARCH



**Teléfono**  
422-3815



**Correo Electrónico**  
[cpi@cpi.pe](mailto:cpi@cpi.pe)



**Dirección**  
Calle Río de Janeiro 150 Miraflores  
Lima - Perú