

11524.2014



OSIPTEL

2014 JUL 16 PM 3:43

RECIBIDO

Magdalena del Mar, 16 de Julio del 2014.

Sr.  
Anthony Vargas  
Opsitel

Presente.-

Estimado Anthony:

Sirva la presente para saludarte e informarte que estoy adjuntando el Plan de Medios "Opsitel, tu regulador de las telecomunicaciones" y el informe técnico del mismo.

Sin otro particular, me despido.

Atentamente,



Luisa Febres  
Planificadora Senior

File... ////

# OSIPTEL

“Osiptel, Tu Regulador De Las  
Telecomunicaciones””



# Informe Tecnico



**INFORME TÉCNICO  
PROPUESTA Y JUSTIFICACION TECNICA DE SELECCIÓN DE MEDIOS**

**A** : **Oficina de Comunicación Corporativa**

**ASUNTO** : **Plan de Medios "OSIPTEL, TU REGULADOR DE LAS TELECOMUNICACIONES"**

**Fecha** : **Magdalena, 14 de Julio del 2014**

---

Por medio de la presente lo saludo cordialmente y así mismo en relación a lo anotado en el asunto de la referencia, presento la propuesta así como el sustento técnico que justifica la selección de los medios de difusión para la Campaña de "Osiptel, tu regulador de las Telecomunicaciones"

**INTRODUCCIÓN**

El presente informe, es un trabajo realizado por Central Media, para Osiptel

Dicha información ha sido analizada al detalle para su preparación, tanto en datos, cotizaciones, estudios de audiencia, estudios cualitativos y cuantitativos de los medios propuestos y sobre todo bajo una ardua labor de expertos en Planificación de Medios para entidades estatales. Calificando el trabajo presentado de planificación como apropiado de acuerdo a los Objetivos establecidos para dicha campaña.

En nuestro planteamiento estratégico detallaremos que medios debemos considerar y como deben ser empleados para optimizar la inversión del cliente.

**COBERTURA:**

Nivel Nacional.

**Periodo de difusión de la Campaña:**

- Televisión Señal abierta
- Radio N.Nacional

**NEGOCIACIÓN:**

Tarifas del Estado Peruano 2014



### **EQUILIBRIO INFORMATIVO E IMPACTO DE CAMPAÑA EN MEDIOS:**

Por la necesidad de la campaña en el equilibrio de la información e impactos en medios se ha utilizado los siguientes estudios vigentes en el mercado:

- Radios (CPI).- emitido por la empresa COMPAÑÍA PERUANA DE ESTUDIOS DE MERCADO que reporta las audiencias de las diferentes emisoras de radio del mercado Nacional.
- Televisión (IBOPE TIME).- emitido por la empresa IBOPE TIME que reporta la sintonía de los diferentes canales de televisión que existen en el mercado.



## PROPUESTA Y JUSTIFICACIÓN TÉCNICA DE SELECCIÓN DE MEDIOS DE DIFUSIÓN

En atención al Plan de Publicidad 2014 de OSIPTEL considerando la descripción, justificación, desarrollo, ámbito de intervención y público objetivo; se ha realizado el siguiente plan de medios:

### OBJETIVOS DE CAMPAÑA

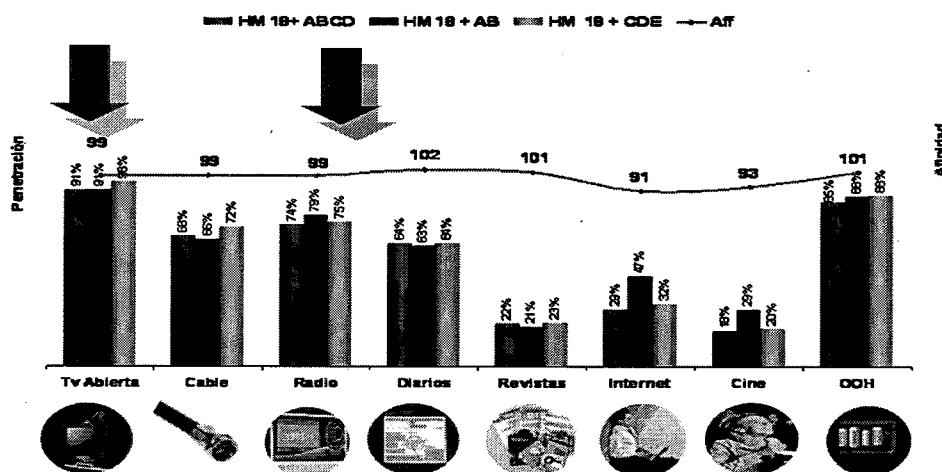
1. Fortalecer la presencia del Estado entre la población y los diferentes actores que forman parte de la industria de las telecomunicaciones.
2. Elevar el nivel de conocimiento que tienen los usuarios respecto del Osiptel como institución reguladora y de competencia.
3. Promover en los usuarios el uso de los diferentes canales de comunicación que el Osiptel brinda, para orientarlos y/o tramitar sus reclamos.

### GRUPO OBJETIVO

El público objetivo está formado principalmente por público adulto, es decir, hombres y mujeres, mayores de 18 años de todos los niveles socioeconómicos.

### ANÁLISIS DE MEDIOS

Los medios con mayor potencial para poder contactar a nuestro público objetivo son los siguientes: Televisión y Radios se presentan con una alta afinidad y penetración esto lo podemos observar en el siguiente grafico:



Fuente TGI / Ola II 2013-2014



## ESTRATEGIA DE MEDIOS

La publicidad se expresa a través de los medios, y su correcta selección es esencial para lograr los objetivos de comunicación trazados, una adecuada combinación de medios, nos permitirá impactar a la población de manera eficiente y reiterada.

Como hemos podido observar en el gráfico de afinidad y penetración, el mejor mix de medios recomendado para lograr los objetivos trazados lo conforman: televisión, radio, y prensa.

Al ser una campaña informativa y de concientización, es necesario construir el alcance rápidamente, para lograr impactar con la recomendación a la mayor cantidad posible de personas de nuestro público objetivo y lograr la mejor frecuencia promedio que nos de alto impacto en la comunicación.

Para lograr estos objetivos recomendamos utilizar un mix de medios adecuados, logrando así la mejor comunicación al **grupo objetivo**.

## OBJETIVOS DE MEDIOS

Alcance/ Frecuencia

1

Uso de medios que permita generar alcance y reforzar frecuencia, maximizando la rentabilidad.

Cobertura/ Cercanía

2

Mix de medios que nos garanticen cobertura a nivel nacional y así poder llegar a nuestro grupo objetivo eficientemente y con medios cercanos.

## MIX DE MEDIOS

Televisión Nivel  
Nacional

1

Utilizar a la TV abierta como vehículo principal para generar recordación y notoriedad publicitaria a nivel nacional, aprovechando la presencia y cercanía en los hogares peruanos.

Radio N. Nacional

2

La Radio a nivel nacional, será el medio principal de la campaña, esto debido a las características que presenta nos dará el alcance adecuado para llegar a los objetivos de comunicación.

## CRITERIOS DE SELECCIÓN

El análisis y selección de los medios se ha realizado en base a los estudios del mercado; con relación a televisión de señal abierta y cable se trabajó en base a los estudios de sintonía emitidos por IBOPE. En lo que respecta a las emisoras radiales este ha sido elaborado en base a los últimos estudios de audiencia emitidos por CPI a nivel nacional. En el caso de diarios se ha utilizado el estudio de Reader Data.

Para el desarrollo de la estrategia hemos considerado hombres y mujeres de 18 a 99 años del nivel socio-económicos TOTAL como grupo objetivo.

La selección de medios llevada a cabo obedece a un análisis cuali-cuantitativo, con el fin de determinar qué medios se adecuan a nuestro mensaje y cuales resultan más rentables.

La publicidad de la campaña será a nivel nacional.

Para llevar a cabo toda una campaña de publicidad y lograr los objetivos esperados, se están recomendando los siguientes medios:

### I. TELEVISIÓN SEÑAL ABIERTA

Medio ideal para llegar a nuestro grupo objetivo. Es el medio de mayor penetración en los hogares del Perú (93%), logrando la mejor atención del público por sus imágenes, color y movimiento.





Proponemos para esta campaña el medio televisivo por las características que este presenta:

Características que nos brinda la televisión abierta:

- Medio de alta penetración en los hogares del Perú.
- Permite transmitir beneficios funcionales, emocionales y sensoriales.
- Crea imagen y genera recordación.
- Alto impacto que influye en casi todos los sentidos por medio de la imagen, color, audio y movimiento.
- Medio masivo por excelencia.
- Se presenta como un medio rentable (costo x 1000).

**a. Sintonía Televisiva (fuente: Ibope Time):**

Se ha evaluado los diferentes medios televisivos y los resultados obtenidos fueron los siguientes:

	Grupo	Canal	Días	Inicio	Final	HM 18-99 de N.S.E. Total	
						rat%	Miles
1	LA HORA DE LA VERDAD-S-NO	Canal 02	S	21:58	00:36	7.52	506.6
2	EL CORAZON DE LA VERDAD-S-NO	Canal 02	S	21:54	00:17	7.44	501.34
3	YO SOY-NO	Canal 02	LMWJV	21:11	23:17	6.24	420.39
4	PUNTO FINAL-D-NO	Canal 02	D	21:57	00:15	5.34	359.67
5	EL VALOR DE LA VERDAD-S-NO	Canal 02	S	21:59	00:40	5.15	347.18
6	YO SOY KIDS-D-NO	Canal 02	D	20:01	21:57	4.94	332.53
7	LA BANDA-NO	Canal 02	LMWJV	21:11	23:03	4.88	328.77
8	90 SEGUNDOS-NO	Canal 02	LMWJV	23:06	00:10	4.79	322.88
9	PAISANA JACINTA-D-NO	Canal 02	D	19:46	20:06	4.15	279.35
10	AMOR AMOR AMOR-TA	Canal 02	LMWJV	13:15	15:33	3.71	250.29

	Grupo	Canal	Días	Inicio	Final	HM 18-99 de N.S.E. Total	
						rat%	Miles
1	AL FONDO HAY SITIO-NO	Canal 04	LMWJV	20:08	21:10	11.45	771.39
2	CORAZON INDOMABLE-NO	Canal 04	LMWJV	21:09	22:03	10.78	726.47
3	ESTO ES GUERRA-TA	Canal 04	LMWJV	18:27	20:09	8.46	570.1
4	AMERICA NOTICIAS-NO	Canal 04	LMWJV	22:02	23:00	7.55	508.83
5	MIC. ESTO ES GUERRA	Canal 04	W	17:58	17:59	5.36	361.29
6	GISELA EL GRAN SHOW-S-NO	Canal 04	S	22:00	00:35	5.33	358.87
7	LA ROSA DE GUADALUPE-TA	Canal 04	LMWJV	17:33	18:28	5.29	356.45
8	EL COLOR DE LA PASION-TA	Canal 04	WJV	16:29	16:56	4.94	332.81
9	QUIERO AMARTE-TA	Canal 04	LMWJV	16:42	17:34	4.79	322.98
10	LO QUE LA VIDA ME ROBO-TA	Canal 04	LMWJV	15:38	16:39	4.74	319.07



	Grupo	Canal	Días	Inicio	Final	HM 18-99 de N.S.E. Total	
						rat%	Miles
1	PANORAMA	Canal 05	D	19:50	22:23	2.85	191.83
2	AL SEXTO DIA-S-NO	Canal 05	S	21:59	00:05	2.23	150.37
3	HIST.NO CONTADA DE DESPOJO-D-N	Canal 05	D	22:03	23:26	2.13	143.72
4	24 HORAS EDIC.CENTRA	Canal 05	LMWJV	20:52	22:36	1.92	129.42
5	REP.AL SEXTO DIA-D-NO	Canal 05	D	22:43	00:31	1.75	118.12
6	ENEMIGOS PUBLICOS-NO	Canal 05	LMWJV	22:35	00:45	1.52	102.5
7	TELE DEPORTE-DOM.	Canal 05	D	18:56	19:51	1.39	93.62
8	1000 MANERAS DE MORIR-S-NO	Canal 05	S	21:03	21:59	1.06	71.12
9	24 HORAS-ED.SABATINA-S-NO	Canal 05	S	19:59	21:03	0.99	66.73
10	CINE-D-TA LA COMADRITA	Canal 05	D	15:02	16:58	0.97	65.53

	Grupo	Canal	Días	Inicio	Final	HM 18-99 de N.S.E. Total	
						rat%	Miles
1	MUN.BRASIL 2014 BRASIL-CROACIA	Canal 09	LMWJVSD	13:44	15:51	8.31	559.9
2	INAUGURACION MUN.BRASIL 2014	Canal 09	J	13:12	14:03	7.82	526.58
3	NUNCA MAS-D-NO	Canal 09	D	18:59	20:02	6.33	426.29
4	LA GRAN PREMIERE-S-TA SCARY MOVIE	Canal 09	S	17:26	19:22	5.61	378.23
5	AVENIDA BRASIL-NO	Canal 09	LMWJV	20:45	22:08	5.24	353.16
6	DIA D-D-NO	Canal 09	D	22:00	00:06	4.79	323
7	COMBATE-TA	Canal 09	LMWJV	18:08	20:46	4.76	320.97
8	PRV.ANT.MUN.BRASIL 2014 BRASIL-CR	Canal 09	LMWJVSD	13:39	14:10	4.61	310.35
9	DIEZ-D-TA	Canal 09	D	17:59	18:59	4.56	307.21
10	EL CARTEL DEL HUMOR-D-NO	Canal 09	D	20:01	22:00	4.44	299.18

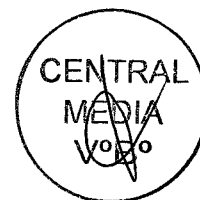
Fuente : Ibope Time (periodo del 09/06 al 06/07 2014)

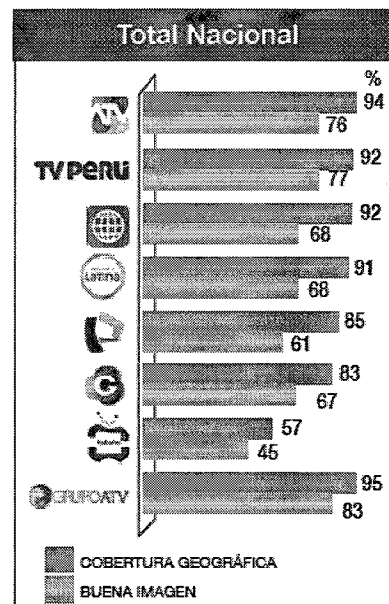
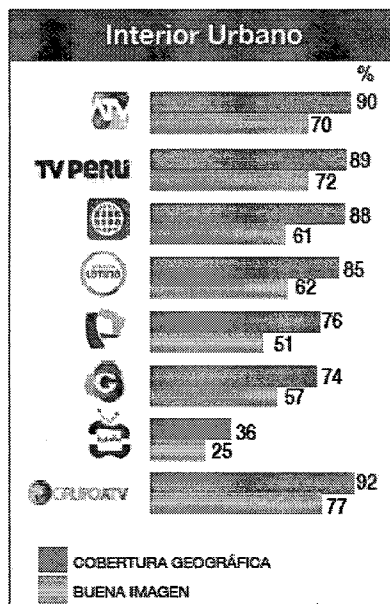
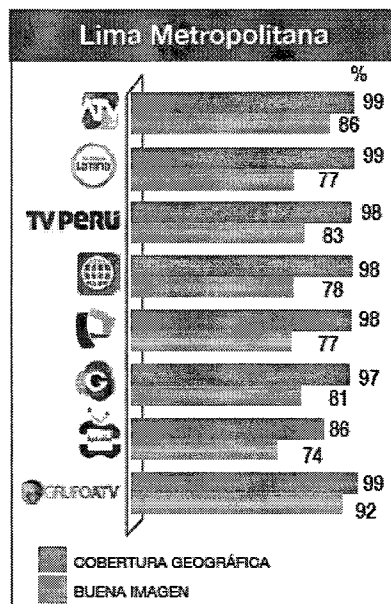
### b. Cobertura Geográfica (Fuente CPI):

En Lima la cobertura de los canales es prácticamente de 100%, a excepción de La Tele con 86%.

La llegada de la señal con buena calidad de imagen a las pantallas de los hogares es menor que el índice de cobertura, ATV mantiene el liderazgo con el 86% de hogares de Lima que lo ven con buena calidad, siguiéndole TV Perú con 83% y muy de cerca las señales de Global, América, Frecuencia Latina y Panamericana.

En el interior urbano llegan prácticamente al 90% de esta cobertura las señales de ATV, TV Perú y América, siguiéndoles con 85% Frecuencia Latina. Respecto a la buena señal en primer lugar se encuentra TV Perú con 72%, luego ATV 70%, Frecuencia Latina 62%, y América 61%.





FUENTE GPI - Mayo/ Julio 2013

A nivel nacional urbano, ATV mantiene tanto su cobertura (94%), como su buena señal (76%), luego TV Perú con 92% de llegada y 77% de buena señal, América y Frecuencia Latina ambas con 68% de buena imagen en los hogares y Global con 67% respectivamente.

Luego de analizar con cuadros anteriores, podemos decir que se han considerado las siguientes variables, para la selección de los canales:

- Rating.
- Costo por punto (éstas utilizadas para rentabilizar la inversión).
- Cobertura.

Teniendo en cuenta lo expuesto, se está considerando los siguientes canales:

### 1.1. Frecuencia Latina Representaciones S.A.C - CANAL 2:

#### **Especialidad Frecuencia Latina Representaciones SAC**

Empresa de TV que cuenta actualmente con los más avanzados equipos de tecnología digital, 24 islas de edición y post-producción, estudio de post-producción de audio, sistema digital de emisión de comerciales, unidades móviles de producción y prensa, sistema de enlace vía microondas y un sistema satelital portátil que les permite transmitir desde los rincones más alejados del país.

En su catálogo de programas se encuentran teleseries, miniserias, telenovelas y películas peruanas. Así como documentales, reportajes y programas de entretenimiento



### Experiencia Canal 2 Tv:

Es una cadena de televisión peruana, de señal abierta que transmite desde 1983; es el mejor implementado del país, su infraestructura es un moderno complejo diseñado especialmente para televisión, dotado de 6 estudios de grabaciones completamente equipados e iluminación robotizada. El 2 de septiembre de 2010, Frecuencia Latina inició sus transmisiones de prueba de Televisión Digital Terrestre ISDB-T hasta el 14 del mismo mes, día en que se inauguró oficialmente Frecuencia Latina HDTV.

Frecuencia Latina al convertirse en uno de los canales que más incentivan la Producción nacional creó en la ciudad de Miami, su brazo distribuidor internacional, llamada Frecuencia Latina International, empresa distribuidora de los programas producidos por el canal, así como de otras empresas productoras peruanas y extranjeras. Su señal además puede ser captada en Internet a través de Jump TV y a través del canal peruano SUR Perú para Norte, Centro, Caribe, Sudamérica, Europa, Asia y el norte de África.

### Comparación favorable:

- Según el último estudio de CPI se ubica en el cuarto lugar, en cuanto, a mayor cobertura a nivel nacional con 90% con relación a su calidad de imagen a nivel nacional se encuentra en cuarto lugar, con 69% de participación.
- Se encuentra disputando el segundo lugar con ATV en el ranking de preferencia en comparación con los demás canales de señal abierta.

Para esta campaña se está considerando un total de 39 spots en los siguientes programas los cuales según los estudios de IBOPE registran óptimos niveles de sintonía:

Programa	Día	Hora	Rating	Miles	Nro Avisos
LA BANDA	LMWJV	21:04	4.88	328.00	8
90 SEGUNDOS-NO	LMWJV	23:01	4.79	322.00	20
PUNTO FINAL-D-NO	D	21:59	5.34	359.00	7
YO SOY KIDS-D-NO	D	19:55	4.94	332.00	4

### 1.2. Compañía Peruana de Radiodifusión S.A. – CANAL 4:

#### Especialidad Compañía Peruana de Radiodifusión:

Es el canal comercial pionero en la actividad televisiva en el Perú y el canal que en los últimos años ha marcado la pauta de lo que es hacer televisión en nuestro país. Se ubica en el primer lugar en mayor porcentaje de rating a nivel nacional y terceros en brindar la mejor calidad de recepción de la imagen según canales de televisión de señal abierta. Transmitió (y sigue transmitiendo en algunos casos) programas inolvidables como: El Chavo del Ocho, El Chapulín Colorado, entre otros; los partidos de la Selección Nacional Peruana

De Fútbol, noticias importantes como las Elecciones Presidenciales y Municipales películas y telenovelas nacionales de gran proyección internacional, etc.

### **Experiencia Canal 4 Tv**

Es una cadena de televisión afiliada a Televisa de México, que Transmite su señal desde 1958. El canal pertenece al grupo Plural TV, formado por los diarios El Comercio y La República. Es el segundo canal más antiguo del país, el primero en realizar transmisiones comerciales regulares y el más visto (según IBOPE Time).

En enero de 2009, inician transmisiones experimentales en alta definición (HDTV) a través del Canal 31 en Lima, utilizando el estándar ISDB-TB Japonés-Brasilero. El 15 de abril de 2010, el Gobierno Peruano a través del Ministerio de Transportes y Comunicaciones le asignó la frecuencia 24 UHF para las transmisiones de televisión digital terrestre, las que se iniciaron el 23 de abril con la señal "One Seg" para móviles.

### **Comparación favorable:**

- Se ubica en el segundo lugar en cuanto a mayor cobertura a nivel nacional con 94% de cobertura, y en tercer lugar en cuanto a la calidad de su imagen con 70 %. (Fuente CPI).
- Se encuentra primero en el ranking de preferencia en comparación con los demás canales de señal abierta.
- Se presenta como la mejor opción de pauteo para campañas masivas sobre todo dirigidas al NSE CDE.

Proponemos para esta campaña un total 70 Spots en los siguientes programas los cuales según los estudios de IBOPE registran óptimos niveles de sintonía:

Programa	Día	Hora	Rating	Miles	Nro Avisos
AL FONDO HAY SITIO-NO	LMWJV	20:00	11.44	771.00	11
CORAZON INDOMABLE-NO	LMWJV	21:04	10.78	726.00	25
AMERICA NOTICIAS-NO	LMWJV	21:59	7.55	508.00	14
PRIMERA EDICION-MA	LMWJV	06:50	4.69	315.00	8
GISELA EL GRAN SHOW	SAB	22:00	5.33	358.00	4
CUARTO PODER	D	19:55	4.73	318.00	8

### **1.3. Panamericana Televisión S.A. – CANAL 5:**

#### **Especialidad Panamericana Televisión:**

Es uno de los canales pioneros de la televisión nacional



Con característica de transmitir programas del recuerdo, además manteniendo en el tiempo sus programas periodísticos Panorama, Buenos Días Perú y 24 Horas.

**Experiencia Canal 5 Tv**

Cadena de televisión se inaugura el 21 de julio de 1957

En marzo del 2012, inician transmisiones experimentales en alta definición (HDTV) a través del Canal 05.

**Comparación favorable:**

- Presenta una cobertura del 86% a Nivel Nacional con una calidad de imagen del 61% (Fuente CPI).

Para incrementar el alcance consideramos este canal, proponiendo para esta campaña un total de 72 spots en los siguientes programas los cuales según los estudios de IBOPE registran óptimos niveles de sintonía para el grupo objetivo de interés:

Programa	Día	Hora	Rating	Miles	Nro Avisos
PANORAMA	DOM	20:00	2.85	191.00	8
24 HORAS EDICION CENTRAL	L-V	21:00	1.92	129.00	20
AL SEXTO DIA	SAB	22:00	2.23	150.00	8
BONIFICADOS	L-D	06:00 - 18:00	1.00	100.00	36

**1.4. Instituto Peruano de Radio y Television del Peru – CANAL 7 TV**

**Especialidad Instituto Peruano de Radio y Television del Peru:**

Canal del Estado con transmisión de programas culturales, noticiosos y deportivos.

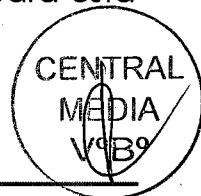
**Experiencia Canal 7 Tv**

El ente pertenece al estado peruano, creado desde el año 1997 en la base de lo que fue la desaparecida ENRAD Perú - Empresa Nacional de Radiodifusión del Perú del año 1974 por el entonces presidente Juan Velasco Alvarado. En 1981, durante el segundo gobierno de Fernando Belaúnde Terry, se reorganizó la entidad bajo el nombre de Empresa de Cine, Radio y Televisión Peruana. Sus medios son los únicos que llegan al 100% del territorio nacional.

**Comparación favorable:**

- ✓ Se ubica en el segundo lugar de cobertura con un 93% a Nivel Nacional con una calidad de imagen del 75%

Para incrementar el alcance consideramos este canal, proponiendo para esta campaña un total de 40 spots en los siguientes programas:



Programa	Día	Hora	Nro Avisos
TV PERU NOTICIAS	L-V	20:00	20
PERU DEPORTES	L-V	21:00	20

### 1.5. Andina de Radiodifusión S.A. CANAL 9:

#### **Especialidad Andina de Radiodifusión:**

Cuenta con tecnología de punta para hacer una televisión de primera, y este aspecto se puede apreciar en la calidad de su señal que llega con nitidez a Lima Metropolitana y al 94% del interior del país. La programación de ATV es muy variada y está dirigida a todos los públicos y edades.

Se destaca que ATV es el canal oficial que transmite en Perú la Copa Mundial de Fútbol como Corea Japón 2002, Alemania 2006 y Sudáfrica 2010, Brasil 2014.

Asimismo es el canal oficial de los Juegos Olímpicos desde Sydney 2000, Atenas 2004 y Pekín 2008 que fue emitido también en la señal HD; además de la Eurocopa.

#### **Experiencia Canal 9 Tv:**

Es una empresa que se funda el 18 de abril de 1983, cuyo objetivo central es proporcionar información veraz, objetiva y de sano entretenimiento, a través de su programación que es diseñada en función a estudios de gustos y preferencias del público.

El 31 de marzo de 2010 se inauguró oficialmente las transmisiones digitales en ISDB-Tb a través del canal 18 UHF en Lima y Callao, haciendo de ATV el primer canal peruano que ofrecía señal digital.

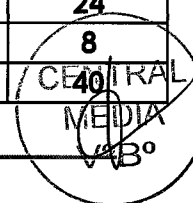
#### **Comparación favorable:**

Como se muestra en el Anexo #1 canal 9 presenta las siguientes características que hacen que sea importante para nosotros la contratación de este medio de señal abierta:

- Se ubica en el primer lugar en cuanto a mayor cobertura a nivel nacional con 94% de cobertura, y con 76 % en cuanto a la calidad de su imagen. (Fuente CPI).
- Se encuentra segundo en el ranking de preferencia en comparación con los demás canales de señal abierta.

Proponemos para esta campaña un total 80 Spots en los siguientes programas los cuales según los estudios de IBOPE registran óptimos niveles de sintonía:

Programa	Día	Hora	Rating	Miles	Nro Avisos
NUNCA MAS	DOM	19:00	6.33	426.00	8
AVENIDA BRASIL	L-V	21:00	5.24	353.00	24
DIA D	DOM	22:00	4.79	323.00	8
BONIFICADOS	L-D	06:00 - 18:00	1.00	100.00	8



Al finalizar la campaña habremos logrado los siguientes resultados:

	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4
<b>Inversión</b>	<b>3,156,127.12</b>			
<b>Tgrps</b>	<b>360.37</b>	<b>331.51</b>	<b>265.13</b>	<b>226.45</b>
<b>Nº de Avisos</b>	<b>87</b>	<b>83</b>	<b>74</b>	<b>69</b>
<b>Medios</b>	<b>C2-C4-C5-C7-C9</b>			
<b>Segundaje</b>	<b>30"</b>	<b>30"</b>	<b>30"</b>	<b>30"</b>
<b>Alcance +1 /+3</b>	<b>80.1 / 62.0</b>			
<b>Nro de Personas Que vieron El Comercial por lo menos 3 veces</b>	<b>1,404,001</b>			
<b>Frecuencia</b>	<b>7.1</b>			

**MONTO DE INVERSIÓN EN TELEVISIÓN ABIERTA (N. Nacional )**  
 El monto total de esta campaña es de S/.3´156,127.12 nuevos soles incluidos IGV.

## II. RADIO NIVEL NACIONAL / NIVEL PROVINCIA

La radio es el medio de mayor penetración en los hogares del Peru (96%), Lima (97%), es el medio idóneo para una campaña social de interés general.

Proponemos para esta campaña el medio radial por las características que este presenta:

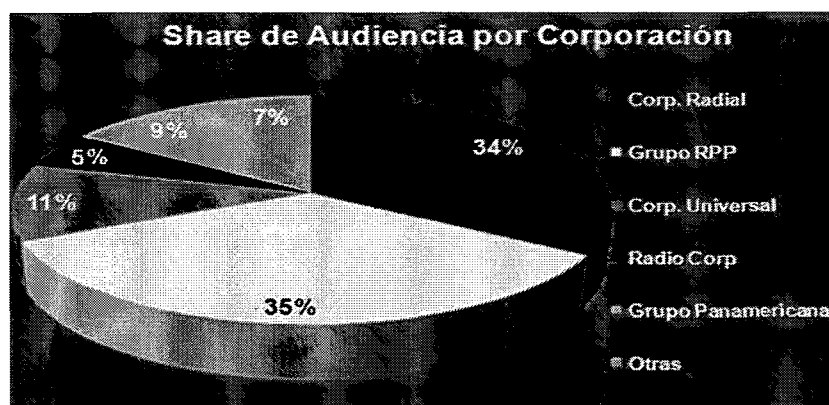
- Transmite beneficios emocionales y funcionales, genera recordación.
- Es un medio que se puede segmentar, por: Sexo, Edad, Geografía esto por sus variada estaciones y diversos formatos de programación.
- Bajo costo por contacto.
- Permite construir frecuencia del mensaje.
- Nuestro público objetivo está acostumbrado a realizar sus tareas diarias acompañado de este medio: movilizarse de un lugar a otro, trabajar, realizar las tareas del hogar, etc.
- Cada emisora tiene un perfil diferente, claro y definido (informativas y musicales), lo que ayuda mucho en la segmentación de una gran audiencia, ya que con varias emisoras de diferentes géneros cubrimos perfectamente a un público muy amplio.
- La radio dirige respuesta directamente y estimula a la respuesta indirecta.
- Establece un vínculo personal con sus oyentes.





En resumen la radio es considerada el segundo medio masivo más importante del país, tiene grandes ventajas como lo hemos visto anteriormente, puesto que se puede obtener mayor frecuencia del mensaje, se puede escuchar desarrollando paralelamente a otras actividades (trabajar, viajar, descansar etc.); no se necesita estar concentrado o dejar de hacer alguna tarea simultánea y se escucha en cualquier momento del día.

A continuación podemos observar cómo está conformada la participación de la audiencia según las diferentes corporaciones que existen actualmente en el mercado:

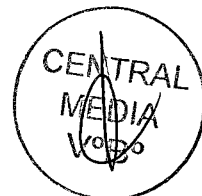


El Mercado en Lima es administrado básicamente por grandes Grupos como: CRP y Grupo RPP y de otras corporaciones como GPR y Corp. Universal.

### AUDIENCIA RADIAL

Se ha evaluado las emisoras en el grupo objetivo que nos dirigimos y los resultados obtenidos fueron los siguientes:

Rnkg	Emisora	Rtg	Mls	Tarifa
	Audiencia Promedio	20.1	3037.9	
1	R.P.P. (FM/AM)	1.9	290.0	76.0
2	La Karibeña (FM)	1.2	183.3	25.0
3	Panamericana (FM/AM)	1.1	168.8	23.0
4	Nueva Q Fm (FM/AM)	1.1	165.7	26.0
5	La Inolvidable (FM/AM)	1.0	155.0	23.0
6	Moda (FM)	1.0	152.6	27.0
7	Ritmo Romantica (FM)	0.8	127.2	26.0
8	Felicidad (FM/AM)	0.8	118.2	19.5
9	Exitosa (FM)	0.5	76.2	16.5
10	Onda Cero (FM/AM)	0.4	62.8	11.0
11	La Zona (FM)	0.4	62.5	17.0
12	Capital (FM/AM)	0.3	49.7	15.0
13	Studio 92 (FM)	0.3	43.9	16.5
14	La Hot (FM)	0.3	40.0	



Recomendamos para la comunicación de la campaña a:

**2.1. Grupo RPP S.A - RPP (N. Nacional) / CAPITAL (NN)**

**Experiencia del Grupo RPP**

Radio Programas del Perú (RPP) es una red de emisoras de radio del Perú, perteneciente al Grupo RPP, fundada en Lima en 1963, por Manuel Delgado Parker.

A mediados de los años noventas, cambian su identificación por la sigla RPP, que son las iniciales de su nombre y le agregan el concepto temático que más se aborda en sus transmisiones, vale decir Noticias.

**Especialidad RPP:** Su programación es netamente noticiosa y son los primeros en llevar la información a todo el país. Tienen producción y presencia local con La Rotativa Regional, el noticiero que difunde la problemática y temas de interés para cada localidad, Arequipa, Trujillo, Chiclayo, Piura, Huancayo, Cusco, Cajamarca, Juliaca y Chimbote. RPP Noticias es la emisora que cuenta con mayor credibilidad y confianza en la población según el estudio cualitativo de Ipsos Apoyo. Está dirigida a todos los NSE de 26 a más.

**Especialidad Radio Capital:** Emisora con una dinámica distinta, donde el mayor valor es la participación del público oyente, conducidos por líderes de Opinión en el país. Dirigida a adultos de 35 a 50 años. Teniendo cobertura en Lima. Los resultados de audiencia son importantes para reforzar la difusión del mensaje.

**Comparación favorable RPP:**

- Es la radio que más se escucha a Nivel Nacional y tiene 1.9 de rating representando esto a 290 miles de personas.
- Su grupo objetivo son hombres y mujeres de 18 a más.
- Su alcance es a nivel nacional y regional.

**Comparación favorable Capital:**

- ✓ Es la doceava en el ranking de sintonía a nivel Nacional, teniéndose 0.3 de rating.
- ✓ Su grupo objetivo son hombres y mujeres de 35 a más. Llega a todos los distritos de Lima.
- ✓ Tiene 49,700 oyentes en el grupo objetivo.

En el plan de medios se está considerando lo siguiente:

**Radio RPP N. Nacional**

Un mínimo de 82 avisos en horarios rotativo durante las 2 semanas.

**Radio Capital N. Nacional**

Un mínimo de 80 avisos en horarios rotativo durante las 2 semanas.

**Corporación Universal S.A.C**

**Experiencia de Corporacion Universal**

En 1989 Higinio Capuñay , que estaba dedicado a la industria gráfica, compró Radio Universal en Monsefú y desde ahí comenzó a adquirir nuevas frecuencias en todo el país.

En 1997 fundó radio Karibeña y han utilizado esta marca en varias ciudades del país, lidera la sintonía en Arequipa, Chiclayo, Tacna, Huancayo e Iquitos. Higinio manejó el negocio de las telecomunicaciones de una manera sui géneris. Las 45 emisoras que tenía en todo el país se manejaron con una programación local. Lo que se difundía en Radio Karibeña de Tumbes era distinto a lo de Karibeña de Piura, Arequipa, Iquitos y Tacna. Eso, a diferencia de las radios de Lima, que transmitían una misma señal para todo el país.

Definitivamente el beneficio de tener programación local en cada ciudad a generado mayor publicidad y mayor sintonía, según los estudios.

Pese a que el mercado publicitario ha crecido mucho en provincias, Lima es el 40% del mercado publicitario del país. Estar en Lima era algo que estaba buscando hace mucho tiempo por lo que el 28 de febrero del 2009 adquirió las estaciones de Radio A y Zeta Rock & Pop.

Radio "A" se convirtió en la Karibeña, y Zeta Rock & Pop pasa a ser La Kalle. Ambas radios de cobertura nacional.

**Especialidad Radio La Karibeña :**

Emisora que convoca a grandes multitudes en eventos musicales.

Transmisión de música popular como la cumbia nacional.

**Comparación favorable La Karibeña:**

- ✓ Tiene como publico principal a hombres y mujeres de 17 a 50 años NSE B/C/D/E.
- ✓ Se ubica en el segundo lugar de la audiencia en el grupo objetivo, registrando 1.2 puntos de rating.  
Su género es la música cumbia matizada con música bachata, merengue y tropicales.
- ✓ Tiene 183,300 oyentes en el grupo objetivo.

En el Plan de medios se está considerando lo siguiente:

**Radio La Karibeña (N.Nacional)**

Un mínimo de 80 avisos en horarios rotativos durante 2 semanas de campaña. Adicionalmente tendremos 8 avisos bonificados por el medio

Que se pautaran los fines de semana.

**Grupo Panamericana de Radios S.A. – RADIO PANAMERICANA:**

**Especialidad Grupo Panamericana:** La radio satisface los variados gustos musicales con una programación que combina temas y ritmos latinos preferidos en cada región del país, basada en la salsa moderna y música latina matizada con otros géneros musicales temprano por la mañana en notas de baladas y boleros. Tiene sintonía en AM y FM.

**Experiencia Radio Panamericana:** Emisora musical líder a nivel nacional que cuenta con más de 57 años de trayectoria. En cuanto a la parte técnica cuentan con: transmisor de 25 KW en Lima, transmisor de 5 KW promedio en las ciudades principales, transmisor de 1 KW promedio en las ciudades principales.

**Comparación favorable Radio Panamericana (Nacional):**

Se encuentra entre las 6 primeras radios que se escucha en el país, presenta un rating de 1.1 lo que representa aproximadamente a 168.8 miles de personas.

En el plan de medios se está considerando lo siguiente:

Panamericana - A nivel nacional:

Un mínimo de 80 avisos en horarios rotativos de 05 a 24 horas durante 2 semanas. Adicionalmente tendremos 8 avisos bonificados por el medio que se pautaran los fines de semana.

**Corporación Radial del Perú SAC – LA INOLVIDABLE (N.Nacional), NUEVA Q (N.Nacional), RITMO (N.Nacional), MODA (N.Nacional)**

**Especialidad de Corporación Radial del Peru SAC**

Las emisoras son musicales y están segmentadas por diferentes formatos de manera que lleguen a todos los sectores y preferencias de la población. Cuenta con equipos de alta tecnología (los más avanzados del mercado) todos debidamente homologados por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones.

**Especialidad de Radio Inolvidable:** Emisora donde emite los mejores recuerdos, donde sus oyentes vuelven a disfrutar las baladas de los 60 y 70, nueva ola, boleros y música criolla. Tiene cobertura a nivel nacional y tienes altos niveles de afinidad en hombres y mujeres de 38 a más de los NSE ABC que son generalmente amas de casa y jefes de hogar. Es la radio líder en este segmento sobre todo por sus programas conocidos como "La hora del lonchecito" y "Arriba Perú".

**Comparación favorable Radio Inolvidable:**

- ✓ Se ubica en el 5to lugar del target buscado registrando 1.0 de rating lo que representa 155,000 oyentes.
- ✓ Su público ama de casa y jefes del hogar de 38 años a más, de todos los nse.
- ✓ Su distribución por géneros es de mujeres 59% y hombres 41%

**Especialidad de Radio Nueva Q:** Emisora que se caracteriza por emitir cumbia peruana, presenta una audiencia popular a nivel nacional pero goza de la simpatía de todos los sectores para eventos o fiestas bailables.

**Comparación favorable Radio Nueva Q:**

- ✓ Se ubica en el 4to lugar del target registrando 1.1 de rating lo que representa 165,700 oyentes.
- ✓ Programación: Cumbia Peruana.
- ✓ Su perfil de audiencia es principalmente de 17 a 50 años, en NSE D/E de 64% y por género de hombres con 53% y mujeres 47%.

**Especialidad de Radio Ritmo :** Emisora que se caracteriza por emitir música romántica, presenta una audiencia muy importante en las mujeres de 25 a mas.

**Comparación favorable Radio Ritmo:**

- ✓ Registra 0.8 de rating lo que representa 127,200 oyentes.
- ✓ Programación: Baladas en español.

**Especialidad de Radio Moda :** Emisora dirigida básicamente al publico joven , emite música del momento .

**Comparacion Radio Moda :**

- ✓ Registra 1.0 de rating lo que representa 152,600 oyentes.
- ✓ Programación: música de moda, del momento.
- ✓ Por su programación se dirige básicamente al publico joven.

En el plan de medios se está considerando lo siguiente:

**Radio Inolvidable - A nivel nacional:**

Un mínimo de 80 avisos en horarios rotativos de 05 a 24 horas durante 2 Semanas, adicionalmente contaremos con 8 avisos bonificados.

**Radio Nueva Q - A nivel nacional:**

Un mínimo de 80 avisos en horarios rotativos de 05 a 24 horas durante 2 Semanas, adicionalmente contaremos con 8 avisos bonificados.

**Radio Ritmo – A nivel nacional**

Un mínimo de 80 avisos en horarios rotativos de 05 a 24 horas durante 2 Semanas, adicionalmente contaremos con 8 avisos bonificados.

**Radio Moda – A nivel nacional**

Un mínimo de 80 avisos en horarios rotativos de 05 a 24 horas durante 2 Semanas, adicionalmente contaremos con 8 avisos bonificados.

**MONTO DE INVERSIÓN EN MEDIOS RADIALES N. NACIONAL:**  
El monto total de esta campaña es de S/. 687,892.80 nuevos soles incluido  
IGV.

---

# CONCLUSIONES

---

La pauta publicitaria ha sido planificada de la siguiente manera:

## 1. TELEVISIÓN

- La pauta publicitaria incluye 05 canales del mercado a nivel nacional: Canal 2, Canal 4, Canal 5, Canal 7 y Canal 9.
- La campaña tendrá una duración promedio de 4 semanas.
- Se transmitirán un total de 313 spots publicitarios de 30"
- Llegaremos a un total 1,183.46 tgrp's.
- El alcance será de +1 80.1 / +3 62.0 frecuencia 7.1.
- Se llegará a un total de 1'404,001 personas.
- La inversión general en televisión es de S/.3'156,127.12 nuevos soles (incluido IGV).

## 2. RADIO

- Se está considerando 8 emisoras radial que se encuentra entre los primeros lugares del ranking a nivel nacional: RPP – Inolvidable- Panamericana – Nueva Q – Ritmo – Moda- Karibeña y Capital.
- La pauta tendrá una duración de 2 semanas.
- Tendremos un promedio de 8 avisos rotativos por día
- Tendremos un total de 690 avisos.
- La inversión general en Radios (N.Nacional) es de S/.687,892.80 Nuevos Soles (Incluido IGV).
- El impacto total que se puede alcanzar es de 111,585 en un periodo de 2 semanas aproximadamente.

En conclusión, el mix de medios seleccionado permitirá un alcance promedio de 89% en el periodo de campaña, en el grupo objetivo de interés.

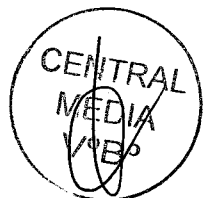
La campaña total será monitoreada y supervisada a fin de que los objetivos establecidos sean cumplidos.

**MONTO DE INVERSIÓN TOTAL DE LA CAMPAÑA: S/. 3'844,019.92**  
**(Incluido IGV)**

\*Se adjunta pauta detallada.

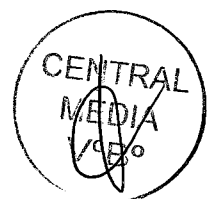
(\*)Alcance: porcentaje de personas de nuestro grupo objetivo al que se podrá llegar. Este es expresado en número de personas.

# Plan de Medios



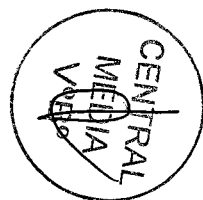


# Visual De Campaña



CAMPAÑA " OSIPTEL , TU REGULADOR DE LAS TELECOMUNICACIONES"

Mes	OCTUBRE		NOVIEMBRE				DICIEMBRE		TOTAL	TOTAL INCLUIDO IGV	%
Semana	1	2	1	2	3	4	1	2			
<b>TELEVISION N.NACIONAL</b>											
<b>Inversión</b>	2,674,684.00								2,674,684	3,156,127.12	82%
<b>Tgrps</b>	360.37	331.51	245.13	226.45					1,183.46		
<b>Nº de Avisos</b>	87	83	74	69					313		
<b>Medios</b>	C2-C4-C5-C7-C9										
<b>Segundaje</b>	30"	30"	30"	30"							
<b>Alcance +1 /+3</b>	80.1 / 62.0										
<b>Nro de Personas Que vieron El Comercial por lo menos 3 veces</b>	1,404,001										
<b>Frecuencia</b>	7.1										
<b>RADIOS LIMA / NIVEL NACIONAL</b>											
<b>Inversión</b>	582,960.00								582,960	687,892.80	18%
<b>Nº de Avisos</b>	690								690		
<b>Medios</b>	VARIOS										
<b>Segundaje</b>	30"	30"									
<b>TOTAL CAMPAÑA IMAGEN S/.</b>								<b>S/. 3,257,644.00</b>	<b>S/. 3,844,019.92</b>	<b>100%</b>	



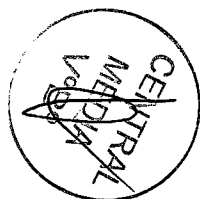
# Resumen De Inversion



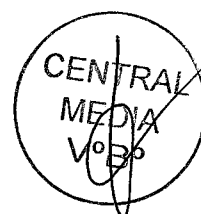
## RESUMEN DE INVERSION OSIPTEL

### LOGROS

MEDIO	RAZON SOCIAL	RUC	AVISOS	TGRPS	Inversion S/.	I.G.V.	Inversion Global (Incluido IGV)	SOI	SOV
<b>TELEVISION N.NACIONAL - LOCAL</b>									
FRECUENCIA LATINA - C2	FRECUENCIA LATINA REPRESENTACIONES SAC	20511179051	51	215.98	608,400.00	109,512.00	717,912.00	23%	18%
AMERICA TV - C4	CIA PERUANA DE RADIODIFUSION S.A	20100049008	70	597.72	1,119,700.00	201,546.00	1,321,246.00	42%	51%
PANAMERICA TV - C5	PANAMERICANA TELEVISION S.A.	20100017149	72	115.04	190,584.00	34,305.12	224,889.12	7%	10%
IRTP - C7	INSTITUTO NACIONAL DE RADIO Y TELEVISION DEL PERU	20338915471	40	-	80,000.00	14,400.00	94,400.00	3%	0%
ANDINA DE TV - C9	ANDINA DE RADIODIFUSION S.A.C.	20100114420	80	254.72	676,000.00	121,680.00	797,680.00	25%	22%
<b>Total Inversión TELEVISION N.NACIONAL</b>			<b>318</b>	<b>1,183.46</b>	<b>2,674,684.00</b>	<b>481,443.12</b>	<b>3,156,127.12</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>RADIO N. NACIONAL</b>									
RPP	GRUPO RPP S.A.C	20492353214	82	155.80	186,960.00	33,652.80	220,612.80	32%	21%
INOLVIDABLE	CRP MEDIOS Y ENTRETENIMIENTO SAC	20382350368	88	88.00	55,200.00	9,936.00	65,136.00	9%	12%
PANAMERICANA	GRUPO PANAMERICANA DE RADIOS S.A.	20219038683	88	96.80	55,200.00	9,936.00	65,136.00	9%	13%
NUEVA Q	GRUPO RPP S.A.C	20492353214	88	96.80	62,400.00	11,232.00	73,632.00	11%	13%
RITMO	CRP MEDIOS Y ENTRETENIMIENTO SAC	20382350368	88	70.40	62,400.00	11,232.00	73,632.00	11%	10%
CAPITAL	GRUPO RPP S.A.C	20492353214	80	24.00	36,000.00	6,480.00	42,480.00	6%	3%
MODA	GRUPO RPP S.A.C	20492353214	88	88.00	64,800.00	11,664.00	76,464.00	11%	12%
KARIBEÑA	GRUPO RPP S.A.C	20492353214	88	105.60	60,000.00	10,800.00	70,800.00	10%	15%
<b>Total Inversión RADIO N. NACIONAL</b>			<b>690</b>	<b>725.40</b>	<b>582,960.00</b>	<b>104,932.80</b>	<b>687,892.80</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>Total General Inversion</b>			<b>1,008</b>	<b>1,909</b>	<b>3,257,644.00</b>	<b>586,375.92</b>	<b>3,844,019.92</b>		



# Television N.Nacional





# Radios Nivel Nacional



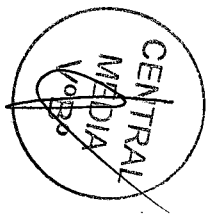
**OCTUBRE**

Emisora	Grupo	Cobertura	Emisora / Programa	Seg	Tarifa x Seg.	Tarifa Neto	Ref	Mls	OCTUBRE														Total Avisos	Total Tgrp's	Total Impactos	Total Neto	Cx1000	
									D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S						
RPP	Grupo RPP	NN	ROTATIVOS	30	76.00	S/. 2,280.00	1.9	290.0			8	9	8	9	8				8	8	8	8	8	82	155.8	23,780	S/. 186,960.00	S/. 7.86
CAPITAL	Grupo RPP	NN	ROTATIVOS	30	15.00	S/. 450.00	0.3	49.7			8	8	8	8	8				8	8	8	8	8	80	24.0	3,976	S/. 36,000.00	S/. 9.05
LA KARIBEÑA	Corporacion Universal	NN	ROTATIVOS	30	25.00	S/. 750.00	1.2	183.3			8	8	8	8	8				8	8	8	8	8	80	96.0	14,664	S/. 60,000.00	S/. 4.09
LA KARIBEÑA	Corporacion Universal	NN	ROTATIVOS	30	BONIF.	BONIF.	1.2	183.3			1	1	1	1	1				1		1		1	8	9.6	1,466	BONIF.	BONIF.
PANAMERICANA	Grupo Panamericana	NN	ROTATIVOS	30	23.00	S/. 690.00	1.1	168.8			8	8	8	8	8				8	8	8	8	8	80	88.0	13,504	S/. 55,200.00	S/. 4.09
PANAMERICANA	Grupo Panamericana	NN	ROTATIVOS	30	BONIF.	BONIF.	1.1	168.8			1	1	1	1	1				1		1		1	8	8.8	1,350	BONIF.	BONIF.
NUEVA Q	Corporación Radial	NN	ROTATIVOS	30	26.00	S/. 780.00	1.1	165.7			8	8	8	8	8				8	8	8	8	8	80	88.0	13,256	S/. 62,400.00	S/. 4.71
NUEVA Q	Corporación Radial	NN	ROTATIVOS	30	BONIF.	BONIF.	1.1	165.7			1	1	1	1	1				1		1		1	8	8.8	1,326	BONIF.	BONIF.
LA INOLVIDABLE	Corporación Radial	NN	ROTATIVOS	30	23.00	S/. 690.00	1.0	155.0			8	8	8	8	8				8	8	8	8	8	80	80.0	12,400	S/. 55,200.00	S/. 4.45
LA INOLVIDABLE	Corporación Radial	NN	ROTATIVOS	30	BONIF.	BONIF.	1.0	155.0			1	1	1	1	1				1		1		1	8	8.0	1,240	BONIF.	BONIF.
MODA	Corporación Radial	NN	ROTATIVOS	30	27.00	S/. 810.00	1.0	152.6			8	8	8	8	8				8	8	8	8	8	80	80.0	12,208	S/. 64,800.00	S/. 5.31
MODA	Corporación Radial	NN	ROTATIVOS	30	BONIF.	BONIF.	1.0	152.6			1	1	1	1	1				1		1		1	8	8.0	1,221	BONIF.	BONIF.
RITMO	Corporación Radial	NN	ROTATIVOS	30	26.00	S/. 780.00	0.8	127.2			8	8	8	8	8				8	8	8	8	8	80	64.0	10,176	S/. 62,400.00	S/. 6.13
RITMO	Corporación Radial	NN	ROTATIVOS	30	BONIF.	BONIF.	0.8	127.2			1	1	1	1	1				1		1		1	8	6.4	1,018	BONIF.	BONIF.
<b>TOTAL</b>									0	70	71	70	71	70	0	0	70	64	70	64	70	0	690	725	111,585	S/. 582,960.00		

Fuente: CPI Audiencia Nivel Nacional Radial Mayo 2013

GRUPO RPP : No se esta aplicando recargo de bloque horario (20%) / RPP esta saliendo un promedio de 2 avisos en el horario matutino

18% IGV	104,932.80
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>687,892.80</b>





# Anexo



Ranking

Datos: Perú

Filtro de programación: Bloque, Tanda

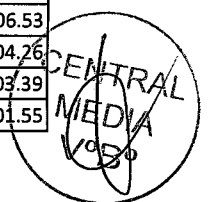
Regiones: Lima + 6 ciudades

Región base: Lima + 6 ciudades

Targets: HM 18-99 de N.S.E. Total

Periodo: 09/06/2014-06/07/2014

	Grupo	Canal	Días	Inicio	Final	HM 18-99 de N.S.E. Total	
						rat%	Miles
1	LA HORA DE LA VERDAD-S-NO	Canal 02	S	21:58	00:36	7.52	506.6
2	EL CORAZON DE LA VERDAD-S-NO	Canal 02	S	21:54	00:17	7.44	501.34
3	YO SOY-NO	Canal 02	LMWJV	21:11	23:17	6.24	420.39
4	PUNTO FINAL-D-NO	Canal 02	D	21:57	00:15	5.34	359.67
5	EL VALOR DE LA VERDAD-S-NO	Canal 02	S	21:59	00:40	5.15	347.18
6	YO SOY KIDS-D-NO	Canal 02	D	20:01	21:57	4.94	332.53
7	LA BANDA-NO	Canal 02	LMWJV	21:11	23:03	4.88	328.77
8	90 SEGUNDOS-NO	Canal 02	LMWJV	23:06	00:10	4.79	322.88
9	PAISANA JACINTA-D-NO	Canal 02	D	19:46	20:06	4.15	279.35
10	AMOR AMOR AMOR-TA	Canal 02	LMWJV	13:15	15:33	3.71	250.29
11	ESP.DEL HUMOR-S-NO	Canal 02	S	20:04	21:58	3.53	237.85
12	MIC.AVANCE INFORMATIVO	Canal 02	LMWJV	17:51	17:53	3.49	234.83
13	REPORTE SEMANAL-D-MA	Canal 02	D	08:25	11:06	3.48	234.74
14	ESP.ANTESALA FINAL YO SOY-NO	Canal 02	V	20:35	21:39	3.33	224.51
15	MIC.FIESTA EN BRASIL	Canal 02	LMWJV	00:03	00:07	3.22	217.08
16	ALTO AL CRIMEN-S-NO	Canal 02	S	00:31	01:27	3.19	215.14
17	LA NOCHE ES MIA-NO	Canal 02	LMWJV	00:11	01:08	3.16	213.08
18	PAISANA JACINTA-S-NO	Canal 02	S	18:42	19:18	3.12	210.51
19	PAISANA JACINTA NVOS.EPISOD-NO	Canal 02	LMWJV	20:13	21:08	3.04	204.51
20	ESPECIAL PAISANA JACINTA-D-NO	Canal 02	D	19:13	20:00	2.99	201.66
21	ESPECIAL PAISANA JACINTA-S-NO	Canal 02	S	19:19	20:04	2.98	200.99
22	CINE MILLONARIO-TA LA GUARDERIA DE P	Canal 02	D	17:27	19:14	2.88	194.08
23	NOCHES SUPERESTRENOS-D-TA EL GATO C	Canal 02	D	17:45	19:13	2.87	193.22
24	BIENVENIDA LA TARDE-TA	Canal 02	LMWJV	15:32	17:37	2.75	185.06
25	90 MATINAL-MA	Canal 02	LMWJV	07:00	08:31	2.74	184.88
26	REP.REPORTE SEMA-D-N	Canal 02	D	00:28	02:00	2.69	181.16
27	ESPECTACULOS-MA	Canal 02	LMWJV	08:30	10:13	2.67	179.9
28	LA NOCHE ES MIA EDIC.ESP-S-NO	Canal 02	S	00:39	01:32	2.53	170.34
29	XIX SUDAM.VOLEY FEME.MENORES PERU	Canal 02	WJVSD	17:43	19:26	2.36	159.2
30	PAISANA JACINTA-D-TA	Canal 02	D	17:35	18:05	2.31	155.72
31	PAISANA JACINTA-NO	Canal 02	LMWJV	19:19	20:22	2.26	152.28
32	90 MEDIODIA-TA	Canal 02	LMWJV	11:58	13:16	2.24	150.97
33	SIN MEDIAS TINTAS-D-MA	Canal 02	D	11:05	12:07	2.21	149.03
34	LA ESCLAVA ISAURA-MA	Canal 02	LMWJV	10:59	11:58	2.15	144.97
35	MIC.LATIN BIZ	Canal 02	LMWJVD	18:58	19:00	2.12	143.16
36	YO SOY BETTY LA FEA-MA	Canal 02	LMWJV	10:12	11:00	2.12	142.81
37	LO MEJOR ESPECTACULOS-S-MA	Canal 02	S	08:15	09:17	2.07	139.78
38	LA NOCHE ES MIA EDIC.ESP-D-NO	Canal 02	D	00:12	01:04	2.02	136.31
39	FUNCION ESTELAR-S-TA PELUDA VENGAN	Canal 02	S	16:47	18:34	1.98	133.45
40	CINEPLUS-D-TA CHICAS PESADAS	Canal 02	D	15:41	17:33	1.91	128.67
41	CALLE 7-TA	Canal 02	LMWJV	17:26	19:23	1.88	126.49
42	90 SABADOS-S-MA	Canal 02	S	06:34	08:16	1.85	124.79
43	90 DOMINICAL-D-MA	Canal 02	D	06:47	08:25	1.84	123.82
44	ALTO AL CRIMEN-D-TA	Canal 02	D	12:07	13:03	1.82	122.53
45	CONT.LA NOCHE ES MIA-S-MD	Canal 02	S	02:00	02:06	1.76	118.26
46	CLASICOS ANIMADOS-S-TA LA ERA DE HIE	Canal 02	S	14:57	16:30	1.75	117.64
47	PAISANA JACINTA-S-TA	Canal 02	S	17:44	18:39	1.61	108.46
48	INTERPROGRAMA	Canal 02	WJS	09:25	09:27	1.58	106.53
49	VEINTE LUCAS-D-TA	Canal 02	D	13:02	13:58	1.55	104.26
50	PATACLAUN-S-MA	Canal 02	S	09:16	10:30	1.53	103.39
51	CASO CERRADO-NO	Canal 02	LMWJV	01:11	01:57	1.51	101.55



Ranking

Datos: Perú

Filtro de programación: Bloque, Tanda

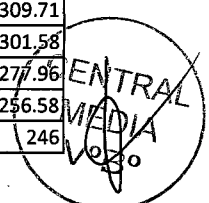
Regiones: Lima + 6 ciudades

Región base: Lima + 6 ciudades

Targets: HM 18-99 de N.S.E. Total

Periodo: 09/06/2014-06/07/2014

	Grupo	Canal	Días	Inicio	Final	HM 18-99 de N.S.E. Total	
						rat%	Miles
52	ULTIMA FUNCION-S-NO DICEN POR AHI	Canal 02	S	01:28	02:00	1.47	99.02
53	90 MATINAL NACIONAL-MA	Canal 02	LMWJV	05:38	07:01	1.46	98.04
54	REP.REPORTE SEMAN-MD	Canal 02	L	02:00	02:56	1.45	97.51
55	SKINEXPERT-NO	Canal 02	WJV	01:03	01:32	1.44	97.01
56	CINE EXPLOSIVO-D-TA EL PERRO POLICIA	Canal 02	D	13:57	15:39	1.43	96.18
57	ROOM 21-NO	Canal 02	J	01:03	01:32	1.36	91.38
58	CINE SABADO-S-TA BEETHOVEN 3	Canal 02	S	13:04	14:58	1.34	90.04
59	ULTIMA FUNCION-D-MD DICEN POR AHI	Canal 02	D	02:00	03:13	1.17	79.07
60	LA HORA DEL MILAGRO-NO	Canal 02	LMWJV	01:53	02:00	1.08	72.43
61	EXPERIMENTORES-S-MA	Canal 02	S	10:29	11:30	1.04	69.97
62	LA HORA DEL MILAGRO-S-MD	Canal 02	S	02:01	02:21	1.01	68.22
63	CASO CERRADO-S-MD	Canal 02	S	02:26	03:17	0.96	64.77
64	REP.PUNTO FINAL-MD	Canal 02	L	03:14	05:02	0.89	59.73
65	CONT.LA HORA DEL MILAGRO-MD	Canal 02	MWJV	02:00	02:12	0.88	59.35
66	CINE SABADO-S-MA TOM Y JERRY RUMBO	Canal 02	S	11:29	13:04	0.86	58.08
67	REP.LA NOCHE ES MIA-S-MA	Canal 02	S	05:58	06:48	0.85	57.58
68	EL MENTALISTA-S-MD	Canal 02	S	02:33	03:23	0.82	55.32
69	LA HORA DEL MILAGRO-MD	Canal 02	MWJV	02:00	02:19	0.78	52.51
70	EL MENTALISTA-MD	Canal 02	MWJV	02:15	03:03	0.73	49.34
71	LATIZ ANDINOS-S-MD	Canal 02	S	05:03	05:57	0.65	43.76
72	REP.LA NOCHE ES MIA-D-MA	Canal 02	D	05:57	06:48	0.64	43.18
73	DON GATO Y SU PANDILLA-S-MD	Canal 02	S	04:03	04:31	0.64	42.8
74	RESUMEN AMOR AMOR AMOR-MD	Canal 02	LMWJV	04:59	05:30	0.62	42.01
75	CINE D-MD COCODRILO 2	Canal 02	D	03:12	04:55	0.6	40.43
76	SABIAS QUE-S-MD	Canal 02	S	04:31	05:05	0.6	40.27
77	SABIAS QUE-MD	Canal 02	LMWJV	03:55	04:23	0.56	37.61
78	EL MAN ES GERMAN-S-MD	Canal 02	S	03:22	04:25	0.55	37.22
79	EL MAN ES GERMAN-MD	Canal 02	MWJV	03:02	03:59	0.53	36.03
80	MIC.RESUMEN AMOR AMOR AMOR	Canal 02	J	04:13	04:17	0.5	33.98
81	LATIZ ANDINOS-D-MD	Canal 02	D	05:06	05:58	0.5	33.37
82	AL ROJO VIVO-MD	Canal 02	LMWJV	04:34	05:22	0.48	32.34
83	DON GATO Y SU PANDILLA-D-MD	Canal 02	D	04:43	05:06	0.42	28.27
84	AL ROJO VIVO-S-MD	Canal 02	S	04:13	05:01	0.41	27.31
85	DON GATO Y SU PANDILLA-MD	Canal 02	MWJV	04:07	04:30	0.35	23.37
86	AL FONDO HAY SITIO-NO	Canal 04	LMWJV	20:08	21:10	11.45	771.39
87	CORAZON INDOMABLE-NO	Canal 04	LMWJV	21:09	22:03	10.78	726.47
88	ESTO ES GUERRA-TA	Canal 04	LMWJV	18:27	20:09	8.46	570.1
89	AMERICA NOTICIAS-NO	Canal 04	LMWJV	22:02	23:00	7.55	508.83
90	MIC.ESTO ES GUERRA	Canal 04	W	17:58	17:59	5.36	361.29
91	GISELA EL GRAN SHOW-S-NO	Canal 04	S	22:00	00:35	5.33	358.87
92	LA ROSA DE GUADALUPE-TA	Canal 04	LMWJV	17:33	18:28	5.29	356.45
93	EL COLOR DE LA PASION-TA	Canal 04	WJV	16:29	16:56	4.94	332.81
94	QUIERO AMARTE-TA	Canal 04	LMWJV	16:42	17:34	4.79	322.98
95	LO QUE LA VIDA ME ROBO-TA	Canal 04	LMWJV	15:38	16:39	4.74	319.07
96	CUARTO PODER-D-NO	Canal 04	D	19:59	22:31	4.73	318.83
97	PRIMERA EDICION-MA	Canal 04	LMWJV	06:50	09:35	4.69	315.82
98	AMERICA DEPORTES-NO	Canal 04	LMWJV	22:59	23:15	4.6	309.71
99	PEQUEÑOS GIGANTES 2-S-NO	Canal 04	S	20:01	22:00	4.48	301.58
100	DOMINGO AL DIA-D-MA	Canal 04	D	08:26	11:00	4.13	277.96
101	DR.TV-TA	Canal 04	LMWJV	14:38	15:39	3.81	256.58
102	VERSUS DE COLEGIOS-S-TA	Canal 04	S	18:00	20:02	3.65	246



Ranking

Datos: Perú

Filtro de programación: Bloque, Tanda

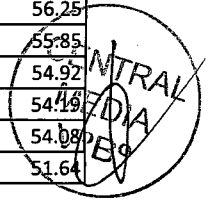
Regiones: Lima + 6 ciudades

Región base: Lima + 6 ciudades

Targets: HM 18-99 de N.S.E. Total

Periodo: 09/06/2014-06/07/2014

	Grupo	Canal	Días	Inicio	Final	HM 18-99 de N.S.E. Total	
						rat%	Miles
103	¿SABES MAS Q NIÑO PRIMAR?-D-NO	Canal 04	D	18:58	20:00	3.51	236.66
104	MIC.AVANCE INFORMATIVO	Canal 04	LMWJV	13:40	13:42	3.43	231.3
105	AL AIRE-TA	Canal 04	LMWJV	13:02	14:39	3.36	226.25
106	AMER.NOT.ED.SAB-S-MA	Canal 04	S	06:46	09:00	3.28	220.8
107	ESTO ES GUERRA EL ESPECIAL-S-T	Canal 04	S	16:32	17:59	3.21	216.39
108	A LAS ONCE-NO	Canal 04	LMWJV	23:14	00:05	2.94	198.33
109	PRIMERA EDICION LOCAL-MA	Canal 04	LMWJV	05:16	06:51	2.92	196.93
110	FUTBOL EN AMERI-D-NO	Canal 04	D	22:30	00:03	2.84	191.58
111	AMER.NOTIC.ED.MED-TA	Canal 04	LMWJV	11:57	13:03	2.64	178.1
112	MI AMOR EL WACHIMAN 2-MA	Canal 04	WJV	09:34	10:27	2.44	164.4
113	ESTAS EN TODAS-S-MA	Canal 04	S	08:59	10:34	2.39	161.22
114	GUD NAY CHABUCA-D-TA	Canal 04	D	17:57	18:59	2.37	159.55
115	MI AMOR EL WACHIMAN-MA	Canal 04	LMWJV	09:34	10:24	2.33	157.18
116	AMERICA NOT.EDIC.DOM-D-MA	Canal 04	D	06:45	08:27	2.29	154.31
117	QUE POBRES TAN RICOS-MA	Canal 04	LMWJV	10:24	11:14	2.26	152.38
118	MIC.ANGELUS	Canal 04	LMWJV	11:00	11:04	2.17	146.47
119	EL PRIVILEGIO DE AMAR-MA	Canal 04	LMWJV	11:13	11:58	2.12	142.92
120	CHESPIRITO-S-TA	Canal 04	S	13:29	14:30	1.9	128.07
121	LA ROSA DE GUADALUPE-S-TA	Canal 04	S	14:26	15:39	1.87	125.92
122	EL SHOW DEL FUTBOL-NO	Canal 04	LMWJV	00:04	00:39	1.75	118.02
123	CHESPIRITO-D-TA	Canal 04	D	13:03	14:00	1.75	118.01
124	ESP.AL FONDO HAY SITIO-S-TA	Canal 04	S	16:26	17:39	1.75	117.8
125	EL CHAVO-D-TA	Canal 04	D	14:58	15:30	1.72	115.59
126	SIN PEROS EN LA LENGUA-D-MA	Canal 04	D	10:59	12:04	1.63	109.66
127	ME DUELE CUANDO ME RIO-D-TA	Canal 04	D	14:00	14:59	1.52	102.07
128	CINE-S-NO TORMENTA DE LAVA	Canal 04	S	01:22	02:00	1.39	93.57
129	SABADO DE PELICULA-S-TA 16 DESEOS	Canal 04	S	12:11	13:51	1.3	87.8
130	CONT.CINE-D-MD PANICO EN EL AIRE	Canal 04	D	02:00	02:08	1.29	86.97
131	1509 OPERACION VICTORIA-S-NO	Canal 04	S	00:27	01:32	1.25	84.09
132	DE QUE TE QUIERO TE QUIERO-NO	Canal 04	LMWJV	00:41	01:33	1.15	77.75
133	POWER RANGERS SAMURAI-D-TA	Canal 04	D	13:01	14:01	1.14	77.12
134	AMERICA ESPECTACULOS-S-MA	Canal 04	S	05:59	06:47	1.13	76.09
135	CAMPEONATO DE PELEAS UFC FEIJAO-BAI	Canal 04	S	00:35	01:38	1.11	75.04
136	ANT.TORN.DESCENTRALIZADO 2014 ALIAN	Canal 04	SD	14:57	15:17	1.05	70.68
137	LIBRE PARA AMARTE-NO	Canal 04	LMWJV	00:36	01:29	1.04	70.31
138	UFC AHORA-D-NO	Canal 04	D	00:02	01:00	1.03	69.31
139	INTERPROGRAMA	Canal 04	WJV	06:05	06:07	1.01	67.76
140	EL CHAPULIN COLO-S-T	Canal 04	S	12:01	12:24	1.01	67.73
141	TORNEO DESCENTRALIZADO 2014 ALIANZ	Canal 04	SD	15:24	17:24	0.98	66.25
142	PRV.TORN.DESCENTRALIZADO 2014 ALIAN	Canal 04	SD	15:16	15:25	0.98	66.21
143	CONT.REP.Q POBRES TAN RIC-S-MD	Canal 04	S	02:00	02:23	0.96	64.4
144	CINE-NO DESDE PARIS CON AMOR	Canal 04	V	00:35	02:00	0.95	63.99
145	MAS QUE UN BALON-S-MD	Canal 04	S	05:14	06:46	0.95	63.72
146	REP.EL COLOR DE LA PASION-MD	Canal 04	JV	02:50	03:16	0.94	63.07
147	CINESCAPE-S-MA	Canal 04	S	10:33	11:32	0.92	62.07
148	TEC-D-TA	Canal 04	D	12:03	13:03	0.83	56.25
149	BAILANDO POR UN SUEÑO-S-MA	Canal 04	S	11:30	13:29	0.83	55.85
150	REP.AMERICA DEPORTES-S-MD	Canal 04	S	04:15	04:30	0.82	54.92
151	REP.QUE POBRES TAN RICOS-NO	Canal 04	LMWJV	01:30	02:00	0.8	54.19
152	CONT.REP.Q POBRES TAN RICOS-MD	Canal 04	MWJV	02:00	02:11	0.8	54.08
153	REP.QUE POBRES TAN RICOS-MD	Canal 04	MWJ	02:00	02:15	0.77	51.64



Ranking

Datos: Perú

Filtro de programación: Bloque, Tanda

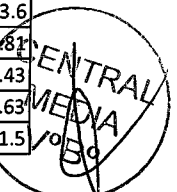
Regiones: Lima + 6 ciudades

Región base: Lima + 6 ciudades

Targets: HM 18-99 de N.S.E. Total

Periodo: 09/06/2014-06/07/2014

	Grupo	Canal	Días	Inicio	Final	HM 18-99 de N.S.E. Total	
						rat%	Miles
154	REP.AMERICA NOT-S-MD	Canal 04	S	03:37	04:15	0.75	50.8
155	REP.EL COLOR DE LA PASION-S-MD	Canal 04	S	02:59	03:30	0.75	50.51
156	AMERICA ESPECTACULOS-MD	Canal 04	MWJV	04:26	05:15	0.74	50.16
157	REP.EL PRIVILEGIO DE AMAR-MD	Canal 04	MWJV	02:11	02:51	0.73	48.95
158	COMO DICE EL DICHO-S-TA	Canal 04	S	14:02	14:59	0.71	47.5
159	REP.EL PRIVILEGIO DE AMAR-S-MD	Canal 04	S	02:18	02:59	0.69	46.78
160	REP.QUIERO AMARTE-S-MD	Canal 04	S	03:06	03:47	0.68	45.56
161	REINADO DE FELIPE VI-MD	Canal 04	J	03:29	05:53	0.67	44.93
162	CHESPIRITO-D-MA	Canal 04	D	05:59	06:46	0.65	44.04
163	REP.AMERICA DEPORTES-MD	Canal 04	MWJV	04:12	04:23	0.65	43.92
164	POWER RANGERS MEGAFORCE-S-MD	Canal 04	S	05:29	05:59	0.63	42.78
165	REP.QUIERO AMARTE-MD	Canal 04	MWJV	02:53	03:31	0.63	42.68
166	CHICAGO FIRE-S-MD	Canal 04	S	04:26	05:26	0.62	42.02
167	REP.AMERICA NOTIC-MD	Canal 04	MWJV	03:30	04:12	0.62	41.54
168	EL CHAVO-S-MA	Canal 04	S	11:30	12:00	0.6	40.17
169	CONT.CINE-S-MD DESDE PARIS CON AMO	Canal 04	S	02:00	02:14	0.57	38.41
170	REP.QUE POBRES TAN RICOS-S-MD	Canal 04	S	02:00	02:16	0.57	38.38
171	KUNG FU PANDA-S-TA	Canal 04	S	11:48	12:30	0.55	37.07
172	LA BELLA Y LA BESTIA-D-NO	Canal 04	D	01:00	01:56	0.53	35.88
173	CINE-D-MD TORMENTA DE LAVA	Canal 04	D	02:02	03:25	0.51	34.15
174	REP.CINESCAPE-D-NO	Canal 04	D	01:49	02:00	0.49	33.29
175	DALLAS-D-NO	Canal 04	D	00:58	01:52	0.47	31.88
176	REP.CINESCAPE-MD	Canal 04	L	02:00	02:42	0.41	27.83
177	AUTOMUNDO-D-MD	Canal 04	D	05:28	05:59	0.4	27.28
178	REP.AME.NOT.SAB-D-MD	Canal 04	D	04:29	05:28	0.4	27.11
179	REP.CUARTO PODER-MD	Canal 04	L	03:10	05:15	0.34	23.2
180	CINE-D-MD1 ZOLAR	Canal 04	D	03:19	04:56	0.32	21.5
181	POWER RANGERS SAMURAI-D-MD	Canal 04	D	05:00	05:30	0.31	20.86
182	REP.AUTOMUNDO-MD	Canal 04	L	02:41	03:11	0.28	19.02
183	PANORAMA	Canal 05	D	19:50	22:23	2.85	191.83
184	AL SEXTO DIA-S-NO	Canal 05	S	21:59	00:05	2.23	150.37
185	HIST.NO CONTADA DE DESPOJO-D-N	Canal 05	D	22:03	23:26	2.13	143.72
186	24 HORAS EDIC.CENTRA	Canal 05	LMWJV	20:52	22:36	1.92	129.42
187	REP.AL SEXTO DIA-D-NO	Canal 05	D	22:43	00:31	1.75	118.12
188	ENEMIGOS PUBLICOS-NO	Canal 05	LMWJV	22:35	00:45	1.52	102.5
189	TELE DEPORTE-DOM.	Canal 05	D	18:56	19:51	1.39	93.62
190	1000 MANERAS DE MORIR-S-NO	Canal 05	S	21:03	21:59	1.06	71.12
191	24 HORAS-ED.SABATINA-S-NO	Canal 05	S	19:59	21:03	0.99	66.73
192	CINE-D-TA LA COMADRITA	Canal 05	D	15:02	16:58	0.97	65.53
193	LO MEJOR DE LA BBC-NO	Canal 05	LMWJV	19:56	20:53	0.97	65.1
194	MIC.NOTICIAS DE LAS 7	Canal 05	LMWJV	18:57	19:00	0.87	58.33
195	MEJOR NATIONAL GEOGRAPHIC-NO	Canal 05	LMWJV	19:56	20:53	0.84	56.36
196	MIC.AVANCE INFORMATIVO	Canal 05	LMWJV	19:06	19:10	0.77	51.96
197	1000 MANERAS DE MORIR-D-TA	Canal 05	D	17:57	18:21	0.69	46.15
198	NAKED & FUNNY-S-NO	Canal 05	S	00:34	01:00	0.65	44.1
199	JAAMSA-S-NO	Canal 05	S	00:03	00:33	0.65	43.65
200	EL DOMINICAL-D-MA	Canal 05	D	07:59	10:00	0.65	43.6
201	SAMBA Y GOL-NO	Canal 05	LMWJV	18:59	19:30	0.64	42.81
202	FAGA MOTORS-S-NO	Canal 05	S	00:05	00:36	0.63	42.43
203	24 HORAS-ED.MEDIO-TA	Canal 05	LMWJV	12:59	14:01	0.62	41.63
204	GUERRERO NINJA-NO	Canal 05	LMWJV	19:25	19:57	0.62	41.5



Ranking

Datos: Perú

Filtro de programación: Bloque, Tanda

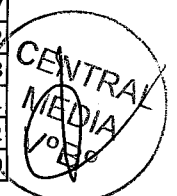
Regiones: Lima + 6 ciudades

Región base: Lima + 6 ciudades

Targets: HM 18-99 de N.S.E. Total

Período: 09/06/2014-06/07/2014

	Grupo	Canal	Días	Inicio	Final	HM 18-99 de N.S.E. Total	
						rat%	Miles
205	CINE-TA EL JUEGO DE LA MUERTE	Canal 05	LMWJV	16:58	18:57	0.6	40.57
206	MIC.NOTICIAS DE LAS 6	Canal 05	LMWJV	18:02	18:04	0.6	40.5
207	CINE-S-TA 007 THE LIVING DAYLIGHTS	Canal 05	S	17:30	19:59	0.57	38.55
208	BUENOS DIAS PERU-MA	Canal 05	LMWJV	05:52	09:05	0.57	38.26
209	FAGA MOTORS-D-NO	Canal 05	D	00:29	01:00	0.55	36.97
210	LA CAJITA MUSICAL-S-MA	Canal 05	S	05:59	07:00	0.53	35.82
211	OLA KE ASE-TA	Canal 05	LMWJV	14:00	15:00	0.52	35.25
212	LA CAJITA MUSICAL-D-MA	Canal 05	D	05:59	06:59	0.51	34.58
213	EN RUTA-S-TA	Canal 05	S	15:58	16:30	0.51	34.11
214	PANAMERICANA RUNNING 2014-D-TA	Canal 05	D	18:21	18:37	0.5	33.36
215	GUERRA A LA SUCIEDAD-S-MA	Canal 05	S	09:58	11:00	0.49	33.03
216	PAN AMOR Y SUEÑOS-TA	Canal 05	LMWJV	14:00	14:57	0.48	32.52
217	JAAMSA-D-NO	Canal 05	D	00:32	01:04	0.47	31.64
218	TELE DEPORTES LA ANTESALA-D-TA	Canal 05	D	18:36	18:57	0.46	31.24
219	LA TRIBUNA DE ALFREDO-S-TA	Canal 05	S	12:58	14:01	0.46	31.1
220	EL GRAN CHAPARR-S-TA	Canal 05	S	14:59	15:59	0.45	30.23
221	DREAM HIGH-TA	Canal 05	LMWJV	15:58	16:57	0.43	28.67
222	MONICA-TA	Canal 05	LMWJV	14:57	15:59	0.41	27.88
223	CONT.EL SHOW DE LA RISA-MD	Canal 05	MWJV	02:00	02:04	0.41	27.52
224	CHEF AL RESCATE-D-TA	Canal 05	D	16:58	17:58	0.4	27.23
225	LA TRIBUNA DE ALFREDO-D-MA	Canal 05	D	10:56	11:30	0.4	26.99
226	EL SHOW DE LA RISA-D-NO	Canal 05	D	01:01	01:56	0.39	26.49
227	PAMER TV-S-MA	Canal 05	S	09:00	09:28	0.39	26.47
228	LA FIESTA DEL INTI RAYMI-TA	Canal 05	M	14:00	15:59	0.39	26.38
229	UN BRILLANTE LEGADO-TA	Canal 05	LMWJV	15:58	16:59	0.39	26.37
230	EL PAJARO LOCO-S-MA	Canal 05	S	09:20	09:59	0.38	25.82
231	PANORAMA DE LA SALUD-S-MA	Canal 05	S	07:07	07:38	0.38	25.69
232	LA FAM.INGALLS-S-MA	Canal 05	S	11:00	11:59	0.38	25.55
233	FAGA MOTORS-NO	Canal 05	LMWJV	00:46	01:17	0.38	25.54
234	JAAMSA-NO	Canal 05	LMWJV	00:41	01:13	0.36	24.46
235	EL PAJARO LOCO-MA	Canal 05	W	10:01	10:29	0.36	23.98
236	VIDA Y HOGAR-D-NO	Canal 05	D	01:54	02:00	0.35	23.42
237	TIERRA MIA-D-TA	Canal 05	D	14:02	15:03	0.33	22.3
238	LA FIESTA DEL INTI RAYMI-MA	Canal 05	M	09:51	11:01	0.33	21.93
239	MEJ.RISAS Y SAL-D-MD	Canal 05	D	02:00	03:29	0.32	21.7
240	EL SHOW DE LA RISA-NO	Canal 05	LMWJ	01:13	01:59	0.32	21.43
241	BUEN DIA DOCTOR-S-TA	Canal 05	S	14:00	15:00	0.31	20.83
242	FM TV FULL MUSICA-S-TA	Canal 05	S	16:29	17:31	0.3	20.4
243	DESTINOS-S-MA	Canal 05	S	07:22	07:53	0.3	19.9
244	FM TV FULL MUSICA-D-TA	Canal 05	D	13:30	14:02	0.28	19.07
245	BODA Y ESTILO-D-MA	Canal 05	D	09:59	10:57	0.28	18.92
246	REP.LA TRIBUNA DE ALFREDO-D-MD	Canal 05	D	03:29	04:29	0.26	17.6
247	MAMA FELIZ-S-MA	Canal 05	S	08:00	09:00	0.26	17.54
248	MIC.JUST FOR LAUGHS GAGS	Canal 05	LMWJV	11:54	12:00	0.26	17.39
249	REP.MAMA FELIZ-S-NO	Canal 05	S	00:59	01:54	0.26	17.26
250	LORENA Y NICOLASA-TA	Canal 05	LMWJV	11:59	13:00	0.25	16.67
251	LOS PORTALES-D-TA	Canal 05	D	13:00	13:31	0.24	16.2
252	REP.BODA Y ESTILO-S-MD	Canal 05	S	02:04	02:58	0.24	16.18
253	LOS PEREZ-GIL-NO	Canal 05	V	01:18	02:00	0.24	15.91
254	VIDA Y HOGAR-D-MA	Canal 05	D	11:29	13:01	0.23	15.42
255	MEJ.RISAS SALSA-S-NO	Canal 05	S	01:54	02:00	0.23	15.39



Ranking

Datos: Perú

Filtro de programación: Bloque, Tanda

Regiones: Lima + 6 ciudades

Región base: Lima + 6 ciudades

Targets: HM 18-99 de N.S.E. Total

Período: 09/06/2014-06/07/2014

	Grupo	Canal	Días	Inicio	Final	HM 18-99 de N.S.E. Total	
						rat%	Miles
256	JUST FOR LAUGHS GAGS-MA1	Canal 05	MJ	11:09	11:30	0.23	15.32
257	JUST FOR LAUGHS GAGS-MA	Canal 05	LMWJV	09:48	10:00	0.22	14.55
258	CONT.LOS PEREZ-GIL-S-MD	Canal 05	S	02:00	02:10	0.2	13.8
259	LOS PORTALES-D-MA	Canal 05	D	06:59	07:59	0.2	13.54
260	MEJ.RISAS Y SAL-S-MD	Canal 05	S	02:58	03:30	0.2	13.53
261	JAAMSA-S-MD	Canal 05	S	05:29	06:00	0.2	13.5
262	LOS PORTALES-S-TA	Canal 05	S	11:59	12:30	0.19	12.66
263	REP.BUEN DIA DOCTOR-D-MD	Canal 05	D	04:29	05:29	0.19	12.48
264	SANTA NATURA-MA	Canal 05	LMWJV	11:39	11:55	0.18	12.42
265	LA CAJITA MUSICAL-MD	Canal 05	LMWJV	04:22	05:22	0.18	12.12
266	FAGA MOTORS-D-MD	Canal 05	D	05:29	06:00	0.18	12.12
267	QUALITY PRODUCTS-MA	Canal 05	LMWJV	09:04	09:35	0.18	12.08
268	MEJ.RISAS Y SA-S-MD1	Canal 05	S	04:58	05:29	0.18	11.86
269	JUST FOR LAUGHS GAGS-S-TA	Canal 05	S	12:29	12:59	0.17	11.13
270	SABADO ESPECTACULAR-S-MA	Canal 05	S	10:59	12:00	0.16	10.87
271	FITOSANA-MA	Canal 05	LMWJV	09:34	09:50	0.16	10.84
272	LOS FISCALES-MA	Canal 05	LV	11:09	11:30	0.16	10.46
273	INTERPROGRAMA	Canal 05	LMWVSD	06:01	06:04	0.15	10.27
274	MEJ.RISAS Y SALSA-MD	Canal 05	MWJV	03:00	04:23	0.15	10.11
275	JAAMSA-D-MD	Canal 05	D	05:29	05:59	0.15	9.96
276	REP.LORENA Y NICOLASA-NO	Canal 05	LMWJ	01:54	02:00	0.15	9.93
277	DR.RUBIO-MA	Canal 05	LWJ	10:59	11:20	0.14	9.68
278	REP.LORENA Y NICOLASA-MD	Canal 05	LMWJV	02:20	03:18	0.14	9.66
279	FAGA MOTORS-S-MD	Canal 05	S	05:29	05:59	0.14	9.41
280	REP.VIDA Y HOGAR-S-MD	Canal 05	S	03:29	04:59	0.13	8.56
281	FAGA MOTORS-MD	Canal 05	LMWJV	05:22	05:53	0.12	8.02
282	CONT.LIFE IT-MD	Canal 05	MWJ	02:00	02:12	0.11	7.71
283	DALE VIDA A LOS AÑOS-MA	Canal 05	WV	11:20	11:40	0.11	7.63
284	LIFE IT-NO	Canal 05	LMW	01:12	02:00	0.11	7.44
285	VIDA Y HOGAR-MD	Canal 05	L	02:00	03:28	0.11	7.35
286	LIFE IT-MA	Canal 05	LMWJV	09:59	10:30	0.11	7.32
287	SALUD DENTAL-MA	Canal 05	M	11:19	11:40	0.1	7.07
288	JAAMSA-MD	Canal 05	LMWJV	05:22	05:53	0.1	6.95
289	PANORAMA DE LA SALUD-MA	Canal 05	MJ	10:31	10:59	0.09	6.3
290	QUALITY PRODUCTS-MA1	Canal 05	LMWJV	10:17	10:57	0.08	5.17
291	MUN.BRASIL 2014 BRASIL-CROACIA	Canal 09	LMWJVSD	13:44	15:51	8.31	559.9
292	INAUGURACION MUN.BRASIL 2014	Canal 09	J	13:12	14:03	7.82	526.58
293	NUNCA MAS-D-NO	Canal 09	D	18:59	20:02	6.33	426.29
294	LA GRAN PREMIERE-S-TA SCARY MOVIE 4	Canal 09	S	17:26	19:22	5.61	378.23
295	AVENIDA BRASIL-NO	Canal 09	LMWJV	20:45	22:08	5.24	353.16
296	DIA D-D-NO	Canal 09	D	22:00	00:06	4.79	323
297	COMBATE-TA	Canal 09	LMWJV	18:08	20:46	4.76	320.97
298	PRV.ANT.MUN.BRASIL 2014 BRASIL-CROACIA	Canal 09	LMWJVSD	13:39	14:10	4.61	310.35
299	DIEZ-D-TA	Canal 09	D	17:59	18:59	4.56	307.21
300	EL CARTEL DEL HUMOR-D-NO	Canal 09	D	20:01	22:00	4.44	299.18
301	HISTORIAS SECRETAS-S-NO	Canal 09	S	19:13	20:14	4.38	295.02
302	LA FABRICA DE SUEÑOS-S-NO	Canal 09	S	20:39	23:37	4.25	286.44
303	ANT.MUN.BRASIL 2014 BRASIL-CROACIA	Canal 09	LMWJVSD	13:14	13:45	4.12	277.9
304	MIC.AVANCE INFORMATIVO	Canal 09	LMWJV	20:29	20:31	3.77	254.3
305	FLOR DEL CARIBE-NO	Canal 09	LMWJV	22:07	23:03	3.72	250.79
306	ANT.INAUGURAC.MUN.BRASIL 2014	Canal 09	J	12:49	13:12	3.42	230.27



Ranking

Datos: Perú

Filtro de programación: Bloque, Tanda

Regiones: Lima + 6 ciudades

Región base: Lima + 6 ciudades

Targets: HM 18-99 de N.S.E. Total

Período: 09/06/2014-06/07/2014

	Grupo	Canal	Días	Inicio	Final	HM 18-99 de N.S.E. Total	
						rat%	Miles
307	ATV NOTICIAS-NO	Canal 09	LMWJV	23:02	23:54	3.23	217.73
308	MIC.SECRETOS DE TELENUELA	Canal 09	LMWJV	13:51	13:54	3.08	207.42
309	RESUMEN MUN.BRASIL 2014	Canal 09	L	17:53	18:24	3.02	203.74
310	CASO CERRADO-TA	Canal 09	LMWJV	13:04	14:04	3.01	202.57
311	INTERPROGRAMA	Canal 09	LMWVSD	09:21	09:24	2.45	164.81
312	LA IMPOSTORA-TA	Canal 09	LMWJV	13:36	14:34	2.4	161.36
313	LA FIESTA DEL MUNDIAL-MA	Canal 09	J	10:59	12:49	2.37	159.83
314	HOLA A TODOS-MA	Canal 09	LMWJV	08:59	10:40	2.19	147.62
315	DIEZ-S-MA	Canal 09	S	08:59	10:05	2.1	141.21
316	EMPERATRIZ-TA	Canal 09	LMWJV	14:40	15:32	1.97	132.44
317	CONT.CINE COMO EN EL CINE-D-MD HOST	Canal 09	D	02:00	02:04	1.94	130.9
318	DECISIONES EXTREMAS-TA1	Canal 09	WJ	17:02	17:56	1.94	130.72
319	CHOLLYSHOW-MA	Canal 09	LMWJV	08:20	09:00	1.84	124.06
320	CADA QUIEN SU SANTO-TA	Canal 09	LMWJV	12:00	13:06	1.81	121.9
321	LO QUE CALLAMOS LAS MUJERES-MA	Canal 09	LMWJV	10:59	12:00	1.76	118.44
322	EL DEPORTIVO-NO	Canal 09	LMWJV	23:54	00:36	1.71	115.34
323	CINEMA ATV-D-MA PRINCESA	Canal 09	D	09:00	11:00	1.65	111.05
324	PRIMERA NOTICIA NACIONAL-MA	Canal 09	LMWJV	06:59	08:21	1.63	110.09
325	A TODO O NADA-TA	Canal 09	LMWJV	16:36	17:53	1.6	107.56
326	SECRETOS DE TELENUELA-S-NO	Canal 09	S	23:24	23:51	1.57	105.76
327	SMACK DOWN-D-TA	Canal 09	D	13:20	14:19	1.54	103.91
328	CINE DOMINGO-D-TA SOLTERO EN CASA	Canal 09	D	15:55	18:01	1.47	99.16
329	DE PELICULA-D-MA	Canal 09	D	09:29	10:32	1.47	98.88
330	PRIMERA NOTICIA-S-MA	Canal 09	S	06:54	09:00	1.45	97.62
331	MIC.MUN.BRASIL 2014	Canal 09	LMWJVSD	12:34	12:38	1.38	93.04
332	DECISIONES EXTREMAS-TA	Canal 09	WJ	16:06	17:03	1.37	92.33
333	RAW-D-TA	Canal 09	D	11:59	13:20	1.31	88.02
334	REP.DE PELICULA-D-NO	Canal 09	D	00:11	01:13	1.29	87.19
335	MIC.RUMBO MUNDIAL BRASIL 2014	Canal 09	LMWJ	16:30	16:34	1.28	86.2
336	DECISIONES-S-NO1	Canal 09	S	01:32	02:00	1.22	82.39
337	CINEMA ATV-D-TA POLICIAS Y RATONES	Canal 09	D	14:19	15:55	1.2	80.64
338	MAGAZINE MUND.BRASIL 2014-NO	Canal 09	W	00:29	00:56	1.18	79.34
339	CINE COMO EN EL CINE-S-NO LA PROFECIA	Canal 09	S	23:51	01:53	1.18	79.32
340	* PROG.SIN CONFIRMAR	Canal 09	MWJV	09:32	09:35	1.17	78.69
341	DECISIONES-S-NO	Canal 09	S	00:34	01:32	1.06	71.69
342	PRIMERA NOTICIA-D-MA	Canal 09	D	06:49	09:00	1.03	69.3
343	LO MEJOR MUN.BRASIL 2014	Canal 09	LMWJVSD	22:58	23:22	0.99	66.41
344	PRIMERA NOTICIA LOCAL-MA	Canal 09	LMWJV	05:24	07:00	0.84	56.49
345	CONT.C.S.I.MIAMI-MD	Canal 09	JV	02:00	02:05	0.79	53.39
346	CONT.C.S.I.MIAMI-S-MD	Canal 09	S	02:00	02:04	0.74	49.96
347	DECISIONES-D-MD	Canal 09	D	02:15	02:56	0.67	44.87
348	C.S.I.MIAMI-NO	Canal 09	LMWJV	00:52	01:52	0.64	43.13
349	R.ANT.MUN.BRASIL 2014 IRAN-NIGERIA	Canal 09	LMWJV	01:02	01:28	0.58	38.84
350	QUIEN TIENE LA RAZON-D-NO	Canal 09	D	01:33	02:00	0.48	32.65
351	CANTO ANDINO-D-MA	Canal 09	D	04:54	06:50	0.46	31.26
352	CONT.LO MEJOR MUN.BRASIL 2014	Canal 09	D	02:00	02:13	0.45	30.04
353	CANTO ANDINO-S-MA	Canal 09	S	04:53	06:51	0.44	29.98
354	LA VIDA ES ASI-NO	Canal 09	LMWJ	01:44	02:00	0.44	29.8
355	DECISIONES-NO	Canal 09	V	01:50	02:00	0.43	29.21
356	POLICIAS EN ACCION-D-MD	Canal 09	D	02:55	03:48	0.43	28.95
357	QUIEN TIENE LA RAZON-NO	Canal 09	M	01:57	02:00	0.37	24.96

CONTROL  
DIA  
30



Ranking

Datos: Perú

Filtro de programación: Bloque, Tanda

Regiones: Lima + 6 ciudades

Región base: Lima + 6 ciudades

Targets: HM 18-99 de N.S.E. Total

Periodo: 09/06/2014-06/07/2014

	Grupo	Canal	Días	Inicio	Final	HM 18-99 de N.S.E. Total	
						rat%	Miles
358	LA LOTERIA-D-MD	Canal 09	D	03:40	04:34	0.35	23.91
359	DECISIONES-S-MD	Canal 09	S	02:02	02:47	0.34	22.87
360	ES VERDAD-MD	Canal 09	L	03:52	04:25	0.33	22.37
361	LA VIDA ES ASI-D-NO	Canal 09	D	01:28	02:00	0.33	22.14
362	LA VIDA ES ASI-MD	Canal 09	LMWJV	02:35	03:14	0.32	21.55
363	REP.MUN.BRASIL 2014 IRAN-NIGERIA	Canal 09	LMWJVS	13:43	14:44	0.31	20.88
364	REP.ATV NOTICIAS-MD	Canal 09	MWJV	04:00	04:22	0.27	18.39
365	REP.ATV NOTICIA-S-MD	Canal 09	S	04:22	04:54	0.27	18.22
366	CANTO ANDINO-MD	Canal 09	LMWJV	04:22	05:25	0.26	17.76
367	MONICA-MD	Canal 09	LMWJV	03:19	03:58	0.25	17.15
368	ES VERDAD-D-MD	Canal 09	D	04:00	04:53	0.25	16.62
369	QUIEN TIENE LA RAZON-MD	Canal 09	LMWJV	02:27	03:08	0.24	16.17
370	LA LOTERIA-S-MD	Canal 09	S	03:42	04:24	0.21	14
371	POLICIAS EN ACCION-S-MD	Canal 09	S	02:56	03:52	0.14	9.58
372	R.INAUGURACION MUN.BRASIL 2014	Canal 13	J	19:00	19:50	1.62	109.07
373	CINEMA 13-D-NO LA LEYENDA DEL JINETE	Canal 13	D	19:00	20:58	1.54	103.78
374	MUN.BRASIL 2014 IRAN-NIGERIA	Canal 13	LMWJV	13:16	15:16	1.38	92.67
375	MIC.SORTEO LA TINKA	Canal 13	WD	23:07	23:11	1.31	88.39
376	PASION DE GAVILANES-NO	Canal 13	LMWJV	19:04	20:05	1.2	80.96
377	CINEMA GLOBAL-NO CONTRACARA	Canal 13	LMWJV	20:07	22:29	1.19	80.5
378	EL SEÑOR DE LOS CIELOS-NO	Canal 13	LMWJV	22:27	23:25	1.15	77.19
379	MIC.SORTEO LA KABALA	Canal 13	MJS	22:55	22:59	1.04	70.17
380	INTERPROGRAMA	Canal 13	L	12:59	13:01	1.02	68.65
381	PRV.ANT.MUN.BRASIL 2014 IRAN-NIGERIA	Canal 13	LMWJV	13:01	14:04	0.98	66
382	REP.MUN.BRASIL 2014 BRASIL-CROACIA	Canal 13	LMWJVSD	19:59	21:55	0.89	60.03
383	CINEMA GLOBAL DOMINGO-D-NO LA MAF	Canal 13	D	20:58	23:28	0.77	51.62
384	R.ANT.MUN.BRASIL 2014 BRASIL-CROACIA	Canal 13	LMWJVSD	20:56	21:25	0.69	46.31
385	NUMEROS-NO	Canal 13	LMWJV	23:15	00:10	0.66	44.43
386	N.C.I.S.CRIMINOLOGIA NAVAL-NO	Canal 13	LMWJ	00:11	01:08	0.63	42.58
387	ANT.MUN.BRASIL 2014 IRAN-NIGERIA	Canal 13	LMWJV	12:46	13:17	0.63	42.58
388	FEAR FACTOR-D-TA	Canal 13	D	17:55	18:58	0.55	37.14
389	GALACTICA ASTRONAVE COMBA-D-TA	Canal 13	D	12:58	14:00	0.53	35.82
390	FLASH POINT-D-NO	Canal 13	D	00:01	00:52	0.52	34.81
391	LA NUEVA PANTERA ROSA-TA	Canal 13	LMWJV	15:53	16:24	0.5	33.49
392	LA BATALLA DE BAKUGAN-D-MA	Canal 13	D	09:51	10:19	0.5	33.4
393	N.C.I.S.CRIMINOLOGIA NAVA-D-NO	Canal 13	D	00:51	01:35	0.48	32.63
394	ALMACEN 13-D-TA	Canal 13	D	13:14	14:11	0.48	32.6
395	LOS GUERREROS DEL ZODIACO-D-MA	Canal 13	D	08:27	08:55	0.46	31.15
396	SURVIVOR-D-TA	Canal 13	D	14:02	15:03	0.45	30.39
397	RUBY GLOON-D-MA	Canal 13	D	10:18	10:45	0.43	28.88
398	FEAR FACTOR-S-TA	Canal 13	S	17:55	18:55	0.42	28.49
399	MEDABOTS-D-MA	Canal 13	D	08:53	09:25	0.42	28.39
400	SURVIVOR-S-TA	Canal 13	S	14:01	15:00	0.41	27.95
401	ZONA MUERTA-D-TA	Canal 13	D	16:02	17:01	0.41	27.9
402	MIC.MUN.BRASIL 2014	Canal 13	LMWJVSD	13:15	13:18	0.41	27.45
403	WALKER RANGER DE TEXAS-NO	Canal 13	LMWJ	01:19	01:59	0.4	27.27
404	* PROG.SIN CONFIRMAR	Canal 13	V	13:18	13:20	0.4	27.13
405	A TODO RITMO-D-MA	Canal 13	D	11:40	12:07	0.39	26.57
406	WALKER RANGER DE TEXAS-D-NO	Canal 13	D	01:26	02:00	0.39	26.52
407	DAVE EL BARBARO-D-MA	Canal 13	D	09:24	09:52	0.38	25.8
408	LA MUJER EN EL ESPEJO-TA	Canal 13	LMWJV	17:59	19:00	0.38	25.8

Handwritten signature and stamp: "PAL" and "25.80"

Ranking

Datos: Perú

Filtro de programación: Bloque, Tanda

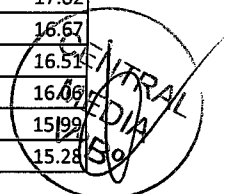
Regiones: Lima + 6 ciudades

Región base: Lima + 6 ciudades

Targets: HM 18-99 de N.S.E. Total

Período: 09/06/2014-06/07/2014

	Grupo	Canal	Días	Inicio	Final	HM 18-99 de N.S.E. Total	
						rat%	Miles
409	JAKE Y LOS PIRATAS-S-MA	Canal 13	S	07:59	08:23	0.38	25.77
410	TRAUMA-NO	Canal 13	W	01:48	02:00	0.37	25.25
411	LA PANTERA ROSA-TA	Canal 13	LMWJV	16:01	16:31	0.37	24.89
412	JAKE Y LOS PIRATAS-D-MA	Canal 13	D	08:04	08:28	0.37	24.7
413	LOS 4400-S-TA	Canal 13	S	15:00	16:01	0.37	24.7
414	PADRE DE FAMILIA-D-TA	Canal 13	D	17:00	17:56	0.36	24.53
415	EL DRAGON OCCIDENTAL-S-MA	Canal 13	S	07:32	08:00	0.36	24.42
416	LOS GUERREROS DEL ZODIACO-S-MA	Canal 13	S	08:22	08:51	0.35	23.6
417	SUNNY ENTRE ESTRELLAS-TA	Canal 13	LMWJV	16:25	16:58	0.35	23.42
418	TOP MODEL X-TA	Canal 13	LMWJV	13:56	14:56	0.35	23.25
419	FLASH POINT-S-NO	Canal 13	S	00:26	01:20	0.34	23.22
420	ZACK Y CODY GEMELOS EN AC-D-MA	Canal 13	D	11:10	11:41	0.34	22.97
421	LOS 4400-D-TA	Canal 13	D	15:03	16:03	0.34	22.67
422	A TODO RITMO-S-MA	Canal 13	S	11:38	12:08	0.33	22.42
423	CONT.WALKER RANGER DE TEXAS-MD	Canal 13	MJV	02:00	02:08	0.33	22.06
424	ZACK Y CODY GEMELOS EN AC-TA	Canal 13	LMWJV	16:58	17:29	0.33	21.94
425	ZEKE Y LUTHER-TA	Canal 13	LMWJV	15:27	15:58	0.32	21.82
426	GALACTICA ASTRONAVE COMBA-S-TA	Canal 13	S	12:59	13:57	0.32	21.65
427	ZACK Y CODY GEMELOS EN AC-S-MA	Canal 13	S	11:10	11:39	0.32	21.43
428	ZONA MUERTA-S-TA	Canal 13	S	16:00	16:58	0.32	21.36
429	ALMACEN 13-S-TA	Canal 13	S	13:08	14:07	0.31	21.17
430	LO QUE LA GENTE CUENTA-S-NO	Canal 13	S	01:19	01:52	0.31	20.83
431	HECHIZOS-S-NO	Canal 13	S	01:36	02:00	0.3	20.52
432	MIC.RUMBO MUNDIAL BRASIL 2014	Canal 13	LMWJ	13:45	13:49	0.3	20.41
433	BUENA SUERTE CHARLIE-TA	Canal 13	LMWJV	14:55	15:28	0.3	20.26
434	MATRIMONIO CON HIJOS-TA	Canal 13	LMWJV	12:53	13:50	0.3	19.97
435	HECHICEROS DE WAVERLY PLACE-TA	Canal 13	LMWJV	17:28	18:00	0.3	19.89
436	FISH HOOK-S-MA	Canal 13	S	08:45	09:12	0.29	19.74
437	ULTRAMAN TIGA-D-MA	Canal 13	D	10:45	11:11	0.29	19.65
438	LO QUE LA GENTE CUENTA-NO	Canal 13	V	00:22	01:13	0.29	19.52
439	LOST-D-TA	Canal 13	D	12:06	13:03	0.29	19.48
440	HANDY MANNY-MA	Canal 13	WJV	08:30	08:58	0.29	19.42
441	MEDABOTS-S-MA	Canal 13	S	08:52	09:24	0.29	19.24
442	HANNA MONTANA-TA	Canal 13	LMWJV	16:30	17:00	0.28	18.67
443	BOB EL CONSTRUCTOR-MA	Canal 13	LMWJV	07:09	07:33	0.28	18.66
444	EDDIE EL ENTUSIASTA-S-MD	Canal 13	S	02:43	03:36	0.28	18.62
445	TIMON Y PUMBA-TA	Canal 13	LMWJV	11:55	12:27	0.27	18.26
446	ULTRAMAN TIGA-S-MA	Canal 13	S	10:41	11:11	0.27	18.14
447	RUBY GLOON-S-MA	Canal 13	S	10:13	10:41	0.27	18.11
448	CONT.REP.MUN.BRASIL 2014 AUSTRALIA-I	Canal 13	MJV	02:00	02:10	0.27	17.93
449	ES TAN RAVEN-TA	Canal 13	LMWJV	12:26	12:57	0.27	17.9
450	LA NIÑERA-TA	Canal 13	MWJV	13:02	14:12	0.26	17.69
451	FISH HOOK-D-MA	Canal 13	D	08:56	09:24	0.26	17.65
452	MINI EINSTEINS-MA	Canal 13	LMWJV	08:23	08:53	0.26	17.36
453	BRANDY Y EL SR.BIGOTES-S-MA	Canal 13	S	07:06	07:32	0.26	17.36
454	DAVE EL BARBARO-S-MA	Canal 13	S	09:20	09:48	0.25	17.02
455	PATOS AVENTURAS-MA	Canal 13	LMWJV	10:24	10:56	0.25	16.67
456	LA BATALLA DE BAKUGAN-S-MA	Canal 13	S	09:47	10:14	0.25	16.51
457	EL DRAGON OCCIDENTAL-D-MA	Canal 13	D	07:38	08:05	0.24	16.09
458	PADRE DE FAMILIA-S-TA	Canal 13	S	16:57	17:56	0.24	15.99
459	LOST-S-TA	Canal 13	S	12:07	13:04	0.23	15.28



Ranking

Datos: Perú

Filtro de programación: Bloque, Tanda

Regiones: Lima + 6 ciudades

Región base: Lima + 6 ciudades

Targets: HM 18-99 de N.S.E. Total

Periodo: 09/06/2014-06/07/2014

	Grupo	Canal	Días	Inicio	Final	HM 18-99 de N.S.E. Total	
						rat%	Miles
460	TRAUMA-MD	Canal 13	LMWJV	02:51	03:39	0.22	15.13
461	LO QUE LA GENTE CUENTA-D-MD	Canal 13	D	02:00	02:26	0.22	15.02
462	N.C.I.S.CRIMINOLOGIA NAVAL-MD	Canal 13	L	02:00	02:36	0.22	14.93
463	3 2 1 VAMOS-MA	Canal 13	LMWJV	07:32	07:58	0.22	14.82
464	WALKER RANGER DE TEXAS-MD	Canal 13	LMWJV	02:13	02:56	0.22	14.67
465	LA PANDILLA DEL FIN DE SEM-MA	Canal 13	LMWJV	08:53	09:25	0.22	14.54
466	PLAZA SESAMO-MA	Canal 13	LMWJV	07:57	08:25	0.21	14.42
467	BARNEY Y SUS AMIGOS-MA	Canal 13	LMWJV	06:44	07:10	0.21	14.32
468	LA TROPA GOOFY-MA	Canal 13	LMWJV	10:54	11:26	0.21	14.31
469	TRAUMA-D-MD	Canal 13	D	05:43	06:32	0.21	13.91
470	GASPARIN-S-MA	Canal 13	S	06:23	06:49	0.21	13.9
471	YIN YANG YO-MA	Canal 13	LMWJV	09:24	09:55	0.21	13.84
472	HECHIZOS-S-MD	Canal 13	S	02:00	02:34	0.2	13.8
473	HECHIZOS-D-MD	Canal 13	D	02:21	03:17	0.2	13.7
474	ZOIDS-MA	Canal 13	LMWJV	09:54	10:26	0.2	13.7
475	BRANDY Y EL SR.BIGOTES-D-MA	Canal 13	D	07:13	07:38	0.2	13.63
476	TRAUMA-S-MD	Canal 13	S	05:23	06:19	0.19	12.48
477	EL AUTO FANTASTICO-MD	Canal 13	LMWJV	04:57	05:51	0.18	12.33
478	POCOYO-S-MA	Canal 13	S	06:46	07:07	0.18	12.23
479	TRANSFORMERS CYBERTRON-MA	Canal 13	LMWJV	11:25	11:56	0.18	12.08
480	HECHIZOS-NO	Canal 13	V	01:25	01:59	0.18	11.79
481	ISLA HARPER-MD	Canal 13	LMWJV	02:18	03:08	0.16	10.59
482	GENESIS-D-MD	Canal 13	D	03:16	04:24	0.16	10.51
483	KIPPER-MA	Canal 13	LMWJV	06:22	06:52	0.16	10.46
484	EL UMBRAL-S-MD	Canal 13	S	04:23	05:24	0.14	9.72
485	EL CAZADOR-S-MD	Canal 13	S	03:31	04:23	0.14	9.31
486	MAGAZINE MUND.BRASIL 2014-MA	Canal 13	J	10:21	10:51	0.14	9.22
487	GENESIS-S-MD	Canal 13	S	02:19	03:27	0.13	8.89
488	POCOYO-D-MA	Canal 13	D	06:54	07:14	0.13	8.72
489	EDDIE EL ENTUSIASTA-D-MD	Canal 13	D	03:24	04:08	0.13	8.52
490	FLY TALES-MA	Canal 13	LMWJV	06:14	06:39	0.12	8.36
491	WITCHBLADE-D-MD	Canal 13	D	02:27	03:24	0.12	8.11
492	HECHIZOS-MD	Canal 13	LMWJV	03:14	04:07	0.12	7.9
493	GENESIS-NO	Canal 13	V	01:53	02:00	0.11	7.41
494	EL SEPTIMO CIELO-MD	Canal 13	LMWJV	04:07	04:58	0.11	7.29
495	XCALIBUR-MA	Canal 13	LMWJV	05:54	06:24	0.11	7.17
496	EL UMBRAL-D-MD	Canal 13	D	04:57	05:44	0.1	6.95
497	LIBERTAD-MD	Canal 13	L	02:40	03:40	0.09	6.12
498	MACIUS EL PEQUEÑO GRAN REY-MA	Canal 13	LMWJV	05:47	06:16	0.09	6.07
499	GASPARIN-D-MA	Canal 13	D	06:32	06:55	0.08	5.57
500	FALLA TECNICA CTRL	Canal 13	S	03:15	03:21	0.07	4.5
501	EL CAZADOR-D-MD	Canal 13	D	04:09	05:00	0.07	4.41
502	ATOM-S-MA	Canal 13	S	06:06	06:39	0.03	2.19



### C.P.I. AUDIENCIA RADIAL DE EMISORAS (FM/AM)

Tipo de salida Miles  
 Ciudad Nacional Urbano 100 %  
 Período Octubre 2013  
 Lugar de Audiencia Global  
 Bloque Días Lun-Dom  
 Bloque Horario 06:00-22:59  
 Grupo Objetivo [Alto-Medio/Bajo Superior/Bajo Inferior/Marginal] [HombresMujeres/18-99]

Universo 15078.1  
 Muestra 4141

Rnkg	Emisora	Rtg	Mls	Tarifa	CxMil
	Audiencia Promedio	20.1	3037.9		
1	R.P.P. (FM/AM)	1.9	290.0	76.0	0.262
2	La Karibeña (FM)	1.2	183.3	25.0	0.136
3	Panamericana (FM/AM)	1.1	168.8	23.0	0.136
4	Nueva Q Fm (FM/AM)	1.1	165.7	26.0	0.157
5	La Inolvidable (FM/AM)	1.0	155.0	23.0	0.148
6	Moda (FM)	1.0	152.6	27.0	0.177
7	Ritmo Romántica (FM)	0.8	127.2	26.0	0.204
8	Felicidad (FM/AM)	0.8	118.2	19.5	0.165
9	Exitosa (FM)	0.5	76.2	16.5	0.217
10	Onda Cero (FM/AM)	0.4	62.8	11.0	0.175
11	La Zona (FM)	0.4	62.5	17.0	0.272
12	Capital (FM/AM)	0.3	49.7	15.0	0.302
13	Studio 92 (FM)	0.3	43.9	16.5	0.376
14	La Hot (FM)	0.3	40.0		

