

METRO DE LIMA LÍNEA 1

PERCEPCIONES Y HÁBITOS HACIA LA PUBLICIDAD



AUDIENCIAS ATENTAS A LA PUBLICIDAD DEL METRO DE LIMA

99%

Les gusta la publicidad

84%

Los entretiene durante el trayecto

58%

Les llama la atención la publicidad



CUANDO LOS PASAJEROS SE ENCUENTRAN ESPERANDO EL TREN:



99%

Se ponen a pensar en sus pendientes

98%

Tienen mayor tiempo para ver y leer la publicidad

96%

Se siente en un lugar seguro y ordenado

90%

Se siente seguro para usar su celular



LA PUBLICIDAD EN EL METRO DE LIMA ES INFLUYENTE PARA EL PROCESO DE COMPRA:

Conocimiento

89% Me ayuda a CONOCER nuevos productos o marcas.

Afinidad

99% Le GUSTA la publicidad en el Metro de Lima.

Consideración

59% BUSCA más información sobre el producto que con publicidad en el Metro de Lima.

Compra

38% Luego de ver publicidad en el Metro de Lima que me interesa, me motiva ir a COMPRAR.

Recomendación

40% COMENTO a mi familia y amigos sobre la publicidad



LA PUBLICIDAD ENTREGA INFORMACIÓN RELEVANTE A LOS PASAJEROS:

92%

La publicidad le ayuda a **CONOCER PROMOCIONES** de productos y marcas

89%

La publicidad le ayuda a **CONOCER NUEVOS** productos y marcas

84%

La publicidad es **RELEVANTE** para los pasajeros y su familia.

