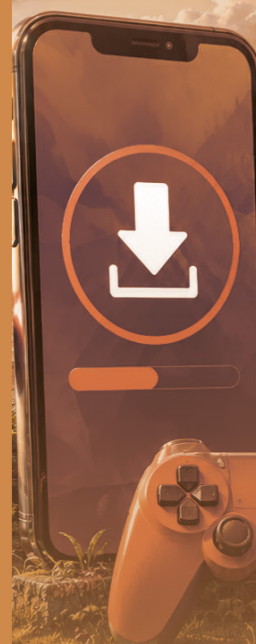




PERÚ

Ministerio de Cultura



Bienes Culturales en Cifras

2022 - 2024

Reporte estadístico de la
adquisición de bienes culturales



PERÚ

Ministerio de Cultura

Secretaría General

Oficina General de Estadística y Tecnologías de la Información y Comunicaciones

Oficina de Estadística

Bienes Culturales en Cifras: Reporte estadístico de la adquisición de bienes culturales (2022-2024)

©Ministerio de Cultura del Perú

Av. Javier Prado Este n.º 2465, San Borja, Lima - Perú

Teléfono: (01) 714-0102

www.gob.pe/cultura

Elaboración de contenidos:

Equipo de la Oficina de Estadística de la Oficina General de Estadística y Tecnologías de la Información y Comunicaciones

Contenido

INTRODUCCIÓN	15
1. BIENES CULTURALES	16
1.1. LIBROS	17
1.1.1. LIBRO IMPRESO	18
1.1.1.1. Adquisición de libro impreso	18
1.1.1.1.1. A nivel nacional	18
1.1.1.1.2. Adquisición de libro impreso según área de residencia	18
1.1.1.1.3. Adquisición de libro impreso según región natural	19
1.1.1.1.4. Adquisición de libro impreso según departamento	20
1.1.1.1.5. Frecuencia de adquisición de libro impreso	21
1.1.1.2. Características de la población que adquirió algún libro impreso	21
1.1.1.2.1. Adquisición de libro impreso según sexo	21
1.1.1.2.2. Adquisición de libro impreso por grupo de edad	22
1.1.1.2.3. Adquisición de libro impreso por nivel educativo	23
1.1.1.3. Motivo de la no adquisición de libros impresos	24
1.1.2. LIBRO DIGITAL	25
1.1.2.1. Adquisición de libro digital	25
1.1.2.1.1. A nivel nacional	25
1.1.2.1.2. Adquisición de libro digital según área de residencia	25
1.1.2.1.3. Adquisición de libro digital según región natural	26
1.1.2.1.4. Adquisición de libro digital según departamento	27
1.1.2.1.5. Frecuencia de adquisición de libro digital	28
1.1.2.2. Características de la población que adquirió algún libro digital	28
1.1.2.2.1. Adquisición de libro digital según sexo	28
1.1.2.2.2. Adquisición de libro digital por grupo de edad	29
1.1.2.2.3. Adquisición de libro digital por nivel educativo	30
1.1.2.3. Motivo de la no adquisición	31
1.2. PERIÓDICOS	32
1.2.1. PERIÓDICO IMPRESO	33
1.2.1.1. Adquisición de periódico impreso	33
1.2.1.1.1. A nivel nacional	33
1.2.1.1.2. Adquisición de periódico impreso según área de residencia	33
1.2.1.1.3. Adquisición de periódico impreso según región natural	34
1.2.1.1.4. Adquisición de periódico impreso según departamento	35

1.2.1.1.5. Frecuencia de adquisición de periódico impreso	36
1.2.1.2. Características de la población que adquirió algún periódico impreso.....	36
1.2.1.2.1. Adquisición de periódico impreso según sexo	36
1.2.1.2.2. Adquisición de periódico impreso por grupo de edad	37
1.2.1.2.3. Adquisición de periódico impreso por nivel educativo.....	38
1.2.1.3. Motivo de la no adquisición	39
1.2.2. PERIÓDICO DIGITAL	40
1.2.2.1. Adquisición de periódico digital	40
1.2.2.1.1. A nivel nacional	40
1.2.2.1.2. Adquisición de periódico digital según área de residencia	40
1.2.2.1.3. Adquisición de periódico digital según región natural.....	41
1.2.2.1.4. Adquisición de periódico digital según departamento	42
1.2.2.1.5. Frecuencia de adquisición de periódico digital	43
1.2.2.2. Características de la población que adquirió algún periódico digital.....	43
1.2.2.2.1. Adquisición de periódico digital según sexo	43
1.2.2.2.2. Adquisición de periódico digital por grupo de edad	44
1.2.2.2.3. Adquisición de periódico digital por nivel educativo	45
1.2.2.3. Motivo de la no adquisición.....	46
1.3. MÚSICA	47
1.3.1. MÚSICA A TRAVÉS DE DESCARGA O ACCESO POR INTERNET.....	47
1.3.1.1. Adquisición de música a través de descarga o acceso por internet	48
1.3.1.1.1. A nivel nacional	48
1.3.1.1.2. Adquisición de música a través de descarga o acceso por internet según área de residencia	48
1.3.1.1.3. Adquisición de música a través de descarga o acceso por internet según región natural	49
1.3.1.1.4. Adquisición de música a través de descarga o acceso por internet según departamento	50
1.3.1.1.5. Frecuencia de adquisición de música a través de descarga o acceso por internet.....	51
1.3.1.2. Características de la población que adquirió alguna música a través de descarga o acceso por internet	51
1.3.1.2.1. Adquisición de música a través de descarga o acceso por internet según sexo.....	51
1.3.1.2.2. Adquisición de música a través de descarga o acceso por internet por grupo de edad	52
1.3.1.2.3. Adquisición de música a través de descarga o acceso por internet por nivel educativo.....	53
1.3.1.3. Motivo de la no adquisición.....	54
1.3.2. MÚSICA A TRAVÉS DE CDS, BLU-RAY U OTROS DISPOSITIVOS.....	55
1.3.2.1. Adquisición de música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos	55
1.3.2.1.1. A nivel nacional	55

1.3.2.1.2. Adquisición de música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos según área de residencia	55
1.3.2.1.3. Adquisición de música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos según región natural	56
1.3.2.1.4. Adquisición de música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos según departamento	57
1.3.2.1.5. Frecuencia de adquisición de música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos	58
1.3.2.2. Características de la población que adquirió alguna música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos	59
1.3.2.2.1. Adquisición de música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos según sexo.....	59
1.3.2.2.2. Adquisición de música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos por grupo de edad.	59
1.3.2.2.3. Adquisición de música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos por nivel educativo	60
1.3.2.3. Motivo de la no adquisición	61
1.4. PELÍCULA U OTROS CONTENIDOS DE VIDEO.....	62
1.4.1. PELÍCULA U OTROS CONTENIDOS DE VIDEO A TRAVÉS DE DESCARGA O ACCESO POR INTERNET.....	63
1.4.1.1. Adquisición de película u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet	63
1.4.1.1.1. A nivel nacional	63
1.4.1.1.2. Adquisición de película u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet según área de residencia	63
1.4.1.1.3. Adquisición de película u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet según región natural	64
1.4.1.1.4. Adquisición de película u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet según departamento.....	65
1.4.1.1.5. Frecuencia de adquisición de película u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet	66
1.4.1.2. Características de la población que adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet	67
1.4.1.2.1. Adquisición de película u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet según sexo	67
1.4.1.2.2. Adquisición de película u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet por grupo de edad	67
1.4.1.2.3. Adquisición de película u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet por nivel educativo	68
1.4.1.3. Motivo de la no adquisición	69
1.4.2. PELÍCULA U OTROS CONTENIDOS DE VIDEO A TRAVÉS DE CDS, BLU-RAY U OTROS DISPOSITIVOS	70

1.4.2.1. Adquisición de película u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos	70
1.4.2.1.1. A nivel nacional	70
1.4.2.1.2. Adquisición de película u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos según área de residencia	70
1.4.2.1.3. Adquisición de película u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos según región natural	71
1.4.2.1.4. Adquisición de película u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos según departamento	72
1.4.2.1.5. Frecuencia de Adquisición de película u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos	73
1.4.2.2. Características de la población que adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos	73
1.4.2.2.1. Adquisición de película u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos según sexo	73
1.4.2.2.2. Adquisición de película u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos por grupo de edad	74
1.4.2.2.3. Adquisición de película u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos por nivel educativo	75
1.4.2.3. Motivo de la no adquisición	76
1.5. VIDEOJUEGOS	77
1.5.1. VIDEOJUEGO DESDE DISPOSITIVOS MÓVILES A TRAVÉS DE DESCARGA O ACCESO POR INTERNET	78
1.5.1.1. Adquisición de videojuegos desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet	
1.5.1.1.1. A nivel nacional	78
1.5.1.1.2. Adquisición de videojuegos desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet según área de residencia	78
1.5.1.1.3. Adquisición de videojuegos desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet según región natural	79
1.5.1.1.4. Adquisición de videojuegos desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet según departamento	80
1.5.1.1.5. Frecuencia de adquisición de videojuegos desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet	81
1.5.1.2. Características de la población que adquirió videojuegos desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet	81
1.5.1.2.1. Adquisición de videojuegos desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet	81
1.5.1.2.2. Adquisición de videojuegos desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet por grupo de edad	82
1.5.1.2.3. Adquisición de videojuegos desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet por nivel educativo	83
1.5.1.3. Motivo de la no adquisición	84
1.5.2. VIDEOJUEGO A TRAVÉS DE LA MODALIDAD MULTIJUGADOR EN LÍNEA	85

1.5.2.1. Adquisición de videojuego a través de la modalidad multijugador en línea.....	85
1.5.2.1.1. A nivel nacional	85
1.5.2.1.2. Adquisición de videojuego a través de la modalidad multijugador en línea según área de residencia.....	86
1.5.2.1.3. Adquisición de videojuego a través de la modalidad multijugador en línea según región natural	87
1.5.2.1.4. Adquisición de videojuego a través de la modalidad multijugador en línea según departamento	88
1.5.2.1.5. Frecuencia de adquisición de videojuego a través de la modalidad multijugador en línea.....	88
1.5.2.2. Características de la población que adquirió videojuegos a través de la modalidad multijugador en línea	88
1.5.2.2.1. Adquisición de videojuego a través de la modalidad multijugador en línea según sexo	89
1.5.2.2.2. Adquisición de videojuego a través de la modalidad multijugador en línea por grupo de edad	90
1.5.2.2.3. Adquisición de videojuego a través de la modalidad multijugador en línea por nivel educativo	91
1.5.2.3. Motivo de la no adquisición	92
1.6. PRODUCTOS ARTESANALES	92
1.6.1. PRODUCTOS ARTESANALES	93
1.6.1.1. Adquisición de productos artesanales	93
1.6.1.1.1. A nivel nacional	93
1.6.1.1.2. Adquisición de productos artesanales según área de residencia.....	93
1.6.1.1.3. Adquisición de productos artesanales según región natural	94
1.6.1.1.4. Adquisición de productos artesanales según departamento	95
1.6.1.1.5. Frecuencia de adquisición de productos artesanales	96
1.6.1.2. Características de la población que adquirió productos artesanales	96
1.6.1.2.1. Adquisición de productos artesanales según sexo	96
1.6.1.2.2. Adquisición de productos artesanales por grupo de edad	97
1.6.1.2.3. Adquisición de productos artesanales por nivel educativo	98
1.6.1.3. Motivo de la no adquisición	99
1.7. OBRAS DE ARTE	100
1.7.1. OBRAS DE ARTE	101
1.7.1.1. Adquisición de obras de arte	101
1.7.1.1.1. A nivel nacional	101
1.7.1.1.2. Adquisición de obras de arte según área de residencia.....	101
1.7.1.1.3. Adquisición de obras de arte según región natural	102
1.7.1.1.4. Adquisición de obras de arte según departamento	103
1.7.1.1.5. Frecuencia de adquisición de obras de arte.....	104
1.7.1.2. Características de la población que adquirió obras de arte	104
1.7.1.2.1. Adquisición de obras de arte según sexo	104
1.7.1.2.2. Adquisición de obras de arte por grupo de edad	105
1.7.1.2.3. Adquisición de obras de arte por nivel educativo	106
1.7.1.3. Motivo de la no adquisición	107

CONCLUSIONES	108
ANEXOS	109
1.8. CUADROS ESTADÍSTICOS	109
1.8.1. Libro impreso	109
1.8.2. Libro digital	112
1.8.3. Periódico impreso	115
1.8.4. Periódico digital	118
1.8.5. Música a través de descarga o acceso por internet.....	121
1.8.6. Música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos	124
1.8.7. Película u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet	127
1.8.8. Película u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos	130
1.8.9. Videojuego desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet	133
1.8.10. Videojuego a través de la modalidad multijugador en línea	136
1.8.11. Productos artesanales	139
1.8.12. Obras de arte	142
1.9. FICHAS METODOLÓGICAS	145

Índice de Gráficos

Gráfico N° 1.1.1 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún libro impreso en los últimos 12 meses, 2022 – 2024 (Porcentaje).....	18
Gráfico N° 1.1.2 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún libro impreso en los últimos 12 meses, según área de residencia, 2022 – 2024 (Porcentaje).....	19
Gráfico N° 1.1.3 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún libro impreso en los últimos 12 meses, según región natural, 2022 – 2024 (Porcentaje).....	19
Gráfico N° 1.1.4 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún libro impreso en los últimos 12 meses, según departamento, 2024 (Porcentaje).....	20
Gráfico N° 1.1.5 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún libro impreso en los últimos 12 meses, según frecuencia de adquisición, 2024 (Porcentaje)	21
Gráfico N° 1.1.6 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún libro impreso en los últimos 12 meses, según sexo, 2022 – 2024	22
Gráfico N° 1.1.7 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún libro impreso en los últimos 12 meses, por grupos de edad, 2022 – 2024 (Porcentaje).....	22
Gráfico N° 1.1.8 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún libro impreso en los últimos 12 meses, por nivel educativo, 2024 (Porcentaje).....	23
Gráfico N° 1.1.9 Población de 14 y más años de edad que no adquirió algún libro impreso en los últimos 12 meses, según razón principal de no adquisición, 2024 (Porcentaje)	24
Gráfico N° 1.1.10 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún libro digital en los últimos 12 meses, 2022 – 2024 (Porcentaje).....	25
Gráfico N° 1.1.11 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún libro digital en los últimos 12 meses, según área de residencia, 2022 – 2024 (Porcentaje).....	26
Gráfico N° 1.1.12 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún libro digital en los últimos 12 meses, según región natural, 2022 – 2024 (Porcentaje).....	26
Gráfico N° 1.1.13 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún libro digital en los últimos 12 meses, según departamento, 2024 (Porcentaje).....	27
Gráfico N° 1.1.14 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún libro digital en los últimos 12 meses, según frecuencia de adquisición, 2024 (Porcentaje)	28
Gráfico N° 1.1.15 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún libro digital en los últimos 12 meses, según sexo, 2022 – 2024 (Porcentaje).....	29
Gráfico N° 1.1.16 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún libro digital en los últimos 12 meses, por grupos de edad, 2022 – 2024 (Porcentaje)	29
Gráfico N° 1.1.17 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún libro digital en los últimos 12 meses, por nivel educativo, 2024 (Porcentaje)	30
Gráfico N° 1.1.18 Población de 14 y más años de edad que no adquirió algún libro digital en los últimos 12 meses, según razón principal de no adquisición, 2024 (Porcentaje).....	31
Gráfico N° 1.2.1 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún periódico impreso en los últimos 12 meses, 2022 – 2024 (Porcentaje)	33
Gráfico N° 1.2.2 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún periódico impreso en los últimos 12 meses, según área de residencia, 2022 – 2024 (Porcentaje)	34
Gráfico N° 1.2.3 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún periódico impreso en los últimos 12 meses, según región natural, 2022 – 2024 (Porcentaje)	34

Gráfico N° 1.2.4 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún periódico impreso en los últimos 12 meses, según departamento, 2024 (Porcentaje).....	35
Gráfico N° 1.2.5 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún periódico impreso en los últimos 12 meses, según frecuencia de adquisición, 2024 (Porcentaje).....	36
Gráfico N° 1.2.6 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún periódico impreso en los últimos 12 meses, según sexo, 2022 – 2024 (Porcentaje).....	37
Gráfico N° 1.2.7 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún periódico impreso en los últimos 12 meses, por grupos de edad, 2022 – 2024 (Porcentaje)	37
Gráfico N° 1.2.8 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún periódico impreso en los últimos 12 meses, por nivel educativo, 2024 (Porcentaje)	38
Gráfico N° 1.2.9 Población de 14 y más años de edad que no adquirió algún periódico impreso en los últimos 12 meses, según razón principal de no adquisición, 2024 (Porcentaje)	39
Gráfico N° 1.2.10 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún periódico digital en los últimos 12 meses, 2022 – 2024 (Porcentaje)	40
Gráfico N° 1.2.11 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún periódico digital en los últimos 12 meses, según área de residencia, 2022 – 2024 (Porcentaje).....	41
Gráfico N° 1.2.12 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún periódico digital en los últimos 12 meses, según región natural, 2022 – 2024 (Porcentaje)	41
Gráfico N° 1.2.13 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún periódico digital en los últimos 12 meses, según departamento, 2024 (Porcentaje).....	42
Gráfico N° 1.2.14 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún periódico digital en los últimos 12 meses, 2024 (Porcentaje)	43
Gráfico N° 1.2.15 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún periódico digital en los últimos 12 meses, según sexo, 2022 – 2024 (Porcentaje)	44
Gráfico N° 1.2.16 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún periódico digital en los últimos 12 meses, por grupos de edad, 2022 – 2024 (Porcentaje).....	44
Gráfico N° 1.2.17 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún periódico digital en los últimos 12 meses, por nivel educativo, 2024 (Porcentaje).....	45
Gráfico N° 1.2.18 Población de 14 y más años de edad que no adquirió algún periódico digital en los últimos 12 meses, según razón principal de no adquisición, 2024 (Porcentaje).....	46
Gráfico N° 1.3.1 Población de 14 y más años de edad que adquirió música a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, 2022 – 2024 (Porcentaje)	48
Gráfico N° 1.3.2 Población de 14 y más años de edad que adquirió música a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, según área de residencia, 2022 – 2024 (Porcentaje).....	49
Gráfico N° 1.3.3 Población de 14 y más años de edad que adquirió música a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, según región natural, 2022 – 2024 (Porcentaje)	49
Gráfico N° 1.3.4 Población de 14 y más años de edad que adquirió música a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, según departamento, 2024 (Porcentaje)	50
Gráfico N° 1.3.5 Población de 14 y más años de edad que adquirió música a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, según frecuencia, 2024 (Porcentaje)....	51
Gráfico N° 1.3.6 Población de 14 y más años de edad que adquirió música a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, según sexo, 2022 – 2024 (Porcentaje)...	52
Gráfico N° 1.3.7 Población de 14 y más años de edad que adquirió música a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, por grupos de edad, 2022 – 2024 (Porcentaje)	52

Gráfico N° 1.3.8 Población de 14 y más años de edad que adquirió música a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, por nivel educativo, 2024 (Porcentaje)...	53
Gráfico N° 1.3.9 Población de 14 y más años de edad que no adquirió música a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, según razón principal de no adquisición, 2024 (Porcentaje)	54
Gráfico N° 1.3.10 Población de 14 y más años de edad que adquirió música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, 2022 – 2024 (Porcentaje).....	55
Gráfico N° 1.3.11 Población de 14 y más años de edad que adquirió música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, según área de residencia, 2022 – 2024 (Porcentaje).....	56
Gráfico N° 1.3.12 Población de 14 y más años de edad que adquirió música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, según región natural, 2022 – 2024 (Porcentaje)	56
Gráfico N° 1.3.13 Población de 14 y más años de edad que adquirió música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, según departamento, 2024 (Porcentaje)	57
Gráfico N° 1.3.14 Población de 14 y más años de edad que adquirió música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, según frecuencia, 2024 (Porcentaje).....	58
Gráfico N° 1.3.15 Población de 14 y más años de edad que adquirió música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, según sexo, 2022 – 2024 (Porcentaje).....	59
Gráfico N° 1.3.16 Población de 14 y más años de edad que adquirió música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, por grupos de edad, 2022 – 2024 (Porcentaje).....	59
Gráfico N° 1.3.17 Población de 14 y más años de edad que adquirió música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, por nivel educativo, 2024 (Porcentaje)...	60
Gráfico N° 1.3.18 Población de 14 y más años de edad que no adquirió música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, según razón principal de no adquisición, 2024 (Porcentaje)	61
Gráfico N° 1.4.1 Población de 14 y más años de edad que adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, 2022 – 2024 (Porcentaje)	63
Gráfico N° 1.4.2 Población de 14 y más años de edad que adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, según área de residencia, 2022 – 2024 (Porcentaje)	64
Gráfico N° 1.4.3 Población de 14 y más años de edad que adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, según región natural, 2022 – 2024 (Porcentaje)	64
Gráfico N° 1.4.4 Población de 14 y más años de edad que adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, según departamento, 2024 (Porcentaje)	65
Gráfico N° 1.4.5 Población de 14 y más años de edad que adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, según frecuencia, 2024 (Porcentaje)	66
Gráfico N° 1.4.6 Población de 14 y más años de edad que adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, según sexo, 2022 – 2024 (Porcentaje)	67
Gráfico N° 1.4.7 Población de 14 y más años de edad que adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, por grupos de edad, 2022 – 2024 (Porcentaje)	67

Gráfico N° 1.4.8 Población de 14 y más años de edad que adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, por nivel educativo, 2024 (Porcentaje)	68
Gráfico N° 1.4.9 Población de 14 y más años de edad que no adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, según razón principal de no adquisición, 2024 (Porcentaje)	69
Gráfico N° 1.4.10 Población de 14 y más años de edad que adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, 2022 – 2024 (Porcentaje).	70
Gráfico N° 1.4.11 Población de 14 y más años de edad que adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, según área de residencia, 2022 – 2024 (Porcentaje)	71
Gráfico N° 1.4.12 Población de 14 y más años de edad que adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, según región natural, 2022 – 2024 (Porcentaje)	71
Gráfico N° 1.4.13 Población de 14 y más años de edad que adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, según departamento, 2024 (Porcentaje)	72
Gráfico N° 1.4.14 Población de 14 y más años de edad que adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, según frecuencia, 2024 (Porcentaje)	73
Gráfico N° 1.4.15 Población de 14 y más años de edad que adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, según sexo, 2022 – 2024 (Porcentaje)	74
Gráfico N° 1.4.16 Población de 14 y más años de edad que adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, por grupos de edad, 2022 – 2024 (Porcentaje)	74
Gráfico N° 1.4.17 Población de 14 y más años de edad que adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, por nivel educativo, 2024 (Porcentaje)	75
Gráfico N° 1.4.18 Población de 14 y más años de edad que no adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, según razón principal de no adquisición, 2024 (Porcentaje)	76
Gráfico N° 1.5.1 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún videojuego desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, 2022 – 2024 (Porcentaje)	78
Gráfico N° 1.5.2 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún videojuego desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, según área de residencia, 2022 – 2024 (Porcentaje)	79
Gráfico N° 1.5.3 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún videojuego desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, según región natural, 2022 – 2024 (Porcentaje)	79
Gráfico N° 1.5.4 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún videojuego desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, según departamento, 2024 (Porcentaje)	80
Gráfico N° 1.5.5 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún videojuego desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, según frecuencia, 2024 (Porcentaje)	81
Gráfico N° 1.5.6 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún videojuego desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, según sexo, 2022 – 2024 (Porcentaje)	82

Gráfico N° 1.5.7 Población de 14 y más años de edad que adquirió videojuegos a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, por grupos de edad, 2022 – 2024 (Porcentaje)	82
Gráfico N° 1.5.8 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún videojuego desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, por nivel educativo, 2024 (Porcentaje)	83
Gráfico N° 1.5.9 Población de 14 y más años de edad que no adquirió algún videojuego desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, según razón principal de no adquisición, 2024 (Porcentaje)	84
Gráfico N° 1.5.10 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún videojuego a través de la modalidad multijugador en línea en los últimos 12 meses, 2022 – 2024 (Porcentaje).....	85
Gráfico N° 1.5.11 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún videojuego a través de la modalidad multijugador en línea en los últimos 12 meses, según área de residencia, 2022 – 2024 (Porcentaje)	86
Gráfico N° 1.5.12 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún videojuego a través de la modalidad multijugador en línea en los últimos 12 meses, según región natural, 2022 – 2024 (Porcentaje)	86
Gráfico N° 1.5.13 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún videojuego a través de la modalidad multijugador en línea en los últimos 12 meses, según departamento, 2024 (Porcentaje)	87
Gráfico N° 1.5.14 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún videojuego a través de la modalidad multijugador en línea en los últimos 12 meses, según frecuencia, 2024 (Porcentaje)	88
Gráfico N° 1.5.15 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún videojuego a través de la modalidad multijugador en línea en los últimos 12 meses, según sexo, 2022 – 2024 (Porcentaje)	89
Gráfico N° 1.5.16 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún videojuego a través de la modalidad multijugador en línea en los últimos 12 meses, por grupos de edad, 2022 – 2024 (Porcentaje)	89
Gráfico N° 1.5.17 Población de 14 y más años de edad que adquirió algún videojuego a través de la modalidad multijugador en línea en los últimos 12 meses, por nivel educativo, 2024 (Porcentaje)	90
Gráfico N° 1.5.18 Población de 14 y más años de edad que no adquirió algún videojuego a través de la modalidad multijugador en línea en los últimos 12 meses, según razón principal de no adquisición, 2024 (Porcentaje)	91
Gráfico N° 1.6.1 Población de 14 y más años de edad que adquirió productos artesanales en los últimos 12 meses, 2022 – 2024 (Porcentaje)	93
Gráfico N° 1.6.2 Población de 14 y más años de edad que adquirió productos artesanales en los últimos 12 meses, según área de residencia, 2022 – 2024 (Porcentaje)	94
Gráfico N° 1.6.3 Población de 14 y más años de edad que adquirió productos artesanales en los últimos 12 meses, según región natural, 2022 – 2024 (Porcentaje).....	94
Gráfico N° 1.6.4 Población de 14 y más años de edad que adquirió productos artesanales en los últimos 12 meses, según departamento, 2024	95
Gráfico N° 1.6.5 Población de 14 y más años de edad que adquirió productos artesanales en los últimos 12 meses, según frecuencia, 2024 (Porcentaje)	96
Gráfico N° 1.6.6 Población de 14 y más años de edad que adquirió productos artesanales en los últimos 12 meses, según sexo, 2022 – 2024 (Porcentaje)	97
Gráfico N° 1.6.7 Población de 14 y más años de edad que adquirió productos artesanales en los últimos 12 meses, por grupos de edad, 2022 – 2024 (Porcentaje)	97

Gráfico N° 1.6.8 Población de 14 y más años de edad que adquirió productos artesanales en los últimos 12 meses, por nivel educativo, 2024 (Porcentaje)	98
Gráfico N° 1.6.9 Población de 14 y más años de edad que no adquirió productos artesanales en los últimos 12 meses, según razón principal de no adquisición, 2024 (Porcentaje)	99
Gráfico N° 1.7.1 Población de 14 y más años de edad que adquirió obras de arte en los últimos 12 meses, 2022 – 2024 (Porcentaje)	101
Gráfico N° 1.7.2 Población de 14 y más años de edad que adquirió obras de arte en los últimos 12 meses, según área de residencia, 2022 – 2024 (Porcentaje)	102
Gráfico N° 1.7.3 Población de 14 y más años de edad que adquirió obras de arte en los últimos 12 meses, según región natural, 2022 – 2024 (Porcentaje)	102
Gráfico N° 1.7.4 Población de 14 y más años de edad que adquirió obras de arte en los últimos 12 meses, según departamento, 2024 (Porcentaje)	103
Gráfico N° 1.7.5 Población de 14 y más años de edad que adquirió obras de arte en los últimos 12 meses, según frecuencia, 2024 (Porcentaje)	104
Gráfico N° 1.7.6 Población de 14 y más años de edad que adquirió obras de arte en los últimos 12 meses, según sexo, 2022 – 2024 (Porcentaje)	105
Gráfico N° 1.7.7 Población de 14 y más años de edad que adquirió obras de arte en los últimos 12 meses, por grupos de edad, 2022 – 2024 (Porcentaje)	105
Gráfico N° 1.7.8 Población de 14 y más años de edad que adquirió obras de arte en los últimos 12 meses, por nivel educativo, 2024 (Porcentaje)	106
Gráfico N° 1.7.9 Población de 14 y más años de edad que no adquirió obras de arte en los últimos 12 meses, según razón principal de no adquisición, 2024 (Porcentaje)	107

Introducción

El Ministerio de Cultura (MINCUL) es el organismo del Estado peruano encargado de asegurar que la cultura sea accesible y valorada por todos los peruanos. Fue creado por la Ley N.º 29565¹, la cual le otorga competencia exclusiva para diseñar, poner en marcha y vigilar las políticas culturales en todo el país. Esta tarea cobra mayor relevancia teniendo en cuenta la Política Nacional de Cultura al 2030², la cual advierte que el ejercicio de los derechos culturales sigue siendo limitado y pide acciones coordinadas para ampliar el acceso y participación de la ciudadanía en los diversos bienes culturales.

En este contexto, el monitoreo y la difusión de información sobre la adquisición u obtención de bienes culturales son elementos relevantes para el sector. La Encuesta Nacional de Programas Presupuestales (ENAPRES), ejecutada por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI); desde 2016³ dentro de uno de sus capítulos, mide la proporción de personas que adquieren u obtienen un bien cultural dentro del país. Dicha información permite conocer con qué frecuencia las personas acceden a estos bienes y cuáles son las brechas existentes.

Estas preguntas son dirigidas a la población de 14 años o más, para conocer si adquirió u obtuvo algún bien cultural en los últimos 12 meses. Se miden 16 bienes culturales en esta encuesta, los cuales comprenden: Libros impresos, Libros digitales, Periódico impreso, Periódico digital, Revistas y/o magazines, Revistas y/o magazines digitales, Música obtenida a través de descarga o acceso por internet, Música a través de CDs, BLU-RAY u otros dispositivos, Películas y otros contenidos de video a través de descarga o acceso por Internet, Películas y otros contenidos de video a través de CDs, BLU-RAY u otros dispositivos, Videojuegos para dispositivos móviles descargados o accedidos por internet, Videojuegos multijugador en línea descargados o accedidos por internet, Videojuegos a través de CDs, BLU-RAY u otros dispositivos, Obras de arte (pintura, escultura, grabado, fotografía, etc.), Productos artesanales y Otros productos culturales.

En este documento, se han abordado 12 de los 16 bienes culturales medidos en la ENAPRES. Estos 12 bienes culturales fueron seleccionados teniendo en cuenta el mayor porcentaje de adquisición del bien y/o su alineamiento a los objetivos prioritarios OP2⁴, OP3⁵, OP4⁶ y OP5⁷ de la Política Nacional de Cultura.

La presente publicación, elaborada por el Ministerio de Cultura del Perú a partir de los resultados de la ENAPRES 2022–2024, tiene como finalidad analizar de manera técnica y accesible la adquisición de bienes culturales a nivel nacional. Al identificar las brechas existentes, se constituye como una herramienta fundamental para investigadores y formuladores de políticas, reafirmando el compromiso del Estado de garantizar que la cultura sea un derecho accesible para toda la ciudadanía.

¹ Publicada el 21 de julio de 2010.

² Publicada el 21 de julio de 2020.

³ La ENAPRES se aplica a nivel nacional, tanto en zonas urbanas como rurales, desde el año 2010. A partir del 2016, la encuesta incorporó un capítulo específico para medir el acceso de la población al patrimonio, servicios y bienes culturales.

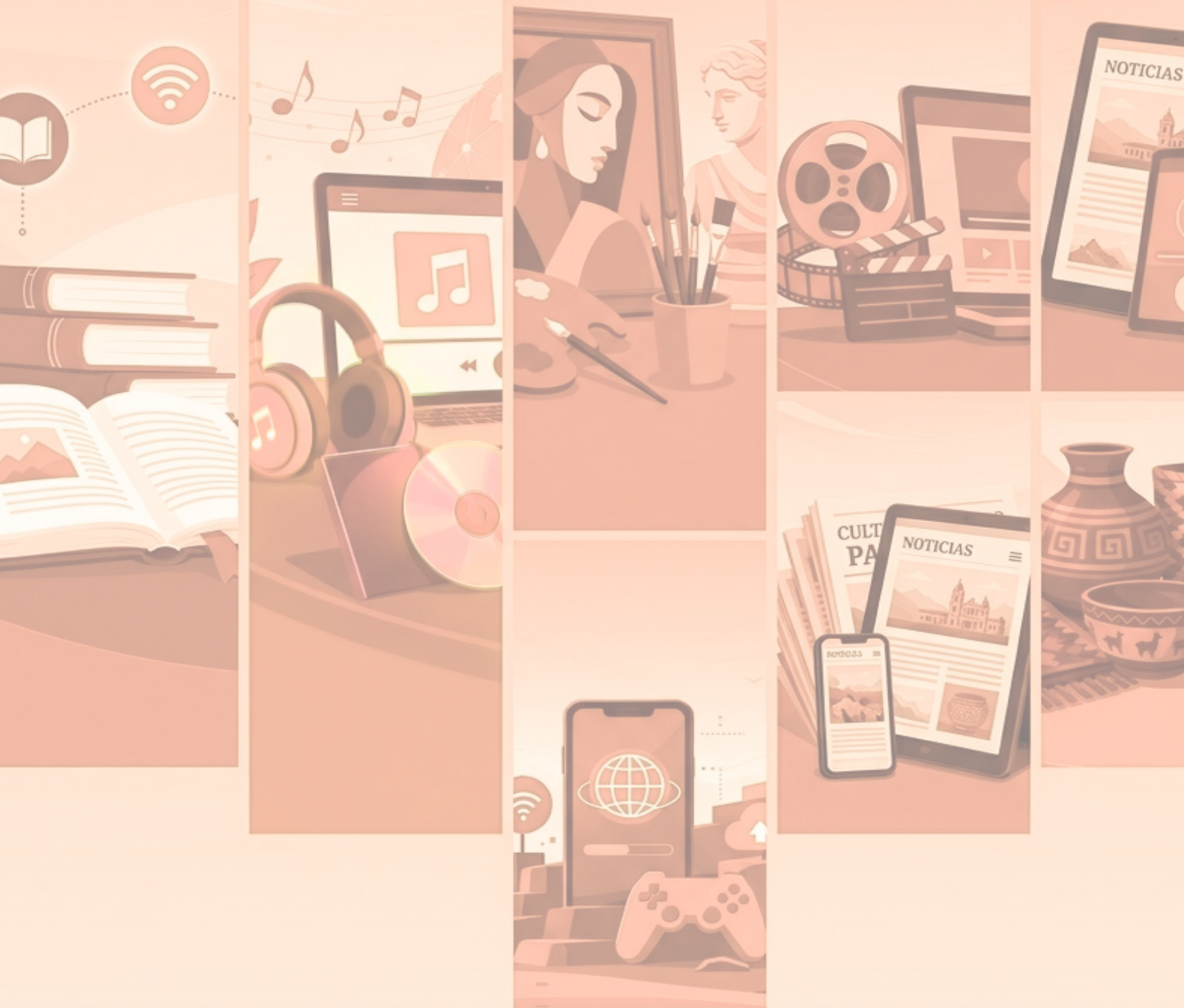
⁴ OP2: Incrementar la participación de la población en las expresiones artístico – culturales.

⁵ OP3: Fortalecer el desarrollo sostenible de las artes e industrias culturales y creativas

⁶ OP4: Fortalecer la valoración del patrimonio cultural

⁷ OP5: Fortalecer la protección y salvaguardia del patrimonio cultural para su uso social

Bienes Culturales



Los bienes culturales son aquellos bienes muebles material e inmaterial original que reúne valor estético, histórico o intelectual relevante como producto de la creatividad humana en cualquiera de las manifestaciones científicas, artísticas y literarias.

Libros



Libro Impreso

Es un medio a través del cual el autor comunica su obra con el fin de transmitir conocimientos, opiniones, experiencias y/o creaciones científicas, artísticas o literarias. El libro impreso, puede ser obtenido o adquirido, sin costo o adquirido a través de un pago⁸.

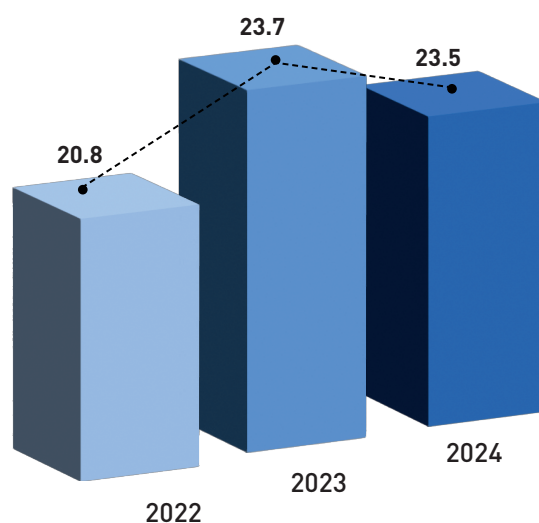
1.1.1.1. Adquisición de libro impreso

1.1.1.1.1. A nivel nacional

A nivel nacional, la adquisición de libros impresos por parte de la población de 14 a más años de edad mostró un aumento significativo al inicio del periodo 2022-2024. El indicador ascendió del 20.8 % en el 2022 al 23.7 % en el 2023, para luego mantenerse en un 23.5 % al cierre del 2024. Estos resultados evidencian que casi una cuarta parte de la población nacional adquirió al menos un libro impreso en el último año.

Gráfico N° 1.1.1

Población de 14 y más años de edad que adquirió algún libro impreso en los últimos 12 meses, 2022 – 2024
(Porcentaje)



Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

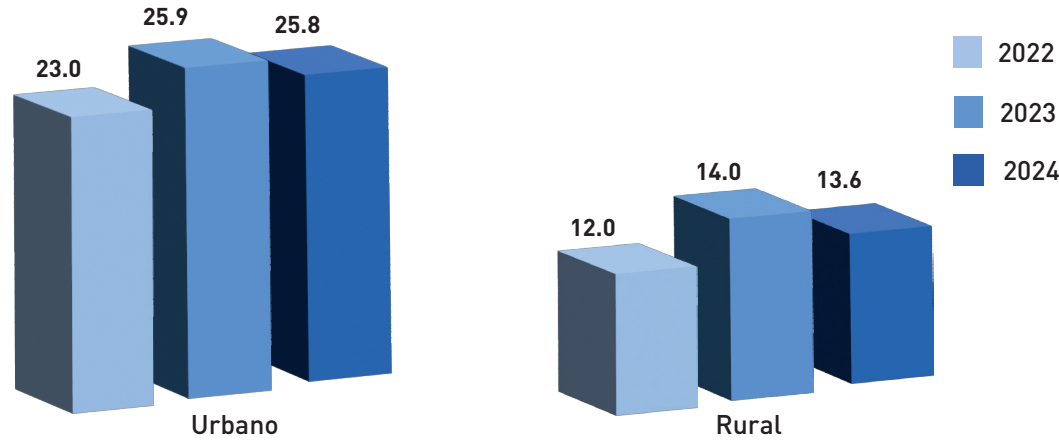
1.1.1.1.2. Adquisición de libro impreso según área de residencia

La brecha en el acceso a libros impresos según área de residencia se mantuvo durante el 2022-2024. Mientras que en el área urbana aproximadamente uno de cada cuatro ciudadanos (25.8 %) adquirió este bien cultural en los últimos doce meses al cierre del periodo, en el área rural la cifra alcanzó al 13.6 % de la población. Cabe destacar que ambas áreas alcanzaron sus niveles máximos de adquisición en el año 2023, con un 25.9 % y 14.0 %, respectivamente.

⁸ Definición extraída del Anexo: Fichas Metodológicas, Indicador N° 01 de la presente publicación.

Gráfico N° 1.1.2

Población de 14 y más años de edad que adquirió algún libro impreso en los últimos 12 meses, según área de residencia, 2022 – 2024
(Porcentaje)



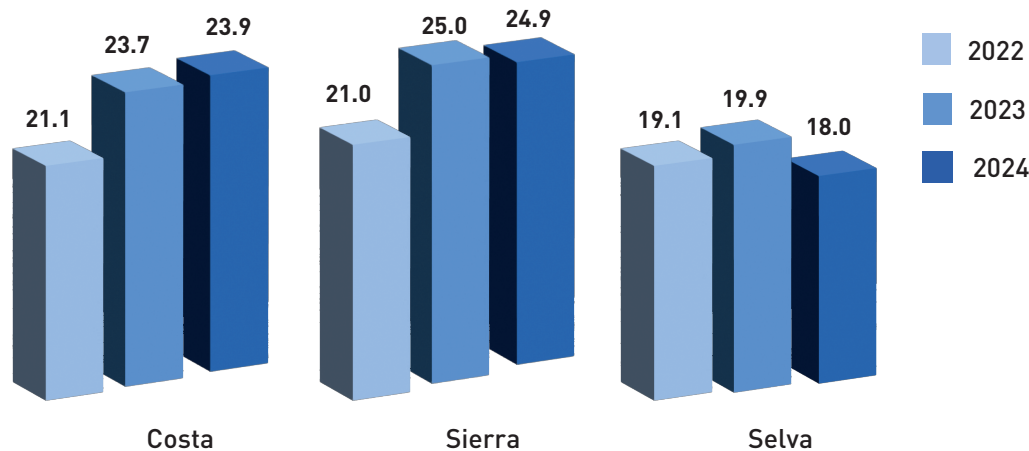
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.1.1.1.3. Adquisición de libro impreso según región natural

Durante el 2022-2024, las regiones Costa y Sierra lideraron la adquisición de libros impresos a nivel nacional. La Sierra destacó por alcanzar el porcentaje más alto del periodo en el año 2023 (25.0 %), mientras que la Costa cerró el 2024 con un 23.9 %. En la región Selva, si bien se inició el periodo con un 19.1 %, al cierre del 2024 se registró la cifra más baja con un 18.0 %, lo que evidencia una brecha regional que se ha acentuado en el último año.

Gráfico N° 1.1.3

Población de 14 y más años de edad que adquirió algún libro impreso en los últimos 12 meses, según región natural, 2022 – 2024
(Porcentaje)



Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

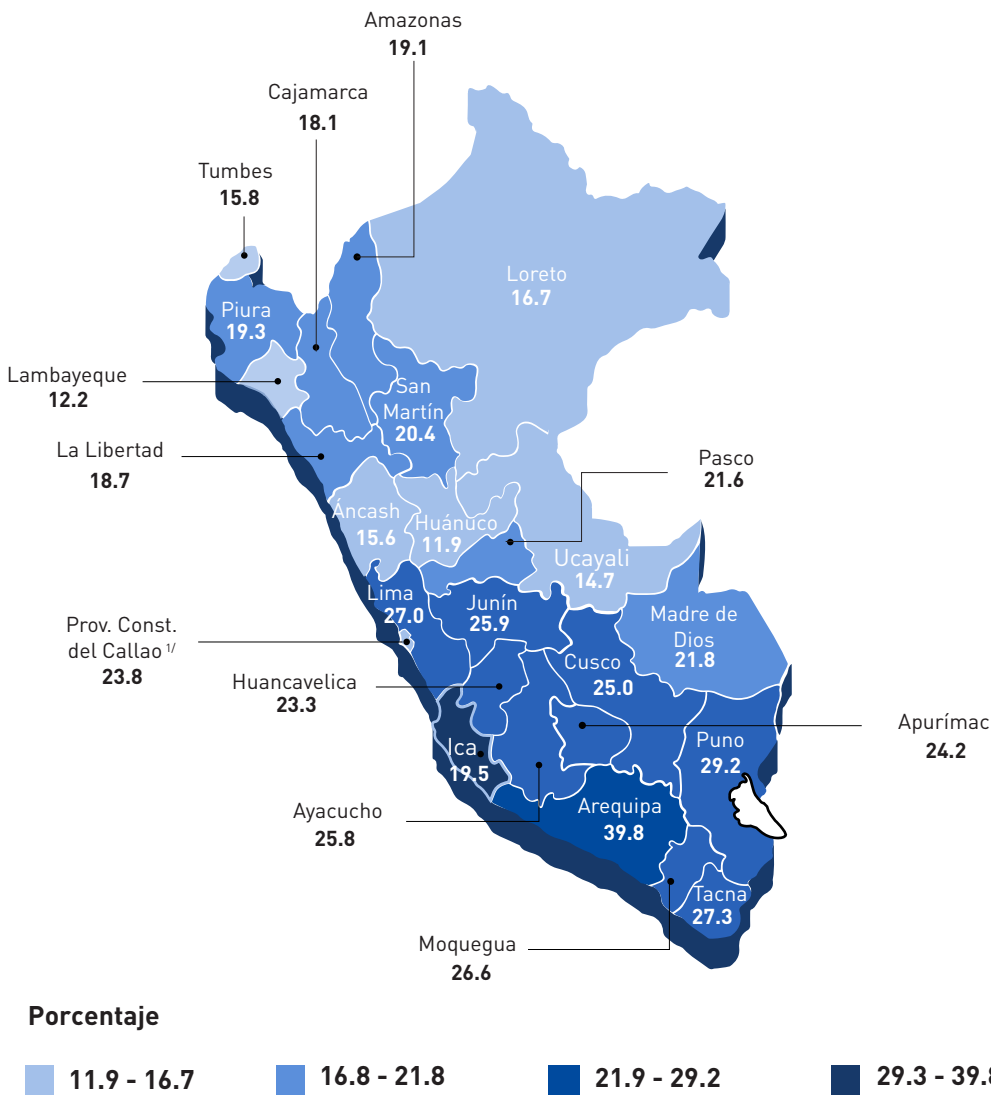
1.1.1.1.4. Adquisición de libro impreso según departamento

En 2024, varios departamentos de la zona sur del país lideran en la adquisición de libros impresos. Arequipa destaca como el departamento con mayor proporción de población que adquirió libros impresos (39.8 %), superando ampliamente el porcentaje nacional (23.5 %) de peruanos de 14 años a más que realizaron este tipo de adquisición.

Por otra parte, la región central presenta cifras cercanas al promedio nacional, con departamentos como, por ejemplo, Junín (25.9 %), Ayacucho (25.8 %) y Huancavelica (23.3 %). No obstante, existe el desafío de fomentar la lectura en departamentos como Ucayali (14.7 %), Lambayeque (12.2 %) y Huánuco (11.9 %), que reportan los indicadores más discretos del periodo.

Gráfico N° 1.1.4

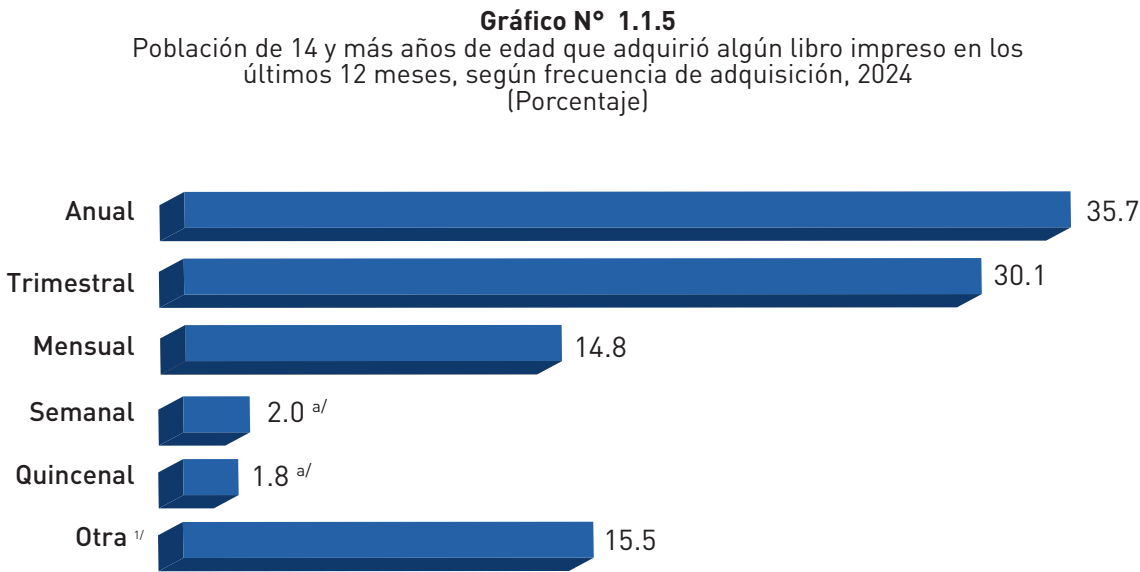
Población de 14 y más años de edad que adquirió algún libro impreso en los últimos 12 meses, según departamento, 2024
(Porcentaje)



Nota: ^{1/} Se considera a la Provincia Constitucional del Callao con fines comparativos.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.1.1.1.5. Frecuencia de adquisición de libro impreso

Los resultados de 2024 revelan que el hábito de adquisición de libros impresos en el país es principalmente de carácter anual. El 35.7 % de los ciudadanos que compraron libros lo hizo una vez al año, seguido por un 30.1 % que realizó adquisiciones cada tres meses. Por el contrario, las adquisiciones con periodicidad de corto plazo presentan valores reducidos, destacando la frecuencia Mensual con un 14.8 %, mientras que las obtenciones semanales o quincenales no superan el 2.0 % en cada caso.



Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.
^{1/} Otra, incluye: Semestral, por única vez, tres veces al año, entre otros.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

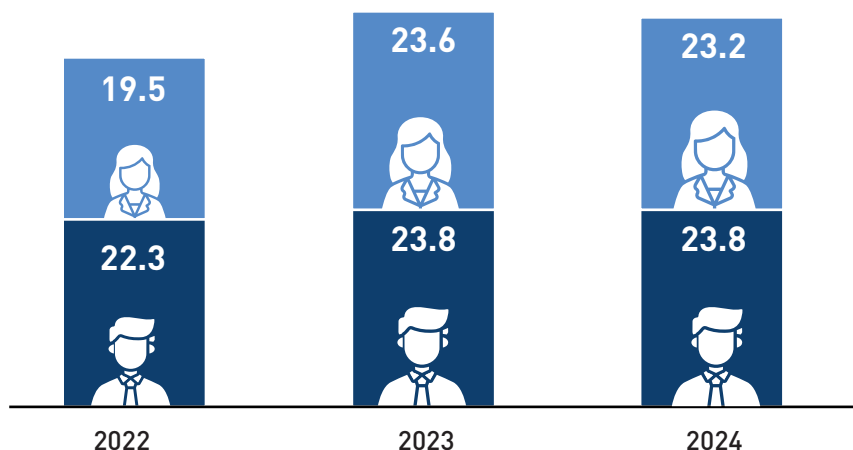
1.1.1.2. Características de la población que adquirió algún libro impreso

1.1.1.2.1. Adquisición de libro impreso según sexo

Durante el periodo 2022-2024, tanto hombres como mujeres mostraron un incremento en la adquisición de libros impresos. Los hombres mantuvieron un crecimiento sostenido, manteniéndose en un 23.8 % en los últimos dos años. Por su parte, las mujeres registraron el avance más notable del periodo, pasando de un 19.5 % en 2022 a un 23.2 % en 2024.

Gráfico N° 1.1.6

Población de 14 y más años de edad que adquirió algún libro impreso en los últimos 12 meses, según sexo, 2022 – 2024
(Porcentaje)



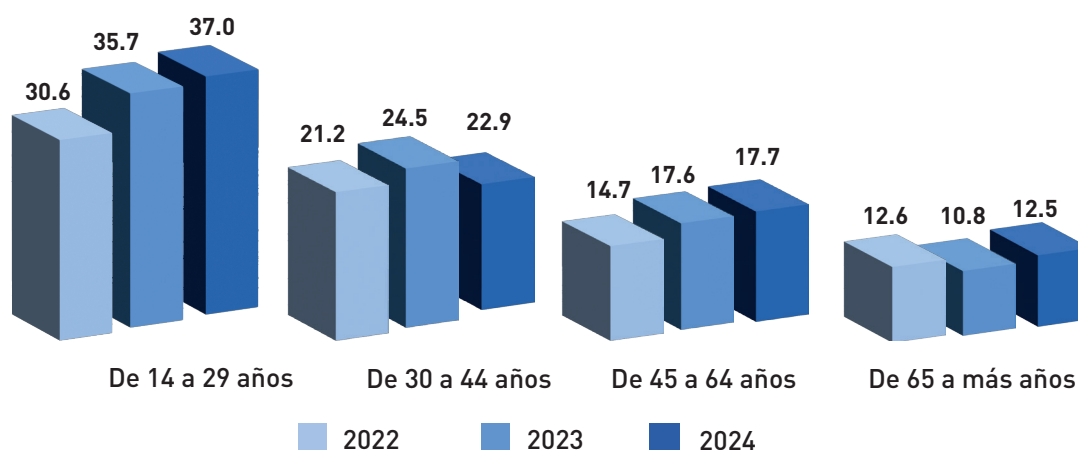
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.1.1.2.2. Adquisición de libro impreso por grupo de edad

La adquisición de libros impresos en 2024 revela una marcada diferencia generacional. El grupo de 14 a 29 años lidera ampliamente con un 37.0 %, consolidando un crecimiento constante desde el 2022 (30.6 %). Esta cifra es casi el triple de lo registrado por la población de 65 a más años, que alcanza un 12.5 %. Por otra parte, los grupos de edad intermedia presentan comportamientos diferenciados: mientras que el segmento de 30 a 44 años experimentó una ligera disminución con respecto al año previo para situarse en 22.9 %, el grupo de 45 a 64 años se mantuvo casi constante con un 17.7 %.

Gráfico N° 1.1.7

Población de 14 y más años de edad que adquirió algún libro impreso en los últimos 12 meses, por grupos de edad, 2022 – 2024
(Porcentaje)



Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.1.1.2.3. Adquisición de libro impreso por nivel educativo

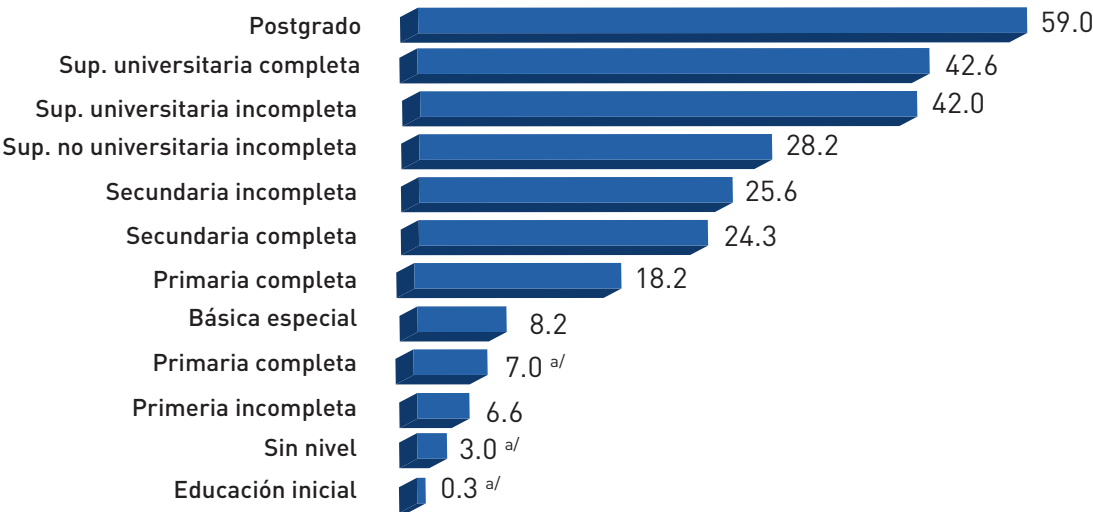
Entre 2022 y 2024, la obtención de libros impresos evidenció una brecha según el nivel educativo. Las personas con nivel de Postgrado fueron la que más adquirieron con un 59.0 % en 2024, seguido por la Superior Universitaria (completa 42.6 % e incompleta 42.0 %), sectores que muestran una tendencia creciente. Por otro lado, en niveles de educación básica, los porcentajes son menores, como en Primaria Completa, donde solo alcanzó el 8.2 %. Estos resultados indican que el acceso a libros físicos está vinculado a una mayor formación académica.

Cuadro N° 1.1.1
Población de 14 y más años de edad que adquirió algún libro impreso en los últimos 12 meses, por nivel educativo, 2022 – 2024
(Porcentaje)

NIVEL EDUCATIVO	Año		
	2022	2023	2024
Postgrado	54.1	60.2	59.0
Superior universitaria completa	38.1	39.4	42.6
Superior universitaria incompleta	37.1	41.0	42.0
Superior no universitaria completa	26.5	27.4	28.2
Superior no universitaria incompleta	24.5	29.6	25.6
Básica Especial	1.8 ^{a/}	8.4 ^{a/}	7.0 ^{a/}
Secundaria completa	17.7	20.5	18.2
Secundaria incompleta	20.9	25.1	24.3
Primaria completa	7.7	7.9	8.2
Primaria incompleta	5.0	5.4	6.6
Educación inicial	26.0 ^{a/}	1.3 ^{a/}	0.3 ^{a/}
Sin nivel	1.0 ^{a/}	1.5 ^{a/}	3.0 ^{a/}

Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Gráfico N° 1.1.8
Población de 14 y más años de edad que adquirió algún libro impreso en los últimos 12 meses, por nivel educativo, 2024
(Porcentaje)



Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.1.1.3. Motivo de la no adquisición de libros impresos

Según la Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, durante el periodo 2022–2024, la falta de interés fue la principal razón por la cual las personas de 14 años o más no compraron libros impresos. Así también, se mencionó la falta de dinero, seguido de la falta de información oportuna e inexistencia de ofertas, estos dos últimos motivos presentaron un bajo porcentaje de respuesta.

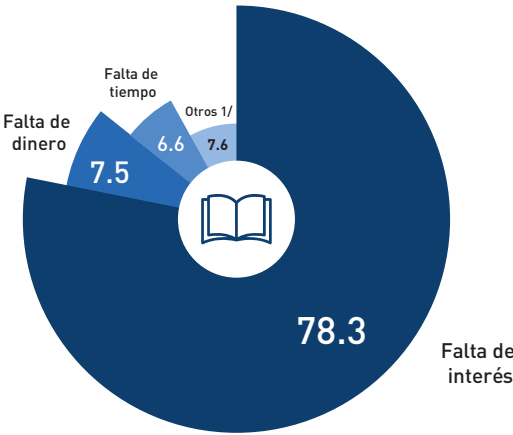
En 2024, el 78.3 % mencionó la falta de interés como motivo de no adquisición, seguido por la falta de dinero (7.5 %), la falta de tiempo (6.6 %), no hay ofertas (2.4 %) y No tiene información oportuna (0.7 %).

Cuadro N° 1.1.2
Población de 14 y más años de edad que no adquirió algún libro impreso en los últimos 12 meses, según razón principal de no adquisición, 2022 – 2024
(Porcentaje)

RAZÓN PRINCIPAL DE LA NO ADQUISICIÓN	Año		
	2022	2023	2024
Falta de interés	77.9	76.9	78.3
Falta de dinero	8.0	7.9	7.5
Falta de tiempo	7.0	6.5	6.6
No hay ofertas	2.5	2.7	2.4
No tiene información oportuna	0.5	0.5	0.7 ^{a/}
Otra ^{1/}	4.1	5.5	4.6

Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15%.
^{1/} Otra, incluye: no sabe leer y escribir, accede por internet, por su salud, entre otros.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Gráfico N° 1.1.9
Población de 14 y más años de edad que no adquirió algún libro impreso en los últimos 12 meses, según razón principal de no adquisición, 2024
(Porcentaje)



Nota: ^{1/} Otros, incluye: no hay ofertas, no tiene información oportuna, no sabe leer y escribir, accede por internet, por su salud, entre otros.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

LIBRO DIGITAL

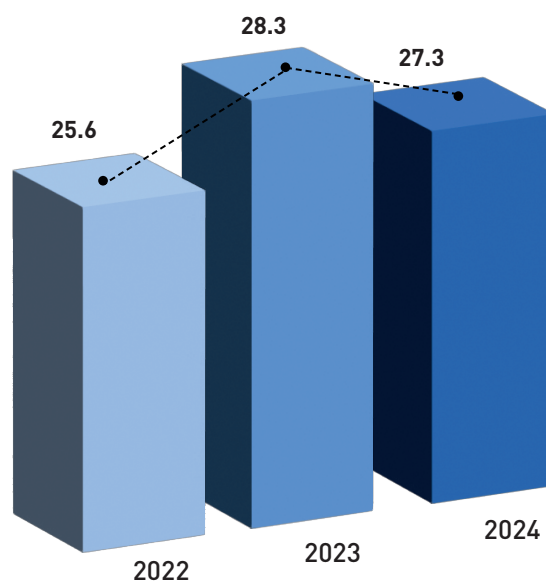
Libros editados y reproducidos por medios electrónicos para su transmisión, utilización y explotación total o parcial a través de internet u otras vías informáticas. Puede ser obtenido o adquirido, sin costo o adquirido a través de un pago⁹.

1.1.2.1. Adquisición de libro digital

1.1.2.1.1. A nivel nacional

En el periodo 2022-2024, la adquisición de libros digitales a nivel nacional mostró una evolución creciente y decreciente. En el año 2022, el 25.6 % de la población 14 y más años de edad declaró haber obtenido este bien cultural, cifra que experimentó un crecimiento importante en 2023 al alcanzar el 28.3 %. No obstante, al cierre de 2024 se registró una ligera disminución, situándose en 27.3 %. A pesar de este cambio reciente, el indicador mantiene un nivel superior al reportado al inicio del trienio, consolidando al formato digital como una alternativa relevante.

Gráfico N° 1.1.10
Población de 14 y más años de edad que adquirió algún libro digital
en los últimos 12 meses, 2022 – 2024
(Porcentaje)



Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

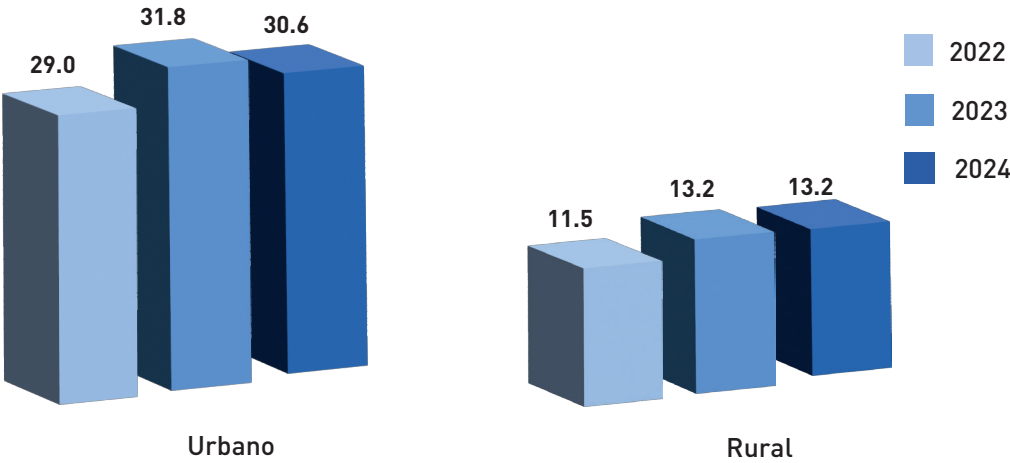
1.1.2.1.2. Adquisición de libro digital según área de residencia

De acuerdo a los resultados de la Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, en 2024, la adquisición de libros digitales en el Perú se caracterizó por una marcada diferenciación según área de residencia: mientras que en el área urbana 3 de cada 10 personas (30.6 %) accedieron a este bien cultural, en el área rural la cifra alcanzó al 13.2 %. Además, en ambos ámbitos mostraron su mayor nivel de adquisición en el año 2023 (31.8 % y 13.2 % respectivamente).

⁹ Definición extraída del Anexo: Fichas Metodológicas, Indicador N° 04 de la presente publicación.

Gráfico N° 1.1.11

Población de 14 y más años de edad que adquirió algún libro digital en los últimos 12 meses, según área de residencia, 2022 – 2024 (Porcentaje)



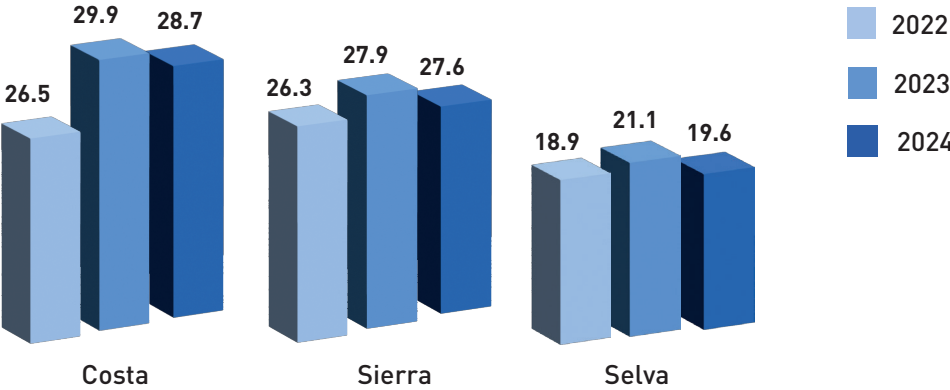
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.1.2.1.3. Adquisición de libro digital según región natural

Durante el periodo 2022-2024, la adquisición de libros digitales evidencia una diferencia entre las regiones naturales del país. En el 2024, la Costa (28.7 %) y la Sierra (27.6 %) presentan niveles de obtención similares, superando a la Selva, donde la adquisición se sitúa en 19.6 %. Esta diferencia de aproximadamente 9 puntos porcentuales respecto a la Costa subraya la necesidad de observar los factores de acceso y conectividad que influyen en el consumo de bienes culturales digitales en la Amazonía peruana.

Gráfico N° 1.1.12

Población de 14 y más años de edad que adquirió algún libro digital en los últimos 12 meses, según región natural, 2022 – 2024 (Porcentaje)

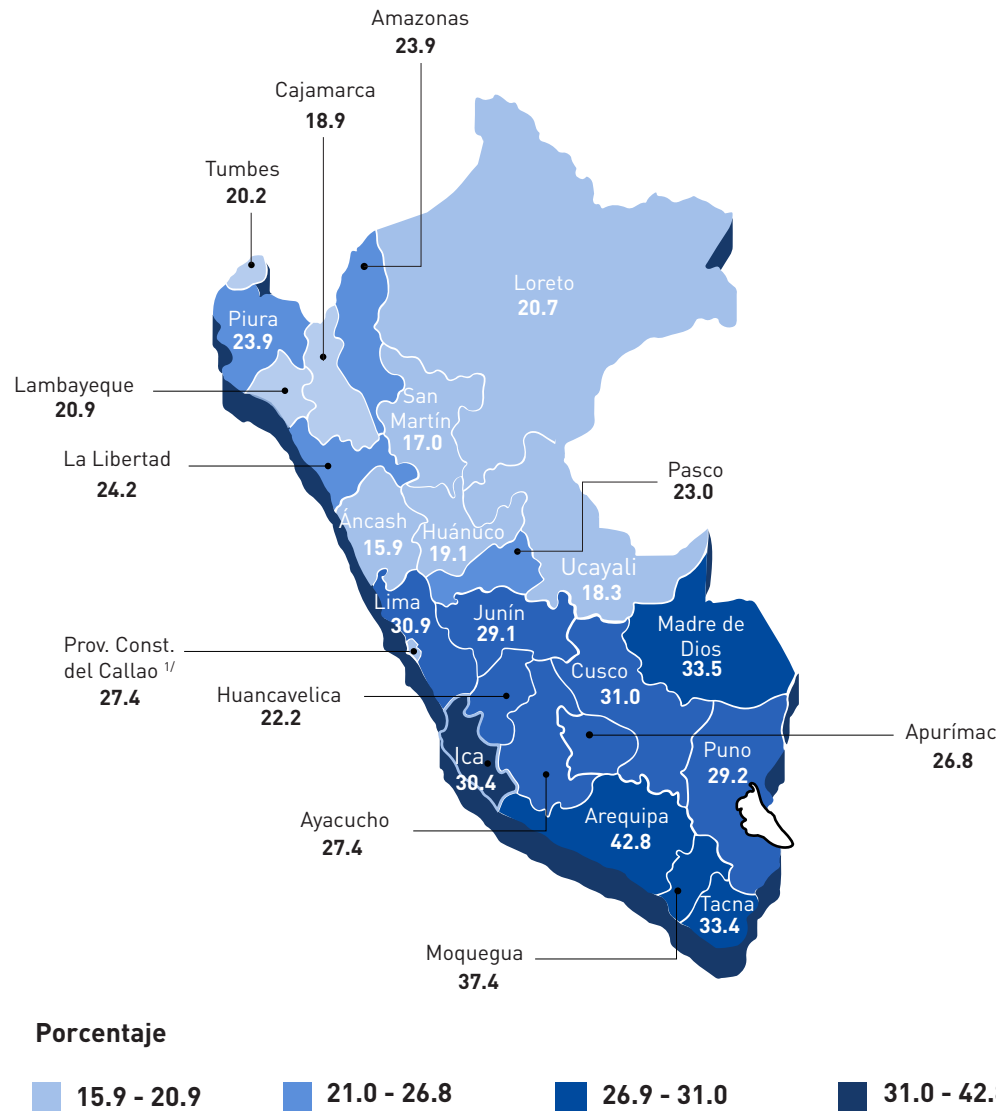


Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.1.2.1.4. Adquisición de libro digital según departamento

En 2024, los departamentos del interior superan a la capital en la adquisición del formato digital. Mientras que en Lima y la Provincia Constitucional del Callao el porcentaje de obtención se sitúa en 30.9 % y 27.4 % respectivamente, departamentos como Arequipa (42.8 %), Moquegua (37.4 %) y Madre de Dios (33.5 %) reportan cifras significativamente más altas. Por otro lado, un grupo de departamentos del centro y oriente, incluyendo a Huánuco (19.1 %), Cajamarca (18.9 %) y Ucayali (18.3 %), tienen cifras con respecto al libro digital debajo del 20 %.

Gráfico N° 1.1.13
Población de 14 y más años de edad que adquirió algún libro digital en los últimos 12 meses, según departamento, 2024
(Porcentaje)



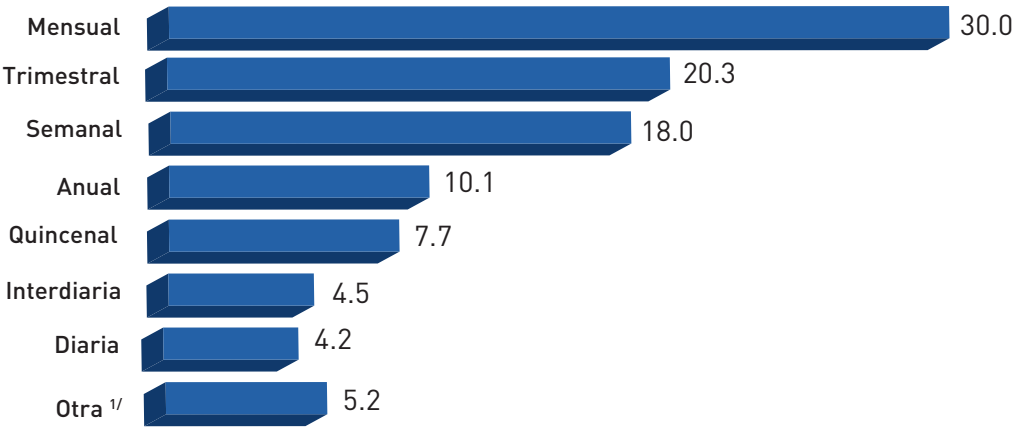
Nota: ^{1/} Se considera a la Provincia Constitucional del Callao con fines comparativos.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.1.2.1.5. Frecuencia de adquisición de libro digital

Los resultados de la Encuesta Nacional de Programas Presupuestales 2024 respecto a la frecuencia de adquisición de libros digitales revelan que el formato digital es consumido principalmente de manera periódica pero no diaria. La frecuencia mensual presenta el mayor valor del indicador (30.0 %). Por otro lado, es relevante observar que la frecuencia semanal (18.0 %) supera significativamente a la adquisición anual (10.1 %), lo que indica que el libro digital fomenta un hábito de retorno más frecuente en comparación con el libro impreso tradicional.

Gráfico N° 1.1.14

Población de 14 y más años de edad que adquirió algún libro digital en los últimos 12 meses, según frecuencia de adquisición, 2024 (Porcentaje)



Nota: ^{1/} Otra, incluye: Semestral, por única vez, bimestral, entre otros.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

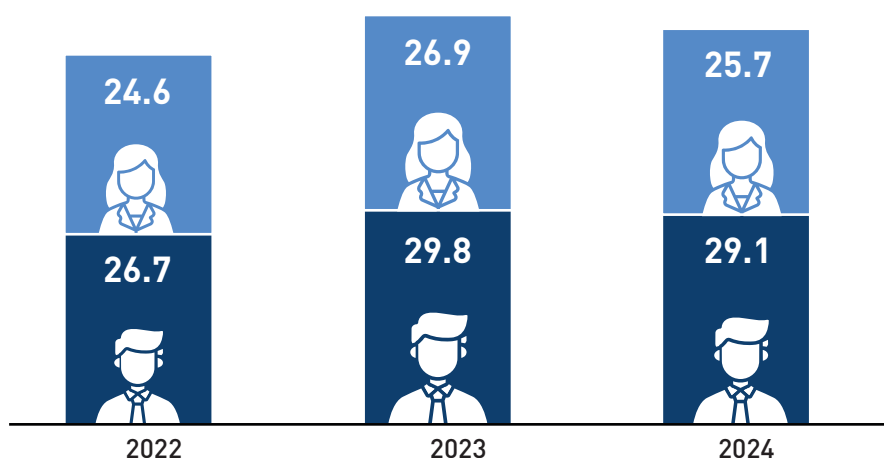
1.1.2.2. Características de la población que adquirió algún libro digital

1.1.2.2.1. Adquisición de libro digital según sexo

Según la Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, durante el periodo 2022-2024, los hombres presentaron una mayor proporción de adquisición de libros digitales que las mujeres. En 2024, el 29.1 % de los hombres reportó haber obtenido libros en este formato, superando en 3 puntos porcentuales al grupo femenino, que se situó en un 25.7 %. Si bien ambos grupos alcanzaron sus niveles máximos de consumo en el año 2023 (29.8 % y 26.9% respectivamente), la diferencia en la obtención de este bien cultural se ha mantenido relativamente constante.

Gráfico N° 1.1.15

Población de 14 y más años de edad que adquirió algún libro digital en los últimos 12 meses, según sexo, 2022 – 2024
(Porcentaje)



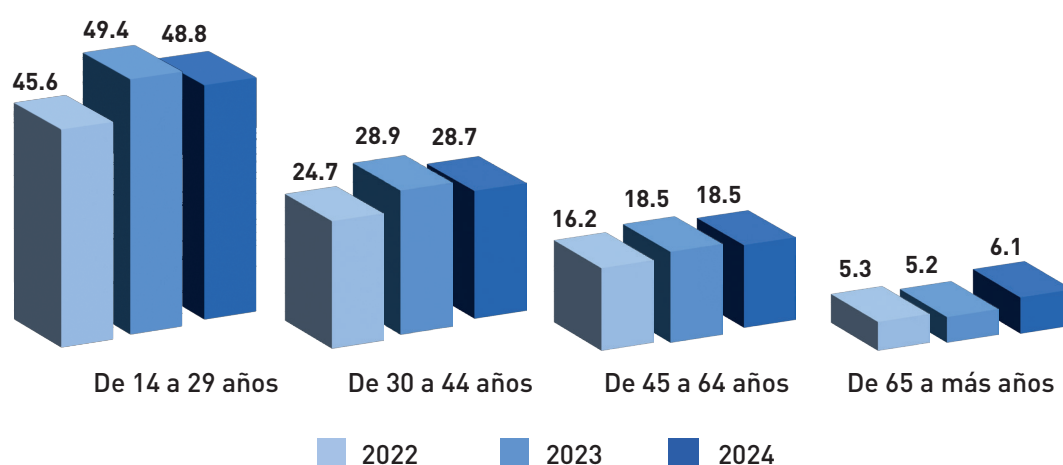
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.1.2.2.2. Adquisición de libro digital por grupo de edad

Al 2024, la brecha generacional en la adquisición de libros digitales es notoria: los jóvenes de 14 a 29 años presentan una tasa de adquisición ocho veces mayor que la de los adultos mayores de 65 años (48.8 % frente a 6.1 %). Por su parte, el grupo de 30 a 44 años ha logrado un crecimiento de 4 puntos porcentuales respecto al inicio del periodo 2022, situándose en un 28.7 %. En general, los datos de 2024 reflejan que todos los grupos de edad han incrementado su consumo de libros digitales en comparación con los niveles registrados en 2022.

Gráfico N° 1.1.16

Población de 14 y más años de edad que adquirió algún libro digital en los últimos 12 meses, por grupos de edad, 2022 – 2024
(Porcentaje)



Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.1.2.2.3. Adquisición de libro digital por nivel educativo

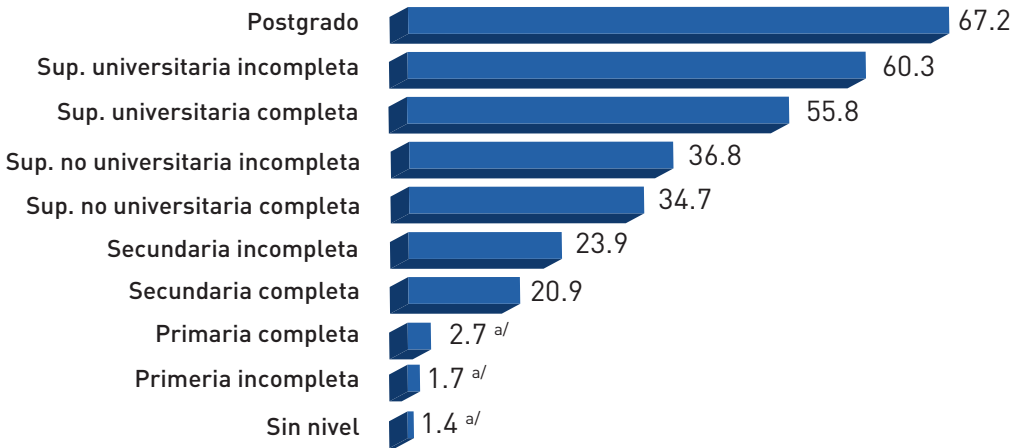
Para el 2024, la adquisición de libros digitales en el Perú se concentra mayoritariamente en la población con formación superior. Aproximadamente siete de cada diez personas con estudios de postgrado (67.2 %) y seis de cada diez con estudios universitarios incompletos (60.3 %) accedieron a este bien cultural. Por el contrario, en los niveles de secundaria y primaria, los indicadores no superan el 24.0 % y 3.0 % respectivamente. Estas cifras evidencian que, a mayor grado de instrucción, existe una mayor adopción de tecnologías de lectura digital.

Cuadro N° 1.1.3
Población de 14 y más años de edad que adquirió algún libro digital en los últimos 12 meses, por nivel educativo, 2022 – 2024
(Porcentaje)

NIVEL EDUCATIVO	Año		
	2022	2023	2024
Postgrado	69.9	74.3	67.2
Superior universitaria completa	54.2	55.5	55.8
Superior universitaria incompleta	60.4	63.1	60.3
Superior no universitaria completa	34.3	35.0	34.7
Superior no universitaria incompleta	38.3	38.0	36.8
Básica Especial	1.8 ^{a/}	1.3 ^{a/}	0.0
Secundaria completa	20.1	22.3	20.9
Secundaria incompleta	21.2	26.2	23.9
Primaria completa	1.9 ^{a/}	2.7 ^{a/}	2.7 ^{a/}
Primaria incompleta	0.7 ^{a/}	0.9 ^{a/}	1.7 ^{a/}
Sin nivel	0.2 ^{a/}	0.5 ^{a/}	1.4 ^{a/}
Educación inicial	0.0	0.0	0.0

Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Gráfico N° 1.1.17
Población de 14 y más años de edad que adquirió algún libro digital en los últimos 12 meses, por nivel educativo, 2024
(Porcentaje)



Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.1.2.3. Motivo de la no adquisición

Según la Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, para el 2024, la razón más mencionada para no adquirir libros digitales fue la falta de interés, reportada por el 70.0 % de las personas de 14 años o más, dicha proporción aumentó respecto al 2022. Le siguieron la falta de tiempo (5.0 %) y la falta de dinero (2.7 %). Otras razones como la ausencia de información oportuna (1.6 %) o la inexistencia de ofertas (0.1 %) se mantuvieron casi constantes durante los tres años.

Cuadro N° 1.1.4

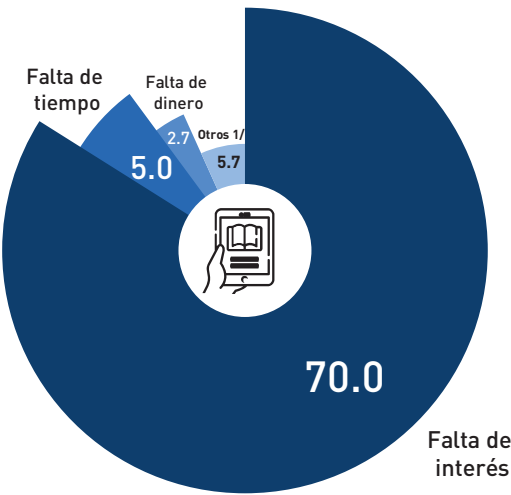
Población de 14 y más años de edad que no adquirió algún libro digital en los últimos 12 meses, según razón principal de no adquisición, 2022 – 2024
(Porcentaje)

RAZÓN PRINCIPAL DE LA NO ADQUISICIÓN	Año		
	2022	2023	2024
Falta de interés	63.5	66.4	70.0
Falta de tiempo	5.2	5.5	5.0
Falta de dinero	3.0	2.6	2.7
No tiene información oportuna	1.3	1.3	1.6
No hay ofertas	0.1 ^{a/}	0.2 ^{a/}	0.1 ^{a/}
Otra ^{1/}	2.5	3.9	4.0

Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.
^{1/} Otra, incluye: Desconoce como acceder, desconoce lo que es libros digitales, por su salud, entre otros.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Gráfico N° 1.1.18

Población de 14 y más años de edad que no adquirió algún libro digital en los últimos 12 meses, según razón principal de no adquisición, 2024
(Porcentaje)



Nota: ^{1/} Otros, incluye: No tiene información oportuna, No hay ofertas, Desconoce como acceder, desconoce lo que es libros digitales, por su salud, entre otros.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Periódicos



PERIÓDICO IMPRESO

Son publicaciones editadas en fascículos sucesivos numerados con periodicidad fija o variable y con temática diversas. Ofrecen información actualizada por la frecuencia de la aparición. Puede ser obtenido o adquirido, sin costo o adquirida a través de un pago¹⁰.

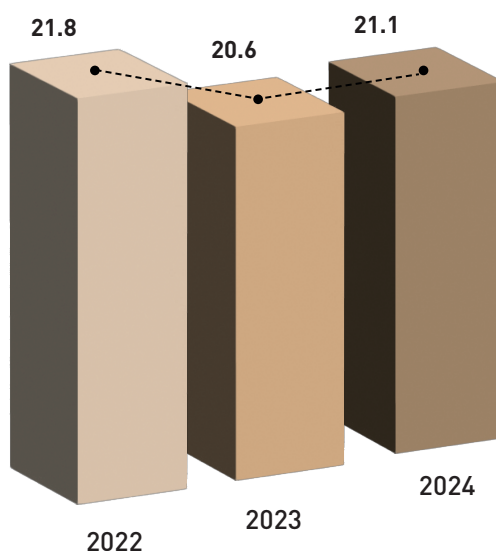
1.2.1.1. Adquisición de periódico impreso

1.2.1.1.1. A nivel nacional

Durante el 2022–2024, la adquisición de periódicos impresos a nivel nacional ha mostrado una tendencia decreciente sostenida. En el año 2022, el 38.9 % de la población de 14 a más años de edad declaró haber adquirido este bien cultural; sin embargo, esta cifra descendió a 34.2 % en 2023 y cerró el año 2024 con un 30.2 %. Esta reducción de 9 puntos porcentuales en el periodo analizado refleja un cambio gradual en los hábitos de consumo de prensa escrita en su soporte físico hacia otras alternativas de información.

Gráfico N° 1.2.1

Población de 14 y más años de edad que adquirió algún periódico impreso en los últimos 12 meses, 2022 – 2024
(Porcentaje)



Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022–2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

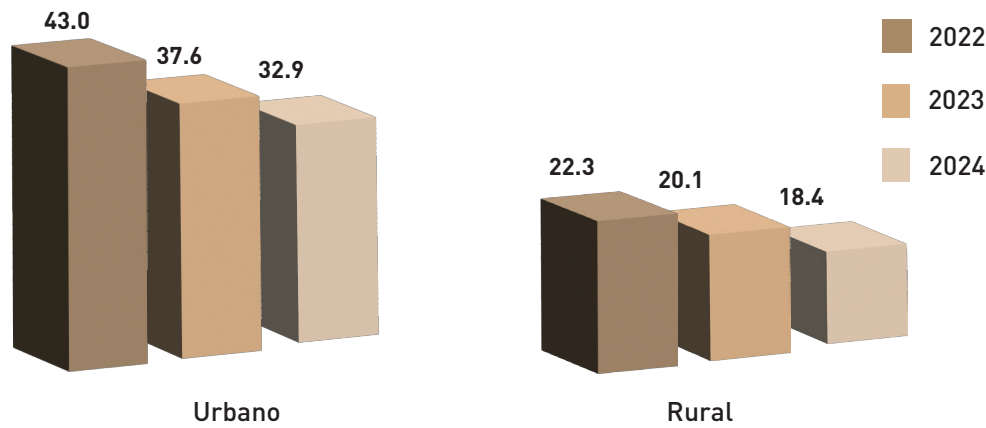
1.2.1.1.2. Adquisición de periódico impreso según área de residencia

En el periodo 2022–2024, el área urbana cayó 10.1 puntos porcentuales y la rural, 3.9 puntos. En 2024, el 32.9 % de la población urbana adquirió al menos un periódico impreso, mientras que en el área rural lo hizo el 18.4 %.

¹⁰ Definición extraída del Anexo: Fichas Metodológicas, Indicador N° 02 de la presente publicación.

Gráfico N° 1.2.2

Población de 14 y más años de edad que adquirió algún periódico impreso en los últimos 12 meses, según área de residencia, 2022 – 2024 (Porcentaje)



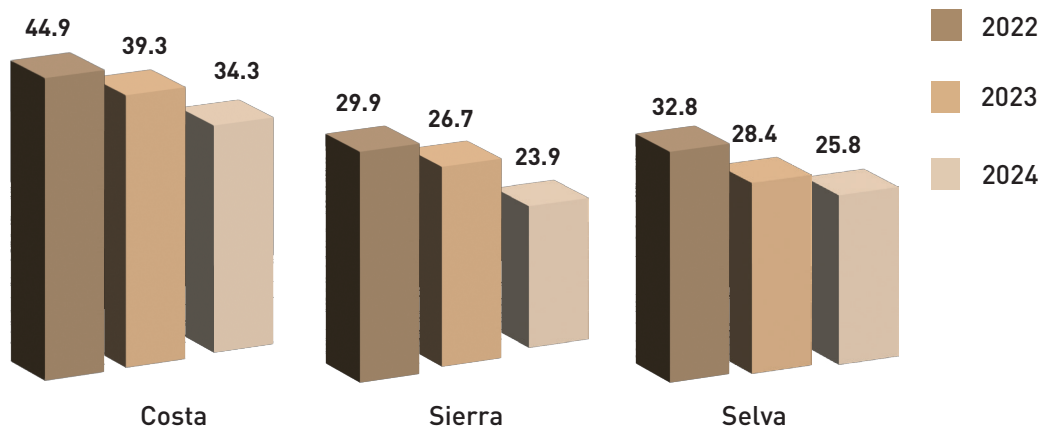
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.2.1.1.3. Adquisición de periódico impreso según región natural

Durante el periodo 2022–2024, se evidencia descensos en la proporción de compra de periódicos impresos, en la Costa, el porcentaje pasó de 44.9 % a 34.3 %, en la Sierra de 29.9 % a 23.9 % y en la Selva de 32.8 % a 25.8 %.

Gráfico N° 1.2.3

Población de 14 y más años de edad que adquirió algún periódico impreso en los últimos 12 meses, según región natural, 2022 – 2024 (Porcentaje)



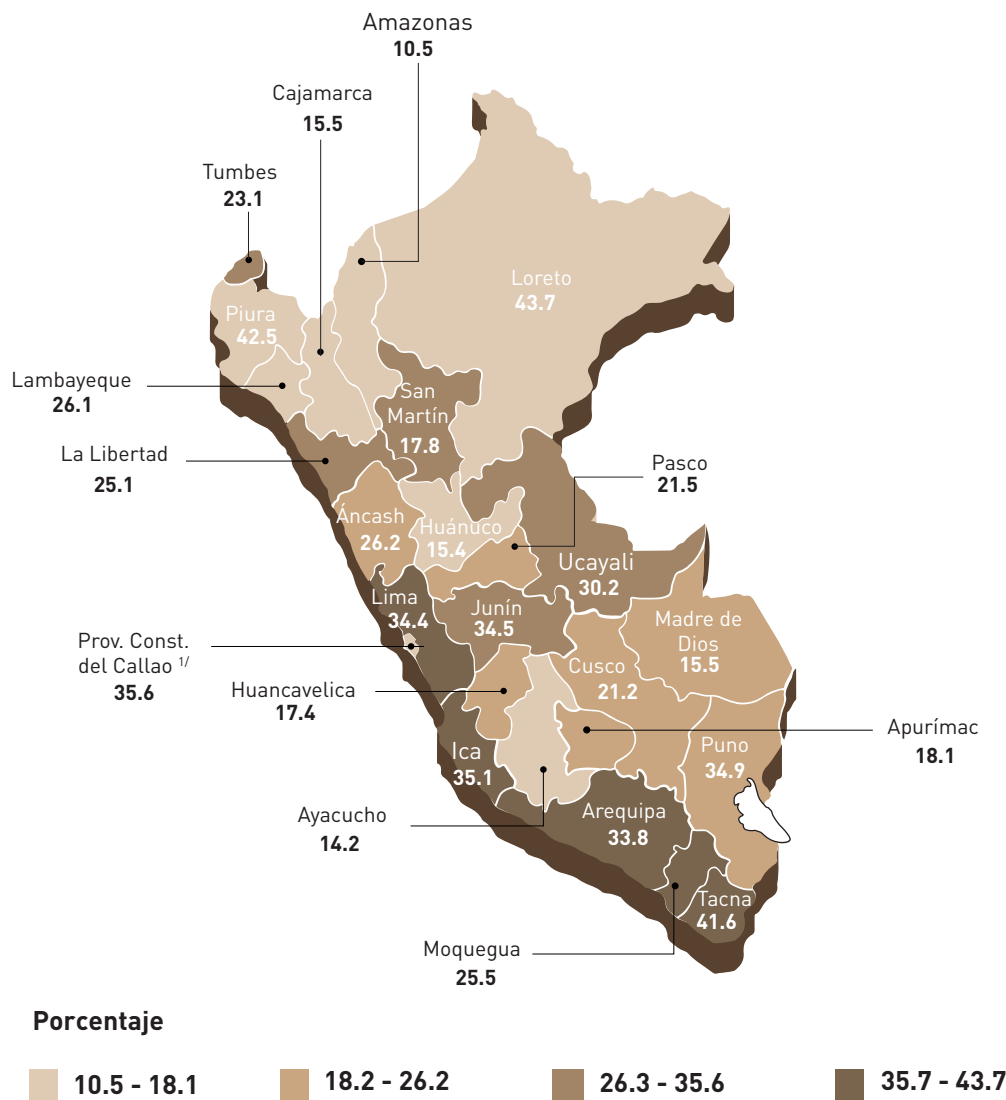
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.2.1.1.4. Adquisición de periódico impreso según departamento

En 2024, los cinco departamentos que tuvieron mayor adquisición de periódicos impresos a nivel departamental, fue en primer lugar Loreto (43.7 %), seguido por Piura (42.5 %), Tacna (41.6 %), Provincia Constitucional del Callao (35.6 %) e Ica (35.1 %). En contraste, Huánuco (15.4 %), Ayacucho (14.2 %) y Amazonas (10.5 %) presentaron las proporciones más bajas para este año.

Gráfico N° 1.2.4

Población de 14 y más años de edad que adquirió algún periódico impreso en los últimos 12 meses, según departamento, 2024 (Porcentaje)

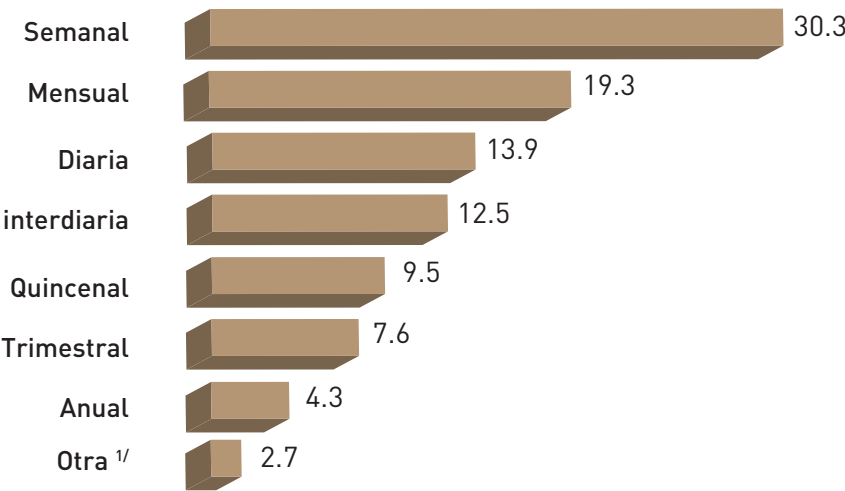


Nota: ^{1/}Se considera a la Provincia Constitucional del Callao con fines comparativos.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.2.1.1.5. Frecuencia de adquisición de periódico impreso

En cuanto a la periodicidad de la adquisición, durante el año 2024, la frecuencia semanal se posicionó como la modalidad predominante en la obtención de periódicos impresos, alcanzando al 30.3 % de la población de 14 a más años de edad. A esta le sigue la frecuencia mensual con un 19.3 % y la diaria con un 13.9 %. Estos resultados indican que una parte significativa de las personas opta por un acceso programado a la prensa física, mientras que el consumo diario mantiene una base de lectores constante, aunque menor en comparación con las frecuencias espaciadas.

Gráfico N° 1.2.5
Población de 14 y más años de edad que adquirió algún periódico impreso en los últimos 12 meses, según frecuencia de adquisición, 2024
(Porcentaje)



Nota: ^{1/} Otra, incluye: semestral, por única vez, tres veces al año, entre otros.
FUENTE: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

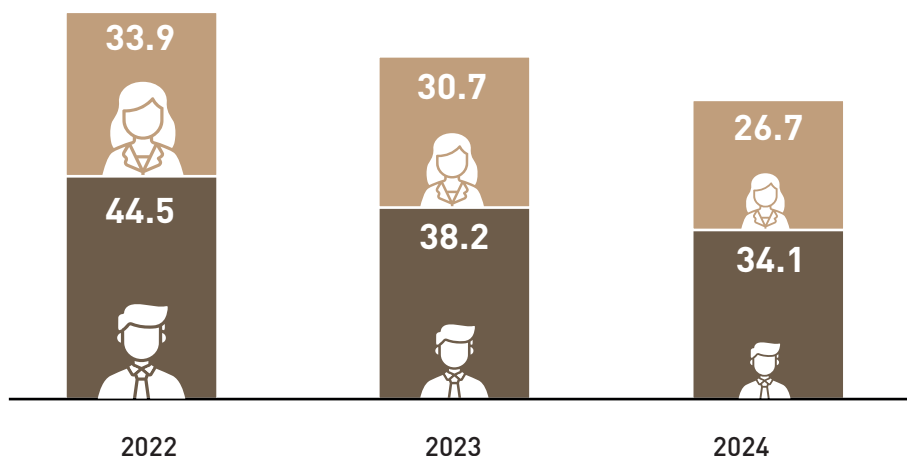
1.2.1.2. Características de la población que adquirió algún periódico impreso

1.2.1.2.1. Adquisición de periódico impreso según sexo

Durante el periodo 2022–2024, tanto los hombres como las mujeres, disminuyeron la adquisición de periódicos impresos, los hombres bajaron de 44.5 % a 34.1 % y las mujeres de 33.9 % a 26.7 %. En 2024, la diferencia entre hombres (34.1 %) y mujeres (26.7 %) en la compra de periódicos impresos fue de 7.4 puntos porcentuales.

Gráfico N° 1.2.6

Población de 14 y más años de edad que adquirió algún periódico impreso en los últimos 12 meses, según sexo, 2022 – 2024
(Porcentaje)



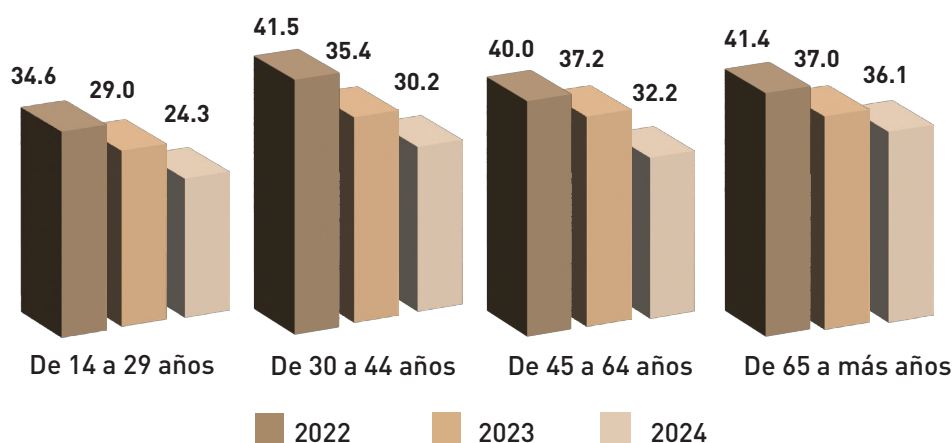
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.2.1.2.2. Adquisición de periódico impreso por grupo de edad

En el año 2024, los adultos de 65 a más años (36.1 %) y el grupo de 45 a 64 años (32.2 %) presentaron las proporciones más altas de compra de periódicos impresos, seguidos por el grupo de 30 a 44 años (30.2 %). Los jóvenes de 14 a 29 años registraron la proporción más baja (24.3 %). El grupo etario que presenta la mayor caída durante el periodo 2022-2024 es el de 30 a 44 años (11.3 puntos porcentuales).

Gráfico N° 1.2.7

Población de 14 y más años de edad que adquirió algún periódico impreso en los últimos 12 meses, por grupos de edad, 2022 – 2024
(Porcentaje)



Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.2.1.2.3. Adquisición de periódico impreso por nivel educativo

De acuerdo con la Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, en el periodo 2022–2024, la mayor parte de adquisición de periódicos impresos fue realizada por las personas que alcanzaron un mayor nivel educativo.

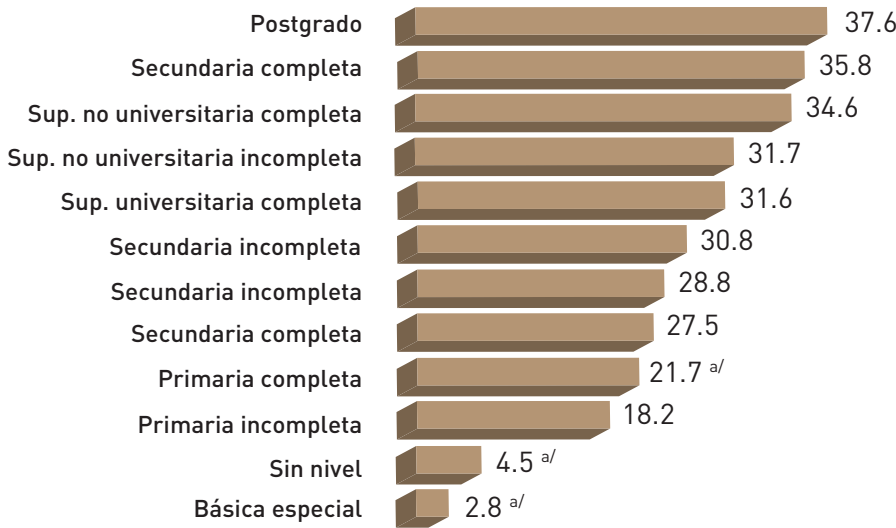
En 2024, las personas que contaban con estudios de postgrado fueron los que reportaron una mayor proporción de compra de periódicos impresos (37.6 %), seguido por el grupo con secundaria completa (35.8 %) y superior no universitaria completa (34.6 %).

Cuadro N° 1.2.1
Población de 14 y más años de edad que adquirió algún periódico impreso en los últimos 12 meses, por nivel educativo, 2022 – 2024
(Porcentaje)

NIVEL EDUCATIVO	Año		
	2022	2023	2024
Postgrado	37.2	33.6	37.6
Superior universitaria completa	41.9	35.7	31.6
Superior universitaria incompleta	40.0	31.9	27.5
Superior no universitaria completa	46.9	41.9	34.6
Superior no universitaria incompleta	41.2	39.6	31.7
Básica Especial	15.6 ^{a/}	12.3 ^{a/}	2.8 ^{a/}
Secundaria completa	46.8	41.0	35.8
Secundaria incompleta	38.7	32.9	30.8
Primaria completa	35.4	33.7	28.7
Primaria incompleta	24.1	22.2	18.2
Educación inicial	5.5	11.2 ^{a/}	21.7 ^{a/}
Sin nivel	4.8 ^{a/}	3.2 ^{a/}	4.5 ^{a/}

Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Gráfico N° 1.2.8
Población de 14 y más años de edad que adquirió algún periódico impreso en los últimos 12 meses, por nivel educativo, 2024
(Porcentaje)



Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.2.1.3. Motivo de la no adquisición

Según la Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, durante el periodo 2022–2024, la falta de interés fue la principal razón por la cual las personas de 14 años o más no compraron periódicos impresos. En 2024, el 79.2 % mencionó la falta de interés como motivo de no adquisición, seguido por No hay ofertas (6.1 %) y Falta de dinero (4.3 %)

Cuadro N° 1.2.2

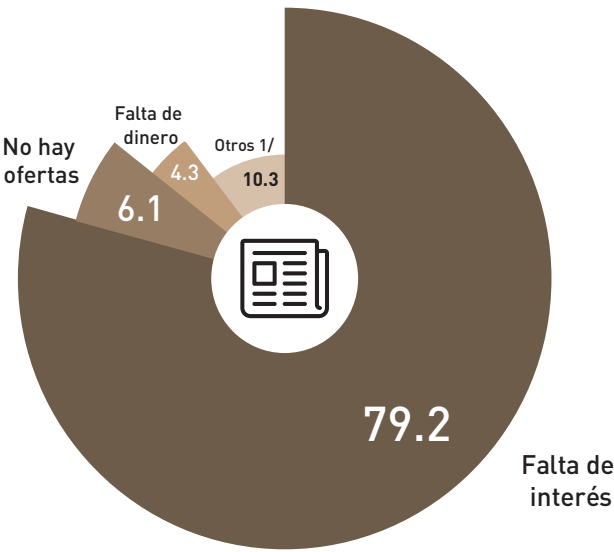
Población de 14 y más años de edad que no adquirió algún periódico impreso en los últimos 12 meses, según razón principal de no adquisición, 2022 – 2024 (Porcentaje)

RAZÓN PRINCIPAL DE NO ADQUISICIÓN	Año		
	2022	2023	2024
Falta de interés	79.5	78.2	79.2
No hay ofertas	5.8	6.1	6.1
Falta de dinero	4.4	4.2	4.3
Falta de tiempo	4.0	3.3	3.5
No tiene información oportuna	0.5 ^{a/}	0.4 ^{a/}	0.3 ^{a/}
Otra ^{1/}	5.8	7.7	6.7

Nota: ^{a/} Otra, incluye: Accede por internet, no sabe leer y escribir, por su salud, entre otros.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Gráfico N° 1.2.9

Población de 14 y más años de edad que no adquirió algún periódico impreso en los últimos 12 meses, según razón principal de no adquisición, 2024 (Porcentaje)



Nota: ^{1/} Otros, incluye: Falta de tiempo, No tiene información oportuna, Accede por internet, no sabe leer y escribir, por su salud, entre otros.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

PERIÓDICO DIGITAL

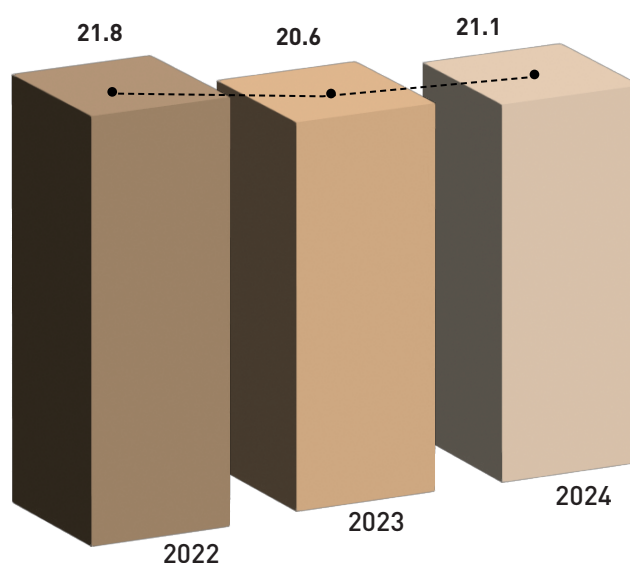
Periódicos, revistas editados y reproducidos por medios electrónicos para su transmisión, utilización y explotación total o parcial a través de internet u otras vías informáticas¹¹.

1.2.2.1. Adquisición de periódico digital

1.2.2.1.1. A nivel nacional

A nivel nacional, la proporción de la población que adquirió periódicos digitales se mantuvo estable durante el periodo 2022 - 2024, con cambios mínimos entre años. Tras iniciar el periodo con un 21.8 % en 2022 y experimentar una ligera disminución en 2023 (20.6 %), la cifra cerró el 2024 con un 21.1 %. En términos generales, los datos reflejan que aproximadamente 21 de cada 100 peruanos acceden a información periodística a través de soportes digitales, demostrando la vigencia de este bien cultural en el entorno virtual.

Gráfico N° 1.2.10
Población de 14 y más años de edad que adquirió algún periódico digital en los últimos 12 meses, 2022 - 2024 (Porcentaje)



Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

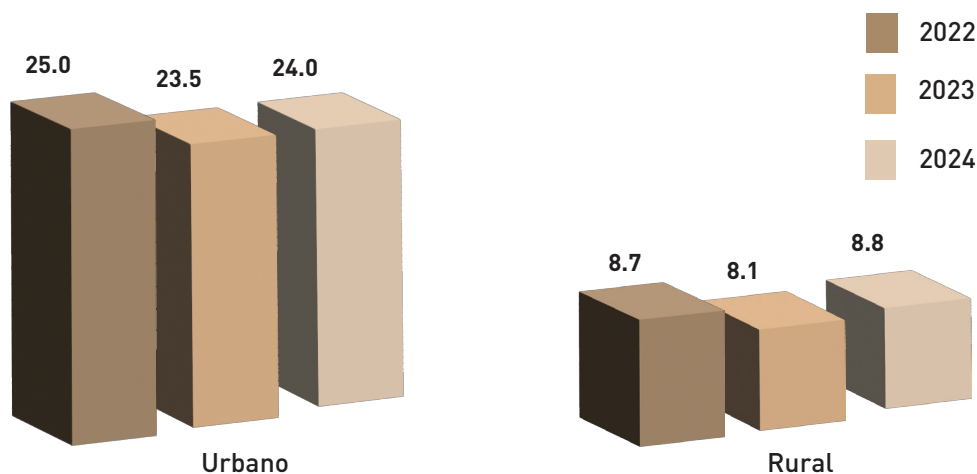
1.2.2.1.2. Adquisición de periódico digital según área de residencia

Para el 2024, el 24.0 % de la población urbana adquirió periódicos digitales, frente al 8.8 % en la zona rural. Ambos ámbitos mostraron descensos durante el periodo 2022-2024: el área urbana pasó de 25.0 % a 24.0 % y el área rural de 8.7 % a 8.8 %. La diferencia entre ambas áreas se mantuvo en entre los 15 y 17 puntos porcentuales a lo largo de los años.

¹¹ Definición extraída del Anexo: Fichas Metodológicas, Indicador N° 05 de la presente publicación.

Gráfico N° 1.2.11

Población de 14 y más años de edad que adquirió algún periódico digital en los últimos 12 meses, según área de residencia, 2022 – 2024
(Porcentaje)



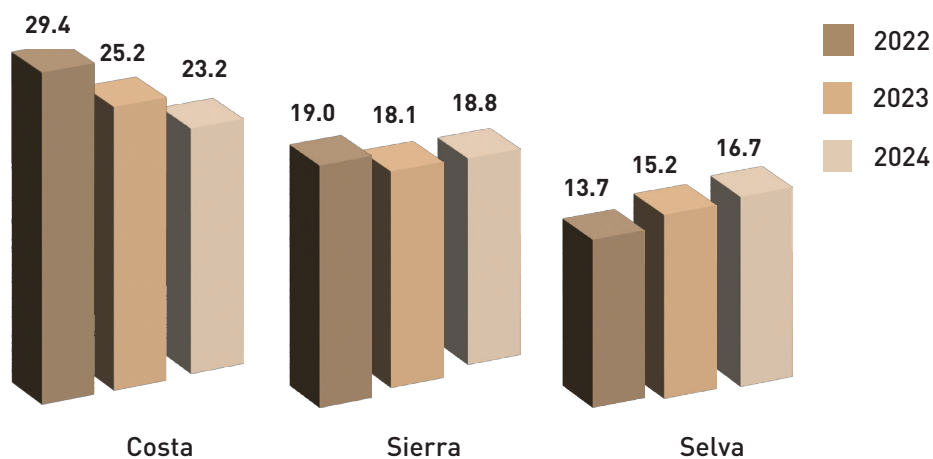
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.2.2.1.3. Adquisición de periódico digital según región natural

La Costa registró la mayor proporción de personas de 14 años o más que compraron al menos un periódico digital (23.2 %), seguida de la Sierra (18.8 %) y la Selva (16.7 %) para el año 2024. Entre 2022 y 2024, tanto la Costa como la Sierra presentaron disminuciones en la adquisición del bien. Sin embargo, la Selva presentó una aumentó de 3 puntos porcentuales.

Gráfico N° 1.2.12

Población de 14 y más años de edad que adquirió algún periódico digital en los últimos 12 meses, según región natural, 2022 – 2024
(Porcentaje)

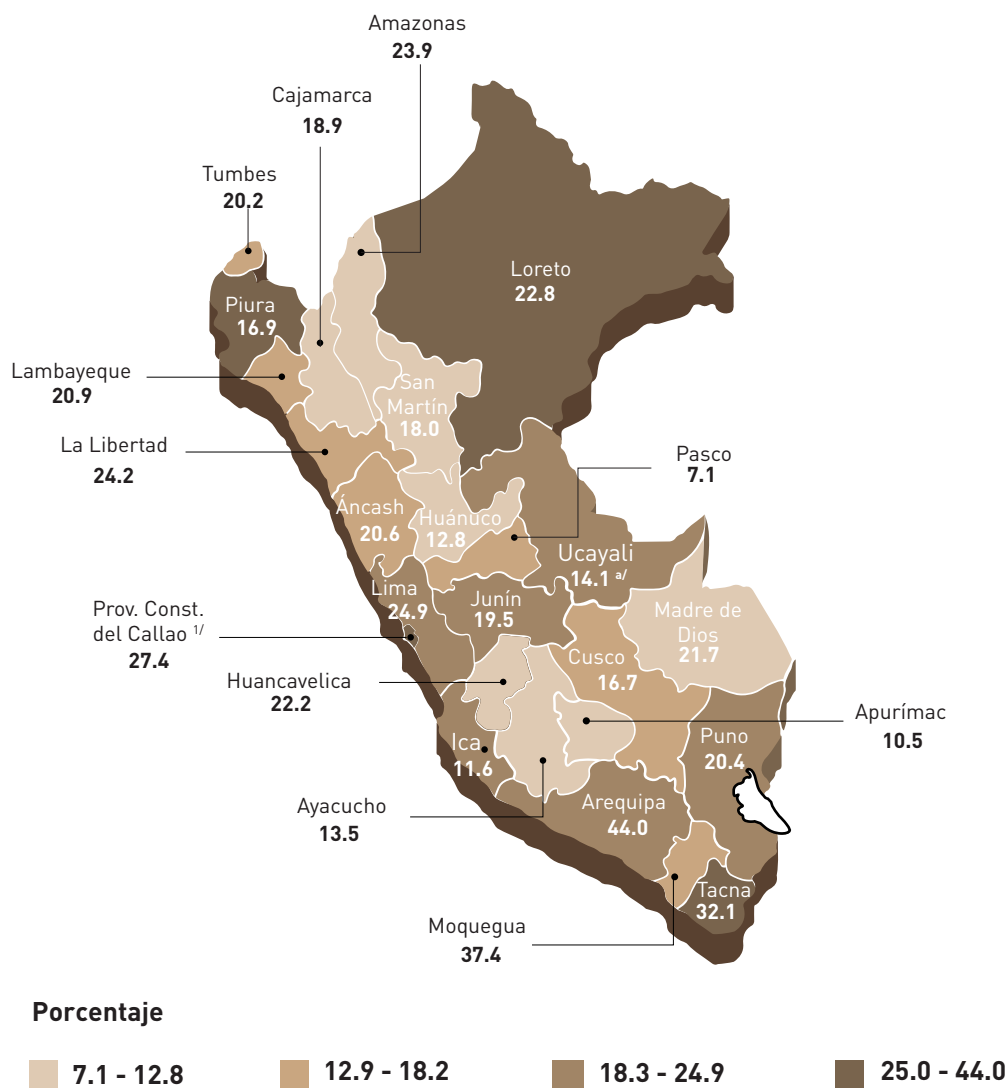


Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.2.2.1.4. Adquisición de periódico digital según departamento

Al 2024, la adquisición de periódico digital presenta sus niveles más altos en la región sur, destacando Arequipa y Tacna con participaciones superiores al 30.0 %. Por otro lado, se observa una menor obtención de este bien en departamentos como Apurímac y Pasco, donde la adquisición no supera el 11.0 %. Estos datos reflejan una diferencia de más de 37 puntos porcentuales entre el departamento con mayor y menor consumo (Arequipa frente a Pasco).

Gráfico N° 1.2.13
Población de 14 y más años de edad que adquirió algún periódico digital
en los últimos 12 meses, según departamento, 2024
(Porcentaje)



Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.

^{1/} Se considera a la Provincia Constitucional del Callao con fines comparativos.

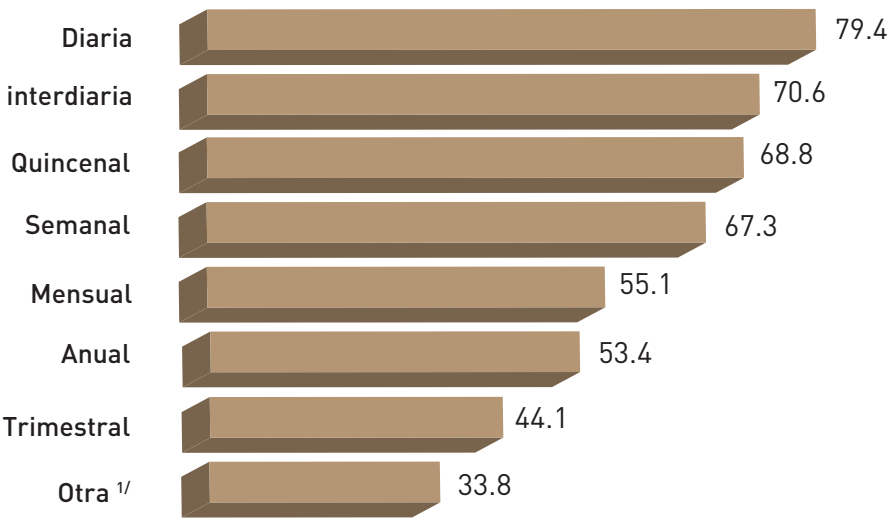
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024.

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.2.2.1.5. Frecuencia de adquisición de periódico digital

En el año 2024, a nivel nacional el 79.4 % de la población de 14 y más años de edad adquirió diariamente al menos un periódico digital. El 70.6 % adquirió de forma interdiaria periódicos digitales, seguido de quienes los consiguieron de manera quincenal (68.8 %). Por otro lado, un poco más de la mitad de la población (53.4 %) afirma haberlo adquirido solo anualmente.

Gráfico N° 1.2.14
Población de 14 y más años de edad que adquirió algún periódico digital en los últimos 12 meses, 2024
(Porcentaje)



Nota: ^{1/} Otra, Incluye: semestral, por única vez, tres veces al año, entre otros.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

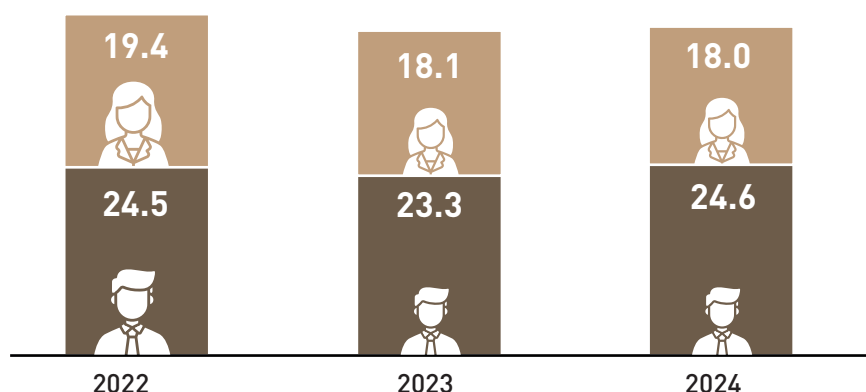
1.2.2.2. Características de la población que adquirió algún periódico digital

1.2.2.2.1. Adquisición de periódico digital según sexo

Según la Encuesta Nacional de Programas Presupuestales del 2024, el 24.6 % de los hombres y el 18.0 % de las mujeres adquirieron al menos un periódico digital. Ambos grupos registraron descensos respecto al 2022. La diferencia entre sexos se mantuvo entre los 5 y 6 puntos porcentuales durante todo el periodo.

Gráfico N° 1.2.15

Población de 14 y más años de edad que adquirió algún periódico digital en los últimos 12 meses, según sexo, 2022 – 2024
(Porcentaje)



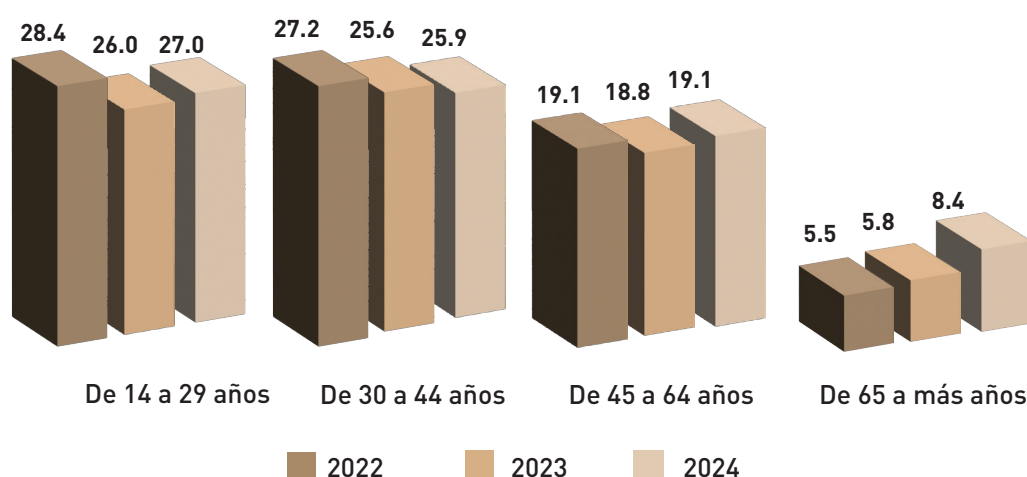
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA – Oficina de Estadística.

1.2.2.2. Adquisición de periódico digital por grupo de edad

En 2024, los grupos de 14 a 29 años y de 30 a 44 años presentaron las mayores proporciones de adquisición de periódicos digitales (27.0 % y 25.9 %, respectivamente). Las cifras descendieron conforme aumentaba la edad: entre personas de 45 a 64 años fue de 19.1 % y entre mayores de 65 años, de 8.4 %. Los dos grupos más jóvenes mostraron caídas respecto a 2022, una reducción de 1 punto porcentual.

Gráfico N° 1.2.16

Población de 14 y más años de edad que adquirió algún periódico digital en los últimos 12 meses, por grupos de edad, 2022 – 2024
(Porcentaje)



Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA – Oficina de Estadística.

1.2.2.2.3. Adquisición de periódico digital por nivel educativo

De acuerdo con los datos de la ENAPRES, en el periodo 2022–2024, la mayor parte de adquisición de periódicos digitales fue realizada por las personas que alcanzaron un mayor nivel educativo.

En 2024, las personas que contaban con estudios de postgrado fueron los que reportaron una mayor proporción de compra de periódicos impresos (55.0 %), seguido por los grupos con educación superior universitaria completa e incompleta (41.7 % y 37.3 %, respectivamente).

Cuadro N° 1.2.3

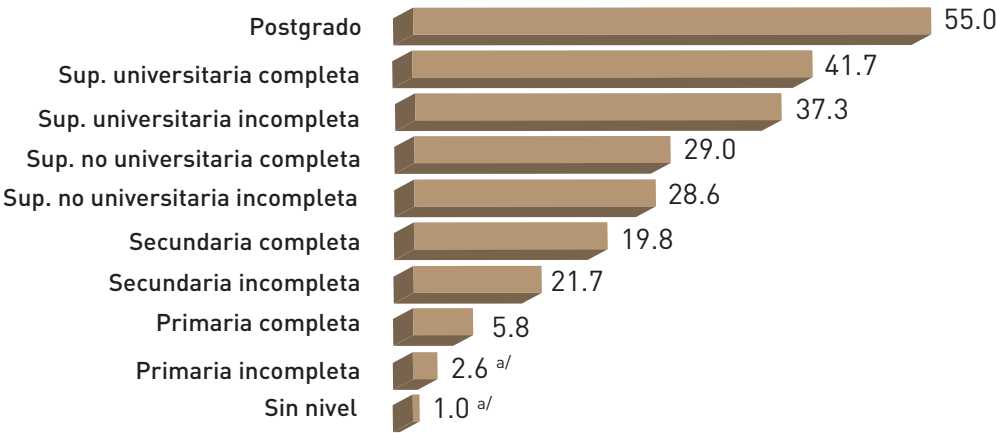
Población de 14 y más años de edad que adquirió algún periódico digital en los últimos 12 meses, por nivel educativo, 2022 – 2024 (Porcentaje)

NIVEL EDUCATIVO	Año		
	2022	2023	2024
Postgrado	55.5	59.0	55.0
Superior universitaria completa	48.4	42.4	41.7
Superior universitaria incompleta	42.9	40.4	37.3
Superior no universitaria completa	35.4	29.3	29.0
Superior no universitaria incompleta	27.3	24.6	28.6
Básica Especial	0.0	2.0 ^{a/}	0.0
Secundaria completa	19.5	17.8	19.8
Secundaria incompleta	13.3	12.5	12.9
Primaria completa	4.7	4.8	5.8
Primaria incompleta	1.1	2.6	2.6 ^{a/}
Educación inicial	2.2 ^{a/}	0.0	0.0
Sin nivel	0.2 ^{a/}	0.5 ^{a/}	1.0 ^{a/}

Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Gráfico N° 1.2.17

Población de 14 y más años de edad que adquirió algún periódico digital en los últimos 12 meses, por nivel educativo, 2024 (Porcentaje)



Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.2.2.3. Motivo de la no adquisición

En 2024, la principal razón declarada para no adquirir periódicos digitales fue la falta de interés, con 73.6 % de respuestas, lo que representó un aumento de 7 puntos porcentuales respecto a 2022. Le siguió del hecho de que nunca usaron el internet (15.2 %). Otras razones mencionadas fueron la falta de tiempo (3.9 %) y la falta de dinero (2.0 %). En cambio, motivos como no contar con información oportuna (1.6 %) o la inexistencia de ofertas (0.1 %) mantuvieron una baja presencia de respuesta y casi no variaron en el periodo.

Cuadro N° 1.2.4
Población de 14 y más años de edad que no adquirió algún periódico digital en los últimos 12 meses, según razón principal de no adquisición, 2022 – 2024 (Porcentaje)

RAZÓN PRINCIPAL DE NO ADQUISICIÓN	Año		
	2022	2023	2024
Falta de interés	66.9	70.6	73.6
Falta de tiempo	3.9	4.4	3.9
Falta de dinero	2.3	2.1	2.0
No tiene información oportuna	1.2	1.2	1.6
No hay ofertas	0.1 ^{a/}	0.2 ^{a/}	0.1 ^{a/}
Otra ^{1/}	2.5	3.5	3.7

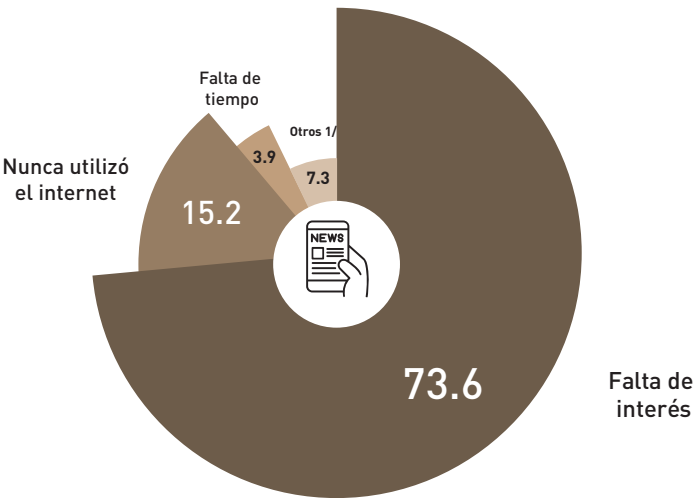
Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.

^{1/} Otra, incluye: desconoce como acceder, desconoce lo que son periódicos digitales, por su salud, entre otros.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Gráfico N° 1.2.18
Población de 14 y más años de edad que no adquirió algún periódico digital en los últimos 12 meses, según razón principal de no adquisición, 2024 (Porcentaje)



Nota: ^{1/} Otros, incluye: falta de dinero, no tiene información oportuna, no hay ofertas, desconoce como acceder, desconoce lo que son periódicos digitales, por su salud, entre otros.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024.

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Música



MÚSICA A TRAVÉS DE DESCARGA O ACCESO POR INTERNET

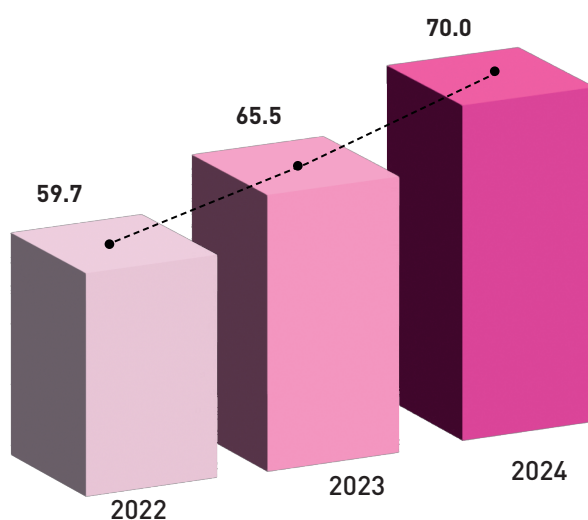
Obras musicales distribuidas por internet y reproducidas mediante dispositivos electrónicos, usualmente en formato MP3 y WAV. Su consumo suele realizarse a través de modalidades como la descarga, suscripción o en línea (streaming)¹².

1.3.1.1. Adquisición de música a través de descarga o acceso por internet

1.3.1.1.1. A nivel nacional

Entre los años 2022 y 2024, aumentó la proporción de personas de 14 años o más que adquirieron música mediante descarga o acceso por internet. En 2022, la proporción fue de 59.7 %, subió a 65.5 % en 2023 y alcanzó 70.0 % en 2024. Este crecimiento de 4 puntos porcentuales refleja un aumento en la preferencia por plataformas digitales para acceder a contenidos musicales.

Gráfico N° 1.3.1
Población de 14 y más años de edad que adquirió música a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, 2022 – 2024
(Porcentaje)



Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

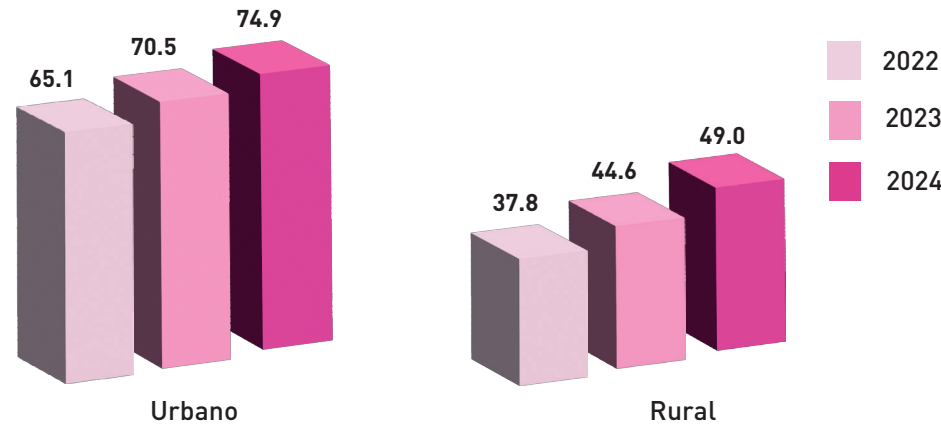
1.3.1.1.2. Adquisición de música a través de descarga o acceso por internet según área de residencia

Según los resultados de la Encuesta Nacional de Programas Presupuestales del 2024, el 74.9 % de la población urbana de 14 años o más adquirió música a través de descarga o acceso por internet, mientras que en el área rural lo hizo el 49.0 %. Ambas áreas mostraron incrementos importantes durante el periodo 2022-2024: el ámbito urbano subió 10 puntos porcentuales y el rural, 11 puntos. A pesar del mayor crecimiento en zonas rurales, la diferencia entre ambas áreas fue de 26 puntos porcentuales en 2024.

¹² Definición extraída del Anexo: Fichas Metodológicas, Indicador N° 07 de la presente publicación.

Gráfico N° 1.3.2

Población de 14 y más años de edad que adquirió música a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, según área de residencia, 2022 – 2024 (Porcentaje)



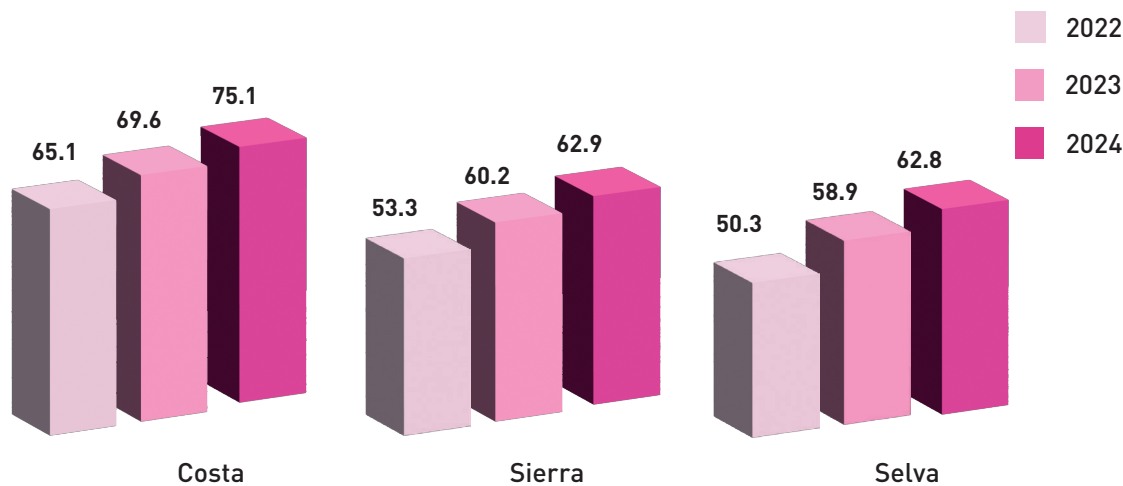
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.3.1.1.3. Adquisición de música a través de descarga o acceso por internet según región natural

Para el 2024, la región Costa presentó la mayor proporción de adquisición de música por internet (75.1 %), seguida por la Sierra (62.9 %) y la Selva (62.8 %). La diferencia entre la Costa y la Selva fue de 12 puntos porcentuales en 2024.

Gráfico N° 1.3.3

Población de 14 y más años de edad que adquirió música a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, según región natural, 2022 – 2024 (Porcentaje)



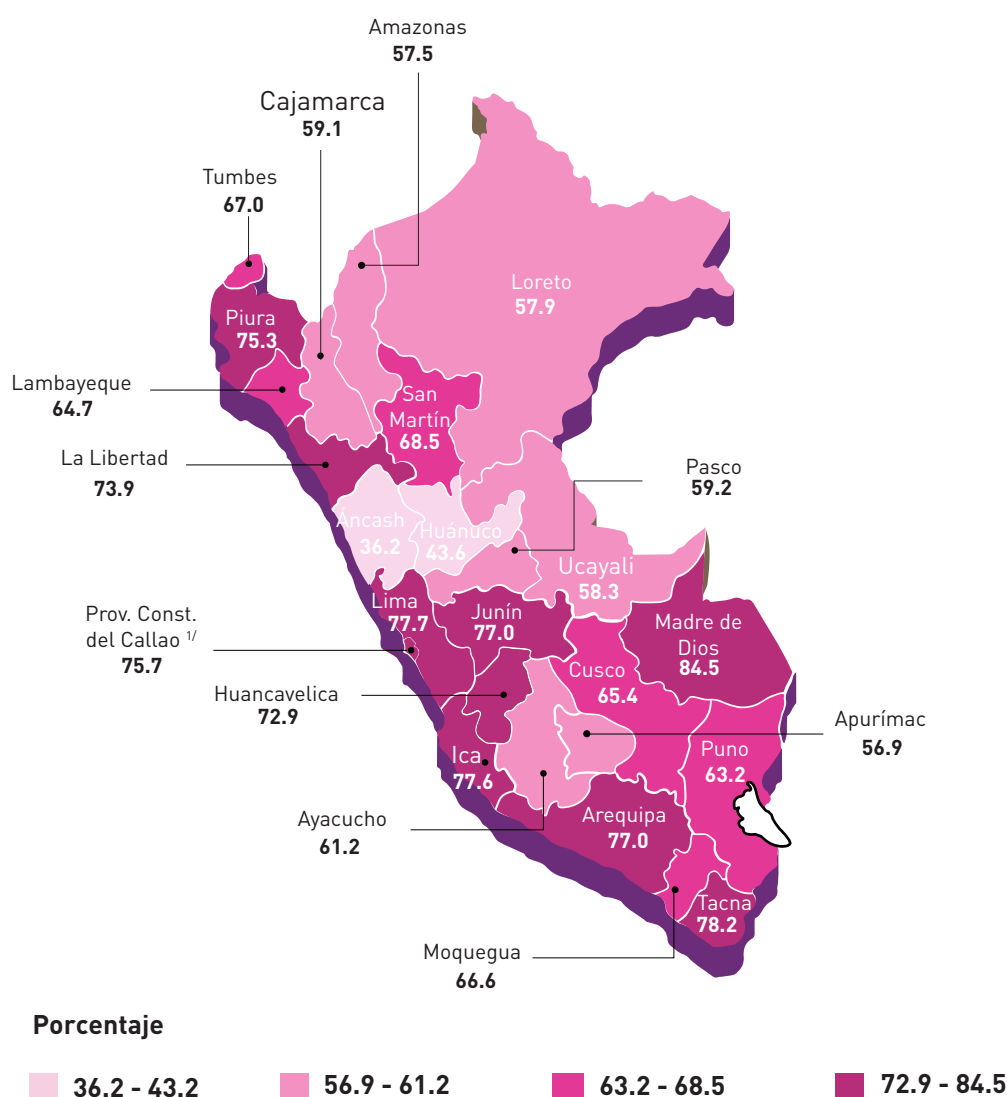
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.3.1.1.4. Adquisición de música a través de descarga o acceso por internet según departamento

En el año 2024, Madre de Dios alcanzó la proporción más alta de personas de 14 años o más que adquirieron música por internet (84.5 %), seguida por Tacna (78.2 %), Lima (77.7 %), Ica (77.6 %), Junín y Arequipa (77.0 %), entre otros. En el otro extremo, las proporciones más bajas se registraron en Áncash (36.2 %) y Huánuco (43.6 %). La diferencia entre Madre de Dios y Áncash fue de 48 puntos porcentuales para el 2024.

Gráfico N° 1.3.4

Población de 14 y más años de edad que adquirió música a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, según departamento, 2024
[Porcentaje]



Nota: ^{1/} Se considera a la Provincia Constitucional del Callao con fines comparativos.

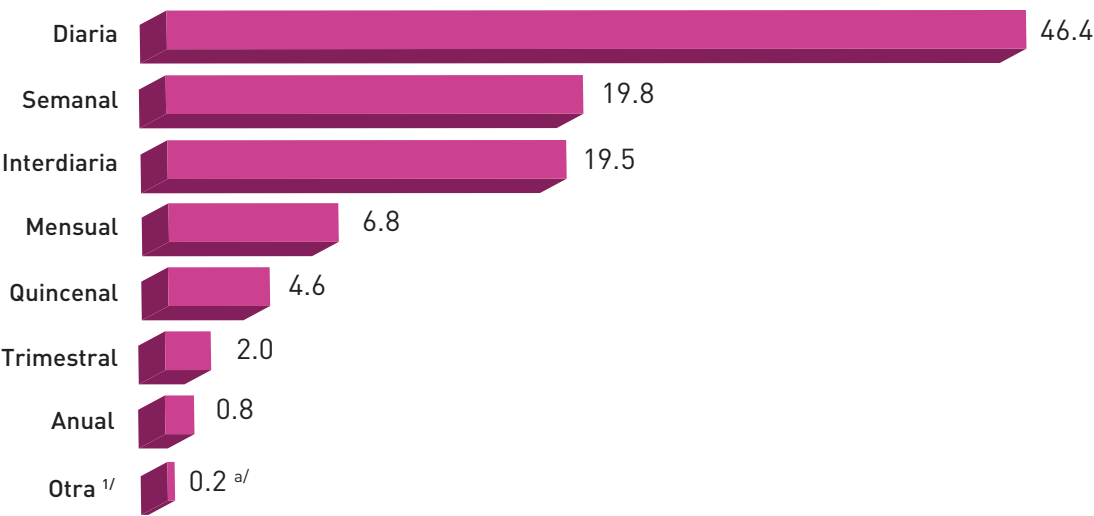
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024.

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.3.1.1.5. Frecuencia de adquisición de música a través de descarga o acceso por internet

En el año 2024, a nivel nacional el 46.4 % de la población de 14 y más años de edad adquirió al menos una música por internet diariamente. El 19.8 % adquirió semanalmente música por internet, seguido de quienes consiguieron música por internet de forma interdiaria (19.5 %).

Gráfico N° 1.3.5
Población de 14 y más años de edad que adquirió música a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, según frecuencia, 2024
(Porcentaje)



Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.

^{1/} Otra, incluye: semestral, tres veces al año, bimestral, entre otros.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024.

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

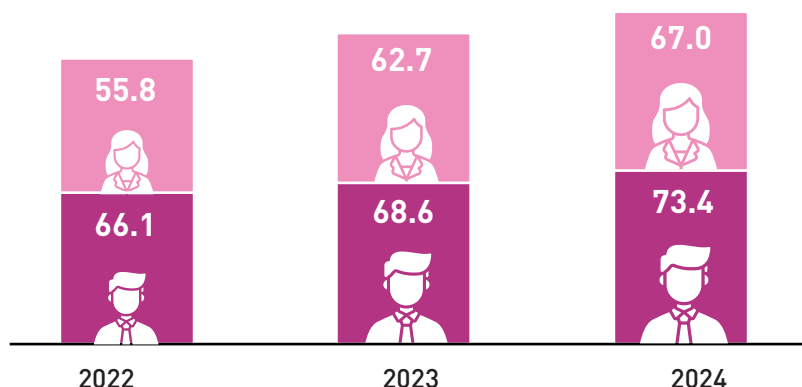
1.3.1.2. Características de la población que adquirió alguna música a través de descarga o acceso por internet

1.3.1.2.1. Adquisición de música a través de descarga o acceso por internet según sexo

Entre 2022 y 2024, la proporción de personas que adquirieron música a través de descarga o acceso por internet aumentó tanto en hombres como en mujeres. En el caso de los hombres, pasó de 64.1 % a 73.4 %; y en el de las mujeres, de 55.8 % a 67.0 %. La diferencia entre ambos grupos se mantuvo entre los 6 y 8 puntos porcentuales en los tres años.

Gráfico N° 1.3.6

Población de 14 y más años de edad que adquirió música a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, según sexo, 2022 – 2024
(Porcentaje)



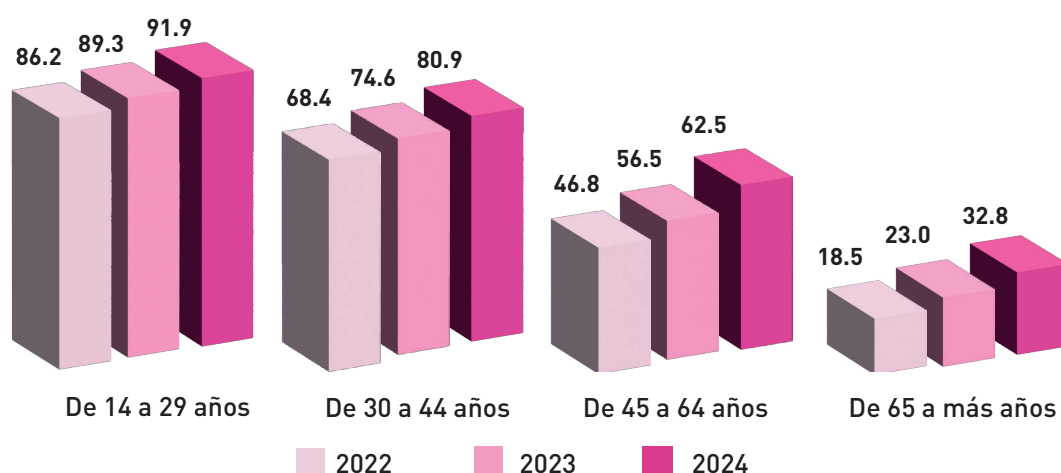
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.3.1.2.2. Adquisición de música a través de descarga o acceso por internet por grupo de edad

De acuerdo a los datos de la Encuesta Nacional de Programas Presupuestales del 2024, la adquisición de música por internet fue más alta entre los jóvenes de 14 a 29 años (91.9 %) y disminuyó progresivamente con la edad: 80.9 % en el grupo de 30 a 44 años, 62.5 % en el de 45 a 64 años y 32.8 % entre quienes tenían 65 años o más. Todos los grupos etarios mostraron incrementos entre 2022 y 2024, destacando el grupo de 45 a 64 años, que creció 16 puntos porcentuales.

Gráfico N° 1.3.7

Población de 14 y más años de edad que adquirió música a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, por grupos de edad, 2022 – 2024
(Porcentaje)



Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022 – 2024
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.3.1.2.3. Adquisición de música a través de descarga o acceso por internet por nivel educativo

Para el 2024, las personas con postgrado registraron la mayor proporción de adquisición de música por internet (92.0 %), seguidas por quienes cursaron estudios superiores universitarios incompletos (90.6 %) y educación superior universitaria completa (87.4 %). Todos los grupos educativos mostraron incrementos entre 2022 y 2024, aunque con diferentes aumentos: el grupo con educación primaria incompleta creció 15 puntos porcentuales.

Cuadro N° 1.3.1

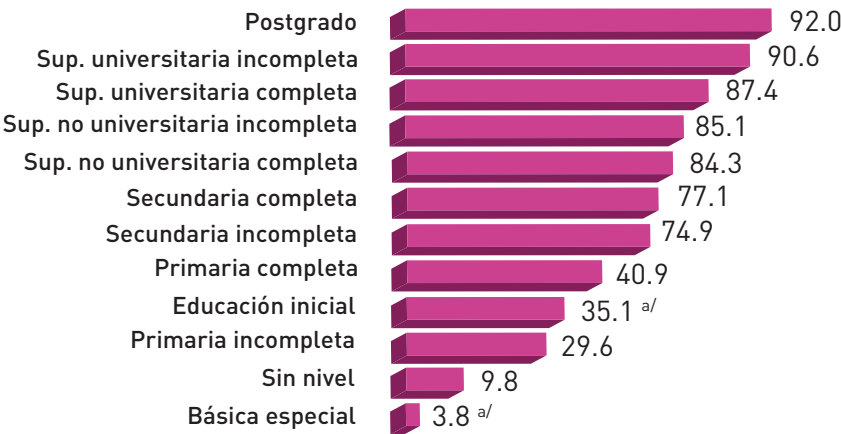
Población de 14 y más años de edad que adquirió música a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, por nivel educativo, 2022 – 2024
(Porcentaje)

NIVEL EDUCATIVO	Año		
	2022	2023	2024
Postgrado	82.1	82.7	92.0
Superior universitaria completa	79.2	79.2	87.4
Superior universitaria incompleta	82.7	82.7	90.6
Superior no universitaria completa	76.7	78.8	84.3
Superior no universitaria incompleta	77.9	82.5	85.1
Básica Especial	31.3 ^{a/}	22.9 ^{a/}	3.8 ^{a/}
Secundaria completa	67.8	73.7	77.1
Secundaria incompleta	65.3	72.8	74.9
Primaria completa	28.3	37.3	40.9
Primaria incompleta	14.3	21.4	29.6
Educación inicial	32.4 ^{a/}	39.8 ^{a/}	35.1 ^{a/}
Sin nivel	3.0 ^{a/}	7.2	9.8

Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Gráfico N° 1.3.8

Población de 14 y más años de edad que adquirió música a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, por nivel educativo, 2024
(Porcentaje)



Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.3.1.3. Motivo de la no adquisición

En base a la Encuesta Nacional de Programas Presupuestales del 2024, la principal razón declarada por las personas de 14 años o más para no adquirir música a través de descarga o acceso por internet fue la falta de interés (48.4 %), y seguida por el hecho de que nunca utilizaron el internet (39.7 %). Estas dos razones concentraron la mayoría de las respuestas. Las menciones a la falta de información oportuna (1.1 %) y a la inexistencia de ofertas (0.1 %) se mantuvieron casi constantes y con baja presencia de respuesta durante el periodo.

Cuadro N° 1.3.2

Población de 14 y más años de edad que no adquirió música a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, según razón principal de no adquisición, 2022 – 2024 (Porcentaje)

RAZÓN PRINCIPAL DE LA NO ADQUISICIÓN	Año		
	2022	2023	2024
Falta de interés	44.1	47.2	48.4
Nunca utilizó el internet	44.9	41.4	39.7
Falta de dinero	3.6	3.1	3.2
Falta de tiempo	3.4	3.5	3.0
No tiene información oportuna	1.5 ^{a/}	0.7 ^{a/}	1.1
No hay ofertas	0.1 ^{a/}	0.2 ^{a/}	0.1 ^{a/}
Otra ^{1/}	2.4	3.8	4.5

Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.

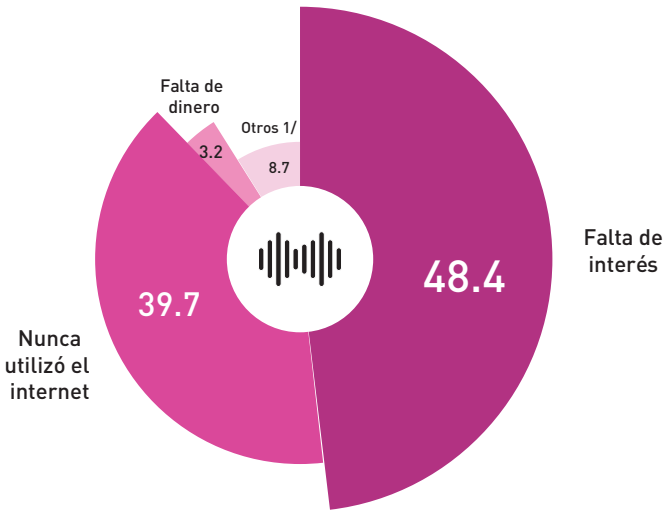
^{1/} Otra, incluye: desconoce como acceder, prefiere escuchar radio, falta de equipamiento, entre otros.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022 – 2024.

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Gráfico N° 1.3.9

Población de 14 y más años de edad que no adquirió música a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, según razón principal de no adquisición, 2024 (Porcentaje)



Nota: ^{1/} Otros, incluye: falta de tiempo, no tiene información oportuna, no hay ofertas, desconoce como acceder, prefiere escuchar radio, falta de equipamiento, entre otros.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024.

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

MÚSICA A TRAVÉS DE CDS, BLU-RAY U OTROS DISPOSITIVOS

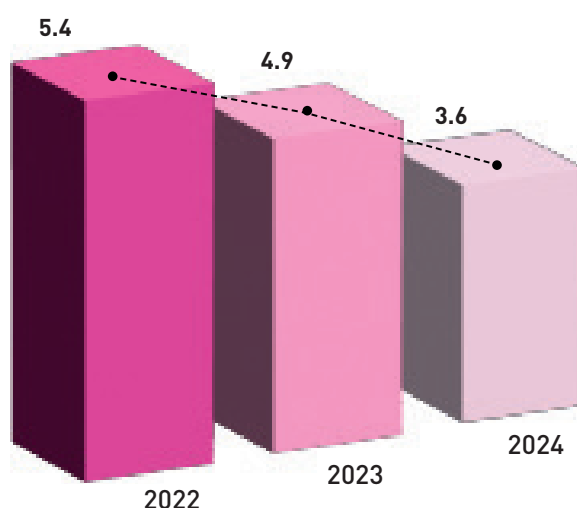
Obras musicales fijadas en soportes físicos, tales como discos de vinilo y CD's¹³.

1.3.2.1. Adquisición de música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos

1.3.2.1.1. A nivel nacional

Durante el periodo 2022-2024, de acuerdo a los resultados de la Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, la proporción de personas de 14 años o más que adquirieron música mediante CDs, Blu-ray u otros dispositivos físicos disminuyó. En 2022, fue de 5.4 %, bajó a 4.9 % en 2023 y alcanzó 3.6 % en 2024. La disminución de obtención de estos bienes culturales muestra un cambio en las preferencias hacia otros formatos.

Gráfico N° 1.3.10
Población de 14 y más años de edad que adquirió música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, 2022 - 2024
(Porcentaje)



Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

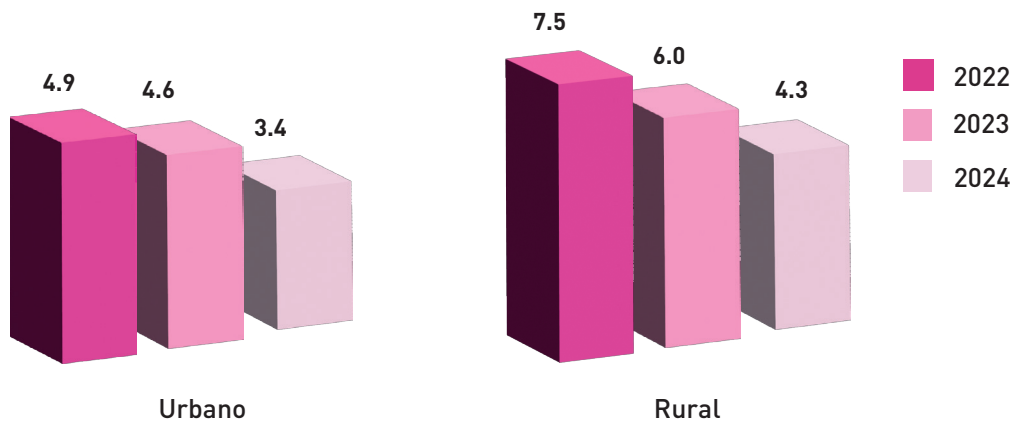
1.3.2.1.2. Adquisición de música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos según área de residencia

Durante el periodo 2022-2024, la preferencia por adquirir música en formatos como CDs o Blu-ray se redujo progresivamente en todo el territorio nacional. En el ámbito urbano, el indicador registró una disminución de 1 punto porcentual, estableciéndose en 3.4 % en el 2024. Por otra parte, el área rural mostró una mayor disminución, de 3.2 puntos porcentuales en el mismo periodo, descendiendo del 7.5 % al 4.3 %. Estos resultados muestran que, si bien el soporte físico es más recurrente en zonas rurales, su uso está cayendo.

¹³ Definición extraída del Anexo: Fichas Metodológicas, Indicador N° 12 de la presente publicación.

Gráfico N° 1.3.11

Población de 14 y más años de edad que adquirió música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, según área de residencia, 2022 – 2024 (Porcentaje)



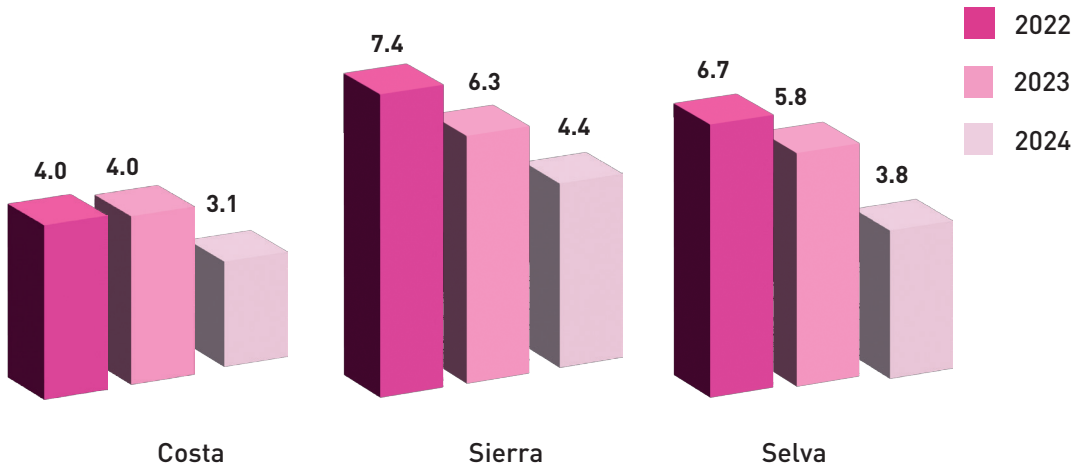
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022 – 2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.3.2.1.3. Adquisición de música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos según región natural

En el año 2024, la región Sierra registró la mayor proporción de personas de 14 años o más que adquirieron música mediante dispositivos físicos como CDs o Blu-ray u otros (4.4 %), seguida por la Selva (3.8 %) y la Costa (3.1 %). Durante el periodo 2022–2024, las tres regiones mostraron una reducción en la proporción de sus adquisiciones de este bien cultural.

Gráfico N° 1.3.12

Población de 14 y más años de edad que adquirió música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, según región natural, 2022 – 2024 (Porcentaje)



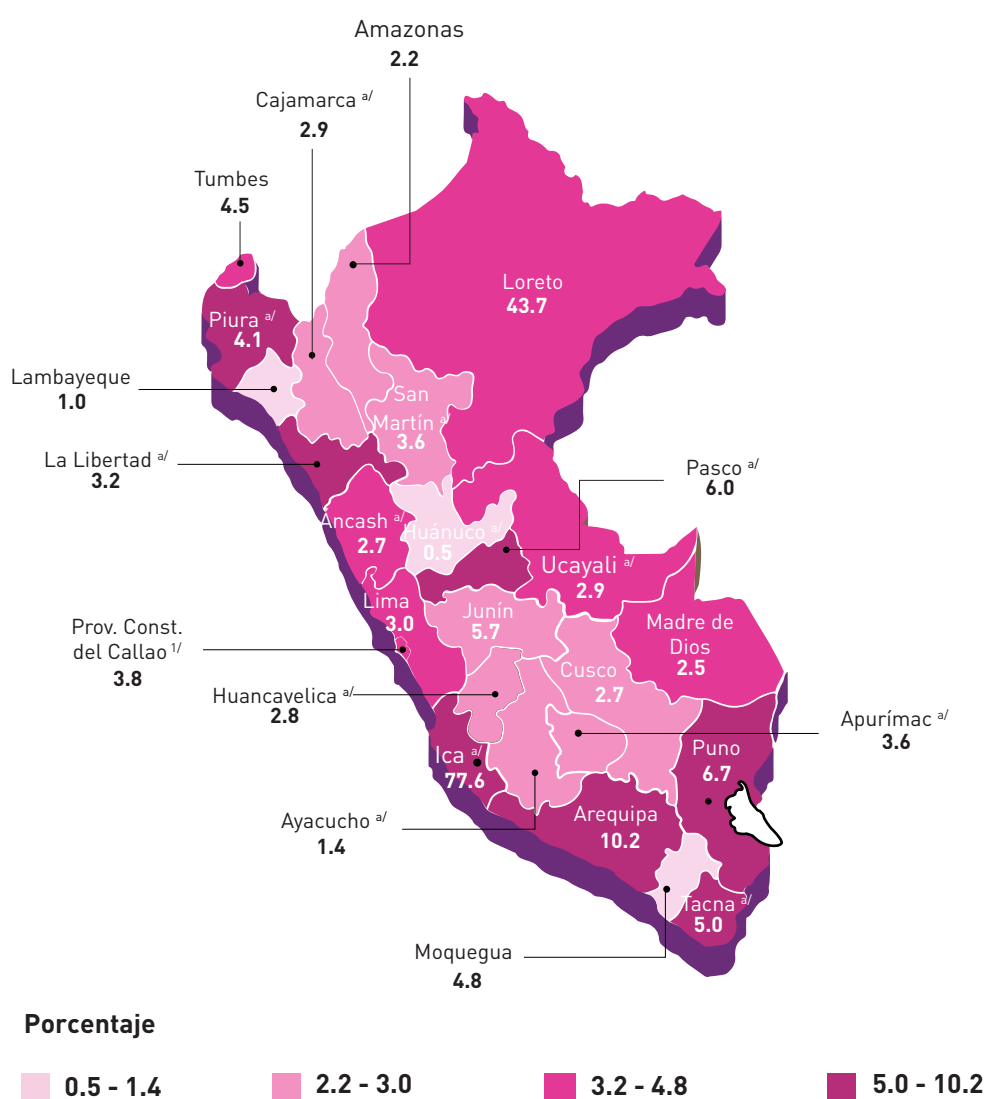
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022 – 2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.3.2.1.4. Adquisición de música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos según departamento

Al analizar la adquisición de música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos a nivel departamental, se observa que, para el año 2024, Arequipa lideró la adquisición de música mediante dispositivos físicos entre personas de 14 años o más, con una proporción de 10.2 %. Por otro lado, las poblaciones en las que menos se adquirió música mediante dispositivos físicos como CDs, Blu-ray u otros fueron aquellas que residen en los departamentos de Lambayeque y Huánuco (ambos con un porcentaje menor o igual a 1.0 %).

Gráfico N° 1.3.13

Población de 14 y más años de edad que adquirió música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, según departamento, 2024
(Porcentaje)



Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.

^{1/} Se considera a la Provincia Constitucional del Callao con fines comparativos.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024.

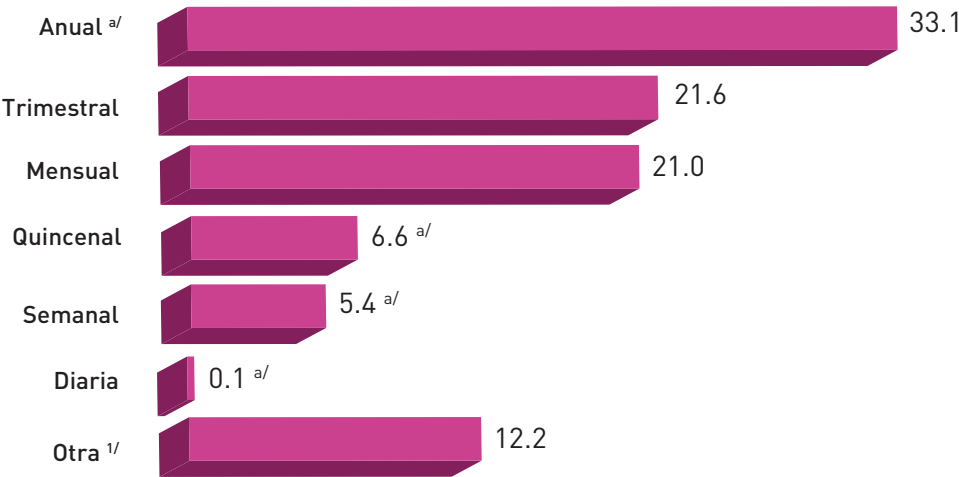
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.3.2.1.5. Frecuencia de adquisición de música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos

En el año 2024, a nivel nacional el 33.1 % de la población de 14 y más años de edad adquirió música anualmente mediante dispositivos físicos. El 21.6 % adquirió trimestralmente música mediante soportes físicos, seguido de quienes consiguieron música por internet de la misma manera mensualmente (21.0 %). Es decir, la población que accede o descarga música por internet en 2024 tiene una clara inclinación hacia las frecuencias de adquisición de largo plazo. Por otro lado, el acceso con una periodicidad más corta es significativamente menor: la frecuencia quincenal registra un 6.6 %, la semanal un 5.4 % y la diaria apenas un 0.1 %.

Gráfico N° 1.3.14

Población de 14 y más años de edad que adquirió música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, según frecuencia, 2024 (Porcentaje)



Nota: ^{a/}Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.

^{1/}Otra, incluye: semestral, por única vez, bimestral, entre otros.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024.

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA – Oficina de Estadística.

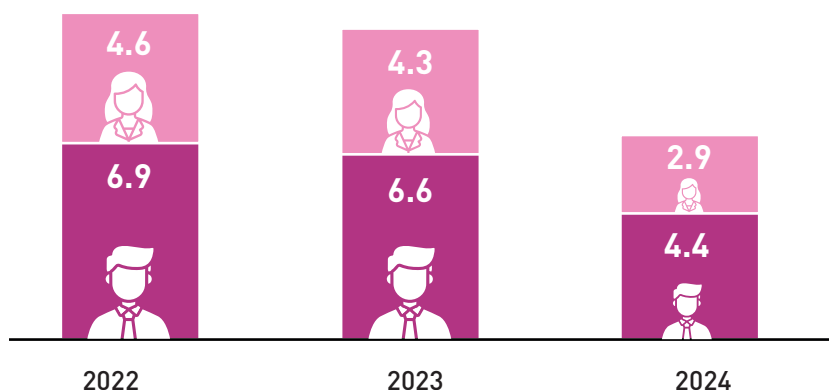
1.3.2.2. Características de la población que adquirió alguna música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos

1.3.2.2.1. Adquisición de música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos según sexo

En 2024, el 4.4 % de los hombres de 14 años o más adquirió música mediante dispositivos físicos como CDs o Blu-ray u otros, mientras que entre las mujeres la proporción fue de 2.9 %. Durante el periodo 2022–2024, ambos grupos mostraron una ligera disminución: los hombres pasaron de 6.9 % a 4.4 %, y las mujeres de 4.6 % a 2.9 %.

Gráfico N° 1.3.15

Población de 14 y más años de edad que adquirió música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, según sexo, 2022 – 2024
(Porcentaje)



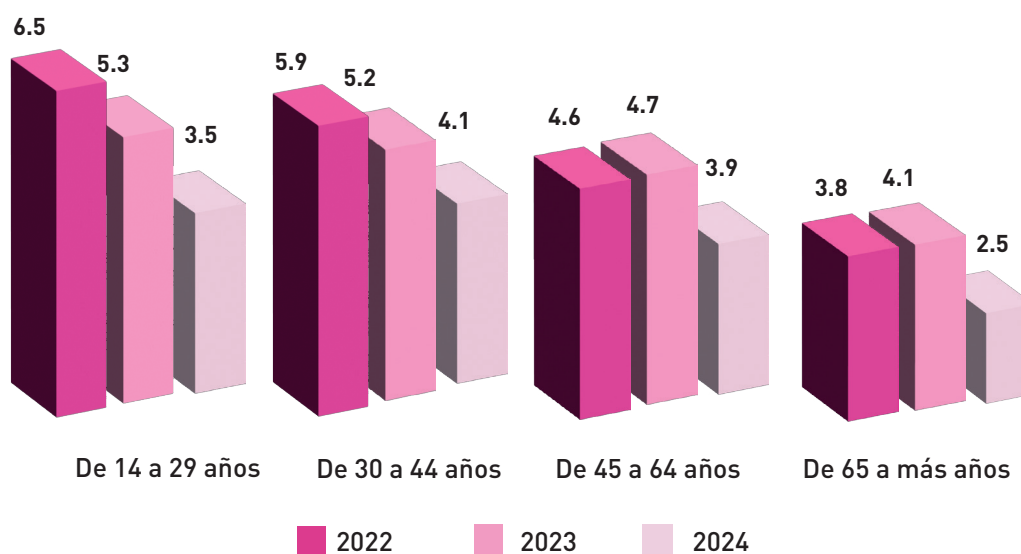
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022 – 2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA – Oficina de Estadística.

1.3.2.2.2. Adquisición de música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos por grupo de edad

En el periodo 2022–2024, los grupos etarios más jóvenes redujeron su adquisición de música mediante dispositivos físicos a 3.5 %; mientras que los adultos mayores, a pesar de que mostraron un aumento para 2023, bajaron en su consumo de este tipo de bien. En 2023, el grupo de 30 a 44 años registró 5.2 %, pero descendió a 4.1 % en 2024. Por otro lado, el grupo de 65 años o más pasó de 3.8 % a 2.5 %

Gráfico N° 1.3.16

Población de 14 y más años de edad que adquirió música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, por grupos de edad, 2022 – 2024
(Porcentaje)



Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA – Oficina de Estadística.

1.3.2.2.3 Adquisición de música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos por nivel educativo

De acuerdo a los datos de la Encuesta Nacional de Programas Presupuestales del 2024, la mayor proporción de adquisición de música mediante dispositivos físicos se observó entre quienes tenían estudios de educación inicial (5.5 %) y educación superior no universitaria incompleta (5.3 %). Por el contrario, quienes contaban con estudios universitarios incompletos registraron el menor porcentaje (2.1 %). A lo largo del periodo 2022–2024, las proporciones cambiaron, destacando un descenso en el grupo con primaria completa.

Cuadro N° 1.3.3

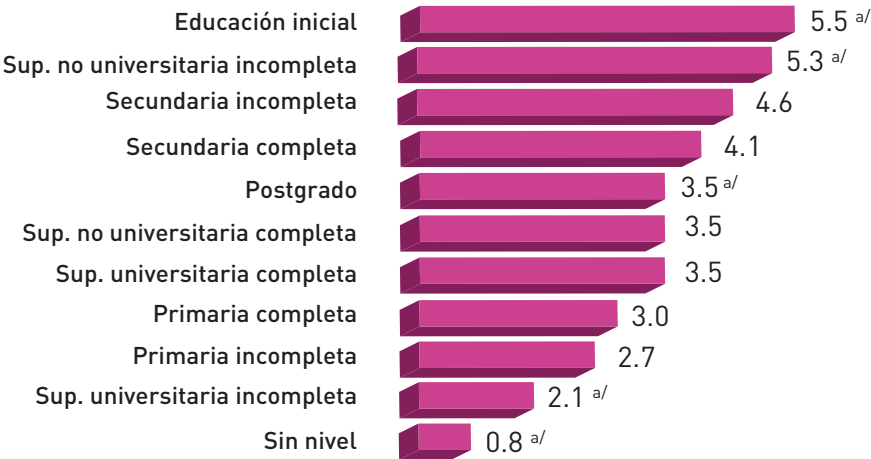
Población de 14 y más años de edad que adquirió música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, por nivel educativo, 2022 – 2024 (Porcentaje)

NIVEL EDUCATIVO	Año		
	2022	2023	2024
Postgrado	4.3 ^{a/}	5.7 ^{a/}	3.5 ^{a/}
Superior universitaria completa	3.5 ^{a/}	3.6 ^{a/}	3.5
Superior universitaria incompleta	4.8 ^{a/}	3.4 ^{a/}	2.1 ^{a/}
Superior no universitaria completa	4.1	5.3	3.5
Superior no universitaria incompleta	5.2 ^{a/}	3.6 ^{a/}	5.3 ^{a/}
Básica Especial	4.2 ^{a/}	0.0	0.0
Secundaria completa	6.6	5.4	4.1
Secundaria incompleta	6.7	6.0	4.6
Primaria completa	7.0	7.0	3.0
Primaria incompleta	4.0 ^a	3.8 ^a	2.7 ^a
Educación inicial	2.5 ^{a/}	1.5 ^{a/}	5.5 ^{a/}
Sin nivel	2.0 ^{a/}	1.8 ^{a/}	0.8 ^{a/}

Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Gráfico N° 1.3.17

Población de 14 y más años de edad que adquirió música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, por nivel educativo, 2024 (Porcentaje)



Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.3.2.3. Motivo de la no adquisición

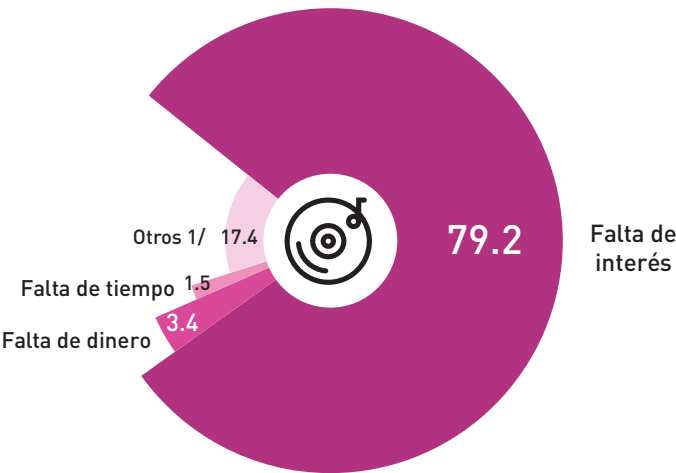
Según la Encuesta Nacional de Programas Presupuestales del 2024, la falta de interés fue la principal razón para no adquirir música mediante dispositivos físicos, mencionada por el 79.2 % de las personas de 14 años o más. Le siguieron la falta de dinero (3.4 %) y la falta de tiempo (1.5 %). Estas tres razones encabezaron las respuestas durante todo el periodo 2022–2024, aunque la falta de interés mostró una reducción de 5 puntos porcentuales respecto al 2022. En contraste, las menciones a la ausencia de ofertas (0.8 %) y a la falta de información oportuna (0.2 %) se mantuvieron constantes y con baja presencia.

Cuadro N° 1.3.4
Población de 14 y más años de edad que no adquirió música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, según razón principal de no adquisición, 2022 – 2024 (Porcentaje)

RAZÓN PRINCIPAL DE LA NO ADQUISICIÓN	Año		
	2022	2023	2024
Falta de interés	84.0	76.6	79.2
Falta de dinero	4.7	4.2	3.4
Falta de tiempo	1.4	1.6	1.5
No hay ofertas	0.7	0.7	0.8
No tiene información oportuna	0.2 ^{a/}	0.2 ^{a/}	0.2 ^{a/}
Otra ^{1/}	9.0	16.7	14.9

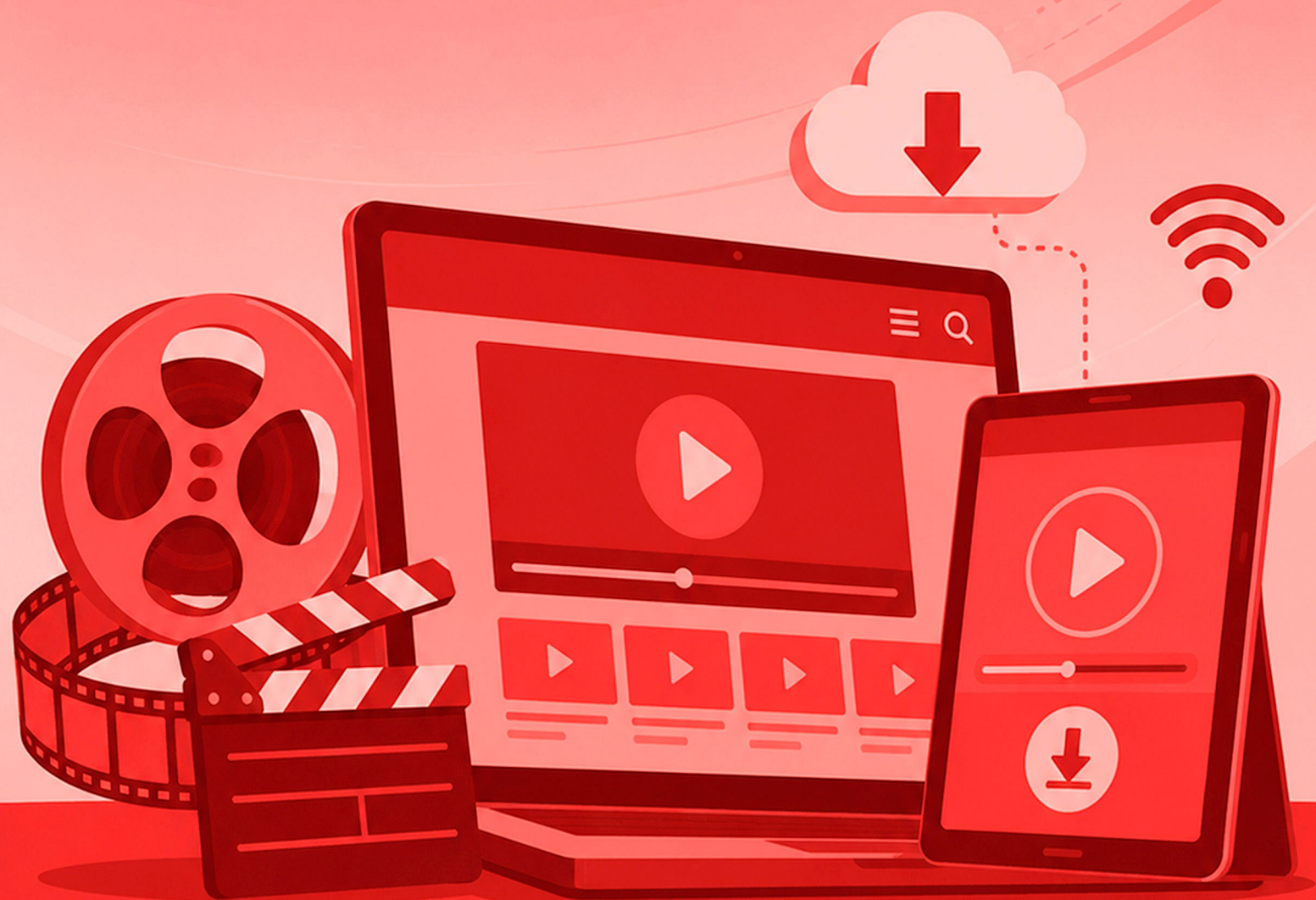
Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.
^{1/} Otra, incluye: accede por internet, falta de equipamiento, prefiere escuchar radio, entre otros.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Gráfico N° 1.3.18
Población de 14 y más años de edad que no adquirió música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, según razón principal de no adquisición, 2024 (Porcentaje)



Nota: ^{1/} Otros, incluye: no tiene información oportuna, no hay ofertas, accede por internet, falta de equipamiento, prefiere escuchar radio, entre otros.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

PELÍCULA U OTROS CONTENIDOS DE VIDEO



PELÍCULA U OTROS CONTENIDOS DE VIDEO A TRAVÉS DE DESCARGA O ACCESO POR INTERNET

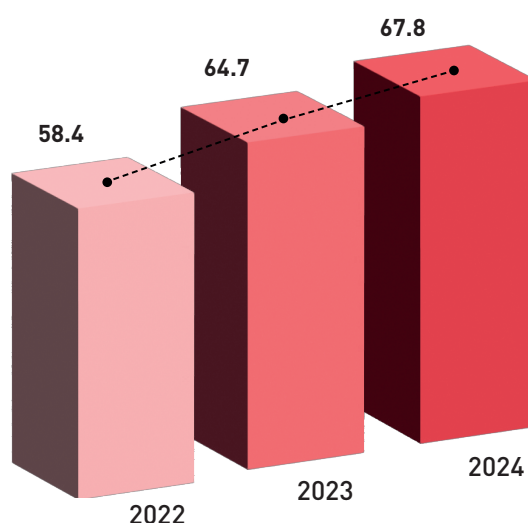
Obras audiovisuales distribuidas por internet y reproducidas mediante dispositivos electrónicos. Su consumo suele realizarse a través de modalidades como la descarga, suscripción o en línea (streaming)¹⁴.

1.4.1.1. Adquisición de película u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet

1.4.1.1.1. A nivel nacional

Según la Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, entre 2022 y 2024, se incrementó la proporción de personas de 14 años o más que adquirieron películas u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet. En 2022, el 58.4 % de la población declaró realizar esta acción, cifra que ascendió a 64.7 % en 2023 y a 67.8 % en 2024.

Gráfico N° 1.4.1
Población de 14 y más años de edad que adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, 2022 – 2024 (Porcentaje)



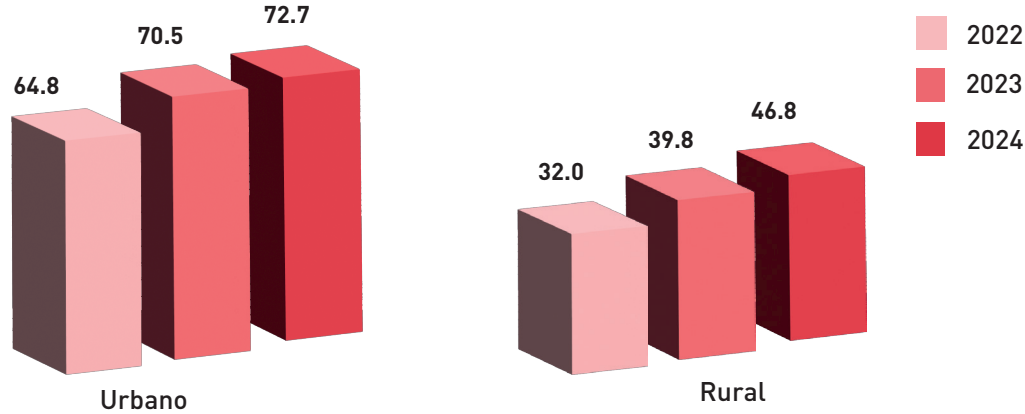
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.4.1.1.2. Adquisición de película u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet según área de residencia

Para el año 2024, la adquisición de películas u otros contenidos de video por internet fue mayor en el área urbana (72.7 %) que en la rural (46.8 %). Ambas áreas mostraron incrementos en el periodo 2022–2024: en el ámbito urbano la proporción creció 8 puntos porcentuales, y en el rural, 15 puntos. La diferencia entre ambos espacios se disminuyó, alcanzando los 26 puntos porcentuales en 2024.

¹⁴ Definición extraída del Anexo: Fichas Metodológicas, Indicador N° 08 de la presente publicación.

Gráfico N° 1.4.2
Población de 14 y más años de edad que adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, según área de residencia, 2022 – 2024
(Porcentaje)

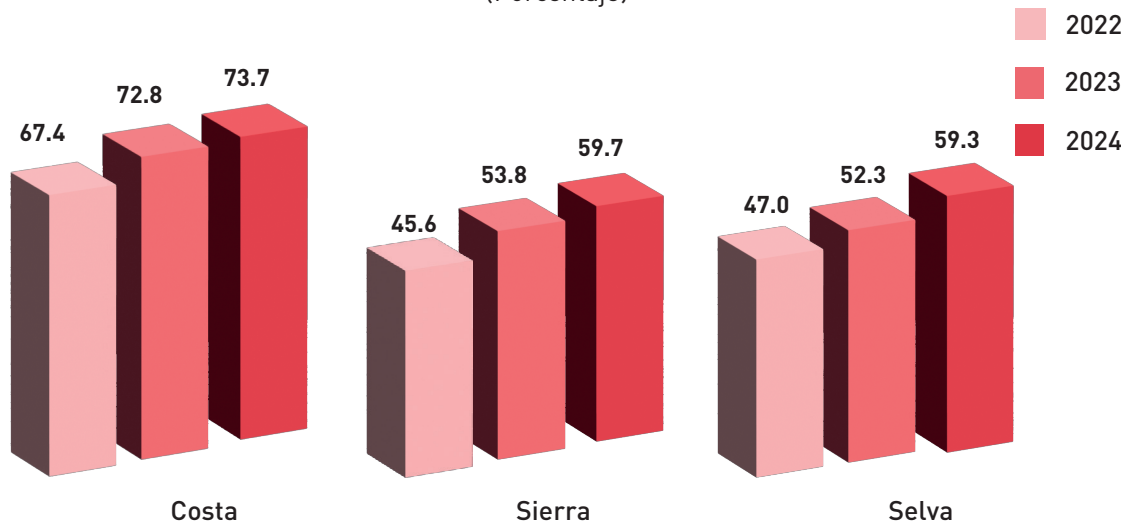


Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.4.1.1.3. Adquisición de película u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet según región natural

De acuerdo a los datos de la Encuesta Nacional de Programas Presupuestales del 2024, la región Costa presentó la mayor proporción de personas de 14 años o más que adquirieron películas u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet según región natural (73.7 %), seguida por la Sierra (59.7 %) y la Selva (59.3 %). En el periodo 2022-2024, todas las regiones registraron aumentos: la Costa creció 6 puntos porcentuales, la Sierra 14 puntos y la Selva 12 puntos. La diferencia entre la Costa y la Selva fue de 14 puntos porcentuales en 2024.

Gráfico N° 1.4.3
Población de 14 y más años de edad que adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, según región natural, 2022 – 2024
(Porcentaje)



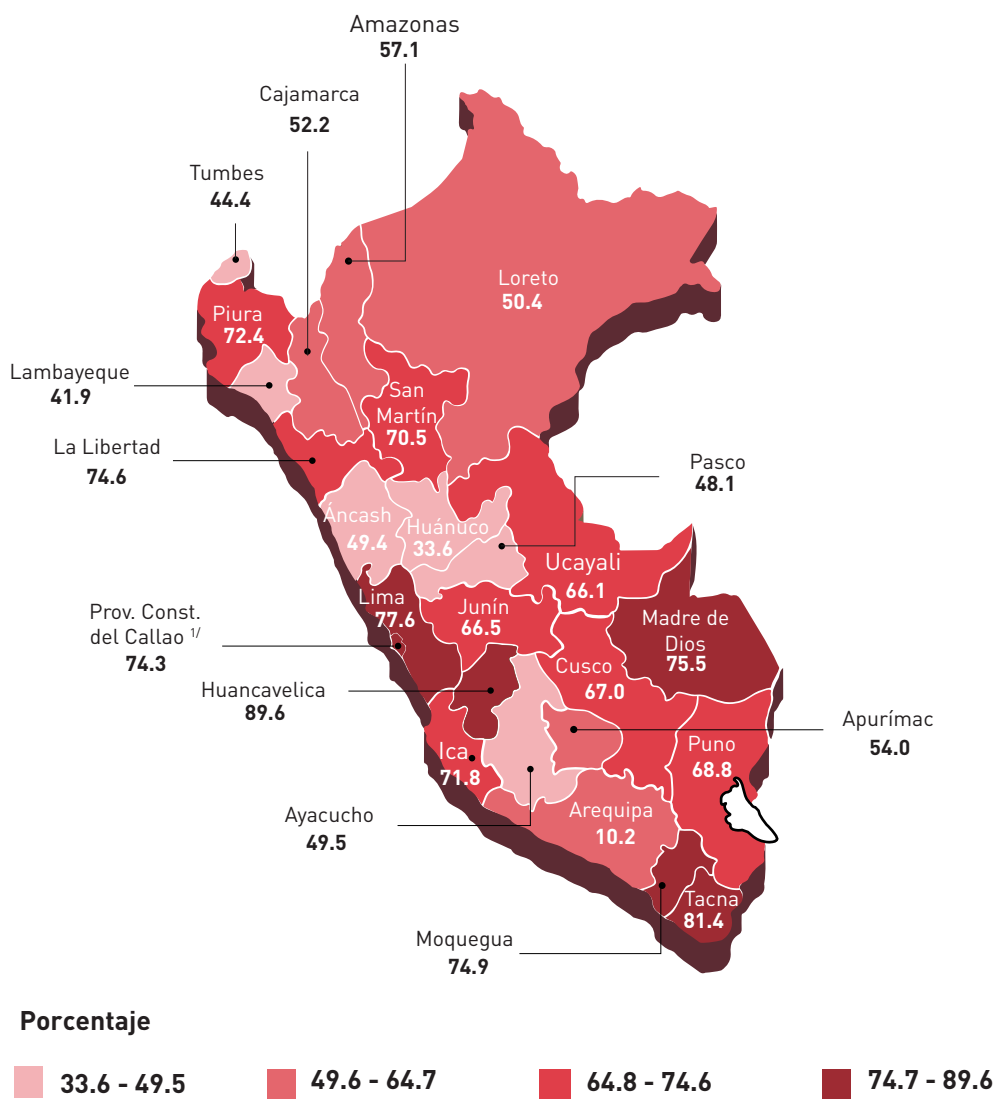
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022 – 2024
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística..

1.4.1.1.4. Adquisición de película u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet según departamento

En 2024, Huancavelica presentó la proporción más alta de personas de 14 años o más que adquirieron películas u otros contenidos de video por internet (89.6 %). En contraste, las proporciones más bajas se observaron en Pasco (48.1 %), Tumbes (44.4 %), Lambayeque (41.9 %) y Huánuco (33.6 %).

Gráfico N° 1.4.4

Población de 14 y más años de edad que adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, según departamento, 2024 (Porcentaje)



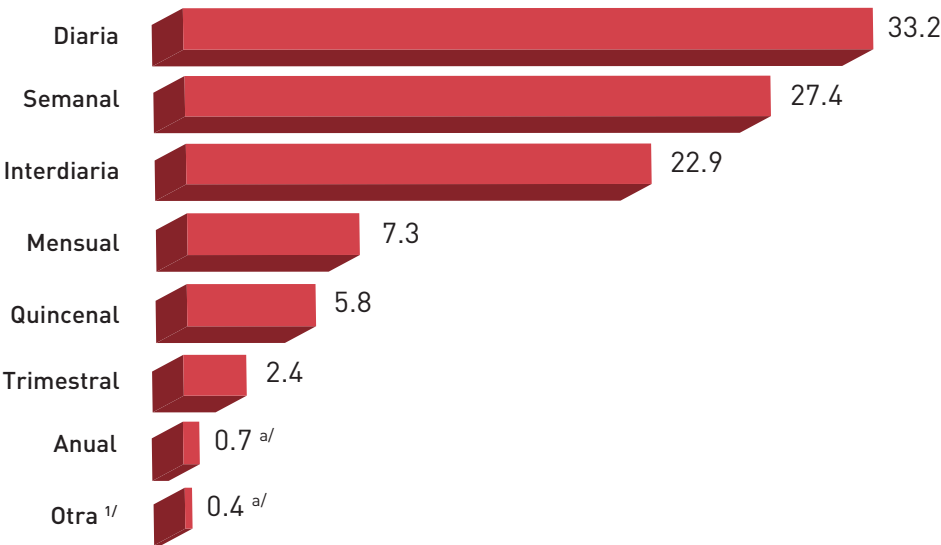
Nota: ^{1/}Se considera a la Provincia Constitucional del Callao con fines comparativos.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA – Oficina de Estadística.

1.4.1.1.5. Frecuencia de adquisición de película u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet

En el año 2024, a nivel nacional el 33.2 % de la población de 14 y más años de edad adquirió al menos una película por internet diariamente. El 27.4 % adquirió semanalmente película por internet, seguido de quienes consiguieron película por internet de forma interdiaria (22.9 %).

Gráfico N° 1.4.5

Población de 14 y más años de edad que adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, según frecuencia, 2024 (Porcentaje)



Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.
^{1/} Otra, incluye: semestral, tres veces al año, bimestral, entre otros.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA – Oficina de Estadística.

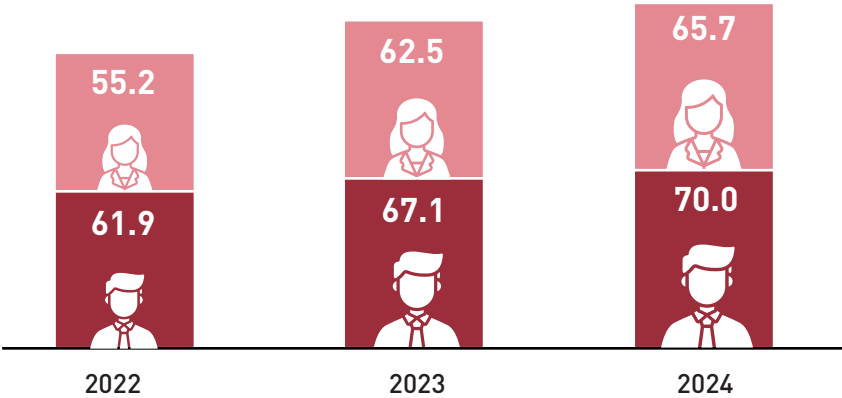
1.4.1.2. Características de la población que adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet

1.4.1.2.1. Adquisición de película u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet según sexo

Según la Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, en el periodo 2022–2024, la adquisición de películas u otros contenidos de video por internet creció en ambos grupos de sexo. En 2024, el 70.0 % de los hombres y el 65.7 % de las mujeres afirmaron haber realizado esta acción. La diferencia entre ambos grupos se mantuvo entre los 4 y 7 puntos porcentuales a lo largo del periodo.

Gráfico N° 1.4.6

Población de 14 y más años de edad que adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, según sexo, 2022 – 2024 (Porcentaje)



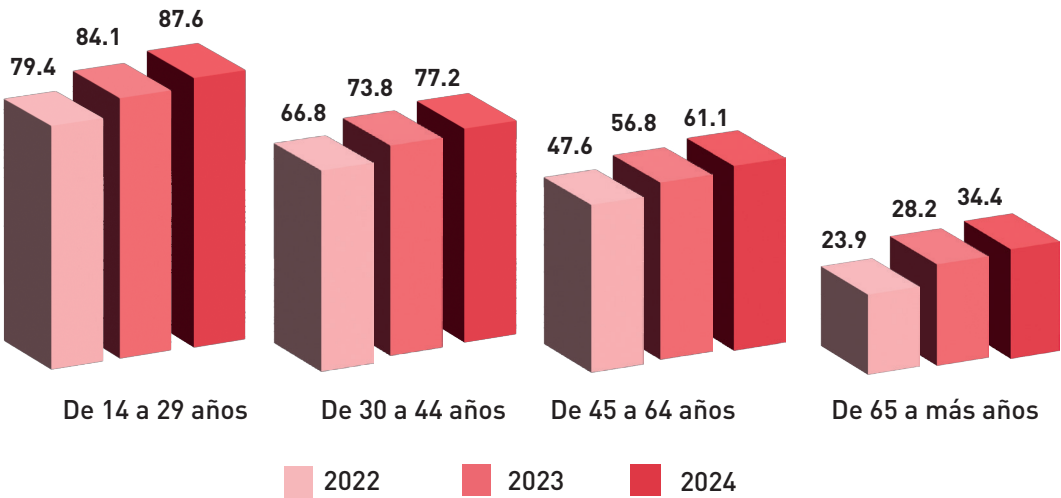
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA – Oficina de Estadística.

1.4.1.2.2. Adquisición de película u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet por grupo de edad

En 2024, la adquisición de películas u otros contenidos de video por internet fue más alta entre los jóvenes de 14 a 29 años (87.6 %) y disminuyó progresivamente con la edad: 77.2 % en el grupo de 30 a 44 años, 61.1 % en el de 45 a 64 años y 34.4 % entre quienes tenían 65 años o más. Todos los grupos mostraron incrementos entre 2022 y 2024.

Gráfico N° 1.4.7

Población de 14 y más años de edad que adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, por grupos de edad, 2022 – 2024 (Porcentaje)



Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA – Oficina de Estadística.

1.4.1.2.3. Adquisición de película u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet por nivel educativo

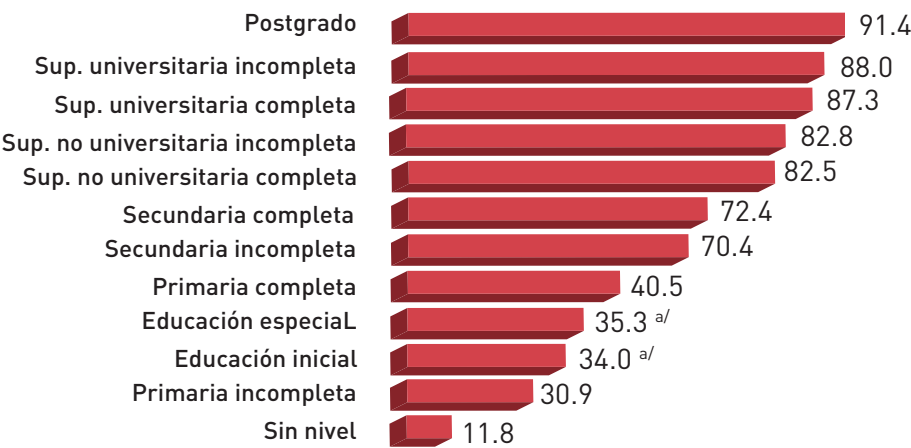
Todos los grupos de los diferentes niveles educativos registraron incrementos en el periodo 2022–2024. En 2024, la adquisición de películas u otros contenidos de video por internet fue más alta entre quienes contaban con estudios de postgrado (91.4 %), seguidos por quienes tenían estudios superiores universitarios incompletos (88.0 %) y completos (87.3 %). También se observaron proporciones elevadas entre personas con educación superior no universitaria, tanto incompleta (82.8 %) como completa (82.5 %).

Cuadro N° 1.4.1
Población de 14 y más años de edad que adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, por nivel educativo, 2022 – 2024
(Porcentaje)

NIVEL EDUCATIVO	Año		
	2022	2023	2024
Postgrado	82.5	88.3	91.4
Superior universitaria completa	78.1	83.2	87.3
Superior universitaria incompleta	83.7	86.2	88.0
Superior no universitaria completa	77.6	79.4	82.5
Superior no universitaria incompleta	75.5	79.9	82.8
Básica Especial	31.2 ^{a/}	24.8 ^{a/}	35.3 ^{a/}
Secundaria completa	64.7	70.9	72.4
Secundaria incompleta	60.2	67.6	70.4
Primaria completa	28.0	37.8	40.5
Primaria incompleta	16.5	24.0	30.9
Educación inicial	35.1 ^{a/}	48.6 ^{a/}	34.0 ^{a/}
Sin nivel	6.3 ^{a/}	10.9 ^{a/}	11.8

Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Gráfico N° 1.4.8
Población de 14 y más años de edad que adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, por nivel educativo, 2024
(Porcentaje)



Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.4.1.3. Motivo de la no adquisición

Según la Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, para el año 2024, el 50.3 % de las personas de 14 años o más que no adquirieron películas u otros contenidos de video por internet mencionó la falta de interés como principal razón no obtenerlas. Le siguieron el hecho de que nunca usaron internet (37.1 %) y la falta de tiempo (5.2 %). Estas tres fueron las razones más comentadas. Las respuestas vinculadas a la falta de información oportuna (0.9 %) y la inexistencia de ofertas (0.1 %) mostraron baja presencia y se mantuvieron casi constantes durante el periodo.

Cuadro N° 1.4.2

Población de 14 y más años de edad que no adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, según razón principal de no adquisición, 2022 – 2024
(Porcentaje)

RAZÓN PRINCIPAL DE LA NO ADQUISICIÓN	Año		
	2022	2023	2024
Falta de interés	45.0	47.0	50.3
Nunca utilizó el internet	43.2	40.3	37.1
Falta de tiempo	4.3	5.1	5.2
Falta de dinero	4.6	3.9	3.3
No tiene información oportuna	0.9	0.5	0.9 ^{a/}
No hay ofertas	0.2 ^{a/}	0.4 ^{a/}	0.1 ^{a/}
Otra ^{1/}	1.8	2.6	3.0

Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.

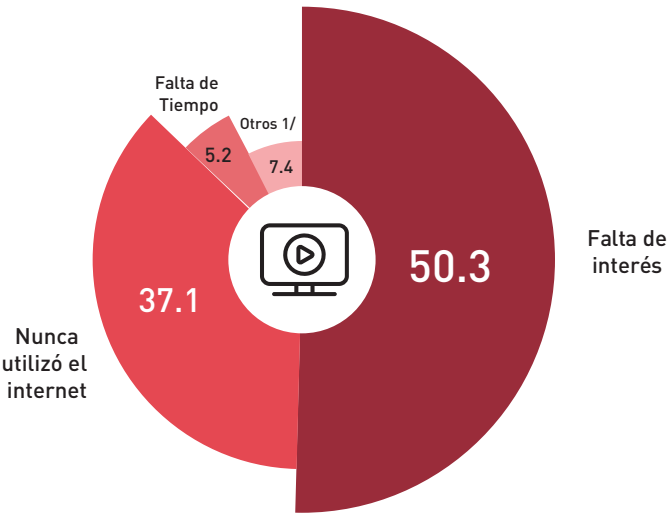
^{1/} Otra, incluye: desconoce como acceder, falta de equipamiento, por su salud, entre otros.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022 – 2024.

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Gráfico N° 1.4.9

Población de 14 y más años de edad que no adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, según razón principal de no adquisición, 2024
(Porcentaje)



Nota: ^{1/} Otros, incluye: falta de dinero, no tiene información oportuna, no hay ofertas, desconoce como acceder, falta de equipamiento, por su salud, entre otros.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024.

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

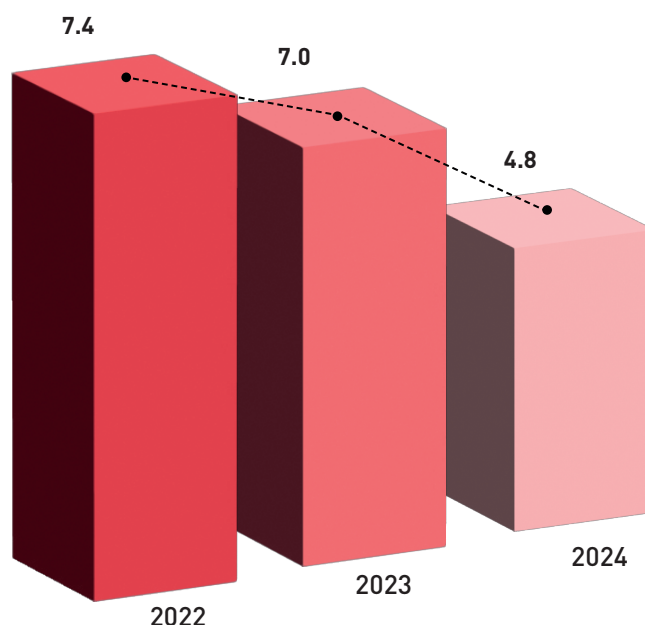
PELÍCULA U OTROS CONTENIDOS DE VIDEO A TRAVÉS DE CDS, BLU-RAY U OTROS DISPOSITIVOS

Obras audiovisuales fijadas en soporte físico, tales como DVD o discos Blu-Ray¹⁵.

1.4.2.1. Adquisición de película u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos

Según los resultados de la Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, entre 2022 y 2024, descendió la proporción de personas de 14 años o más que adquirieron películas u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos. En 2022, el 7.4 % de la población declaró realizar esta acción, cifra que disminuyó a 7.0 % en 2023 y a 4.8 % en 2024.

Gráfico N° 1.4.10
Población de 14 y más años de edad que adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, 2022 – 2024
(Porcentaje)



Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

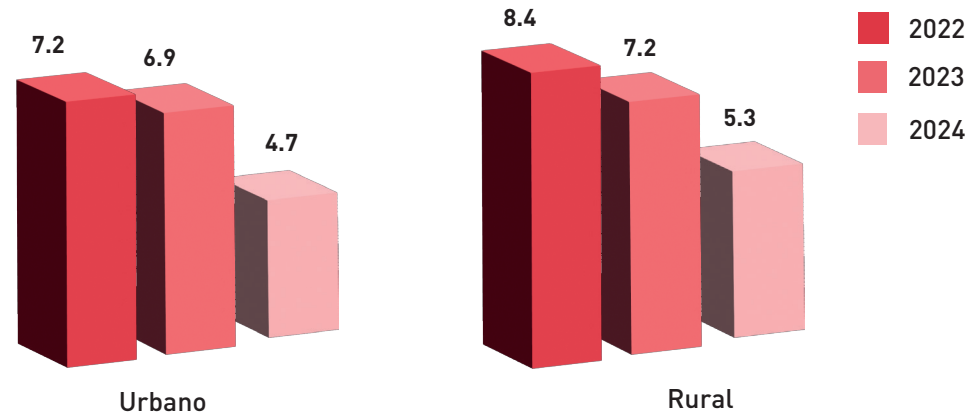
1.4.2.1.2. Adquisición de película u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos según área de residencia

En el año 2024, la proporción de personas de 14 años o más que adquirieron películas u otros contenidos de video mediante dispositivos físicos fue de 4.7 % en el área urbana y 5.3 % en el área rural. Ambas zonas tuvieron un descenso en el periodo 2022–2024: el área urbana bajó de 7.2 % a 4.7 %, y la rural de 8.4 % a 5.3 %.

¹⁵ Definición extraída del Anexo: Fichas Metodológicas, Indicador N° 11 de la presente publicación.

Gráfico N° 1.4.11

Población de 14 y más años de edad que adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, según área de residencia, 2022 – 2024 (Porcentaje)



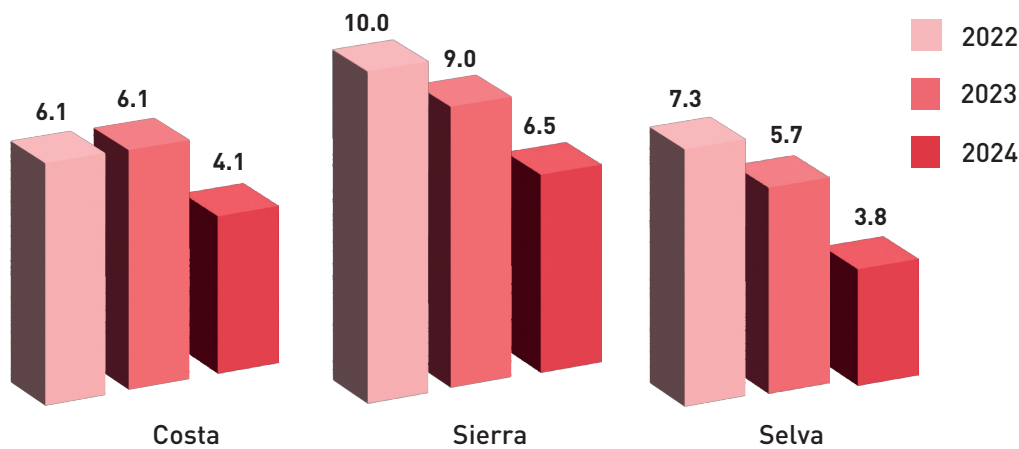
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.4.2.1.3. Adquisición de película u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos según región natural

Durante el periodo 2022–2024, todas las regiones naturales mostraron una disminución en la proporción de personas de 14 años o más que adquirieron películas u otros contenidos de video mediante dispositivos físicos. En 2024, la región Sierra presentó el valor más alto (6.5 %), seguida de la Costa (4.1 %) y la Selva (3.8 %).

Gráfico N° 1.4.12

Población de 14 y más años de edad que adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, según región natural, 2022 – 2024 (Porcentaje)



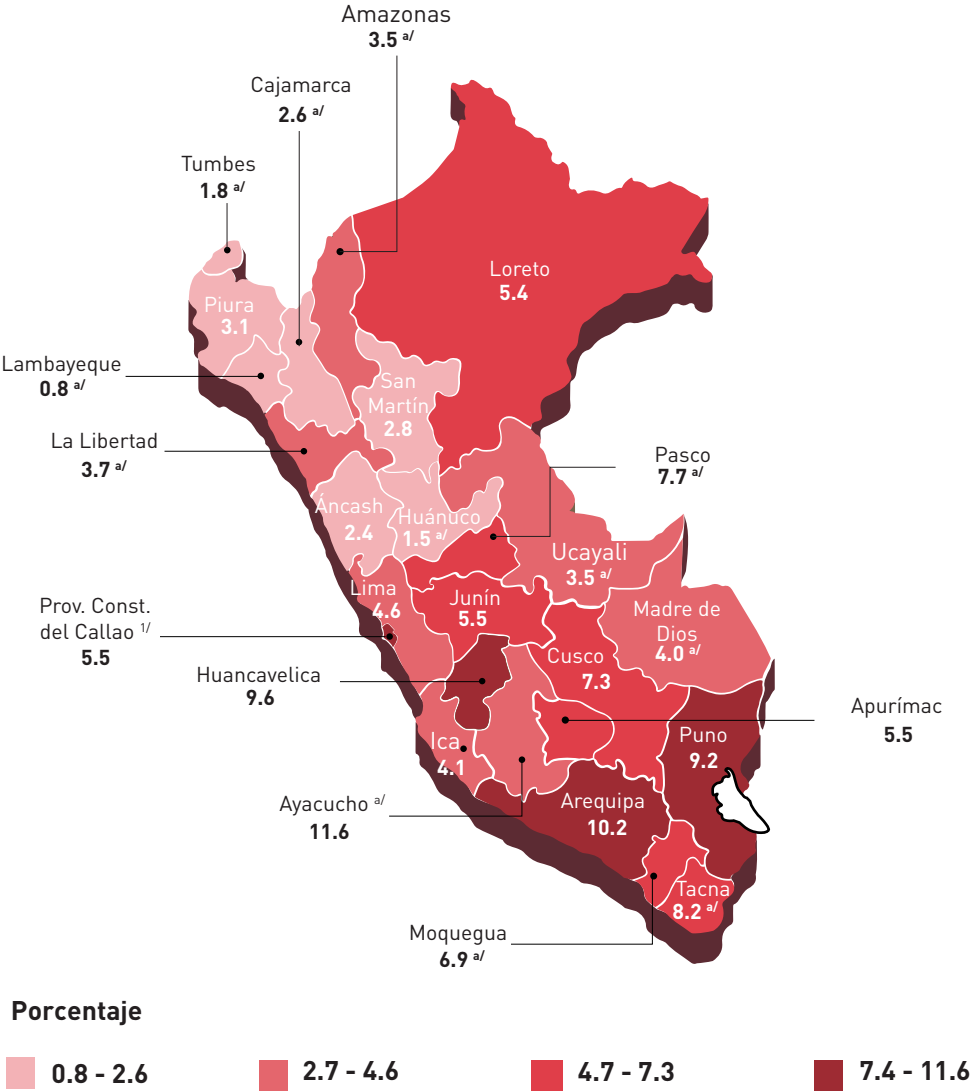
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.4.2.1.4. Adquisición de película u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos según departamento

Para el año 2024, Arequipa registró la proporción más alta de personas de 14 años o más que adquirieron películas u otros contenidos de video mediante dispositivos físicos, con 11.6 %. Le siguieron Huancavelica (9.6 %) y Puno (9.2 %). Por otro lado, las proporciones más bajas se registraron en Piura (3.1 %), San Martín (2.8 %), Cajamarca (2.6 %), Áncash (2.4 %), Tumbes (1.8 %), Huánuco (1.5 %) y Lambayeque (0.8 %). La diferencia entre Arequipa y Lambayeque fue de 11 puntos porcentuales para el 2024.

Gráfico N° 1.4.13

Población de 14 y más años de edad que adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, según departamento, 2024 (Porcentaje)



Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15%.

^{1/} Se considera a la Provincia Constitucional del Callao con fines comparativos.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024.

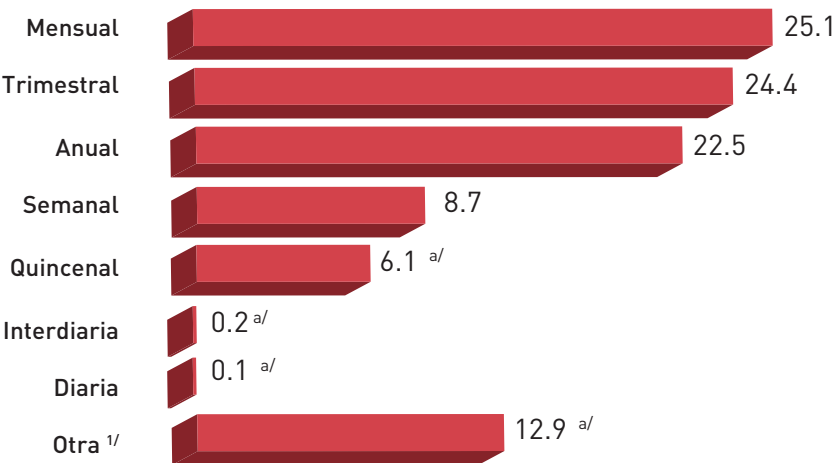
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.4.2.1.5. Frecuencia de Adquisición de película u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos

En el año 2024, a nivel nacional el 25.1 % de la población de 14 y más años de edad adquirió al menos una película u otros contenidos de video por CDs, Blu-ray u otros dispositivos mensualmente. El 24.4 % adquirió trimestralmente películas o videos por medios físicos, seguido de quienes lo consiguieron de forma anual (22.5 %).

Gráfico N° 1.4.14

Población de 14 y más años de edad que adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, según frecuencia, 2024 (Porcentaje)



Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.

^{1/} Otra, incluye: semestral, tres veces al año, por única vez, bimestral, entre otros.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024.

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

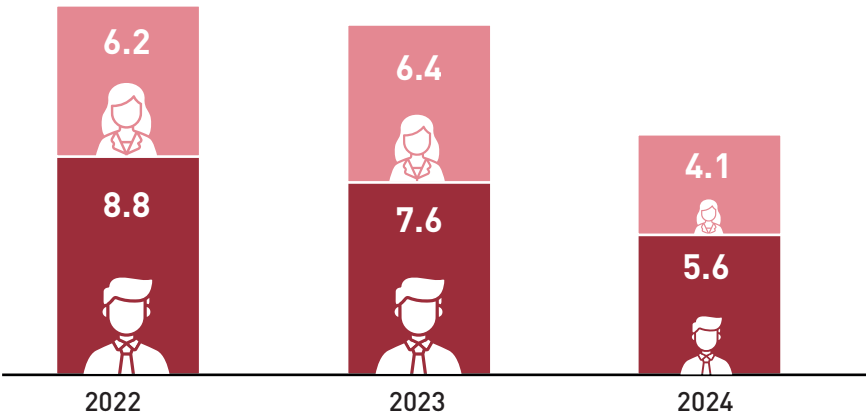
1.4.2.2. Características de la población que adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos

1.4.2.2.1. Adquisición de película u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos según sexo

A lo largo del periodo 2022–2024, ambos grupos mostraron una tendencia a la baja en la obtención de estos bienes a través de medios físicos. En 2024, el 5.6 % de los hombres de 14 años o más adquirió películas u otros contenidos de video mediante dispositivos físicos, mientras que entre las mujeres la proporción fue de 4.1 %.

Gráfico N° 1.4.15

Población de 14 y más años de edad que adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, según sexo, 2022 – 2024
(Porcentaje)



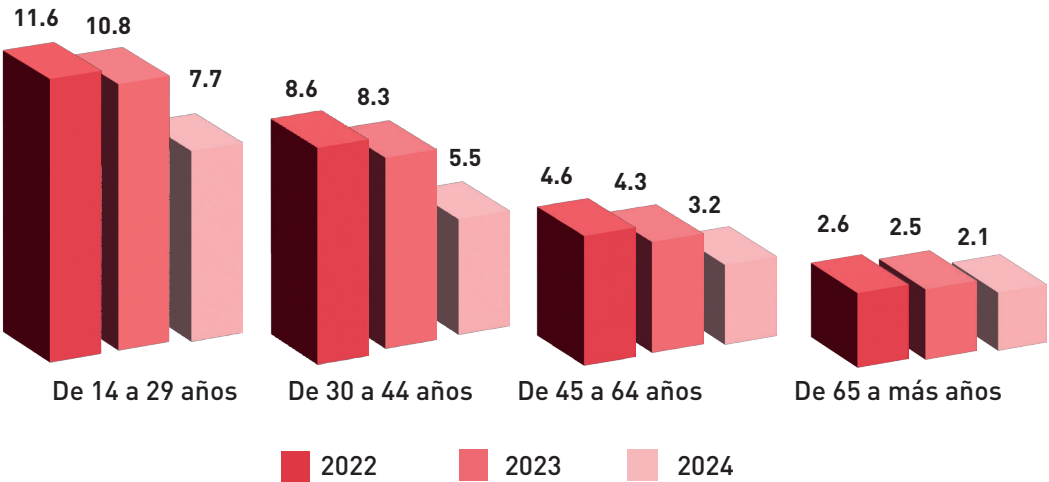
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA – Oficina de Estadística.

1.4.2.2.2. Adquisición de película u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos por grupo de edad

En el año 2024, el grupo de 14 a 29 años registró la mayor proporción de adquisición de películas u otros contenidos de video mediante dispositivos físicos, con 7.7 %, seguido por el grupo de 30 a 44 años (5.5 %). Los adultos mayores de 65 años o más presentaron el valor más bajo (2.1 %). Durante el periodo 2022-2024, todos los grupos etarios mostraron una disminución en la adquisición de estos contenidos, siendo más marcada en los jóvenes de 14 a 29 años.

Gráfico N° 1.4.16

Población de 14 y más años de edad que adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, por grupos de edad, 2022 – 2024
(Porcentaje)



Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA – Oficina de Estadística.

1.4.2.2.3. Adquisición de película u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos por nivel educativo

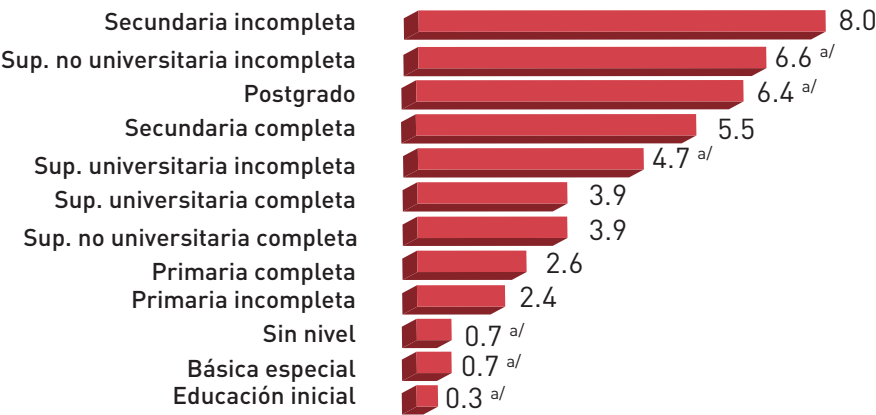
De acuerdo a los datos de la Encuesta Nacional de Programas Presupuestales del 2024, la mayor proporción de adquisición de películas u otros contenidos de video mediante dispositivos físicos se registró entre personas con estudios de secundaria completa (8.0 %), seguidas por quienes tenían estudios superiores no universitarios incompletos (6.6 %) y postgrado (6.4 %). A lo largo del periodo 2022–2024, el grupo sin nivel educativo mostró una disminución constante, mientras que el grupo con estudios superiores no universitarios completos pasó de 8.1 % en 2022 a 3.9 % en 2024.

Cuadro N° 1.4.3
Población de 14 y más años de edad que adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, por nivel educativo, 2022 – 2024 (Porcentaje)

NIVEL EDUCATIVO	Año		
	2022	2023	2024
Postgrado	4.6 ^{a/}	8.3 ^{a/}	6.4 ^{a/}
Superior universitaria completa	5.9	5.8	3.9
Superior universitaria incompleta	6.1	7.7	4.7 ^{a/}
Superior no universitaria completa	8.1	7.2	3.9
Superior no universitaria incompleta	9.0 ^{a/}	6.3	6.6 ^{a/}
Básica Especial	3.5 ^{a/}	0.0	0.7 ^{a/}
Secundaria completa	8.8	8.0	5.5
Secundaria incompleta	10.3	10.2	8.0
Primaria completa	6.2	5.1	2.6
Primaria incompleta	4.1	3.9	2.4
Educación inicial	2.5 ^{a/}	0.0	0.3 ^{a/}
Sin nivel	1.3 ^{a/}	1.3 ^{a/}	0.7 ^{a/}

Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Gráfico N° 1.4.17
Población de 14 y más años de edad que adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, por nivel educativo, 2024 (Porcentaje)



Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15%.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.4.2.3. Motivo de la no adquisición

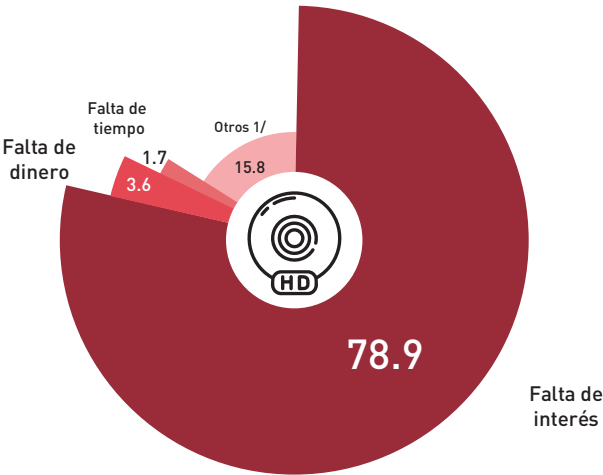
Según la Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, en el 2024, la principal razón mencionada por las personas de 14 años o más para no adquirir películas u otros contenidos de video en formato físico fue la falta de interés (78.9 %). Esta proporción disminuyó 4 puntos porcentuales respecto a 2022. Otras razones reportadas fueron la falta de dinero (3.6 %) y la falta de tiempo (1.7 %). En menor medida, también se mencionaron la ausencia de ofertas (0.9 %) y la falta de información oportuna (0.2 %), ambas con baja presencia en el periodo.

Cuadro N° 1.4.4
Población de 14 y más años de edad que no adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, según razón principal de no adquisición, 2022 – 2024 (Porcentaje)

RAZÓN PRINCIPAL DE LA NO ADQUISICIÓN	Año		
	2022	2023	2024
Falta de interés	82.9	76.3	78.9
Falta de dinero	4.5	4.2	3.6
Falta de tiempo	2.0	2.0	1.7
No hay ofertas	0.6	0.8	0.9
No tiene información oportuna	0.3 ^{a/}	0.1 ^{a/}	0.2 ^{a/}
Otra ^{1/}	9.7	16.7	14.7

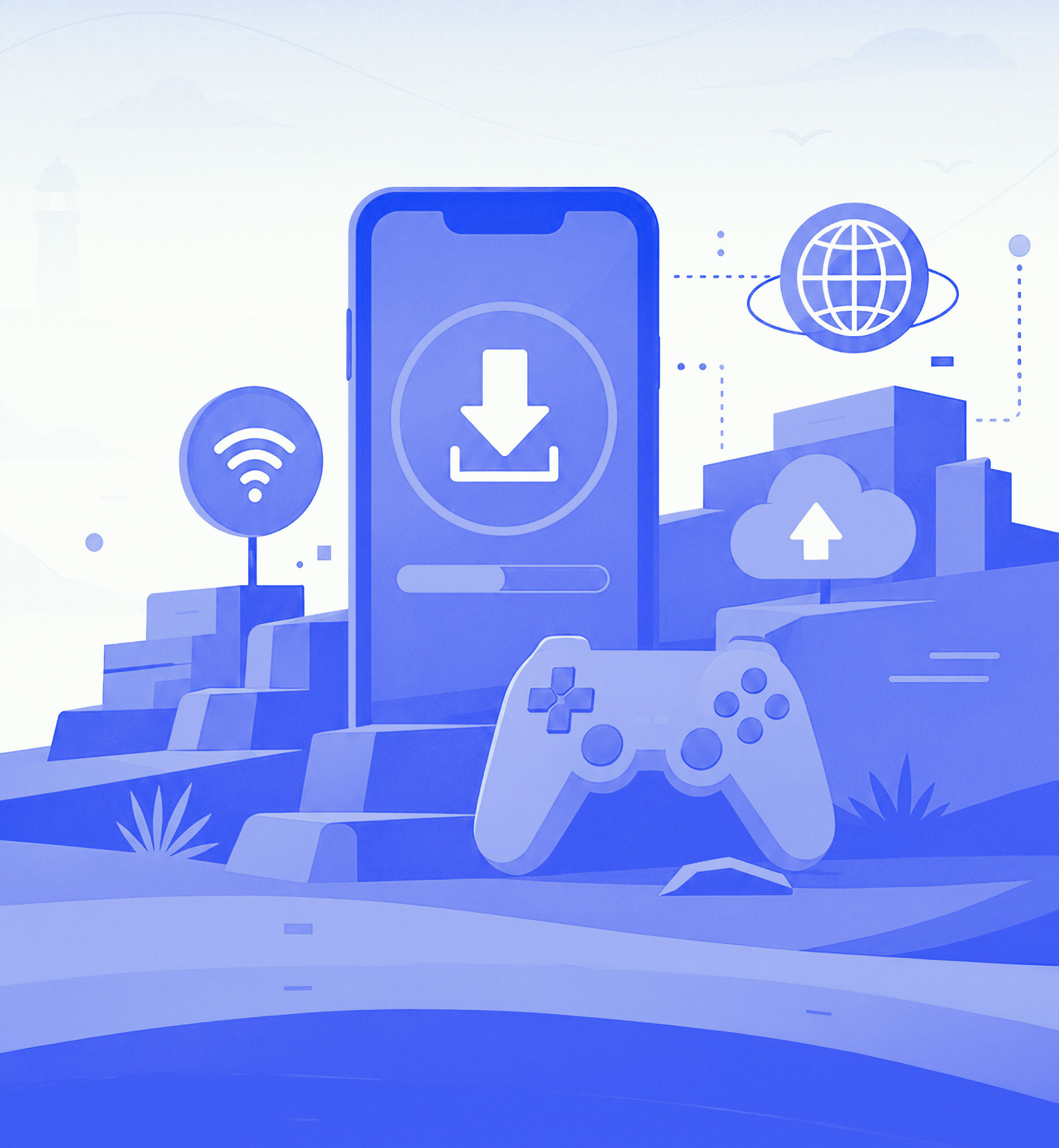
Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.
^{1/} Otra, incluye: accede por internet, falta de equipamiento, desconoce que son películas y otros contenidos, prefiere ver tv cable, prefiere ver televisión, entre otros.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Gráfico N° 1.4.18
Población de 14 y más años de edad que no adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, según razón principal de no adquisición, 2024 (Porcentaje)



Nota: ^{a/} Otros, incluye: no hay ofertas, no tiene información oportuna, accede por internet, falta de equipamiento, desconoce que son películas y otros contenidos, prefiere ver tv cable, prefiere ver televisión, entre otros.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Videojuegos



VIDEOJUEGOS DESDE DISPOSITIVOS MÓVILES A TRAVÉS DE DESCARGA O ACCESO POR INTERNET

Se consideran, los juegos que pueden ser descargados gratuitamente o comprados desde tiendas virtuales tales como: Play Store, App Store, Steam, Play Station Store, Nintendo e Shop, Marketplace.

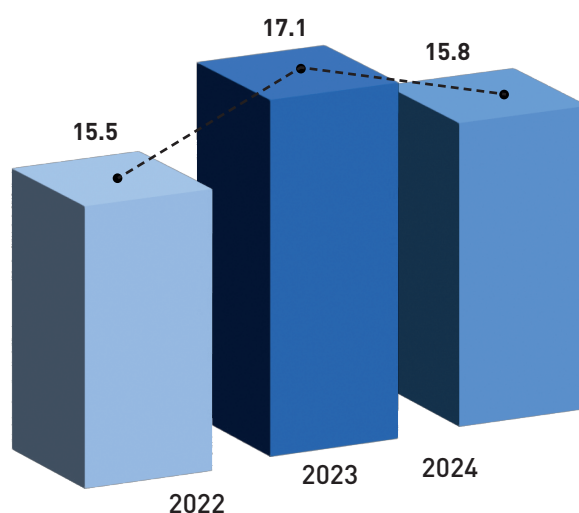
Videojuegos de navegador que se descargan desde la web y se ejecutan en el navegador en plataformas como: Facebook, Google+, Cartoon Network, Disney, etc¹⁶.

1.5.1.1. Adquisición de videojuegos desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet

1.5.1.1.1. A nivel nacional

Entre 2022 y 2024, la proporción de personas de 14 años o más que adquirieron videojuegos desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet mostró variaciones en este periodo de 3 años. En 2022, fue de 15.5 %; en 2023, aumentó a 17.1 %; y, en 2024, disminuyó al 15.8 %.

Gráfico N° 1.5.1
Población de 14 y más años de edad que adquirió algún videojuego desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, 2022 – 2024
(Porcentaje)



Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

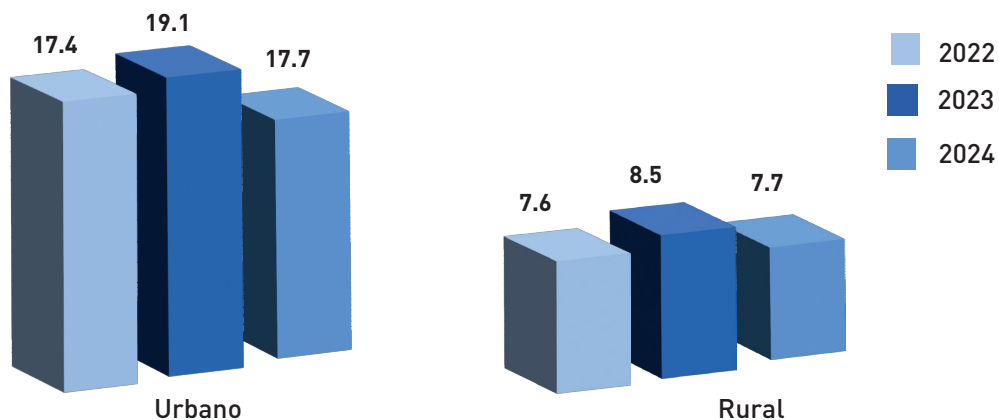
1.5.1.1.2. Adquisición de videojuegos desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet según área de residencia

En el año 2024, el 17.7 % de las personas de 14 años o más del área urbana adquirió videojuegos desde dispositivos móviles por internet, mientras que en el área rural lo hizo el 7.7 %. Durante el periodo 2022–2024, se hubo una evolución casi constante en la adquisición de videojuegos desde dispositivos móviles.

¹⁶ Definición extraída del Anexo: Fichas Metodológicas, Indicador N° 09 de la presente publicación.

Gráfico N° 1.5.2

Población de 14 y más años de edad que adquirió algún videojuego desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, según área de residencia, 2022 – 2024
[Porcentaje]



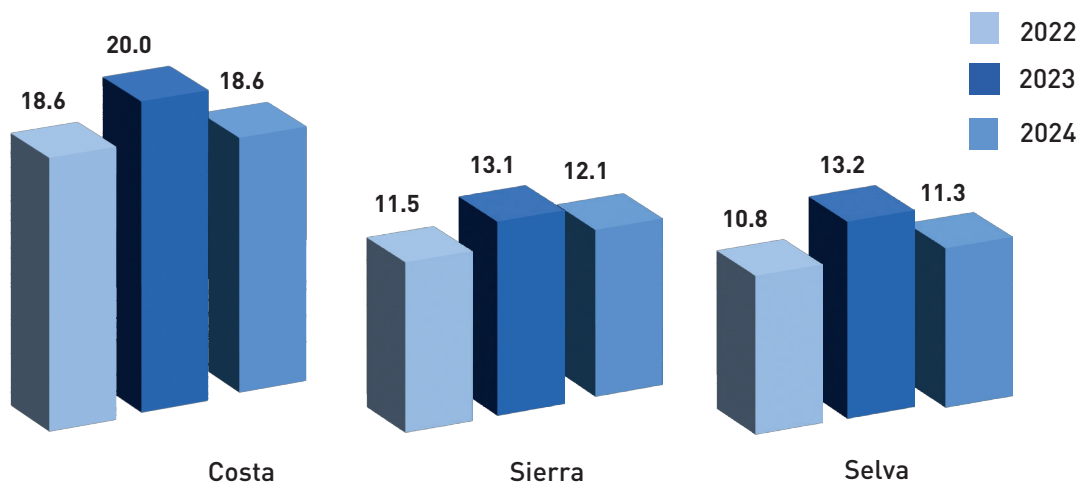
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.5.1.1.3. Adquisición de videojuegos desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet según región natural

Para el año 2024, la región Costa registró la mayor proporción de personas de 14 años o más que adquirieron videojuegos desde dispositivos móviles por internet (18.6 %), seguida por la Selva (11.3 %) y la Sierra (12.1 %). En el periodo 2022–2024, las regiones mostraron una evolución que aumentaba o disminuía 2 puntos porcentuales en la adquisición de videojuegos desde dispositivos móvil.

Gráfico N° 1.5.3

Población de 14 y más años de edad que adquirió algún videojuego desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, según región natural, 2022 – 2024
[Porcentaje]



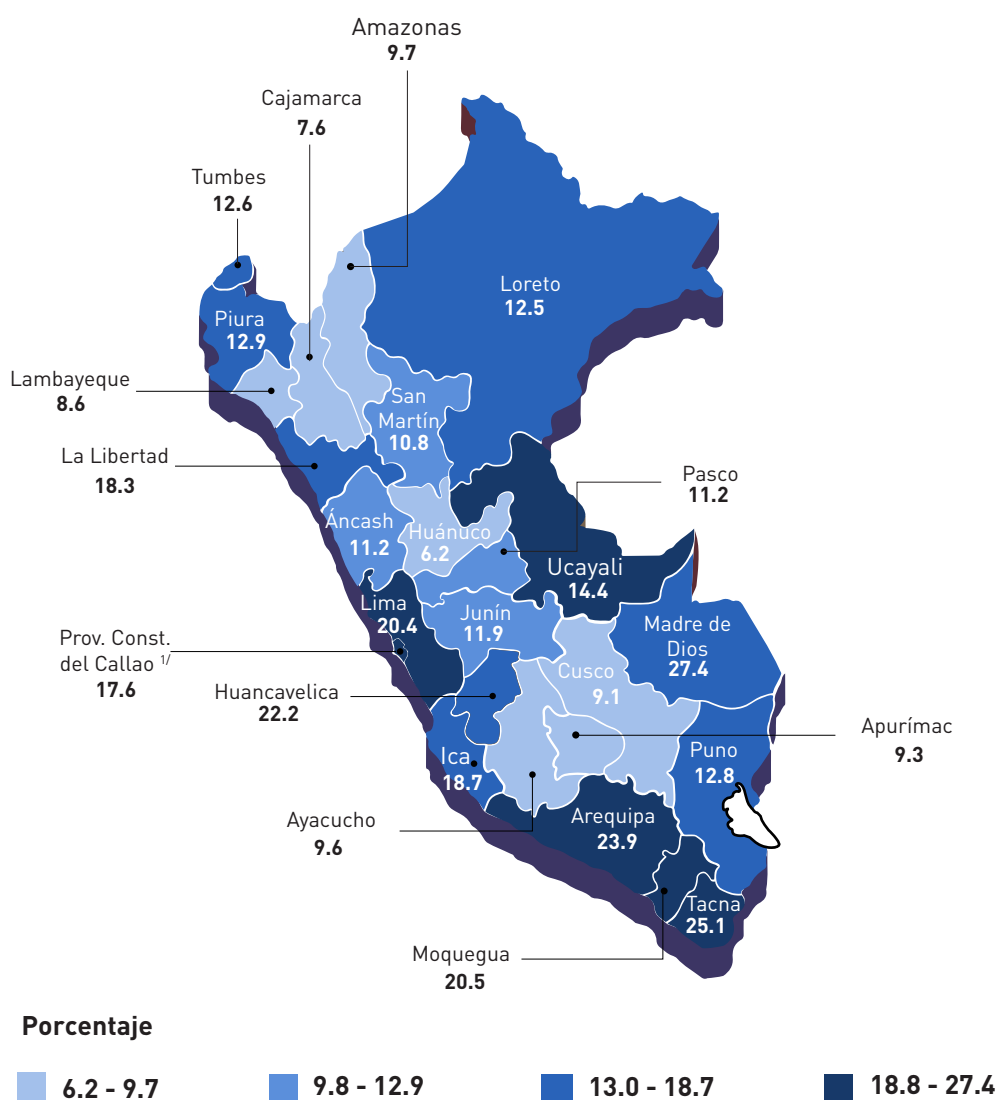
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.5.1.1.4. Adquisición de videojuegos desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet según departamento

Teniendo en cuenta los datos de la Encuesta Nacional de Programas Presupuestales para el 2024, Madre de Dios lideró la adquisición de videojuegos desde dispositivos móviles por internet con una proporción de 27.4 % de personas de 14 años o más. En el otro extremo, los departamentos con menores proporciones fueron Amazonas (9.7 %), Ayacucho (9.7 %), Apurímac (9.3 %), Cusco (9.1 %), Lambayeque (8.6 %) y Cajamarca (7.6 %) y Huánuco (6.2 %), con diferencias de más de 21 puntos porcentuales respecto a Madre de Dios.

Gráfico N° 1.5.4

Población de 14 y más años de edad que adquirió algún videojuego desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, según departamento, 2024
(Porcentaje)



Nota: ^{1/} Se considera a la Provincia Constitucional del Callao con fines comparativos.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024.

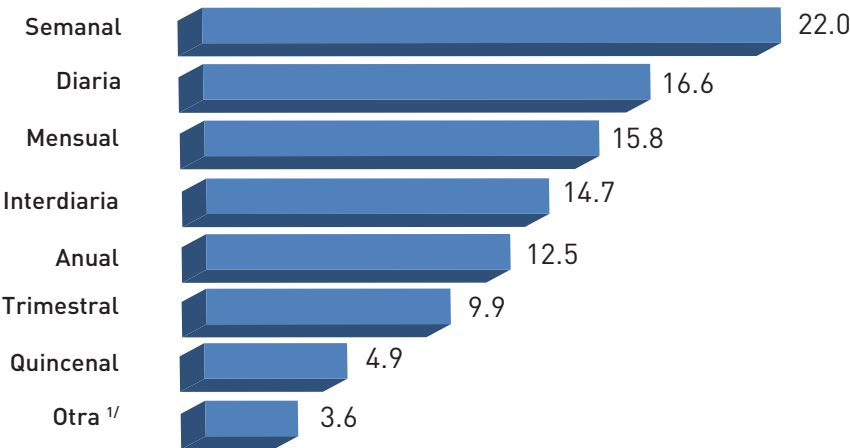
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.5.1.1.5. Frecuencia de adquisición de videojuegos desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet

En el año 2024, a nivel nacional el 22.0 % de la población de 14 y más años de edad adquirió semanalmente al menos un videojuego a través de descarga o acceso por internet, el 16.6 % adquirió diariamente videojuegos por internet, seguido de quienes consiguieron videojuegos mensualmente (15.8 %).

Gráfico N° 1.5.5

Población de 14 y más años de edad que adquirió algún videojuego desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, según frecuencia, 2024
(Porcentaje)



Nota: ^{1/} Otra, incluye: bimestral y semestral, entre otros.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.5.1.2. Características de la población que adquirió videojuegos desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet

1.5.1.2.1. Adquisición de videojuegos desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet

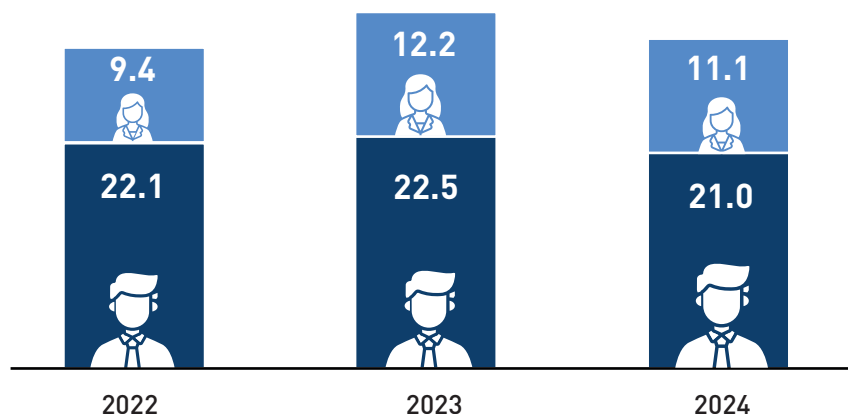
Según la Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, en el periodo 2022–2024, la adquisición de videojuegos a través de descarga o acceso por internet mostró una marcada diferencia, entre el sexo masculino y femenino.

En 2024, el 21.0 % de los hombres adquirió videojuegos a través de descarga o acceso por internet, mientras que las mujeres alcanzaron el 11.1 %, evidenciando una diferencia de casi 10 puntos porcentuales entre ambos grupos.

La diferencia entre ambos grupos se mantuvo entre los 8 y 13 puntos porcentuales a lo largo del periodo.

Gráfico N° 1.5.6

Población de 14 y más años de edad que adquirió algún videojuego desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, según sexo, 2022 – 2024 (Porcentaje)



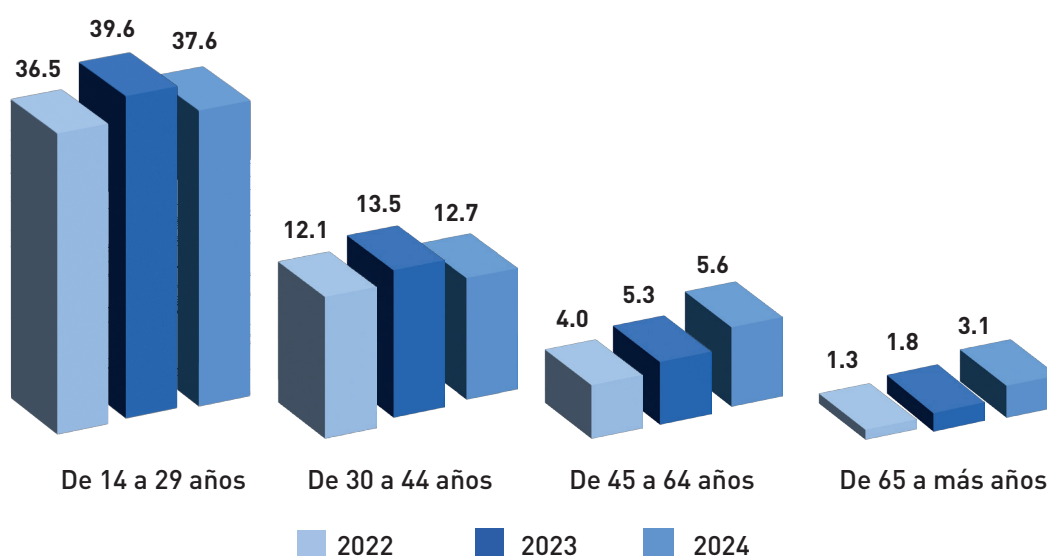
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.5.1.2.2. Adquisición de videojuegos desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet por grupo de edad

En 2024, la adquisición de videojuegos a través de descarga o acceso por internet por grupo de edad fue más alta entre los jóvenes de 14 a 29 años (37.3 %) y disminuyó progresivamente con la edad, hasta 3.1 % en el grupo de 65 años a más. En el periodo 2022-2024, los grupos de edad mostraron una evolución no constante en la adquisición de videojuegos desde dispositivos móviles.

Gráfico N° 1.5.7

Población de 14 y más años de edad que adquirió videojuegos a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, por grupos de edad, 2022 – 2024 (Porcentaje)



Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.5.1.2.3. Adquisición de videojuegos desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet por nivel educativo

La adquisición de videojuegos móviles mostró un máximo aumento en 2023 antes de descender en 2024. Para el 2024, los mayores índices se concentran en la población con estudios universitarios incompletos (29.8 %) y secundaria incompleta (24.4 %). La mínima participación en los niveles de primaria o sin instrucción (menor al 4 %) muestran que el acceso a estos bienes digitales está asociado con el nivel educativo y la alfabetización digital.

Cuadro N° 1.5.1

Población de 14 y más años de edad que adquirió algún videojuego desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, por nivel educativo, 2022 – 2024
(Porcentaje)

RAZÓN PRINCIPAL DE LA NO ADQUISICIÓN	Año		
	2022	2023	2024
Postgrado	9.2	17.3	16.8
Superior universitaria completa	16.0	16.6	15.8
Superior universitaria incompleta	28.4	31.4	29.8
Superior no universitaria completa	17.2	15.6	15.2
Superior no universitaria incompleta	19.0	22.6	22.4
Básica Especial	7.9 ^{a/}	7.4 ^{a/}	11.1
Secundaria completa	16.6	19.0	16.8
Secundaria incompleta	25.0	28.3	24.4
Primaria completa	3.7 ^{a/}	4.3 ^{a/}	3.1 ^{a/}
Primaria incompleta	1.8 ^{a/}	1.5 ^{a/}	2.9 ^{a/}
Sin nivel	0.3 ^{a/}	0.5 ^{a/}	1.2 ^{a/}
Educación inicial	1.9	0.0	0.0

Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15%.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Gráfico N° 1.5.8

Población de 14 y más años de edad que adquirió algún videojuego desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, por nivel educativo, 2024
(Porcentaje)



Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15%.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024.

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.5.1.3. Motivo de la no adquisición

En base a la Encuesta Nacional de Programas Presupuestales para el año 2024, el 80.5 % de las personas de 14 años o más que no adquirieron videojuegos desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet indicó la falta de interés como la razón principal. En menor medida, mencionaron el no uso del internet (13.9 %) y la falta de tiempo (2.7 %). Estas tres razones encabezaron las respuestas. Por otro lado, los motivos correspondientes a la falta de información oportuna (0.3 %) y la ausencia de ofertas (0.0 %) mostraron baja presencia y se mantuvieron en el tiempo.

Cuadro N° 1.5.2

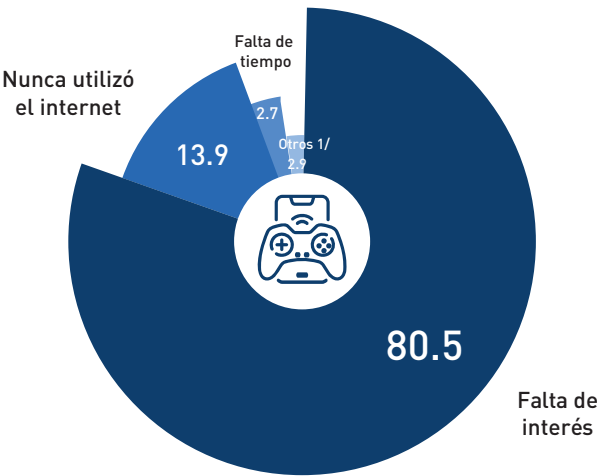
Población de 14 y más años de edad que no adquirió algún videojuego desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, según razón principal de no adquisición, 2022 – 2024
(Porcentaje)

RAZÓN PRINCIPAL DE LA NO ADQUISICIÓN	Año		
	2022	2023	2024
Falta de interés	72.8	76.6	80.5
Nunca utilizó el internet	21.0	16.8	13.9
Falta de tiempo	2.7	3.3	2.7
Falta de dinero	1.4	1.4	1.0
No tiene información oportuna	0.5 ^{a/}	0.2 ^{a/}	0.3 ^{a/}
No hay ofertas	0.1 ^{a/}	0.1 ^{a/}	0.0 ^{a/}
Otra ^{1/}	1.6	1.6	1.5

Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15%.
^{1/} Otra, incluye: desconoce cómo acceder, desconoce qué es videojuego de dispositivo móvil, desconoce cómo descargar, falta de equipamiento, por su salud, entre otros.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Gráfico N° 1.5.9

Población de 14 y más años de edad que no adquirió algún videojuego desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, según razón principal de no adquisición, 2024
(Porcentaje)



Nota: ^{1/} Otros, incluye: falta de dinero, no tiene información oportuna, no hay ofertas, desconoce cómo acceder, desconoce qué es videojuego de dispositivo móvil, desconoce cómo descargar, falta de equipamiento, por su salud, entre otros.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

VIDEOJUEGO A TRAVÉS DE LA MODALIDAD MULTIJUGADOR EN LÍNEA

Puede tratarse de videojuegos multijugador, en los que se juega con otras personas en línea como pueden ser: Dota, LOL, StarCraft, CounterStrike, Hearthstone, etc¹⁷.

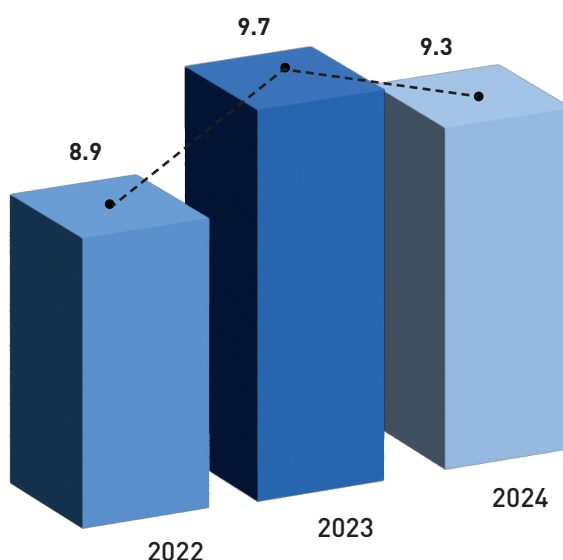
1.5.2.1. Adquisición de videojuego a través de la modalidad multijugador en línea

1.5.2.1.1. A nivel nacional

Según la Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, durante el periodo 2022–2024, se observó un incremento en la proporción de personas de 14 años o más que adquirieron videojuegos en modalidad multijugador por internet. En 2022, la cifra fue de 8.9 %, subiendo a 9.7 % en 2023 y alcanzando 9.3 % en 2024.

Gráfico N° 1.5.10

Población de 14 y más años de edad que adquirió algún videojuego a través de la modalidad multijugador en línea en los últimos 12 meses, 2022 – 2024
(Porcentaje)



Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

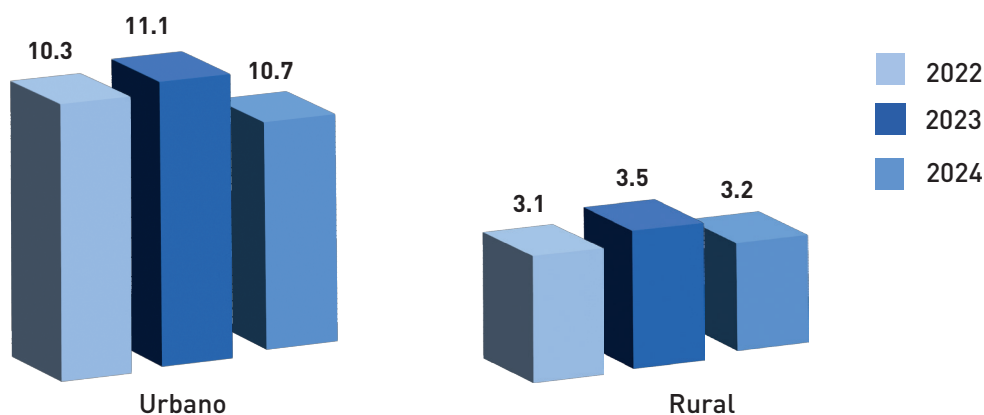
1.5.2.1.2. Adquisición de videojuego a través de la modalidad multijugador en línea según área de residencia

En el 2024, la adquisición de videojuegos multijugador en línea presentó una notable diferencia entre áreas de residencia: mientras que en el área urbana el 10.7 % de la población accede a este formato, en el área rural la cifra solo alcanza el 3.2 %. Aunque en ambas zonas se registraron niveles máximos de adquisición en 2023 (11.1 % y 3.5 % respectivamente), la diferencia de acceso a videojuegos en red se ha mantenido constante en torno a los 7 puntos porcentuales.

¹⁷ Definición extraída del Anexo: Fichas Metodológicas, Indicador N° 10 de la presente publicación.

Gráfico N° 1.5.11

Población de 14 y más años de edad que adquirió algún videojuego a través de la modalidad multijugador en línea en los últimos 12 meses, según área de residencia, 2022 – 2024 (Porcentaje)



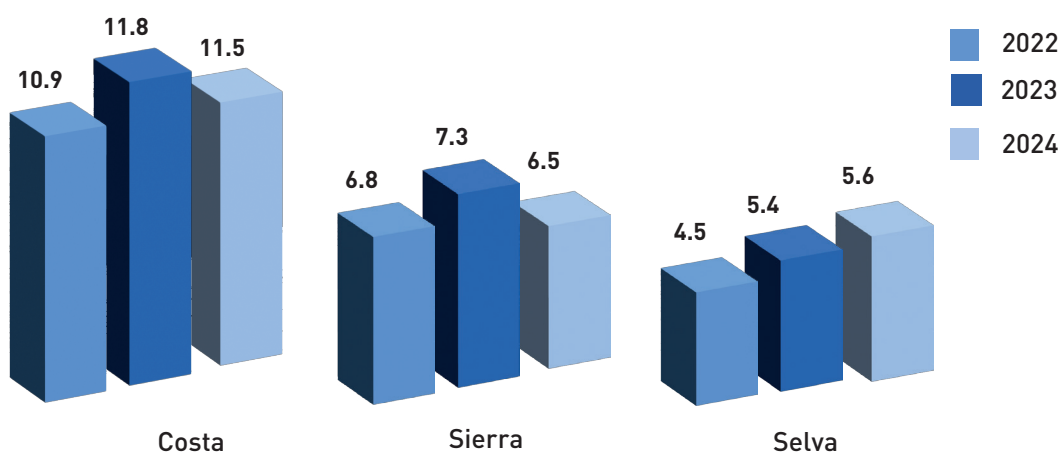
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.5.2.1.3. Adquisición de videojuego a través de la modalidad multijugador en línea según región natural

Para el año 2024, la región Costa registró la mayor proporción de personas de 14 años o más que adquirieron videojuegos en modalidad multijugador en línea (11.5 %), seguida por la Sierra (6.5 %) y la Selva (5.6 %). La diferencia entre la Costa y la Selva fue de 6 puntos porcentuales en 2024. Entre 2022 y 2024, las tres regiones mostraron leves incrementos.

Gráfico N° 1.5.12

Población de 14 y más años de edad que adquirió algún videojuego a través de la modalidad multijugador en línea en los últimos 12 meses, según región natural, 2022 – 2024 (Porcentaje)



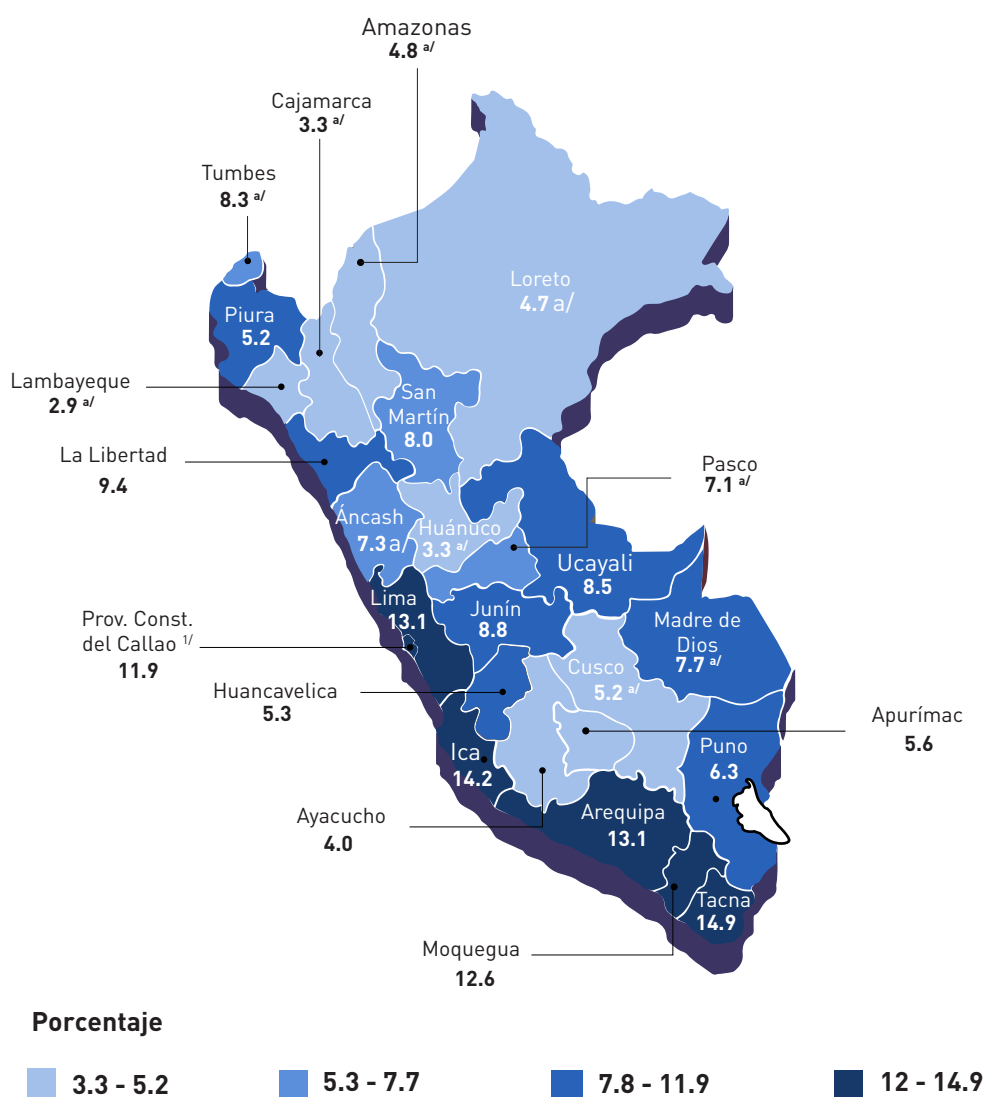
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.5.2.1.4. Adquisición de videojuego a través de la modalidad multijugador en línea según departamento

En 2024, Tacna (14.9 %), Ica (14.2 %), Lima (13.1 %), Arequipa (13.1 %) y Moquegua (12.6 %) registraron las mayores proporciones de personas de 14 años o más que adquirieron videojuegos en modalidad multijugador por internet. En contraste, las proporciones más bajas se observaron en Ayacucho (4.0 %), Lambayeque (3.7 %) y Huánuco (3.3 %) y Cajamarca (3.3 %), los cuales tienen una diferencia mínima de 11 puntos porcentuales respecto a Tacna.

Gráfico N° 1.5.13

Población de 14 y más años de edad que adquirió algún videojuego a través de la modalidad multijugador en línea en los últimos 12 meses, según departamento, 2024 (Porcentaje)



Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.

^{1/} Se considera a la Provincia Constitucional del Callao con fines comparativos.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024.

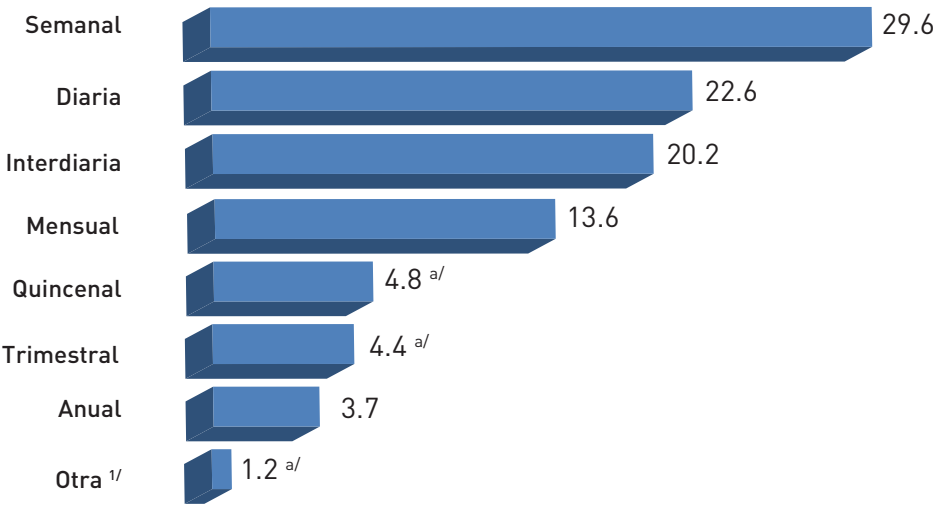
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.5.2.1.5. Frecuencia de adquisición de videojuego a través de la modalidad multijugador en línea

En el año 2024, a nivel nacional el 29.6 % de la población de 14 y más años de edad adquirió semanalmente al menos un videojuego a través de la modalidad multijugador en línea, el 22.6 % lo adquirió diariamente, seguido de quienes consiguieron videojuegos de forma interdiaria (20.2 %).

Gráfico N° 1.5.14

Población de 14 y más años de edad que adquirió algún videojuego a través de la modalidad multijugador en línea en los últimos 12 meses, según frecuencia, 2024
(Porcentaje)



Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.
^{1/} Otra, incluye: semestral, por única vez, tres veces al año, entre otros.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

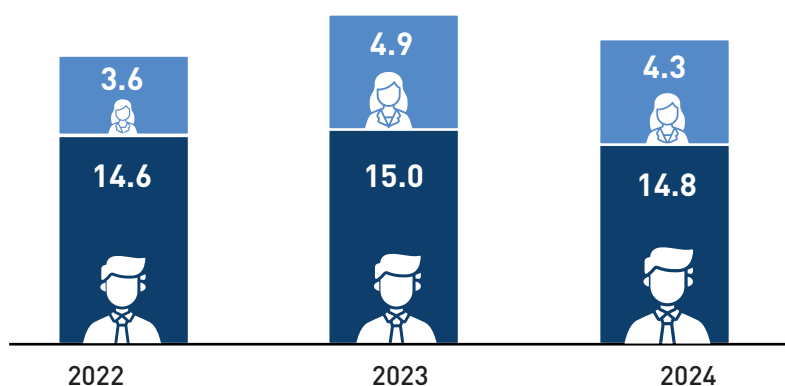
1.5.2.2. Características de la población que adquirió videojuegos a través de la modalidad multijugador en línea

1.5.2.2.1. Adquisición de videojuego a través de la modalidad multijugador en línea según sexo

Para el año 2024, el 14.8 % de los hombres de 14 años o más adquirió videojuegos en modalidad multijugador por internet, frente al 4.3 % de las mujeres. Ambos grupos se mantuvieron casi constantes durante el periodo 2022–2024 con respecto a la obtención de este bien cultural. Por otro lado, la diferencia entre ambos grupos fue de 10 puntos porcentuales en 2024.

Gráfico N° 1.5.15

Población de 14 y más años de edad que adquirió algún videojuego a través de la modalidad multijugador en línea en los últimos 12 meses, según sexo, 2022 – 2024
(Porcentaje)



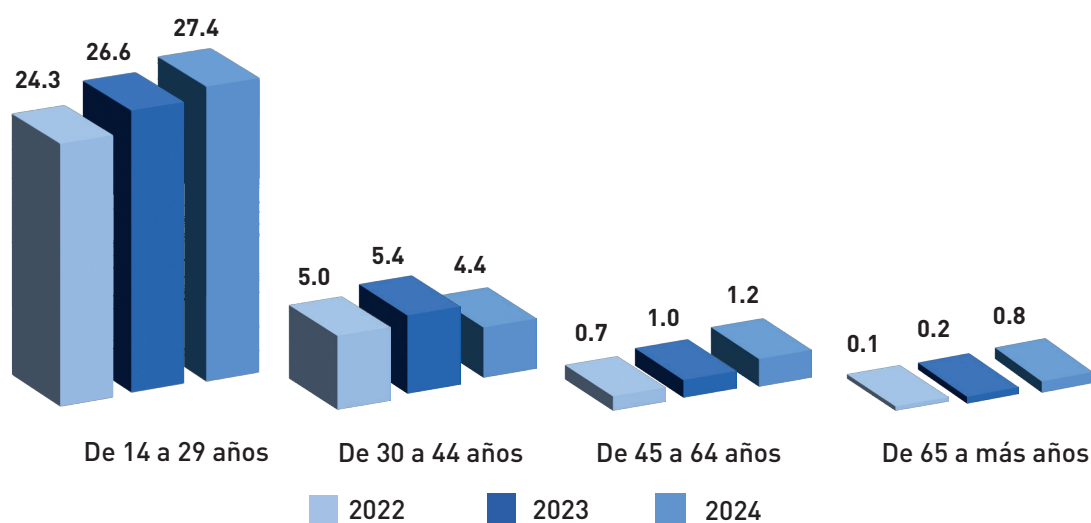
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.5.2.2.2. Adquisición de videojuego a través de la modalidad multijugador en línea por grupo de edad

Todos los grupos etarios presentaron incrementos durante el periodo 2022-2024, siendo más notorio en el grupo de 14 a 29 años. En 2024, los jóvenes de 14 a 29 años reportaron la mayor proporción de adquisición de videojuegos en modalidad multijugador por internet (27.4 %), mientras que el grupo de 65 años o más apenas alcanzó el 0.8 %. La diferencia entre el grupo más joven y el mayor fue de 27 puntos porcentuales en 2024.

Gráfico N° 1.5.16

Población de 14 y más años de edad que adquirió algún videojuego a través de la modalidad multijugador en línea en los últimos 12 meses, por grupos de edad, 2022 – 2024
(Porcentaje)



Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.5.2.2.3. Adquisición de videojuego a través de la modalidad multijugador en línea por nivel educativo

La modalidad multijugador en línea es predominante en la población con estudios universitarios incompletos, alcanzando un 25.0 % en 2024. Otros sectores con participación relevante son secundaria incompleta (16.3 %) y superior no universitaria incompleta (9.7 %). Los bajos valores del indicador en niveles básicos y postgrado muestran que este bien cultural se consume principalmente entre quienes cuentan con educación secundaria o superior.

Cuadro N° 1.5.3

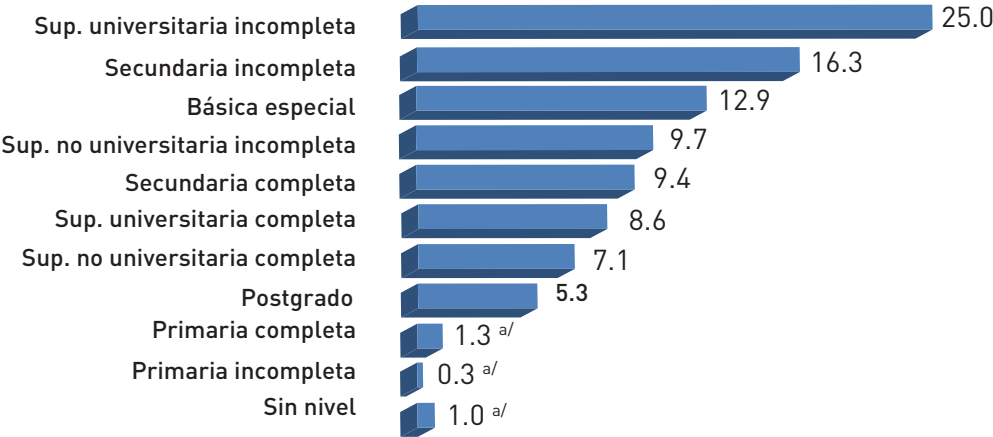
Población de 14 y más años de edad que adquirió algún videojuego a través de la modalidad multijugador en línea en los últimos 12 meses, por nivel educativo, 2022 – 2024
(Porcentaje)

NIVEL EDUCATIVO	Año		
	2022	2023	2024
Postgrado	6.4	6.3	5.3
Superior universitaria completa	9.6	10.4	8.6
Superior universitaria incompleta	19.9	24.0	25.0
Superior no universitaria completa	6.6	6.2	7.1
Superior no universitaria incompleta	14.2	12.1	9.7
Básica Especial	7.1 ^{a/}	0.0	12.9
Secundaria completa	9.2	10.5	9.4
Secundaria incompleta	15.1	16.4	16.3
Primaria completa	0.9 ^{a/}	1.5 ^{a/}	1.3 ^{a/}
Primaria incompleta	0.2 ^{a/}	0.2 ^{a/}	0.3 ^{a/}
Educación inicial	1.9	5.4 ^{a/}	0.0
Sin nivel	0.0	0.0	1.0 ^{a/}

Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Gráfico N° 1.5.17

Población de 14 y más años de edad que adquirió algún videojuego a través de la modalidad multijugador en línea en los últimos 12 meses, por nivel educativo, 2024
(Porcentaje)



Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA – Oficina de Estadística.

1.5.2.3. Motivo de la no adquisición

En base a la Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, en el año 2024, el 81.2 % de las personas de 14 años o más que no adquirieron videojuegos en modalidad multi-jugador por internet señaló la falta de interés como la principal razón. Esta proporción aumentó 7 puntos porcentuales respecto a 2022. Otras razones mencionadas fueron el no uso de internet (12.9 %) y la falta de tiempo (2.9 %). También se reportaron en menor medida la falta de dinero (1.1 %) y la falta de información oportuna (0.4 %).

Cuadro N° 1.5.4

Población de 14 y más años de edad que no adquirió algún videojuego a través de la modalidad multijugador en línea en los últimos 12 meses, según razón principal de no adquisición, 2022 – 2024 (Porcentaje)

RAZÓN PRINCIPAL DE LA NO ADQUISICIÓN	Año		
	2022	2023	2024
Falta de interés	74.6	78.0	81.2
Nunca utilizó el internet	19.3	15.3	12.9
Falta de tiempo	2.7	3.4	2.9
Falta de dinero	1.4	1.4	1.1
No tiene información oportuna	0.5 ^{a/}	0.3	0.4 ^{a/}
No hay ofertas	0.1 ^{a/}	0.1 ^{a/}	0.0 ^{a/}
Otra ^{1/}	1.5 ^{a/}	1.5	1.5

Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.

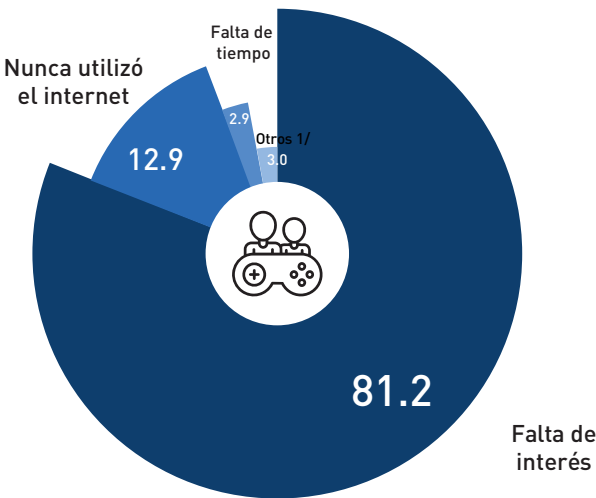
^{1/} Otra, incluye: desconoce cómo acceder, desconoce qué es videojuego multijugador en línea, falta de equipamiento, desconoce cómo descargar, por su salud, entre otros.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Gráfico N° 1.5.18

Población de 14 y más años de edad que no adquirió algún videojuego a través de la modalidad multijugador en línea en los últimos 12 meses, según razón principal de no adquisición, 2024 (Porcentaje)



Nota: ^{1/} Otros, incluye: no tiene información oportuna, no hay ofertas, nunca utilizó el internet, desconoce cómo acceder, desconoce qué es videojuego multijugador en línea, falta de equipamiento, desconoce cómo descargar, por su salud, entre otros.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024.

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Productos artesanales



PRODUCTOS ARTESANALES

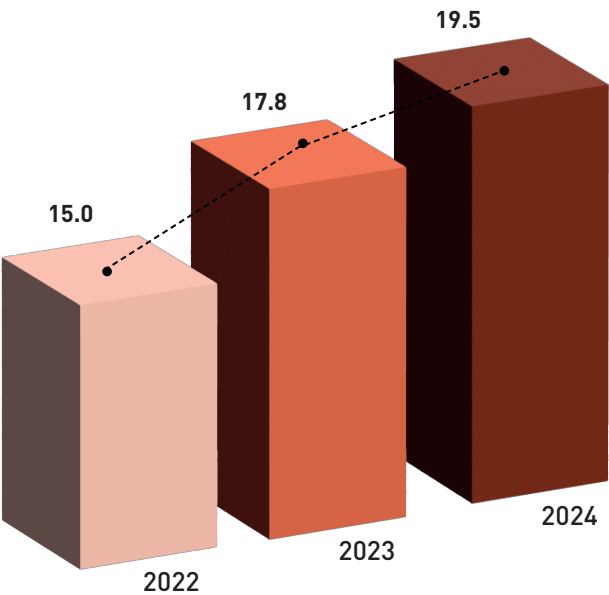
Son aquellos objetos artísticos producidos en serie y que, por lo general, su concepción, diseño y producción son de identidad colectiva y, por lo tanto, no están vinculados necesariamente a derechos de autor¹⁸.

1.6.1.1. Adquisición de productos artesanales

1.6.1.1.1. A nivel nacional

Entre 2022 y 2024, de acuerdo a los resultados de la Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, se observó un aumento en la proporción de personas de 14 años o más que adquirieron productos artesanales. En 2022, esta cifra fue de 15.0 %, subiendo a 17.8 % en 2023 y alcanzando 19.5 % en 2024. Este incremento refleja un mayor interés por este tipo de bienes.

Gráfico N° 1.6.1
Población de 14 y más años de edad que adquirió productos artesanales
en los últimos 12 meses, 2022 – 2024
(Porcentaje)



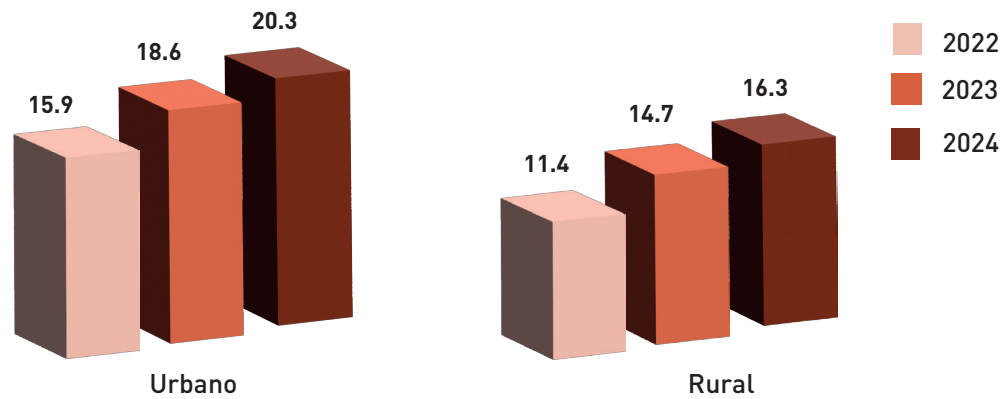
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.6.1.1.2. Adquisición de productos artesanales según área de residencia

Para el año 2024, el área urbana registró una mayor proporción de personas que adquirió productos artesanales (20.3 %) en comparación con el área rural (16.3 %). Durante el periodo 2022-2024, ambas áreas mostraron incrementos de 4 y 5 puntos porcentuales respectivamente, sin embargo, se mantuvo la brecha del área rural respecto a la urbana.

¹⁸ Definición extraída del Anexo: Fichas Metodológicas, Indicador N° 15 de la presente publicación.

Gráfico N° 1.6.2
Población de 14 y más años de edad que adquirió productos artesanales en los últimos 12 meses, según área de residencia, 2022 – 2024 (Porcentaje)

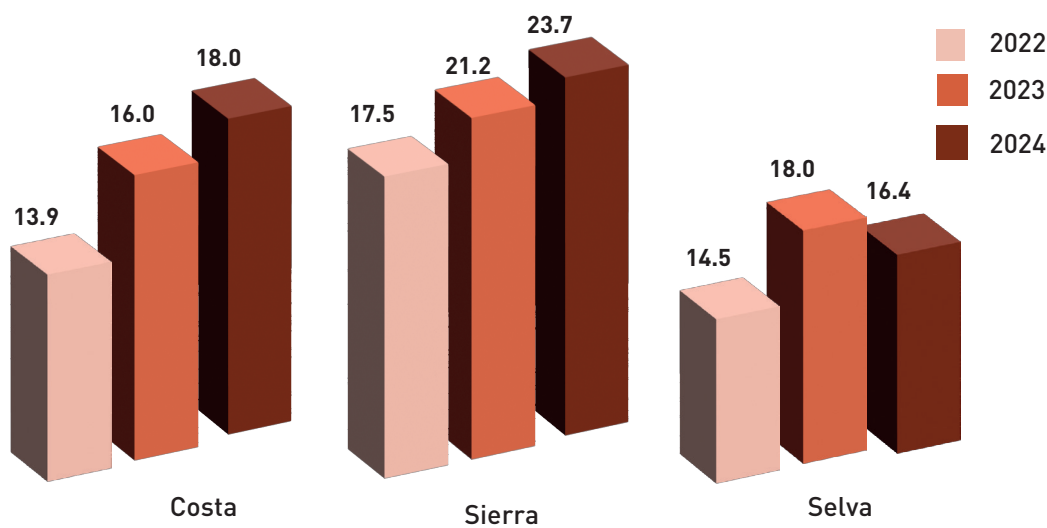


Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.6.1.1.3. Adquisición de productos artesanales según región natural

Por región natural, en 2024, la Sierra alcanzó 23.7 %, seguida por la Costa con 18.0 % y la Selva con 16.4 %. Entre 2022 y 2024, la Costa tuvo un incremento de 4 puntos porcentuales, la Selva aumentó 2 puntos y la Sierra 6 puntos, respectivamente.

Gráfico N° 1.6.3
Población de 14 y más años de edad que adquirió productos artesanales en los últimos 12 meses, según región natural, 2022 – 2024 (Porcentaje)

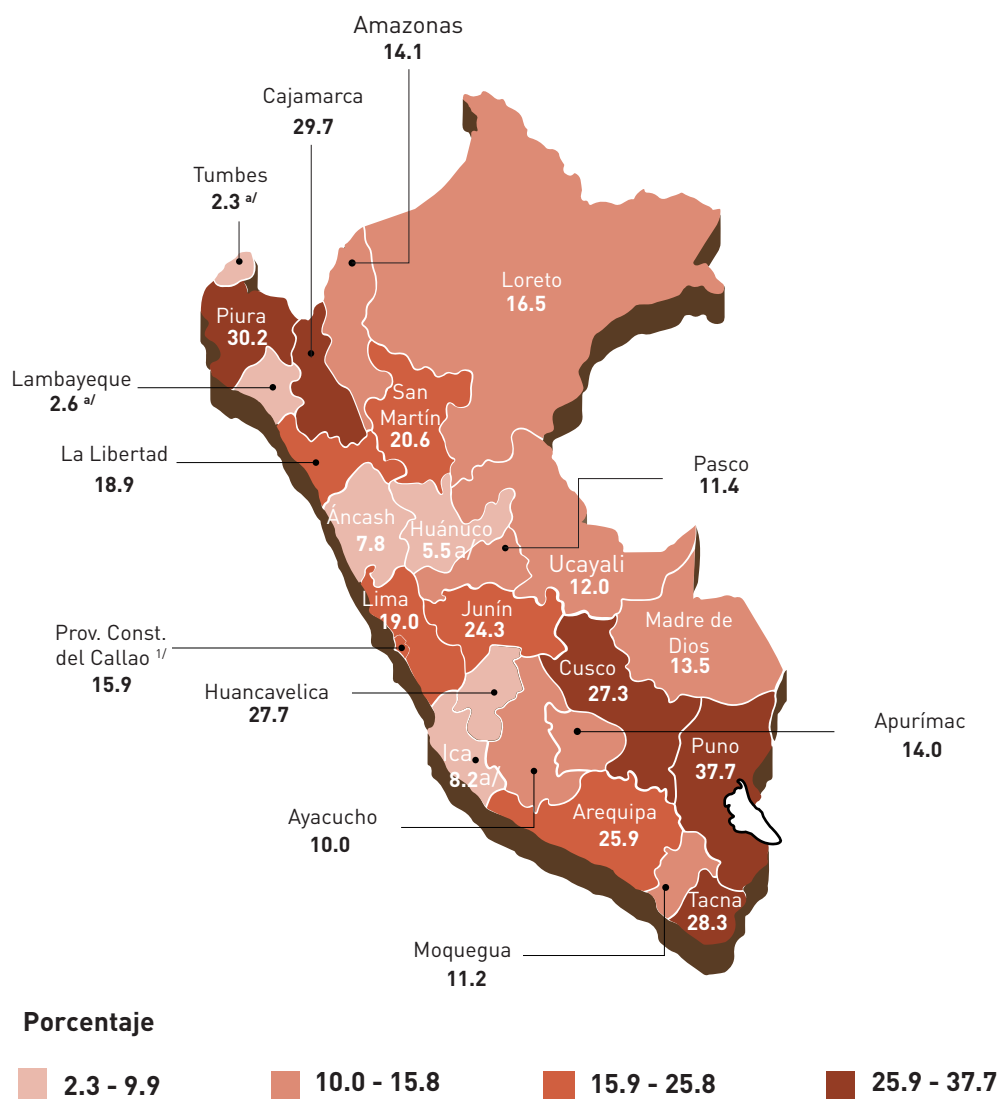


Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.6.1.1.4. Adquisición de productos artesanales según departamento

En el ámbito departamental, para el año 2024, el departamento que tiene mayor grado de adquisición es Puno (37.7 %), seguido de Piura (30.2 %), Cajamarca (29.7 %) y Tacna (28.3 %). En contraste, Ica (8.2 %), Áncash (7.8 %), Huánuco (5.5 %), Lambayeque (2.6 %) y Tumbes (2.3 %) reportaron las proporciones más bajas. Estas cifras reflejan una marcada diferencia territorial en la demanda de productos artesanales.

Gráfico N° 1.6.4
Población de 14 y más años de edad que adquirió productos artesanales en los últimos 12 meses, según departamento, 2024



Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.

^{1/} Se considera a la Provincia Constitucional del Callao con fines comparativos.

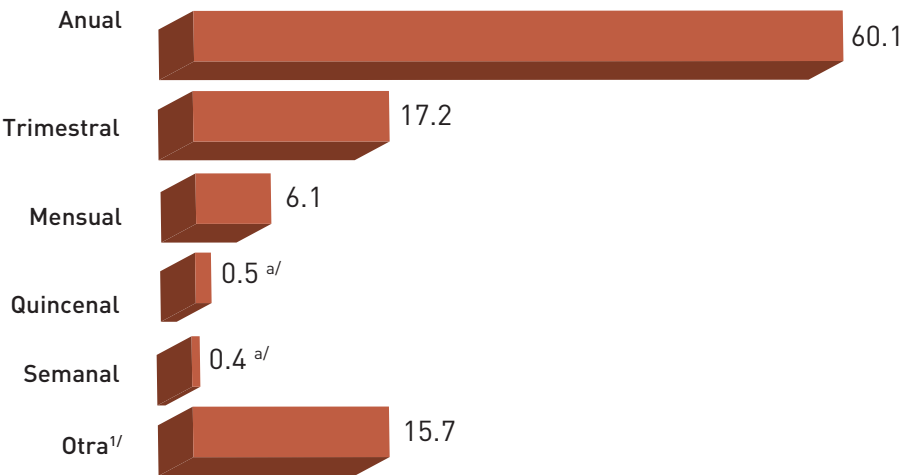
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.6.1.1.5. Frecuencia de adquisición de productos artesanales

En el año 2024, a nivel nacional el 60.1 % de la población de 14 y más años de edad adquirió al menos un producto artesanal anualmente, el 17.2 % adquirió este tipo de productos trimestralmente, seguido de quienes consiguieron productos artesanales mensualmente (6.1 %).

Gráfico N° 1.6.5
Población de 14 y más años de edad que adquirió productos artesanales en los últimos 12 meses, según frecuencia, 2024 (Porcentaje)



Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.

^{1/} Otra, incluye: semestral, por única vez, tres veces al año, entre otros.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024.

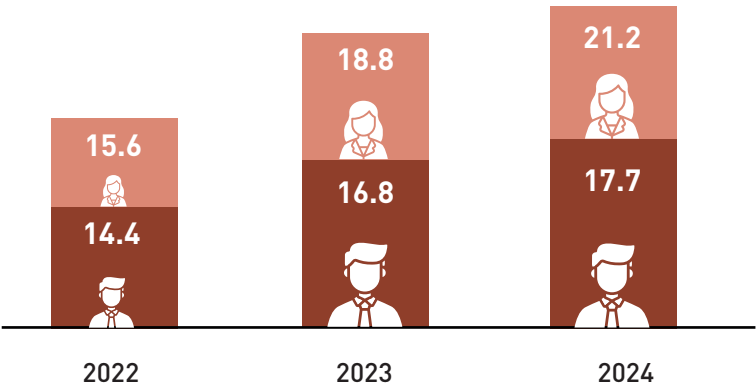
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.6.1.2. Características de la población que adquirió productos artesanales

1.6.1.2.1. Adquisición de productos artesanales según sexo

Según la Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, en 2024, el 21.2 % de las mujeres y el 17.7 % de los hombres de 14 años o más adquirieron productos artesanales. Ambos mostraron aumentos en comparación con años anteriores. Ambos grupos mostraron un aumento durante el periodo 2022-2024, sin embargo, se observa que las mujeres mantuvieron un consumo ligeramente mayor de productos artesanales, a comparación de los hombres.

Gráfico N° 1.6.6
Población de 14 y más años de edad que adquirió productos artesanales en los últimos 12 meses, según sexo, 2022 – 2024 (Porcentaje)

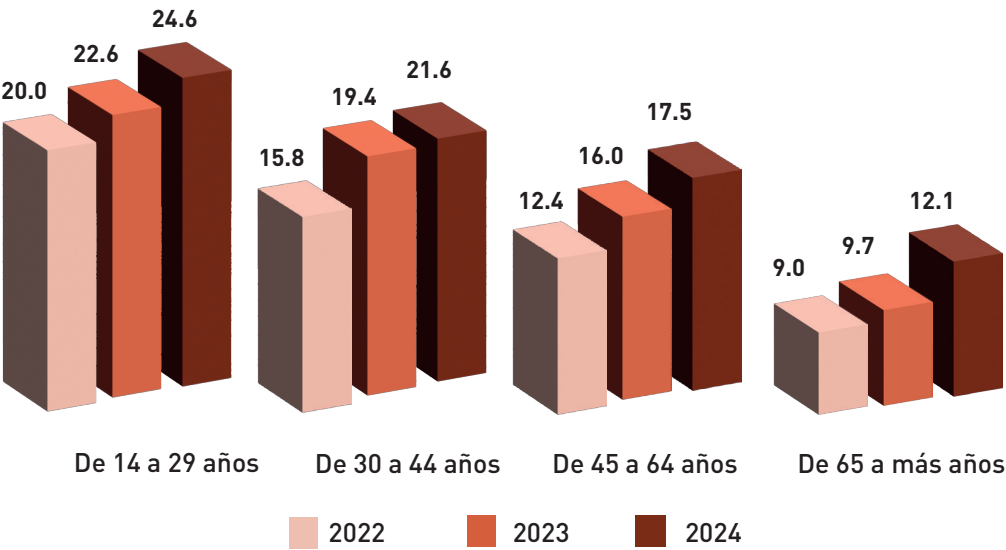


Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.6.1.2.2. Adquisición de productos artesanales por grupo de edad

Los jóvenes de 14 a 29 años registraron en 2024 la mayor proporción de adquisición de productos artesanales (24.6 %), mientras que los adultos mayores de 65 años a más tuvieron el menor porcentaje (12.1 %). Todos los grupos etarios mostraron incrementos respecto a 2022. Según los resultados obtenidos, se observa que mientras el grupo etario es más longevo, la adquisición de estos bienes culturales disminuye.

Gráfico N° 1.6.7
Población de 14 y más años de edad que adquirió productos artesanales en los últimos 12 meses, por grupos de edad, 2022 – 2024 (Porcentaje)



Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.6.1.2.3. Adquisición de productos artesanales por nivel educativo

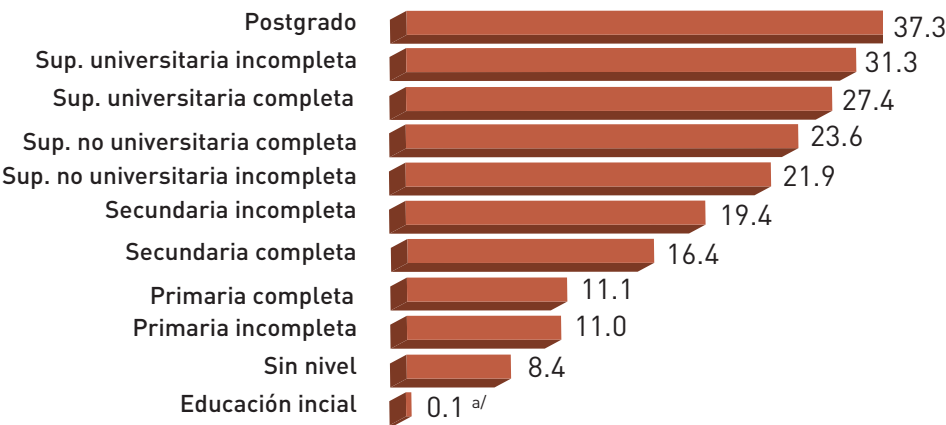
De acuerdo a los datos de la Encuesta Nacional de Programas Presupuestales del 2024, la mayor proporción de adquisición de productos artesanales se dio entre quienes con-
taban con estudios de postgrado (37.3 %), en contraste, con quienes tuvieron educación
inicial (0.1 %) siendo esta la proporción más baja. Además, hubo un aumento de tales
proporciones para todos los niveles educativos durante el periodo 2022-2024, a excepción
del nivel educativo inicial.

Cuadro N° 1.6.1
Población de 14 y más años de edad que adquirió productos artesanales en los
últimos 12 meses, por nivel educativo, 2022 – 2024
(Porcentaje)

NIVEL EDUCATIVO	Año		
	2022	2023	2024
Postgrado	30.7	40.0	37.3
Superior universitaria completa	25.8	27.5	31.3
Superior universitaria incompleta	22.4	26.3	27.4
Superior no universitaria completa	21.0	22.1	23.6
Superior no universitaria incompleta	18.1	22.8	21.9
Básica Especial	4.7 ^{a/}	5.0 ^{a/}	0.0
Secundaria completa	13.4	14.9	16.4
Secundaria incompleta	12.1	15.7	19.4
Primaria completa	7.8	11.6	11.1
Primaria incompleta	7.2	8.8	11.0
Educación inicial	1.9	4.6	0.1 ^{a/}
Sin nivel	6.9	6.5	8.4

Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra
para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Gráfico N° 1.6.8
Población de 14 y más años de edad que adquirió productos artesanales en los últimos 12 meses,
por nivel educativo, 2024
(Porcentaje)



Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la
muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.6.1.3. Motivo de la no adquisición

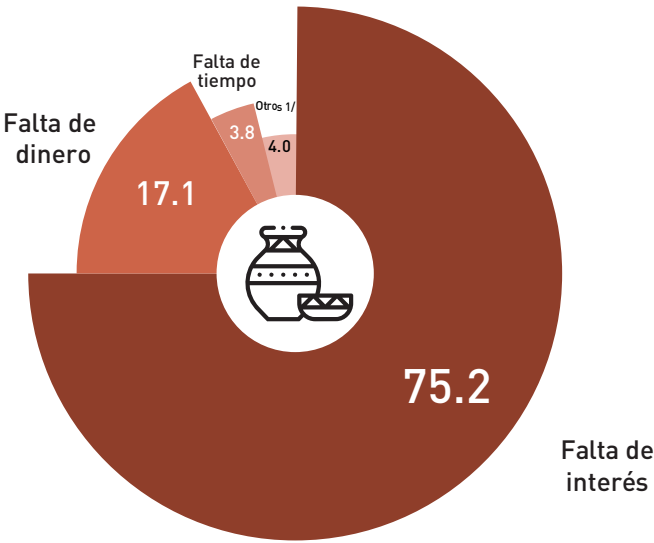
En 2024, la principal razón para no adquirir productos artesanales fue la falta de interés mencionada por el 75.2% de la población de 14 y más años de edad. Le siguió la falta de dinero (17.1 %). Estas dos razones concentraron la mayoría de las respuestas. Las opciones menos mencionadas fueron: la falta de tiempo (3.8 %), la ausencia de ofertas (2.4 %) y el hecho de no tener información oportuna (1.2 %).

Cuadro N° 1.6.2
Población de 14 y más años de edad que no adquirió productos artesanales en los últimos 12 meses, según razón principal de no adquisición, 2022 – 2024 (Porcentaje)

RAZÓN PRINCIPAL DE LA NO ADQUISICIÓN	Año		
	2022	2023	2024
Falta de interés	74.4	74.1	75.2
Falta de dinero	17.3	17.6	17.1
Falta de tiempo	3.3	3.6	3.8
No hay ofertas	3.1	3.0	2.4 ^{a/}
No tiene información oportuna	1.3	1.3	1.2
Otra ^{1/}	0.6 ^{a/}	0.5 ^{a/}	0.5 ^{a/}

Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.
^{1/} Otra, incluye: por su salud, por su limitación severa, no me llama la atención, entre otros.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Gráfico N° 1.6.9
Población de 14 y más años de edad que no adquirió productos artesanales en los últimos 12 meses, según razón principal de no adquisición, 2024 (Porcentaje)



Nota: ^{1/} Otros, incluye: no tiene información oportuna, no hay ofertas, por su salud, por su limitación severa, no me llama la atención, entre otros.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Obras de arte



OBRAS DE ARTE

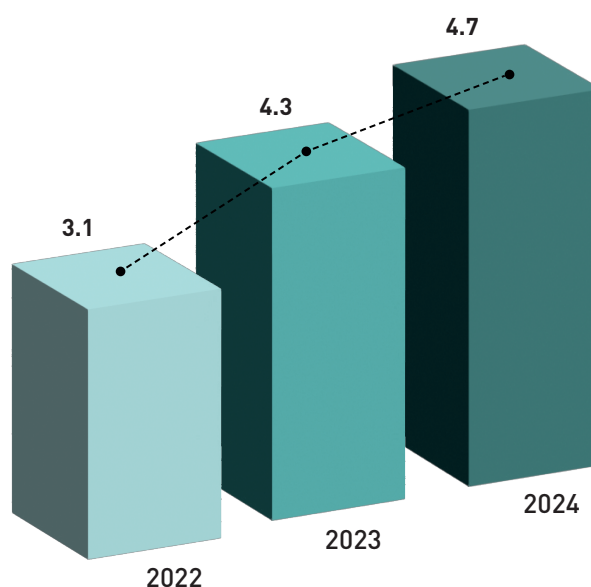
Considere tarjetas postales, tarjetas de felicitación, etc¹⁹.

1.7.1.1. Adquisición de obras de arte

1.7.1.1.1. A nivel nacional

Durante el periodo 2022–2024, de acuerdo a los resultados de la Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, la proporción de personas de 14 años a más que adquirió obras de arte pasó de 3.1 % a 4.7 %, con un incremento constante a lo largo del periodo.

Gráfico N° 1.7.1
Población de 14 y más años de edad que adquirió obras de arte en los últimos 12 meses, 2022 – 2024
(Porcentaje)



Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

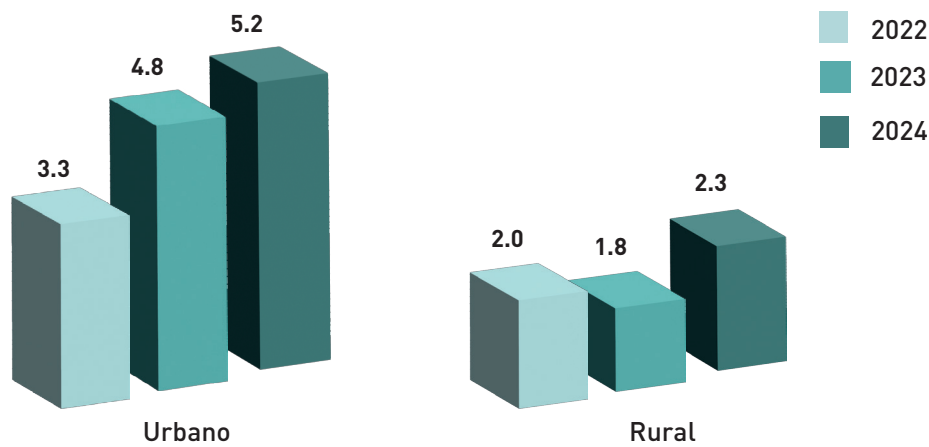
1.7.1.1.2. Adquisición de obras de arte según área de residencia

En 2024, el área urbana alcanzó una proporción de 5.2 % en la adquisición de obras de arte, mientras que el área rural registró 2.3%. La diferencia entre ambas áreas fue de 3 puntos porcentuales.

En referencia al año 2022, el porcentaje de población que obtuvo este tipo de bienes culturales alcanzó el 3.3 % (área urbana) y 2.0 % (área rural).

¹⁹ Definición extraída del Anexo: Fichas Metodológicas, Indicador N° 14 de la presente publicación.

Gráfico N° 1.7.2
Población de 14 y más años de edad que adquirió obras de arte en los últimos 12 meses, según área de residencia, 2022 – 2024 (Porcentaje)

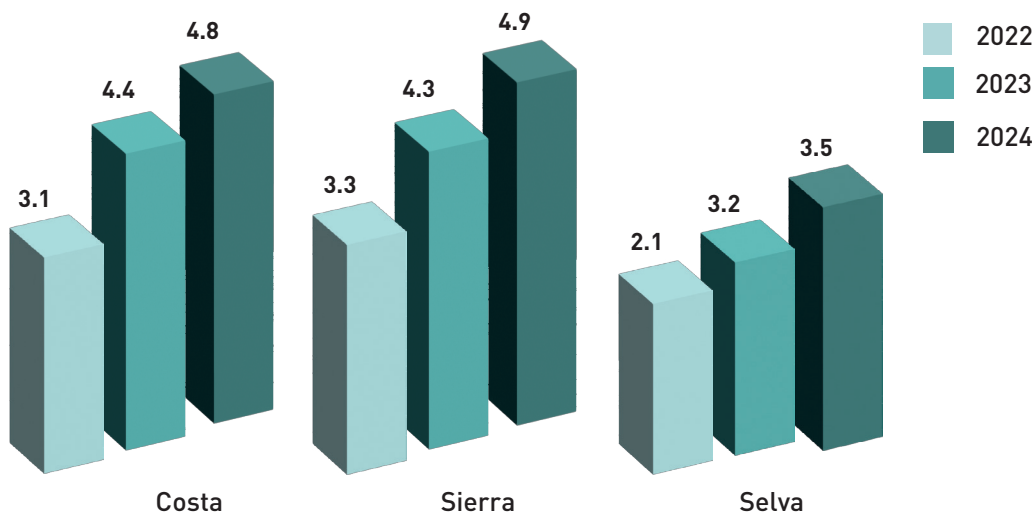


Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.7.1.1.3. Adquisición de obras de arte según región natural

En cuanto a la proporción de personas de 14 años a más que adquirió obras de arte en las regiones naturales, en 2024, la Costa alcanzó 4.8 %, la Sierra 4.9 % y la Selva registró 3.5 %. Las tres regiones mostraron incrementos entre 2022 y 2024.

Gráfico N° 1.7.3
Población de 14 y más años de edad que adquirió obras de arte en los últimos 12 meses, según región natural, 2022 – 2024 (Porcentaje)

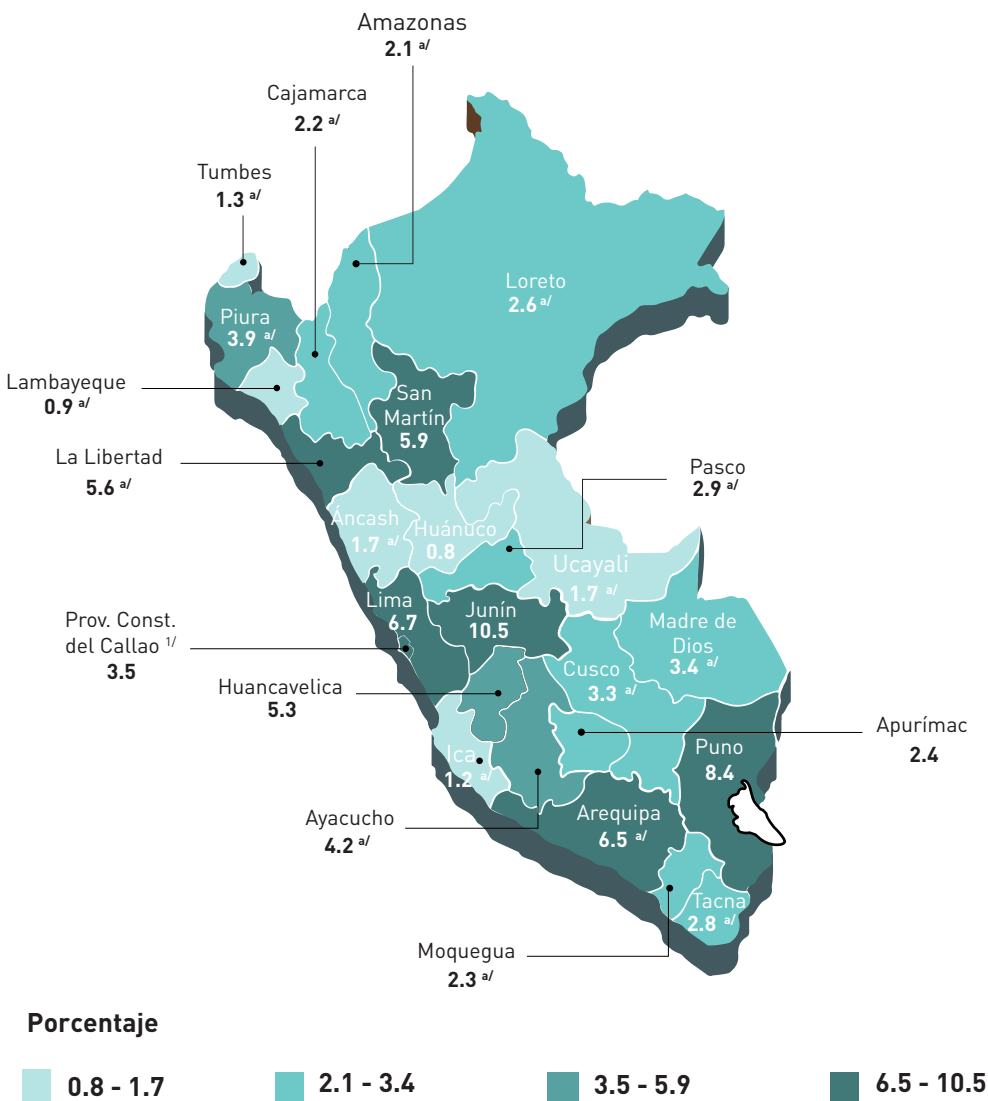


Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.7.1.1.4. Adquisición de obras de arte según departamento

Al analizar la adquisición de obras de arte a nivel departamental, se observa que, para el año 2024, los departamentos que tienen mayor grado de obtención fueron: en primer lugar, Junín (10.5 %), seguido por Puno (8.4 %) y Arequipa (6.5 %). En contraste, Ucayali (1.7 %), Áncash (1.7 %), Tumbes (1.3 %), Ica (1.2 %), Lambayeque (0.9 %) y Huánuco (0.8 %) presentaron las menores proporciones.

Gráfico N° 1.7.4
Población de 14 y más años de edad que adquirió obras de arte en los últimos 12 meses, según departamento, 2024
(Porcentaje)

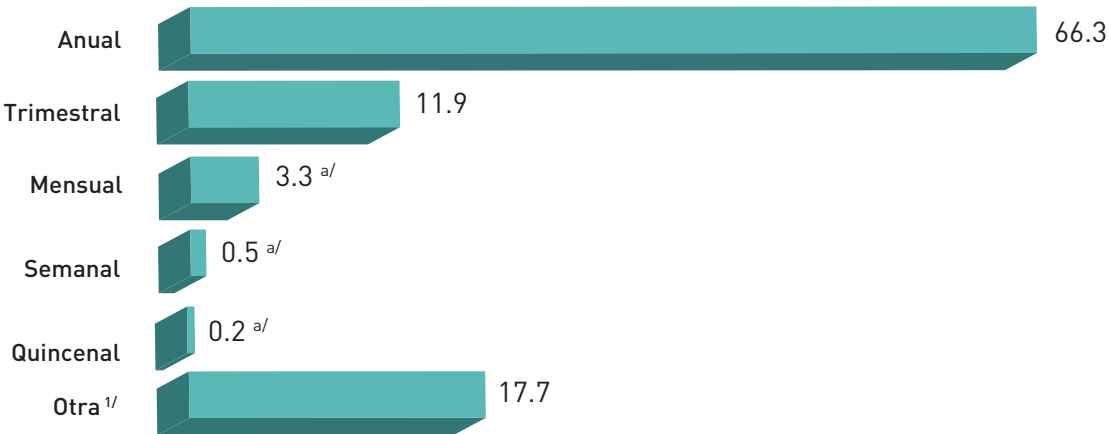


Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.
^{1/} Se considera a la Provincia Constitucional del Callao con fines comparativos.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.7.1.1.5. Frecuencia de adquisición de obras de arte

En el año 2024, a nivel nacional el 66.3 % de la población de 14 y más años de edad adquirió al menos una obra de arte anualmente, el 11.9 % adquirió trimestralmente obras de arte, seguido de quienes consiguieron obras de arte mensualmente (3.3 %).

Gráfico N° 1.7.5
Población de 14 y más años de edad que adquirió obras de arte en los últimos 12 meses, según frecuencia, 2024
(Porcentaje)



Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.
^{1/} Otra, incluye: por única vez, semestral, tres veces al año, entre otros.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.7.1.2. Características de la población que adquirió obras de arte

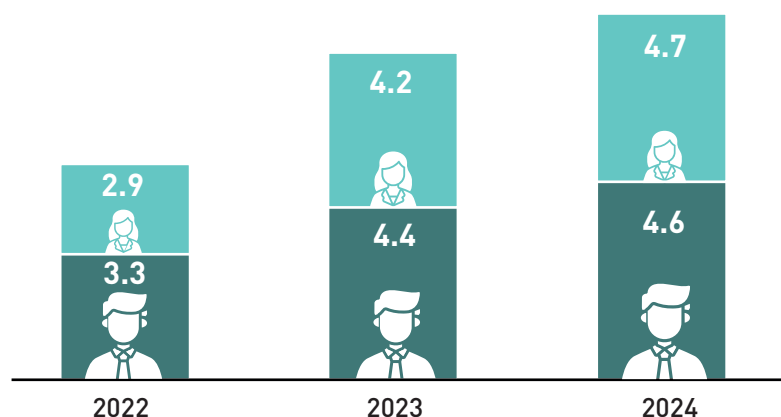
1.7.1.2.1. Adquisición de obras de arte según sexo

Según la Encuesta Nacional de Programas Presupuestales del 2024, los hombres adquirieron obras de arte en una proporción similar que las mujeres: 4.6% frente a 4.7%. Además, en ambos grupos, hubo un incremento durante el periodo 2022-2024.

Gráfico N° 1.7.6

Población de 14 y más años de edad que adquirió obras de arte en los últimos 12 meses, según sexo, 2022 – 2024

(Porcentaje)



Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

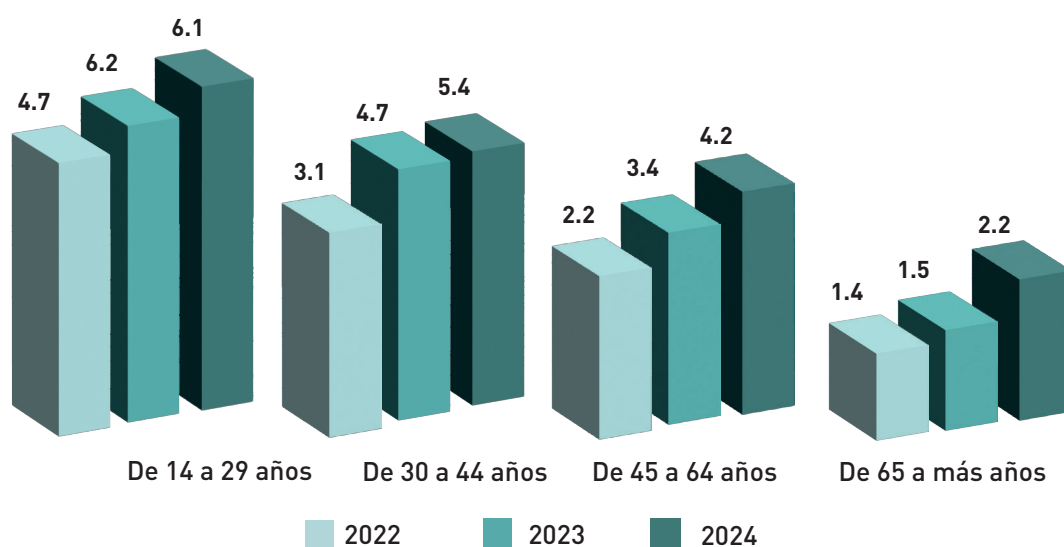
1.7.1.2.2. Adquisición de obras de arte por grupo de edad

Para el año 2024, el grupo etario de 14 a 29 años presentó la mayor proporción de adquisición de obras de arte (6.1 %), mientras que los adultos de 30 a 44 años alcanzaron 5.4 %. En contraste, los adultos mayores de 65 años a más alcanzaron el menor porcentaje (2.2 %). Sin embargo, todos los grupos de edad mostraron una tendencia creciente durante el periodo observado.

De acuerdo a los resultados obtenidos, se observa que mientras el grupo etario es más longevo, la obtención de este tipo de bienes culturales disminuye.

Gráfico N° 1.7.7

Población de 14 y más años de edad que adquirió obras de arte en los últimos 12 meses, por grupos de edad, 2022 – 2024
(Porcentaje)



Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.7.1.2.3. Adquisición de obras de arte por nivel educativo

Según los datos de la Encuesta Nacional de Programas Presupuestales del 2024, entre la población 14 años a más de edad que tiene un postgrado, se alcanzó un 14.0% de adquisición de obras de arte, seguido por la población con educación superior universitaria completa (8.5%). Los niveles educativos que adquirieron obras de arte en menor proporción fue educación inicial (1.1%) y primaria incompleta (1.3%) respectivamente.

Cuadro N° 1.7.1
Población de 14 y más años de edad que adquirió obras de arte en los últimos 12 meses, por nivel educativo, 2022 – 2024
(Porcentaje)

NIVEL EDUCATIVO	Año		
	2022	2023	2024
Postgrado	7.5	9.8	14.0
Superior universitaria completa	6.9	7.7	8.5
Superior universitaria incompleta	5.4 ^{a/}	7.0 ^{a/}	7.6
Superior no universitaria completa	5.6 ^{a/}	4.6 ^{a/}	6.2
Superior no universitaria incompleta	5.1 ^{a/}	5.9 ^{a/}	4.6 ^{a/}
Básica Especial	0.0	0.0	0.0
Secundaria completa	2.0	3.7	3.6
Secundaria incompleta	2.1 ^{a/}	4.3 ^{a/}	4.3
Primaria completa	1.2 ^{a/}	1.2 ^{a/}	1.6 ^{a/}
Primaria incompleta	0.3 ^{a/}	1.5 ^{a/}	1.3 ^{a/}
Educación inicial	0.0	0.8	1.1 ^{a/}
Sin nivel	0.2 ^{a/}	0.3 ^{a/}	1.5 ^{a/}

Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Gráfico N° 1.7.8
Población de 14 y más años de edad que adquirió obras de arte en los últimos 12 meses, por nivel educativo, 2024
(Porcentaje)



Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

1.7.1.3. Motivo de la no adquisición

Según la Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, las principales razones por las que la población de 14 y más años de edad no adquirió obras de arte en el año 2024, fueron la falta de interés (77.3 %) y falta de dinero (14.4 %).

Se observa que “La falta de interés”, es un motivo que se ha mantenido durante el periodo 2022-2024. Mientras que, en el 2022, el 77.5% de las personas declararon que no adquirirían obras de arte por falta de interés; para el 2024, este porcentaje se mantuvo casi igual (77.3%).

Por otro lado, el no tener información oportuna, es la razón principal con menor proporción, para la no adquisición de obras de arte, durante el periodo 2022 – 2024.

Cuadro N° 1.7.2
Población de 14 y más años de edad que no adquirió obras de arte en los últimos 12 meses, según razón principal de no adquisición, 2022 – 2024
(Porcentaje)

RAZÓN PRINCIPAL DE LA NO ADQUISICIÓN	Año		
	2022	2023	2024
Falta de interés	77.5	76.3	77.3
Falta de dinero	14.6	15.6	14.4
Falta de tiempo	3.3	3.3	3.5
No hay ofertas	2.7	2.7	2.7
No tiene información oportuna	1.4	1.6	1.6
Otra ^{1/}	0.6 ^{a/}	0.5 ^{a/}	0.5 ^{a/}

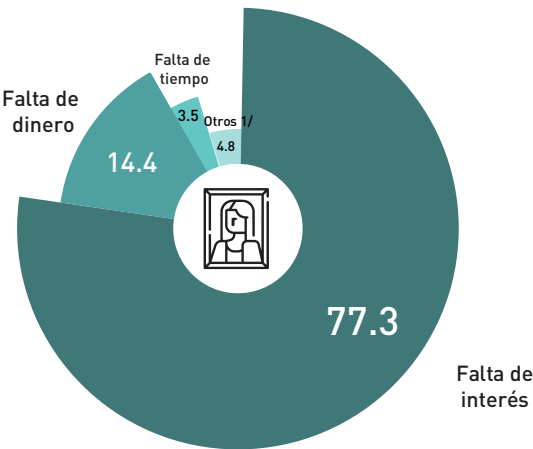
Nota: ^{a/} Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.

^{1/} Otra, incluye: desconoce que es una obra de arte, por su salud, por su limitación severa, entre otros.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Gráfico N° 1.7.9
Población de 14 y más años de edad que no adquirió obras de arte en los últimos 12 meses, según razón principal de no adquisición, 2024
(Porcentaje)



Nota: ^{1/} Otros, incluye: no tiene información oportuna, no hay ofertas, por su salud, por su limitación severa, no me llama la atención, entre otros.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2024

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Conclusiones

- En el caso de libros y periódicos, se observa que el formato digital evidencia un aumento, el uso de libros y periódicos digitales se ha vuelto una costumbre para muchos peruanos de 14 y más años de edad, con aproximadamente 1 de cada 4 personas prefiriendo estos formatos en el 2024.
- A pesar del avance tecnológico, el lugar donde vive una persona sigue determinando qué tanta cultura consume por internet. En las ciudades, la adquisición de libros digitales, periódicos digitales, música por internet y películas por internet es el doble de frecuente que en las zonas rurales. Por ejemplo, en el caso de los libros digitales, mientras el 30.6 % de los habitantes urbanos accede a ellos, en el área rural solo lo hace el 13.2 %.
- El consumo de música y películas en formatos físicos como CDs o DVDs está en descenso continuo. Actualmente, solo el 3.6 % de la población obtiene música en CD y apenas un 4.8 % adquiere películas en formato físico. Estos bienes han sido desplazados casi por completo por el internet, donde el consumo de música y películas vía internet ya al 60 % de la población nacional de 14 y más años de edad.
- Respecto al motivo de no adquisición del bien cultural película u otros contenidos de video obtenidos a través de internet, el 50.3% de las personas de 14 años o más que no adquirió este bien, mencionó la falta de interés como principal razón, le siguió el hecho que nunca utilizó el internet (37.1%) y en un porcentaje menor porcentaje la falta de tiempo (5.2%).
- El análisis destaca que 1 de cada 4 personas que tienen estudios universitarios incompletos o cuya edad esté entre los 14 y 29 años adquirió algún videojuego a través de la modalidad multijugador, lo que representa un porcentaje mucho mayor comparado con otros niveles educativos o grupos de edad.
- Para la adquisición de videojuego multijugador a través de la modalidad multijugador en línea, son los hombres quienes más los adquieren, superando a las mujeres de manera constante en más de 10 puntos porcentuales durante el periodo 2022 - 2024.
- En relación con la adquisición de videojuegos desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet, para el año 2024, el departamento de Madre de Dios lideró la adquisición de videojuegos con una proporción de 27.4% de personas de 14 años o más. En el otro extremo, los departamentos con menores proporciones fueron Cajamarca (7.6%) y Huánuco (6.2%), lo que representa una diferencia de 20 puntos porcentuales respecto a Madre de Dios.
- La adquisición de productos artesanales y obras de arte se mantiene como un vínculo importante con nuestra identidad. A diferencia de los bienes digitales que crecen rápido, estos productos físicos conservan un público fiel en departamentos con fuerte tradición histórica y cultural, lo que resalta la importancia de seguir promoviendo el trabajo de nuestros artesanos y artistas.

ANEXOS

CUADROS ESTADÍSTICOS

Libro impreso

Cuadro N° 1.8.1.1

Población de 14 y más años de edad que adquirió algún libro impreso en los últimos 12 meses, por frecuencia de adquisición, según área de residencia, 2022 – 2024
(Porcentaje)

Frecuencia de adquisición, por área	2022		2023		2024			
	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	Intervalo de confianza al 95%		CV (%)
						Inferior	Superior	
TOTAL								
Semanal	1.4	16.6	1.7	14.7	2.0	1.3	3.1	20.9
Mensual	16.8	5.0	15.9	4.8	14.8	13.4	16.3	4.9
Trimestral	27.6	3.7	28.3	3.4	30.1	28.2	32.1	3.3
Anual	35.7	3.1	37.8	2.6	35.7	33.8	37.6	2.7
Otra 2/	16.3	5.2	14.3	5.6	15.5	14.1	17.1	5.0
ÁREA URBANO								
Semanal a/	1.4	17.6	1.7	15.8	2.1	1.4	3.3	22.3
Mensual	17.5	5.4	16.6	5.2	15.4	13.9	17.1	5.3
Trimestral	28.5	4.0	28.9	3.7	31.1	29.0	33.3	3.6
Anual	33.6	3.7	36.1	3.0	34.0	32.0	36.1	3.1
Otra 2/	16.8	5.6	14.6	6.1	15.5	13.9	17.3	5.5
RURAL								
Semanal a/	0.8	32.5	1.3	33.6	1.2	0.6	2.3	32.5
Mensual	11.8	9.5	10.7	9.5	9.8	8.0	12.0	10.4
Trimestral	20.5	6.7	23.8	6.3	22.1	19.3	25.2	6.9
Anual	52.6	3.4	50.7	3.4	49.7	46.3	53.1	3.5
Otra 2/	12.4	9.5	11.6	8.6	15.7	13.5	18.2	7.6

Nota: 2/ Semestral, por única vez, tres veces al año, entre otros.

a/ Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Cuadro N° 1.8.1.2

Población de 14 y más años de edad que adquirió algún libro impreso en los últimos 12 meses, por frecuencia de adquisición, según sexo, 2022 – 2024
[Porcentaje]

Frecuencia de adquisición, por sexo	2022		2023		2024			
	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	Intervalo de confianza al 95%		CV (%)
						Inferior	Superior	
SEXO								
Hombre								
Semanal	1.4	19.4	1.6	20.0	3.1	1.9	5.3	26.9
Mensual	17.1	6.8	17.0	6.9	14.4	12.6	16.4	6.8
Trimestral	27.1	5.2	29.0	4.5	31.0	28.2	33.9	4.7
Anual	34.8	4.5	37.0	3.8	35.7	33.2	38.3	3.6
Otra 2/	17.1	6.8	13.6	8.4	13.8	12.1	15.7	6.7
Mujer								
Semanal	1.2	28.4	1.7	21.4	1.0	0.6	1.6	23.1
Mensual	16.5	7.6	15.0	6.9	15.2	13.2	17.5	7.2
Trimestral	28.2	5.2	27.8	4.9	29.3	26.7	32.0	4.7
Anual	36.7	4.3	38.5	3.6	35.7	33.1	38.4	3.8
Otra 2/	15.5	7.5	14.9	6.8	17.1	15.0	19.5	6.7

Nota: 2/ Semestral, por única vez, tres veces al año, entre otros.

a/ Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Cuadro N° 1.8.1.3

Población de 14 y más años de edad que no adquirió algún libro impreso en los últimos 12 meses, por razón de no adquisición, según característica sociodemográfica, 2022 – 2024 [Porcentaje]

Razón de no adquisición, por sexo y edad	2022		2023		2024			
	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	Intervalo de confianza al 95%		CV (%)
						Inferior	Superior	
SEXO								
Hombre	77.7	0.8	76.2	0.8	76.2	75.0	77.4	0.8
Falta de tiempo	7.7	6.2	7.1	5.8	6.7	5.9	7.6	6.3
Falta de interés	78.2	0.9	77.8	0.9	79.9	78.5	81.1	0.8
Falta de dinero	7.2	5.1	6.9	5.6	6.8	6.0	7.8	6.6
No tiene información oportuna a/	0.5	17.9	0.5	19.3	0.6	0.3	1.0	28.9
No hay ofertas	2.9	7.4	2.9	7.5	2.5	2.2	2.9	6.9
Otra 2/	3.4	10.3	4.8	8.3	3.6	3.0	4.2	8.7
Mujer	80.5	0.7	76.4	0.8	76.8	75.6	77.9	0.8
Falta de tiempo	6.3	7.5	6.0	5.9	6.5	5.7	7.3	6.3
Falta de interés	77.6	0.9	76.0	0.8	77.0	75.6	78.3	0.9
Falta de dinero	8.7	4.7	8.8	4.5	8.0	7.2	8.9	5.4
No tiene información oportuna a/	0.5	18.6	0.5	21.9	0.8	0.5	1.3	21.9
No hay ofertas	2.2	7.5	2.5	6.6	2.3	1.9	2.6	7.4
Otra 2/	4.7	7.2	6.1	5.7	5.5	4.9	6.2	6.0
EDAD								
14 a 29 años	69.4	1.4	64.3	1.3	63.0	61.3	64.6	1.4
Falta de tiempo	8.3	11.7	7.7	7.7	6.9	5.8	8.0	8.1
Falta de interés	75.7	1.4	74.4	1.3	77.6	75.6	79.4	1.3
Falta de dinero	10.4	5.9	10.3	6.0	9.1	7.9	10.5	7.4
No tiene información oportuna a/	0.5	20.9	0.6	27.1	1.2	0.7	2.2	30.1
No hay ofertas	2.7	10.1	2.8	10.7	2.1	1.7	2.6	10.6
Otra 2/ a/	2.4	16.7	4.1	12.9	3.1	2.4	4.1	13.1
30 a 44 años	78.8	1.1	75.5	1.1	77.1	75.3	78.8	1.2
Falta de tiempo	9.3	7.9	8.2	6.8	9.1	7.8	10.5	7.6
Falta de interés	77.1	1.2	77.1	1.1	77.1	75.1	78.9	1.2
Falta de dinero	8.0	6.4	7.5	6.5	7.3	6.3	8.6	8.0
No tiene información oportuna a/	0.4	26.5	0.5	26.8	0.7	0.3	1.4	37.2
No hay ofertas	2.5	8.3	3.1	8.0	2.8	2.3	3.3	8.9
Otra 2/	2.7	16.0	3.7	12.2	3.1	2.4	4.0	13.6
45 a 64 años	85.3	0.8	82.4	0.8	82.3	80.8	83.7	0.9
Falta de tiempo	6.2	7.6	6.2	7.6	7.1	6.1	8.3	8.0
Falta de interés	79.8	1.0	78.4	1.0	79.4	77.7	81.0	1.1
Falta de dinero	6.9	6.4	7.3	6.6	7.1	6.0	8.2	7.9
No tiene información oportuna a/	0.5	25.6	0.5	28.1	0.4	0.2	0.7	33.2
No hay ofertas	2.5	9.1	2.8	8.2	2.5	2.1	3.0	8.7
Otra 2/	4.1	10.2	4.8	8.4	3.6	3.0	4.2	9.1
De 65 a más años	87.4	1.0	89.2	0.9	87.5	85.8	89.0	0.9
Falta de tiempo	2.8	14.4	3.3	15.3	2.4	1.7	3.3	16.8
Falta de interés	79.1	1.3	77.4	1.3	79.1	77.0	81.0	1.3
Falta de dinero	6.3	9.9	6.1	9.4	6.3	5.1	7.8	10.6
No tiene información oportuna a/	0.7	29.7	0.4	33.5	0.6	0.3	1.0	29.4
No hay ofertas a/	2.2	13.3	2.0	11.9	2.0	1.6	2.4	9.8
Otra 2/	8.9	7.6	10.7	6.5	9.7	8.3	11.2	7.5

Nota: 2/ No sabe leer y escribir, accede por internet, por su salud, entre otros.

a/ Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Libro digital

Cuadro N° 1.8.2.1

Población de 14 y más años de edad que adquirió algún libro digital en los últimos 12 meses, por frecuencia de adquisición, según área de residencia, 2022 – 2024 (Porcentaje)

Frecuencia de adquisición, por área	2022		2023		2024			
	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	Intervalo de confianza al 95%		CV (%)
						Inferior	Superior	
TOTAL								
Semanal	33.8	2.4	29.0	2.7	18.0	16.6	19.5	4.2
Mensual	15.6	3.8	18.8	3.1	30.0	28.2	31.9	3.2
Trimestral	5.1	6.4	7.8	5.5	20.3	18.8	21.9	3.9
Anual	2.4	9.0	3.6	8.1	10.1	9.1	11.3	5.6
Otra 2/	2.2	9.9	2.4	9.2	5.2	4.4	6.1	8.1
ÁREA URBANO								
Semanal a/	35.2	2.6	30.5	2.9	17.9	16.3	19.5	4.6
Mensual	13.9	4.6	17.0	3.7	30.3	28.3	32.4	3.4
Trimestral	4.2	8.2	6.4	7.1	20.5	18.9	22.3	4.2
Anual	1.6	13.4	2.9	11.0	9.7	8.6	11.0	6.3
Otra 2/	1.6	14.3	1.8	12.5	5.2	4.4	6.2	8.8
ÁREA RURAL								
Semanal a/	23.1	5.1	17.5	5.7	19.0	16.3	21.9	7.5
Mensual	29.6	4.0	32.7	3.7	26.9	24.1	30.0	5.5
Trimestral	12.2	6.9	18.5	5.6	18.0	15.3	21.0	8.1
Anual	8.3	9.1	9.6	8.3	14.3	12.1	16.8	8.5
Otra 2/	7.0	9.3	6.5	9.9	5.1	3.9	6.7	13.5

Nota: 2/ Semestral, por única vez, bimestral, entre otros.

a/ Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Cuadro N° 1.8.2.2
Población de 14 y más años de edad que adquirió algún libro digital en los últimos 12 meses, por frecuencia de adquisición, según sexo, 2022 – 2024
(Porcentaje)

Frecuencia de adquisición, por sexo	2022		2023		2024			
	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	Intervalo de confianza al 95%		CV (%)
						Inferior	Superior	
SEXO								
Hombre								
Semanal	33.8	3.3	29.6	3.6	18.3	16.5	20.4	5.4
Mensual	14.9	5.0	18.2	4.2	30.9	28.3	33.6	4.4
Trimestral	5.0	8.4	7.8	7.8	20.9	18.9	23.1	5.2
Anual	2.1	12.1	3.6	10.0	9.0	7.8	10.4	7.5
Otra 2/	2.0	14.7	1.9	11.9	4.6	3.8	5.6	10.3
Mujer								
Semanal	33.8	3.6	28.4	3.9	17.6	15.6	19.9	6.2
Mensual	16.5	5.2	19.4	4.8	29.1	26.5	31.8	4.6
Trimestral	5.2	9.6	7.7	7.4	19.7	17.6	21.9	5.7
Anual	2.7	12.8	3.7	11.3	11.3	9.7	13.1	7.6
Otra 2/	2.5	12.5	2.8	13.2	5.8	4.6	7.3	12.1

Nota: 2/ Semestral, por única vez, tres veces al año, entre otros.
a/ Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Cuadro N° 1.8.2.3

Población de 14 y más años de edad que no adquirió algún libro digital en los últimos 12 meses, por razón de no adquisición, según característica sociodemográfica, 2022 – 2024 (Porcentaje)

Razón de no adquisición, por sexo y edad	2022		2023		2024			
	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	Intervalo de confianza al 95%		CV (%)
						Inferior	Superior	
SEXO								
Hombre	55.5	1.4	61.8	1.1	70.9	69.5	72.3	1.0
Falta de tiempo	4.7	8.7	3.3	9.0	5.4	4.7	6.4	8.0
Falta de interés	78.7	1.0	78.6	0.9	72.6	71.2	73.9	1.0
Falta de dinero	4.4	8.0	3.6	8.3	2.6	2.1	3.1	9.3
No tiene información oportuna a/	0.4	32.0	0.5	25.8	1.5	1.2	1.8	11.7
No hay ofertas	6.8	5.6	6.6	5.2	0.1	0.1	0.3	39.3
Otra 2/	5.0	8.8	7.4	6.9	3.4	2.9	4.0	8.1
Mujer	66.1	1.1	69.3	1.0	25.7	24.5	26.9	2.4
Falta de tiempo	3.4	9.5	3.3	8.1	4.6	4.0	5.3	6.8
Falta de interés	80.2	0.8	78.0	0.8	67.8	66.3	69.2	1.1
Falta de dinero	4.4	6.6	4.6	6.4	2.8	2.4	3.3	8.8
No tiene información oportuna a/	0.6	22.5	0.4	29.4	1.7	1.3	2.2	12.6
No hay ofertas	5.0	5.3	5.8	5.1	0.2	0.1	0.4	50.2
Otra 2/	6.5	6.9	7.9	5.8	4.6	3.9	5.4	8.4
EDAD								
14 a 29 años	65.4	1.4	71.0	1.1	51.2	49.3	53.1	1.9
Falta de tiempo	4.2	10.5	3.0	10.4	6.0	4.9	7.2	10.0
Falta de interés	82.8	1.0	82.2	0.9	85.0	83.2	86.6	1.0
Falta de dinero	3.7	10.1	3.3	11.2	4.3	3.5	5.2	9.9
No tiene información oportuna a/	0.4	34.7	0.5	36.1	1.5	0.9	2.5	26.6
No hay ofertas	5.7	6.7	5.5	6.6	0.2	0.1	0.6	59.1
Otra 2/ a/	3.3	14.3	5.4	10.1	2.1	1.6	2.8	14.2
30 a 44 años	58.5	1.6	64.6	1.4	71.3	69.3	73.2	1.4
Falta de tiempo	5.4	12.9	4.2	10.6	6.9	5.9	8.1	8.4
Falta de interés	78.5	1.3	77.7	1.2	78.6	76.9	80.3	1.1
Falta de dinero	4.6	9.6	3.8	9.0	3.6	2.9	4.4	10.7
No tiene información oportuna a/	0.4	25.8	0.3	33.9	1.8	1.4	2.2	12.7
No hay ofertas	6.6	6.1	7.4	6.0	0.2	0.1	0.8	61.0
Otra 2/	4.7	12.5	6.5	10.3	3.2	2.5	4.0	12.1
45 a 64 años	60.0	1.6	62.8	1.5	81.5	80.0	82.9	0.9
Falta de tiempo	4.0	11.1	3.9	11.1	5.6	4.7	6.7	8.8
Falta de interés	78.5	1.2	76.2	1.2	69.1	67.4	70.6	1.2
Falta de dinero	4.9	9.0	5.1	8.6	2.5	1.9	3.2	13.2
No tiene información oportuna a/	0.6	35.5	0.5	33.3	1.6	1.2	2.1	12.9
No hay ofertas	6.0	6.6	6.7	6.1	0.0	0.0	0.1	32.6
Otra 2/	5.9	9.4	7.5	8.2	4.2	3.6	5.0	8.4
De 65 a más años	58.6	2.3	63.0	1.8	93.9	92.7	95.0	0.6
Falta de tiempo	1.3	21.3	1.2	16.9	1.2	0.8	1.9	20.6
Falta de interés	76.1	1.5	74.4	1.5	49.3	47.0	51.6	2.4
Falta de dinero	4.7	12.9	4.7	11.7	0.7	0.4	1.2	28.7
No tiene información oportuna a/	0.6	42.7	0.3	38.8	1.5	1.0	2.2	21.9
No hay ofertas a/	4.3	8.2	4.5	7.9	0.1	0.0	0.7	82.6
Otra 2/	13.0	6.7	14.9	6.3	6.2	5.2	7.5	9.5

Nota: 2/ Desconoce como acceder, desconoce lo que es libros digitales, por su salud, entre otros.

a/ Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Periódico impreso

Cuadro N° 1.8.3.1

Población de 14 y más años de edad que adquirió algún periódico impreso en los últimos 12 meses, por frecuencia de adquisición, según área de residencia, 2022 – 2024
(Porcentaje)

Frecuencia de asistencia, por área	2022		2023		2024			
	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	Intervalo de confianza al 95%		CV (%)
						Inferior	Superior	
TOTAL								
Semanal	33.8	2.4	29.0	2.7	30.3	28.6	32.0	2.9
Mensual	15.6	3.8	18.8	3.1	19.3	17.9	20.7	3.8
Trimestral	5.1	6.4	7.8	5.5	7.6	6.8	8.3	5.1
Anual	2.4	9.0	3.6	8.1	4.3	3.7	4.9	7.4
Otra 2/	2.2	9.9	2.4	9.2	2.7	2.2	3.3	10.4
ÁREA URBANO								
Semanal a/	35.2	2.6	30.5	2.9	31.9	30.0	33.8	3.0
Mensual	13.9	4.6	17.0	3.7	17.8	16.3	19.4	4.5
Trimestral	4.2	8.2	6.4	7.1	6.2	5.5	7.1	6.4
Anual	1.6	13.4	2.9	11.0	3.3	2.7	4.0	10.1
Otra 2/	1.6	14.3	1.8	12.5	2.1	1.6	2.8	14.4
RURAL								
Semanal a/	23.1	5.1	17.5	5.7	18.3	16.3	20.6	5.9
Mensual	29.6	4.0	32.7	3.7	30.6	28.1	33.1	4.1
Trimestral	12.2	6.9	18.5	5.6	17.6	15.7	19.8	5.9
Anual	8.3	9.1	9.6	8.3	11.9	10.0	14.0	8.5
Otra 2/	7.0	9.3	6.5	9.9	7.1	5.9	8.5	9.4

Nota: 2/ Semestral, por única vez, tres veces al año, entre otros.

a/ Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Cuadro N° 1.8.3.2
Población de 14 y más años de edad que adquirió algún periódico impreso en los últimos 12 meses, por frecuencia de adquisición, según sexo, 2022 – 2024
(Porcentaje)

Frecuencia de adquisición, por sexo	2022		2023		2024			
	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	Intervalo de confianza al 95%		CV (%)
						Inferior	Superior	
SEXO								
Hombre								
Semanal	33.8	3.3	29.6	3.6	32.0	29.8	34.4	3.7
Mensual	14.9	5.0	18.2	4.2	19.6	17.9	21.4	4.6
Trimestral	5.0	8.4	7.8	7.8	7.2	6.3	8.3	6.7
Anual	2.1	12.1	3.6	10.0	3.4	2.6	4.3	12.1
Otra 2/	2.0	14.7	1.9	11.9	2.3	1.9	2.9	10.8
Mujer								
Semanal	33.8	3.6	28.4	3.9	28.3	25.9	30.9	4.5
Mensual	16.5	5.2	19.4	4.8	18.8	16.9	20.9	5.4
Trimestral	5.2	9.6	7.7	7.4	7.9	6.8	9.1	7.4
Anual	2.7	12.8	3.7	11.3	5.3	4.4	6.4	9.3
Otra 2/	2.5	12.5	2.8	13.2	3.1	2.2	4.3	16.9

Nota: 2/ Semestral, por única vez, tres veces al año, entre otros.
a/ Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Cuadro N° 1.8.3.3

Población de 14 y más años de edad que no adquirió algún periódico impreso en los últimos 12 meses, por razón de no adquisición, según característica sociodemográfica, 2022 – 2024 [Porcentaje]

Razón de no adquisición, por sexo y edad	2022		2023		2024			
	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	Intervalo de confianza al 95%		CV (%)
						Inferior	Superior	
SEXO								
Hombre	55.5	1.4	61.8	1.1	65.9	64.5	67.3	1.1
Falta de tiempo	4.7	8.7	3.3	9.0	3.3	2.8	4.0	9.3
Falta de interés	78.7	1.0	78.6	0.9	80.1	78.7	81.4	0.9
Falta de dinero	4.4	8.0	3.6	8.3	3.8	3.1	4.6	9.9
No tiene información oportuna a/	0.4	32.0	0.5	25.8	0.2	0.2	0.4	23.6
No hay ofertas	6.8	5.6	6.6	5.2	6.6	6.0	7.3	5.1
Otra 2/	5.0	8.8	7.4	6.9	5.9	5.1	6.8	7.4
Mujer	66.1	1.1	69.3	1.0	73.3	72.0	74.6	0.9
Falta de tiempo	3.4	9.5	3.3	8.1	3.6	3.0	4.2	8.6
Falta de interés	80.2	0.8	78.0	0.8	78.5	77.1	79.8	0.9
Falta de dinero	4.4	6.6	4.6	6.4	4.6	4.0	5.4	8.0
No tiene información oportuna a/	0.6	22.5	0.4	29.4	0.3	0.2	0.4	23.7
No hay ofertas	5.0	5.3	5.8	5.1	5.8	5.2	6.4	5.0
Otra 2/	6.5	6.9	7.9	5.8	7.3	6.5	8.2	6.1
EDAD								
14 a 29 años	65.4	1.4	71.0	1.1	75.7	74.0	77.4	1.1
Falta de tiempo	4.2	10.5	3.0	10.4	3.4	2.7	4.3	11.6
Falta de interés	82.8	1.0	82.2	0.9	83.7	82.1	85.2	0.9
Falta de dinero	3.7	10.1	3.3	11.2	3.1	2.4	3.9	11.9
No tiene información oportuna a/	0.4	34.7	0.5	36.1	0.3	0.2	0.6	34.1
No hay ofertas	5.7	6.7	5.5	6.6	5.3	4.6	6.1	6.8
Otra 2/ a/	3.3	14.3	5.4	10.1	4.1	3.3	5.2	11.5
30 a 44 años	58.5	1.6	64.6	1.4	69.8	68.1	71.4	1.2
Falta de tiempo	5.4	12.9	4.2	10.6	4.3	3.5	5.4	11.2
Falta de interés	78.5	1.3	77.7	1.2	78.8	76.9	80.5	1.2
Falta de dinero	4.6	9.6	3.8	9.0	4.0	3.3	5.0	10.5
No tiene información oportuna a/	0.4	25.8	0.3	33.9	0.2	0.1	0.3	34.5
No hay ofertas	6.6	6.1	7.4	6.0	7.1	6.3	8.0	6.4
Otra 2/	4.7	12.5	6.5	10.3	5.6	4.6	6.8	10.1
45 a 64 años	60.0	1.6	62.8	1.5	67.8	66.0	69.5	1.3
Falta de tiempo	4.0	11.1	3.9	11.1	3.9	3.1	4.8	11.2
Falta de interés	78.5	1.2	76.2	1.2	78.1	76.3	79.8	1.2
Falta de dinero	4.9	9.0	5.1	8.6	4.7	3.7	5.8	11.4
No tiene información oportuna a/	0.6	35.5	0.5	33.3	0.2	0.1	0.4	24.4
No hay ofertas	6.0	6.6	6.7	6.1	6.6	5.9	7.4	5.8
Otra 2/	5.9	9.4	7.5	8.2	6.6	5.5	7.8	8.8
De 65 a más años	58.6	2.3	63.0	1.8	63.9	61.7	66.1	1.8
Falta de tiempo	1.3	21.3	1.2	16.9	1.4	0.9	2.2	22.3
Falta de interés	76.1	1.5	74.4	1.5	73.3	70.9	75.5	1.6
Falta de dinero	4.7	12.9	4.7	11.7	6.1	4.8	7.8	12.6
No tiene información oportuna a/	0.6	42.7	0.3	38.8	0.3	0.2	0.5	30.5
No hay ofertas a/	4.3	8.2	4.5	7.9	5.5	4.8	6.4	7.4
Otra 2/	13.0	6.7	14.9	6.3	13.3	11.6	15.3	7.0

Nota: 2/ Accede por internet, no sabe leer y escribir, por su salud, entre otros.

a/ Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Periódico digital

Cuadro N° 1.8.4.1

Población de 14 y más años de edad que adquirió algún periódico digital en los últimos 12 meses, por frecuencia de adquisición, según área de residencia, 2022 – 2024 (Porcentaje)

Frecuencia de adquisición, por área	2022		2023		2024			
	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	Intervalo de confianza al 95%		CV (%)
						Inferior	Superior	
TOTAL								
Semanal	28.6	3.8	29.5	3.4	67.3	60.4	73.6	5.0
Mensual	8.9	7.6	10.3	6.5	55.1	48.4	61.7	6.2
Trimestral	1.8	14.7	3.7	11.3	44.1	33.5	55.4	12.9
Anual	0.7	21.3	1.4	16.7	53.4	38.5	67.8	14.4
Otra 2/	0.4	30.9	0.4	31.6	33.8	14.6	60.4	36.9
ÁREA URBANO								
Semanal a/	28.0	4.2	29.2	3.7	67.7	60.3	74.3	5.3
Mensual	8.1	8.9	9.8	7.3	55.5	48.3	62.4	6.5
Trimestral	1.7	16.5	3.6	12.5	45.8	34.3	57.8	13.3
Anual	0.6	25.8	1.2	20.2	57.6	39.9	73.5	15.4
Otra 2/	0.4	35.6	0.3	36.9	34.9	13.6	64.6	40.7
RURAL								
Semanal a/	35.5	5.3	32.7	6.2	62.5	49.6	73.9	10.1
Mensual	18.6	8.9	17.0	8.6	50.6	38.5	62.6	12.4
Trimestral	3.0	23.4	5.6	18.4	24.7	10.9	46.8	37.8
Anual	1.9	32.2	3.9	22.2	35.2	17.0	59.1	32.2
Otra 2/	0.8	39.2	0.8	38.9	26.9	8.1	60.5	53.1

Nota: 2/ Semestral, por única vez, tres veces al año, entre otros.

a/ Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Cuadro N° 1.8.4.2

Población de 14 y más años de edad que adquirió algún periódico digital en los últimos 12 meses, por frecuencia de adquisición, según sexo, 2022 – 2024
(Porcentaje)

Frecuencia de adquisición, por sexo	2022		2023		2024		
	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	Intervalo de confianza al 95%	
						Inferior	Superior
SEXO							
Hombre							
Semanal	28.2	4.9	29.3	4.8	73.4	63.9	81.0
Mensual	8.2	10.6	9.6	9.5	63.8	55.1	71.7
Trimestral	1.8	20.0	3.2	16.0	57.1	41.4	71.6
Anual	0.5	34.6	1.4	21.2	56.8	39.2	72.9
Otra 2/	0.4	26.4	0.3	36.9	36.2	11.7	70.8
Mujer							
Semanal	29.0	5.4	29.6	4.7	59.1	49.3	68.3
Mensual	9.7	10.3	11.1	8.9	47.6	38.3	57.2
Trimestral	1.9	21.5	4.3	15.5	37.0	24.4	51.6
Anual	0.9	27.3	1.5	25.0	48.4	24.6	72.9
Otra 2/	0.4	56.7	0.5	45.7	32.9	10.6	67.1

Nota: 2/ Semestral, por única vez, tres veces al año, entre otros.

a/ Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Cuadro N° 1.8.4.3

Población de 14 y más años de edad que no adquirió algún periódico digital en los últimos 12 meses, por razón de no adquisición, según característica sociodemográfica, 2022 – 2024
(Porcentaje)

Razón de no adquisición, por sexo y edad	2022		2023		2024			
	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	Intervalo de confianza al 95%		CV (%)
						Inferior	Superior	
SEXO								
Hombre	75.5	0.9	76.7	0.9	75.4	74.0	76.8	0.9
Falta de tiempo	4.7	8.7	4.5	7.6	4.3	3.7	5.1	8.3
Falta de interés	68.8	1.1	72.1	0.9	75.8	74.5	77.0	0.9
Falta de dinero	2.3	9.4	2.0	9.5	1.7	1.4	2.2	10.8
No tiene información oportuna a/	1.3	14.1	1.1	14.0	1.4	1.2	1.8	11.3
No hay ofertas	0.1	29.6	0.2	28.8	0.1	0.0	0.2	30.8
Otra 2/	2.6	12.2	3.1	8.2	3.1	2.6	3.7	8.5
Mujer	80.6	0.8	81.9	0.7	82.0	80.9	83.1	0.7
Falta de tiempo	3.3	8.1	4.2	8.0	3.6	3.1	4.1	7.0
Falta de interés	65.2	1.1	69.2	0.9	71.7	70.4	73.0	0.9
Falta de dinero	2.2	9.7	2.2	9.0	2.1	1.8	2.6	9.3
No tiene información oportuna a/	1.1	11.2	1.3	12.0	1.7	1.3	2.2	12.8
No hay ofertas	0.1	29.1	0.1	29.6	0.1	0.0	0.2	33.3
Otra 2/	2.5	9.6	3.8	6.8	4.2	3.5	5.0	9.2
EDAD								
14 a 29 años	71.6	1.2	74.0	1.1	73.0	71.1	74.7	1.3
Falta de tiempo	4.8	9.4	4.0	9.2	3.8	3.2	4.6	9.5
Falta de interés	87.0	0.8	88.5	0.7	90.5	89.4	91.6	0.6
Falta de dinero	3.5	10.3	2.7	10.7	2.0	1.6	2.5	11.4
No tiene información oportuna a/	1.0	17.5	1.2	16.6	1.5	1.0	2.3	21.5
No hay ofertas	0.1	41.5	0.1	38.5	0.2	0.1	0.3	38.2
Otra 2/ a/	1.7	16.6	1.8	13.9	1.3	1.0	1.7	15.1
30 a 44 años	72.8	1.3	74.4	1.1	74.1	72.4	75.8	1.2
Falta de tiempo	5.9	9.4	6.0	8.5	5.8	4.8	7.0	9.7
Falta de interés	75.5	1.2	78.8	1.0	80.7	78.9	82.3	1.1
Falta de dinero	3.3	12.0	3.1	11.0	3.2	2.6	4.1	12.2
No tiene información oportuna a/	1.9	13.2	1.4	14.7	1.6	1.2	2.0	13.7
No hay ofertas	0.1	40.8	0.3	35.5	0.1	0.1	0.3	45.5
Otra 2/	2.9	18.1	3.3	11.0	3.2	2.5	4.1	12.1
45 a 64 años	80.9	1.1	81.2	1.0	80.9	79.3	82.4	1.0
Falta de tiempo	3.4	11.5	5.4	10.6	4.5	3.7	5.4	9.7
Falta de interés	61.1	1.6	65.6	1.3	70.5	68.8	72.1	1.2
Falta de dinero	1.5	15.5	1.8	13.3	1.9	1.4	2.5	14.3
No tiene información oportuna a/	1.1	18.1	1.2	15.1	1.9	1.4	2.4	13.3
No hay ofertas	0.1	35.4	0.2	35.3	0.1	0.0	0.1	32.6
Otra 2/	2.8	11.1	4.3	7.6	4.2	3.5	5.0	9.5
De 65 a más años	94.5	0.6	94.2	0.6	91.6	90.1	92.8	0.7
Falta de tiempo	1.3	21.9	1.3	18.2	1.1	0.7	1.6	21.2
Falta de interés	35.8	3.9	41.7	3.0	48.6	46.3	50.9	2.4
Falta de dinero	0.5	28.2	0.6	22.7	0.7	0.4	1.2	30.1
No tiene información oportuna a/	0.8	29.3	1.0	27.4	1.4	0.9	2.1	22.9
No hay ofertas a/	0.1	65.1	0.1	43.6	0.0	0.0	0.1	98.8
Otra 2/	2.9	13.0	4.9	10.0	6.5	5.4	7.8	9.3

Nota: 2/ Desconoce como acceder, desconoce lo que son periódicos digitales, por su salud, entre otros.

a/ Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Música a través de descarga o acceso por internet

Cuadro N° 1.8.5.1

Población de 14 y más años de edad que adquirió música a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, por frecuencia de adquisición, según área de residencia, 2022 – 2024
(Porcentaje)

Frecuencia de adquisición, por área	2022		2023		2024			
	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	Intervalo de confianza al 95%		CV (%)
						Inferior	Superior	
TOTAL								
Semanal	23.0	2.6	21.1	2.2	19.8	18.9	20.7	2.3
Mensual	8.6	5.0	7.1	4.1	6.8	6.1	7.4	4.9
Trimestral	1.8	8.7	1.8	8.4	2.0	1.6	2.5	10.6
Anual	0.9	12.7	0.7	10.9	0.8	0.6	1.0	12.9
Otra 2/	0.5	17.7	0.4	21.2	0.2	0.2	0.3	15.1
ÁREA URBANO								
Semanal a/	21.7	3.0	19.8	2.6	18.3	17.4	19.3	2.7
Mensual	7.8	6.2	6.0	5.3	5.9	5.2	6.7	6.3
Trimestral	1.5	11.3	1.5	11.2	1.9	1.4	2.4	13.0
Anual	0.8	15.9	0.5	15.6	0.7	0.5	0.9	16.4
Otra 2/	0.4	22.7	0.3	31.4	0.1	0.1	0.2	25.4
RURAL								
Semanal a/	32.5	3.0	30.1	2.8	29.3	27.8	30.9	2.7
Mensual	14.4	4.8	14.6	4.7	12.1	11.0	13.3	4.8
Trimestral	3.9	9.9	4.0	8.8	3.0	2.5	3.5	9.0
Anual	1.8	16.0	1.9	12.8	1.3	1.1	1.7	12.3
Otra 2/	0.9	18.6	1.0	17.2	0.8	0.6	1.1	16.7

Nota: 2/ Semestral, tres veces al año, bimestral, entre otros.

a/ Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Cuadro N° 1.8.5.2

Población de 14 y más años de edad que adquirió música a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, por frecuencia de adquisición, según sexo, 2022 – 2024
(Porcentaje)

Frecuencia de adquisición, por sexo	2022		2023		2024		
	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	Intervalo de confianza al 95%	
						Inferior	Superior
SEXO							
Hombre							
Semanal	23.5	3.4	21.2	3.1	19.6	18.4	20.8
Mensual	8.6	6.9	6.8	5.9	6.6	5.7	7.6
Trimestral	1.6	10.2	2.0	11.4	1.9	1.5	2.5
Anual	0.9	15.1	0.7	16.3	0.7	0.5	1.0
Otra 2/	0.5	27.0	0.5	25.6	0.3	0.2	0.4
Mujer							
Semanal	22.5	3.6	21.1	3.0	19.9	18.7	21.2
Mensual	8.6	5.9	7.4	5.3	6.9	6.2	7.7
Trimestral	2.0	13.4	1.7	11.1	2.1	1.5	2.8
Anual	0.9	20.4	0.7	14.4	0.8	0.6	1.2
Otra 2/	0.4	22.1	0.3	25.0	0.2	0.1	0.2

Nota: 2/ Semestral, tres veces al año, bimestral, entre otros.

a/ Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Cuadro N° 1.8.5.3

Población de 14 y más años de edad que no adquirió música a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, por razón de no adquisición, según característica sociodemográfica, 2022 – 2024
(Porcentaje)

Razón de no adquisición, por sexo y edad	2022		2023		2024			
	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	Intervalo de confianza al 95%		
						Inferior	Superior	
SEXO								
Hombre	35.9	2.0	31.4	2.1	26.6	25.4	27.9	2.4
Falta de tiempo	3.6	11.7	3.8	15.0	3.3	2.4	4.6	17.0
Falta de interés	45.4	2.6	47.6	2.5	50.5	48.0	52.9	2.5
Falta de dinero	4.2	11.8	2.9	12.3	3.5	2.7	4.5	12.5
No tiene información oportuna a/	1.8	22.7	0.6	28.0	1.1	0.7	1.7	22.3
No hay ofertas	0.1	38.5	0.2	41.6	0.1	0.0	0.2	53.0
Otra 2/	2.2	13.4	3.7	13.2	3.6	2.9	4.6	12.1
Mujer	44.2	1.7	37.3	1.8	33.0	31.8	34.3	1.9
Falta de tiempo	3.3	11.9	3.3	12.2	2.8	2.3	3.5	11.3
Falta de interés	43.1	2.6	46.9	2.3	46.9	44.6	49.1	2.5
Falta de dinero	3.2	11.8	3.3	13.1	2.9	2.3	3.7	12.0
No tiene información oportuna a/	1.3	16.2	0.8	16.9	1.2	0.9	1.6	16.3
No hay ofertas	0.1	31.5	0.2	58.4	0.1	0.0	0.2	48.1
Otra 2/	2.5	10.5	3.9	8.8	5.1	4.1	6.2	10.4
EDAD								
14 a 29 años	13.8	4.6	10.7	4.9	8.1	7.2	9.2	6.2
Falta de tiempo	7.6	14.7	5.6	21.9	5.6	3.7	8.3	20.7
Falta de interés	67.1	2.9	68.8	3.5	76.6	71.9	80.8	3.0
Falta de dinero	10.3	12.0	10.0	16.6	6.3	4.4	9.1	18.7
No tiene información oportuna a/	2.4	37.1	0.5	45.3	1.0	0.5	2.1	38.5
No hay ofertas	0.2	59.1	0.1	100.0	0.3	0.1	1.9	90.0
Otra 2/ a/	2.3	29.2	3.2	18.8	3.8	1.8	7.7	36.5
30 a 44 años	31.6	2.9	25.4	3.2	19.1	17.8	20.6	3.6
Falta de tiempo	5.1	15.6	4.3	12.4	5.4	3.9	7.4	16.4
Falta de interés	58.1	2.7	64.6	2.4	60.1	56.5	63.6	3.0
Falta de dinero	7.9	13.5	5.5	13.7	7.9	6.2	10.0	12.1
No tiene información oportuna a/	2.4	23.3	1.0	28.3	1.6	1.1	2.3	20.2
No hay ofertas	0.1	68.1	0.2	77.5	0.1	0.0	0.3	89.3
Otra 2/	1.7	16.8	3.3	19.6	4.2	2.8	6.2	20.3
45 a 64 años	53.2	2.1	43.5	2.2	37.5	35.8	39.2	2.3
Falta de tiempo	3.7	13.7	4.6	15.1	3.5	2.6	4.7	14.8
Falta de interés	44.6	3.1	47.6	2.8	51.7	49.2	54.3	2.6
Falta de dinero	2.2	17.4	2.7	14.9	2.7	2.0	3.6	15.0
No tiene información oportuna a/	1.2	23.9	0.9	19.4	1.4	1.0	2.1	19.4
No hay ofertas	0.1	39.1	0.2	35.8	0.1	0.0	0.3	53.9
Otra 2/	2.7	11.6	4.2	10.7	3.9	3.1	4.8	10.6
De 65 a más años	81.5	1.3	77.0	1.3	67.2	64.8	69.4	1.8
Falta de tiempo	0.7	33.0	1.4	29.6	1.2	0.6	2.2	31.3
Falta de interés	27.3	5.2	32.4	4.4	35.1	32.6	37.8	3.8
Falta de dinero	0.4	34.1	0.6	25.0	1.2	0.7	2.0	25.9
No tiene información oportuna a/	0.9	35.2	0.5	40.5	0.7	0.4	1.4	31.9
No hay ofertas a/	0.1	54.5	0.2	77.4	0.0	0.0	0.1	80.7
Otra 2/	2.4	15.6	3.9	12.4	5.3	4.1	6.8	12.9

Nota: 2/ Desconoce como acceder, prefiere escuchar radio, falta de equipamiento, entre otros.

a/ Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos

Cuadro N° 1.8.6.1

Población de 14 y más años de edad que adquirió música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, por frecuencia de adquisición, según área de residencia, 2022 – 2024
(Porcentaje)

Frecuencia de adquisición, por área	2022		2023		2024			
	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	Intervalo de confianza al 95%		CV (%)
						Inferior	Superior	
TOTAL								
Semanal	6.8	13.3	4.1	16.5	5.4	3.7	7.8	19.1
Mensual	27.7	6.8	24.4	7.0	21.0	17.7	24.8	8.6
Trimestral	19.7	7.1	25.2	6.2	21.6	18.2	25.3	8.4
Anual	29.8	5.7	29.7	5.7	33.1	29.1	37.3	6.3
Otra 2/	10.2	9.5	11.3	12.7	12.2	9.9	15.0	10.6
ÁREA URBANO								
Semanal a/	7.7	15.7	4.4	19.1	6.6	4.4	9.7	20.0
Mensual	30.1	8.2	25.4	8.3	21.6	17.6	26.4	10.4
Trimestral	19.0	9.4	24.6	7.9	20.6	16.5	25.4	11.0
Anual	27.5	8.0	27.7	7.5	31.3	26.4	36.5	8.2
Otra 2/	9.3	13.2	12.0	15.4	11.6	8.8	15.1	13.7
RURAL								
Semanal a/	4.5	18.5	3.1	28.0	1.2	0.6	2.2	30.8
Mensual	21.3	8.7	20.8	10.0	18.8	14.7	23.6	12.1
Trimestral	21.5	8.3	27.3	7.1	24.9	20.7	29.7	9.2
Anual	35.9	5.4	36.3	6.5	39.2	34.1	44.5	6.8
Otra 2/	12.6	11.0	9.1	12.8	14.3	10.9	18.6	13.5

Nota: 2/ Semestral, por única vez, bimestral, entre otros.
a/ Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Cuadro N° 1.8.6.2

Población de 14 y más años de edad que adquirió música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, por frecuencia de adquisición, según sexo, 2022 – 2024
(Porcentaje)

Frecuencia de asistencia, por sexo	2022		2023		2024			
	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	Intervalo de confianza al 95%		CV (%)
						Inferior	Superior	
SEXO								
Hombre								
Semanal	8.2	16.5	4.2	25.5	6.1	3.9	9.5	22.7
Mensual	28.9	7.9	25.5	8.6	24.2	19.8	29.2	9.9
Trimestral	19.6	8.8	24.4	8.6	24.7	20.0	30.0	10.3
Anual	28.1	7.4	29.7	7.7	27.3	23.0	32.1	8.5
Otra 2/	10.0	12.9	10.2	15.2	11.7	8.9	15.2	13.7
Mujer								
Semanal	5.0	20.5	4.0	19.5	4.4	2.2	8.4	34.0
Mensual	26.1	10.7	23.0	11.5	16.6	12.0	22.5	16.0
Trimestral	19.9	11.3	26.2	9.1	17.3	12.8	22.9	14.9
Anual	32.1	8.6	29.7	8.5	41.0	34.0	48.5	9.1
Otra 2/	10.5	14.7	12.6	17.3	13.0	9.3	17.9	16.7

Nota: 2/ Semestral, por única vez, bimestral, entre otros.

a/ Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Cuadro N° 1.8.6.3

Población de 14 y más años de edad que no adquirió música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, por razón de no adquisición, según característica sociodemográfica, 2022 – 2024
[Porcentaje]

Razón de no adquisición, por sexo y edad	2022		2023		2024			
	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	Intervalo de confianza al 95%		CV (%)
						Inferior	Superior	
SEXO								
Hombre	93.4	0.3	94.4	0.3	95.6	95.1	96.0	0.3
Falta de tiempo	1.6	12.3	1.7	11.7	1.4	1.1	1.9	12.7
Falta de interés	84.5	0.7	76.9	1.0	78.7	77.1	80.2	1.0
Falta de dinero	4.1	6.5	3.9	6.7	3.2	2.7	3.7	8.5
No tiene información oportuna a/	0.2	21.4	0.2	38.0	0.1	0.1	0.2	28.8
No hay ofertas	0.8	13.6	0.8	12.9	0.8	0.6	1.1	14.2
Otra 2/	8.8	5.4	16.5	4.2	15.7	14.4	17.2	4.6
Mujer	95.7	0.3	95.7	0.3	97.1	96.7	97.5	0.2
Falta de tiempo	1.2	11.4	1.5	11.9	1.5	1.2	2.0	13.2
Falta de interés	83.5	0.7	76.4	0.9	79.7	78.3	81.0	0.9
Falta de dinero	5.1	5.7	4.4	5.7	3.5	3.1	4.0	6.4
No tiene información oportuna a/	0.3	22.1	0.1	28.7	0.2	0.1	0.4	29.0
No hay ofertas	0.6	12.6	0.7	11.0	0.8	0.6	1.0	11.8
Otra 2/	9.3	5.1	16.9	3.8	14.2	13.0	15.4	4.4
EDAD								
14 a 29 años	93.5	0.4	94.7	0.4	96.5	95.8	97.0	0.3
Falta de tiempo	1.4	14.8	1.2	17.0	1.0	0.7	1.5	17.6
Falta de interés	82.8	1.0	74.7	1.3	76.7	74.8	78.5	1.2
Falta de dinero	4.1	8.9	3.6	8.8	2.7	2.2	3.4	10.6
No tiene información oportuna a/	0.1	31.8	0.2	42.1	0.2	0.1	0.4	36.5
No hay ofertas	0.5	16.0	0.5	14.2	0.8	0.6	1.0	15.7
Otra 2/ a/	11.0	6.1	19.8	4.5	18.6	16.9	20.4	4.8
30 a 44 años	94.1	0.4	94.8	0.4	95.9	95.1	96.5	0.4
Falta de tiempo	1.5	15.7	1.6	15.2	1.6	1.1	2.1	15.7
Falta de interés	82.9	1.0	74.6	1.3	78.3	76.4	80.1	1.2
Falta de dinero	4.4	8.7	3.4	8.8	2.9	2.4	3.5	9.7
No tiene información oportuna a/	0.3	29.2	0.1	54.2	0.3	0.1	0.7	46.4
No hay ofertas	0.8	18.8	0.8	18.8	0.9	0.6	1.3	22.0
Otra 2/	10.2	6.7	19.5	4.6	16.1	14.4	17.8	5.4
45 a 64 años	95.4	0.3	95.3	0.3	96.1	95.4	96.7	0.3
Falta de tiempo	1.5	14.5	2.0	14.8	2.1	1.6	2.9	15.5
Falta de interés	85.2	0.8	77.5	1.1	79.9	78.1	81.5	1.1
Falta de dinero	4.8	6.9	4.5	7.2	3.6	3.1	4.3	8.7
No tiene información oportuna a/	0.1	24.0	0.1	65.6	0.1	0.1	0.2	30.1
No hay ofertas	0.8	17.5	0.9	15.4	0.9	0.7	1.1	13.9
Otra 2/	7.6	7.0	15.1	5.1	13.4	12.1	15.0	5.5
De 65 a más años	96.2	0.4	95.9	0.5	97.5	96.8	98.1	0.3
Falta de tiempo	1.0	29.4	1.5	23.9	1.1	0.7	1.7	23.4
Falta de interés	85.7	1.0	81.7	1.1	83.4	81.4	85.1	1.1
Falta de dinero	5.9	8.5	5.8	9.0	4.6	3.7	5.6	10.4
No tiene información oportuna a/	0.5	31.6	0.4	49.7	0.2	0.1	0.3	26.2
No hay ofertas a/	0.9	21.3	0.8	15.9	0.8	0.6	1.2	17.7
Otra 2/	6.1	9.2	9.8	7.0	10.0	8.6	11.6	7.8

Nota: 2/ Accede por internet, falta de equipamiento, prefiere escuchar radio, entre otros.

a/ Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Película u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet

Cuadro N° 1.8.7.1

Población de 14 y más años de edad que adquirió películas u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, por frecuencia de adquisición, según área de residencia, 2022 – 2024
(Porcentaje)

Frecuencia de adquisición, por área	2022		2023		2024			
	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	Intervalo de confianza al 95%		CV (%)
						Inferior	Superior	
TOTAL								
Semanal	32.8	2.3	29.7	1.9	27.4	26.2	28.5	2.1
Mensual	8.6	4.5	8.9	3.9	7.3	6.7	7.9	4.0
Trimestral	1.6	9.5	2.3	7.5	2.4	2.0	2.9	10.1
Anual	0.5	23.4	0.6	17.1	0.7	0.5	1.0	16.7
Otra 2/	0.3	15.6	0.4	15.2	0.4	0.3	0.5	16.1
ÁREA URBANO								
Semanal a/	32.3	2.6	29.2	2.1	26.5	25.2	27.8	2.5
Mensual	7.7	5.4	8.2	4.7	6.5	5.9	7.2	4.9
Trimestral	1.4	11.8	2.0	9.3	2.2	1.7	2.8	12.5
Anual	0.4	32.4	0.4	26.4	0.6	0.4	0.9	21.5
Otra 2/	0.2	25.4	0.3	25.3	0.2	0.1	0.4	29.7
RURAL								
Semanal a/	36.7	2.9	33.3	2.8	33.0	31.4	34.7	2.5
Mensual	15.9	4.9	14.7	5.0	12.4	11.3	13.6	4.8
Trimestral	3.4	10.6	4.4	8.8	3.8	3.2	4.6	9.6
Anual	1.4	19.7	2.1	13.2	1.3	1.0	1.7	13.9
Otra 2/	1.7	18.1	1.7	14.9	1.5	1.1	1.9	14.0

Nota: 2/ Semestral, tres veces al año, bimestral, entre otros.

a/ Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Cuadro N° 1.8.7.2

Población de 14 y más años de edad que adquirió películas u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, por frecuencia de adquisición, según sexo, 2022 – 2024
[Porcentaje]

Frecuencia de adquisición, por sexo	2022		2023		2024			
	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	Intervalo de confianza al 95%		CV (%)
						Inferior	Superior	
SEXO								
Hombre								
Semanal	31.9	3.1	30.0	2.7	29.4	27.8	31.0	2.7
Mensual	8.7	5.9	8.8	5.5	7.2	6.5	7.9	5.3
Trimestral	1.7	13.4	2.2	10.8	2.1	1.6	2.8	13.6
Anual	0.6	37.8	0.5	21.7	0.8	0.5	1.2	21.1
Otra 2/	0.2	28.2	0.4	20.2	0.3	0.2	0.5	24.8
Mujer								
Semanal	33.7	2.9	29.3	2.5	25.4	24.0	26.9	3.0
Mensual	8.4	5.8	9.1	5.1	7.4	6.6	8.3	5.7
Trimestral	1.5	13.2	2.4	10.2	2.7	2.1	3.4	12.2
Anual	0.5	23.7	0.7	24.7	0.7	0.4	1.0	23.8
Otra 2/	0.5	17.7	0.5	20.9	0.4	0.3	0.6	20.5

Nota: 2/ Semestral, tres veces al año, bimestral, entre otros.

a/ Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Cuadro N° 1.8.7.3

Población de 14 y más años de edad que no adquirió películas u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, por razón de no adquisición, según característica sociodemográfica, 2022 – 2024 (Porcentaje)

Razón de no adquisición, por sexo y edad	2022		2023		2024		
	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	Intervalo de confianza al 95%	
						Inferior	Superior
SEXO							
Hombre	38.1	2.1	32.9	1.9	30.0	28.7	31.2
Falta de tiempo	5.1	9.5	5.7	9.7	5.5	4.6	6.7
Falta de interés	46.8	2.3	48.0	2.2	53.4	51.0	55.7
Falta de dinero	5.0	10.2	3.5	9.0	3.2	2.5	4.0
No tiene información oportuna a/	0.8	22.0	0.6	28.5	1.1	0.6	1.9
No hay ofertas	0.1	37.3	0.6	42.3	0.1	0.0	0.3
Otra 2/	2.0	13.2	2.7	15.0	2.9	2.2	3.9
Mujer	44.8	1.7	37.5	1.8	0.0	0.0	0.0
Falta de tiempo	3.7	9.2	4.7	9.7	4.9	4.0	6.1
Falta de interés	43.5	2.2	46.3	2.1	48.0	45.9	50.0
Falta de dinero	4.2	9.4	4.3	9.6	3.5	2.9	4.1
No tiene información oportuna a/	1.0	14.7	0.5	17.5	0.7	0.5	1.1
No hay ofertas	0.2	32.6	0.3	48.7	0.2	0.1	0.5
Otra 2/	1.7	11.5	2.6	10.5	3.1	2.4	4.0
EDAD							
14 a 29 años	20.6	3.7	15.9	3.5	12.4	11.4	13.6
Falta de tiempo	8.2	10.5	8.9	13.3	8.6	6.2	11.9
Falta de interés	70.2	2.2	71.9	2.2	75.6	71.4	79.3
Falta de dinero	12.3	10.0	8.6	10.9	8.3	6.3	10.8
No tiene información oportuna a/	0.8	30.4	0.6	34.6	1.0	0.6	1.9
No hay ofertas	0.5	42.3	0.5	65.7	0.4	0.1	1.3
Otra 2/ a/	1.2	18.6	1.7	21.7	2.0	0.9	4.4
30 a 44 años	33.2	2.8	26.2	2.9	22.8	21.3	24.3
Falta de tiempo	6.0	11.3	7.8	9.8	8.1	6.5	10.0
Falta de interés	58.9	2.5	62.5	2.2	64.5	61.3	67.7
Falta de dinero	8.7	11.2	6.3	9.5	6.4	5.0	8.0
No tiene información oportuna a/	1.7	26.5	0.5	27.3	1.5	0.6	3.6
No hay ofertas	0.1	60.2	0.4	53.9	0.0	0.0	0.0
Otra 2/	1.6	21.6	2.2	25.1	1.9	1.3	2.8
45 a 64 años	52.4	2.0	43.2	2.1	38.9	37.2	40.7
Falta de tiempo	4.1	11.8	6.1	11.7	6.8	5.5	8.4
Falta de interés	44.3	2.7	46.1	2.5	51.4	48.9	53.9
Falta de dinero	2.3	14.0	3.9	14.0	3.0	2.3	3.9
No tiene información oportuna a/	0.8	16.4	0.6	20.6	0.7	0.5	1.1
No hay ofertas	0.1	37.2	0.6	49.0	0.3	0.1	0.8
Otra 2/	2.2	13.0	2.5	12.7	2.5	1.8	3.3
De 65 a más años	76.1	1.6	71.8	1.6	65.6	63.2	67.8
Falta de tiempo	1.3	29.2	1.1	28.8	1.1	0.7	1.9
Falta de interés	22.9	4.9	29.0	4.6	34.7	32.1	37.4
Falta de dinero	0.5	26.9	0.8	26.1	0.8	0.5	1.2
No tiene información oportuna a/	0.5	28.8	0.4	45.0	0.7	0.3	1.5
No hay ofertas a/	0.1	50.8	0.2	84.0	0.1	0.0	0.2
Otra 2/	1.9	17.4	3.4	14.2	4.4	3.3	5.9

Nota: 2/ Desconoce como acceder, falta de equipamiento, por su salud, entre otros.

a/ Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Película u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos

Cuadro N° 1.8.8.1

Población de 14 y más años de edad que adquirió películas u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, por frecuencia de adquisición, según área de residencia, 2022 – 2024 (Porcentaje)

Frecuencia de adquisición, por área	2022		2023		2024			
	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	Intervalo de confianza al 95%		CV (%)
						Inferior	Superior	
TOTAL								
Semanal	10.0	11.1	9.1	13.5	8.7	6.6	11.4	13.9
Mensual	32.0	5.7	29.2	5.1	25.1	21.9	28.6	6.8
Trimestral	23.8	9.3	25.2	5.5	24.4	21.0	28.1	7.4
Anual	18.0	7.5	20.3	6.3	22.5	19.3	26.0	7.6
Otra 2/	9.1	9.3	8.8	11.5	12.9	10.4	15.9	10.9
ÁREA URBANO								
Semanal a/	11.0	12.7	10.3	14.6	9.7	7.1	13.0	15.5
Mensual	33.3	6.9	30.0	6.1	25.6	21.7	30.0	8.2
Trimestral	24.2	11.6	25.1	6.6	23.8	19.8	28.4	9.2
Anual	15.9	10.3	18.5	8.2	21.7	17.9	26.1	9.6
Otra 2/	7.9	12.6	8.1	14.8	12.5	9.6	16.3	13.6
RURAL								
Semanal a/	6.4	16.0	4.3	22.2	5.3	3.3	8.3	23.2
Mensual	27.5	6.9	26.2	6.9	23.2	19.4	27.5	9.0
Trimestral	22.5	7.8	25.5	6.7	26.5	22.0	31.5	9.2
Anual	25.2	7.2	27.5	7.6	25.3	21.2	30.0	8.8
Otra 2/	13.3	10.4	11.4	13.1	14.3	11.0	18.4	13.2

Nota: 2/ Semestral, por única vez, bimestral, entre otros.
a/ Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Cuadro N° 1.8.8.2

Población de 14 y más años de edad que adquirió películas u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, por frecuencia de adquisición, según sexo, 2022 – 2024 (Porcentaje)

Frecuencia de adquisición, por sexo	2022		2023		2024		
	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	Intervalo de confianza al 95%	
						Inferior	Superior
SEXO							
Hombre							
Semanal	11.3	12.7	11.4	18.3	9.7	6.6	14.1
Mensual	32.1	7.2	30.1	7.2	26.2	21.9	30.9
Trimestral	25.5	11.3	23.2	7.5	23.5	19.4	28.2
Anual	16.9	11.1	18.2	9.3	23.8	19.3	28.9
Otra 2/	8.3	13.9	8.3	15.6	10.0	7.6	13.2
Mujer							
Semanal	8.3	19.5	6.6	16.4	7.5	5.2	10.7
Mensual	31.9	8.2	28.3	7.6	23.9	19.1	29.4
Trimestral	21.7	10.1	27.3	8.2	25.5	20.3	31.5
Anual	19.5	9.4	22.5	9.0	20.9	17.0	25.5
Otra 2/	10.1	11.6	9.3	14.4	16.4	12.1	21.9

Nota: 2/ Semestral, por única vez, bimestral, entre otros

a/ Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Cuadro N° 1.8.8.3

Población de 14 y más años de edad que no adquirió películas u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses, por razón de no adquisición, según característica sociodemográfica, 2022 – 2024
(Porcentaje)

Razón de no adquisición, por sexo y edad	2022		2023		2024		
	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	Intervalo de confianza al 95%	
						Inferior	Superior
SEXO							
Hombre	91.2	0.4	92.4	0.4	94.4	93.7	95.0
Falta de tiempo	2.3	10.6	1.9	10.8	1.6	1.3	2.0
Falta de interés	83.8	0.7	77.2	0.9	78.2	76.6	79.6
Falta de dinero	4.1	6.3	3.7	6.9	3.4	2.9	3.9
No tiene información oportuna a/	0.2	29.1	0.2	28.3	0.1	0.1	0.2
No hay ofertas	0.7	13.0	0.8	12.0	1.0	0.8	1.2
Otra 2/	8.9	5.2	16.2	4.0	15.7	14.3	17.2
Mujer	93.8	0.3	93.6	0.3	95.9	95.3	96.4
Falta de tiempo	1.8	10.9	1.8	10.7	1.9	1.5	2.4
Falta de interés	82.1	0.7	75.6	0.9	79.5	78.2	80.8
Falta de dinero	4.9	5.7	4.6	5.6	3.7	3.3	4.2
No tiene información oportuna a/	0.3	20.5	0.1	29.2	0.2	0.1	0.4
No hay ofertas	0.5	13.1	0.7	11.0	0.8	0.7	1.0
Otra 2/	10.3	5.0	17.2	3.8	13.8	12.7	15.1
EDAD							
14 a 29 años	88.4	0.8	89.2	0.6	92.3	91.4	93.2
Falta de tiempo	1.9	13.0	1.6	15.4	1.2	0.9	1.7
Falta de interés	81.9	1.0	74.0	1.3	76.5	74.5	78.3
Falta de dinero	3.8	9.5	3.6	8.9	2.6	2.2	3.2
No tiene información oportuna a/	0.2	42.2	0.1	28.9	0.1	0.1	0.3
No hay ofertas	0.5	17.0	0.6	14.3	1.0	0.7	1.3
Otra 2/ a/	11.7	6.2	20.2	4.6	18.6	16.8	20.5
30 a 44 años	91.4	0.6	91.7	0.5	94.5	93.6	95.2
Falta de tiempo	2.2	13.3	2.0	13.2	1.8	1.4	2.4
Falta de interés	82.0	1.0	73.8	1.3	77.9	76.0	79.7
Falta de dinero	4.0	7.7	3.4	8.2	3.3	2.7	4.0
No tiene información oportuna a/	0.3	43.1	0.1	45.1	0.3	0.1	0.7
No hay ofertas	0.6	15.5	0.9	17.0	0.7	0.6	1.0
Otra 2/	10.9	6.5	19.8	4.4	16.0	14.3	17.8
45 a 64 años	95.4	0.4	95.7	0.3	96.8	96.2	97.4
Falta de tiempo	2.3	13.9	2.2	13.5	2.4	1.8	3.2
Falta de interés	83.4	0.9	77.8	1.1	79.6	77.9	81.2
Falta de dinero	5.1	7.0	4.6	7.3	3.8	3.2	4.5
No tiene información oportuna a/	0.2	23.3	0.1	53.8	0.2	0.1	0.3
No hay ofertas	0.7	18.6	0.8	14.3	0.9	0.7	1.2
Otra 2/	8.4	6.7	14.5	5.3	13.1	11.7	14.6
De 65 a más años	97.4	0.4	97.5	0.3	97.9	97.1	98.5
Falta de tiempo	1.3	24.2	1.5	23.7	1.3	0.8	2.0
Falta de interés	85.0	1.0	81.5	1.1	82.6	80.7	84.4
Falta de dinero	5.6	9.0	5.7	9.3	4.8	3.9	5.9
No tiene información oportuna a/	0.6	28.6	0.3	35.6	0.2	0.1	0.3
No hay ofertas a/	0.9	20.1	1.0	14.2	1.0	0.7	1.3
Otra 2/	6.5	8.9	10.0	6.8	10.1	8.6	11.7

Nota: 2/ Accede por internet, falta de equipamiento, prefiere ver televisión, entre otros.

a/ Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Videojuego desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet

Cuadro N° 1.8.9.1

Población de 14 y más años de edad que adquirió videojuegos desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, por frecuencia de adquisición, según área de residencia, 2022 – 2024
(Porcentaje)

Frecuencia de adquisición, por área	2022		2023		2024			
	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	Intervalo de confianza al 95%		CV (%)
						Inferior	Superior	
TOTAL								
Semanal	23.6	5.1	22.0	4.8	22.0	20.0	24.2	4.8
Mensual	21.8	5.7	18.5	5.1	15.8	14.1	17.6	5.7
Trimestral	9.3	8.6	8.3	8.3	9.9	8.4	11.5	8.0
Anual	9.3	8.1	10.4	7.2	12.5	10.7	14.7	8.2
Otra 2/	4.2	13.5	5.0	10.2	3.6	2.8	4.5	12.3
ÁREA URBANO								
Semanal a/	23.7	5.6	21.7	5.3	21.4	19.3	23.8	5.4
Mensual	21.7	6.3	18.1	5.7	15.5	13.7	17.5	6.3
Trimestral	9.3	9.5	8.0	9.4	10.0	8.5	11.8	8.6
Anual	8.8	9.3	10.1	8.1	12.8	10.8	15.2	8.7
Otra 2/	3.8	16.0	5.0	11.1	3.6	2.7	4.6	13.5
RURAL								
Semanal a/	22.5	8.8	24.3	8.0	27.9	24.2	31.9	7.1
Mensual	22.7	8.4	22.3	7.6	18.8	15.8	22.3	8.8
Trimestral	9.1	12.2	11.4	12.5	8.4	6.3	11.0	14.2
Anual	14.3	10.7	13.0	11.1	9.4	7.1	12.3	13.9
Otra 2/	8.0	18.3	4.8	19.4	3.7	2.5	5.5	20.1

Nota: 2/ Semestral, por única vez, tres veces al año, entre otros.

a/ Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Cuadro N° 1.8.9.2

Población de 14 y más años de edad que adquirió videojuegos desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, por frecuencia de adquisición, según sexo, 2022 – 2024
(Porcentaje)

Frecuencia de adquisición, por sexo	2022		2023		2024			
	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	Intervalo de confianza al 95%		CV (%)
						Inferior	Superior	
SEXO								
Hombre								
Semanal	22.8	6.3	22.8	6.1	23.6	21.1	26.3	5.7
Mensual	23.0	6.7	18.6	6.5	16.1	14.0	18.4	6.9
Trimestral	9.3	10.8	7.6	10.3	9.5	7.8	11.6	10.2
Anual	8.1	10.1	9.6	8.6	9.7	7.9	11.7	10.0
Otra 2/	3.7	17.2	4.5	13.8	3.6	2.6	4.9	15.8
Mujer								
Semanal	25.3	8.8	20.5	8.0	19.4	16.3	22.9	8.6
Mensual	19.3	9.1	18.4	8.4	15.3	12.6	18.4	9.6
Trimestral	9.1	14.8	9.5	13.1	10.5	8.0	13.7	13.6
Anual	11.9	12.1	11.6	11.2	17.4	13.7	21.8	11.8
Otra 2/	5.1	18.1	5.8	15.2	3.6	2.4	5.3	20.3

Nota: 2/ Semestral, por única vez, tres veces al año, entre otros.

a/ Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Cuadro N° 1.8.9.3

Población de 14 y más años de edad que no adquirió videojuegos desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses, por razón de no adquisición, según característica sociodemográfica, 2022 – 2024
(Porcentaje)

Razón de no adquisición, por sexo y edad	2022		2023		2024			
	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	Intervalo de confianza al 95%		CV (%)
						Inferior	Superior	
SEXO								
Hombre	77.9	0.9	77.5	0.8	79.0	77.9	80.2	0.8
Falta de tiempo	3.8	8.8	3.8	8.3	3.4	2.9	4.0	8.4
Falta de interés	73.7	0.9	76.5	0.8	81.2	80.1	82.2	0.7
Falta de dinero	1.3	10.7	1.5	9.7	1.1	0.8	1.3	11.4
No tiene información oportuna a/	0.5	25.3	0.2	27.7	0.4	0.3	0.6	19.2
No hay ofertas	0.1	31.4	0.1	38.0	0.0	0.0	0.1	41.3
Otra 2/	1.3	17.4	1.8	13.0	1.2	0.9	1.6	13.3
Mujer	90.6	0.5	87.8	0.5	88.9	87.9	89.8	0.6
Falta de tiempo	1.9	11.2	2.9	9.7	2.1	1.8	2.6	9.5
Falta de interés	72.1	0.9	76.7	0.7	79.9	78.9	80.9	0.6
Falta de dinero	1.4	13.6	1.4	12.3	1.0	0.8	1.2	10.2
No tiene información oportuna a/	0.5	15.8	0.2	18.4	0.3	0.2	0.5	23.3
No hay ofertas	0.1	31.7	0.1	31.5	0.0	0.0	0.1	36.0
Otra 2/	1.7	14.3	1.4	9.4	1.7	1.4	2.0	10.2
EDAD								
14 a 29 años	63.5	1.5	60.4	1.5	62.7	60.9	64.5	1.5
Falta de tiempo	4.6	9.8	5.4	9.5	4.5	3.7	5.6	10.7
Falta de interés	88.8	0.8	88.4	0.8	91.9	90.7	92.9	0.6
Falta de dinero	2.5	12.2	3.1	13.3	1.7	1.3	2.2	13.3
No tiene información oportuna a/	0.5	38.3	0.1	46.4	0.2	0.1	0.4	30.6
No hay ofertas	0.1	44.5	0.1	61.3	0.1	0.0	0.2	52.3
Otra 2/ a/	1.4	23.8	0.9	20.6	0.8	0.5	1.3	26.0
30 a 44 años	87.9	0.9	86.5	0.7	87.3	85.8	88.6	0.8
Falta de tiempo	3.7	11.9	4.2	10.9	3.9	3.2	4.7	9.6
Falta de interés	83.5	1.0	86.5	0.8	88.6	87.5	89.7	0.6
Falta de dinero	1.8	18.5	1.5	12.3	1.5	1.1	1.9	12.8
No tiene información oportuna a/	0.6	25.1	0.2	30.9	0.4	0.3	0.6	20.6
No hay ofertas	0.1	44.6	0.1	57.8	0.0	0.0	0.1	51.5
Otra 2/	1.6	30.8	1.3	18.8	1.0	0.7	1.5	20.0
45 a 64 años	96.0	0.4	94.7	0.5	94.4	93.5	95.2	0.5
Falta de tiempo	2.0	15.0	2.8	13.6	2.1	1.6	2.7	13.1
Falta de interés	70.2	1.2	76.3	1.0	81.3	80.0	82.4	0.8
Falta de dinero	0.9	19.3	1.0	14.0	0.7	0.6	1.0	13.8
No tiene información oportuna a/	0.4	15.4	0.2	20.9	0.3	0.2	0.4	18.5
No hay ofertas	0.1	41.4	0.2	33.1	0.0	0.0	0.0	60.9
Otra 2/	1.4	15.9	1.7	14.8	1.2	1.0	1.5	10.4
De 65 a más años	98.7	0.3	98.2	0.3	96.9	95.7	97.8	0.6
Falta de tiempo	0.3	41.0	0.5	24.2	0.3	0.2	0.5	27.6
Falta de interés	42.2	3.2	49.9	2.5	57.3	55.1	59.4	1.9
Falta de dinero	0.3	32.0	0.3	24.0	0.3	0.2	0.5	22.7
No tiene información oportuna a/	0.3	36.8	0.2	31.2	0.5	0.2	1.1	40.7
No hay ofertas a/	0.1	52.2	0.1	44.5	0.0	0.0	0.1	61.1
Otra 2/	1.9	17.0	2.5	11.9	3.1	2.3	4.0	13.9

Nota: 2/ Desconoce como acceder, por su salud, falta de equipamiento, entre otros.

a/ Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Videojuego a través de la modalidad multijugador en línea

Cuadro N° 1.8.10.1

Población de 14 y más años de edad que adquirió videojuegos a través de la modalidad multijugador en línea en los últimos 12 meses, por frecuencia de adquisición, según área de residencia, 2022 – 2024
(Porcentaje)

Frecuencia de adquisición, por área	2022		2023		2024		
	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	Intervalo de confianza al 95%	
						Inferior	Superior
TOTAL							
Semanal	30.5	5.5	32.1	4.7	29.6	26.6	32.8
Mensual	12.8	9.2	14.4	8.3	13.6	11.4	16.2
Trimestral	4.3	18.8	5.3	14.6	4.4	3.2	6.1
Anual	3.7	15.9	3.9	15.4	3.7	2.5	5.5
Otra 2/	1.2	27.8	2.4	22.2	1.2	0.7	2.0
ÁREA URBANO							
Semanal a/	30.5	5.9	31.7	5.1	29.4	26.3	32.8
Mensual	12.7	9.9	14.0	9.0	13.5	11.2	16.2
Trimestral	4.3	20.0	5.4	15.3	4.4	3.1	6.2
Anual	3.4	18.0	4.0	16.2	3.7	2.4	5.6
Otra 2/	0.9	35.3	2.3	23.8	1.2	0.6	2.1
RURAL							
Semanal a/	30.6	10.6	37.4	8.4	29.4	26.3	32.8
Mensual	14.1	18.0	19.3	13.3	13.5	11.2	16.2
Trimestral	4.0	28.8	4.5	30.1	4.4	3.1	6.2
Anual	8.0	26.3	3.3	35.8	3.7	2.4	5.6
Otra 2/	4.8	37.5	3.2	55.8	1.2	0.6	2.1

Nota: 2/ Semestral, por única vez, bimestral, entre otros.

a/ Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Cuadro N° 1.8.10.2
Población de 14 y más años de edad que adquirió videojuegos a través de la modalidad
multijugador en línea en los últimos 12 meses, por frecuencia de adquisición,
según sexo, 2022 – 2024
(Porcentaje)

Frecuencia de adquisición, por sexo	2022		2023		2024			
	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	Intervalo de confianza al 95%		CV (%)
						Inferior	Superior	
SEXO								
Hombre								
Semanal	30.0	6.4	34.6	5.6	30.6	27.2	34.3	5.9
Mensual	13.1	10.2	13.7	9.8	11.3	9.1	13.9	10.9
Trimestral	3.9	22.7	5.2	16.8	5.0	3.4	7.2	18.7
Anual	3.7	18.4	3.9	18.1	3.0	1.9	4.8	23.4
Otra 2/	1.0	37.1	2.4	25.9	1.3	0.7	2.4	31.7
Mujer								
Semanal	32.4	11.9	25.4	11.0	26.4	20.5	33.3	12.4
Mensual	11.6	19.9	16.2	15.5	20.9	15.4	27.8	15.1
Trimestral	6.0	34.0	5.5	30.0	2.7	1.6	4.5	27.1
Anual	3.9	29.7	4.1	29.5	5.7	3.2	9.9	29.0
Otra 2/	1.9	38.5	2.4	41.7	0.8	0.3	1.9	45.3

Nota: 2/ Semestral, por única vez, bimestral, entre otros.
a/ Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Cuadro N° 1.8.10.3

Población de 14 y más años de edad que no adquirió videojuegos a través de la modalidad multijugador en línea en los últimos 12 meses, por razón de no adquisición, según característica sociodemográfica, 2022 – 2024
(Porcentaje)

Razón de no adquisición, por sexo y edad	2022		2023		2024			
	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	Intervalo de confianza al 95%		CV (%)
						Inferior	Superior	
SEXO								
Hombre								
Falta de tiempo	3.9	9.2	4.0	8.1	3.6	3.1	4.2	7.9
Falta de interés	75.1	0.9	77.6	0.8	81.6	80.5	82.5	0.6
Falta de dinero	1.6	11.2	1.6	9.7	1.4	1.1	1.6	10.1
No tiene información oportuna a/	0.5	21.2	0.3	19.4	0.4	0.3	0.6	18.8
No hay ofertas	0.1	27.8	0.1	33.1	0.0	0.0	0.1	38.1
Otra 2/	1.4	16.0	1.7	14.9	1.1	0.9	1.5	12.7
Mujer								
Falta de tiempo	1.7	11.2	3.0	8.6	2.2	1.8	2.7	10.4
Falta de interés	74.2	0.8	78.3	0.7	80.9	79.9	81.9	0.6
Falta de dinero	1.2	12.2	1.2	11.1	0.9	0.7	1.1	11.5
No tiene información oportuna a/	0.5	16.5	0.3	18.7	0.4	0.2	0.6	22.2
No hay ofertas	0.1	27.8	0.0	37.9	0.1	0.0	0.1	29.8
Otra 2/	1.5	15.0	1.3	9.4	1.7	1.4	2.1	9.9
EDAD								
14 a 29 años	75.7	1.2	73.4	1.2	72.6	70.8	74.2	1.2
Falta de tiempo	4.6	9.4	5.8	9.2	4.9	4.0	5.9	9.9
Falta de interés	89.1	0.8	88.2	0.8	91.2	90.0	92.2	0.6
Falta de dinero	2.6	11.5	2.7	11.4	2.1	1.7	2.6	11.2
No tiene información oportuna a/	0.6	29.6	0.4	28.0	0.4	0.3	0.7	26.6
No hay ofertas	0.1	37.7	0.1	40.4	0.1	0.1	0.3	38.9
Otra 2/ a/	1.2	23.5	1.1	19.4	0.6	0.4	0.9	23.2
30 a 44 años	95.0	0.6	94.6	0.5	95.6	94.7	96.3	0.4
Falta de tiempo	3.3	13.8	4.1	10.4	3.7	3.0	4.4	9.9
Falta de interés	85.0	0.9	87.3	0.7	89.4	88.3	90.4	0.6
Falta de dinero	1.7	14.3	1.4	14.3	1.3	0.9	1.7	14.9
No tiene información oportuna a/	0.5	18.5	0.4	28.1	0.4	0.3	0.7	24.1
No hay ofertas	0.1	42.7	0.1	56.8	0.0	0.0	0.1	58.2
Otra 2/	1.3	31.0	1.1	18.4	1.0	0.7	1.5	17.5
45 a 64 años	99.3	0.2	99.0	0.2	98.8	98.3	99.1	0.2
Falta de tiempo	1.8	16.2	2.7	12.7	2.3	1.7	3.0	14.7
Falta de interés	71.7	1.1	77.4	0.9	81.6	80.4	82.8	0.8
Falta de dinero	0.7	21.5	0.9	14.4	0.8	0.6	1.0	15.2
No tiene información oportuna a/	0.6	19.4	0.3	18.1	0.4	0.2	0.6	24.0
No hay ofertas	0.1	32.6	0.1	45.7	0.0	0.0	0.1	44.8
Otra 2/	1.5	17.8	1.6	14.4	1.3	1.0	1.5	10.3
De 65 a más años	99.9	0.1	99.8	0.1	99.2	98.4	99.6	0.3
Falta de tiempo	0.6	43.4	0.6	28.2	0.4	0.2	0.6	28.9
Falta de interés	42.8	3.1	51.2	2.4	57.9	55.8	60.0	1.9
Falta de dinero	0.4	29.3	0.4	30.2	0.3	0.2	0.4	23.2
No tiene información oportuna a/	0.3	36.1	0.1	35.0	0.4	0.1	0.9	48.0
No hay ofertas a/	0.0	45.1	0.1	55.1	0.0	0.0	0.1	60.1
Otra 2/	2.0	16.7	2.3	11.8	3.4	2.6	4.4	13.0

Nota: 2/ Desconoce cómo acceder, desconoce qué es videojuego multijugador en línea, falta de equipamiento, entre otros.

a/ Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Productos artesanales

Cuadro N° 1.8.11.1

Población de 14 y más años de edad que adquirió productos artesanales en los últimos 12 meses, por frecuencia de adquisición, según área de residencia, 2022 – 2024
(Porcentaje)

Frecuencia de adquisición, por área	2022		2023		2024			
	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	Intervalo de confianza al 95%		CV (%)
						Inferior	Superior	
TOTAL								
Semanal	1.0	27.3	0.5	26.9	0.4	0.3	0.7	25.4
Mensual	8.1	9.7	7.3	8.7	6.1	5.2	7.1	8.2
Trimestral	16.5	5.9	18.9	4.8	17.2	15.6	18.9	4.9
Anual	53.9	2.8	54.6	2.1	60.1	57.9	62.3	1.8
Otra 2/	19.6	6.2	17.9	5.4	15.7	14.2	17.3	5.1
ÁREA URBANO								
Semanal a/	1.1	28.1	0.6	29.4	0.5	0.3	0.8	27.3
Mensual	8.5	10.7	7.8	9.6	6.3	5.2	7.5	9.2
Trimestral	17.1	6.6	20.0	5.2	17.8	16.0	19.8	5.4
Anual	52.2	3.4	52.1	2.6	58.9	56.4	61.4	2.2
Otra 2/	20.0	7.0	18.7	6.0	16.0	14.3	17.9	5.8
RURAL								
Semanal a/	0.2	72.6	0.4	56.3	0.2	0.1	0.6	51.1
Mensual	5.6	16.1	4.9	14.2	5.0	3.7	6.9	16.2
Trimestral	13.4	9.8	12.8	8.2	13.9	11.3	16.9	10.3
Anual	63.0	3.0	67.9	2.5	66.5	62.9	70.0	2.7
Otra 2/	17.2	8.2	13.6	8.5	13.9	11.7	16.5	8.6

Nota: 2/ Semestral, por única vez, tres veces al año, entre otros.

a/ Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Cuadro N° 1.8.11.2
Población de 14 y más años de edad que adquirió productos artesanales en los últimos 12 meses,
por frecuencia de adquisición, según sexo, 2022 – 2024
[Porcentaje]

Frecuencia de adquisición, por sexo	2022		2023		2024			
	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	Intervalo de confianza al 95%		CV (%)
						Inferior	Superior	
SEXO								
Hombre								
Semanal	0.8	41.2	0.3	48.1	0.5	0.2	1.1	40.1
Mensual	8.0	16.1	7.5	11.4	6.4	4.9	8.2	13.0
Trimestral	18.1	8.3	18.9	6.7	16.2	14.1	18.6	7.1
Anual	51.2	4.0	55.7	3.0	61.0	57.9	64.1	2.6
Otra 2/	21.3	8.8	16.6	8.2	15.5	13.4	17.9	7.4
Mujer								
Semanal	1.2	35.8	0.7	32.0	0.4	0.2	0.7	31.2
Mensual	8.2	11.9	7.1	11.2	5.8	4.8	7.1	10.3
Trimestral	15.2	8.2	18.9	6.1	17.9	15.7	20.3	6.6
Anual	56.0	3.6	53.7	2.8	59.4	56.6	62.2	2.4
Otra 2/	18.1	7.9	19.0	6.5	15.8	13.8	17.9	6.6

Nota: 2/ Semestral, por única vez, tres veces al año, entre otros.
a/ Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Cuadro N° 1.8.11.3

Población de 14 y más años de edad que no adquirió productos artesanales en los últimos 12 meses, por razón de no adquisición, según característica sociodemográfica, 2022 – 2024 (Porcentaje)

Razón de no adquisición, por sexo y edad	2022		2023		2024		
	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	Intervalo de confianza al 95%	
						Inferior	Superior
SEXO							
Hombre	85.6	0.6	83.2	0.6	82.3	81.2	83.3
Falta de tiempo	3.4	8.2	3.7	8.3	3.9	3.2	4.7
Falta de interés	76.8	0.9	76.8	0.9	77.9	76.5	79.3
Falta de dinero	14.5	3.8	14.7	3.7	14.3	13.1	15.5
No tiene información oportuna a/	1.2	16.6	1.1	18.0	1.0	0.7	1.3
No hay ofertas	3.4	6.8	3.3	7.5	2.5	2.1	2.9
Otra 2/	0.7	25.8	0.4	29.8	0.4	0.2	0.7
Mujer	84.4	0.7	81.2	0.6	78.8	77.7	79.9
Falta de tiempo	3.1	7.9	3.5	8.6	3.6	3.1	4.3
Falta de interés	72.3	1.0	71.6	1.0	72.6	71.1	74.1
Falta de dinero	19.8	3.0	20.3	3.0	19.7	18.3	21.1
No tiene información oportuna a/	1.3	16.8	1.5	12.5	1.3	1.0	1.8
No hay ofertas	2.8	6.0	2.7	8.1	2.2	1.9	2.6
Otra 2/	0.7	19.1	0.3	20.0	0.5	0.3	0.9
EDAD							
14 a 29 años	80.0	0.9	77.4	0.9	75.4	73.7	77.0
Falta de tiempo	3.6	9.8	3.4	10.5	3.4	2.7	4.3
Falta de interés	76.4	1.2	76.8	1.0	76.8	75.0	78.5
Falta de dinero	14.9	4.6	15.2	4.5	15.5	14.0	17.0
No tiene información oportuna a/	1.7	18.1	1.7	17.3	1.7	1.2	2.4
No hay ofertas	2.9	8.2	2.7	9.4	2.3	1.9	2.8
Otra 2/ a/	0.4	32.0	0.2	39.8	0.2	0.1	0.6
30 a 44 años	84.2	0.9	80.6	0.9	78.4	76.8	80.0
Falta de tiempo	3.7	9.9	4.4	9.4	4.0	3.3	5.0
Falta de interés	72.7	1.3	73.2	1.2	73.9	72.0	75.7
Falta de dinero	18.3	4.6	16.9	4.3	18.0	16.4	19.7
No tiene información oportuna a/	1.5	20.4	1.6	16.6	1.0	0.6	1.6
No hay ofertas	3.3	8.6	3.8	11.1	2.8	2.2	3.4
Otra 2/	0.5	41.0	0.2	37.3	0.2	0.1	0.6
45 a 64 años	87.6	0.8	84.0	0.7	82.5	81.0	83.8
Falta de tiempo	3.1	10.7	4.2	11.2	4.9	4.0	6.0
Falta de interés	73.1	1.3	71.6	1.3	74.3	72.4	76.1
Falta de dinero	19.0	4.3	19.9	3.8	17.2	15.7	18.8
No tiene información oportuna a/	0.9	23.6	1.0	18.7	0.9	0.6	1.4
No hay ofertas	3.3	7.9	3.1	9.6	2.4	2.1	2.9
Otra 2/	0.6	29.1	0.2	49.4	0.3	0.1	0.6
De 65 a más años	91.0	0.9	90.3	0.7	87.9	86.4	89.2
Falta de tiempo	2.3	18.1	1.8	16.7	2.1	1.4	3.0
Falta de interés	75.9	1.4	75.4	1.3	76.0	73.8	78.0
Falta de dinero	16.6	5.5	18.6	4.7	17.9	16.0	19.9
No tiene información oportuna a/	0.7	28.0	0.9	24.0	0.9	0.4	2.0
No hay ofertas a/	2.7	11.4	2.1	11.7	1.7	1.4	2.1
Otra 2/	1.8	20.9	1.3	22.9	1.5	0.9	2.5

Nota: 2/ Por su salud, por su limitación severa, no le llama la atención, entre otros.

a/ Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Obras de arte

Cuadro N° 1.8.12.1

Población de 14 y más años de edad que adquirió obras de arte en los últimos 12 meses, por frecuencia de adquisición, según área de residencia, 2022 – 2024
(Porcentaje)

Frecuencia de adquisición, por área	2022		2023		2024			
	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	Intervalo de confianza al 95%		CV (%)
						Inferior	Superior	
TOTAL								
Semanal	0.2	50.1	1.1	40.4	0.5	0.2	1.3	44.9
Mensual	6.4	29.0	5.9	20.5	3.3	2.2	5.0	20.8
Trimestral	10.6	19.6	12.2	12.0	11.9	9.2	15.1	12.7
Anual	64.9	4.7	60.8	4.0	66.3	61.8	70.6	3.4
Otra 2/	17.8	12.0	18.9	10.3	17.7	14.6	21.3	9.7
ÁREA URBANO								
Semanal a/	0.1	71.1	1.2	40.4	0.5	0.2	1.4	48.1
Mensual	6.5	32.1	6.0	21.7	3.6	2.4	5.4	21.3
Trimestral	10.4	22.6	12.4	12.8	11.9	9.1	15.5	13.7
Anual	65.0	5.3	59.9	4.4	66.2	61.2	70.9	3.7
Otra 2/	17.9	13.3	19.3	11.0	17.5	14.1	21.5	10.7
RURAL								
Semanal a/	1.2	61.3	0.0	0.0	0.5	0.1	3.2	99.6
Mensual	5.5	44.6	4.8	49.1	0.9	0.3	2.6	55.1
Trimestral	12.3	25.2	9.8	24.5	11.6	7.0	18.5	25.0
Anual	64.1	6.4	70.4	5.7	67.4	59.4	74.6	5.8
Otra 2/	16.9	21.4	15.0	19.5	19.6	14.9	25.4	13.7

Nota: 2/ Por única vez, semestral, tres veces al año, entre otros.

a/ Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA – Oficina de Estadística.

Cuadro N° 1.8.12.2
Población de 14 y más años de edad que adquirió obras de arte en los últimos 12 meses, por
frecuencia de adquisición, según sexo, 2022 – 2024
(Porcentaje)

Frecuencia de adquisición, por sexo	2022		2023		2024		
	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	Intervalo de confianza al 95%	
						Inferior	Superior
SEXO							
Hombre							
Semanal	0.1	72.9	0.6	84.5	0.9	0.3	53.8
Mensual	5.6	43.1	6.0	26.4	3.8	2.2	27.7
Trimestral	12.1	27.5	12.2	15.8	12.1	8.3	18.6
Anual	63.0	6.9	61.1	5.6	67.6	61.3	4.5
Otra 2/	19.1	16.1	18.4	15.5	15.5	11.7	14.1
Mujer							
Semanal	0.3	65.9	1.7	45.9	0.2	0.1	65.6
Mensual	7.1	39.0	5.7	31.7	2.9	1.6	31.6
Trimestral	9.1	26.8	12.3	17.5	11.7	8.3	17.1
Anual	66.9	6.3	60.5	5.8	65.3	58.8	4.9
Otra 2/	16.5	17.8	19.4	13.7	19.6	15.1	12.9

Nota: 2/ Por única vez, semestral, tres veces al año, entre otros.
a/ Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.
Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

Cuadro N° 1.8.12.3

Población de 14 y más años de edad que no adquirió obras de arte en los últimos 12 meses, por razón de no adquisición, según característica sociodemográfica, 2022 – 2024
(Porcentaje)

Razón de no adquisición, por sexo y edad	2022		2023		2024			
	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	CV (%)	Anual (%)	Intervalo de confianza al 95%		CV (%)
						Inferior	Superior	
SEXO								
Hombre	96.7	0.3	95.6	0.3	95.4	94.8	96.0	0.3
Falta de tiempo	3.7	8.4	3.4	7.8	3.5	2.9	4.1	8.4
Falta de interés	79.8	0.8	78.2	0.8	79.7	78.4	80.9	0.8
Falta de dinero	11.9	3.9	13.4	3.7	12.2	11.3	13.3	4.3
No tiene información oportuna a/	1.2	13.5	1.4	13.2	1.5	1.1	1.9	13.1
No hay ofertas	2.8	6.5	3.0	5.9	2.7	2.3	3.0	6.4
Otra 2/	0.6	26.7	0.5	24.7	0.5	0.3	0.7	23.3
Mujer	97.1	0.3	95.8	0.3	95.3	94.6	95.8	0.3
Falta de tiempo	2.9	7.9	3.2	7.6	3.5	3.0	4.1	7.7
Falta de interés	75.3	0.9	74.6	0.8	75.1	73.7	76.4	0.9
Falta de dinero	17.0	3.2	17.5	3.0	16.4	15.2	17.6	3.7
No tiene información oportuna a/	1.5	12.9	1.8	11.0	1.6	1.3	2.1	11.7
No hay ofertas	2.5	6.1	2.4	6.7	2.8	2.5	3.2	6.7
Otra 2/	0.7	19.2	0.5	17.1	0.6	0.4	0.9	19.5
EDAD								
14 a 29 años	95.3	0.4	93.8	0.5	93.9	92.9	94.8	0.5
Falta de tiempo	3.5	9.0	3.2	9.6	3.4	2.8	4.1	9.4
Falta de interés	78.4	1.0	76.6	1.0	77.6	76.0	79.1	1.0
Falta de dinero	13.3	4.6	15.0	4.2	13.5	12.3	14.8	4.8
No tiene información oportuna a/	1.6	14.4	2.3	13.1	2.4	1.8	3.1	13.6
No hay ofertas	2.7	7.6	2.6	9.0	2.9	2.5	3.5	8.6
Otra 2/ a/	0.3	34.6	0.3	35.4	0.2	0.1	0.5	39.7
30 a 44 años	96.9	0.4	95.3	0.5	94.6	93.6	95.4	0.5
Falta de tiempo	3.6	10.8	4.0	9.1	3.7	3.0	4.5	10.4
Falta de interés	75.4	1.2	75.9	1.0	75.5	73.7	77.2	1.2
Falta de dinero	15.5	4.9	14.7	4.4	15.8	14.3	17.4	5.0
No tiene información oportuna a/	1.8	16.6	1.8	16.6	1.6	1.1	2.3	18.9
No hay ofertas	3.0	8.0	3.3	7.4	3.1	2.7	3.6	8.0
Otra 2/	0.7	37.5	0.3	31.3	0.3	0.2	0.5	29.5
45 a 64 años	97.8	0.3	96.6	0.3	95.8	95.0	96.5	0.4
Falta de tiempo	3.3	11.2	3.7	10.3	4.3	3.6	5.3	9.9
Falta de interés	76.9	1.1	75.7	1.0	77.3	75.6	78.9	1.1
Falta de dinero	15.9	4.7	16.4	3.9	14.1	12.8	15.5	4.9
No tiene información oportuna a/	1.0	18.6	1.1	14.3	1.3	0.9	1.8	16.7
No hay ofertas	2.4	7.8	2.8	7.7	2.7	2.3	3.1	8.1
Otra 2/	0.5	24.5	0.4	37.4	0.3	0.2	0.6	29.9
De 65 a más años	98.6	0.3	98.5	0.3	97.8	97.0	98.4	0.4
Falta de tiempo	2.3	18.4	1.6	19.5	1.9	1.4	2.7	17.3
Falta de interés	79.8	1.2	77.6	1.2	79.0	77.1	80.7	1.2
Falta de dinero	13.2	6.1	16.4	5.3	14.6	13.1	16.3	5.5
No tiene información oportuna a/	0.9	22.6	1.0	26.0	0.7	0.5	1.1	22.4
No hay ofertas	2.5	10.0	2.0	9.7	2.1	1.7	2.6	11.1
Otra 2/	1.4	21.1	1.4	19.8	1.6	1.1	2.5	21.8

Nota: 2/ Desconoce que es una obra de arte, por su salud, por su limitación severa, entre otros.

a/ Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15 %.

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales, 2022-2024.

Elaboración: MINISTERIO DE CULTURA - Oficina de Estadística.

FICHAS METODOLÓGICAS

Indicador N° 01

PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN DE 14 Y MÁS AÑOS DE EDAD QUE ADQUIRIÓ ALGÚN LIBRO IMPRESO EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES

Nombre del Indicador	PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN DE 14 Y MÁS AÑOS DE EDAD QUE ADQUIRIÓ ALGÚN LIBRO IMPRESO EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES	
Objetivo	Determinar el porcentaje de la población de 14 y más años de edad que adquirió algún libro impreso en los últimos 12 meses	
Definición conceptual	Porcentaje de la población de 14 y más años de edad que adquirió algún libro impreso en los últimos 12 meses	
Población objetivo	Residentes habituales del hogar de 14 a más años de edad, del área urbana y rural.	
Descripción operativa	Cociente del total de población de 14 y más años de edad, que en los últimos doce meses, obtuvo o adquirió libros impresos y el total de población de 14 y más años de edad, por cien.	
Unidad de medida	Porcentaje (%).	
Fórmula	$PPLIBROS = \frac{TPLIBROS}{TP} * 100$	
Variables	TPLIBROS: Total de la población de 14 y más años de edad que obtuvo o adquirió libros impresos, en los últimos doce meses. TP: Total de la población de 14 y más años de edad. PPLIBROS: Porcentaje de la población de 14 y más años de edad que obtuvo o adquirió libros impresos, en los últimos doce meses.	
Construcción del indicador	Numerador: Total de la población (residentes habituales) de 14 y más años de edad que obtuvo o adquirió libros impresos, en los últimos doce meses, es decir, en el Capítulo 800A: Patrimonio, Servicios y Bienes Culturales, pregunta 800A.13 En los últimos 12 meses de...a... ¿Usted obtuvo o adquirió: ítem 1 (Libros)?, tiene seleccionado el código 1 (Si). Denominador: Total de la población (residentes habituales) de 14 y más años de edad.	
Fuente de los datos	TPLIBROS: INEI - ENAPRES TP: INEI - ENAPRES	
Periodicidad de los datos	Anual	
Nivel de inferencia	NACIONAL: NACIONAL - RURAL, NACIONAL - URBANO. DEPARTAMENTAL: DEPARTAMENTAL - URBANO, DEPARTAMENTAL - RURAL.	
Precisiones técnicas	Libro: medio unitario, no periódico, a través del cual el autor comunica su obra con el fin de transmitir conocimientos, opiniones, experiencias y/o creaciones científicas, artísticas o literarias. Puede ser obtenido o adquirido, sin costo o adquirida a través de un pago.	
Limitaciones	Ninguno	
Entidad responsable	Ministerio de Cultura	
Contacto	Teléfono: (01) 7140102 Anexo: 2126	E-mail: estadistica@cultura.gob.pe

Indicador N° 02

PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN DE 14 Y MÁS AÑOS DE EDAD QUE ADQUIRIÓ ALGÚN PERIÓDICO IMPRESO EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES

Nombre del Indicador	PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN DE 14 Y MÁS AÑOS DE EDAD QUE ADQUIRIÓ ALGÚN LIBRO DIGITAL EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES	
Objetivo	Determinar el porcentaje de la población de 14 y más años de edad que adquirió algún libro digital en los últimos 12 meses	
Definición conceptual	Porcentaje de la población de 14 y más años de edad que adquirió algún libro digital en los últimos 12 meses	
Población objetivo	Residentes habituales del hogar de 14 a más años de edad, del área urbana y rural.	
Descripción operativa	Cociente del total de población de 14 y más años de edad, que, en los últimos doce meses, obtuvo o adquirió libros digitales y el total de población de 14 y más años de edad, por cien.	
Unidad de medida	Porcentaje (%).	
Fórmula	$PPLIBROSWEB = \frac{TPLIBROSWEB}{TP} * 100$	
Variables	TPLIBROSWEB: Total de la población de 14 y más años de edad que obtuvo o adquirió libros digitales en los últimos 12 meses. TP: Total de la población de 14 y más años de edad. PPLIBROSWEB: Porcentaje de la población de 14 y más años de edad que obtuvo o adquirió libros digitales en los últimos 12 meses	
Construcción del indicador	Numerador: Total de la población (residentes habituales) de 14 y más años de edad que obtuvo o adquirió libros digitales, en los últimos doce meses, es decir, en el Capítulo 800A: Patrimonio, Servicios y Bienes Culturales, pregunta 800A.13 En los últimos 12 meses de...a... ¿Usted obtuvo o adquirió: ítem 4 (Libros digitales) ?, tiene seleccionado el código 1 (Si). Denominador: Total de la población (residentes habituales) de 14 y más años de edad.	
Fuente de los datos	TPLIBROSWEB: INEI - ENAPRES TP: INEI - ENAPRES	
Periodicidad de los datos	Anual	
Nivel de inferencia	NACIONAL: NACIONAL - RURAL, NACIONAL - URBANO. DEPARTAMENTAL: DEPARTAMENTAL - URBANO, DEPARTAMENTAL - RURAL.	
Precisiones técnicas	Libros digitales: Libros editados y reproducidos por medios electrónicos para su transmisión, utilización y explotación total o parcial a través de internet u otras vías informáticas. Puede ser obtenido o adquirido, sin costo o adquirida a través de un pago.	
Limitaciones	Ninguno	
Entidad responsable	Ministerio de Cultura	
Contacto	Teléfono: (01) 7140102 Anexo: 2126	E-mail: estadistica@cultura.gob.pe

Indicador N° 04

PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN DE 14 Y MÁS AÑOS DE EDAD QUE ADQUIRIÓ ALGÚN LIBRO DIGITAL EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES

Nombre del Indicador	PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN DE 14 Y MÁS AÑOS DE EDAD QUE ADQUIRIÓ ALGÚN LIBRO DIGITAL EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES	
Objetivo	Determinar el porcentaje de la población de 14 y más años de edad que adquirió algún libro digital en los últimos 12 meses	
Definición conceptual	Porcentaje de la población de 14 y más años de edad que adquirió algún libro digital en los últimos 12 meses	
Población objetivo	Residentes habituales del hogar de 14 a más años de edad, del área urbana y rural.	
Descripción operativa	Cociente del total de población de 14 y más años de edad, que, en los últimos doce meses, obtuvo o adquirió libros digitales y el total de población de 14 y más años de edad, por cien.	
Unidad de medida	Porcentaje (%).	
Fórmula	$PPLIBROSWEB = \frac{TPLIBROSWEB}{TP} * 100$	
Variables	TPLIBROSWEB: Total de la población de 14 y más años de edad que obtuvo o adquirió libros digitales en los últimos 12 meses. TP: Total de la población de 14 y más años de edad. PPLIBROSWEB: Porcentaje de la población de 14 y más años de edad que obtuvo o adquirió libros digitales en los últimos 12 meses	
Construcción del indicador	Numerador: Total de la población (residentes habituales) de 14 y más años de edad que obtuvo o adquirió libros digitales, en los últimos doce meses, es decir, en el Capítulo 800A: Patrimonio, Servicios y Bienes Culturales, pregunta 800A.13 En los últimos 12 meses de...a... ¿Usted obtuvo o adquirió: ítem 4 (Libros digitales) ?, tiene seleccionado el código 1 (Si). Denominador: Total de la población (residentes habituales) de 14 y más años de edad.	
Fuente de los datos	TPLIBROSWEB: INEI - ENAPRES TP: INEI - ENAPRES	
Periodicidad de los datos	Anual	
Nivel de inferencia	NACIONAL: NACIONAL - RURAL, NACIONAL - URBANO. DEPARTAMENTAL: DEPARTAMENTAL - URBANO, DEPARTAMENTAL - RURAL.	
Precisiones técnicas	Libros digitales: Libros editados y reproducidos por medios electrónicos para su transmisión, utilización y explotación total o parcial a través de internet u otras vías informáticas. Puede ser obtenido o adquirido, sin costo o adquirida a través de un pago.	
Limitaciones	Ninguno	
Entidad responsable	Ministerio de Cultura	
Contacto	Teléfono: (01) 7140102 Anexo: 2126	E-mail: estadistica@cultura.gob.pe

Indicador N° 05

PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN DE 14 Y MÁS AÑOS DE EDAD QUE ADQUIRIÓ ALGÚN PERIÓDICO DIGITAL EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES

Nombre del Indicador	PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN DE 14 Y MÁS AÑOS DE EDAD QUE ADQUIRIÓ ALGÚN PERIÓDICO DIGITAL EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES	
Objetivo	Determinar el porcentaje de la población de 14 y más años de edad que adquirió algún periódico digital en los últimos 12 meses	
Definición conceptual	Porcentaje de la población de 14 y más años de edad que adquirió algún periódico digital en los últimos 12 meses	
Población objetivo	Residentes habituales del hogar de 14 a más años de edad, del área urbana y rural.	
Descripción operativa	Cociente del total de población de 14 y más años de edad, que en los últimos doce meses, obtuvo o adquirió periódicos digitales y el total de población de 14 y más años de edad, por cien.	
Unidad de medida	Porcentaje (%).	
Fórmula	$PPPERWEB = \frac{TPPERWEB}{TP} * 100$	
Variables	TPPERWEB: Total de la población de 14 y más años de edad que obtuvo o adquirió periódicos digitales, en los últimos doce meses. TP: Total de la población de 14 y más años de edad. PPPERWEB: Porcentaje de la población de 14 y más años de edad que obtuvo o adquirió periódicos digitales, en los últimos doce meses.	
Construcción del indicador	Numerador: Total de la población (residentes habituales) de 14 y más años de edad que obtuvo o adquirió periódicos digitales, en los últimos doce meses, es decir, en el Capítulo 800A: Patrimonio, Servicios y Bienes Culturales, pregunta 800A.13 En los últimos 12 meses de...a... ¿Usted obtuvo o adquirió: ítem 5 (Periódicos digitales)? tiene seleccionado el código 1 (Si). Denominador: Total de la población (residentes habituales) de 14 y más años de edad.	
Fuente de los datos	TPPERWEB: INEI - ENAPRES TP: INEI - ENAPRES	
Periodicidad de los datos	Anual	
Nivel de inferencia	NACIONAL: NACIONAL - RURAL, NACIONAL - URBANO. DEPARTAMENTAL: DEPARTAMENTAL - URBANO, DEPARTAMENTAL - RURAL.	
Precisiones técnicas	Periódicos, revistas editados y reproducidos por medios electrónicos para su transmisión, utilización y explotación total o parcial a través de internet u otras vías informáticas. Puede ser obtenido o adquirido, sin costo o adquirida a través de un pago.	
Limitaciones	Ninguno	
Entidad responsable	Ministerio de Cultura	
Contacto	Teléfono: (01) 7140102 Anexo: 2126	E-mail: estadistica@cultura.gob.pe

Indicador N° 07

PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN DE 14 Y MÁS AÑOS DE EDAD QUE ADQUIRIÓ ALGUNA MÚSICA A TRAVÉS DE DESCARGA O ACCESO POR INTERNET EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES

Nombre del Indicador	PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN DE 14 Y MÁS AÑOS DE EDAD QUE ADQUIRIÓ ALGUNA MÚSICA A TRAVÉS DE DESCARGA O ACCESO POR INTERNET EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES	
Objetivo	Determinar el porcentaje de la población de 14 y más años de edad que adquirió alguna música a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses	
Definición conceptual	Porcentaje de la población de 14 y más años de edad que adquirió alguna música a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses	
Población objetivo	Residentes habituales del hogar de 14 a más años de edad, del área urbana y rural.	
Descripción operativa	Cociente del total de población de 14 y más años de edad, que en los últimos doce meses, obtuvo o adquirió música a través de descarga o acceso por internet y el total de población de 14 y más años de edad, por cien.	
Unidad de medida	Porcentaje (%).	
Fórmula	$PPMUSWEB = \frac{TPMUSWEB}{TP} * 100$	
Variables	TPMUSWEB: Total de la población de 14 y más años de edad que obtuvo o adquirió música a través de descarga o acceso por internet, en los últimos doce meses. TP: Total de la población de 14 y más años de edad. PPMUSWEB: Porcentaje de la población de 14 y más años de edad que obtuvo o adquirió música a través de descarga o acceso por internet, en los últimos doce meses.	
Construcción del indicador	Numerador: Total de la población (residentes habituales) de 14 y más años de edad que obtuvo o adquirió música a través de descarga o acceso por internet, en los últimos doce meses, es decir, en el Capítulo 800A: Patrimonio, Servicios y Bienes Culturales, pregunta 800A.13 En los últimos 12 meses de...a... ¿Usted obtuvo o adquirió: ítem 7 (Música) ?, tiene seleccionado el código 1 (Si). Denominador: Total de la población (residentes habituales) de 14 y más años de edad.	
Fuente de los datos	TPMUSWEB: INEI - ENAPRES TP: INEI - ENAPRES	
Periodicidad de los datos	Anual	
Nivel de inferencia	NACIONAL: NACIONAL - RURAL, NACIONAL - URBANO. DEPARTAMENTAL: DEPARTAMENTAL - URBANO, DEPARTAMENTAL - RURAL.	
Precisiones técnicas	Obras musicales distribuidas por internet y reproducidas mediante dispositivos electrónicos, usualmente en formato MP3 y WAV. Su consumo suele realizarse a través de modalidades como la descarga, suscripción o en línea (streaming). Puede ser obtenido o adquirido, sin costo o adquirida a través de un pago.	
Limitaciones	Ninguno	
Entidad responsable	Ministerio de Cultura	
Contacto	Teléfono: (01) 7140102 Anexo: 2126	E-mail: estadistica@cultura.gob.pe

Indicador N° 08

PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN DE 14 Y MÁS AÑOS DE EDAD QUE ADQUIRIÓ ALGUNA PELÍCULA U OTROS CONTENIDOS DE VIDEO A TRAVÉS DE DESCARGA O ACCESO POR INTERNET EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES

Nombre del Indicador	PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN DE 14 Y MÁS AÑOS DE EDAD QUE ADQUIRIÓ ALGUNA PELÍCULA U OTROS CONTENIDOS DE VIDEO A TRAVÉS DE DESCARGA O ACCESO POR INTERNET EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES	
Objetivo	Determinar el porcentaje de la población de 14 y más años de edad que adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses	
Definición conceptual	Porcentaje de la población de 14 y más años de edad que adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses	
Población objetivo	Residentes habituales del hogar de 14 a más años de edad, del área urbana y rural.	
Descripción operativa	Cociente del total de población de 14 y más años de edad, que en los últimos doce meses, obtuvo o adquirió películas u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet y el total de población de 14 y más años de edad, por cien.	
Unidad de medida	Porcentaje (%).	
Fórmula	$PPPELWEB = \frac{TPPELWEB}{TP} * 100$	
Variables	TPPELWEB: Total de la población de 14 y más años de edad que obtuvo o adquirió películas u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet, en los últimos doce meses.	
	TP: Total de la población de 14 y más años de edad. PPPELWEB: Porcentaje de la población de 14 y más años de edad que obtuvo o adquirió películas u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet, en los últimos doce meses.	
Construcción del indicador	Numerador: Total de la población (residentes habituales) de 14 y más años de edad que obtuvo o adquirió películas u otros contenidos de video a través de descarga o acceso por internet, en los últimos doce meses, es decir, en el Capítulo 800A: Patrimonio, Servicios y Bienes Culturales, pregunta 800A.13 En los últimos 12 meses de...a... ¿Usted obtuvo o adquirió: ítem 8 (Películas y otros contenidos de video) ?, tiene seleccionado el código 1 (Si). Denominador: Total de la población (residentes habituales) de 14 y más años de edad.	
Fuente de los datos	TPPELWEB: INEI - ENAPRES TP: INEI - ENAPRES	
Periodicidad de los datos	Anual	
Nivel de inferencia	NACIONAL: NACIONAL - RURAL, NACIONAL - URBANO. DEPARTAMENTAL: DEPARTAMENTAL - URBANO, DEPARTAMENTAL - RURAL.	
Precisiones técnicas	Obras audiovisuales distribuidas por internet y reproducidas mediante dispositivos electrónicos. Su consumo suele realizarse a través de modalidades como la descarga, suscripción o en línea (streaming). Puede ser obtenido o adquirido, sin costo o adquirida a través de un pago.	
Limitaciones	Ninguno	
Entidad responsable	Ministerio de Cultura	
Contacto	Teléfono:	E-mail:
	(01) 7140102 Anexo: 2126	estadistica@cultura.gob.pe

Indicador N° 12

PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN DE 14 Y MÁS AÑOS DE EDAD QUE ADQUIRIÓ ALGUNA MÚSICA A TRAVÉS DE CDS, BLU-RAY U OTROS DISPOSITIVOS EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES

Nombre del Indicador	PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN DE 14 Y MÁS AÑOS DE EDAD QUE ADQUIRIÓ ALGUNA MÚSICA A TRAVÉS DE CDS, BLU-RAY U OTROS DISPOSITIVOS EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES	
Objetivo	Determinar el porcentaje de la población de 14 y más años de edad que adquirió alguna música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses	
Definición conceptual	Porcentaje de la población de 14 y más años de edad que adquirió alguna música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses	
Población objetivo	Residentes habituales del hogar de 14 a más años de edad, del área urbana y rural.	
Descripción operativa	Cociente del total de población de 14 y más años de edad, que en los últimos doce meses, obtuvo o adquirió música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos y el total de población de 14 y más años de edad, por cien.	
Unidad de medida	Porcentaje [%].	
Fórmula	$PPMUSDISP = \frac{TPMUSDISP}{TP} * 100$	
Variables	TPMUSDISP: Total de la población de 14 y más años de edad que obtuvo o adquirió música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses. TP: Total de la población de 14 y más años de edad. PPMUSDISP: Porcentaje de la población de 14 y más años de edad que obtuvo o adquirió música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses.	
Construcción del indicador	Numerador: Total de la población (residentes habituales) de 14 y más años de edad que obtuvo o adquirió música a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos, en los últimos doce meses, es decir, en el Capítulo 800A: Patrimonio, Servicios y Bienes Culturales, pregunta 800A.13 En los últimos 12 meses de...a... ¿Usted obtuvo o adquirió: ítem 12 (Música)?, tiene seleccionado el código 1 (Si). Denominador: Total de la población (residentes habituales) de 14 y más años de edad.	
Fuente de los datos	TPMUSDISP: INEI - ENAPRES TP: INEI - ENAPRES	
Periodicidad de los datos	Anual	
Nivel de inferencia	NACIONAL: NACIONAL - RURAL, NACIONAL - URBANO. DEPARTAMENTAL: DEPARTAMENTAL - URBANO, DEPARTAMENTAL - RURAL.	
Precisiones técnicas	Obras musicales fijadas en soportes físicos, tales como discos de vinilo y CD's. Puede ser obtenido o adquirido, sin costo o adquirida a través de un pago.	
Limitaciones	Ninguno	
Entidad responsable	Ministerio de Cultura	
Contacto	Teléfono: (01) 7140102 Anexo: 2126	E-mail: estadistica@cultura.gob.pe

Indicador N° 09

PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN DE 14 Y MÁS AÑOS DE EDAD QUE ADQUIRIÓ ALGÚN VIDEOJUEGO DESDE DISPOSITIVOS MÓVILES A TRAVÉS DE DESCARGA O ACCESO POR INTERNET EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES

Nombre del Indicador	PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN DE 14 Y MÁS AÑOS DE EDAD QUE ADQUIRIÓ ALGÚN VIDEOJUEGO DESDE DISPOSITIVOS MÓVILES A TRAVÉS DE DESCARGA O ACCESO POR INTERNET EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES	
Objetivo	Determinar el porcentaje de la población de 14 y más años de edad que adquirió algún videojuego desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses	
Definición conceptual	Porcentaje de la población de 14 y más años de edad que adquirió algún videojuego desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet en los últimos 12 meses	
Población objetivo	Residentes habituales del hogar de 14 a más años de edad, del área urbana y rural.	
Descripción operativa	Cociente del total de población de 14 y más años de edad, que en los últimos doce meses, obtuvo o adquirió algún videojuego desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet y el total de población de 14 y más años de edad, por cien.	
Unidad de medida	Porcentaje (%).	
Fórmula	$PPVIDMOVWEB = \frac{TPVIDMOVWEB}{TP} * 100$	
Variables	TPVIDMOVWEB: Total de la población de 14 y más años de edad que obtuvo o adquirió videojuegos desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet, en los últimos doce meses.	
	TP: Total de la población de 14 y más años de edad.	
Construcción del indicador	PPVIDMOVWEB: Porcentaje de la población de 14 y más años de edad que obtuvo o adquirió videojuegos desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet, en los últimos doce meses.	
	Numerador: Total de la población (residentes habituales) de 14 y más años de edad que obtuvo o adquirió videojuegos desde dispositivos móviles a través de descarga o acceso por internet, en los últimos doce meses, es decir, en el Capítulo 800A: Patrimonio, Servicios y Bienes Culturales, pregunta 800A.13 En los últimos 12 meses de...a... ¿Usted obtuvo o adquirió: ítem 9 (Videojuegos desde dispositivos móviles)? , tiene seleccionado el código 1 (Si). Denominador: Total de la población (residentes habituales) de 14 y más años de edad.	
Fuente de los datos	TPVIDMOVWEB: INEI - ENAPRES	
	TP: INEI - ENAPRES	
Periodicidad de los datos	Anual	
Nivel de inferencia	NACIONAL: NACIONAL - RURAL, NACIONAL - URBANO.	
	DEPARTAMENTAL: DEPARTAMENTAL - URBANO, DEPARTAMENTAL - RURAL.	
Precisiones técnicas	Son los juegos que pueden ser descargados gratuitamente o comprados desde tiendas virtuales tales como: Play Store, App Store, Steam, Play Station Store, Nintendo e Shop, Marketplace. Videojuegos de navegador que se descargan desde la web y se ejecutan en el navegador en plataformas como: Facebook, Google+, Cartoon Network, Disney, etc. Puede ser obtenido o adquirido, sin costo o adquirida a través de un pago.	
Limitaciones	Ninguno	
Entidad responsable	Ministerio de Cultura	
Contacto	Teléfono:	E-mail:
	(01) 7140102 Anexo: 2126	estadistica@cultura.gob.pe

Indicador N° 10

PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN DE 14 Y MÁS AÑOS DE EDAD QUE ADQUIRIÓ ALGÚN VIDEOJUEGO A TRAVÉS DE LA MODALIDAD MULTIJUGADOR EN LÍNEA EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES

Nombre del Indicador	PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN DE 14 Y MÁS AÑOS DE EDAD QUE ADQUIRIÓ ALGÚN VIDEOJUEGO A TRAVÉS DE LA MODALIDAD MULTIJUGADOR EN LÍNEA EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES	
Objetivo	Determinar el porcentaje de la población de 14 y más años de edad que adquirió algún videojuego a través de la modalidad multijugador en línea en los últimos 12 meses	
Definición conceptual	Porcentaje de la población de 14 y más años de edad que adquirió algún videojuego a través de la modalidad multijugador en línea en los últimos 12 meses	
Población objetivo	Residentes habituales del hogar de 14 a más años de edad, del área urbana y rural.	
Descripción operativa	Cociente del total de población de 14 y más años de edad, que en los últimos doce meses, obtuvo o adquirió algún videojuego a través de la modalidad multijugador en línea y el total de población de 14 y más años de edad, por cien.	
Unidad de medida	Porcentaje (%).	
Fórmula	$PPVIDMUL = \frac{TPVIDMUL}{TP} * 100$	
Variables	TPVIDMUL: Total de la población de 14 y más años de edad que obtuvo o adquirió videojuegos a través de la modalidad multijugador en línea, en los últimos doce meses.	
	TP: Total de la población de 14 y más años de edad.	
Construcción del indicador	PPVIDMUL: Porcentaje de la población de 14 y más años de edad que obtuvo o adquirió videojuegos a través de la modalidad multijugador en línea, en los últimos doce meses.	
	Numerador: Total de la población (residentes habituales) de 14 y más años de edad que obtuvo o adquirió videojuegos a través de la modalidad multijugador en línea, en los últimos doce meses, es decir, en el Capítulo 800A: Patrimonio, Servicios y Bienes Culturales, pregunta 800A.13 En los últimos 12 meses de...a... ¿Usted obtuvo o adquirió: ítem 10 (Videojuego multijugador en línea) ?, tiene seleccionado el código 1 (Si). Denominador: Total de la población (residentes habituales) de 14 y más años de edad.	
Fuente de los datos	TPVIDMOVWEB: INEI - ENAPRES	
	TP: INEI - ENAPRES	
Periodicidad de los datos	Anual	
Nivel de inferencia	NACIONAL: NACIONAL - RURAL, NACIONAL - URBANO.	
	DEPARTAMENTAL: DEPARTAMENTAL - URBANO, DEPARTAMENTAL - RURAL.	
Precisiones técnicas	Puede tratarse de videojuegos multijugador, en los que se juega con otras personas en línea como pueden ser: Dota, LOL, StarCraft, CounterStrike, Hearthstone, etc.	
	Puede ser obtenido o adquirido, sin costo o adquirida a través de un pago.	
Limitaciones	Ninguno	
Entidad responsable	Ministerio de Cultura	
Contacto	Teléfono:	E-mail:
	(01) 7140102 Anexo: 2126	estadistica@cultura.gob.pe

Indicador N° 11

PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN DE 14 Y MÁS AÑOS DE EDAD QUE ADQUIRIÓ ALGUNA PELÍCULA U OTROS CONTENIDOS DE VIDEO A TRAVÉS DE CDS, BLU-RAY U OTROS DISPOSITIVOS EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES

Nombre del Indicador	PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN DE 14 Y MÁS AÑOS DE EDAD QUE ADQUIRIÓ ALGUNA PELÍCULA U OTROS CONTENIDOS DE VIDEO A TRAVÉS DE CDS, BLU-RAY U OTROS DISPOSITIVOS EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES	
Objetivo	Determinar el porcentaje de la población de 14 y más años de edad que adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses	
Definición conceptual	Porcentaje de la población de 14 y más años de edad que adquirió alguna película u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos en los últimos 12 meses	
Población objetivo	Residentes habituales del hogar de 14 a más años de edad, del área urbana y rural.	
Descripción operativa	Cociente del total de población de 14 y más años de edad, que en los últimos doce meses, obtuvo o adquirió películas u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos y el total de población de 14 y más años de edad, por cien.	
Unidad de medida	Porcentaje [%].	
Fórmula	$PPPELDISP = \frac{TPPELDISP}{TP} * 100$	
Variables	TPPELDISP: Total de la población de 14 y más años de edad que obtuvo o adquirió películas u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos, en los últimos doce meses.	
	TP: Total de la población de 14 y más años de edad.	
Construcción del indicador	PPPELDISP: Porcentaje de la población de 14 y más años de edad que obtuvo o adquirió películas u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos, en los últimos doce meses.	
	Numerador: Total de la población (residentes habituales) de 14 y más años de edad que obtuvo o adquirió películas u otros contenidos de video a través de CDs, Blu-ray u otros dispositivos, en los últimos doce meses, es decir, en el Capítulo 800A: Patrimonio, Servicios y Bienes Culturales, pregunta 800A.13 En los últimos 12 meses de...a... ¿Usted obtuvo o adquirió: ítem 11 (Películas y otros contenidos de video) ?, tiene seleccionado el código 1 (Si). Denominador: Total de la población (residentes habituales) de 14 y más años de edad.	
Fuente de los datos	TPPELDISP: INEI - ENAPRES	
	TP: INEI - ENAPRES	
Periodicidad de los datos	Anual	
Nivel de inferencia	NACIONAL: NACIONAL - RURAL, NACIONAL - URBANO.	
	DEPARTAMENTAL: DEPARTAMENTAL - URBANO, DEPARTAMENTAL - RURAL.	
Precisiones técnicas	Obras audiovisuales fijadas en soporte físico, tales como DVD o discos Blu-Ray. Puede ser obtenido o adquirido, sin costo o adquirida a través de un pago.	
Limitaciones	Ninguno	
Entidad responsable	Ministerio de Cultura	
Contacto	Teléfono:	E-mail:
	(01) 7140102 Anexo: 2126	estadistica@cultura.gob.pe

Indicador N° 14

PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN DE 14 Y MÁS AÑOS DE EDAD QUE ADQUIRIÓ OBRAS DE ARTE EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES

Nombre del Indicador	PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN DE 14 Y MÁS AÑOS DE EDAD QUE ADQUIRIÓ OBRAS DE ARTE EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES	
Objetivo	Determinar el porcentaje de la población de 14 y más años de edad que adquirió obras de arte en los últimos 12 meses	
Definición conceptual	Porcentaje de la población de 14 y más años de edad que adquirió obras de arte en los últimos 12 meses	
Población objetivo	Residentes habituales del hogar de 14 a más años de edad, del área urbana y rural.	
Descripción operativa	Cociente del total de población de 14 y más años de edad, que en los últimos doce meses, obtuvo o adquirió obras de arte y el total de población de 14 y más años de edad, por cien.	
Unidad de medida	Porcentaje (%).	
Fórmula	$PPARTE = \frac{TPARTE}{TP} * 100$	
Variables	TPARTE: Total de la población de 14 y más años de edad que obtuvo o adquirió obras de arte, en los últimos doce meses. TP: Total de la población de 14 y más años de edad. PPARTE: Porcentaje de la población de 14 y más años de edad que obtuvo o adquirió obras de arte, en los últimos doce meses.	
Construcción del indicador	Numerador: Total de la población (residentes habituales) de 14 y más años de edad que obtuvo o adquirió obras de arte, en los últimos doce meses, es decir, en el Capítulo 800A: Patrimonio, Servicios y Bienes Culturales, pregunta 800A.13 En los últimos 12 meses de...a... ¿Usted obtuvo o adquirió: ítem 14 (Obras de arte (pintura, escultura, grabado, fotografía, etc.)) ?, tiene seleccionado el código 1 (Si). Denominador: Total de la población (residentes habituales) de 14 y más años de edad.	
Fuente de los datos	TPARTE: INEI - ENAPRES TP: INEI - ENAPRES	
Periodicidad de los datos	Anual	
Nivel de inferencia	NACIONAL: NACIONAL - RURAL, NACIONAL - URBANO. DEPARTAMENTAL: DEPARTAMENTAL - URBANO, DEPARTAMENTAL - RURAL.	
Precisiones técnicas	Considere tarjetas postales, tarjetas de felicitación, etc. Puede ser obtenido o adquirido, sin costo o adquirida a través de un pago.	
Limitaciones	Ninguno	
Entidad responsable	Ministerio de Cultura	
Contacto	Teléfono: (01) 7140102 Anexo: 2126	E-mail: estadistica@cultura.gob.pe

Indicador N° 15

PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN DE 14 Y MÁS AÑOS DE EDAD QUE ADQUIRIÓ PRODUCTOS ARTESANALES EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES

Nombre del Indicador	PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN DE 14 Y MÁS AÑOS DE EDAD QUE ADQUIRIÓ PRODUCTOS ARTESANALES EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES	
Objetivo	Determinar el porcentaje de la población de 14 y más años de edad que adquirió productos artesanales en los últimos 12 meses	
Definición conceptual	Porcentaje de la población de 14 y más años de edad que adquirió productos artesanales en los últimos 12 meses	
Población objetivo	Residentes habituales del hogar de 14 a más años de edad, del área urbana y rural.	
Descripción operativa	Cociente del total de población de 14 y más años de edad, que en los últimos doce meses, obtuvo o adquirió productos artesanales y el total de población de 14 y más años de edad, por cien.	
Unidad de medida	Porcentaje (%).	
Fórmula	$PPPRODART = \frac{TPPRODART}{TP} * 100$	
Variables	TPPRODART: Total de la población de 14 y más años de edad que obtuvo o adquirió productos artesanales, en los últimos doce meses. TP: Total de la población de 14 y más años de edad. PPPRODART: Porcentaje de la población de 14 y más años de edad que obtuvo o adquirió productos artesanales, en los últimos doce meses.	
Construcción del indicador	Numerador: Total de la población (residentes habituales) de 14 y más años de edad que obtuvo o adquirió productos artesanales, en los últimos doce meses, es decir, en el Capítulo 800A: Patrimonio, Servicios y Bienes Culturales, pregunta 800A.13 En los últimos 12 meses de...a... ¿Usted obtuvo o adquirió: ítem 15 (Productos artesanales) ?, tiene seleccionado el código 1 (Si). Denominador: Total de la población (residentes habituales) de 14 y más años de edad.	
Fuente de los datos	TPPRODART: INEI - ENAPRES TP: INEI - ENAPRES	
Periodicidad de los datos	Anual	
Nivel de inferencia	NACIONAL: NACIONAL - RURAL, NACIONAL - URBANO. DEPARTAMENTAL: DEPARTAMENTAL - URBANO, DEPARTAMENTAL - RURAL.	
Precisiones técnicas	Son aquellos objetos artísticos producidos en serie y que por lo general su concepción, diseño y producción son de identidad colectiva y por lo tanto no están vinculados necesariamente a derechos de autor. Puede ser obtenido o adquirido, sin costo o adquirida a través de un pago.	
Limitaciones	Ninguno	
Entidad responsable	Ministerio de Cultura	
Contacto	Teléfono: (01) 7140102 Anexo: 2126	E-mail: eipanaque@cultura.gob.pe



www.gob.pe/cultura

Av. Javier Prado Este n.º 2465, San Borja
Lima - Perú

 @mincu.pe

 @mincultura.pe

 @minculturape

 @minculturape

 @minculturape