

INFORME DE ESTUDIO CUANTITATIVO

PREFERENCIAS EN EL CONSUMO DE MEDIOS DE PRENSA DIGITAL EN EL PERÚ

Perú, enero 2019

FICHA TÉCNICA

OBJETIVO GENERAL

Obtener información sobre preferencias en el consumo de medios de prensa digital en el Perú, entre personas mayores de 18 años, hombres y mujeres, residentes en Lima y regiones, con acceso a Internet.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Objetivo 1: Conocer el nivel de consumo de medios de prensa digital peruanos no relacionados con los medios masivos de comunicación.

Objetivo 2: Medir recordación, nivel de conocimiento, valoración y ubicación ideológica de medios de prensa digital peruanos no relacionados con los medios masivos de comunicación.

Objetivo 3: Medir la preferencia por medios de prensa digital peruanos no relacionados con los medios masivos de comunicación.

Objetivo 4: Identificar el principal atributo de valor del medio de prensa digital ideal.

Objetivo 5: Conocer qué medios masivos de comunicación tienen el mejor sistema de comunicación digital.

Objetivo 6: Conocer cuál es el medio de comunicación más importante para estar bien informado sobre política en el Perú.

Objetivo 7: Conocer qué periodista tiene más poder e influencia en la prensa digital peruana.

METODOLOGÍA

Se desarrolló una investigación cuantitativa mediante la técnica de la encuesta, que permite obtener información a través de la aplicación de un cuestionario a una muestra de la población estudiada o universo.

Se elaboró un cuestionario estructurado de acuerdo con los objetivos del estudio.

El trabajo de campo se realizó por Internet, mediante el uso de la plataforma digital Survey Monkey.

El proyecto de investigación y la realización de todos los procesos estuvo a cargo de profesionales especialistas en estudios cuantitativos con amplia experiencia en este tipo de investigaciones.

UNIVERSO

Población de 18 años a más con acceso a Internet, conformada por hombres y mujeres, residentes en Lima y regiones del Perú.

INEI (diciembre 2018) ha medido en 56.2% el total de la población mayor de seis años con acceso a Internet en el Perú.

De acuerdo con RENIEC (setiembre 2018), este porcentaje significa que la población de personas mayores de 18 años con acceso a Internet es de 12 649 515 personas.

MUESTRA

Tamaño de la muestra

667 personas de 18 años a más con acceso a Internet, hombres y mujeres, residentes en Lima y regiones del Perú.

Error permitido

+/- 3.8 % para los resultados totales.

Nivel de confianza

95.00%, con valores para $p=q=50\%$.

Distribución de la muestra

| Región | % |
|----------------|---------------|
| Lima | 80.04 |
| Otras regiones | 19.96 |
| Total | 100.00 |

| Sexo | % |
|--------------|---------------|
| Hombres | 72.5 |
| Mujeres | 27.5 |
| Total | 100.00 |

| Edad | % |
|--------------|---------------|
| 18 a 29 años | 5.5 |
| 30 a 44 años | 25.3 |
| 45 a 59 años | 45.5 |
| 60 a + años | 23.7 |
| Total | 100.00 |

TRABAJO DE CAMPO

Trabajo de campo

Del 12 de noviembre al 9 de diciembre 2018.

Recolección de datos

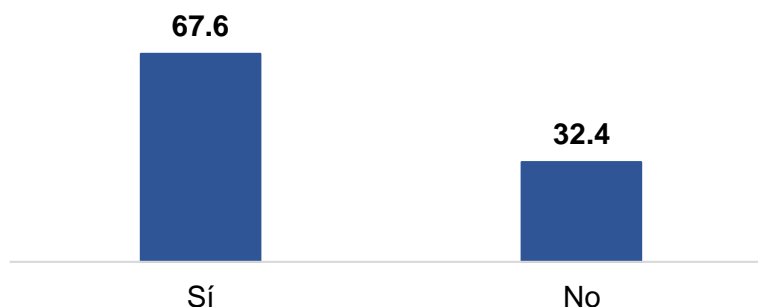
Mediante la técnica de la encuesta, con aplicación del cuestionario por Internet, mediante la plataforma Survey Monkey.

RESULTADOS

NIVEL DE CONSUMO DE MEDIOS DE PRENSA DIGITAL PERUANOS NO RELACIONADOS CON LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN

0. NIVEL DE CONSUMO DE MEDIOS DE PRENSA DIGITAL PERUANOS NO RELACIONADOS CON LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN

¿Suele consumir medios de prensa digital peruanos no relacionados con los medios masivos de comunicación?



0. ¿Suele consumir medios de prensa digital peruanos no relacionados con los medios masivos de comunicación?

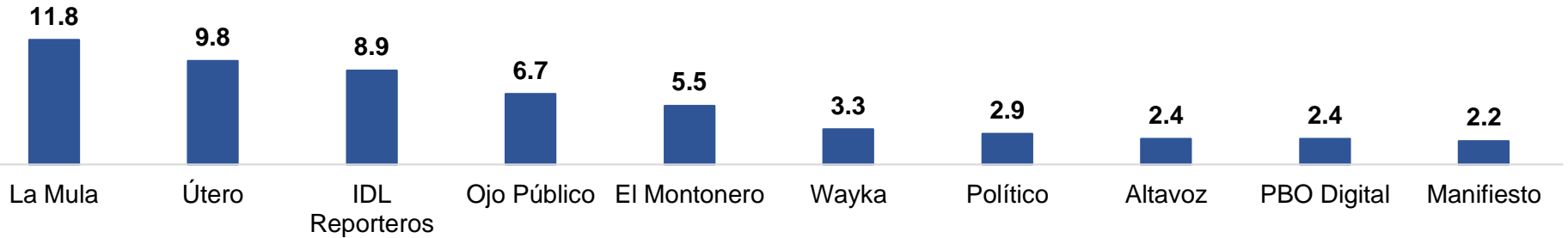
| | TOTAL CASOS | |
|----------------------------|-------------|-----|
| Sí | 67.6 | 451 |
| No | 32.4 | 216 |
| Base: Total de encuestados | 100 | 667 |

**RECORDACIÓN, NIVEL DE CONOCIMIENTO, VALORACIÓN Y
UBICACIÓN IDEOLÓGICA DE MEDIOS DE PRENSA DIGITAL PERUANOS
NO RELACIONADOS CON LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN**

1. TOP OF MIND (Respuesta espontánea, primera recordación)

El resultado es prácticamente un triple empate entre La Mula, Útero e IDL Reporteros, ninguna de las tres marcas destaca nítidamente en el top of mind.

La Mula es recordada principalmente por personas mayores, mientras que IDL Reporteros por jóvenes. En el caso de Útero, la recordación por grupos de edad es pareja.



A partir de esta pregunta, solo contestan quienes suelen consumir medios de prensa digital peruanos no relacionados con los medios masivos de comunicación.

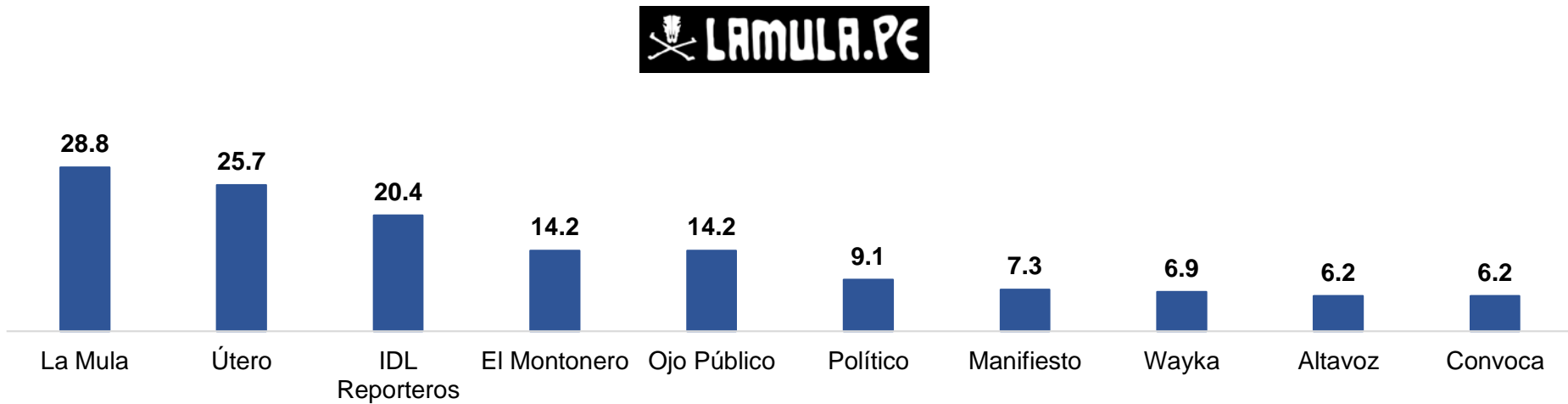
1. TOP OF MIND

| | TOTA | SEXO | | EDAD | | | |
|----------------|------|------|------|-------|-------|-------|------|
| | L | Mas | Fem | 18-29 | 30-44 | 45-59 | 60-+ |
| La Mula | 11.8 | 12.2 | 10.5 | 0.0 | 7.9 | 13.2 | 15.9 |
| Útero | 9.8 | 9.2 | 11.3 | 8.0 | 8.8 | 12.2 | 6.5 |
| IDL Reporteros | 8.9 | 9.5 | 7.3 | 12.0 | 11.4 | 9.8 | 3.7 |
| Ojo Público | 6.7 | 6.7 | 6.5 | 12.0 | 7.0 | 6.3 | 5.6 |
| El Montonero | 5.5 | 6.7 | 2.4 | 0.0 | 0.0 | 4.9 | 14.0 |
| Wayka | 3.3 | 2.8 | 4.8 | 0.0 | 6.1 | 2.0 | 3.7 |
| Político | 2.9 | 3.4 | 1.6 | 0.0 | 2.6 | 2.0 | 5.6 |
| Altavoz | 2.4 | 2.8 | 1.6 | 8.0 | 5.3 | 1.5 | 0.0 |
| PBO Digital | 2.4 | 2.8 | 1.6 | 0.0 | 2.6 | 3.4 | 0.9 |
| Manifiesto | 2.2 | 1.5 | 4.0 | 0.0 | 2.6 | 3.4 | 0.0 |
| Lucidez | 1.8 | 1.8 | 1.6 | 0.0 | 0.9 | 2.0 | 2.8 |
| Lampadia | 1.6 | 1.8 | 0.8 | 0.0 | 0.0 | 1.0 | 4.7 |
| UCI Noticias | 1.3 | 1.5 | 0.8 | 4.0 | 3.5 | 0.5 | 0.0 |
| Convoca | 1.1 | 1.2 | 0.8 | 0.0 | 0.0 | 2.0 | 0.9 |
| Infórmate Perú | 1.1 | 1.5 | 0.0 | 4.0 | 2.6 | 0.5 | 0.0 |
| Otros | 8.2 | 10.1 | 3.2 | 8.0 | 5.3 | 8.8 | 10.3 |
| Ninguno | 0.7 | 0.6 | 0.8 | 0.0 | 0.0 | 1.0 | 0.9 |
| NS/NC | 28.4 | 23.9 | 40.3 | 44.0 | 33.3 | 25.9 | 24.3 |
| | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

Esta relación de veinte medios de prensa digital peruanos no relacionados con los medios masivos de comunicación fue elaborada en base a una consulta a 100 personas muy informadas sobre política.

2. RECORDACIÓN (Respuesta espontánea, todas las menciones)

La recordación general mantiene un resultado parecido al top of mind, con La Mula, Útero e IDL Reporteros en la delantera.



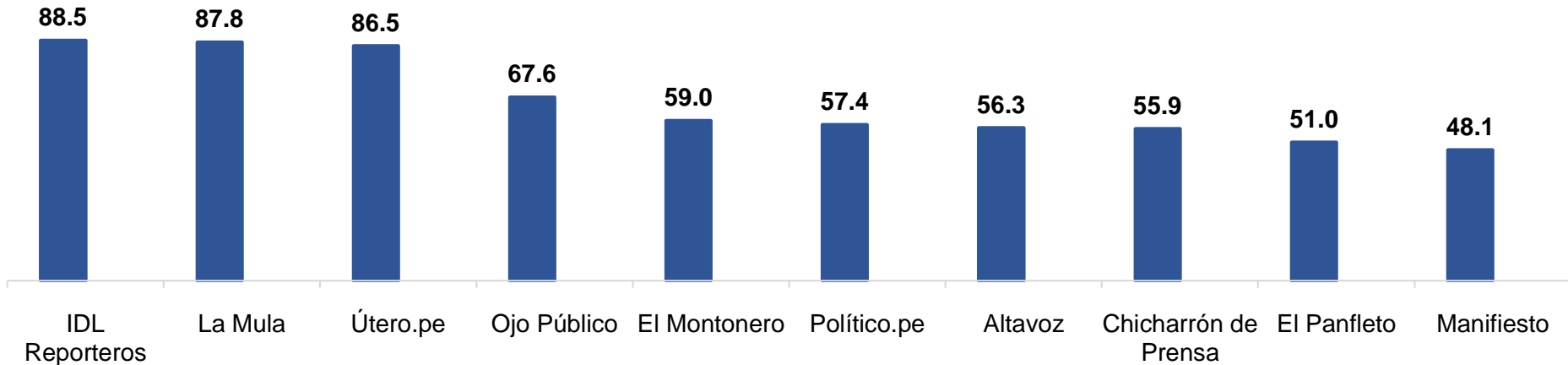
2. NIVEL DE RECORDACIÓN

| | TOTAL | SEXO | | EDAD | | | |
|----------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | | Mas | Fem | 18-29 | 30-44 | 45-59 | 60-+ |
| La Mula | 28.8 | 30.0 | 25.8 | 16.0 | 27.2 | 29.8 | 31.8 |
| Útero | 25.7 | 24.2 | 29.8 | 24.0 | 19.3 | 31.2 | 22.4 |
| IDL Reporteros | 20.4 | 21.4 | 17.7 | 20.0 | 21.1 | 23.4 | 14.0 |
| El Montonero | 14.2 | 17.1 | 6.5 | 0.0 | 4.4 | 15.1 | 26.2 |
| Ojo Público | 14.2 | 13.8 | 15.3 | 16.0 | 13.2 | 16.6 | 10.3 |
| Político | 9.1 | 8.6 | 10.5 | 0.0 | 6.1 | 9.3 | 14.0 |
| Manifiesto | 7.3 | 6.7 | 8.9 | 4.0 | 4.4 | 10.7 | 4.7 |
| Wayka | 6.9 | 6.1 | 8.9 | 4.0 | 12.3 | 4.4 | 6.5 |
| Altavoz | 6.2 | 6.1 | 6.5 | 12.0 | 14.0 | 3.9 | 0.9 |
| Convoca | 6.2 | 6.1 | 6.5 | 0.0 | 4.4 | 8.8 | 4.7 |
| Lampadia | 5.1 | 6.1 | 2.4 | 0.0 | 0.0 | 4.9 | 12.1 |
| Lucidez | 4.4 | 5.2 | 2.4 | 0.0 | 6.1 | 4.9 | 2.8 |
| Gato Encerrado | 3.1 | 3.1 | 3.2 | 0.0 | 0.0 | 4.4 | 4.7 |
| PBO Digital | 3.1 | 3.4 | 2.4 | 0.0 | 3.5 | 4.4 | 0.9 |
| La Abeja | 2.0 | 2.8 | 0.0 | 0.0 | 1.8 | 2.0 | 2.8 |
| Chicharrón de Prensa | 2.0 | 2.1 | 1.6 | 4.0 | 3.5 | 1.5 | 0.9 |
| Perú.com | 2.0 | 2.4 | 0.8 | 0.0 | 1.8 | 2.0 | 2.8 |
| El Panfleto | 1.8 | 1.2 | 3.2 | 4.0 | 3.5 | 0.5 | 1.9 |
| UCI Noticias | 1.6 | 1.8 | 0.8 | 4.0 | 4.4 | 0.5 | 0.0 |
| Diario de Curwen | 1.3 | 1.5 | 0.8 | 4.0 | 2.6 | 1.0 | 0.0 |
| Infórmate Perú | 1.1 | 1.5 | 0.0 | 4.0 | 2.6 | 0.5 | 0.0 |
| Otros | 10.6 | 13.5 | 3.2 | 4.0 | 6.1 | 11.7 | 15.0 |
| Ninguno | 3.3 | 3.1 | 4.0 | 4.0 | 4.4 | 2.9 | 2.8 |
| NS/NC | 41.9 | 38.5 | 50.8 | 60.0 | 46.5 | 40.0 | 36.4 |
| | 222.4 | 226.3 | 212.1 | 184.0 | 213.2 | 234.1 | 218.7 |

3. NIVEL DE CONOCIMIENTO (Sí conoce)

Nueve de los veinte medios de prensa digital seleccionados tienen un nivel de conocimiento encima del 50%.

IDL-REPORTEROS

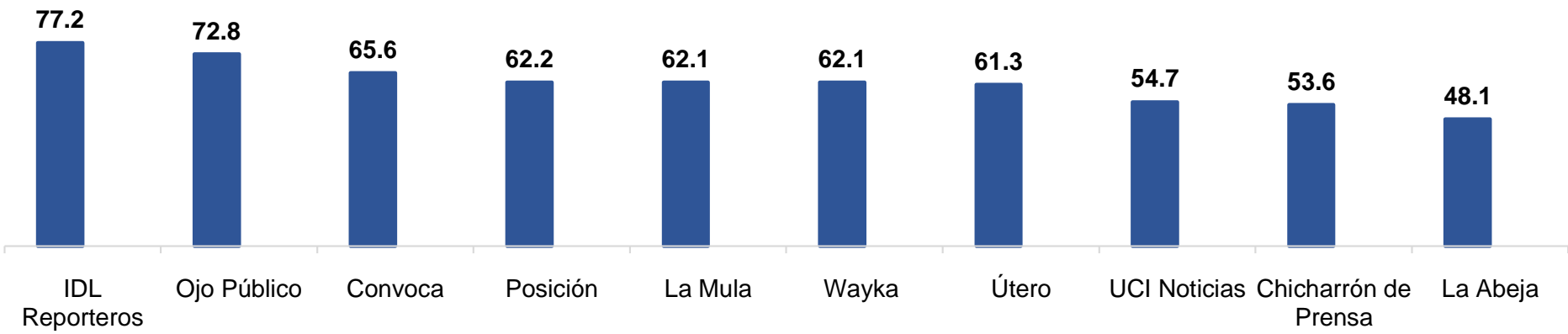


3. NIVEL DE CONOCIMIENTO

| | SI CONOCE | NO CONOCE | TOTAL |
|----------------------|-----------|-----------|-------|
| IDL Reporteros | 88.5 | 11.5 | 100.0 |
| La Mula | 87.8 | 12.2 | 100.0 |
| Útero | 86.5 | 13.5 | 100.0 |
| Ojo Público | 67.6 | 32.4 | 100.0 |
| El Montonero | 59.0 | 41.0 | 100.0 |
| Político | 57.4 | 42.6 | 100.0 |
| Altavoz | 56.3 | 43.7 | 100.0 |
| Chicharrón de Prensa | 55.9 | 44.1 | 100.0 |
| El Panfleto | 51.0 | 49.0 | 100.0 |
| Manifiesto | 48.1 | 51.9 | 100.0 |
| Lucidez | 45.9 | 54.1 | 100.0 |
| El Diario de Curwen | 45.5 | 54.5 | 100.0 |
| Wayka | 45.0 | 55.0 | 100.0 |
| Convoca | 35.5 | 64.5 | 100.0 |
| Lampadia | 35.0 | 65.0 | 100.0 |
| Catarsis y Harakiri | 20.0 | 80.0 | 100.0 |
| La Abeja | 18.0 | 82.0 | 100.0 |
| UCI Noticias | 16.6 | 83.4 | 100.0 |
| Walak Noticias | 10.2 | 89.8 | 100.0 |
| Posición | 8.2 | 91.8 | 100.0 |

4. VALORACIÓN (Positiva)

IDL-REPORTEROS

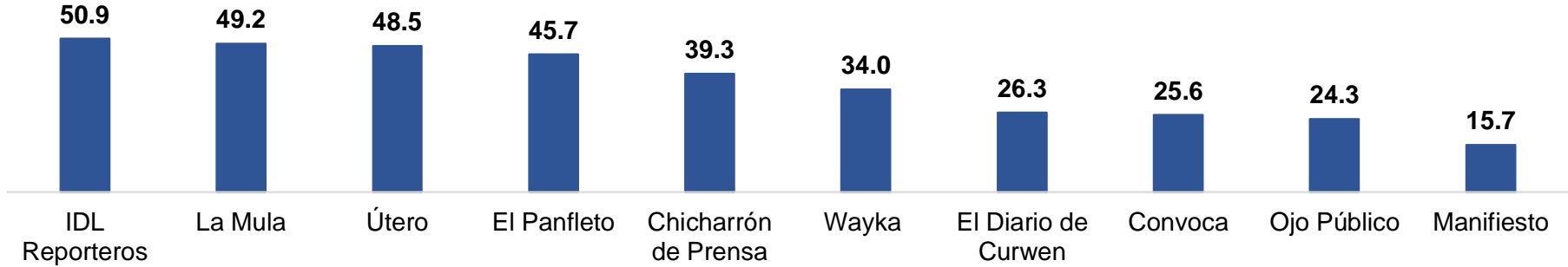


4. VALORACIÓN

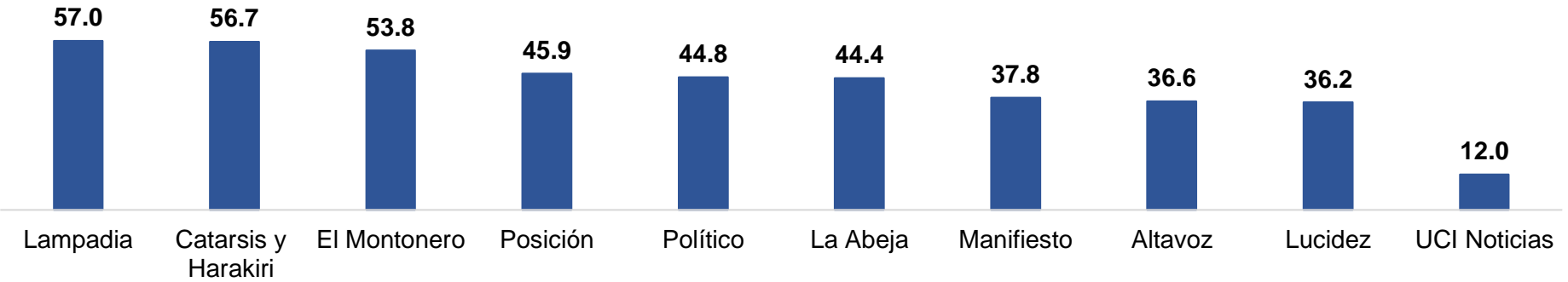
| | POSITIVA | NEGATIVA | NEUTRA | NO SABE | TOTAL |
|----------------------|----------|----------|--------|---------|-------|
| IDL Reporteros | 77.2 | 14.5 | 7.5 | 0.8 | 100.0 |
| Ojo Público | 72.8 | 4.6 | 17.7 | 4.9 | 100.0 |
| Convoca | 65.6 | 4.4 | 24.4 | 5.6 | 100.0 |
| Posición | 62.2 | 5.4 | 27.0 | 5.4 | 100.0 |
| La Mula | 62.1 | 13.6 | 21.2 | 3.0 | 100.0 |
| Wayka | 62.1 | 6.9 | 22.7 | 8.4 | 100.0 |
| Útero | 61.3 | 13.8 | 22.1 | 2.8 | 100.0 |
| UCI Noticias | 54.7 | 4.0 | 33.3 | 8.0 | 100.0 |
| Chicharrón de Prensa | 53.6 | 15.1 | 26.2 | 5.2 | 100.0 |
| La Abeja | 48.1 | 8.6 | 33.3 | 9.9 | 100.0 |
| Walak Noticias | 47.8 | 2.2 | 37.0 | 13.0 | 100.0 |
| Lampadia | 45.6 | 15.2 | 28.5 | 10.8 | 100.0 |
| El Diario de Curwen | 45.4 | 12.2 | 31.2 | 11.2 | 100.0 |
| Político | 44.0 | 18.9 | 28.2 | 8.9 | 100.0 |
| El Montonero | 40.2 | 26.7 | 26.3 | 6.8 | 100.0 |
| Altavoz | 39.4 | 13.0 | 39.0 | 8.7 | 100.0 |
| El Panfleto | 39.1 | 17.0 | 36.1 | 7.8 | 100.0 |
| Lucidez | 37.2 | 15.5 | 37.2 | 10.1 | 100.0 |
| Catarsis y Harakiri | 35.6 | 33.3 | 24.4 | 6.7 | 100.0 |
| Manifiesto | 31.8 | 29.0 | 24.9 | 14.3 | 100.0 |

5. UBICACIÓN IDEOLÓGICA

IZQUIERDA



DERECHA



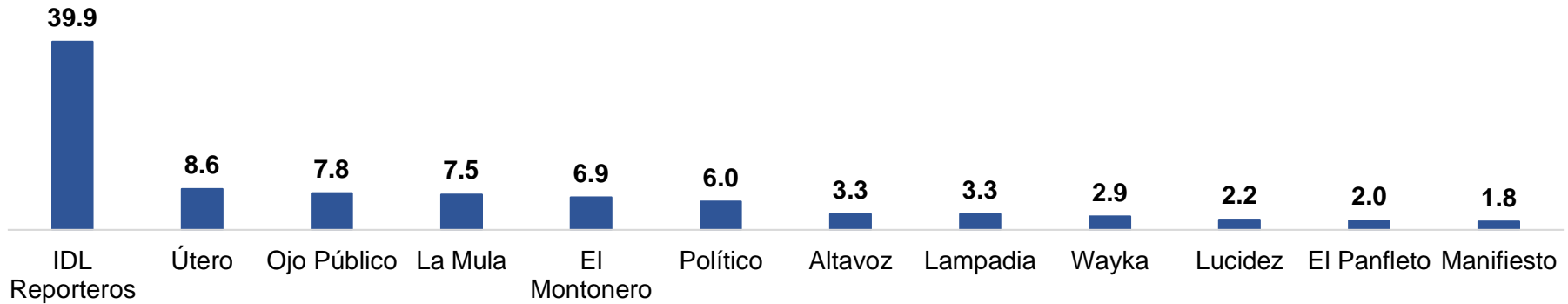
5. UBICACIÓN IDEOLÓGICA

| | IZQUIERDA | CENTRO | DERECHA | NO SABE | TOTAL |
|----------------------|-----------|--------|---------|---------|-------|
| Altavoz | 9.4 | 35.0 | 36.6 | 18.9 | 100.0 |
| Catarsis y Harakiri | 8.9 | 15.6 | 56.7 | 18.9 | 100.0 |
| Chicharrón de Prensa | 39.3 | 36.5 | 7.1 | 17.1 | 100.0 |
| Convoca | 25.6 | 47.5 | 5.0 | 21.9 | 100.0 |
| El Diario de Curwen | 26.3 | 43.4 | 6.3 | 23.9 | 100.0 |
| El Montonero | 10.5 | 19.5 | 53.8 | 16.2 | 100.0 |
| El Panfleto | 45.7 | 25.7 | 5.7 | 23.0 | 100.0 |
| IDL Reporteros | 50.9 | 40.1 | 3.5 | 5.5 | 100.0 |
| La Abeja | 7.4 | 25.9 | 44.4 | 22.2 | 100.0 |
| La Mula | 49.2 | 35.9 | 3.8 | 11.1 | 100.0 |
| Lampadia | 2.5 | 22.2 | 57.0 | 18.4 | 100.0 |
| Lucidez | 7.2 | 32.9 | 36.2 | 23.7 | 100.0 |
| Manifiesto | 15.7 | 22.6 | 37.8 | 24.0 | 100.0 |
| Ojo Público | 24.3 | 54.1 | 3.6 | 18.0 | 100.0 |
| Político | 2.7 | 30.9 | 44.8 | 21.6 | 100.0 |
| Posición | 5.4 | 29.7 | 45.9 | 18.9 | 100.0 |
| UCI Noticias | 2.7 | 64.0 | 12.0 | 21.3 | 100.0 |
| Útero | 48.5 | 36.2 | 3.8 | 11.5 | 100.0 |
| Walak Noticias | 15.2 | 54.3 | 4.3 | 26.1 | 100.0 |
| Wayka | 34.0 | 39.9 | 2.5 | 23.6 | 100.0 |

PREFERENCIA POR MEDIOS DE PRENSA DIGITAL PERUANOS NO RELACIONADOS CON LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN

6. PREFERENCIA

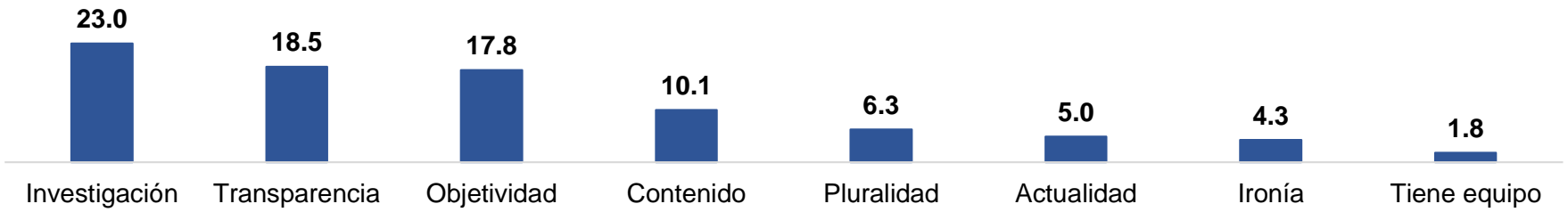
IDL-REPORTEROS



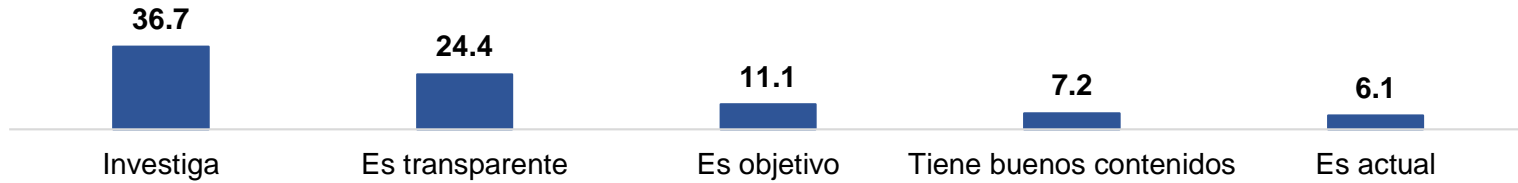
6. ¿Qué medio de prensa digital peruano no relacionado con los medios masivos de comunicación prefiere usted? (Respuesta asistida) (Respuesta única)

| | TOTA | SEXO | | EDAD | | | |
|----------------|-------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | L | Mas | Fem | 18-29 | 30-44 | 45-59 | 60+ |
| IDL Reporteros | 39.9 | 39.8 | 40.3 | 28.0 | 43.9 | 40.0 | 38.3 |
| Útero | 8.6 | 6.4 | 14.5 | 12.0 | 11.4 | 9.3 | 3.7 |
| Ojo Público | 7.8 | 7.6 | 8.1 | 20.0 | 6.1 | 9.3 | 3.7 |
| La Mula | 7.5 | 6.7 | 9.7 | 0.0 | 4.4 | 9.3 | 9.3 |
| El Montonero | 6.9 | 8.6 | 2.4 | 4.0 | 0.9 | 5.9 | 15.9 |
| Político | 6.0 | 6.1 | 5.6 | 4.0 | 7.0 | 3.9 | 9.3 |
| Altavoz | 3.3 | 4.0 | 1.6 | 8.0 | 7.0 | 2.4 | 0.0 |
| Lampadia | 3.3 | 4.0 | 1.6 | 0.0 | 0.0 | 3.4 | 7.5 |
| Wayka | 2.9 | 3.1 | 2.4 | 0.0 | 7.0 | 1.5 | 1.9 |
| Lucidez | 2.2 | 2.4 | 1.6 | 4.0 | 2.6 | 1.5 | 2.8 |
| El Panfleto | 2.0 | 0.9 | 4.8 | 8.0 | 2.6 | 1.5 | 0.9 |
| Manifiesto | 1.8 | 1.5 | 2.4 | 0.0 | 1.8 | 2.9 | 0.0 |
| UCI Noticias | 1.8 | 1.5 | 2.4 | 8.0 | 3.5 | 1.0 | 0.0 |
| Otros | 4.4 | 5.5 | 1.6 | 4.0 | 1.8 | 6.3 | 3.7 |
| NS/NC | 1.6 | 1.8 | 0.8 | 0.0 | 0.0 | 2.0 | 2.8 |
| | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

7. MOTIVO DE PREFERENCIA



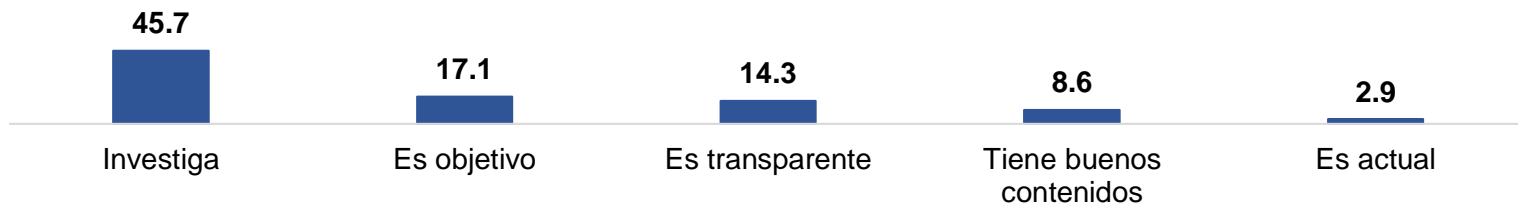
IDL REPORTEROS



ÚTERO

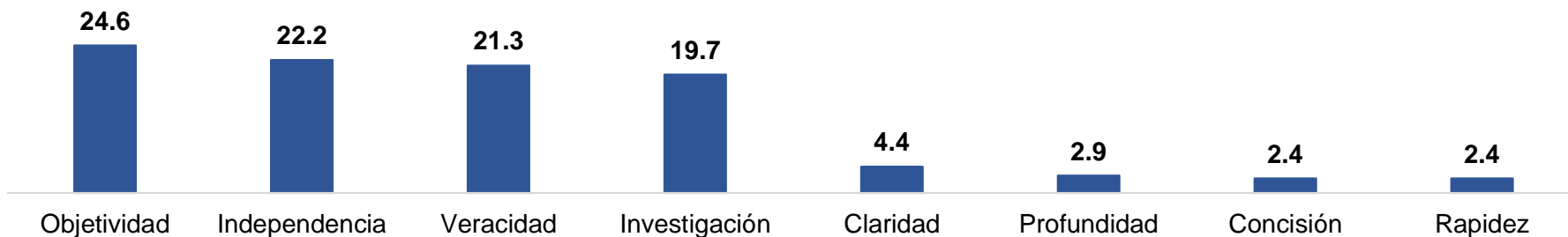


OJO PÚBLICO



ATRIBUTOS DE VALOR DEL MEDIO DE PRENSA IDEAL

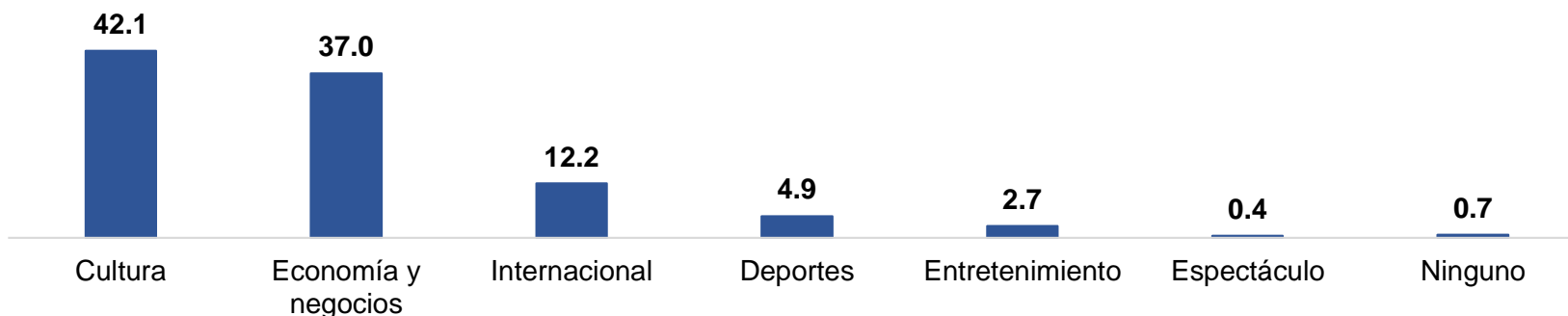
8. PRINCIPAL ATRIBUTO DE VALOR DEL MEDIO DE PRENSA DIGITAL IDEAL



8. En general, ¿cuál considera que debería ser el principal atributo de valor de un medio de prensa digital ideal? (Respuesta espontánea) (Respuesta única)

| | TOTA | SEXO | | EDAD | | | |
|---------------|------|------|------|-------|-------|-------|------|
| | L | Mas | Fem | 18-29 | 30-44 | 45-59 | 60+ |
| Objetividad | 24.6 | 26.0 | 21.0 | 32.0 | 25.4 | 25.4 | 20.6 |
| Independencia | 22.2 | 23.2 | 19.4 | 20.0 | 21.9 | 24.4 | 18.7 |
| Veracidad | 21.3 | 19.6 | 25.8 | 8.0 | 14.9 | 21.0 | 31.8 |
| Investigación | 19.7 | 20.2 | 18.5 | 16.0 | 25.4 | 17.1 | 19.6 |
| Claridad | 4.4 | 4.3 | 4.8 | 4.0 | 7.9 | 4.4 | 0.9 |
| Profundidad | 2.9 | 2.4 | 4.0 | 4.0 | 0.9 | 2.4 | 5.6 |
| Concisión | 2.4 | 2.1 | 3.2 | 8.0 | 2.6 | 2.0 | 1.9 |
| Rapidez | 2.4 | 2.1 | 3.2 | 8.0 | 0.9 | 3.4 | 0.9 |
| | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

9. TEMA QUE DEBE SER PRIORIZADO POR LOS MEDIOS DE PRENSA DIGITAL, ADEMÁS DE LA POLÍTICA



9. Además de la política, ¿qué otro tema debe ser priorizado por los medios de prensa digital? (Respuesta única)

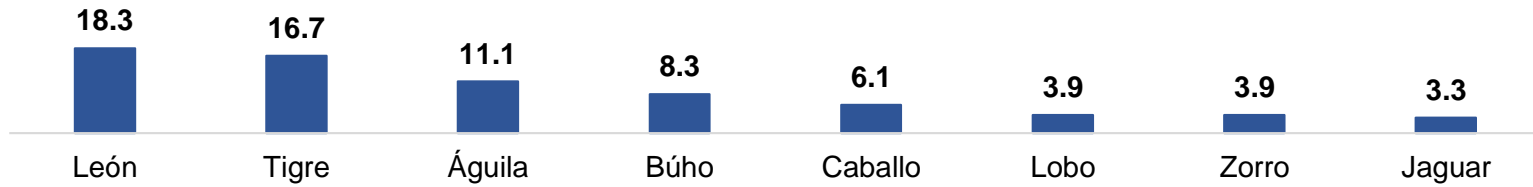
| | TOTA | SEXO | | EDAD | | | |
|---------------------|------|------|------|-------|-------|-------|------|
| | L | Mas | Fem | 18-29 | 30-44 | 45-59 | 60-+ |
| Cultura | 42.1 | 39.8 | 48.4 | 44.0 | 39.5 | 43.4 | 42.1 |
| Economía y negocios | 37.0 | 39.4 | 30.6 | 32.0 | 38.6 | 35.6 | 39.3 |
| Internacional | 12.2 | 11.0 | 15.3 | 12.0 | 9.6 | 11.2 | 16.8 |
| Deportes | 4.9 | 5.8 | 2.4 | 4.0 | 6.1 | 5.9 | 1.9 |
| Entretenimiento | 2.7 | 2.8 | 2.4 | 4.0 | 5.3 | 2.4 | 0.0 |
| Espectáculo | 0.4 | 0.3 | 0.8 | 4.0 | 0.0 | 0.5 | 0.0 |
| Ninguno | 0.7 | 0.9 | 0.0 | 0.0 | 0.9 | 1.0 | 0.0 |
| | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

10. TEST PROYECTIVO: ANIMAL DE LA NATURALEZA

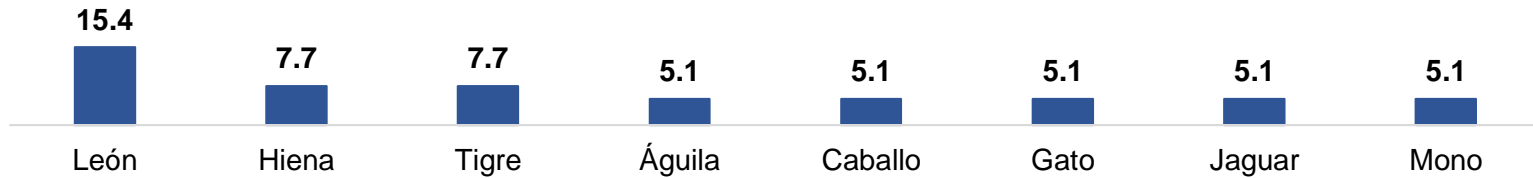
10. (Para quienes contestaron la pregunta 6) Imagine que el medio de prensa digital que usted prefiere fuera un animal en la naturaleza, ¿qué animal sería? (Respuesta espontánea) (Respuesta única)

| | TOTAL | SEXO | | EDAD | | | |
|----------------|-------|------|------|-------|-------|-------|------|
| | | Mas | Fem | 18-29 | 30-44 | 45-59 | 60-+ |
| León | 15.3 | 15.9 | 13.8 | 20.0 | 21.9 | 10.0 | 17.3 |
| Tigre | 11.5 | 10.9 | 13.0 | 4.0 | 12.3 | 10.9 | 13.5 |
| Águila | 8.1 | 7.5 | 9.8 | 4.0 | 13.2 | 7.5 | 4.8 |
| Caballo | 6.3 | 6.9 | 4.9 | 4.0 | 2.6 | 7.0 | 9.6 |
| Búho | 5.6 | 7.2 | 1.6 | 12.0 | 4.4 | 6.5 | 3.8 |
| Perro | 5.2 | 5.6 | 4.1 | 4.0 | 3.5 | 5.5 | 6.7 |
| Zorro | 3.6 | 3.4 | 4.1 | 0.0 | 2.6 | 4.5 | 3.8 |
| Lobo | 2.9 | 3.1 | 2.4 | 12.0 | 2.6 | 2.5 | 1.9 |
| Gato | 2.7 | 2.8 | 2.4 | 0.0 | 4.4 | 2.0 | 2.9 |
| Jaguar | 2.3 | 1.9 | 3.3 | 0.0 | 2.6 | 2.5 | 1.9 |
| Elefante | 2.0 | 1.6 | 3.3 | 8.0 | 2.6 | 0.5 | 2.9 |
| Delfín | 1.8 | 2.5 | 0.0 | 4.0 | 3.5 | 0.5 | 1.9 |
| Hiena | 1.8 | 1.9 | 1.6 | 4.0 | 0.0 | 3.0 | 1.0 |
| Leopardo | 1.8 | 1.9 | 1.6 | 4.0 | 0.9 | 2.0 | 1.9 |
| Oso | 1.8 | 1.9 | 1.6 | 4.0 | 1.8 | 1.5 | 1.9 |
| Abeja | 1.1 | 1.2 | 0.8 | 0.0 | 0.0 | 2.0 | 1.0 |
| Guepardo | 1.1 | 1.2 | 0.8 | 0.0 | 1.8 | 1.5 | 0.0 |
| Lince | 1.1 | 1.6 | 0.0 | 0.0 | 0.9 | 1.5 | 1.0 |
| Pantera | 1.1 | 0.6 | 2.4 | 0.0 | 0.9 | 1.5 | 1.0 |
| Puma | 1.1 | 0.9 | 1.6 | 0.0 | 0.9 | 1.5 | 1.0 |
| Otros animales | 16.7 | 14.0 | 23.6 | 8.0 | 11.4 | 21.4 | 15.4 |
| Ninguno | 1.8 | 2.2 | 0.8 | 0.0 | 1.8 | 2.0 | 1.9 |
| NS/NC | 3.2 | 3.4 | 2.4 | 8.0 | 3.5 | 2.5 | 2.9 |
| | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

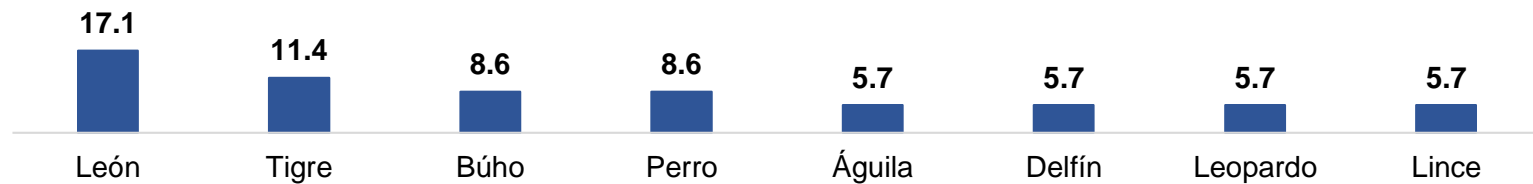
IDL REPORTEROS



ÚTERO



OJO PÚBLICO



MEDIOS DE COMUNICACIÓN CON EL MEJOR SISTEMA DE COMUNICACIÓN DIGITAL

11. MEDIO IMPRESO CON MEJOR SISTEMA DE COMUNICACIÓN DIGITAL

El Comercio



11. ¿Qué medio de comunicación impreso peruano tiene el mejor sistema de comunicación digital en página web y redes sociales? (Respuesta única)

| | TOTA | SEXO | | EDAD | | | |
|--------------|------|------|------|-------|-------|-------|------|
| | L | Mas | Fem | 18-29 | 30-44 | 45-59 | 60+ |
| El Comercio | 48.1 | 48.9 | 46.0 | 44.0 | 44.7 | 48.3 | 52.3 |
| La República | 18.4 | 17.1 | 21.8 | 16.0 | 20.2 | 19.5 | 15.0 |
| Perú 21 | 5.3 | 5.2 | 5.6 | 4.0 | 2.6 | 4.9 | 9.3 |
| Gestión | 5.1 | 4.9 | 5.6 | 12.0 | 6.1 | 4.9 | 2.8 |
| Hildebrandt | 3.1 | 2.8 | 4.0 | 0.0 | 5.3 | 2.4 | 2.8 |
| Exitosa | 2.4 | 3.1 | 0.8 | 4.0 | 4.4 | 2.0 | 0.9 |
| Correo | 1.6 | 1.2 | 2.4 | 4.0 | 1.8 | 1.0 | 1.9 |
| Caretas | 1.3 | 1.5 | 0.8 | 0.0 | 1.8 | 0.5 | 2.8 |
| Expreso | 1.3 | 1.5 | 0.8 | 0.0 | 0.0 | 2.4 | 0.9 |
| Otros | 0.7 | 0.6 | 0.8 | 0.0 | 0.0 | 0.5 | 1.9 |
| Ninguno | 12.6 | 13.1 | 11.3 | 16.0 | 13.2 | 13.7 | 9.3 |
| | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

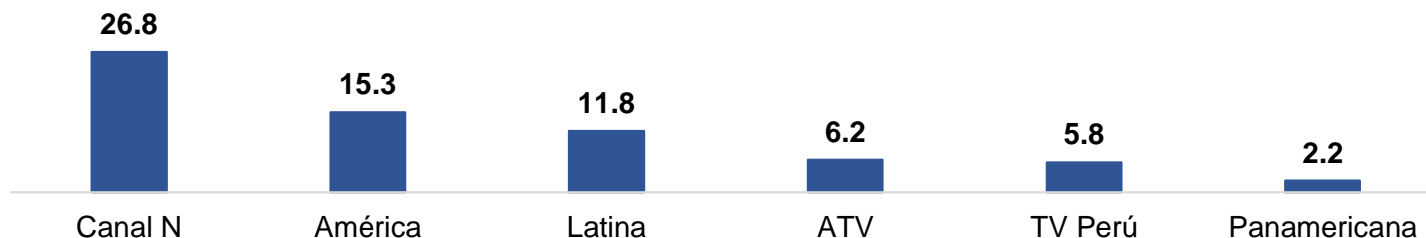
12. MEDIO RADIAL CON MEJOR SISTEMA DE COMUNICACIÓN DIGITAL



12. ¿Qué medio de comunicación radial peruano tiene el mejor sistema de comunicación digital en página web y redes sociales? (Respuesta única)

| | TOTA | SEXO | | EDAD | | | |
|----------------|------|------|------|-------|-------|-------|------|
| | L | Mas | Fem | 18-29 | 30-44 | 45-59 | 60+ |
| RPP | 68.1 | 70.0 | 62.9 | 52.0 | 64.9 | 71.7 | 68.2 |
| Exitosa | 12.0 | 10.7 | 15.3 | 20.0 | 14.9 | 8.8 | 13.1 |
| Ideele | 5.1 | 5.5 | 4.0 | 4.0 | 6.1 | 4.4 | 5.6 |
| Capital | 2.9 | 2.1 | 4.8 | 0.0 | 6.1 | 2.4 | 0.9 |
| Radio Nacional | 1.1 | 0.3 | 3.2 | 4.0 | 1.8 | 1.0 | 0.0 |
| RBC | 0.9 | 0.6 | 1.6 | 4.0 | 0.0 | 1.0 | 0.9 |
| Ninguno | 10.0 | 10.7 | 8.1 | 16.0 | 6.1 | 10.7 | 11.2 |
| | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

13. MEDIO TELEVISIVO CON MEJOR SISTEMA DE COMUNICACIÓN DIGITAL

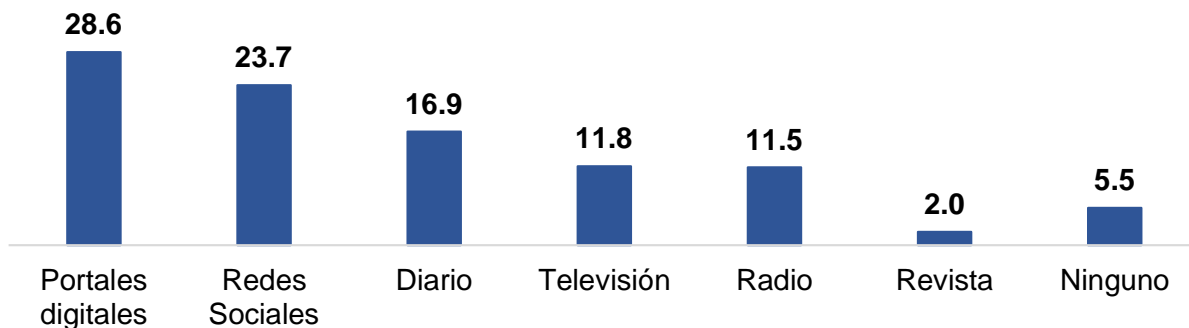


13. ¿Qué medio de comunicación televisivo peruano tiene el mejor sistema de comunicación digital en página web y redes sociales? (Respuesta única)

| | TOTA | SEXO | | EDAD | | | |
|--------------|------|------|------|-------|-------|-------|------|
| | L | Mas | Fem | 18-29 | 30-44 | 45-59 | 60+ |
| Canal N | 26.8 | 29.4 | 20.2 | 16.0 | 23.7 | 24.4 | 37.4 |
| América | 15.3 | 15.0 | 16.1 | 20.0 | 17.5 | 16.1 | 10.3 |
| Latina | 11.8 | 11.6 | 12.1 | 20.0 | 17.5 | 11.7 | 3.7 |
| ATV | 6.2 | 5.8 | 7.3 | 4.0 | 5.3 | 7.8 | 4.7 |
| TV Perú | 5.8 | 5.5 | 6.5 | 8.0 | 7.9 | 4.9 | 4.7 |
| Panamericana | 2.2 | 2.1 | 2.4 | 4.0 | 1.8 | 2.0 | 2.8 |
| IPe | 1.1 | 1.2 | 0.8 | 4.0 | 1.8 | 0.5 | 0.9 |
| Otros | 0.4 | 0.3 | 0.8 | 0.0 | 0.9 | 0.0 | 0.9 |
| Ninguno | 30.4 | 29.1 | 33.9 | 24.0 | 23.7 | 32.7 | 34.6 |
| | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

MEDIO DE COMUNICACIÓN MÁS IMPORTANTE PARA ESTAR BIEN INFORMADO SOBRE POLÍTICA EN EL PERÚ

14. MEDIO DE COMUNICACIÓN MÁS IMPORTANTE PARA ESTAR BIEN INFORMADO SOBRE POLÍTICA



14. ¿Cuál es el medio de comunicación más importante para estar bien informado sobre política en el Perú? (Respuesta única)

| | TOTA | SEXO | | EDAD | | | |
|--------------------|------|------|------|-------|-------|-------|------|
| | L | Mas | Fem | 18-29 | 30-44 | 45-59 | 60-+ |
| Portales digitales | 28.6 | 26.0 | 35.5 | 28.0 | 32.5 | 28.8 | 24.3 |
| Redes Sociales | 23.7 | 24.5 | 21.8 | 20.0 | 36.0 | 20.5 | 17.8 |
| Diario | 16.9 | 19.0 | 11.3 | 12.0 | 11.4 | 18.0 | 21.5 |
| Televisión | 11.8 | 11.9 | 11.3 | 16.0 | 8.8 | 10.7 | 15.9 |
| Radio | 11.5 | 11.0 | 12.9 | 12.0 | 8.8 | 11.2 | 15.0 |
| Revista | 2.0 | 2.1 | 1.6 | 0.0 | 1.8 | 2.9 | 0.9 |
| Ninguno | 5.5 | 5.5 | 5.6 | 12.0 | 0.9 | 7.8 | 4.7 |
| | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

15. MOTIVO POR EL QUE ... SON IMPORTANTES PARA ESTAR BIEN INFORMADO SOBRE POLÍTICA

PORTALES DIGITALES



REDES SOCIALES

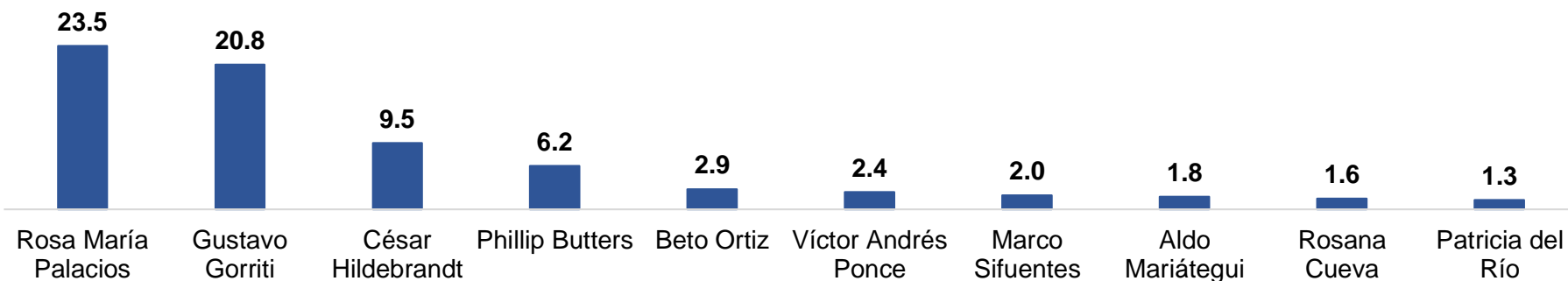


DIARIOS



PERIODISTA CON MÁS PODER E INFLUENCIA EN LA PRENSA DIGITAL PERUANA

16. PERIODISTA CON MÁS PODER E INFLUENCIA EN LA PRENSA DIGITAL PERUANA



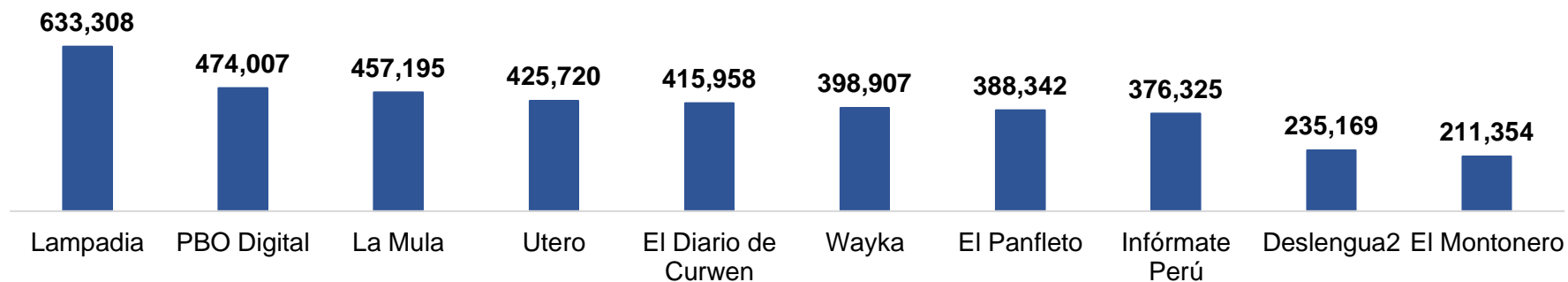
16. ¿A qué periodista reconoce con más poder e influencia en la prensa digital peruana? Por favor, tome nota que se trata de poder e influencia en la prensa digital. (Respuesta espontánea) (Respuesta única)

| | TOTA | SEXO | | EDAD | | | |
|---------------------------|-------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | L | Mas | Fem | 18-29 | 30-44 | 45-59 | 60++ |
| Rosa María Palacios | 23.5 | 23.2 | 24.2 | 52.0 | 25.4 | 23.9 | 14.0 |
| Gustavo Gorriti | 20.8 | 22.3 | 16.9 | 8.0 | 14.0 | 21.0 | 30.8 |
| César Hildebrandt | 9.5 | 8.9 | 11.3 | 4.0 | 13.2 | 7.8 | 10.3 |
| Phillip Butters | 6.2 | 5.8 | 7.3 | 4.0 | 5.3 | 8.8 | 2.8 |
| Beto Ortiz | 2.9 | 2.1 | 4.8 | 4.0 | 7.0 | 2.0 | 0.0 |
| Víctor Andrés Ponce | 2.4 | 3.4 | 0.0 | 0.0 | 0.9 | 1.0 | 7.5 |
| Marco Sifuentes | 2.0 | 2.4 | 0.8 | 4.0 | 2.6 | 2.4 | 0.0 |
| Aldo Mariátegui | 1.8 | 1.8 | 1.6 | 4.0 | 0.0 | 1.5 | 3.7 |
| Rosana Cueva | 1.6 | 1.5 | 1.6 | 4.0 | 0.9 | 1.0 | 2.8 |
| Patricia del Río | 1.3 | 1.2 | 1.6 | 0.0 | 0.0 | 1.0 | 3.7 |
| Luis Davelouis | 1.1 | 1.5 | 0.0 | 0.0 | 1.8 | 0.5 | 1.9 |
| Milagros Leiva | 1.1 | 0.9 | 1.6 | 0.0 | 0.0 | 2.0 | 0.9 |
| Victor Caballero "Curwen" | 1.1 | 0.9 | 1.6 | 4.0 | 1.8 | 1.0 | 0.0 |
| Otros | 14.9 | 14.1 | 16.9 | 4.0 | 18.4 | 14.6 | 14.0 |
| Ninguno | 4.7 | 5.8 | 1.6 | 4.0 | 5.3 | 5.4 | 2.8 |
| NS/NC | 5.1 | 4.0 | 8.1 | 4.0 | 3.5 | 6.3 | 4.7 |
| | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

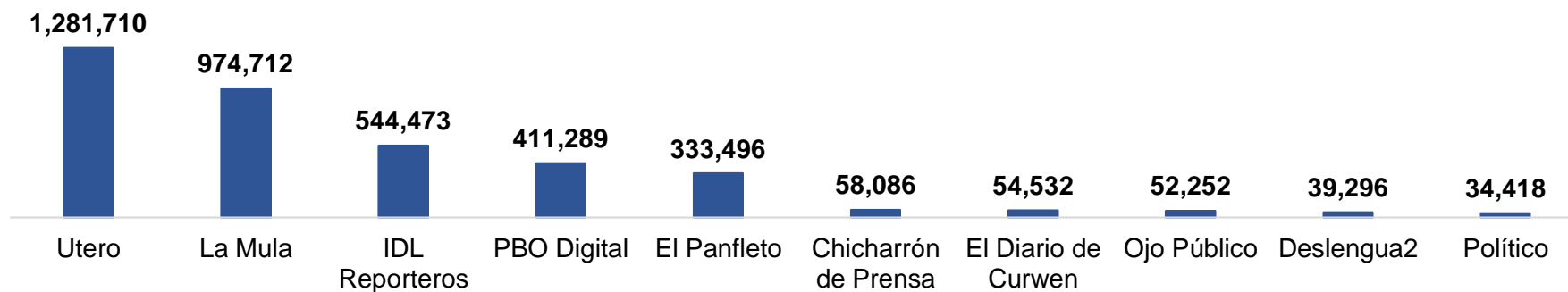
**RANKING DE SEGUIDORES DE MEDIOS DIGITALES Y PERIODISTAS
EN FACEBOOK Y TWITTER
(7/1/2019)**

RANKING DE SEGUIDORES DE MEDIOS DE PRENSA DIGITAL NO RELACIONADOS CON LOS MEDIOS MASIVOS

- FACEBOOK

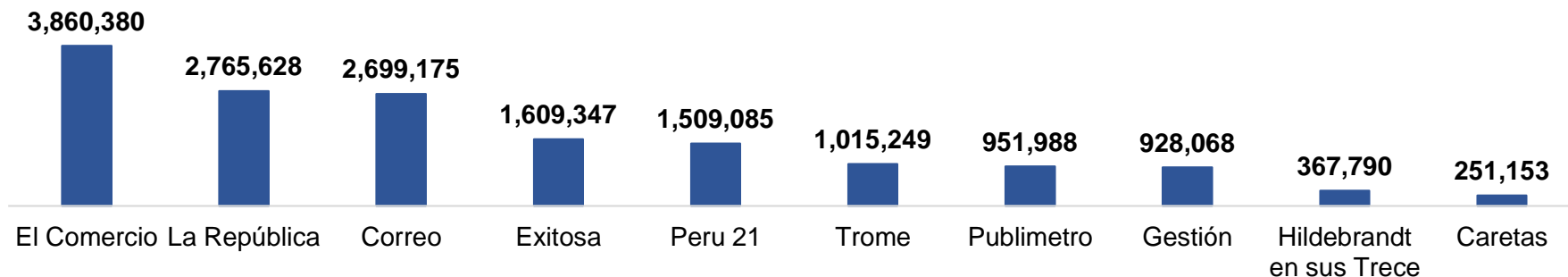


- TWITTER

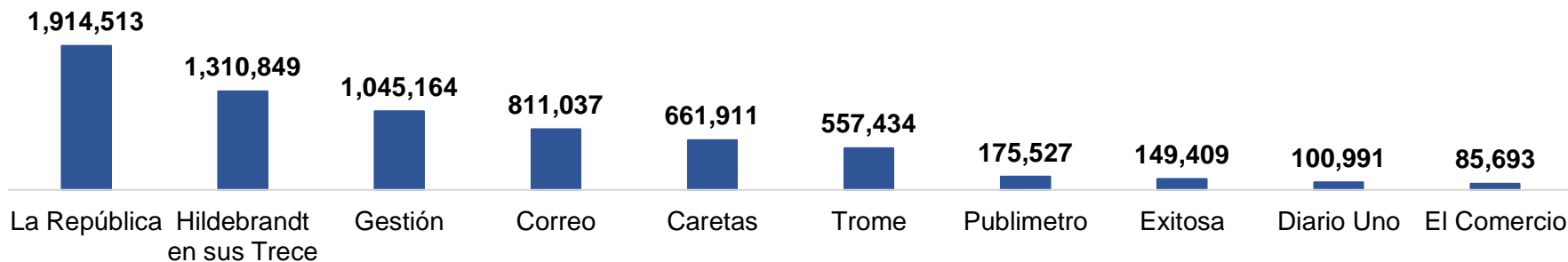


RANKING DE SEGUIDORES DE MEDIOS DE PRENSA DIGITAL RELACIONADOS CON LOS MEDIOS MASIVOS

- FACEBOOK



- TWITTER

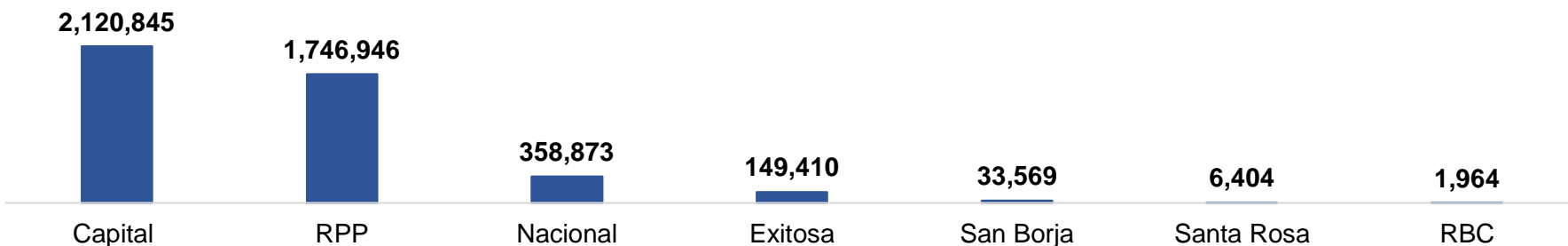


RANKING DE SEGUIDORES DE MEDIOS DE PRENSA DIGITAL RELACIONADOS CON LOS MEDIOS MASIVOS – MEDIO RADIAL

- FACEBOOK

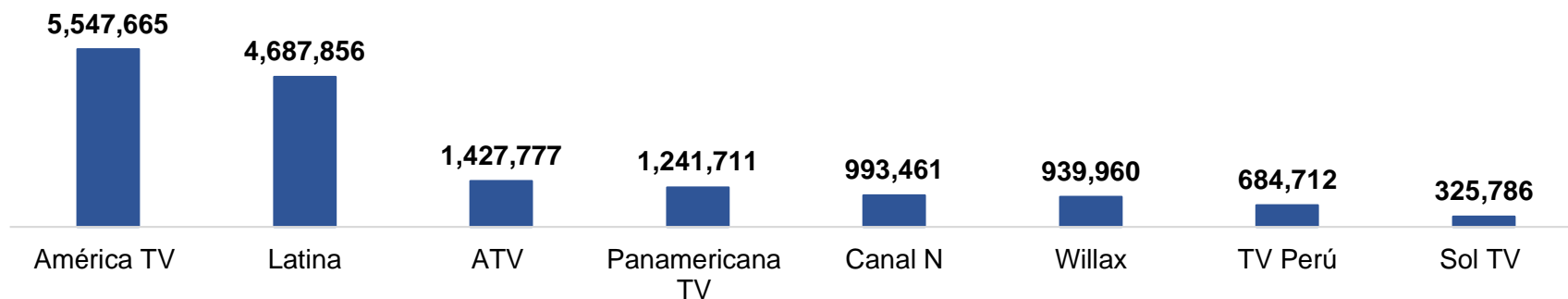


- TWITTER

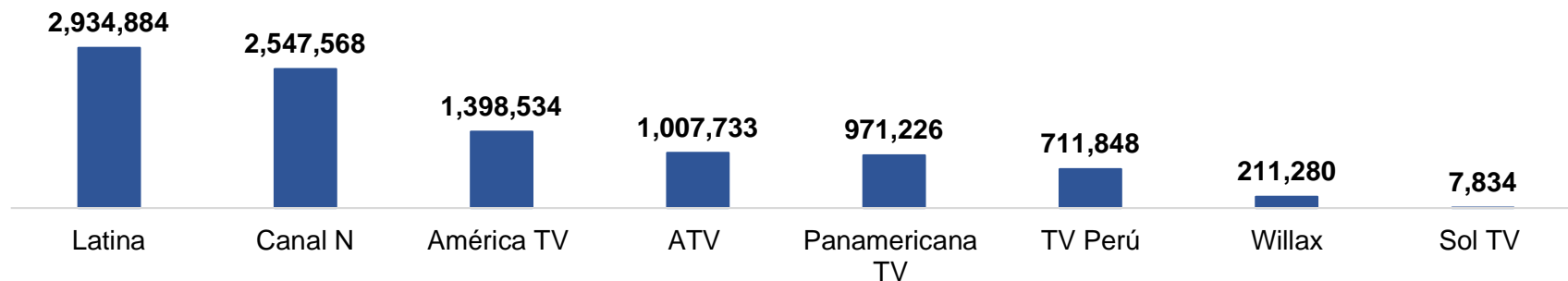


RANKING DE SEGUIDORES DE MEDIOS DE PRENSA DIGITAL RELACIONADOS CON LOS MEDIOS MASIVOS – MEDIO TELEVISIVO

- FACEBOOK

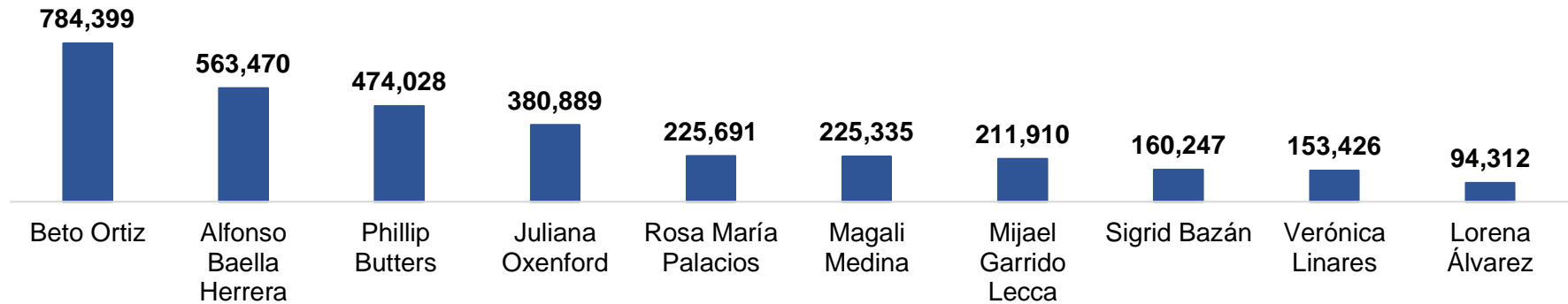


- TWITTER

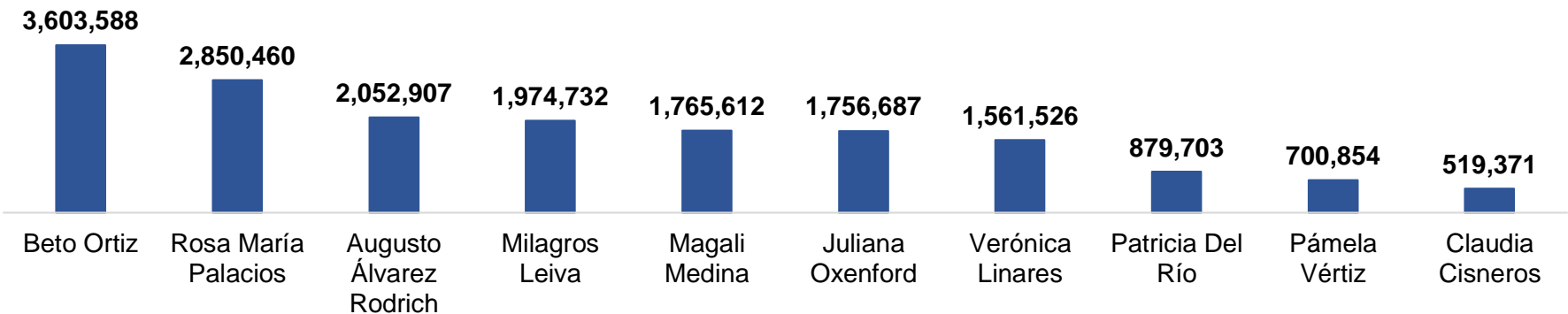


RANKING DE SEGUIDORES DE PERIODISTAS

- FACEBOOK



- TWITTER



CLIENTES ATENDIDOS POR EXPERTOS

<http://www.voxpopuli.pe>

voxpopuli@voxpopuli.pe

Pasaje Isabelita 134

Urb. Los Granados. Surco

Teléfono 3452280