

INFORME DE ESTUDIO CUANTITATIVO

PERÚ TOP BRANDS 2023
CATEGORÍA
MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Perú, setiembre 2023



TOP BRANDS



FICHA TÉCNICA

OBJETIVO

Obtener información sobre valoración de mejores marcas en el Perú, entre profesionales de universidades e institutos técnicos, hombres y mujeres residentes en Lima y regiones del Perú.

METODOLOGÍA

Investigación cuantitativa mediante la técnica de la encuesta no muestral por Internet.

POBLACIÓN

Profesionales de universidades e institutos técnicos, hombres y mujeres residentes en Lima y regiones del Perú, con acceso a Internet.

MUESTRA

566 profesionales de universidades e institutos técnicos.

TRABAJO DE CAMPO

Por Internet, mediante el uso de la plataforma digital SurveyMonkey, del 3 de julio al 6 de agosto 2023.

PREGUNTA GENERAL

De acuerdo a lo que usted conoce o ha escuchado, ¿cuál es la mejor marca en cada una de las siguientes categorías?

FICHA TÉCNICA RESUMIDA – PERÚ TOP BRANDS 2023 – Método: Encuesta no muestral.

Población: Profesionales de universidades e institutos residentes en Perú. **Muestra:** 566 personas. **Campo:** 3 de julio al 6 de agosto 2023, mediante la plataforma SurveyMonkey.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN / DIARIOS



El Comercio



GESTIÓN



Expreso

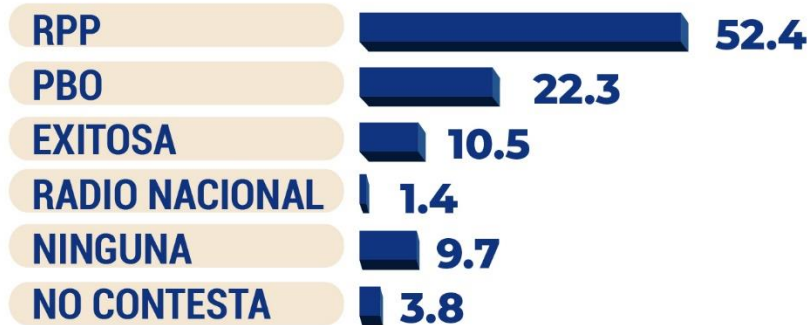


MEDIOS DE COMUNICACIÓN / DIARIOS

MEDIOS DE COMUNICACIÓN / DIARIOS

	TOTAL	SEXO		EDAD		ZONA	
		Mas	Fem	18 - 44	45 +	Lima	Región
El Comercio	34.6	34.4	35.1	31.3	35.5	36.7	22.7
Gestión	18.2	19.1	15.7	22.3	17.0	18.6	16.0
Expreso	12.5	14.8	6.0	2.7	15.2	12.8	10.7
La República	6.3	5.4	9.0	8.0	5.8	6.5	5.3
Perú21	4.5	4.0	6.0	4.5	4.6	5.1	1.3
El Peruano	3.2	3.2	3.0	2.7	3.3	2.3	8.0
Trome	2.0	2.2	1.5	3.6	1.5	1.9	2.7
Correo	1.6	1.3	2.2	3.6	1.0	1.4	2.7
Exitosa	1.6	1.6	1.5	0.9	1.8	1.2	4.0
Ojo	0.8	0.5	1.5	1.8	0.5	0.7	1.3
Otras marcas	1.0	1.1	0.7	1.8	0.8	0.9	1.3
Ninguna	11.5	11.0	12.7	13.4	10.9	10.2	18.7
No contesta	2.4	1.3	5.2	3.6	2.0	1.9	5.3
Base: Total de encuestados	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

MEDIOS DE COMUNICACIÓN / RADIOS INFORMATIVAS



MEDIOS DE COMUNICACIÓN / RADIOS INFORMATIVAS

MEDIOS DE COMUNICACIÓN / RADIOS INFORMATIVAS

	TOTAL	SEXO		EDAD		ZONA	
		Mas	Fem	18 - 44	45 +	Lima	Región
RPP	52.4	48.9	61.9	58.0	50.8	52.4	52.0
PBO	22.3	26.3	11.2	8.9	26.1	23.0	18.7
Exitosa	10.5	10.5	10.4	14.3	9.4	10.4	10.7
Radio Nacional	1.4	1.3	1.5	4.5	0.5	0.9	4.0
Ninguna	9.7	10.2	8.2	8.0	10.2	9.7	9.3
No contesta	3.8	2.7	6.7	6.3	3.0	3.5	5.3
Base: Total de encuestados	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

MEDIOS DE COMUNICACIÓN / RADIO MUSICALES



OXÍGENO	21.5
MÁGICA	11.3
DOBLE NUEVE	8.3
LA INOLVIDABLE	7.7
STUDIO 92	6.3
OASIS	5.1
PANAMERICANA	3.8
ZETA ROCK & POP	3.6
FELICIDAD	3.4
PLANETA	3.4

MEDIOS DE COMUNICACIÓN / RADIOS MUSICALES

MEDIOS DE COMUNICACIÓN / RADIOS MUSICALES

	TOTAL	SEXO		EDAD		ZONA	
		Mas	Fem	18 - 44	45 +	Lima	Región
Oxígeno	21.5	23.1	17.2	24.1	20.8	20.0	30.7
Mágica	11.3	12.1	9.0	1.8	14.0	11.8	8.0
Doble Nueve	8.3	10.2	3.0	7.1	8.6	9.3	2.7
La Inolvidable	7.7	7.8	7.5	4.5	8.6	5.8	18.7
Studio 92	6.3	5.9	7.5	13.4	4.3	5.8	9.3
Oasis	5.1	5.6	3.7	5.4	5.1	6.0	0.0
Panamericana	3.8	4.0	3.0	1.8	4.3	3.2	6.7
Zeta Rock & Pop	3.6	4.3	1.5	3.6	3.6	3.5	4.0
Felicidad	3.4	3.5	3.0	0.9	4.1	3.9	0.0
Planeta	3.4	3.0	4.5	6.3	2.5	3.7	1.3
Otras marcas	15.2	11.3	26.1	17.0	14.7	16.0	10.7
Ninguna	5.1	5.1	5.2	8.9	4.1	5.8	1.3
No contesta	5.3	4.0	9.0	5.4	5.3	5.1	6.7
Base: Total de encuestados	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

MEDIOS DE COMUNICACIÓN / TELEVISORAS INFORMATIVAS EN CABLE



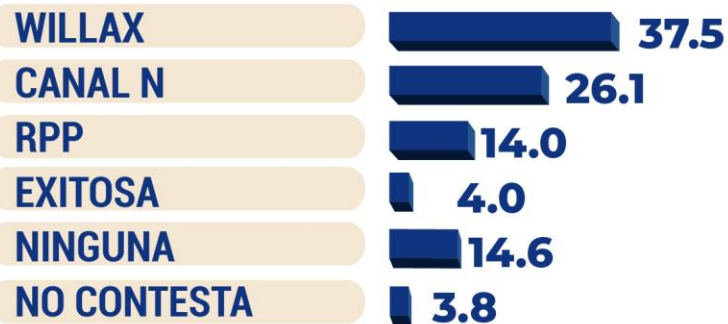
 willax



 caNal



 RPP



MEDIOS DE COMUNICACIÓN / TELEVISORAS INFORMATIVAS EN CABLE

MEDIOS DE COMUNICACIÓN / TELEVISORAS INFORMATIVAS EN CABLE

	TOTAL	SEXO		EDAD		ZONA	
		Mas	Fem	18 - 44	45 +	Lima	Región
Willax	37.5	41.9	25.4	25.0	41.1	38.7	30.7
Canal N	26.1	25.0	29.1	30.4	24.9	26.2	25.3
RPP	14.0	12.6	17.9	17.0	13.2	13.2	18.7
Exitosa	4.0	4.6	2.2	6.3	3.3	3.7	5.3
Ninguna	14.6	13.7	17.2	15.2	14.5	14.6	14.7
No contesta	3.8	2.2	8.2	6.3	3.0	3.5	5.3
Base: Total de encuestados	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

MEDIOS DE COMUNICACIÓN / TELEVISORAS PROGRAMACIÓN GENERAL



 willax

WILLAX 23.3



 américa

AMÉRICA TV 17.8

LATINA 17.8



 Latina

ATV 6.3

PANAMERICANA 3.6

TV PERÚ 2.2

CANAL N 0.4

NO SOMOS TV 0.4

SOL TV 0.4

RED TV 0.2

MEDIOS DE COMUNICACIÓN / TELEVISORAS PROGRAMACIÓN GENERAL

MEDIOS DE COMUNICACIÓN / TELEVISORAS PROGRAMACIÓN GENERAL

	TOTAL	SEXO		EDAD		ZONA	
		Mas	Fem	18 - 44	45 +	Lima	Región
Willax	23.3	26.9	13.4	13.4	26.1	24.1	18.7
América TV	17.8	16.4	21.6	22.3	16.5	16.9	22.7
Latina	17.8	16.9	20.1	18.8	17.5	18.6	13.3
ATV	6.3	5.6	8.2	7.1	6.1	6.3	6.7
Panamericana	3.6	3.8	3.0	1.8	4.1	3.5	4.0
TV Perú	2.2	2.2	2.2	5.4	1.3	1.9	4.0
Canal N	0.4	0.5	0.0	0.0	0.5	0.5	0.0
No Somos TV	0.4	0.5	0.0	1.8	0.0	0.5	0.0
Sol TV	0.4	0.3	0.7	0.9	0.3	0.2	1.3
Red TV	0.2	0.3	0.0	0.0	0.3	0.2	0.0
Otras marcas	0.2	0.3	0.0	0.0	0.3	0.0	1.3
Ninguna	20.8	21.5	18.7	17.9	21.6	20.6	21.3
No contesta	6.7	4.8	11.9	10.7	5.6	6.7	6.7
Base: Total de encuestados	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

CUANDO EL COMPROMISO ES
MÁS QUE UNA PROMESA



INVESTIGACIÓN DE MERCADO

ESTUDIOS DE MERCADO, CONSULTORÍA EN MARKETING,
INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA Y CUALITATIVA,
OPINIÓN PÚBLICA

