



PRESIDENCIALES PERÚ 2026: **ANÁLISIS DE LA CAMPAÑA DIGITAL**

PERÚ, MARZO 2026

FICHA TÉCNICA

OBJETIVO

Analizar la presencia, el nivel de interacción y los sentimientos generados por los candidatos presidenciales con mayor intención de voto en medios digitales seleccionados.

METODOLOGÍA

Social listening mediante el uso de la plataforma Brand24. Unidad de análisis: Menciones y publicaciones en medios digitales seleccionados.

MUESTRA DE CANDIDATOS

Siete candidatos presidenciales que han logrado la mayor intención de voto en las últimas encuestas de las empresas de investigación de mercado DATUM, IPSOS y CPI.

MEDIOS DIGITALES

Facebook, Instagram, TikTok, X y buscador de Google. No se incluyó a YouTube debido a que Brand24 analiza a esta red junto con otras plataformas de video.

PERIODO ANALIZADO (2026)

Marzo 23	Seguidores de redes y de candidatos.
Marzo 17 al 23	Interacción y sentimientos.
Marzo 3 al 23	Búsquedas en Google.

RESUMEN EJECUTIVO

El análisis de la campaña digital para las elecciones presidenciales de 2026 en Perú revela un escenario competitivo donde Keiko Fujimori y Rafael López Aliaga mantienen un empate técnico en intención de voto (11.0% cada uno). A pesar de este equilibrio, la presencia en redes muestra contrastes marcados: Fujimori posee la comunidad digital más robusta (4.6 millones de seguidores) y lidera en menciones totales. Candidatos como Alfonso López-Chau, Carlos Álvarez, Jorge Nieto, Roberto Sánchez y César Acuña prácticamente comparten un quíntuple empate estadístico en intención de voto, pero logran resultados digitales muy distintos.

En el ecosistema digital, TikTok se consolida como la principal fuente de interacción y viralización, superando a redes históricas como Facebook. Jorge Nieto, destaca a pesar de contar con una reducida comunidad digital de 85.8 miles de seguidores, liderando en interacciones totales (2.2 millones), además de búsquedas en Google, impulsado por su desempeño en TikTok. Esto sugiere que generar debate y participación digital no depende solo del tamaño de la comunidad propia, sino de la efectividad del contenido para captar audiencias jóvenes y dinámicas, así como de la acción digital de terceros.

Respecto al sentimiento digital, el estudio muestra una percepción polarizada y mayoritariamente neutra para la mayoría de candidatos. Jorge Nieto registra el índice de sentimiento más alto (+14.6%), seguido por Rafael López Aliaga (+7.3%), los únicos con indicadores positivos relevantes. En contraste, figuras con alta exposición como Roberto Sánchez (-31.5%), César Acuña (-11.2%) y Keiko Fujimori (-6.4%), logran los índices más bajos. Esto evidencia los desafíos de reputación de los candidatos en la agenda digital actual, en la recta final de la campaña electoral.

INTENCIÓN DE VOTO PARA LA ELECCIÓN PRESIDENCIAL DEL 12 DE ABRIL 2026

Resultados de la última encuesta de DATUM, IPSOS y CPI:



RAFAEL LÓPEZ ALIAGA

KEIKO FUJIMORI

ALFONSO LÓPEZ-CHAU

CARLOS ÁLVAREZ

JORGE NIETO

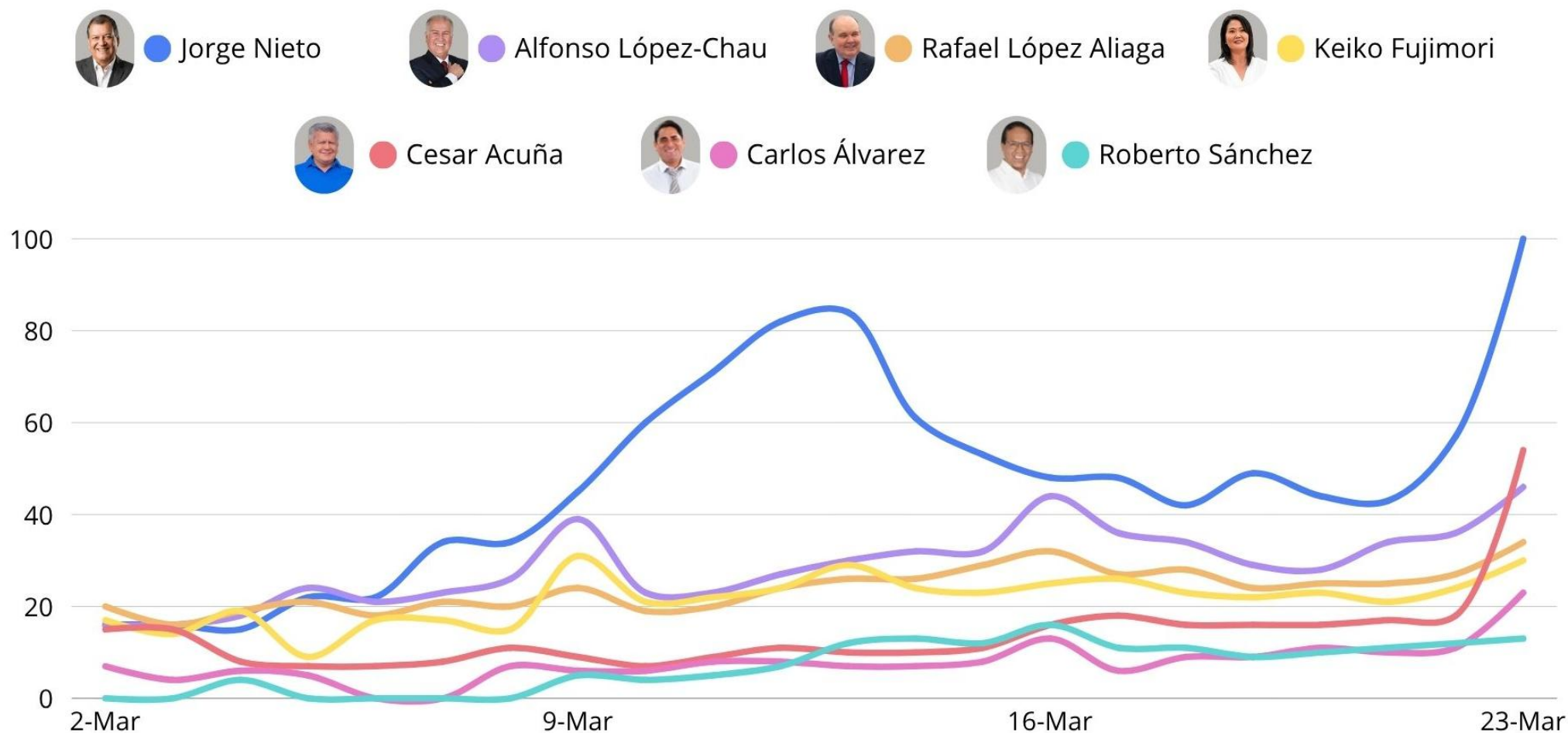
ROBERTO SÁNCHEZ

CÉSAR ACUÑA

	CAMPO	LÓPEZ A	KEIKO	LÓPEZ CH	ÁLVAREZ	NIETO	SÁNCHEZ	ACUÑA	INDECISOS
DATUM	Mar 13 / 17	11.7	11.9	6.5	5.0	4.6	2.0	3.6	35.8
IPSOS	Mar 21 / 22	10.0	11.0	5.0	5.0	5.0	5.0	3.0	36.0
CPI	Mar 21 / 23	11.2	10.1	6.6	3.5	3.9	3.1	3.2	39.6
PROMEDIO		11.0	11.0	6.0	4.5	4.5	3.4	3.3	37.1

FUENTE: DATUM, IPSOS, CPI
ELABORACIÓN: VOX POPULI

GOOGLE: BÚSQUEDAS DE CANDIDATOS (DEL 2 AL 23 / 03 / 2026)



El valor de 100 indica el nivel máximo de búsquedas logrado por un candidato durante el período analizado.

BÚSQUEDAS DE CANDIDATOS EN GOOGLE (DEL 2 AL 23 / 03 / 2026)

El análisis de Google Trends del 2 al 23 de marzo muestra que la atención del público se concentra en pocos candidatos. Jorge Nieto lidera ampliamente, con un incremento sostenido desde el 9 de marzo y un pico muy marcado el 23, lo que sugiere que eventos recientes, cobertura mediática y actividad en redes aumentaron su visibilidad. Keiko Fujimori, aunque mantiene un interés constante, presenta picos menos pronunciados, reflejando una presencia estable pero menos dinámica.

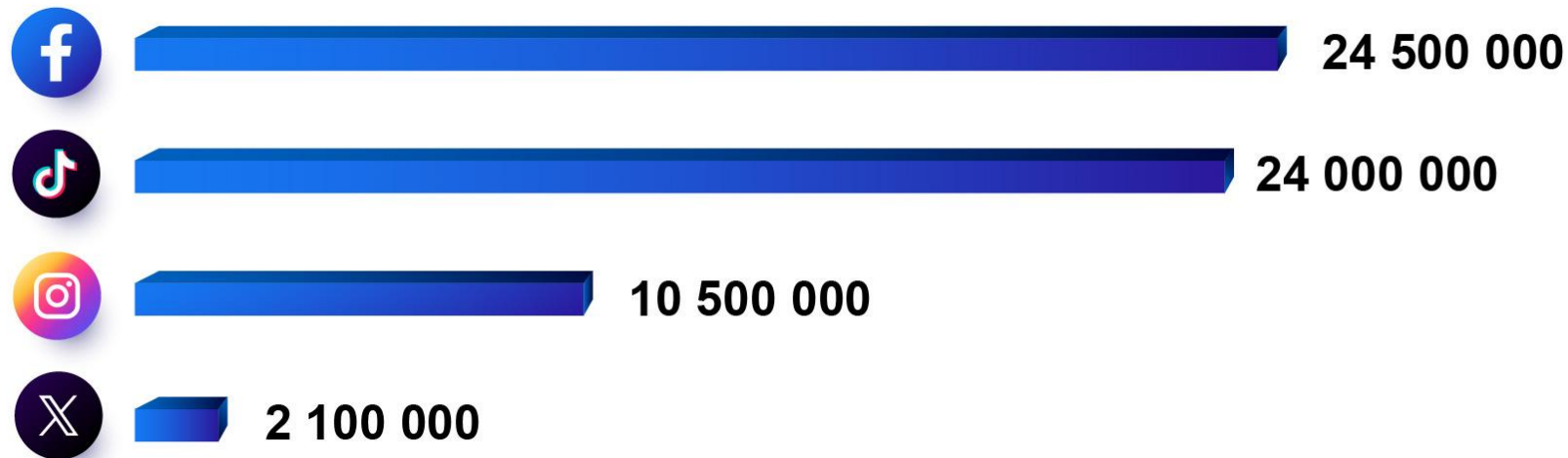
Alfonso López-Chau y Rafael López Aliaga muestran niveles moderados de búsqueda con fluctuaciones, destacando repuntes alrededor del 16 de marzo, posiblemente asociados a noticias específicas. César Acuña registra un aumento puntual hacia el 23 de marzo, indicando atención mediática momentánea.

En contraste, Carlos Álvarez y Roberto Sánchez mantienen búsquedas en niveles bajos y estables, evidenciando menor presencia en la agenda digital. En general, el patrón sugiere que la atención en línea se concentra en candidatos con mayor exposición mediática y capacidad de generar interés en eventos clave, mientras otros permanecen en segundo plano en el interés del electorado.

SEGUIDORES DE FACEBOOK, INSTAGRAM, TIKTOK Y X EN PERÚ (23 / 03 / 2024)

En Perú, Facebook (24,5 M) domina por su base histórica y TikTok (24 M) por la preferencia de jóvenes por contenidos virales, mientras Instagram (10,5 M) crece lentamente y X (2,1 M) tiene menor número de seguidores pero alta actividad de contenidos controvertidos sobre política. Estas diferencias se explican por la penetración de smartphones, el consumo de video y las estrategias de cada plataforma para captar usuarios mediante tendencias y algoritmos.

Fuente: We Are Social, World Population Review (2025)



SEGUIDORES DE CANDIDATOS EN FACEBOOK, INSTAGRAM, TIKTOK y X (23 / 03 / 2026) (Q)

Keiko Fujimori domina en todas las plataformas, César Acuña y Carlos Álvarez tienen fuerza en Facebook, y Rafael López Aliaga destaca en TikTok y X con contenido viral. Esto evidencia de que el éxito de la gestión digital de la campaña depende de combinar alcance masivo en Facebook, y lograr engagement en TikTok y X para captar votantes jóvenes. Alfonso López-Chau, Roberto Sánchez y Jorge Nieto registran bajo nivel en el número de seguidores. A la vez, Jorge Nieto registra el más bajo nivel de seguidores, el más alto de interacción y el segundo más alto de menciones..

CANDIDATO	FACEBOOK	INSTAGRAM	TIKTOK	X	TOTAL
Keiko Fujimori	1 900 000	335 965	1 210 464	1 184 351	4 630 780
César Acuña	1 400 000	109 113	500 388	89 452	2 098 953
Carlos Álvarez	1 400 000	97 872	572 035	0	2 069 907
Rafael López Aliaga	756 000	171 702	858 104	328 240	2 114 046
Alfonso López-Chau	114 000	6 218	69 546	13 475	203 239
Roberto Sánchez	100 308	1 571	42 431	9 385	153 695
Jorge Nieto	23 000	9 598	32 999	20 288	85 885
TOTAL	5 693 308	732 039	3 285 967	1 645 191	11 356 505

MENCIONES DE CANDIDATOS EN FACEBOOK, INSTAGRAM, TIKTOK Y X (17-23 / 03 / 2026) (Q)

Las publicaciones en redes refleja más participación en TikTok y X, desplazando a Facebook, mientras Instagram se ubica en el nivel más bajo. Keiko Fujimori lidera el debate, especialmente en TikTok (745) y X (713), mientras Jorge Nieto destaca en TikTok (1 279) por viralización. Rafael López Aliaga tiene un número de menciones parejo en todas las redes. César Acuña y Carlos Álvarez participan de forma moderada. Roberto Sánchez (108) tiene el nivel más bajo de menciones. TikTok y X son claves para viralización, mientras Instagram complementa visibilidad en nichos.

CANDIDATO	FACEBOOK	INSTAGRAM	TIKTOK	X	TOTAL
Keiko Fujimori	610	535	745	713	2 603
Jorge Nieto	146	124	1 279	706	2 255
Rafael López Aliaga	365	312	524	699	1 900
César Acuña	455	253	459	444	1 611
Carlos Álvarez	232	173	257	333	995
Alfonso López-Chau	225	105	199	417	946
Roberto Sánchez	12	5	22	69	108
TOTAL	2 045	1 507	3 485	3 381	10 418

INTERACCIÓN DE CANDIDATOS EN FACEBOOK, INSTAGRAM, TIKTOK y X (17-23 / 03 / 2026) (Q)

La mayor interacción se da en TikTok, que se posiciona como la principal fuente de actividad digital. Las publicaciones sobre Jorge Nieto lideran la participación con 2,2 M de interacciones, seguidas por las de César Acuña y Keiko Fujimori. En Instagram, los contenidos sobre Carlos Álvarez destacan con 71 K de interacciones, mientras que la conversación sobre Rafael López Aliaga muestra rendimiento parejo en todas las plataformas. Las publicaciones sobre Alfonso López-Chau y Roberto Sánchez registran baja respuesta. En conjunto, TikTok domina el volumen de interacción, con Facebook como canal complementario e Instagram como nicho.

CANDIDATO	FACEBOOK	INSTAGRAM	TIKTOK	X	TOTAL
Jorge Nieto	39 000	12 000	2 200 000	4 699	2 255 699
César Acuña	93 491	12 465	1 966 277	24 101	2 096 334
Keiko Fujimori	130 000	7 837	1 600 000	1 922	1 739 759
Carlos Álvarez	64 830	71 441	1 280 906	1 408	1 418 585
Rafael López Aliaga	100 000	9 469	645 000	4 933	759 402
Alfonso López-Chau	53 478	2 664	114 643	9 132	179 917
Roberto Sánchez	1 077	4	14 000	229	15 310
TOTAL	481 876	115 880	7 820 826	46 424	8 465 006

SENTIMIENTO HACIA CANDIDATOS (DEL 17 AL 23 / 03 / 2026) (Q)

El análisis absoluto (Q) de sentimiento muestra diferencias claras en la percepción pública. Jorge Nieto lidera con el mejor balance (+327), seguido por Rafael López Aliaga (+139) con alta neutralidad. Alfonso López-Chau y Carlos Álvarez presentan percepciones equilibradas, sin posiciones marcadas. Keiko Fujimori (-166) y César Acuña (-181) registran mayores niveles de rechazo. Cabe señalar que el índice se calcula como la diferencia entre opiniones positivas y negativas, mostrando el balance del resultado real de cada candidato. En conjunto, la conversación es mayoritariamente neutra, pero con claros contrastes entre candidatos.

CANDIDATO	POSITIVO	NEGATIVO	NEUTRO	ÍNDICE Q
Jorge Nieto	1 065	738	452	327
Rafael López Aliaga	548	409	943	139
Alfonso López-Chau	204	196	546	8
Carlos Álvarez	195	197	603	-2
Roberto Sánchez	12	46	50	-34
Keiko Fujimori	541	707	1 355	-166
César Acuña	173	354	1 084	-181
TOTAL	2 738	2 647	5 033	

SENTIMIENTO HACIA CANDIDATOS (DEL 17 AL 23 / 03 / 2026) (%)

El análisis relativo (%) de sentimiento muestra lo mismo que el absoluto, pero en números porcentuales que permiten mejor comparabilidad. Jorge Nieto lidera con un índice de +14,6, gracias a la correlación de 47.3 % de sentimiento positivo frente a 32.7 % negativo. Rafael López Aliaga mantiene saldo positivo (+7.3). En el otro extremo, Roberto Sánchez (-31.5) registra el mayor déficit, mostrando fuerte percepción negativa. Este indicador es importante porque muestra el signo de la actitud hacia los candidatos, y como se sabe por psicología conductual, la actitud puede preceder a la conducta, en este caso, conducta electoral o voto.

CANDIDATO	POSITIVO	NEGATIVO	NEUTRO	ÍNDICE %
Jorge Nieto	47.3	32.7	20.0	14.6
Rafael López Aliaga	28.8	21.5	49.6	7.3
Alfonso López-Chau	21.6	20.7	57.7	0.8
Carlos Álvarez	19.6	19.8	60.6	-0.2
Keiko Fujimori	20.8	27.2	52.1	-6.4
César Acuña	10.7	22.0	67.3	-11.2
Roberto Sánchez	11.1	42.6	46.3	-31.5

PERFORMANCE DIGITAL DE CANDIDATOS SELECCIONADOS

Candidato	Intención de voto	Búsquedas en Google	Seguidores en redes	Menciones	Interacción	Sentimiento Q	Sentimiento %
Rafael López Aliaga	11.0	24	2 098 953	1 900	759 402	139	7.3
Keiko Fujimori	11.0	22	4 630 780	2 603	1 739 759	-166	-6.4
Alfonso López-Chau	6.0	29	2 114 046	946	179 917	8	0.8
Carlos Álvarez	4.5	8	2 069 907	995	1 418 585	-2	-0.2
Jorge Nieto	4.5	48	85 885	2 255	2 255 699	327	14.6
Roberto Sánchez	3.4	7	153 695	108	15 310	-34	-31.5
César Acuña	3.3	14	2 098 953	1 611	2 096 334	-181	-11.2

Candidatos: Candidatos presidenciales con mayor intención de voto en las últimas encuestas de DATUM, IPSOS Y CPI.

Intención de voto: Promedio de la intención de voto de los candidatos en las encuestas de DATUM, IPSOS Y CPI.

Búsquedas en Google: El valor de 100 indica el nivel máximo de búsquedas logrado por un candidato durante el período analizado. El índice de cada candidato es el obtenido el lunes 23 de marzo, respecto al valor de 100.

Seguidores en redes: Total de seguidores de los candidatos en Facebook, Instagram, TikTok y X.

Menciones: Total de publicaciones que hacen referencia a los candidatos en Facebook, Instagram, TikTok y X durante el período analizado.

Interacción: Total de reacciones generadas por las menciones en Facebook, Instagram, TikTok y X durante el período de tiempo analizado: likes, comentarios y compartidos.

Sentimiento Q: índice de sentimiento absoluto (total de menciones) obtenido así: sentimiento positivo Q menos sentimiento negativo Q.

Sentimiento %: índice de sentimiento relativo (porcentaje de menciones) obtenido así: sentimiento positivo % menos sentimiento negativo %.

CONCLUSIONES

Intención de voto: Keiko Fujimori y Rafael López Aliaga están en empate técnico (11.0%), mientras que Alfonso López-Chau se ubica en un segundo bloque (6.0%).

Google Trends: Jorge Nieto lidera en búsquedas con un valor de 48, mientras que Carlos Álvarez y Roberto Sánchez registran niveles mínimos de interés.

Redes sociales: Keiko Fujimori tiene la comunidad digital más grande (4.6 millones), seguida de César Acuña, Carlos Álvarez y Rafael López Aliaga (más de 2 millones cada uno).

Menciones: Keiko Fujimori domina en volumen total (2,603), pero Jorge Nieto genera mayor debate digital (2,255), especialmente en TikTok.

Interacción: Jorge Nieto lidera con 2.2 millones de interacciones, seguido de César Acuña (2.09 millones), superando a candidatos con más seguidores.

Sentimiento digital: Jorge Nieto registra +14.6% de saldo positivo, Rafael López Aliaga +7.3% y Alfonso López-Chau +0.8%. En terreno negativo se encuentran Carlos Álvarez con -0.2%, Keiko Fujimori con -6.4%, César Acuña con -11.2% y Roberto Sánchez con el índice más alto de rechazo -31.5%.

CUANDO EL COMPROMISO ES MÁS QUE UNA PROMESA

<http://www.voxpopuli.pe>
Mail: voxpopuli@voxpopuli.pe
Teléfono: 51 1 692 3853
Pasaje Isabelita 134
Santiago de Surco
Lima, Perú