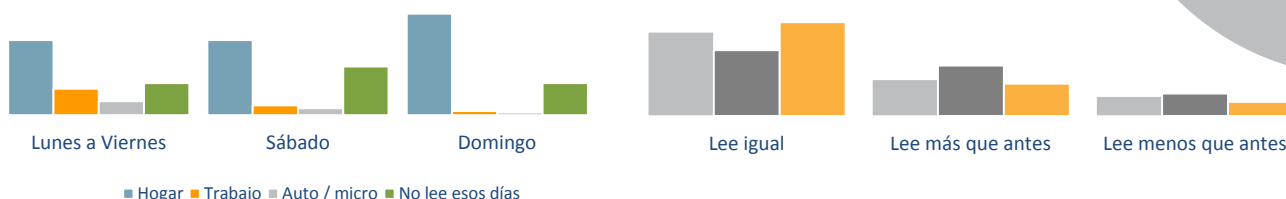


Hábitos, usos y actitudes hacia la prensa escrita 2013

Ipsos Perú ha publicado el estudio “Hábitos, usos y actitudes hacia la prensa escrita 2013”.

A continuación se presentan algunos de los principales resultados y hallazgos de la investigación.

- ✓ La población entre los 12 y 70 años de Lima Metropolitana es de aproximadamente 7'212,756 habitantes, de ellos el 79% lee diarios (ya sean impresos o por internet) al menos una vez por semana.
- ✓ El quisco continua siendo el lugar preferido de compra. La compra de diarios a los vendedores ambulantes se ha reducido en 3% con respecto al año pasado.
- ✓ El lugar preferido de lectura de diarios continúa siendo el hogar, y son las personas del género masculino los que más leen en el trabajo u oficina con un 28% frente a 8% del género femenino.
- ✓ El 85% lee diarios de lunes a viernes y el 44% de estos los lee entre las 06:00 a.m y 12:00 m.
- ✓ Las secciones más leídas son: Primera página / plana, espectáculos (de mayor preferencia en el género femenino), deportes (de mayor preferencia en el género masculino, y noticias nacionales e internacionales. Y las secciones con mayor preferencia son: deportes, espectáculos y noticias nacionales.



- ✓ *Trome* lidera el *top of mind* en cuanto a recordación espontánea de diarios con 46%, seguido de *El Comercio* (22%) y *Ojo* (11%). Cabe destacar que *Trome* es cada año más recordado por los lectores habituales de diarios.
- ✓ Los diarios más leídos de lunes a viernes son *Trome* y *Ojo*, y los más leídos los fines de semana son *Trome* y *El Comercio*. Cabe resaltar el descenso de la lectura de *El Comercio* los días domingos pasando de un 28% en el 2010 a 27% en el presente año.
- ✓ Los jóvenes entre los 18 y 24 años son los que más leen diarios por internet, y es *El Comercio* el diario más leído en esa plataforma.
- ✓ *El Comercio* continúa siendo considerado el mejor diario especialmente entre los NSE A y B, seguido por el *Trome* calificado el mejor especialmente entre los NSE C, D y E.

Metodología

Encuestas realizadas entre el 18 de enero y 7 de febrero del 2013 a una muestra aleatoria conformada por 605 entrevistados de 12 a 70 años residentes de Lima Metropolitana.

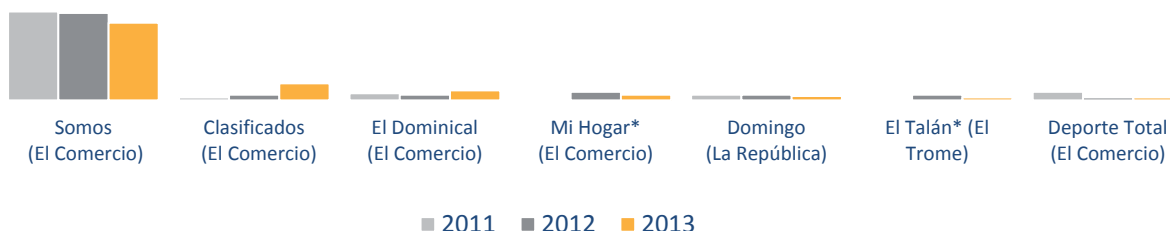
Director del estudio : Javier Álvarez (javier.alvarez@ipsos.com)
 Elaboración del estudio : Alejandra Miranda (alejandra.miranda@ipsos.com)
 Asistente de ventas : Johana Tang (johana.tang@ipsos.com)

Marketing Data

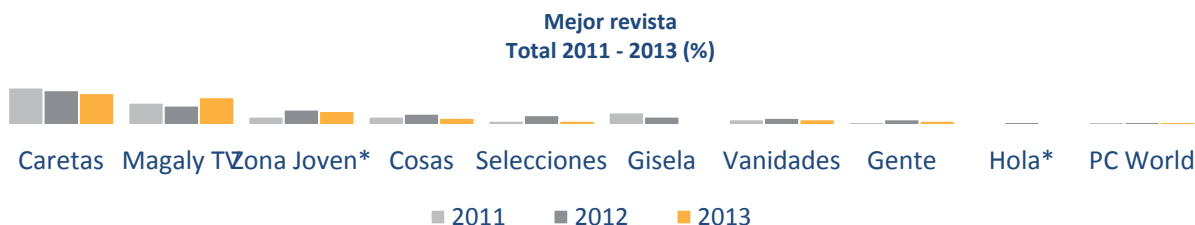
Marketing Data es un servicio de información que brinda los principales hallazgos de los estudios multiclientes, que realiza Ipsos Perú. El contenido detallado y los resultados desagregados de las investigaciones se encuentran en los informes que publica Ipsos Perú.

Ipsos Perú
 Av. Reducto 1363, Miraflores, Lima - Perú
 610-0100
www.ipsos.pe

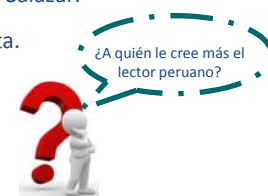
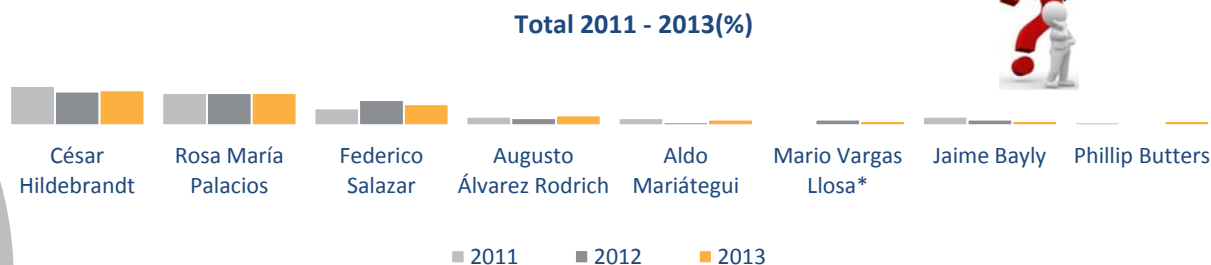
- ✓ Que explique lo que informa, que sea creativo y que tenga fotos son los tres aspectos más atractivos en la publicidad en los diarios.
- ✓ El 64% de lectores habituales afirma que la publicidad en los diarios influye mucho y regular sobre la decisión de compra de algún producto o servicio anunciado.
- ✓ Las revistas más recordadas que vienen de manera gratuita con los diarios son: *Somos*, *Clasificados*, *El Dominical*, pertenecientes al diario *El Comercio*.



- ✓ El 18% de lectores habituales de diarios lee alguna revista de paga. Y en promedio lee dos revistas al mes.
- ✓ El 31% afirma leer más revistas de paga que antes, y son las de espectáculos, actualidad y cultura las más leídas.
- ✓ *Caretas*, *Magaly Tv*, *Cosas* y *Zona Joven* lideran el *top of mind* de recordación y son a su vez las revistas más leídas.
- ✓ *Caretas* es considerada la mejor revista seguida de *Magaly Tv* y *Zona Joven*.



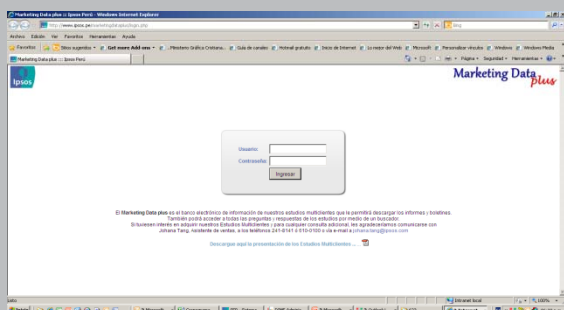
- ✓ César Hildebrandt y Federico Salazar son los periodistas que escriben en diarios más recordados, seguidos por Aldo Mariátegui, Augusto Álvarez Rodrich y Jaime Bayly.
- ✓ Los periodistas considerados de mayor credibilidad son César Hildebrandt, Rosa María Palacios y Federico Salazar.
- ✓ El 32% de entrevistados no ha leído o no recuerda haber leído algún artículo o columna de algún periodista.



Hábitos, usos y actitudes hacia la prensa escrita 2013

El informe se presenta en versión impresa. También se podrá consultar vía web todo el documento a través de nuestro **Marketing Data Plus**, banco electrónico de información de nuestros estudios multiclientes, el cual le permite acceder a los resultados por medio de un buscador.

Marketing Data Plus



Informe impreso



CONTENIDO DEL INFORME

Resumen ejecutivo

Universo y población del estudio

Hábitos de lectura

Hábitos de compra

Usos y actitudes hacia la publicidad en diarios

Recordación de lectoría de diarios

Evaluación e imagen de los diarios

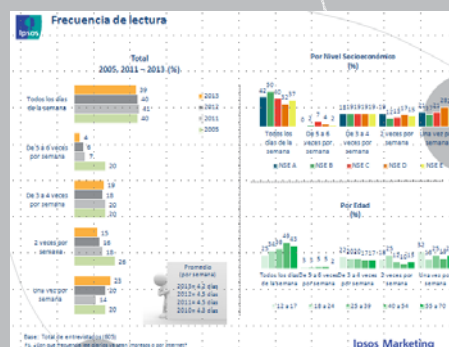
Periodistas que escriben en diarios

Suplementos / revistas de diarios

Revistas no vinculadas a diarios

Ficha técnica

Aspectos Legales



ORDEN DE COMPRA

Señores,
Ipsos Perú
 Av. Reducto 1363 - Miraflores
 Telf: 610-0100

Deseamos adquirir el estudio **Hábitos, usos y actitudes hacia la prensa escrita 2013**

Sírvanse remitir el informe con los resultados del estudio a:

Nombre: _____ Cargo: _____ E-mail: _____

Empresa: _____ Dirección: _____

RUC: _____ Teléfono: _____ Fax: _____

Enviar factura a nombre de: _____ Firma: _____

Atención:

Javier Álvarez
 Gerente de Estudios Multiclientes
 Precio: S/.4,000 (incluye IGV)