

SUCESOS 2016

# Top Brand

"ES EL RECONOCIMIENTO SINCERO DE LA AUDIENCIA, Y ESO SUPERA CUALQUIER OBSTÁCULO O CAMPAÑA EN CONTRA CON DESEOS DE DECIR LO CONTRARIO".

JOSE ROBERTO DUTRIZ, PRESIDENTE Y DIRECTOR GENERAL DE LA PRENSA GRÁFICA



## LA PRENSA GRÁFICA ES LA MARCA FAVORITA

### GALARDÓN ANUAL

LA UTEC ENTREGÓ POR SÉPTIMA VEZ EL PREMIO TOP BRAND AWARD A ESTE PERIÓDICO POR SER **EL PREFERIDO DE LOS "MILLENNIALS" EN EL PAÍS**, SEGÚN DETERMINÓ EL CIOPS.



**PRESENCIA.** DURANTE SIETE AÑOS, LA PRENSA GRÁFICA SE HA MANTENIDO COMO LÍDER INDISCUTIBLE EN LA CATEGORÍA DE PERIÓDICOS IMPRESOS, DE ACUERDO CON EL ESTUDIO IAN ELABORA EL CIOPS.



## DATOS

EL PREMIO HA IDO EVOLUCIONANDO CON EL PASO DE LOS AÑOS. EL CIOPS HA INTRODUCIDO CAMBIOS EN SU METODOLOGÍA PARA EL ESTUDIO QUE SIRVE DE BASE.

### ENCUESTA ANUAL

La Universidad Tecnológica de El Salvador (UTEC) a través de su Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS), estudia desde hace siete años las tendencias de consumo y las preferencias de los salvadoreños. Este año se enfocó en analizar los gustos y hábitos de consumo de la generación del milenio o "millennial".

### INSUMO ESTADÍSTICO

El Top Brand Award surgió con la intención de dar insumos estadísticos reales a las principales empresas del país, según explicó la UTEC en 2009, al dar a conocer su ranking de las marcas mejor evaluadas por los salvadoreños.

### GRUPO LPG DESTACA

La plataforma digital [lpg.com](http://lpg.com), el periódico hermano de LA PRENSA GRÁFICA, El Gráfico y Mi Claro han logrado posicionarse en la mente de los salvadoreños y destacar en el Top Brand Award. Recordar de marca, lo que las personas piensan de la marca al momento de consumir y la intención de compra sigue combinando para escoger a los ganadores.

**L**A PRENSA GRÁFICA volvió por séptima ocasión el premio Top Brand Award 2016 (TBA) que otorga la Universidad Tecnológica de El Salvador (UTEC). Este galardón representa el reconocimiento de los consumidores salvadoreños hacia sus marcas preferidas. La pasada edición se enfocó en la generación "millennial", es decir, las personas que en la actualidad tienen entre 20 y 37 años.

El estudio que sirvió de base a la selección de marcas ganadoras lo realizó el Centro de Investigación de la Opinión Pública (CIOPS) de la UTEC, que determinó que LA PRENSA GRÁFICA fue "el indiscutible ganador del premio Top Brand Award" con un 45,7% del puntaje total, el más alto de la categoría periódicos impresos.

Francisco Zepeda, director del CIOPS, explicó que la generación que en la pasada edición del premio LA PRENSA GRÁFICA ganó por "un margen muy considerable" en los tres indicadores que usó el estudio para determinar a los ganadores: reconocimiento de marca, intención de compra futura y participación de marca. "El premio se otorga a los 'millennials' oigen a LA PRENSA GRÁFICA como su periódico preferido", anunció Zepeda en noviembre.

En 2016, el estudio de la UTEC evaluó 407 marcas distribuidas en 11 áreas. Las ganancias fueron 98 marcas en igual número de categorías. Las marcas que ganaron de los tres indicadores coinciden con las ganadoras en su respectiva categoría.

"Este nos confirma mucho optimismo y

nuestra visión por atender mejor a nuestros usuarios como medio de comunicación impresa y digital", expresó el presidente y director general de LA PRENSA GRÁFICA, José Roberto Duarte, tras recibir su nuevo trofeo el premio TBA. "Esta es la prueba fehaciente de la labor diaria y constante que LA PRENSA GRÁFICA realiza por el país, llevando información en 'print' o en digital, y la ciudadanía lo recibe bien, lo aprueba y nos otorga su preferencia como el medio con el cual se informa", añadió.

El asesor de la UTEC, Nelson Zúñiga, destacó el crecimiento que el Top Brand Award ha logrado con el paso de los años: "Cuando comenzamos con este proyecto eran menos de 10 categorías con las que trabajábamos, eran menos de 200 marcas las que evaluábamos y las que consultábamos con la ciudadanía".

En El Salvador el 51% de la población es "millennial", con aproximadamente 3,8 millones de personas. En la muestra que usó la UTEC para su estudio, los entrevistados dijeron que tienen ingresos mensuales de entre \$200 y \$500. Además, uno de cada 100 entrevistado indicó que utiliza las redes sociales con frecuencia.

El 54,4% de esta generación adulta tiene su propio computadora laptop y menos de la mitad tiene computadora de escritorio o PC. Por ejemplo, ocho de cada 10 gastan entre \$1 y \$25 al mes en servicios de internet, ocho de cada 10 usan móvil o inteligencia.

La UTEC planea continuar introduciendo nuevas tendencias en el estudio para mejorar el conocimiento de los consumidores salvadoreños.

