

PREGUNTAS ESPECIALES TIPO OMNIBUS -República Dominicana-

(Análisis gráfico de la información)
Octubre, 2016

La Consultoría Interdisciplinaria en Desarrollo –CID Latinoamérica– realizó del 16 al 23 de septiembre del 2016 el presente estudio de Opinión Pública en la República Dominicana. Dentro del cual se realizaron preguntas especiales “tipo omnibus” sobre el posicionamiento y la preferencia de los canales de noticias entre los ciudadanos en el país. Esto con el objetivo de indagar la preferencia y recordación de los principales medios informativos.

Para cumplir con las metas y dentro del programa de opinión pública se entrevistaron un total de 1,235 adultos dominicanos de 18 años o más de edad, residentes en todo el país (ver metodología), seleccionados con base en una muestra aleatoria representativa de la ciudadanía nacional. Los resultados totales poseen un margen de error igual a ± 2.8 puntos (con un nivel de confianza del 95%), lo que significa que si se hubiera entrevistado a toda la población los valores expuestos no habrían variado en más del margen señalado.

CID Latinoamérica agradece a CDN, como a la ciudadanía dominicana, el apoyo y reconocimiento por la confianza que han depositado. A la vez, se reitera a la orden para atender sus observaciones y preguntas.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Contenido	Página
Presentación	2
Índice de contenidos	3
Síntesis Metodológica y características de la muestra	4
Visión Global	5
Preguntas especiales: Canales de noticias en el país	6
• “TOM” Canales de noticias	7
• Canales de televisión más vistos	8
• Noticieros favoritos	9
• El canal CDN	10
• Noticias de mayor interés	11
• Medios para ver CDN	11
• Opinión de Nuria Piera	12
• Anexos	13
	14

FICHA METODOLÓGICA

Características de la muestra -Porcentajes, n= 1.235 - a-b

Síntesis metodológica

- Estudio: cuantitativo.
- Informante: ciudadano de 18 años y más de edad residente en el país en hogar particular.
- Muestra: aleatoria y representativa de la población adulta.
- Tamaño muestra: 1,235
- Error muestral: ± 2.79 puntos (n=0.5, z=1.64)
- Fechas de campo: 16 al 23 de setiembre, 2016.
- Cuestionario: estructurado de aproximadamente 25 minutos.
- Cobertura: todo el territorio nacional.

a/La n es 1,235 para todos los cuadros y gráficos del presente informe, de lo contrario se indica
b/Sumas totales pueden ser iguales a “99” ó “101” debido a redondeo en decimales.

Fuente: anexos, cuadro estadístico 1 y 2

Característica	Porcentaje	Característica	Porcentaje
<u>Edad</u>	<u>100</u>	<u>Regiones</u>	<u>100</u>
18 a 24 años	21	Cibao Norte	17
25 a 34 años	26	Cibao Sur	8
35 a 44 años	20	Cibao Nordeste	8
45 a 54 años	17	Valdesia	11
55 y más años	15	Enriquillo	4
		El Valle	3
<u>Educación</u>	<u>100</u>	Yuma	6
Primaria/Ninguna	31	Higuamo	6
Secundaria	52	Ozama	34
Superior	17	Cibao Noroeste	4
<u>Sexo</u>	<u>100</u>		
Masculino	50		
Femenino	50		

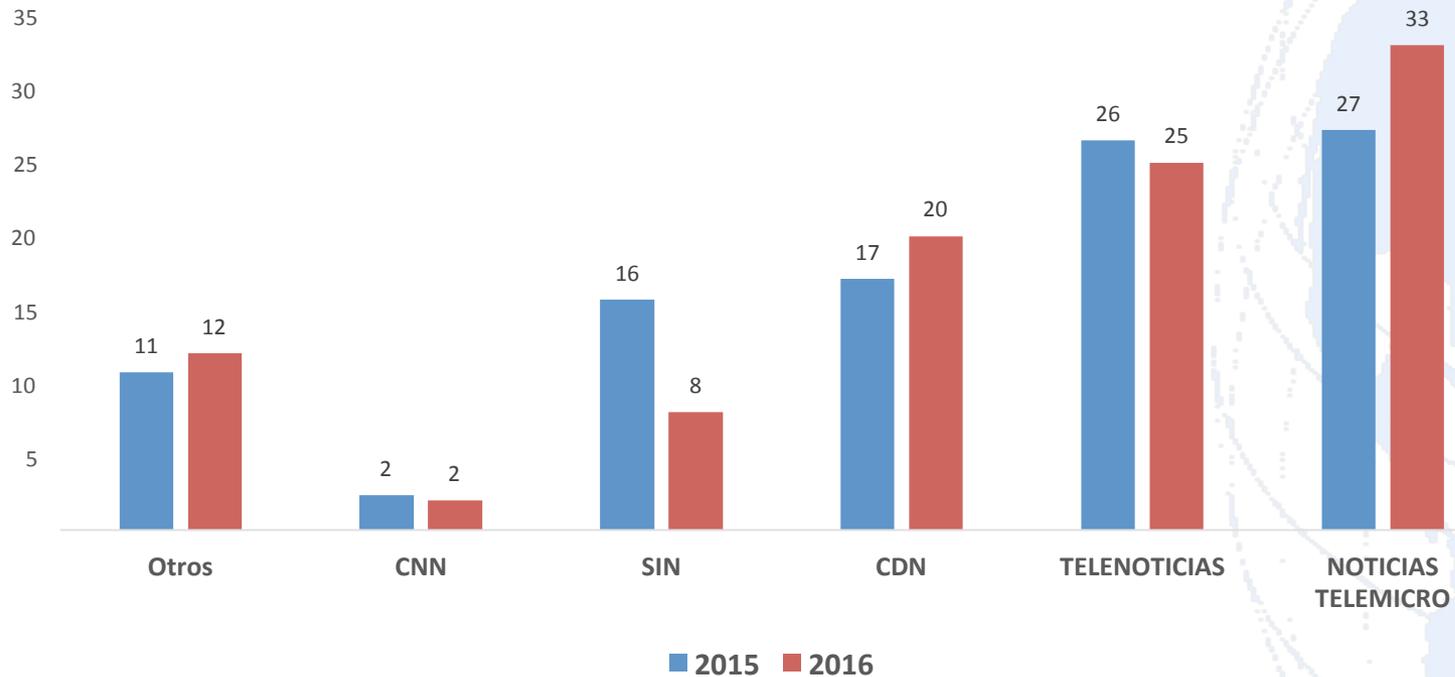


“PREGUNTAS ESPECIALES” CANALES DE NOTICIAS EN EL PAÍS

a/ La n es 1235 para todos los gráficos y cuadros de lo contrario se indica
b) Sumas totales pueden ser 99 ó 101, por efecto de redondeo.

--Noticias Telemicro y Telenoticias son los noticieros con mayor penetración en la mente de los entrevistados.

“Top of Mind” canales de televisión en el país
-Porcentaje-

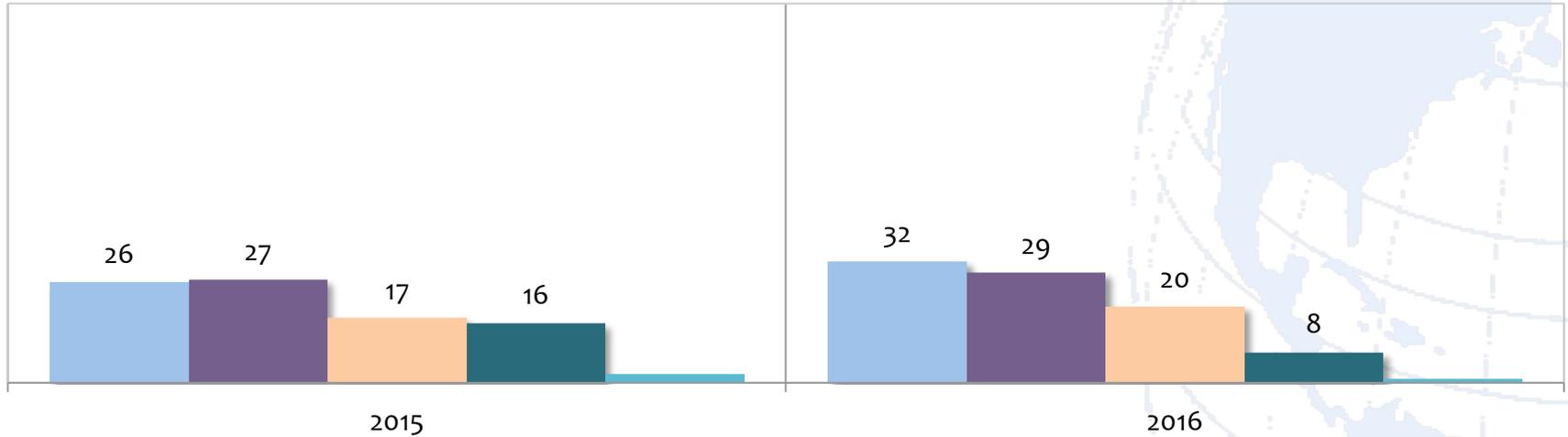


CANALES DE TELEVISIÓN MÁS VISTOS

-Al perfilar los televidentes de CDN se registra como existe mayor probabilidad que sintonicen el canal aquellos ciudadanos residentes de las zonas rurales y quienes tengan cuarenta o más edad-

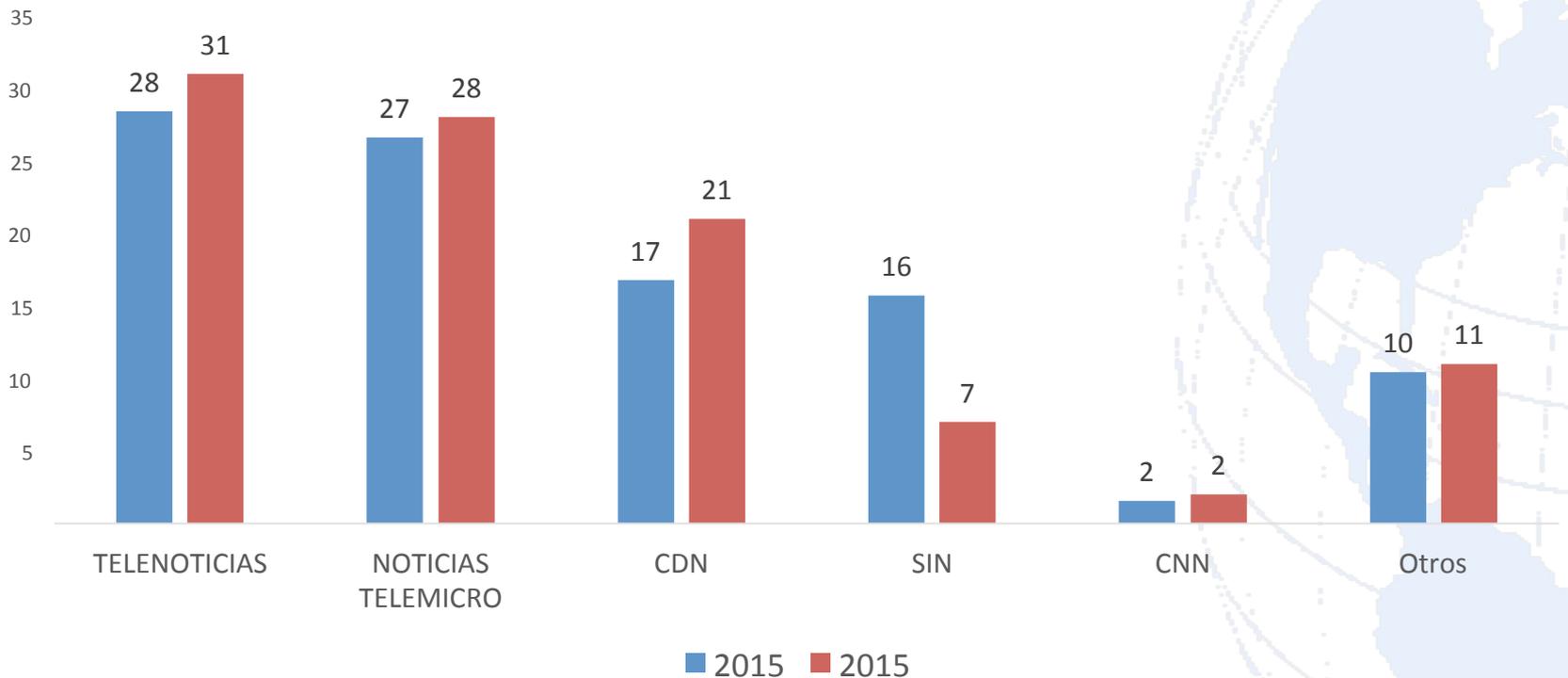
Programas o canales con mayor sintonía -Porcentajes, principales menciones-

■ Telenoticias ■ Noticias Telemicro ■ CDN ■ SIN ■ CNN



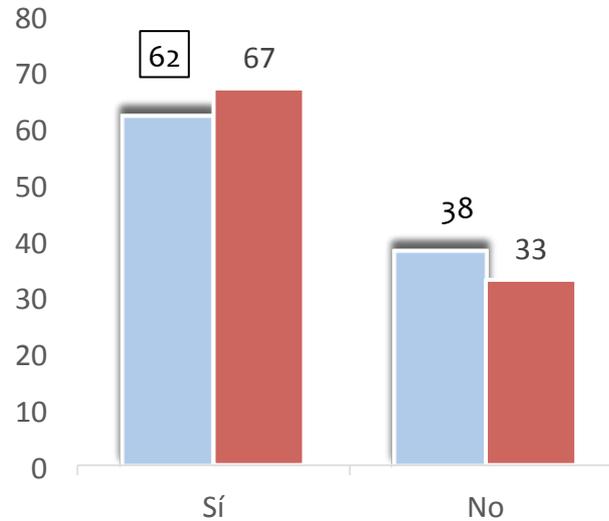
-Además de ser los canales con mayor posicionamiento en la mente de los televidentes, Telenoticias y Noticias Telemicro son los canales de noticias de mayor preferencia.

Canales de noticias favoritos
-Porcentajes-

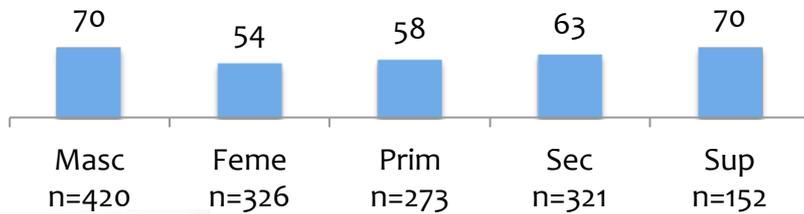


-Tres de cada cinco entrevistados observa CDN, para 2016 se ve un aumento significativo en las mujeres con relación al 2015

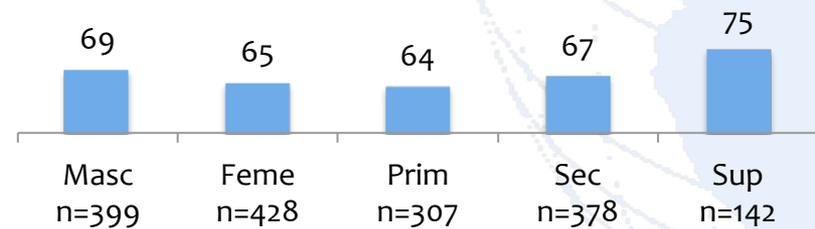
Ha visto CDN
-Porcentajes-



Ha visto CDN según sexo y educación
-Porcentajes, respuestas “sí ha visto”2015-



Ha visto CDN según sexo y educación
-Porcentajes, respuestas “sí ha visto”2016-



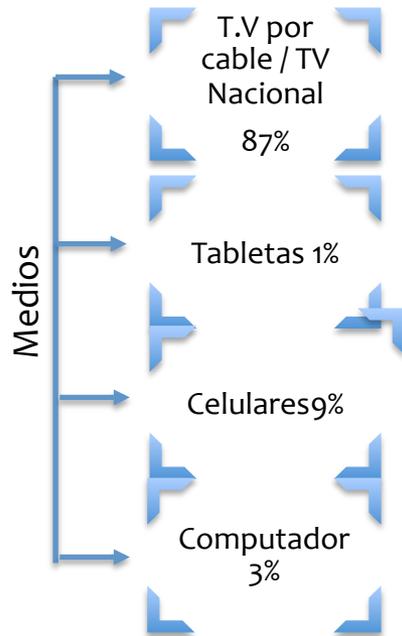
-Tres de cada cinco entrevistados observa CDN, especialmente los programas de Noticia seguido de Jose Gutiérrez

Programas que más gustan de CDN
-Porcentajes, principales menciones-



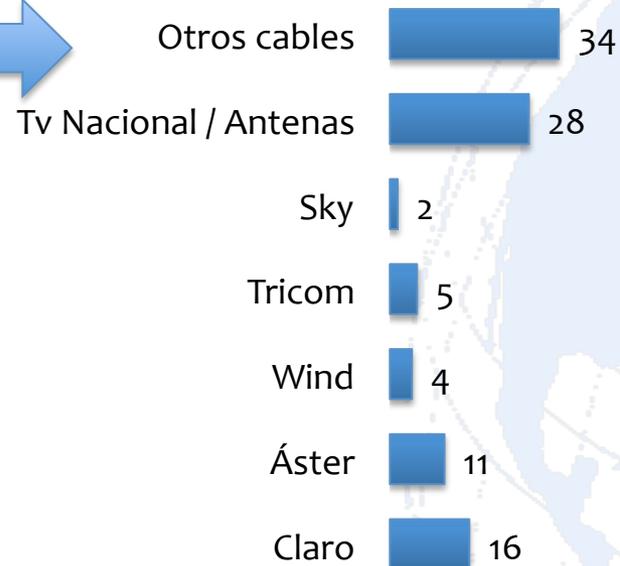
Medios que utiliza para ver CDN

-Porcentajes

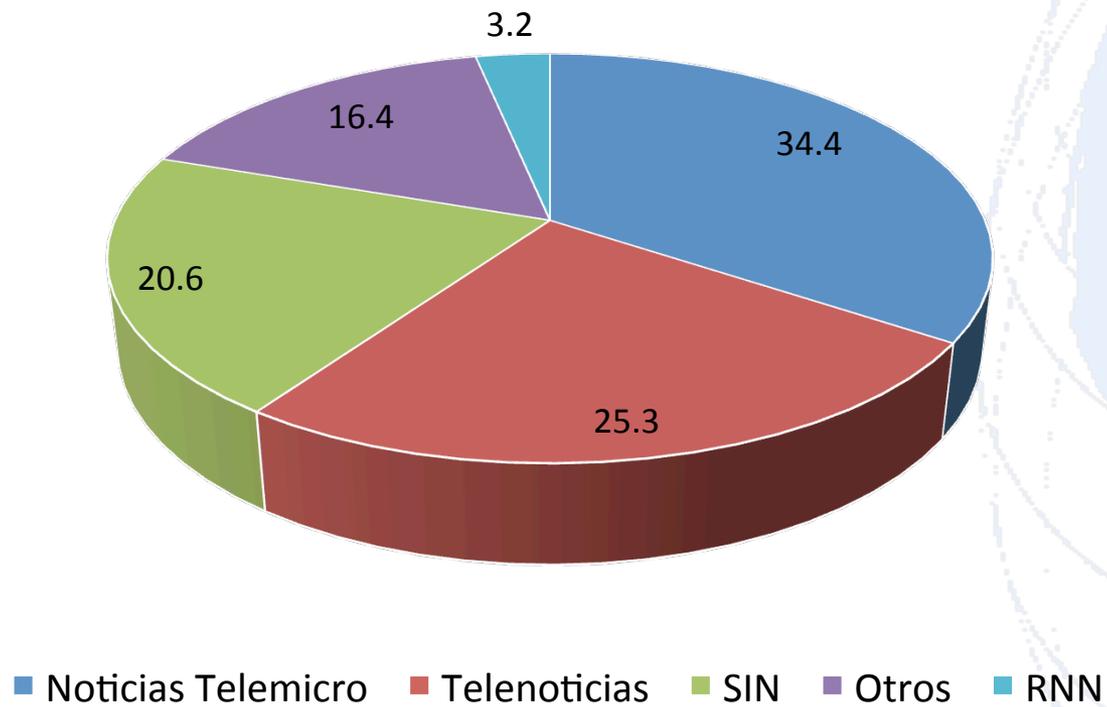


Compañía de Cable

-Porcentajes, principales menciones-

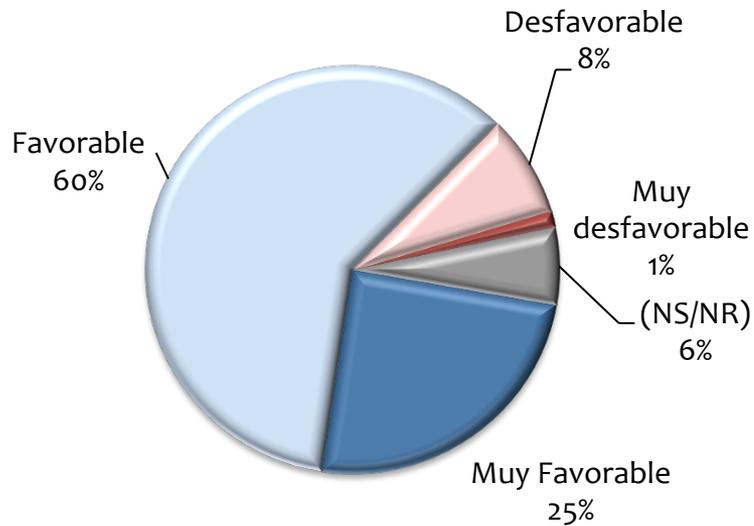


Principal competencia de CDN
-Porcentajes, principales menciones-

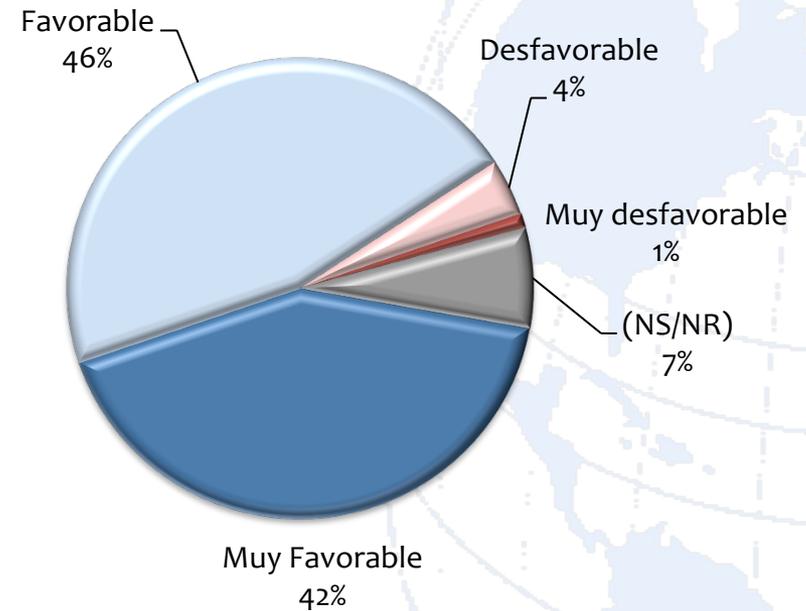


-Nuria Piera es una figura de mucha legitimidad en el país, la mayoría de participantes sin importar variable demográfica tiene conceptos positivos sobre su persona-

**Evaluación de imagen Nuria Piera
-Porcentajes, n=1200-**



**Evaluación de imagen Nuria Piera
-Porcentajes- 2016-**

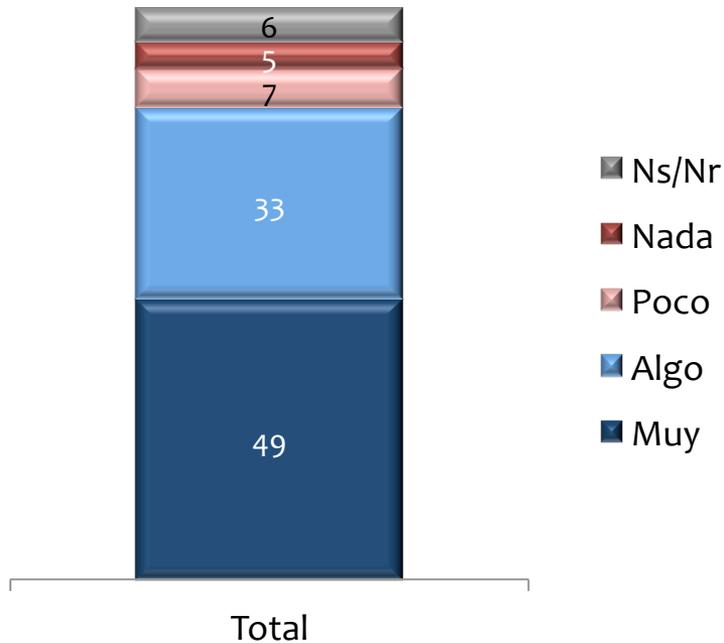


OPINIÓN DE NURIA PIERA

-Nuria Piera es una figura de mucha legitimidad en el país, la mayoría de participantes sin importar variable demográfica tiene conceptos positivos sobre su persona y opinan que es mucha la credibilidad que reflejan sus criterios-

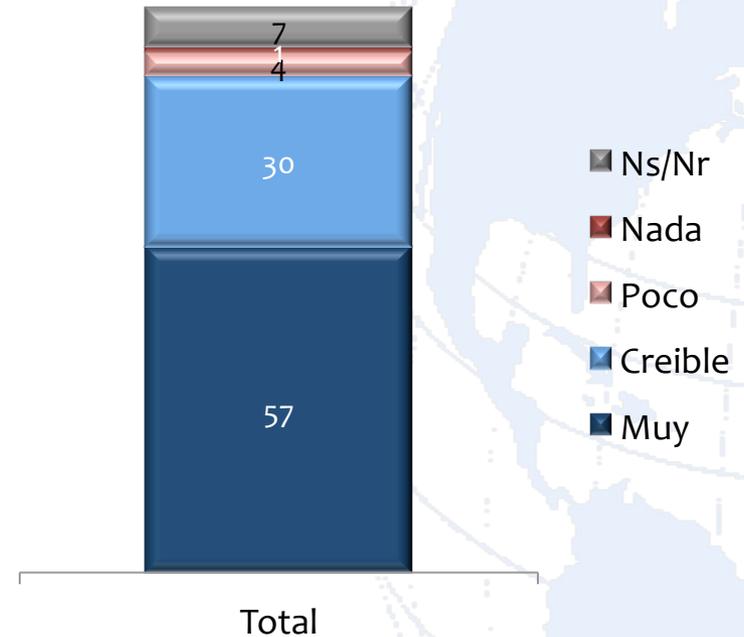
Nivel de credibilidad Nuria Piera

-Porcentajes, 2015-



Nivel de credibilidad Nuria Piera

-Porcentajes, 2016-



Fuente: anexo, cuadro estadístico 7

PREGUNTAS ESPECIALES TIPO OMNIBUS -República Dominicana-

(Análisis gráfico de la información)
Octubre, 2016