



**INSTITUTO DE
OPINIÓN
PÚBLICA**

PONTIFICIA **UNIVERSIDAD CATÓLICA** DEL PERÚ

Año IV / Setiembre de 2009

ESTADO DE LA OPINIÓN PÚBLICA

DIRECTOR EJECUTIVO

Fernando Tuesta Soldevilla

JEFE DE PROYECTOS

José Manuel Magallanes

Edwin Cohaila
Alice López
Vania Martínez
Andrés Pérez Crespo
Josedomingo Pimentel
León Portocarrero

INFORMES

iop@pucp.edu.pe

Teléfonos: 51.1.626-2000
Anexo 3700

Fax: 51.1.626-2908
Av. Universitaria 1801,
San Miguel, Lima - Perú.
Apartado 1761- Lima 100

Pontificia Universidad
Católica del Perú
108-REE/JNE

TÍTULO

Artículo

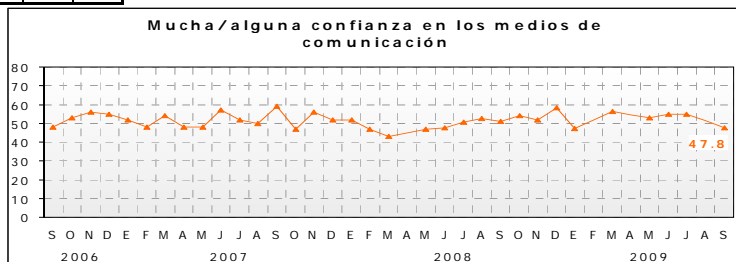
El contenido de este boletín no expresa necesariamente la opinión del Instituto de Opinión ni compromete la posición Institucional de la Pontificia Universidad Católica del Perú

Año IV / Setiembre de 2009

CONFIANZA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En general ¿usted tiene mucha/alguna confianza en los medios de comunicación?

	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
2006									48	53	56	55
2007	52	48	54	48	48	57	52	50	59	47	56	52
2008	52	47	43		47	48	51	53	51	54	52	58
2009	47		56		53	55	55		48			



A TRAVÉS DE QUE MEDIO SE INFORMA

Resumen

RESPUESTAS	Sí	No	No precisa	Total %
La televisión	94	6	1	100
Los periódicos	82	17	1	100
La radio	72	27	1	100
La Internet	47	49	4	100

Desagregado

La televisión

RESPUESTAS	Total %	SEXO		GRUPO DE EDAD			NIVEL SOCIOECONÓMICO		
		Masculino	Femenino	18 a 29	30 a 44	45 o más	A/B	C	D/E
Sí	94	94	94	94	95	92	91	94	95
No	6	5	6	5	5	7	8	5	5
No precisa	1	1	0.4	1	1	1	1	0.4	1
Total %	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Base de entrevistas ponderada	511	249	262	193	189	129	109	231	171

Los periódicos

RESPUESTAS	Total %	SEXO		GRUPO DE EDAD			NIVEL SOCIOECONÓMICO		
		Masculino	Femenino	18 a 29	30 a 44	45 o más	A/B	C	D/E
Sí	82	85	79	82	85	78	83	85	78
No	17	14	20	17	14	21	17	15	20
No precisa	1	1	1	1	1	1	-	0.4	2
Total %	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Base de entrevistas ponderada	511	249	262	193	189	129	109	231	171

La radio

RESPUESTAS	Total %	SEXO		GRUPO DE EDAD			NIVEL SOCIOECONÓMICO		
		Masculino	Femenino	18 a 29	30 a 44	45 o más	A/B	C	D/E
Sí	72	73	71	69	78	69	69	74	71
No	27	26	28	31	20	29	29	25	27
No precisa	1	1	2	-	2	2	2	1	2
Total %	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Base de entrevistas ponderada	511	249	262	193	189	129	109	231	171

Año IV / Setiembre de 2009

La Internet

RESPUESTAS	Total %	SEXO		GRUPO DE EDAD			NIVEL SOCIOECONÓMICO		
		Masculino	Femenino	18 a 29	30 a 44	45 o más	A/B	C	D/E
Sí	47	57	37	65	45	23	67	54	24
No	49	41	57	32	51	72	28	45	69
No precisa	4	3	6	3	4	5	5	2	7
Total %	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Base de entrevistas ponderada	511	249	262	193	189	129	109	231	171

¿Cuál es el medio que prefiere para informarse, en primer, en segundo, en tercero y en último lugar?

RESPUESTAS	Primer lugar	Segundo lugar	Tercer lugar	Último lugar	No se informa	No precisa	Total %
La televisión	55	27	8	3	6	1	100
La radio	21	30	15	6	28	1	100
La Internet	11	9	7	19	53	1	100
Los periódicos	9	22	40	10	18	1	100

CONFIANZA EN LOS CONTENIDOS INFORMATIVOS

Y en general, ¿cuánta confianza tiene usted en los contenidos informativos que se ofrecen en...?

RESPUESTAS	Mucha / Alguna	Poca / Ninguna	No precisa	Total %
La radio	72	27	1	100
La Internet	67	30	3	100
La televisión	64	36	0.2	100
Los periódicos	50	49	1	100

CONTENIDOS DE LAS NOTICIAS

En general, ¿cómo calificaría usted el contenido de las noticias que se ofrecen en...?

RESPUESTAS	Muy bueno / Bueno	Regular	Malo / Muy malo	No precisa	Total %
La radio	59	39	1	1	100
La Internet	55	38	2	5	100
La televisión	50	43	6	1	100
Los periódicos	30	58	11	2	100

INFLUENCIA DE LOS GOBIERNOS SOBRE LOS MEDIOS

En una escala del 0 al 10, ¿cómo calificaría el grado de influencia de los gobiernos sobre...?

RESPUESTAS	No son sensibles a la influencia de los gobiernos / Son poco sensibles	Mediantemente sensibles	Algo sensibles / Son muy sensibles a la influencia de los gobiernos	No precisa	Total %
La televisión	11	13	74	2	100
Los periódicos	13	12	72	4	100
La radio	26	21	51	2	100
La Internet	37	18	32	14	100

Año IV / Setiembre de 2009

INFLUENCIA DE LOS MEDIOS SOBRE LA SOCIEDAD

En una escala del 0 al 10, ¿cómo calificaría el grado de influencia de... en la sociedad peruana actual?

RESPUESTAS	No influye / Poco influyente	Medianamente influyente	Algo influyente / Es muy influyente	No precisa	Total %
La televisión	8	7	84	1	100
Los periódicos	13	15	72	0.4	100
La radio	14	15	71	1	100
La Internet	20	12	61	8	100

SOBRE LA TELEVISIÓN

Usted en su hogar, ¿cuenta con... ?

RESPUESTAS	Sí	No	Total %
Televisor	100	0.4	100
Servicio de cable	62	38	100

Usted en su hogar, ¿cuenta con servicio de cable?

RESPUESTAS	Total %	SEXO		GRUPO DE EDAD			NIVEL SOCIOECONÓMICO		
		Masculino	Femenino	18 a 29	30 a 44	45 o más	A/B	C	D/E
Sí	62	64	60	65	66	54	85	66	42
No	38	36	40	35	35	47	15	34	58
Total %	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Base de entrevistas ponderada	511	249	262	193	189	129	109	231	171

¿Cuál es la principal razón por la que usted ve la televisión?

RESPUESTAS	Total %	SEXO		GRUPO DE EDAD			NIVEL SOCIOECONÓMICO		
		Masculino	Femenino	18 a 29	30 a 44	45 o más	A/B	C	D/E
Para informarse	51	50	52	49	47	59	38	52	58
Para entretenerse	31	29	34	35	34	22	39	30	29
Para culturizarse / aprender	15	19	12	15	16	14	21	16	11
No ve televisión	1	1	2	-	2	2	2	2	1
Otro	1	0.4	1	1	1	1	1	-	1
No sabe/No responde	1	0.3	1	1	-	2	-	1	-
Total %	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Base de entrevistas ponderada	511	249	262	193	189	129	109	231	171

Año IV / Setiembre de 2009

¿Qué tipo de programa ve usted con mayor frecuencia en la televisión?

RESPUESTAS	Total %	SEXO		GRUPO DE EDAD			NIVEL SOCIOECONÓMICO		
		Masculino	Femenino	18 a 29	30 a 44	45 o más	A/B	C	D/E
Noticieros	44	45	43	33	47	57	31	47	48
Telenovelas	10	2	19	12	10	9	7	7	17
Documentales	9	12	6	6	14	7	14	10	5
Programas deportivos	8	15	2	10	8	6	8	10	6
Series extranjeras	5	7	4	10	3	2	13	5	2
Series peruanas	5	4	6	7	5	3	2	6	6
Películas	5	6	4	8	5	1	9	4	3
Programas políticos	3	4	2	2	2	7	6	3	2
Programas de espectáculos	2	1	3	3	2	1	3	2	2
Programas de cocina	2	0.4	3	2	1	3	4	1	1
Programas concurso	1	1	2	2	2	-	-	1	2
Programas de viaje	1	1	2	2	2	-	-	3	1
Programas musicales	1	1	1	1	1	1	1	-	2
Programas religiosos	0.4	0.4	0.4	1	-	1	1	-	1
Dibujos animados	0.4	0.4	0.4	1	-	-	-	-	1
Otro	1	1	1	1	-	2	-	0.4	2
Ninguno	0.2	0.4	-	-	-	1	-	-	1
No precisa	1	0.4	1	-	1	2	2	1	1
Total %	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Base de entrevistas ponderada	501	245	256	192	185	124	107	224	170

SOBRE LOS PERIÓDICOS

¿Cuál es la principal razón por la que lee periódicos?

RESPUESTAS	Total %	SEXO		GRUPO DE EDAD			NIVEL SOCIOECONÓMICO		
		Masculino	Femenino	18 a 29	30 a 44	45 o más	A/B	C	D/E
Para leer noticias e informarse	68	70	66	71	65	67	69	69	65
Para entretenerse	13	13	12	9	15	13	10	14	12
No lee periódicos	10	7	12	8	10	12	6	8	14
Para culturizarse / aprender	5	4	5	5	5	5	8	4	4
Por los pasatiempos y misceláneas que ofrece	3	3	3	4	3	2	5	3	2
Para opciones y posibilidades de compra venta	1	1	1	1	1	1	2	1	1
Para buscar trabajo	1	1	1	2	1	-	-	1	2
No precisa	0.2	0.4	-	-	-	1	-	1	-
Total %	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Base de entrevistas ponderada	511	249	262	193	189	129	109	231	171

Año IV / Setiembre de 2009

FICHA TÉCNICA

- Título del estudio: Encuesta de Opinión en Lima Metropolitana – Setiembre 2009
- Objetivos del Estudio: Información sobre gustos y percepciones de los medios.
- Encuestadora: Pontificia Universidad Católica del Perú
- N° de registro: 0108-REE/JNE
- Universo o población objetivo: Hombres y mujeres mayores de 18 años, habitantes de 31 distritos de Lima Metropolitana.
- Marco muestral: La selección de manzanas se hizo utilizando como marco muestral la cartografía digital del INEI del 2004 para los 31 distritos de Lima Metropolitana. Los distritos que no forman parte del marco muestral son: Chaclacayo, Lurigancho, Cieneguilla y los distritos balnearios del Sur y del Norte de la Ciudad.
- Representatividad: En los distritos que forman parte del universo y que están incluidos en el marco muestral se encuentra el 95.88% de la población electoral total de la provincia de Lima.
- Tamaño de la muestra: 511 personas entrevistadas en Lima Metropolitana.
- Error y nivel de confianza estimados: $\pm 4.32\%$ con un nivel de confianza del 95%, asumiendo 50%-50% de heterogeneidad, bajo el supuesto de muestreo aleatorio simple.
- Distritos que resultaron seleccionados en la muestra: La selección aleatoria de manzanas del marco muestral determinó que la encuesta se aplicara en 28 distritos de Lima Metropolitana (Cercado de Lima, Ate, Barranco, Breña, Carabaylo, Chorrillos, Comas, El Agustino, Jesús María, La Molina, La Victoria, Lince, Los Olivos, Magdalena del Mar, Pueblo Libre, Miraflores, Puente Piedra, Rímac, San Borja, San Juan de Lurigancho, San Juan de Miraflores, San Martín de Porres, San Miguel, Santa Anita, Santiago de Surco, Surquillo, Villa El Salvador y Villa María del Triunfo).
- Procedimiento de muestreo: Se realizó una muestra probabilística polietápica. Dentro de Lima se estratificó la muestra de acuerdo con grandes zonas de la ciudad—cono norte, cono este, cono sur, centro, cono oeste-suroeste—, y en cada estrato se seleccionó una muestra simple al azar de manzanas. Posteriormente se realizó un muestreo sistemático de viviendas en cada manzana seleccionada y se aplicaron cuotas de sexo y edad para la selección de personas al interior de las viviendas.
- Ponderación: En Lima Metropolitana los datos se ponderaron en función del peso de los estratos en la población total.
- Técnica de recolección de datos: Mediante entrevistas directas en las viviendas seleccionadas.
- Supervisión de campo: Se supervisó el 30% de las entrevistas realizadas.
- Fechas de aplicación: Entre los días 3 y 5 de setiembre de 2009.
- Financiamiento: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Página web: <http://www.pucp.edu.pe>
- Email: iop@pucp.edu.pe

