

INFORME CONSOLIDADO DE RESULTADOS

ENCUESTA CIUDADANA – RENDICIÓN DE CUENTAS

Panorama Televisión Canal 41 UHF

1. Antecedentes y propósito de la encuesta

Panorama Televisión Canal 41 UHF invitó a la ciudadanía de Santo Domingo a participar en una encuesta ciudadana con el objetivo de recopilar opiniones, sugerencias y aportes que contribuyan al proceso de Rendición de Cuentas.

La participación ciudadana es un eje fundamental para fortalecer la transparencia, la comunicación institucional y el servicio a la comunidad, permitiendo mejorar de forma continua la programación y la gestión del medio.

Se garantiza que los datos personales proporcionados por los participantes serán tratados de manera confidencial y utilizados exclusivamente con fines de análisis para la rendición de cuentas, conforme a la normativa vigente de protección de datos.

2. Características de la muestra

- **Total de respuestas analizadas:** 17 encuestas ciudadanas
- **Ámbito:** Santo Domingo
- **Tipo de instrumento:** Encuesta estructurada de percepción ciudadana

3. Resultados y análisis

3.1. Contenidos que la ciudadanía desea ver en televisión

Tipo de contenido Frecuencia Porcentaje

Noticias locales	9	52,9%
Educación y salud	5	29,4%
Entretenimiento	3	17,6%

Análisis

La ciudadanía muestra una **clara orientación hacia contenidos informativos**, donde más de la mitad (52,9%) prioriza las noticias locales. Esto evidencia una necesidad de información cercana, relevante y vinculada al entorno inmediato.

En segundo lugar, la demanda de **educación y salud (29,4%)** refleja el interés por contenidos con valor social y formativo. El entretenimiento ocupa un rol secundario (17,6%), lo que sugiere que la audiencia espera una televisión más orientada al servicio público.

3.2. Formas de participación en actividades televisivas

Forma de participación Frecuencia Porcentaje

Entrevistas o reportajes	8	47,1%
Redes sociales	4	23,5%
Programas comunitarios	3	17,6%
Encuestas y consultas	2	11,8%

Análisis

La principal forma de participación es mediante **entrevistas y reportajes (47,1%)**, lo que indica interés en espacios donde la ciudadanía tenga visibilidad directa.

Las **redes sociales (23,5%)** evidencian un crecimiento en la participación digital, mientras que los **programas comunitarios (17,6%)** muestran interés en espacios colectivos. Las encuestas (11,8%) se mantienen como un mecanismo complementario de opinión ciudadana.

3.3. Acciones que la televisión debe realizar para acercarse a la comunidad

Propuesta ciudadana Frecuencia Porcentaje

Mayor espacio a necesidades ciudadanas	8	47,1%
Reportajes en barrios y comunidades	4	23,5%
Programas educativos y culturales	3	17,6%
Información de actividades locales	2	11,8%

Análisis

La ciudadanía demanda principalmente que la televisión sea un medio **más enfocado en las necesidades sociales (47,1%)**, lo que refleja una expectativa de mayor compromiso con la realidad comunitaria.

Asimismo, se solicita fortalecer la **cobertura en territorio mediante reportajes en barrios (23,5%)**, lo cual refuerza la necesidad de cercanía. Los contenidos educativos y culturales (17,6%) y la información local (11,8%) complementan las expectativas del público.

3.4. Medio preferido para recibir información comunitaria

Medio de comunicación Frecuencia Porcentaje

Redes sociales	7	41,2%
Radio	6	35,3%
Televisión	4	23,5%

Análisis

Las **redes sociales (41,2%)** lideran como principal fuente de información, evidenciando la transformación digital del consumo informativo.

La **radio (35,3%)** mantiene una fuerte presencia como medio accesible e inmediato, mientras que la **televisión (23,5%)** conserva relevancia, aunque con menor protagonismo frente a plataformas digitales.

4. Conclusiones generales

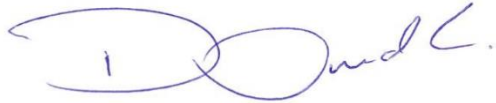
1. La ciudadanía prioriza contenidos de **noticias locales y temas sociales**, por encima del entretenimiento.
2. Existe una fuerte demanda de una televisión **más cercana, territorial y participativa**.
3. La participación ciudadana se orienta hacia espacios de **visibilidad directa como entrevistas y reportajes**.
4. Se evidencia un **ecosistema mediático híbrido**, donde las redes sociales lideran, seguidas por radio y televisión.
5. La población espera una comunicación más **útil, transparente y orientada al servicio comunitario**.

5. Recomendaciones

- Fortalecer la producción de **noticias locales y periodismo comunitario**.
- Incrementar la cobertura en **barrios y comunidades** mediante reportajes de campo.
- Desarrollar programas de **educación, salud y contenido social**.
- Integrar estrategias de comunicación **multiplataforma (TV, radio y redes sociales)**.
- Fomentar espacios de **participación ciudadana activa y continua**.

6. Cierre

Panorama Televisión Canal 41 UHF reafirma su compromiso con la ciudadanía, promoviendo espacios de participación que fortalezcan la transparencia institucional, la mejora continua de su programación y el vínculo directo con la comunidad de Santo Domingo.



PhD. David Alejandro Arias Chávez
Responsable del Proceso de
Rendición de Cuentas 2025