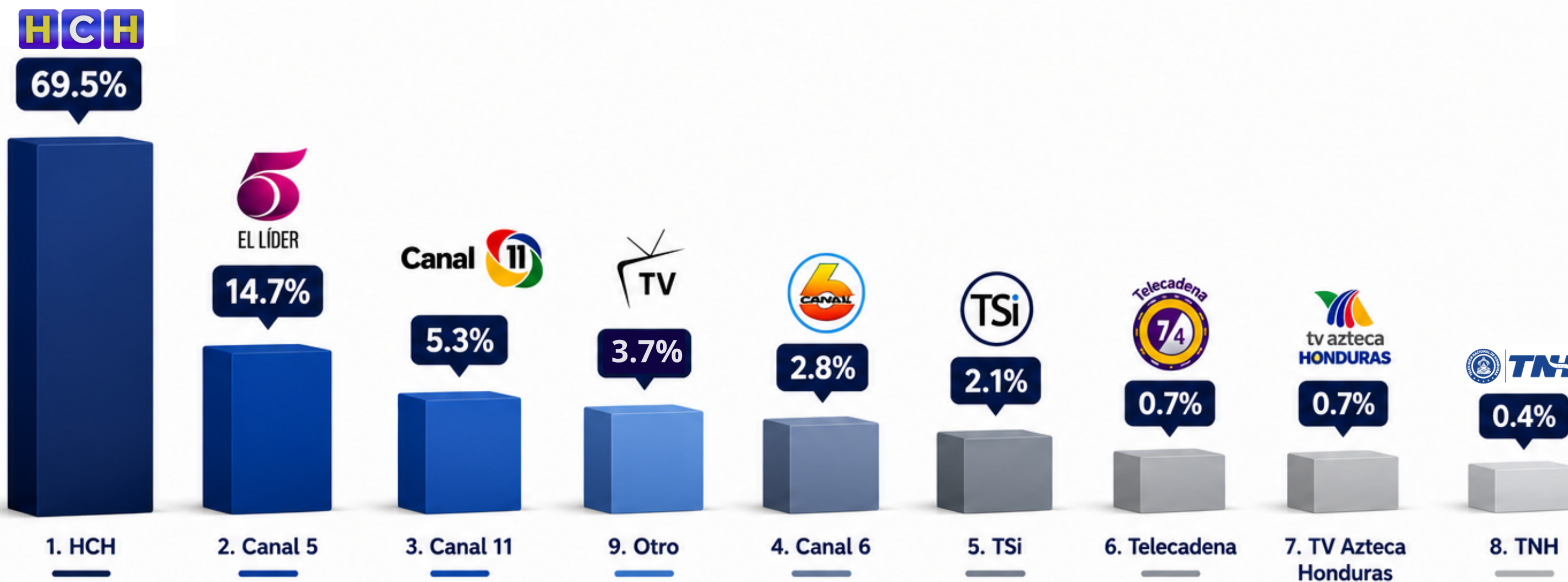


Encuesta Nacional sobre Consumo,  
Medios y Opinión Ciudadana 2026

Estudio de percepción de la población hondureña sobre marcas, medios de comunicación, reformas públicas y expectativas de futuro.

## CONSUMO Y RECORDACIÓN DE MARCAS

## CANALES DE TELEVISIÓN MÁS VISTOS POR LA POBLACIÓN

FICHA  
TÉCNICA

## METODOLOGÍA

Enfoque metodológico mixto que combina técnicas cuantitativas y cualitativas para el análisis de la opinión pública y el contexto nacional.



## MUESTRA

**1,119**  
entrevistas efectivas a personas de 18 años y más.



## COBERTURA

**16**  
departamentos de Honduras.  
Cobertura nacional urbana y rural.



## NIVEL DE CONFIANZA

**95%**  
Resultados con un nivel de confianza del 95%.



## MARGEN DE ERROR

**±3.0%**  
Margen de error aproximado de ±3.0%.



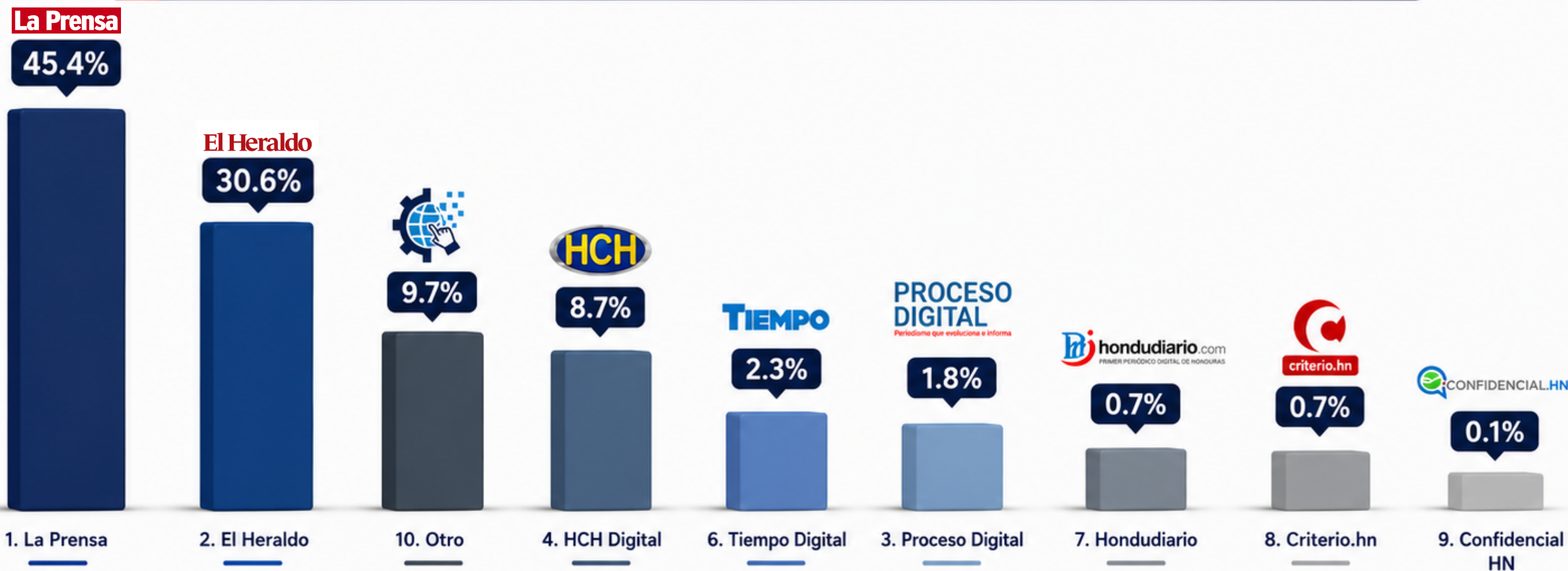
Los datos fueron recopilados mediante un cuestionario estructurado y complementados con el análisis de percepciones y narrativas ciudadanas, permitiendo ofrecer una radiografía amplia, contextualizada y estadísticamente robusta de la **opinión pública hondureña**.


[dataveritashn.com](https://dataveritashn.com)

[@DataVeritashn](https://twitter.com/DataVeritashn)

## CONSUMO Y RECORDACIÓN DE MARCAS

### MEDIOS DIGITALES DE NOTICIAS MÁS CONSULTADOS POR LA POBLACIÓN



#### FICHA TÉCNICA



#### METODOLOGÍA

Enfoque metodológico mixto que combina técnicas cuantitativas y cualitativas para el análisis de la opinión pública y el contexto nacional.



#### MUESTRA

**1,119**

entrevistas efectivas a personas de 18 años y más.



#### COBERTURA

**16**

departamentos de Honduras.  
Cobertura nacional urbana y rural.



#### NIVEL DE CONFIANZA

**95%**

Resultados con un nivel de confianza del 95%.



#### MARGEN DE ERROR

**±3.0%**

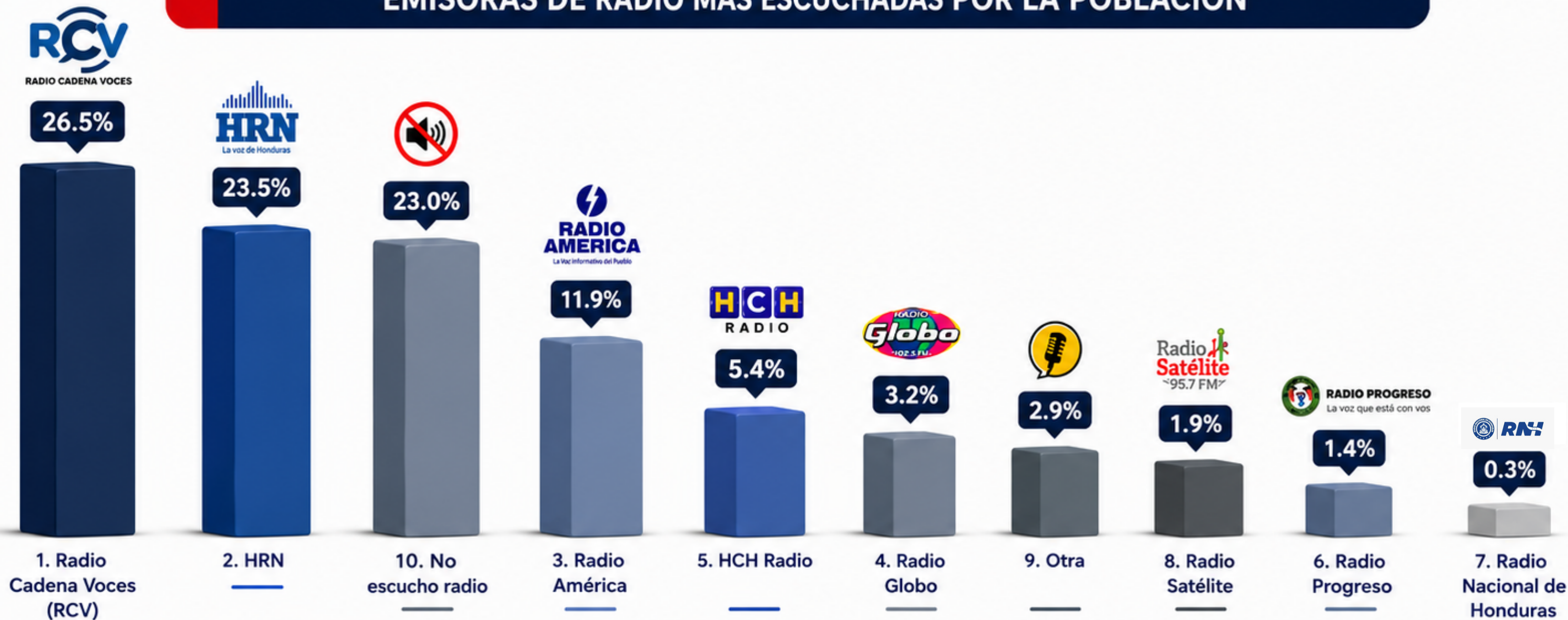
Margen de error aproximado de ±3.0%.



Los datos fueron recopilados mediante un cuestionario estructurado y complementados con el análisis de percepciones y narrativas ciudadanas, permitiendo ofrecer una radiografía amplia, contextualizada y estadísticamente robusta de la **opinión pública hondureña**.

## CONSUMO Y RECORDACIÓN DE MARCAS

### EMISORAS DE RADIO MÁS ESCUCHADAS POR LA POBLACIÓN



#### FICHA TÉCNICA



#### METODOLOGÍA

Enfoque metodológico mixto que combina técnicas cuantitativas y cualitativas para el análisis de la opinión pública y el contexto nacional.



#### MUESTRA

**1,119**

entrevistas efectivas a personas de 18 años y más.



#### COBERTURA

**16**

departamentos de Honduras.  
Cobertura nacional urbana y rural.



#### NIVEL DE CONFIANZA

**95%**

Resultados con un nivel de confianza del 95%.



#### MARGEN DE ERROR

**±3.0%**

Margen de error aproximado de ±3.0%.



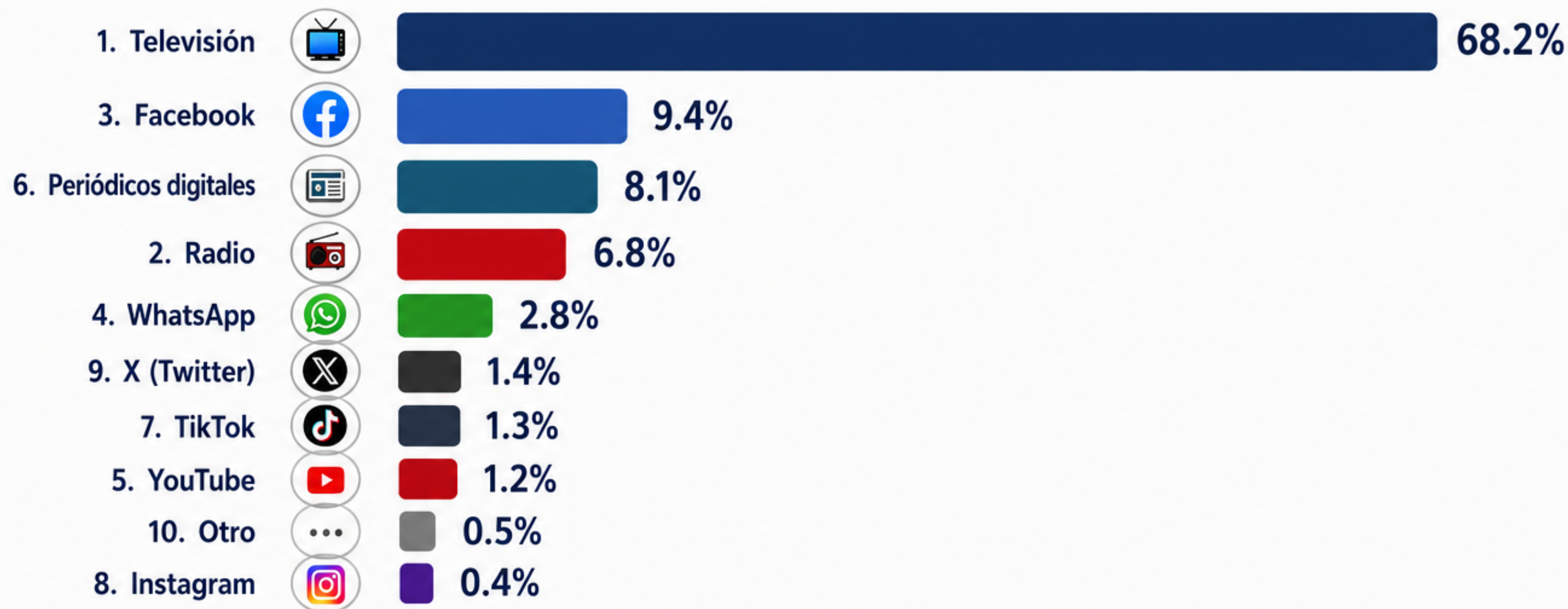
Los datos fueron recopilados mediante un cuestionario estructurado y complementados con el análisis de percepciones y narrativas ciudadanas, permitiendo ofrecer una radiografía amplia, contextualizada y estadísticamente robusta de la **opinión pública hondureña**.

Encuesta Nacional sobre Consumo,  
Medios y Opinión Ciudadana 2026

Estudio de percepción de la población hondureña sobre marcas, medios de comunicación, reformas públicas y expectativas de futuro.

## CONSUMO Y RECORDACIÓN DE MARCAS

## MEDIOS DE COMUNICACIÓN QUE GENERAN MÁS CONFIANZA ENTRE LA POBLACIÓN

FICHA  
TÉCNICA

## METODOLOGÍA

Enfoque metodológico mixto que combina técnicas cuantitativas y cualitativas para el análisis de la opinión pública y el contexto nacional.



## MUESTRA

**1,119**

entrevistas efectivas a personas de 18 años y más.



## COBERTURA

**16**

departamentos de Honduras.  
Cobertura nacional urbana y rural.



## NIVEL DE CONFIANZA

**95%**

Resultados con un nivel de confianza del 95%.



## MARGEN DE ERROR

**±3.0%**

Margen de error aproximado de ±3.0%.



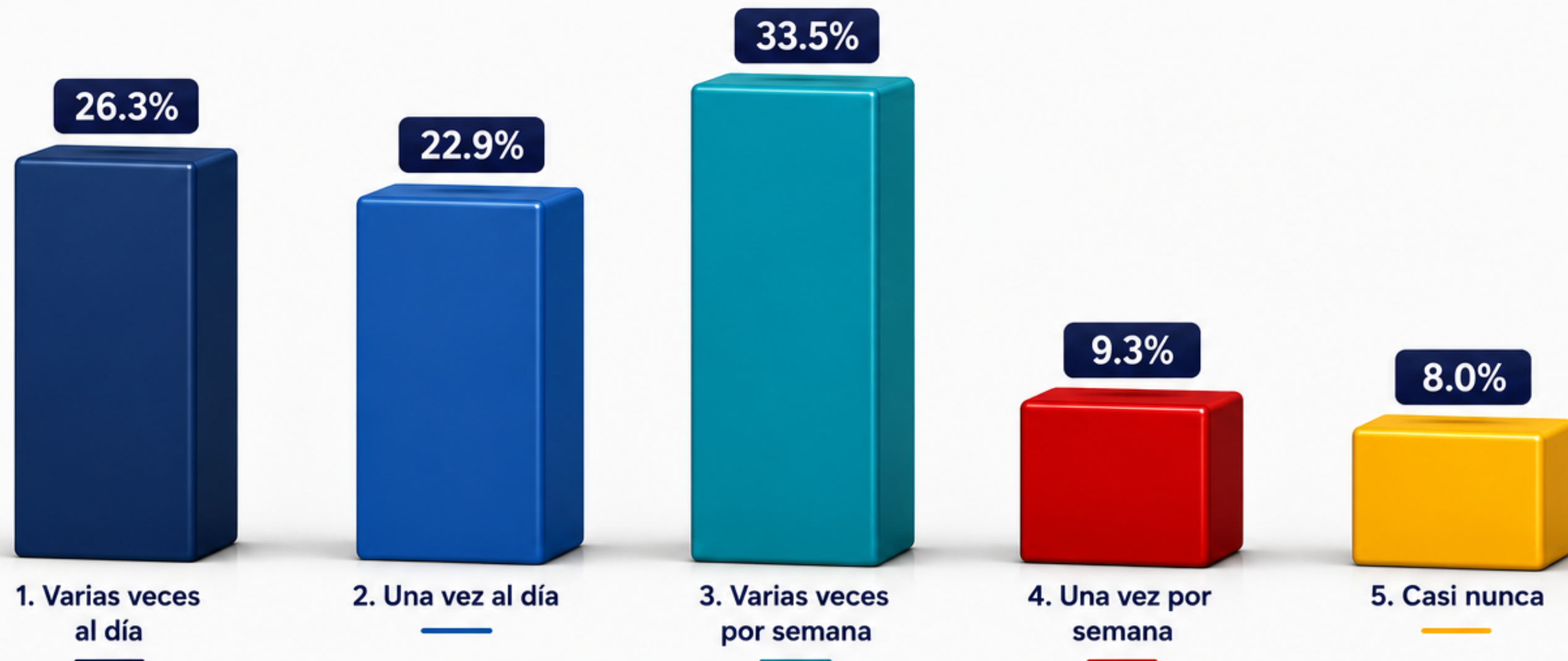
Los datos fueron recopilados mediante un cuestionario estructurado y complementados con el análisis de percepciones y narrativas ciudadanas, permitiendo ofrecer una radiografía amplia, contextualizada y estadísticamente robusta de la **opinión pública hondureña**.

## Encuesta Nacional sobre Consumo, Medios y Opinión Ciudadana 2026

Estudio de percepción de la población hondureña sobre marcas, medios de comunicación., reformas públicas y expectativas de futuro.

### CONSUMO Y RECORDACIÓN DE MARCAS

### FRECUENCIA CON LA QUE LA POBLACIÓN SE INFORMA SOBRE LAS NOTICIAS NACIONALES



#### FICHA TÉCNICA



#### METODOLOGÍA

Enfoque metodológico mixto que combina técnicas cuantitativas y cualitativas para el análisis de la opinión pública y el contexto nacional.



#### MUESTRA

**1,119**

entrevistas efectivas a personas de 18 años y más.



#### COBERTURA

**16**

departamentos de Honduras.  
Cobertura nacional urbana y rural.



#### NIVEL DE CONFIANZA

**95%**

Resultados con un nivel de confianza del 95%.



#### MARGEN DE ERROR

**±3.0%**

Margen de error aproximado de ±3.0%.



Los datos fueron recopilados mediante un cuestionario estructurado y complementados con el análisis de percepciones y narrativas ciudadanas, permitiendo ofrecer una radiografía amplia, contextualizada y estadísticamente robusta de la **opinión pública hondureña**.

# ENCUESTA SOBRE PERCEPCIÓN CIUDADANA

JUNIO 2026

## Encuesta Nacional sobre Consumo, Medios y Opinión Ciudadana 2026

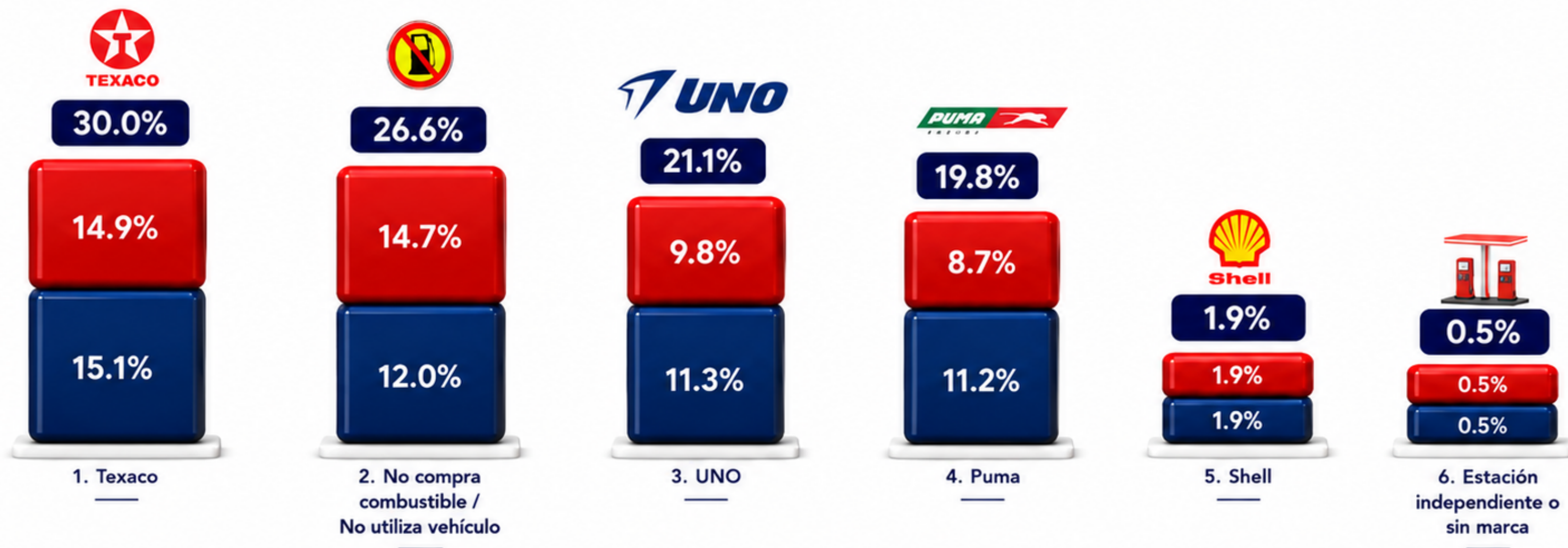
Estudio de percepción de la población hondureña sobre marcas, medios de comunicación, reformas públicas y expectativas de futuro.



### CONSUMO Y RECORDACIÓN DE MARCAS

#### GASOLINERAS PREFERIDAS PARA LA COMPRA DE COMBUSTIBLES

■ Hombre ■ Mujer



#### FICHA TÉCNICA



##### METODOLOGÍA

Enfoque metodológico mixto que combina técnicas cuantitativas y cualitativas para el análisis de la opinión pública y el contexto nacional.



##### MUESTRA

**1,119**

entrevistas efectivas a personas de 18 años y más.



##### COBERTURA

**16**

departamentos de Honduras.  
Cobertura nacional urbana y rural.



##### NIVEL DE CONFIANZA

**95%**

Resultados con un nivel de confianza del 95%.



##### MARGEN DE ERROR

**±3.0%**

Margen de error aproximado de ±3.0%.



Los datos fueron recopilados mediante un cuestionario estructurado y complementados con el análisis de percepciones y narrativas ciudadanas, permitiendo ofrecer una radiografía amplia, contextualizada y estadísticamente robusta de la opinión pública hondureña.

[dataveritashn.com](https://dataveritashn.com)



@DataVeritashn

# ENCUESTA SOBRE PERCEPCIÓN CIUDADANA

JUNIO 2026

## Encuesta Nacional sobre Consumo, Medios y Opinión Ciudadana 2026

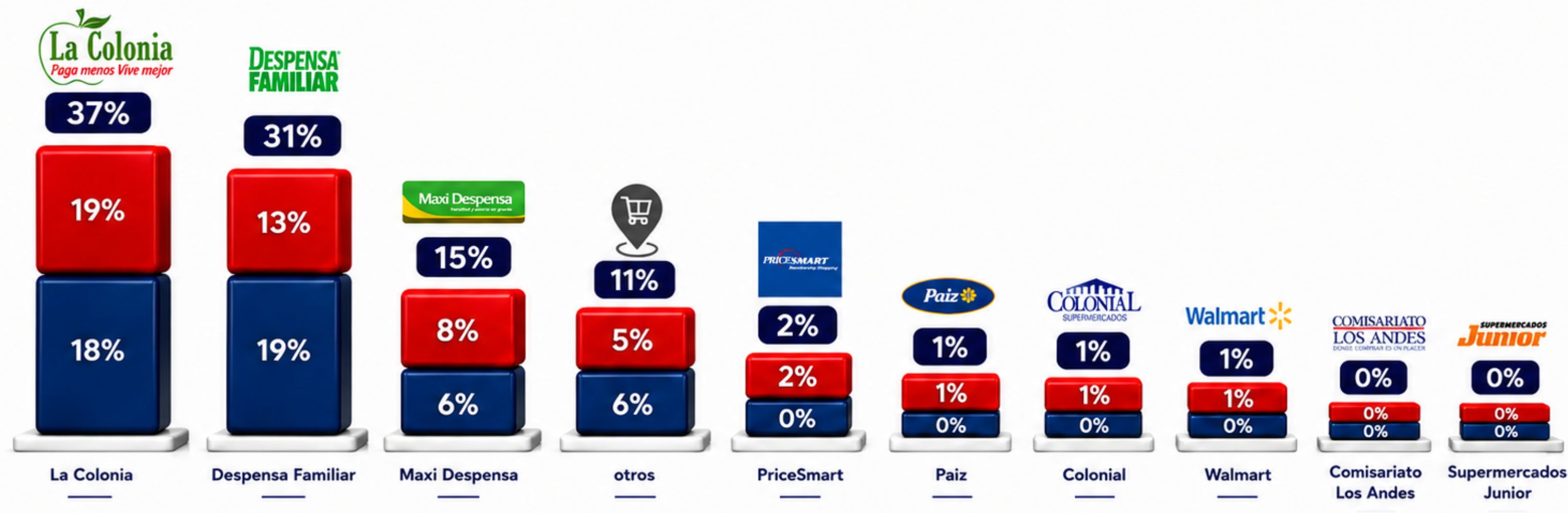
Estudio de percepción de la población hondureña sobre marcas, medios de comunicación., reformas públicas y expectativas de futuro.



### CONSUMO Y RECORDACIÓN DE MARCAS

#### SUPERMERCADOS DONDE LAS FAMILIAS REALIZAN LA MAYOR PARTE DE SUS COMPRAS

■ Hombre ■ Mujer



#### FICHA TÉCNICA



##### METODOLOGÍA

Enfoque metodológico mixto que combina técnicas cuantitativas y cualitativas para el análisis de la opinión pública y el contexto nacional.



##### MUESTRA

1,119

entrevistas efectivas a personas de 18 años y más.



##### COBERTURA

16

departamentos de Honduras.  
Cobertura nacional urbana y rural.



##### NIVEL DE CONFIANZA

95%

Resultados con un nivel de confianza del 95%.



##### MARGEN DE ERROR

±3.0%

Margen de error aproximado de ±3.0%.



Los datos fueron recopilados mediante un cuestionario estructurado y complementados con el análisis de percepciones y narrativas ciudadanas, permitiendo ofrecer una radiografía amplia, contextualizada y estadísticamente robusta de la **opinión pública hondureña**.

[dataveritashn.com](https://dataveritashn.com)



@DataVeritashn