

SETIEMBRE
2014

MINISTERIO DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES

ESTUDIO CUANTITATIVO SOBRE CONSUMO TELEVISIVO Y RADIAL EN NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES INFORME FINAL

Para uso confidencial de:
**MINISTERIO DE TRANSPORTES Y
COMUNICACIONES
CONCORTV**

FICHA TÉCNICA**OBJETIVOS DE INVESTIGACION:****Objetivo General:**

- ⇒ Este estudio cuantitativo sobre la radio y televisión en el Perú busca conocer las actitudes, hábitos, y opinión con respecto a la radio y televisión en menores de 7 a 16 años. Así mismo, busca evaluar la oferta de radio y televisión en el Perú.

Objetivos Específicos:

- ⇒ Tenencia y consumo de medios
- ⇒ Consumo de medios audiovisuales.
- ⇒ Hábitos de uso de medios y actividades cotidianas.
- ⇒ Hábitos de consumo de televisión y radio.
- ⇒ Control parental del consumo de medios.
- ⇒ Satisfacción con los medios.
- ⇒ Evaluar la programación infantil.
- ⇒ Percepción de géneros televisivos y radiales en adolescentes.
- ⇒ Medios de comunicación en la escuela.

UNIVERSO, AMBITO DE LA INVESTIGACION Y MUESTRA:

El universo para esta investigación fue la población de 7 a 16 años, de los NSE alto (A), medio (B), bajo superior (C), bajo inferior (D) y muy bajo (E), de ambos sexos residentes en las ciudades investigadas. La muestra investigada a nivel nacional fue la siguiente:

TOTAL	GRUPO		NSE					SEXO		EDAD			
	ADOLESES.	NIÑOS	A	B	C	D	E	Masc.	Fem.	07-09	10-11	12-14	15-16
9814	4972	4842	215	994	2853	3511	2241	4767	5047	2885	1957	2921	2051

Margen de error: +/- 1.0%, asumiendo la máxima dispersión en los resultados ($p=q=0.5$) y una confiabilidad del 95%.

Las ciudades investigadas y sus muestras fueron las siguientes:

Ciudad	Muestra
Lima y Callao	1240
Arequipa	452
Ayacucho	450
Cajamarca	450
Chiclayo	462
Chimbote	452
Cusco	450
Huancayo	451
Huánuco	451
Huaraz	450
Ica	450
Iquitos	450
Piura	452
Pucallpa	450
Puno	452
Tacna	450
Trujillo	452
Tumbes	450
Tarapoto	450
Chachapoyas	450
Total	9814

METODOLOGIA

Técnica de Investigación:

Esta investigación se implantó mediante la técnica de **encuestas**, las cuales fueron realizadas en los hogares de las personas residentes en cada ciudad.

Se usó un diseño probabilístico polietápico con selección aleatoria de:

- Puntos de muestreo, dispersados en la zona geográfica de estudio con la finalidad de lograr una amplia dispersión.
- Calles, avenidas, edificios y viviendas.
- Hogares y personas.

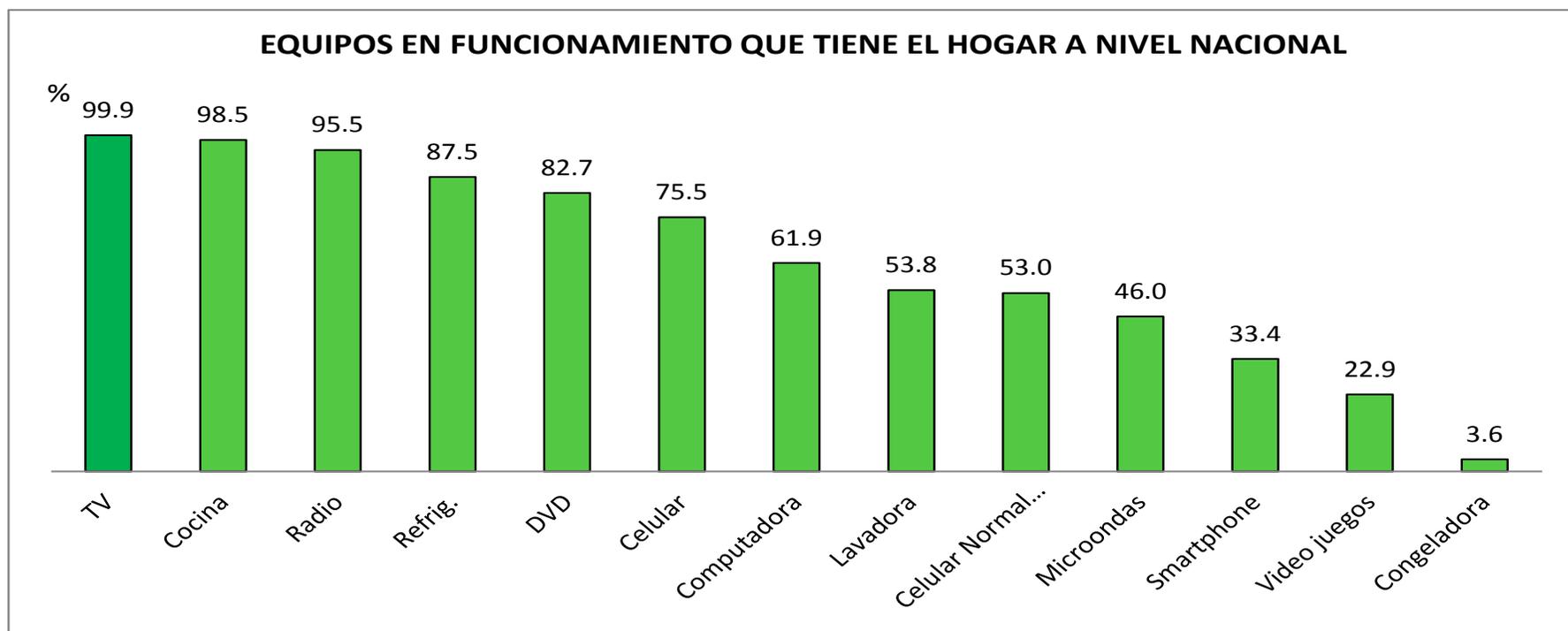
Logrando una muestra representativa de la población investigada.

Tiempo de Ejecución:

La presente investigación se ejecutó durante los meses de Julio y Agosto del 2014.

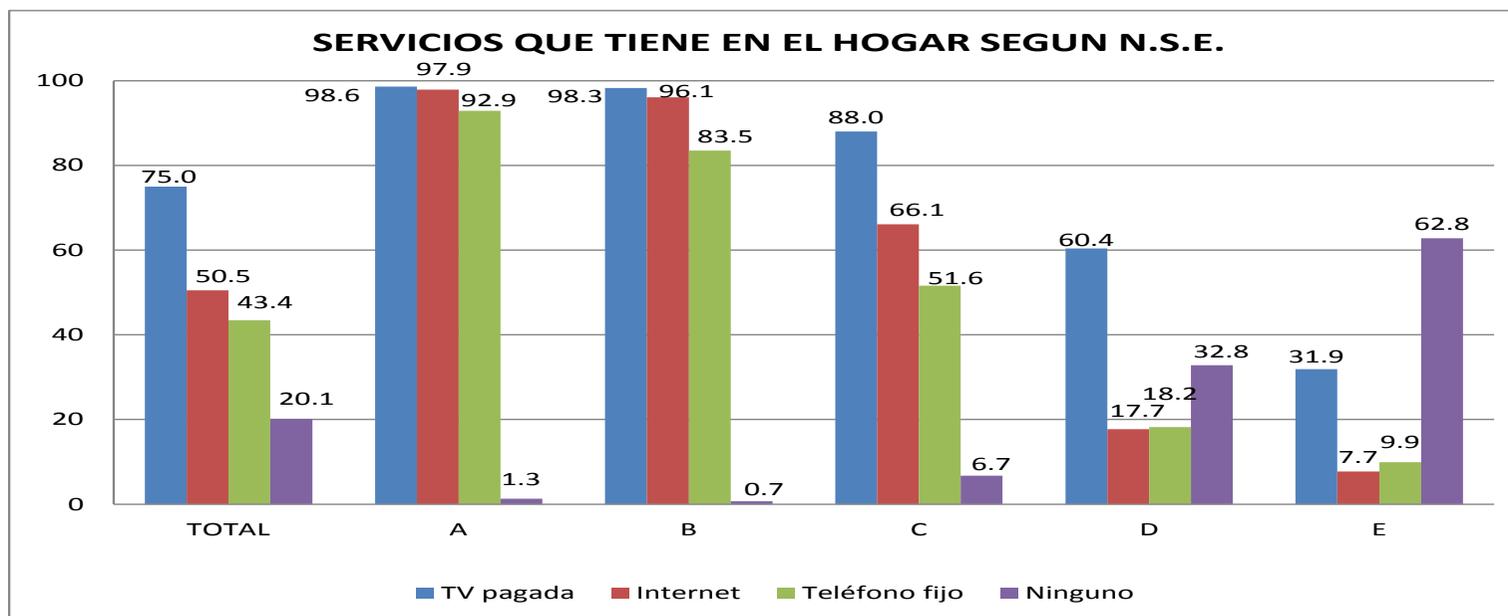
ANALISIS DE LA INFORMACION**1. EQUIPOS EN FUNCIONAMIENTO QUE TIENEN EN EL HOGAR.**

Casi todos los hogares tienen televisor obteniendo el 99.9% a nivel nacional, luego sigue la cocina con una tenencia del 98.5%, la radio con 95.5%, la refrigeradora con 87.5%, los DVD con 82.7%, el celular con 75.5%, de los cuales el 53.0% tiene el celular normal y el 33.4% el smartphone, la computadora / laptop con 61.9%, la lavadora con 53.8%, el microondas con 46.0% y los video juegos con el 22.9% según lo declarado por los entrevistados.



2. SERVICIOS QUE TIENEN EN EL HOGAR

Tenemos que a Nivel Nacional el 75.0% de los hogares tienen el servicio de televisión pagada, el 50.5% el internet dedicado y un 43.4% cuentan con teléfono fijo. Un 20.1% de los hogares no cuentan con ninguno de estos tres servicios.

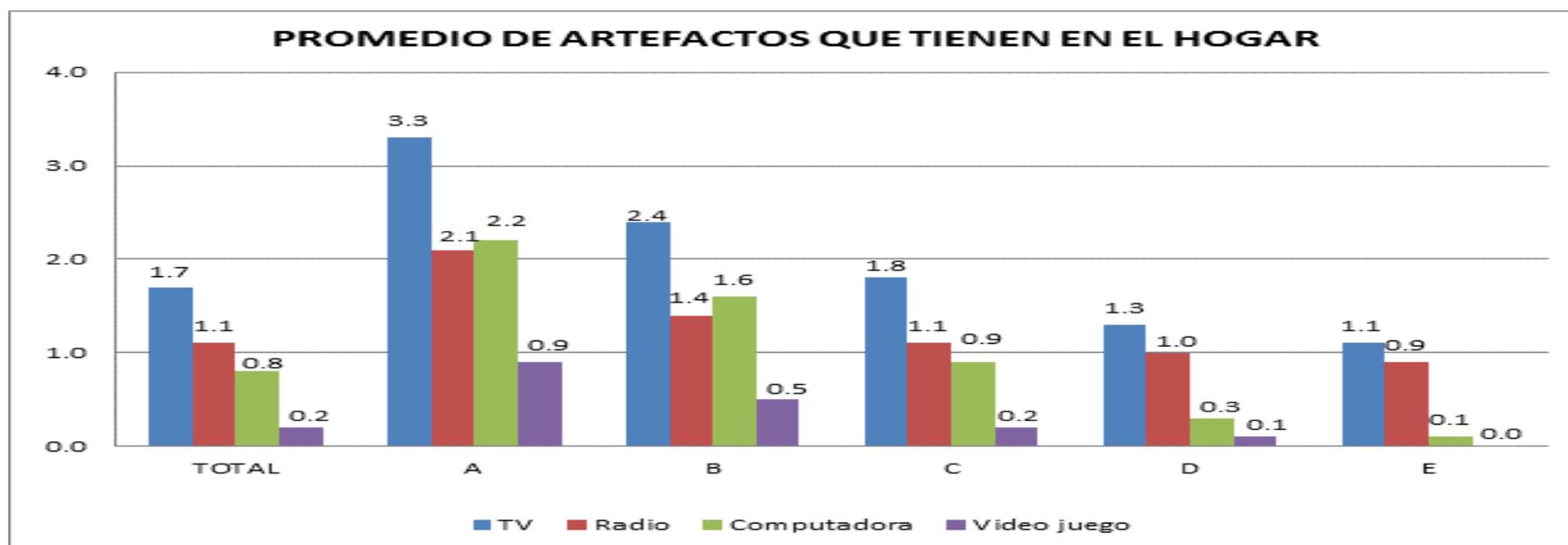


3. CANTIDAD DE ARTEFACTOS QUE TIENEN EN EL HOGAR

Tenemos que a Nivel Nacional los hogares tienen en promedio 1.7 televisores, por sexo y edad como es de esperarse no hay diferencias significativas, por N.S.E. si tenemos un promedio de 3.3 televisores en el A, 2.4 en el B, 1.8 en el N.S.E. C, 1.3 televisores en el D y 1.1 televisores en el E.

Los hogares en promedio tienen 1.1 radios, por N.S.E. tenemos un promedio de 2.1 radios en el A, 1.4 en el B, 1.1 en el N.S.E. C, 1.0 radio en el D y 0.9 radios en el E.

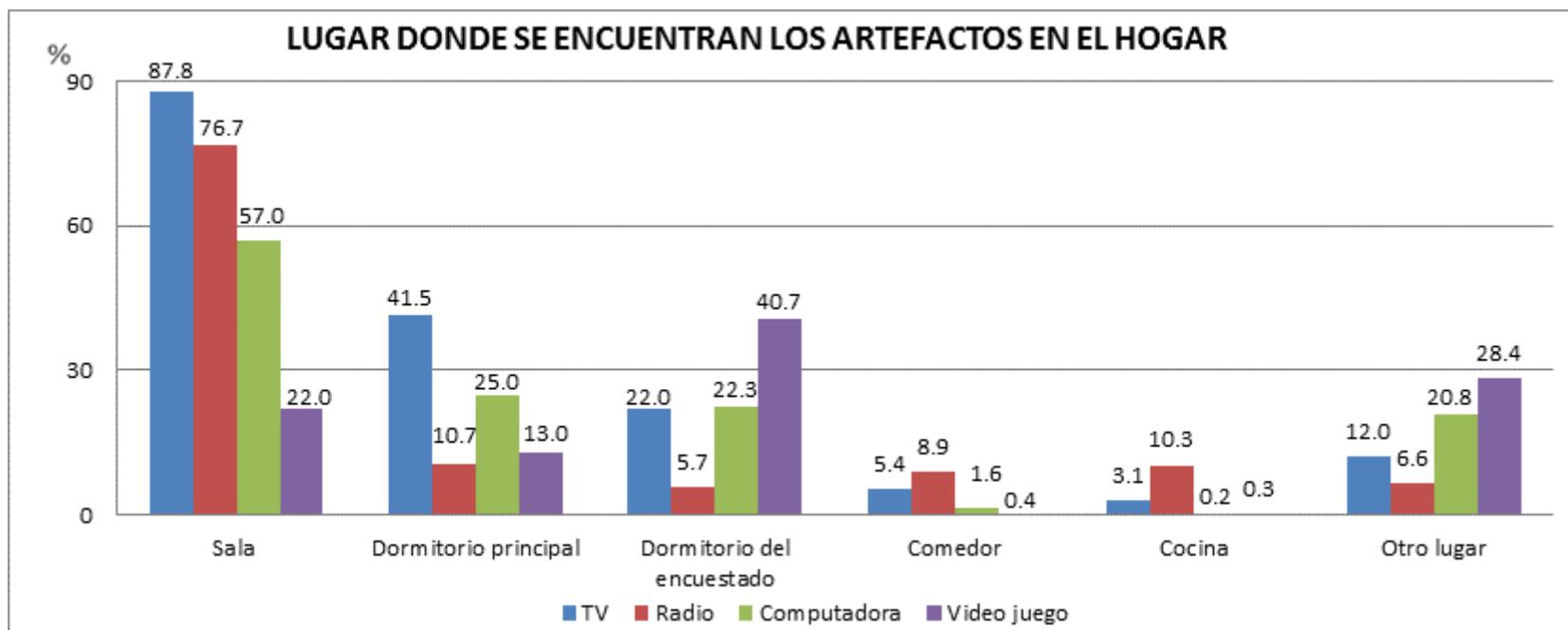
Con relación a las computadoras / laptop tenemos que los hogares en promedio tiene 0.8 unidades; por N.S.E. tenemos un promedio de 2.2 computadoras en el A, 1.6 en el B, 0.9 en el N.S.E. C, 0.3 computadoras en el D y 0.1 en el E. Los video juegos en promedio solo alcanzan 0.2 unidades por hogar.



4. LUGAR DONDE SE ENCUENTRAN LOS ARTEFACTOS EN EL HOGAR.

Tenemos que los televisores se encuentran principalmente en la sala y en el dormitorio principal, la radio se encuentra principalmente en la sala y como segunda opción en el dormitorio principal y la cocina. La computadora principalmente está la sala, luego en el dormitorio principal y el dormitorio del encuestado, el video juego está principalmente en el dormitorio del encuestado y como segunda opción de ubicación la sala y luego otros ambientes de la casa.

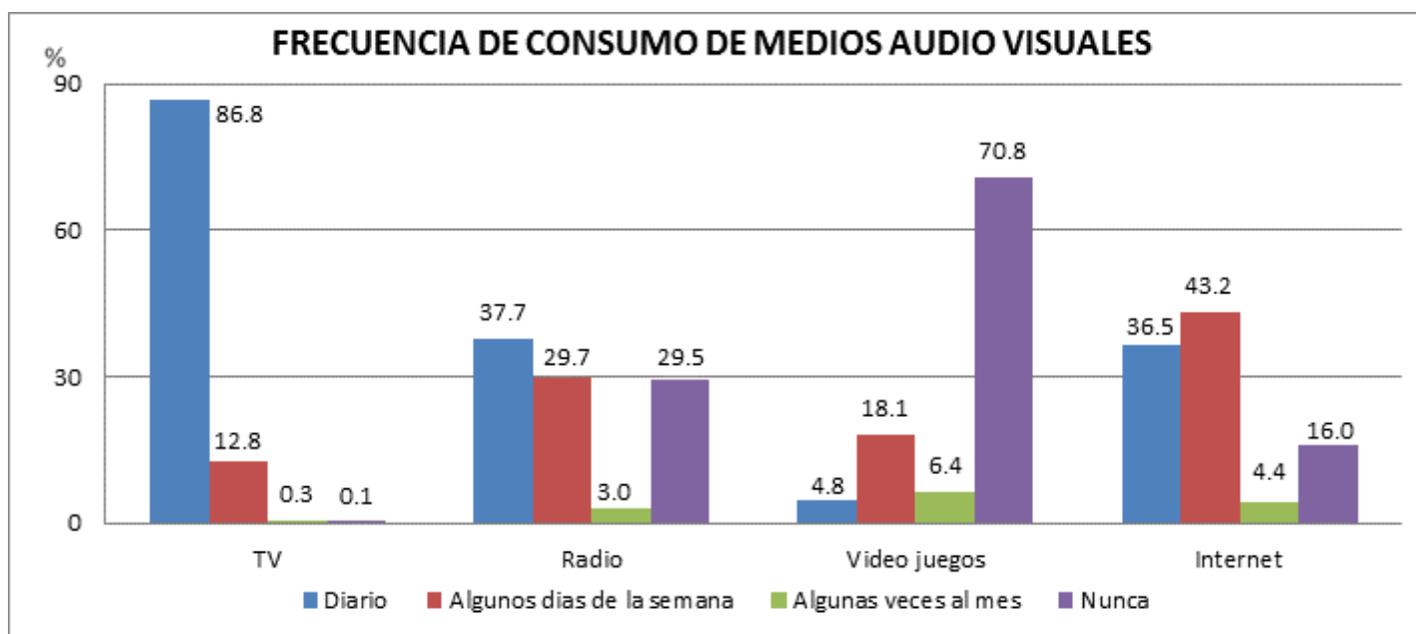
A continuación podemos apreciar el siguiente gráfico que nos indica los lugares de la vivienda donde se encuentran los artefactos investigados:



5. ENTREVISTADOS QUE VEN TV, ESCUCHAN RADIO, JUEGAN VIDEO JUEGOS Y NAVEGAN POR INTERNET

El 99.9% de los entrevistados ven televisión, el 70.5% escuchan radio, el 29.2% juega video juegos y el 84.0% navega por internet.

En cuanto a la frecuencia tenemos que el 86.8% de los entrevistados ve televisión todos los días, y el 12.8% algunos días de la semana. El 37.7% escucha radio todos los días, el 27.7% algunos días de la semana y el 3.0% algunas veces al mes. Solo el 4.8% juega video juegos todos los días, el 18.1% algunos días de la semana, y el 6.4% algunas veces al mes. El 36.5% navega por internet todos los días, el 43.2% algunos días de la semana y el 4.4% algunas veces al mes.

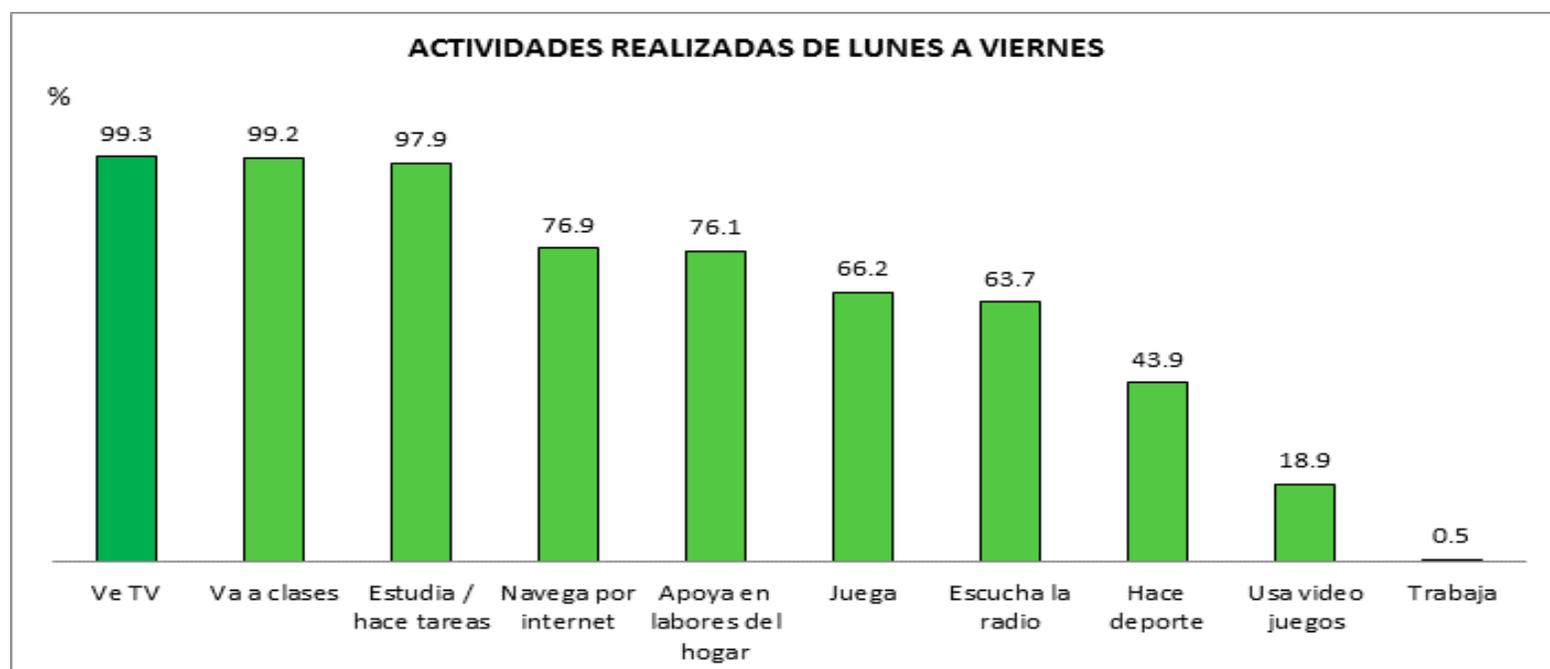


6. ACTIVIDADES REALIZADAS DE LUNES A VIERNES

Tres son las principales actividades realizadas por los niños y adolescentes de Lunes a Viernes, así tenemos que el 99.3% declara que ve televisión, el 99.2% dice que va a clases y el 97.9% estudia / hace las tareas.

Otras actividades que realizan los entrevistados son navegar por internet el 76.9%, apoyar en las labores del hogar el 76.1%, jugar el 66.2% y escuchar radio el 63.7%.

Luego tenemos hacer deportes con el 43.9% y usar los video juegos con el 18.9%. Finalmente el 0.5% declara que trabaja.



7. CANTIDAD PROMEDIO DE HORAS DEDICADAS A DIFERENTES ACTIVIDADES DE LUNES A VIERNES

Los entrevistados que ven televisión le dedican en promedio 2 horas con 25 minutos diarios de lunes a viernes, a escuchar la radio le dedican 1 hora con 29 minutos, a navegar por internet 1 hora con 17 minutos, mientras que a ir a clases 5 horas con 46 minutos y a estudiar / hacer las tareas 1 hora con 50 minutos.

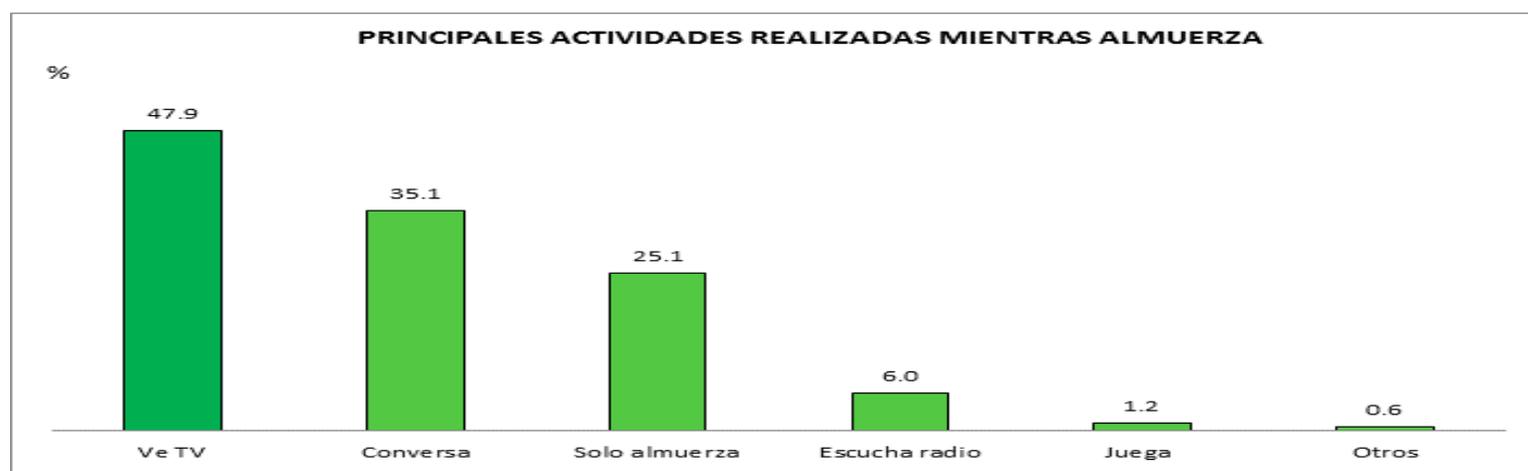
Los entrevistados que juegan le dedican en promedio 1 hora con 24 minutos, y los que hacen deporte 1 hora con 22 minutos.

En el apoyo en las tareas del hogar manifiestan que le dedican 1 hora con 7 minutos.

ACTIVIDAD	% QUE LA REALIZA	TOTAL	GRUPO		N.S.E.				
			ADOLES.	NIÑOS	A	B	C	D	E
Ir a clases	99.2	5:46	5:51	5:40	6:44	6:28	5:49	5:37	5:30
Estudiar / hacer tareas	97.9	1:50	1:56	1:45	1:57	1:55	1:52	1:50	1:46
Jugar	66.2	1:24	1:20	1:27	1:12	1:22	1:22	1:24	1:29
Apoyo en labores del hogar	76.1	1:07	1:13	1:00	0:50	0:56	1:03	1:10	1:12
Escuchar radio	63.7	1:29	1:38	1:16	1:23	1:17	1:26	1:31	1:34
Ver televisión	99.3	2:25	2:29	2:21	2:22	2:26	2:22	2:25	2:29
Hacer deporte	43.9	1:22	1:26	1:18	1:26	1:27	1:21	1:21	1:24
Navegar por internet	76.9	1:17	1:25	1:04	1:31	1:31	1:24	1:11	1:04
Usar video juegos	18.9	1:00	1:02	0:58	1:04	1:02	1:02	0:59	0:56
Trabajar	0.5	3:26	3:47	2:09	---	3:00	3:30	3:16	3:40

8. PRINCIPALES ACTIVIDADES REALIZADAS MIENTRAS ALMUERZA

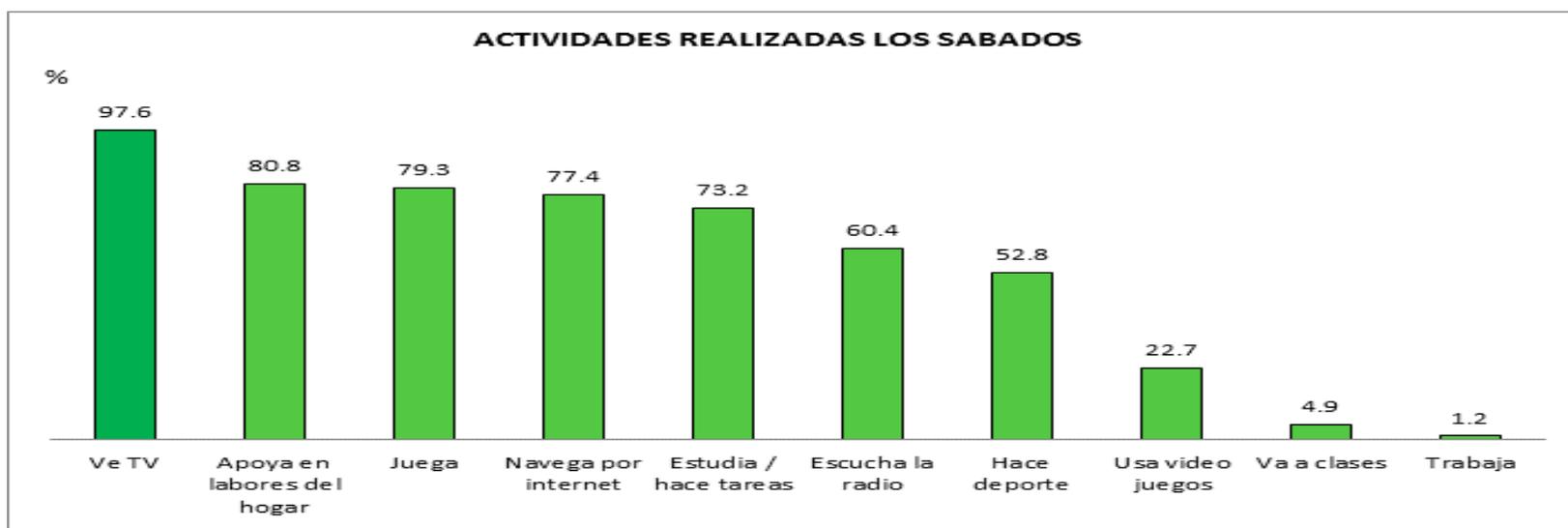
Dos son las principales actividades que realizan los entrevistados mientras almuerzan: "Ver televisión" con el 47.9% y "Conversar" con el 35.1%. Un 25.1% manifiesta que "Solo almuerza", y un 6.0% "Escucha radio".



9. ACTIVIDADES REALIZADAS LOS SABADOS

La principal actividad realizada por los niños y adolescentes los días Sábados es ver televisión, ya que el 97.6% lo declara, luego tenemos cuatro actividades bastante importantes: apoyar en labores del hogar según el 80.8%, jugar según el 79.3%, navegar por internet según el 77.4%, y estudiar / hacer tareas según el 73.2%.

En menor medida tenemos a los que escuchan radio con el 60.4%, los que hacen deporte con el 52.8%, los que usan los video juegos con 22.7%, un 4.9% va a clases y finalmente el 1.2% trabaja.



10. CANTIDAD PROMEDIO DE HORAS DEDICADAS A DIFERENTES ACTIVIDADES LOS SABADOS

Los entrevistados que ven televisión le dedican en promedio 2 horas con 51 minutos los días sábados, a escuchar la radio le dedican 1 hora con 41 minutos, a navegar por internet 1 hora con 36 minutos.

Los entrevistados que juegan le dedican en promedio 2 horas con 6 minutos, y los que hacen deporte 1 hora con 39 minutos. Los que usan los video juegos 1 hora con 15 minutos.

Los que van a clases le dedican 2 horas con 54 minutos y a estudiar / hacer las tareas 1 hora con 57 minutos.

En el apoyo en las tareas del hogar manifiestan que le dedican 1 hora con 24 minutos.

ACTIVIDAD	% QUE LA REALIZA	TOTAL	GRUPO		N.S.E.				
			ADOLES.	NIÑOS	A	B	C	D	E
Ir a clases	4.9	2:54	2:59	2:42	2:11	2:50	2:44	3:11	3:15
Estudiar / hacer tareas	73.2	1:57	2:02	1:52	2:02	2:00	1:57	1:58	1:55
Jugar	79.3	2:06	1:55	2:14	1:50	1:54	2:05	2:10	2:08
Apoyo en labores del hogar	80.8	1:24	1:33	1:13	1:00	1:11	1:19	1:27	1:31
Escuchar radio	60.4	1:41	1:52	1:27	1:38	1:31	1:40	1:42	1:47
Ver televisión	97.6	2:51	2:52	2:51	2:48	2:49	2:50	2:52	2:53
Hacer deporte	52.8	1:39	1:44	1:33	1:55	1:42	1:36	1:38	1:42
Navegar por internet	77.4	1:36	1:45	1:22	1:54	1:52	1:45	1:29	1:19
Usar video juegos	22.7	1:15	1:17	1:12	1:16	1:15	1:19	1:12	1:09
Trabajar	1.2	4:27	4:46	3:16	4:00	2:00	4:03	4:20	4:55

11. PREFERENCIA DE CANALES NACIONALES O INTERNACIONALES

De los entrevistados que tienen televisión pagada el 68.8% prefiere los canales internacionales y el 31.1% los canales nacionales.

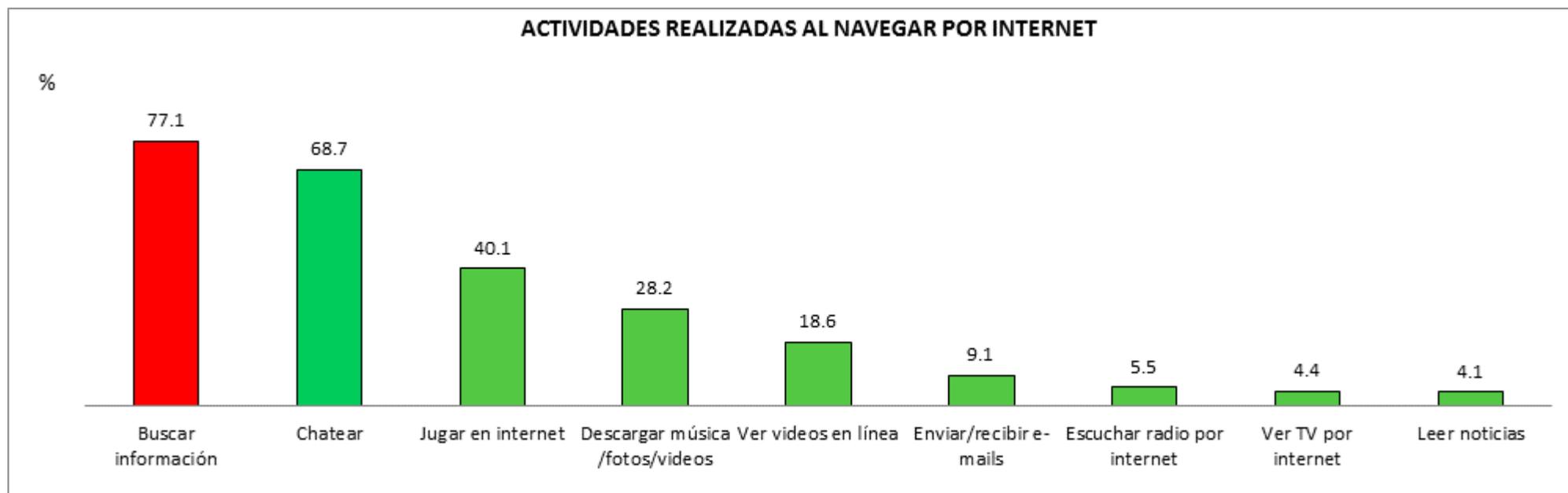
Los que prefieren los canales nacionales tienen como principales razones las siguientes: "Entretiene / divierte / alegra", "Por los programas concurso", y "Son chistosos / graciosos / hacen reír".

Los que prefieren los canales internacionales tienen como principales razones las siguientes: "Por la variedad de programas", "Por los dibujos animados", "Hay más canales", y "Entretiene / divierte / alegra".

12. PRINCIPALES ACTIVIDADES REALIZADAS AL NAVEGAR POR INTERNET

Tres son las principales actividades que realizan los entrevistados al navegar por internet: "Buscar información para sus tareas" con el 77.1%, "Chatear y usar redes sociales" con el 68.7%, y "Jugar en internet / red" con el 40.1%.

Otras actividades realizadas por los entrevistados al navegar por internet son “Descargar música / fotos / videos” con 28.2%, “Ver videos en línea” con 18.6%, “Enviar o recibir e-mails” con 9.1%, “Escuchar radio por internet” con 5.5%, “Ver TV por internet” con 4.4%, y “Leer noticias” con 4.1%.



13. OTRAS FORMAS DE VER TELEVISION

El 10.5% de los entrevistados también ve televisión por Youtube, 4.9% por Sitios de canales por internet y el 1.4% en el teléfono celular. Mientras que el 85.9% manifiesta que no ve televisión por ninguna de estas formas.

14. USO DEL FACEBOOK Y DEL TWITTER PARA OPINAR SOBRE PROGRAMAS DE TELEVISION

El 16.3% de los entrevistados manifiesta que usa el Facebook, y solo el 3.4% usa el Twitter para opinar sobre programas de televisión.

15. OTRAS FORMAS DE ESCUCHAR RADIO

El 14.3% de los entrevistados también escucha radio por el teléfono celular, el 6.6% lo hace por Youtube, y el 3.2% por Sitios de emisoras de radio por internet. Mientras que el 78.9% manifiesta que no escucha radio por ninguna de estas formas.

16. PERSONA QUE ELIGE EL CANAL DE TELEVISION QUE VE

De los entrevistados que ven televisión, el 84.3% de los entrevistados elige él mismo el canal que ve, en el 11.4% lo eligen los padres, en el 3.5% los hermanos, y en el 0.7% otros familiares.

17. PERSONAS CON LAS QUE VE TELEVISION

De los entrevistados que ven televisión, el 57.3% ve con sus padres, el 55.0% ve solo, el 54.9% declara que ve con los hermanos, y el 7.4% ve con otros familiares.

18. TIPO DE PROGRAMA DE TELEVISION QUE GUSTA VER SOLO Y QUE GUSTA VER EN FAMILIA

Los programas de televisión que acostumbran ver solos son principalmente los infantiles según el 52.6%, los de entretenimiento/concursos según el 45.5%, las series/miniserias/telenovelas según el 33.9%, y las películas según el 27.4%. Los entrevistados que acostumbran ver televisión en familia prefieren ver los programas de entretenimiento / concursos según el 69.4%, las series / miniserias / telenovelas según el 66.1%, luego las películas según el 56.8%, los programas infantiles según el 37.6% y los noticieros según el 36.4%.

19. CANTIDAD DE PROGRAMAS QUE VEN AL DIA

El promedio de programas de televisión que ven al día es de 3.1, es importante mencionar que los programas concurso y de competencia entre equipos tienen una duración de entre 2 horas y 2 horas y media, y tiene una alta preferencia en el grupo objetivo estudiado.

20. RAZON POR LA QUE SE ELIGE VER TELEVISION

La principal razón por la que se elige ver televisión es según el 71.5% de los encuestados porque relaja / entretiene, y en segundo lugar tenemos con 17.3% a los que dicen que no tienen nada que hacer, y el 11.1% declara que le sirve de compañía.

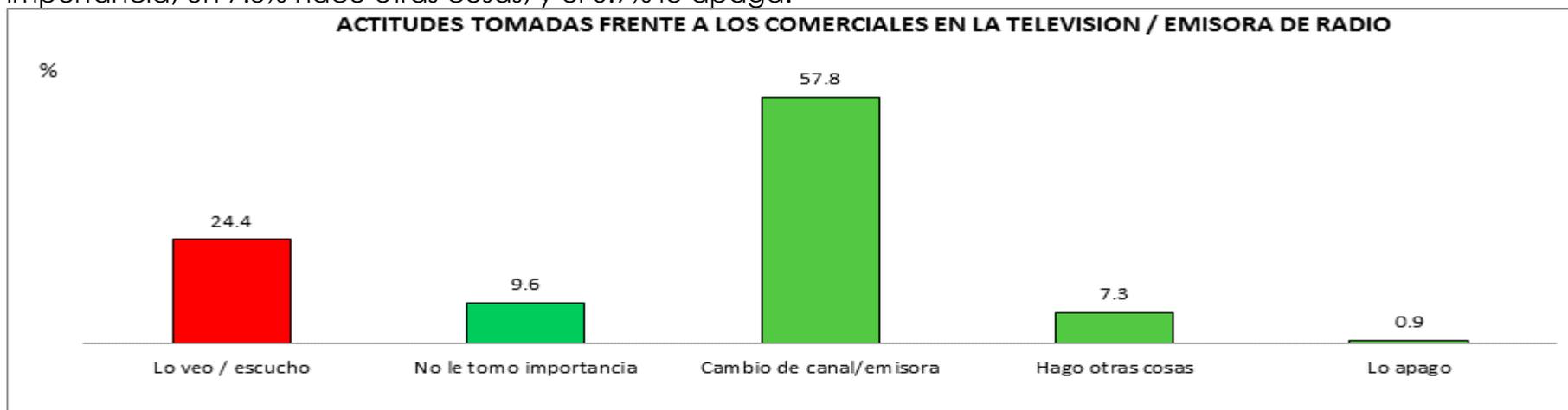
21. COMENTARIOS SOBRE LO QUE SE VE EN TELEVISION

El 19.6% de los entrevistados dice que nunca comenta lo que ve en televisión, el 60.2% dice que a veces comenta, el 14.8% dice que varias veces comenta, y solo el 5.3% dice que siempre comenta lo que ve en televisión.

Las personas con las que se comenta lo que se ve en televisión son principalmente los amigos en un 51.0%, luego los padres en un 40.8% y los hermanos en un 36.5%.

22. ACTITUDES TOMADAS FRENTE A LOS COMERCIALES EN TELEVISION

Solo el 24.4% de los entrevistados ve o escucha los comerciales en la televisión o radio, el resto de entrevistados o no los ve / escucha o no les toma importancia, así tenemos que el 57.8% cambia de canal / emisora, el 9.6% no le toma importancia, un 7.3% hace otras cosas, y el 0.9% lo apaga.



Luego de ver los comerciales de televisión/radio al 46.6% de los entrevistados no le interesó comprar lo que promocionaba el comercial, el 20.6% si lo deseo, el 17.4% si lo compró, y el 15.5% lo comprará en algún momento.

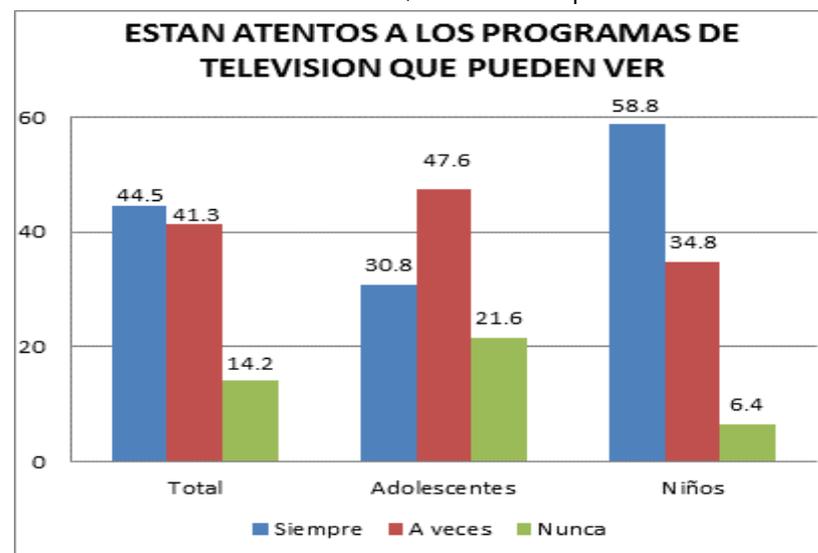
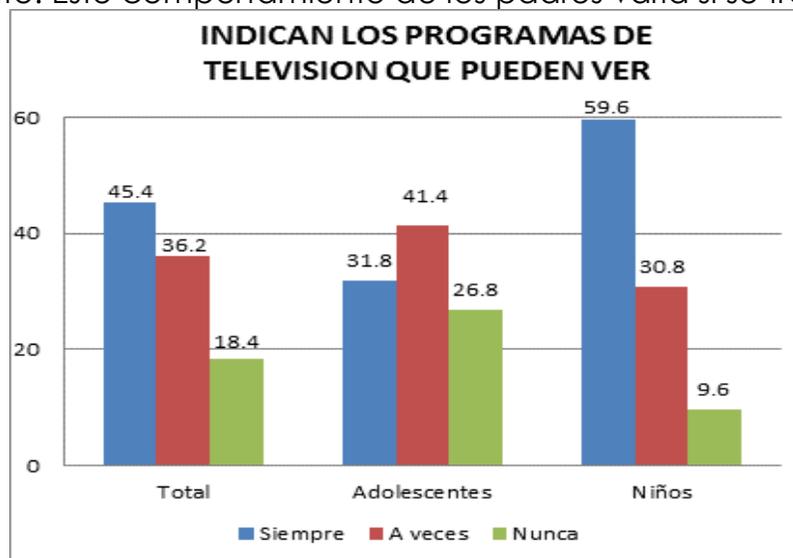
23. PRESENCIA DE REGLAS O CONDICIONES PARA VER TELEVISION EN CASA

El 71.6% de los entrevistados reconocen que tienen reglas para ver televisión, en los adolescentes es el 59.3% mientras que en los niños es el 84.4%. La principal regla impuesta es ver televisión luego de terminar las tareas según el 80.3%, seguida por ver televisión hasta cierta hora con el 24.0%, ver televisión cierta cantidad de horas con 19.6%, y ver solo ciertos programas con 15.8%.

La hora límite para ver televisión varía según la edad, así tenemos que para la mayoría de los niños (aproximadamente el 70%) solo se les permite ver hasta las 9:00 p.m., y para un 23% hasta las 10:00 p.m., en cambio a la mayoría de adolescentes se les permite ver hasta las 10:00 p.m. (aproximadamente al 70%), a más de un 16% hasta las 11:00 p.m.

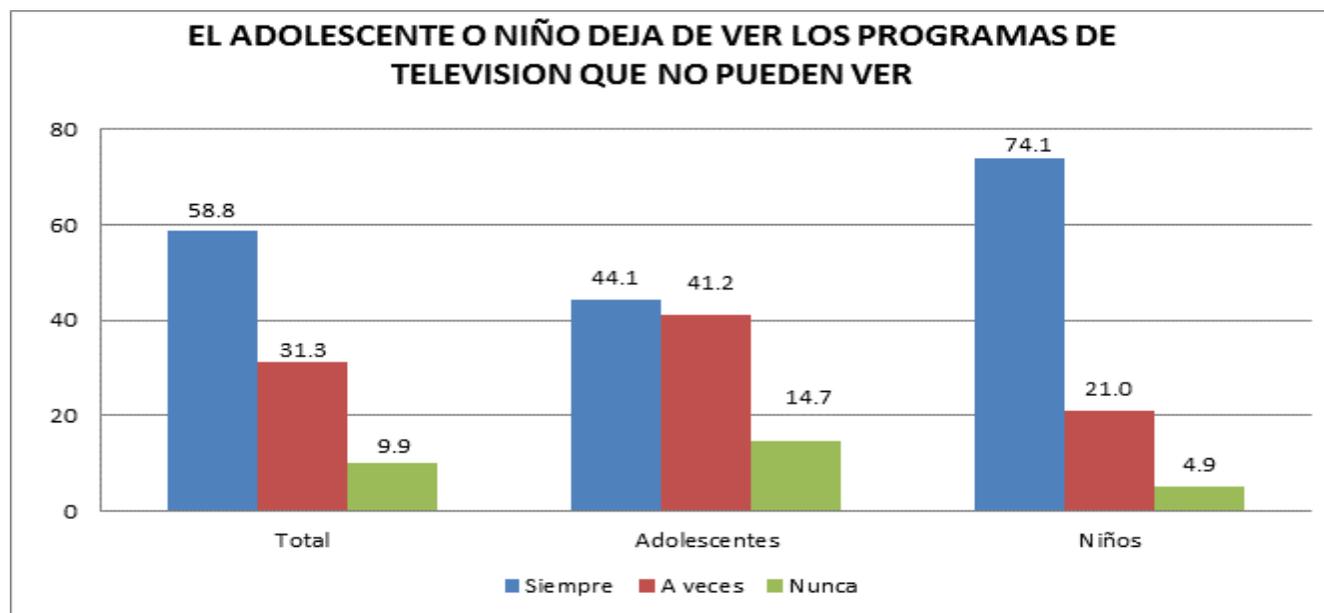
24. COMPORTAMIENTO DE LOS PADRES EN RELACION A LO QUE SE PUEDE VER EN TELEVISION

El 45.4% de los entrevistados reconocen que los padres o el adulto a cargo siempre indican los programas que se pueden ver, un 36.2% indica que a veces, y un 18.4% que nunca. El 44.5% de los padres o adultos a cargo siempre están atentos a los programas que ven los niños y adolescentes, el 41.3% a veces está atento, y un 14.2% nunca está atento. Este comportamiento de los padres varía si se trata de adolescentes o de niños, tal como podemos observar:



25. EL ADOLESCENTE O NIÑO DEJA DE VER EL PROGRAMA DE TELEVISION QUE LE DICEN QUE NO PUEDE VER

El 58.8% de los entrevistados manifiesta que siempre deja de ver el programa que le dicen que no puede ver, el 31.3% dice que a veces, y un 9.9% dice que nunca lo deja de ver. Este comportamiento varía si se trata de adolescentes o de niños, tal como podemos observar en el siguiente gráfico:



26. LOS PADRES O ADULTO A CARGO INDICAN LA CANTIDAD DE HORAS QUE SE PUEDE VER TELEVISION AL DIA

El 78.7% de los entrevistados manifiesta que sus padres o el adulto a cargo les indican la cantidad de horas que puede ver televisión al día. En el caso de los adolescentes lo indica el 66.2%, y en los niños el 91.7%.

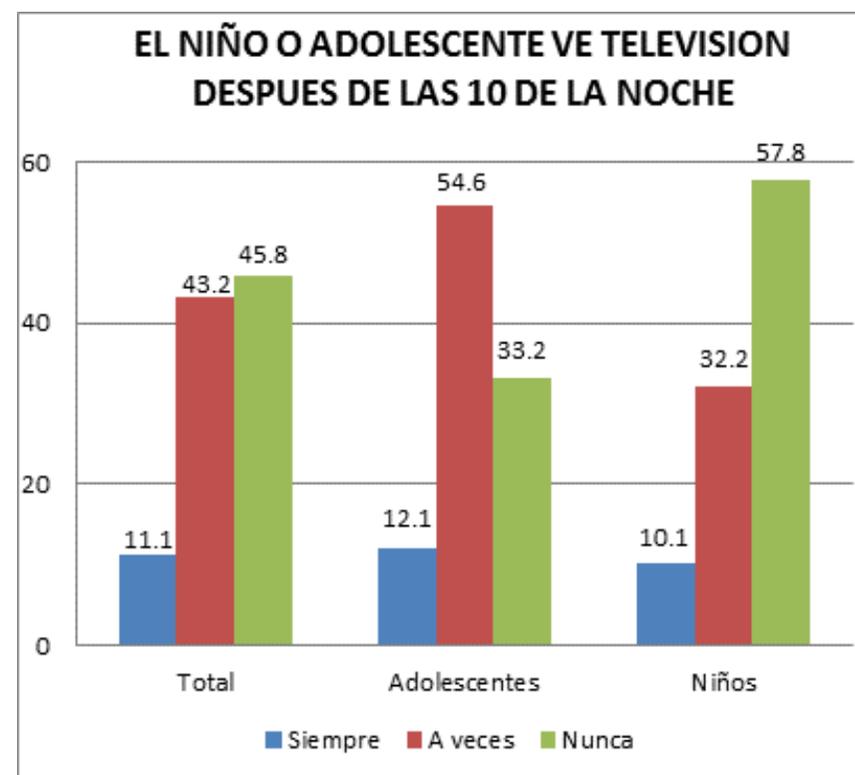
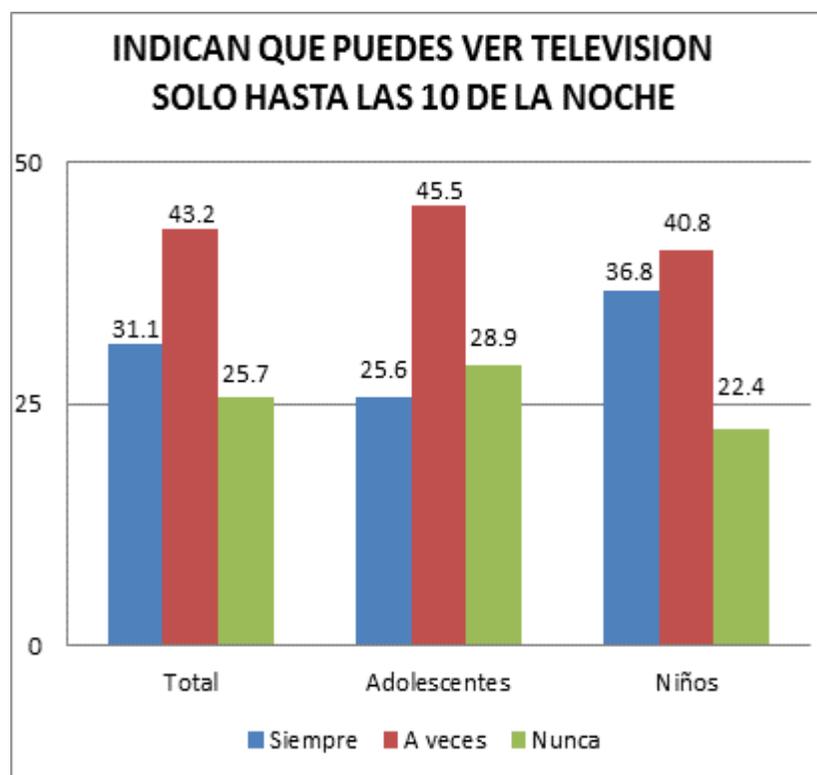
Sin embargo, solo el 79.3% de los entrevistados cumple esta disposición, siendo en el caso de los adolescentes el 69.5%, y en los niños el 86.7% los que cumplen esta disposición.

27. LOS PADRES O ADULTO A CARGO INDICAN QUE SE PUEDE VER TELEVISION SOLO HASTA LAS 10 DE LA NOCHE

El 31.1% de los entrevistados manifiesta que siempre sus padres o el adulto a cargo les indican que solo se puede ver televisión hasta las 10 de la noche, un 43.2% dice que a veces, y un 25.7% que nunca les dan esa indicación.

Sin embargo, solo el 11.1% de los entrevistados siempre cumple esta disposición, un 43.2% la cumple a veces, y un 45.8% nunca la cumple.

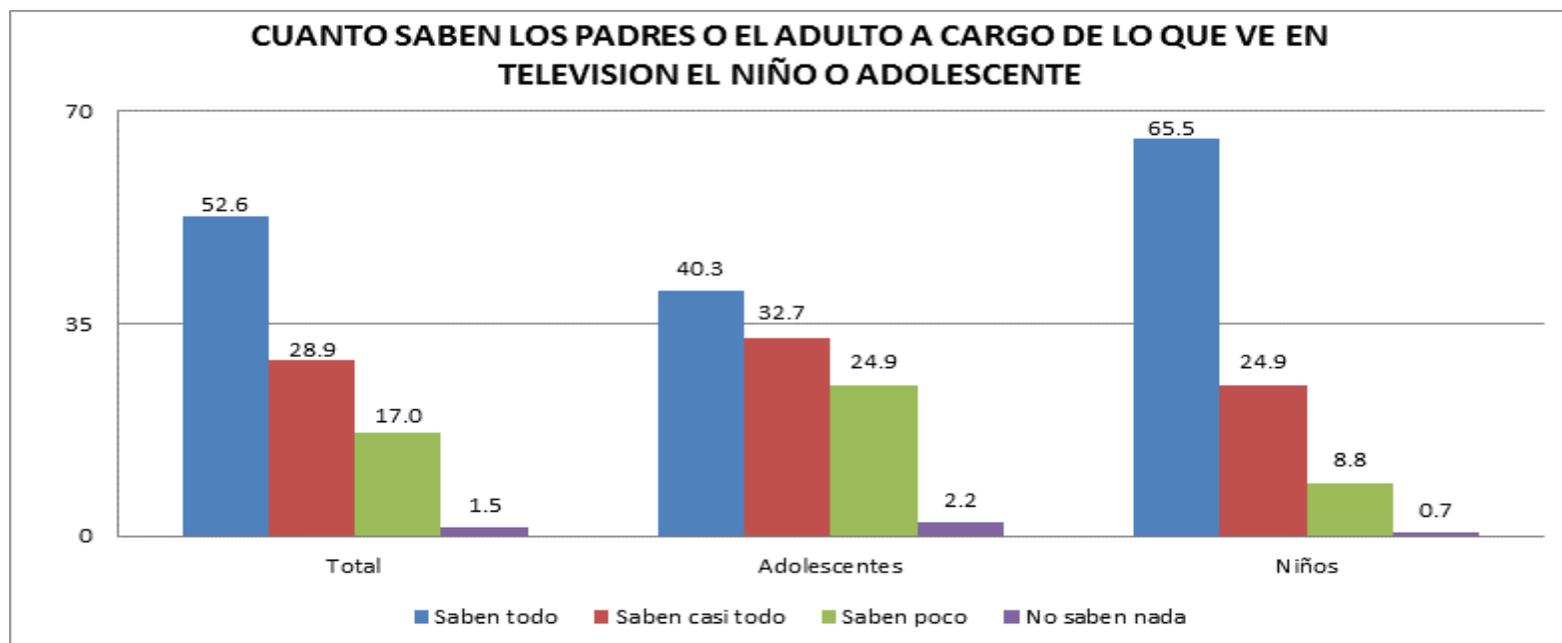
Este comportamiento varía si se trata de adolescentes o de niños, tal como podemos observar en el siguiente gráfico:



28. CUANTO SABEN LOS PADRES O ADULTO A CARGO DE LO QUE VEN EN TELEVISION LOS NIÑOS Y ADOLESCENTES

El 52.6% de los entrevistados manifiesta que sus padres o el adulto a cargo saben todo lo que ve en televisión, un 28.9% dice que saben casi todo, un 17.0% que saben poco, y un 1.5% que no saben nada de lo que ven.

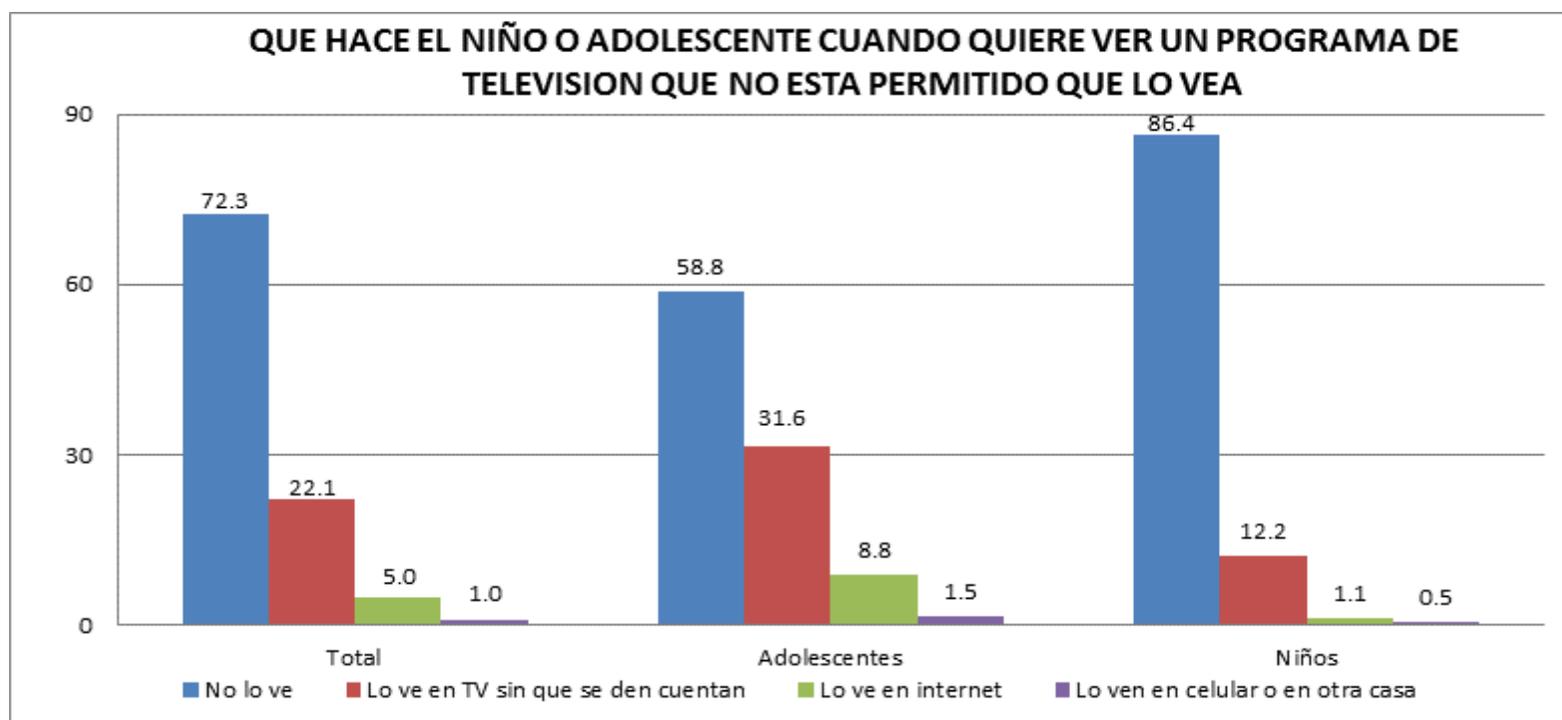
Este comportamiento varía si se trata de adolescentes o de niños, tal como podemos observar en el siguiente gráfico:



29. QUE HACE EL ADOLESCENTE O NIÑO CUANDO QUIERE VER UN PROGRAMA DE TELEVISION QUE NO PUEDE VER

El 72.3% de los entrevistados manifiesta que no ve el programa que le dicen que no puede ver, el 22.1% dice que lo ve en el televisor sin que se den cuenta, un 5.0% dice que lo ve en algún portal de internet, un 0.8% lo ve en el celular, y un 0.2% lo ve en otra casa.

Este comportamiento varía si se trata de adolescentes o de niños, tal como podemos observar en el siguiente gráfico:



30. TIPOS DE PROGRAMAS PREFERIDOS PARA ESCUCHAR EN LA RADIO

De los entrevistados que escuchan radio, el 97.8% manifiesta que prefiere escuchar música, el 20.0% escucha programas donde conversan y hacen chistes, un 8.1% escucha programas deportivos, un 6.7% escucha noticieros, un 5.4% programas concurso, un 3.9% entrevistas, y un 2.7% relatos de cuentos.

31. FRECUENCIA ACOSTUMBRADA PARA COMENTAR / CONVERSAR LO QUE ESCUCHA EN LA RADIO

El 38.9% de los entrevistados dice que nunca comenta lo que escucha en la radio, el 53.7% dice que a veces comenta, el 5.1% dice que varias veces comenta, y solo el 2.4% dice que siempre comenta lo que escucha en la radio.

32. LO QUE MAS SE PREFIERE DE LOS PROGRAMAS QUE VEN EN LA TELEVISION NACIONAL

Lo que más se prefieren son los concursos según el 29.5% de entrevistados, luego los dibujos animados según el 21.8% (principalmente en niños que alcanza el 35.6%), luego las miniserias según el 17.0%, los programas de entretenimiento y de competencia ambos con 12.2%.

33. PROGRAMAS DE TELEVISION MAS VISTOS

El programa de televisión más visto es Esto es guerra con 49.7%, siendo ligeramente más visto por los adolescentes con 50.4% frente al 48.9% de los niños, en segundo lugar tenemos Al fondo hay sitio según el 35.9%, siendo más visto por los adolescentes con 40.1%, mientras que en niños alcanza al 31.5%. Luego tenemos Combate con 28.8% a nivel Total, siendo más visto por los adolescentes con 34.4%, mientras que en los niños obtiene 23.0%. En cuarto lugar y con menores valores tenemos a La Paisana Jacinta que es visto por el 7.4% a nivel total, seguido por Corazón Indomable con 7.1%.

34. PERSONAJES FAVORITOS DE LA TELEVISION

Los personajes favoritos de la televisión son Nicola Porcella según el 12.7% de los entrevistados, luego Erick Elera con el 9.4%, Jaco Skenazi con 8.3%, Patricio Parodi con 7.3%, Melisa Loza con 6.5%, La Paisana Jacinta con 6.0%, y Mario Iribaren con 5.9%.

De Nicola Porcella lo que más gusta es ser aguerrido / luchador, bonito / simpático, y su liderazgo.

De Erick Elera lo que más gusta es ser gracioso / chistoso, ser divertido / entretenido, y su forma de cantar y actuar.

De Jaco Skenazi lo que más gusta es su liderazgo, ser aguerrido / luchador, y que es fuerte.

35. PERSONAJES FAVORITOS DE LA RADIO

Los personajes favoritos de la radio son Carloncho según el 7.0% de los entrevistados, luego Chiqui con el 2.1%, Carlos Gáldos y Gachi cada uno con 1.3%. El 57.4% de los entrevistados no sabe o no opina y el 28.4% no tiene ningún personaje favorito en la radio.

De Carloncho y de Carlos Gáldos lo que más gusta es ser gracioso / chistoso, y ser divertido / entretenido. De Chiqui lo que más gusta es que aconseja / orienta, ser gracioso / chistoso, y ser divertido / entretenido.

36. ENSEÑANZA EN EL COLEGIO SOBRE ANALIZAR Y COMENTAR LO QUE SE VE EN LA TELEVISION

El 44.6% de los entrevistados manifiestan que si les han enseñado a analizar y comentar lo que ven en la televisión, en el grupo de adolescentes se da una mayor proporción con el 50.9% contra el de niños que alcanza al 38.1% de entrevistados.

37. PRESENCIA Y USO DEL TELEVISOR EN EL SALON DE CLASE

El 17.2% del total de entrevistados manifiestan que si hay televisor en su salón de clase.

La mayoría de entrevistados, esto es un 81.0% indica que el televisor se usa para hacer o apoyar la clase, unos pocos, esto es el 5.0% indica que se usa para distraerlos cuando el profesor hace otra cosa, un 2.0% indica que lo usan para ver televisión, y un 12.1% dice que no lo usan.

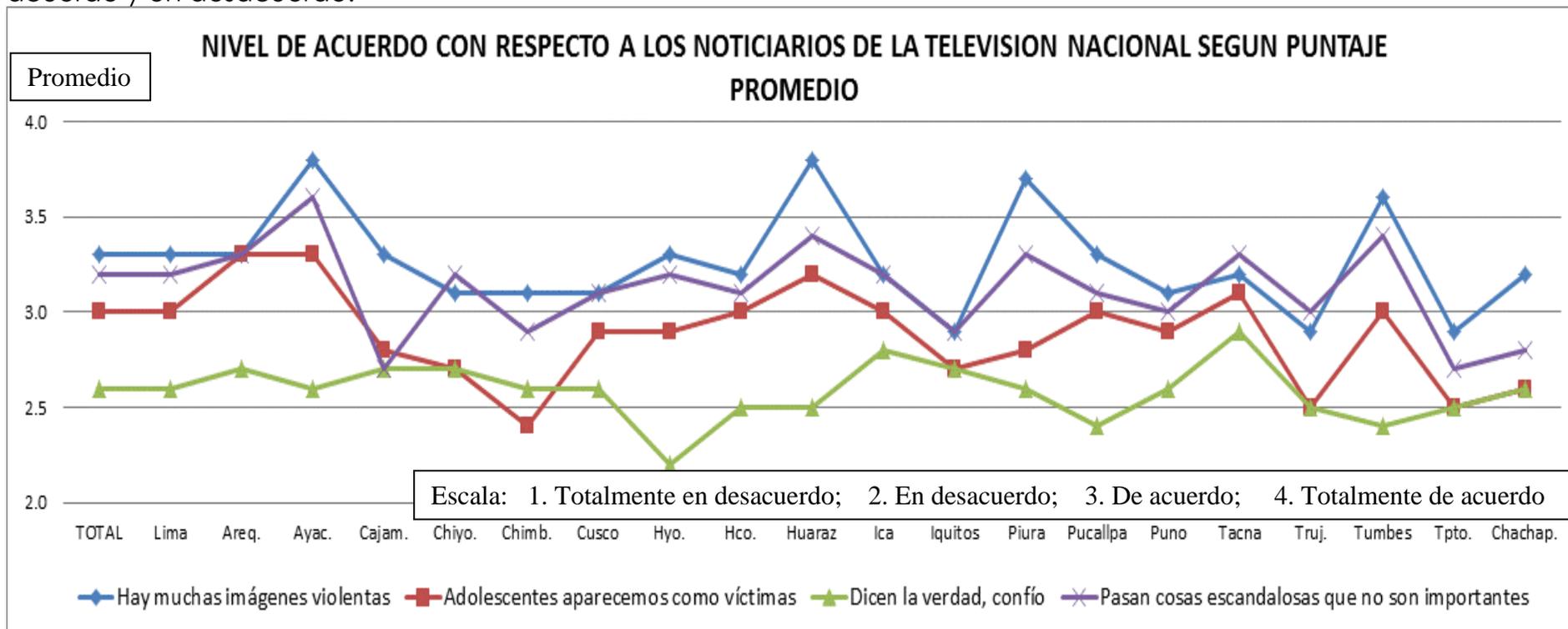
38. CONSUMO DE NOTICIARIOS EN LA TELEVISION NACIONAL

Este aspecto fue solo consultado a los adolescentes y el 85.6% de ellos dijo que si ven los noticiarios, por sexos no hay mayor diferencia y por rangos de edad los mayores ven ligeramente más.

39. NIVEL DE ACUERDO CON LAS FRASES EVALUADAS PARA LOS NOTICIARIOS DE LA TELEVISION NACIONAL

En una escala del 1 al 4 donde 1 es Totalmente en desacuerdo, 2 es en Desacuerdo, 3 es De acuerdo y 4 es Totalmente de acuerdo, se evaluaron 4 frases, la que obtuvo el mayor nivel de acuerdo fue "Hay muchas imágenes violentas" que alcanzo 3.3 puntos en promedio, en segundo lugar de nivel de acuerdo tenemos a "Pasan cosas escandalosas que no son importantes" que obtuvo 3.2 puntos en promedio, lo que ubica a ambas frases en la escala en un nivel de acuerdo con ligera tendencia a totalmente de acuerdo, luego tenemos la frase "Nosotros los niños o adolescentes solo

aparecemos como víctimas” ubicándose en la escala en el 3.0 que equivale a de acuerdo. Finalmente la frase “Dicen la verdad, confío en lo que dicen o muestran” obtiene 2.6 puntos en promedio, lo que la ubica en la escala entre de acuerdo y en desacuerdo.



40. CONSUMO DE SERIES / MINISERIES / TELENÓVELAS PERUANAS EN LA TELEVISION NACIONAL

También este aspecto fue solo consultado a los adolescentes y el 85.8% de ellos dijo que si ven las series / miniseries / telenovelas en la televisión nacional, por sexos es mayor la proporción en las mujeres, y por rangos de edad no hay mayor diferencia. Por niveles socioeconómicos tenemos que a excepción del N.S.E. A, en el resto el comportamiento es bastante similar.

41. NIVEL DE ACUERDO CON LAS FRASES EVALUADAS PARA LAS SERIES / MINISERIES / TELENOVELAS PERUANAS EN LA TELEVISION CON RELACION A REFLEJAR ASPECTOS DE LA VIDA DEL ENCUESTADO

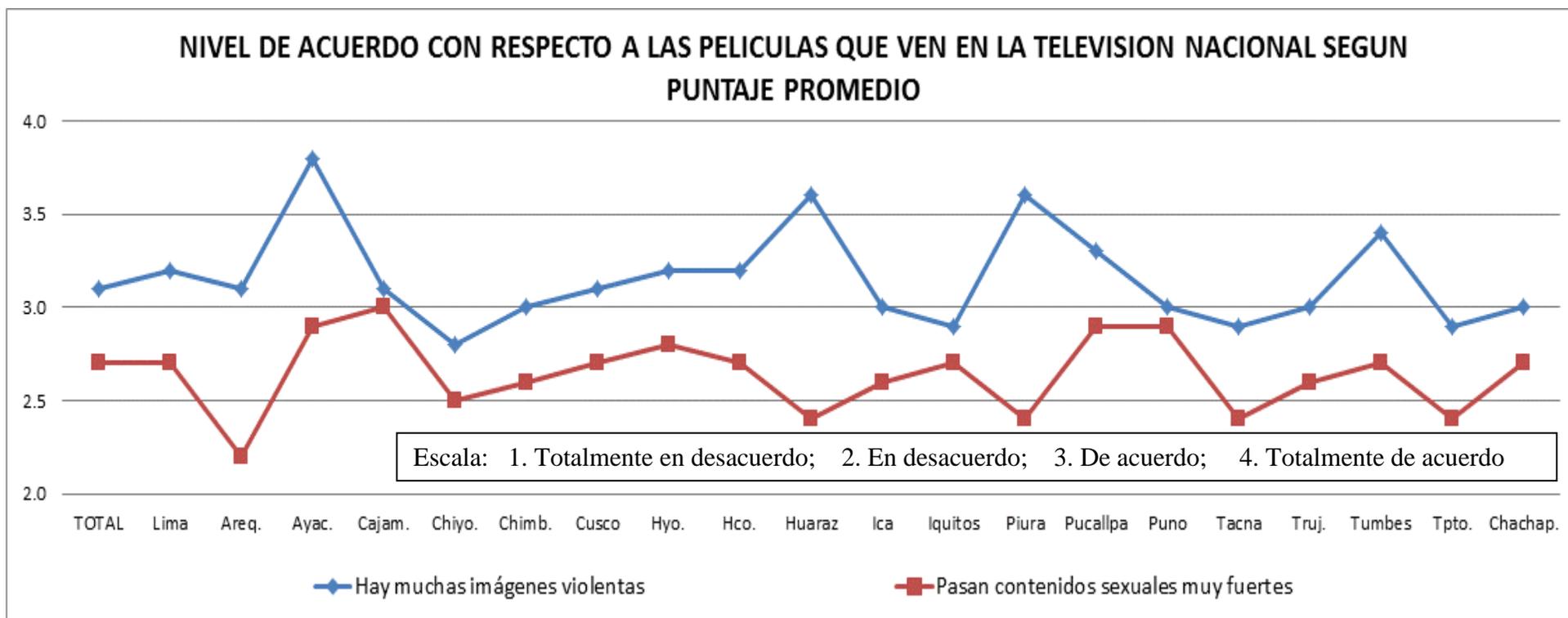
En una escala del 1 al 5 donde 1 es No se refleja en nada, y 5 es Se refleja totalmente, se evaluaron 6 frases, cuatro obtuvieron el mayor puntaje promedio "Relaciones con los amigos", "Discriminación a ciertas razas u orígenes sociales", "Empleo juvenil", y "Embarazo adolescente", que alcanzaron 2.9 puntos en promedio lo que la ubica en la escala en el punto intermedio o neutro. Las otras frases obtuvieron un puntaje promedio de 2.8 y 2.7, lo que indica que del punto neutro hay una ligera tendencia hacia "No se refleja en nada", estas frases fueron: "Discriminación a las mujeres" y "Relaciones familiares".

42. CONSUMO DE PELICULAS EN LA TELEVISION

También este aspecto fue solo consultado a los adolescentes y el 91.2% de ellos dijo que si ven las películas en la televisión, por sexo hay una mayor proporción en los hombres y por edades no hay mayores diferencias. Por niveles socioeconómicos tenemos que en los N.S.E. A, C y D el consumo es ligeramente mayor que en el resto.

43. NIVEL DE ACUERDO CON LAS FRASES EVALUADAS RESPECTO A LAS PELICULAS QUE VEN EN LA TELEVISION

En una escala del 1 al 4 donde 1 es Totalmente en desacuerdo, 2 es en Desacuerdo, 3 es De acuerdo y 4 es Totalmente de acuerdo, se evaluaron 2 frases, la que obtuvo el mayor nivel de acuerdo fue "Hay muchas imágenes violentas" que alcanzo 3.1 puntos en promedio lo que la ubica en la escala en estar de acuerdo con ligera tendencia a Totalmente de acuerdo. La segunda frase "Pasan contenidos sexuales muy fuertes" obtuvo 2.7 puntos en promedio, ubicándose en la escala entre el 3 y el 2, que equivale a estar entre el punto intermedio De acuerdo y En Desacuerdo, siendo finalmente una posición intermedia con tendencia a De acuerdo.



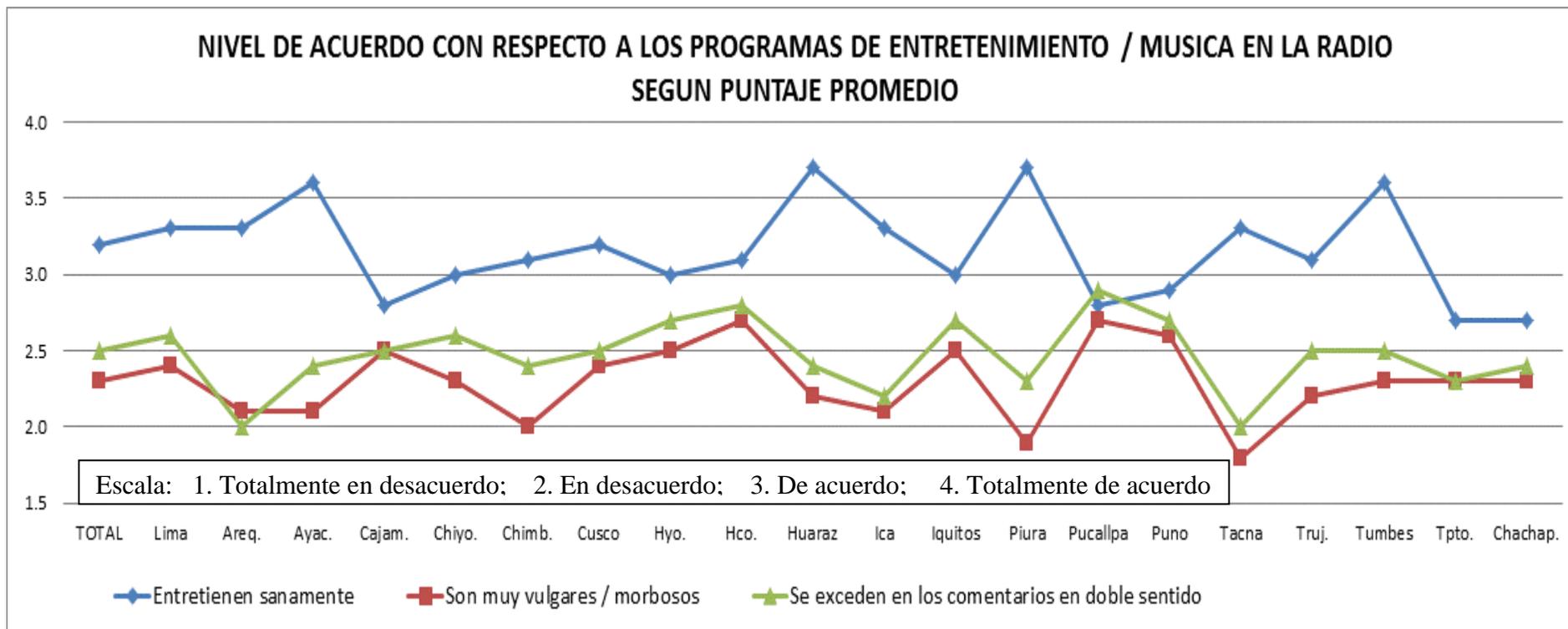
44. CONSUMO DE PROGRAMAS DE ENTRETENIMIENTO / MUSICA EN LA RADIO

Este aspecto fue solo consultado a los adolescentes y el 97.9% de ellos dijo que si escuchan programas de entretenimiento / música en la radio, por sexos, edades y niveles socioeconómicos no se encontraron mayores diferencias.

45. NIVEL DE ACUERDO CON LAS FRASES EVALUADAS RESPECTO A LOS PROGRAMAS DE ENTRETENIMIENTO / MUSICA EN LA RADIO

En una escala del 1 al 4 donde 1 es Totalmente en desacuerdo, 2 es en Desacuerdo, 3 es De acuerdo y 4 es Totalmente de acuerdo, se evaluaron 3 frases, la que obtuvo el mayor nivel de acuerdo fue “Entretienen sanamente” que alcanzo

3.2 puntos en promedio lo que la ubica en la escala en estar de acuerdo con tendencia a Totalmente de acuerdo. La segunda frase "Se exceden en los comentarios en doble sentido" obtuvo 2.5 puntos en promedio, ubicándose en la escala entre el 3 y el 2, que equivale a estar en el punto intermedio entre De acuerdo y En Desacuerdo, siendo finalmente una posición neutral o intermedia. La tercera frase "Son muy vulgares / morbosos" obtuvo 2.3 puntos en promedio, lo que indica una tendencia en los adolescentes a estar en desacuerdo con esta frase.



46. CONSUMO DE PROGRAMAS DE TELEVISION DE LA CIUDAD

Este aspecto fue consultado a los adolescentes y el 90.3% dijo que si ven programas de televisión de su ciudad, sin embargo esta cifra está fuertemente influenciada por las respuestas de los entrevistados de Lima.

47. CONSUMO DE PROGRAMAS DE RADIO DE LA CIUDAD

Este aspecto fue consultado a los adolescentes y el 85.8% dijo que si escuchan programas de radio de su ciudad, sin embargo esta cifra está fuertemente influenciada por las respuestas de los entrevistados de Lima.

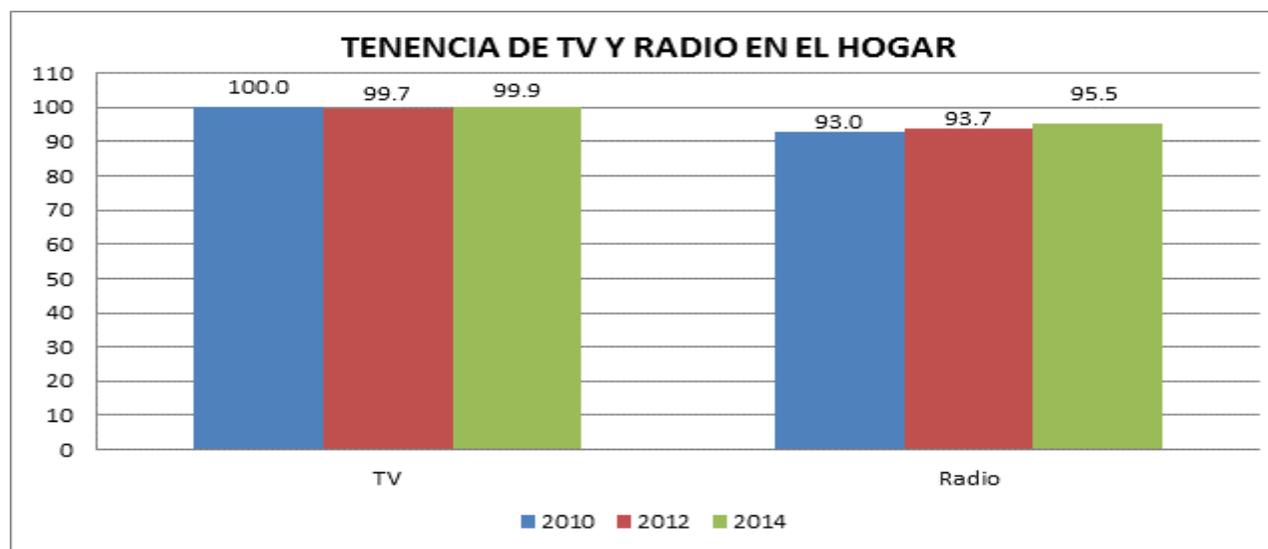
48. PERSONA QUE TIENE MAYOR INFLUENCIA EN LAS DECISIONES QUE TOMAN LOS NIÑOS Y ADOLESCENTES

A nivel nacional el 76.5% de los entrevistados opina que son los padres quienes ejercen mayor influencia en ellos, un 1.8% dice que son los amigos, un 1.0% menciona a otros familiares, sin embargo 20.1% dice que nadie influye en sus decisiones.

Es claro que la influencia de los padres es importante, sin embargo vemos que en los adolescentes comienza a ser menor que la que se da en los niños, así tenemos que para los niños los padres representan el 86.5% mientras que para los adolescentes representan el 66.9%.

ANÁLISIS COMPARATIVO DE LOS AÑOS 2010, 2012 Y 2014**1. TENENCIA DE TV Y RADIO EN EL HOGAR.**

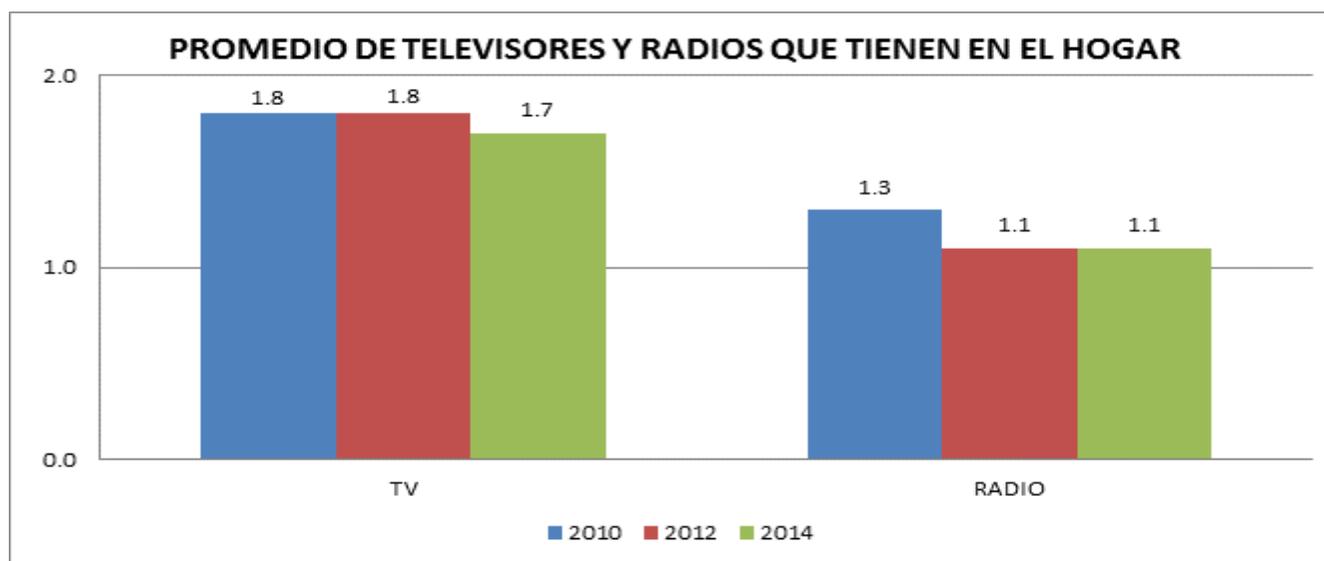
La tenencia de televisores en el hogar se mantiene alrededor del 100%, y la de radios / equipos de sonido pasa del 93.7% en el 2012 a 95.5% ahora en el 2014.

**2. PROMEDIO DE TELEVISORES Y RADIOS QUE TIENEN EN EL HOGAR**

Tenemos que a Nivel Nacional los hogares tienen en promedio 1.7 televisores, cantidad que prácticamente no ha variado en relación al año 2010 y 2012, cuando se obtuvo 1.8 en promedio.

Los hogares en promedio tienen 1.1 radios según los resultados del presente año y que son similares al 2012, en el 2010 tenían un promedio de 1.3 radios por hogar, este promedio ha descendido por la aparición de nuevas tecnologías

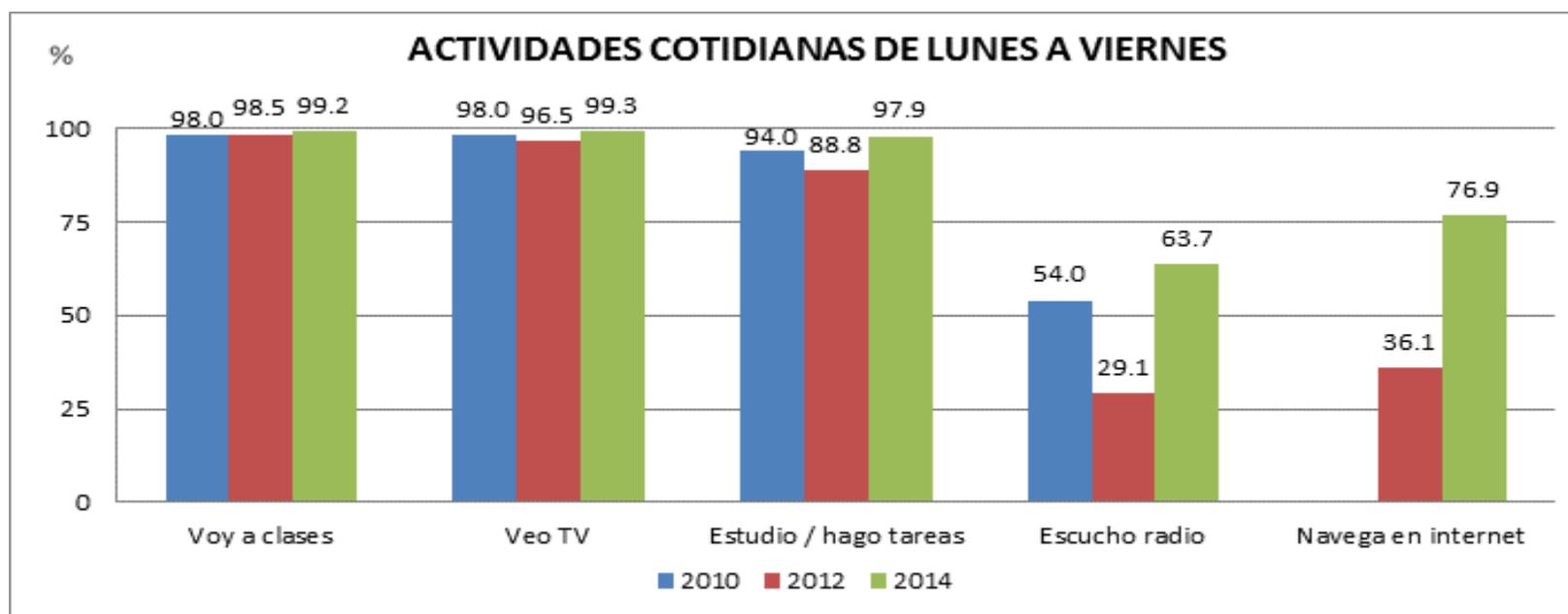
para escuchar música, como por ejemplo el celular, el MP3 entre otros, que vienen a reemplazar al radio o equipo de sonido tradicional.



3. ACTIVIDADES COTIDIANAS REALIZADAS DE LUNES A VIERNES

Comparativamente entre el 2010, el 2012 y el 2014 las principales actividades realizadas por los niños y adolescentes de Lunes a Viernes se mantienen similares en ir a clases, en ver televisión se da un ligero incremento, en cuanto a estudiar / hacer tareas se presenta un incremento del 94.0% en el 2010 a 97.9% en el 2014.

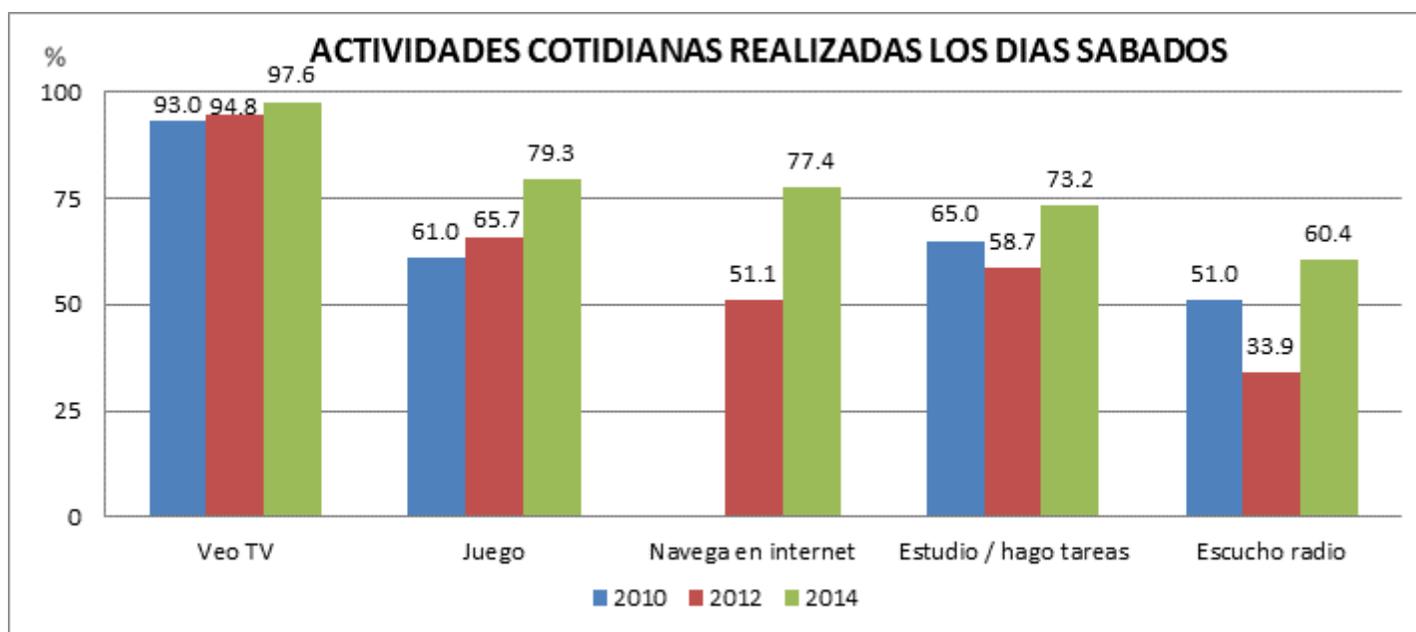
Con relación a escuchar radio el incremento es mayor ya que del 54.0% en el 2010 pasa al 63.7% ahora en el 2014. Con relación a navegar en internet se da un fuerte crecimiento entre el 2012 con 36.1% a 76.39% ahora en el 2014.



4. ACTIVIDADES COTIDIANAS REALIZADAS LOS SABADOS

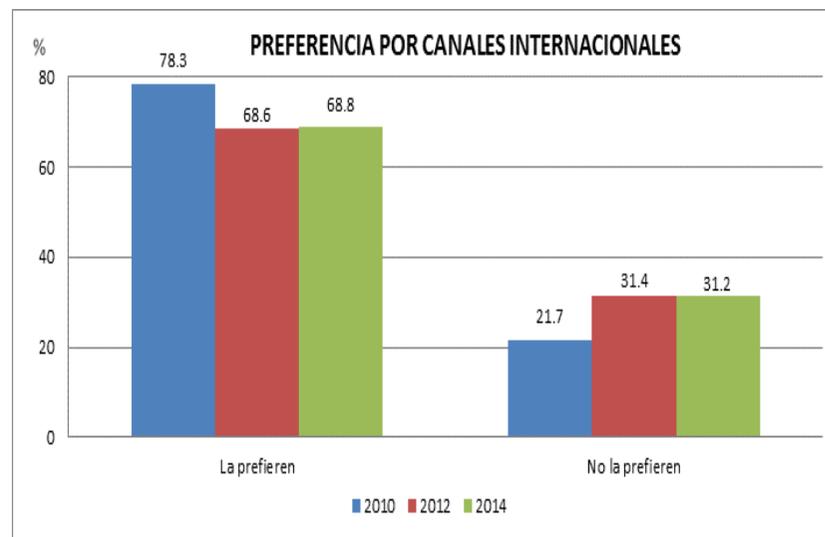
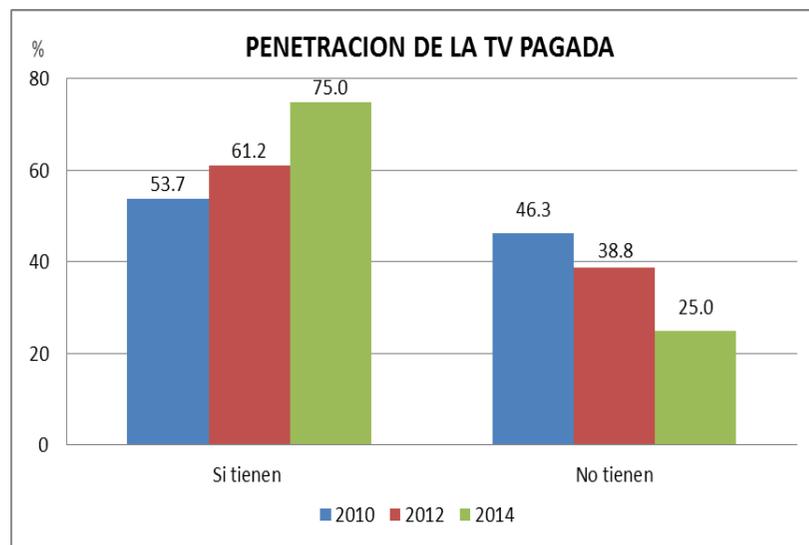
Comparativamente entre el 2010, el 2012 y el 2014 las principales actividades realizadas por los niños y adolescentes los días Sábados se han incrementado, así tenemos que ver televisión pasa de 93.0% en el 2010 a 97.6% en el 2014, la actividad de jugar se incrementa de 61.0% en el 2010 a 79.3% en el 2014, navegar por internet pasa de 51.1% en el 2012 a 77.4% ahora en el 2014, a en cuanto a estudiar / hacer tareas pasa de 65.0% en el 2010 a 73.2% en el 2014.

Con relación a escuchar radio el incremento es del 51.0% en el 2010 a 60.4% ahora en el 2014.



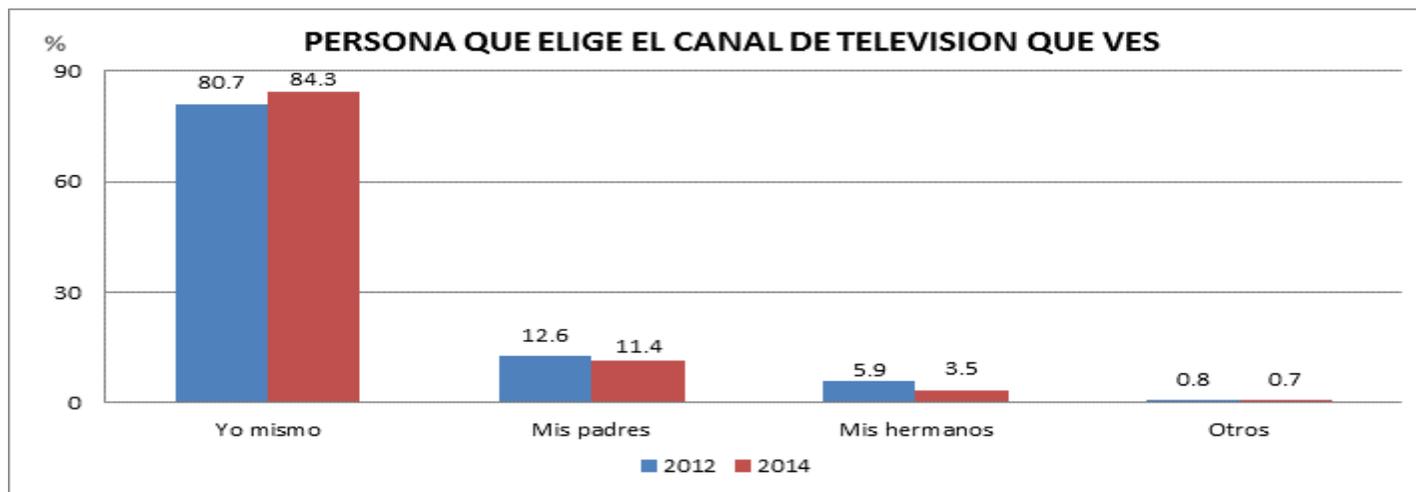
5. PENETRACION DE LA TV PAGADA Y PREFERENCIA DE CANALES INTERNACIONALES

Con relación al año 2010 la penetración de la televisión pagada en los hogares a aumentado de 53.7% a 61.2% y para el año 2014 se incrementó aún más a 75.0%, sin embargo su preferencia ha disminuido de 78.3% en el 2010 a 68.6% en el 2012, manteniéndose en el 2014 en 68.8%, esto debido básicamente a la gran preferencia que tienen las miniserias y los programas concursos y de competencias en la televisión nacional.



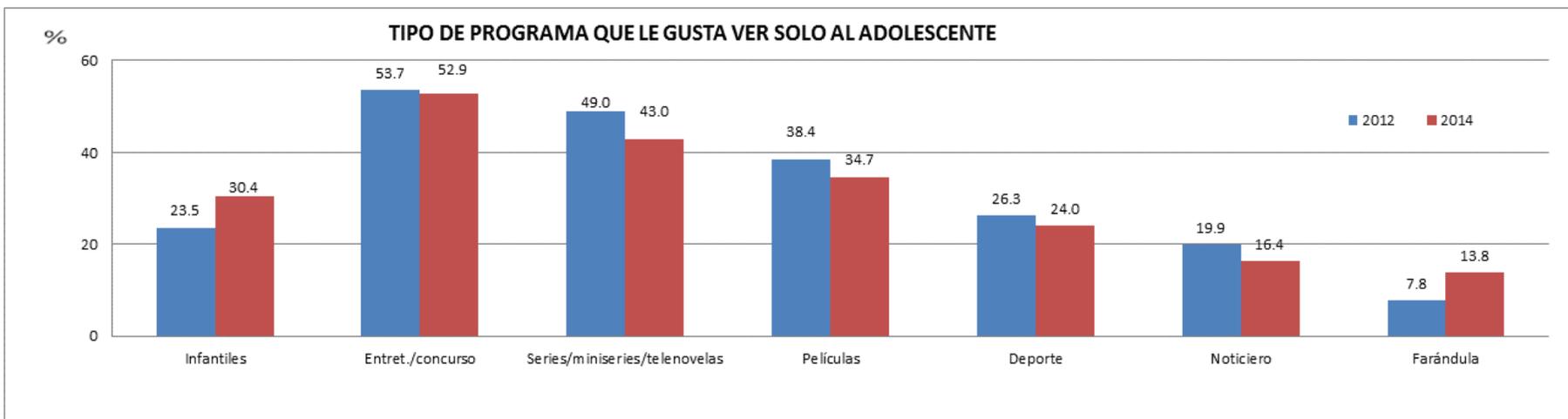
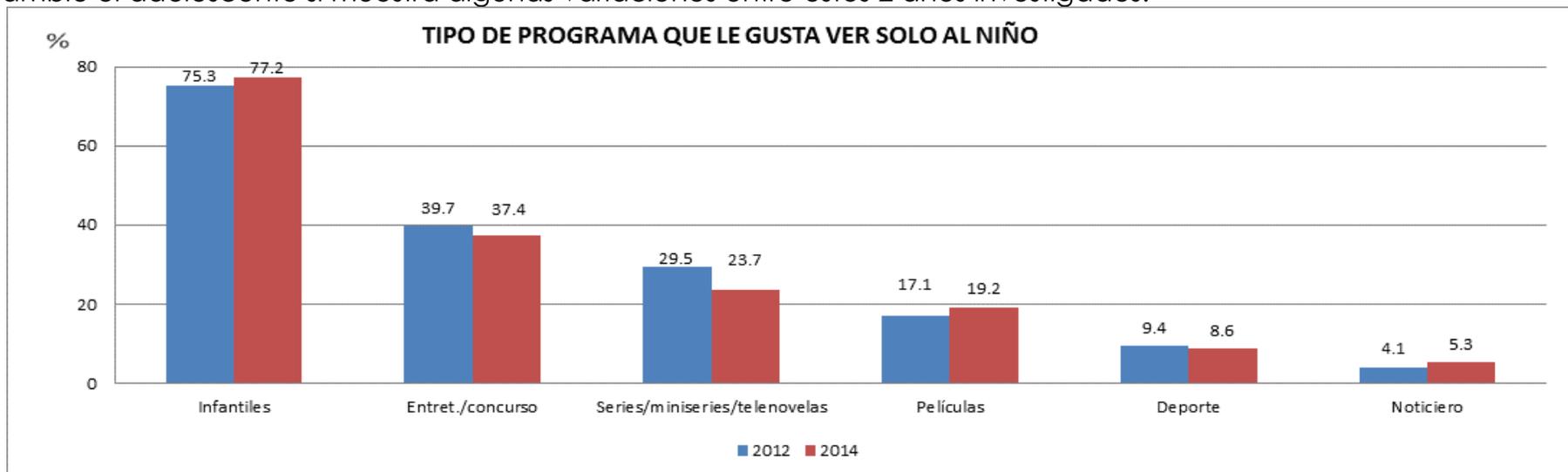
6. PERSONA QUE ELIGE EL CANAL DE TELEVISION QUE VE

Del 2012 al 2014 ha aumentado el poder de elección del canal por parte del mismo entrevistado, pasando de 80.7% a 84.3%.



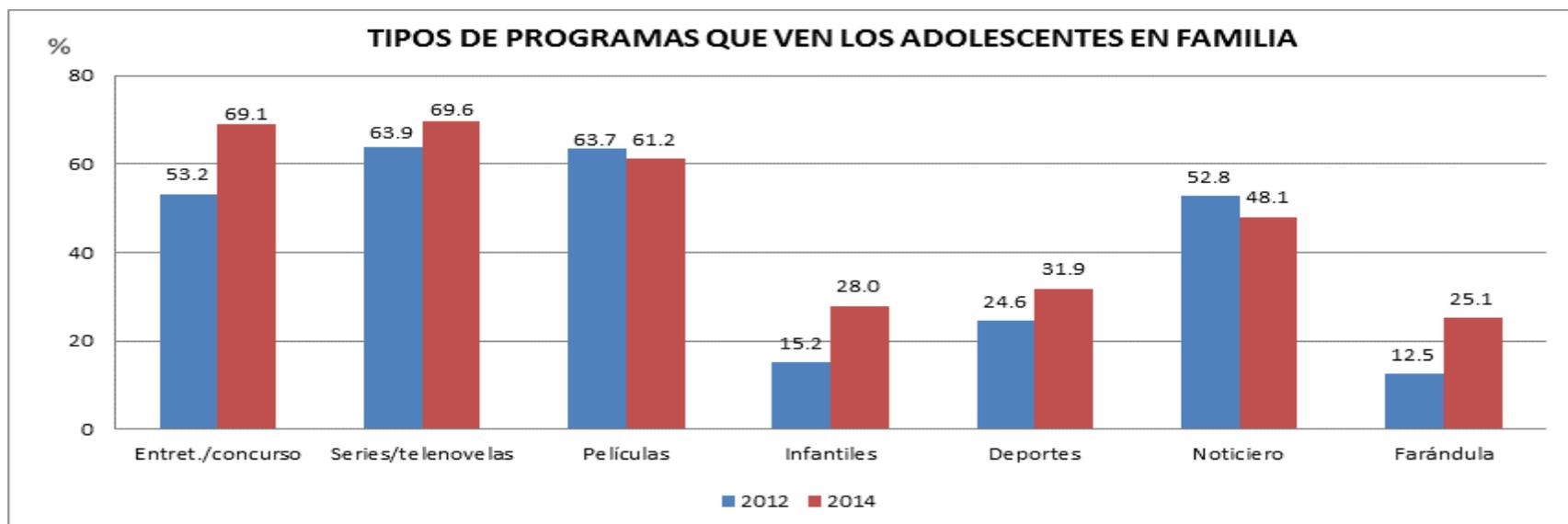
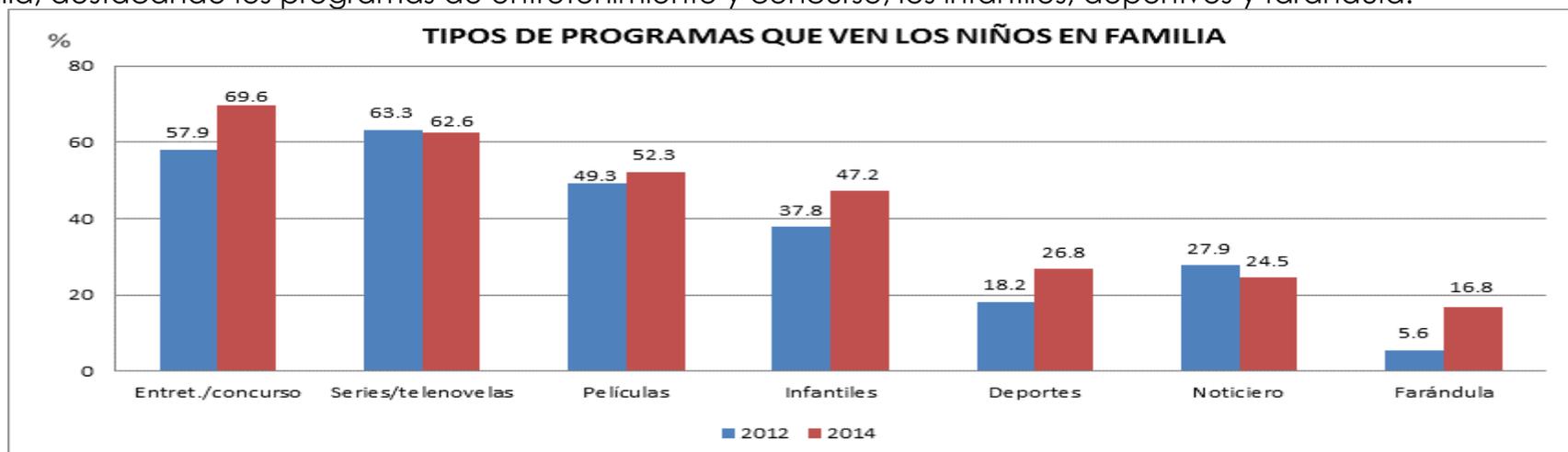
7. TIPO DE PROGRAMA DE TELEVISION QUE LES GUSTA VER SOLOS

Entre el año 2012 y 2014 no hay variaciones significativas entre los tipos de programas que le gusta al niño ver solo, en cambio el adolescente si muestra algunas variaciones entre estos 2 años investigados.



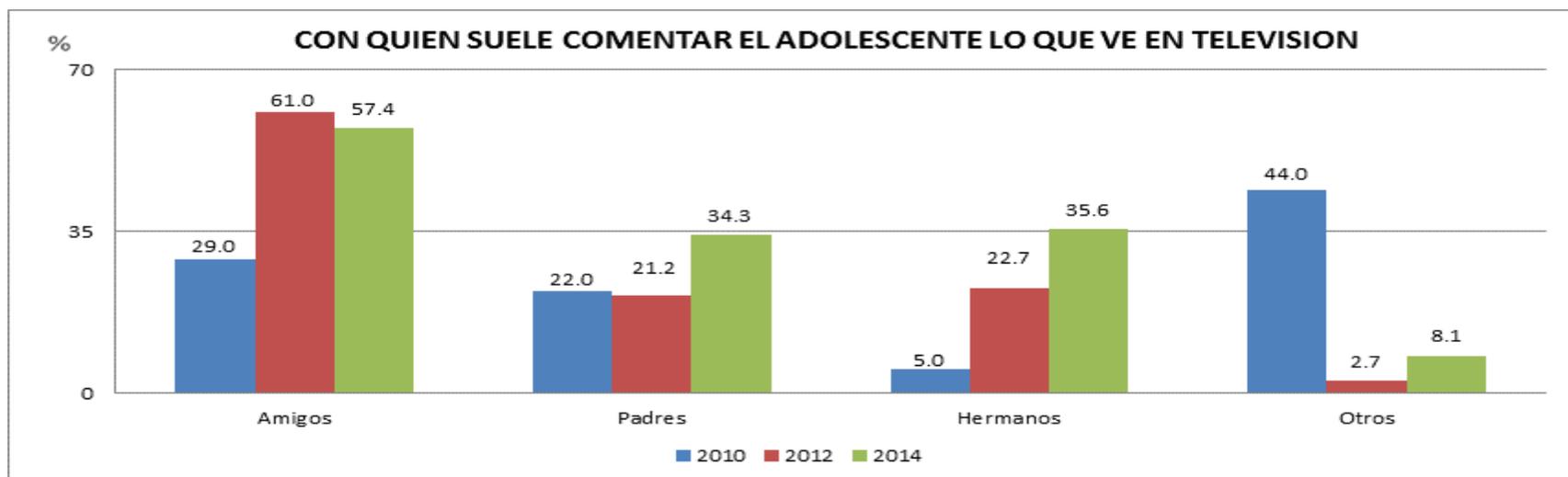
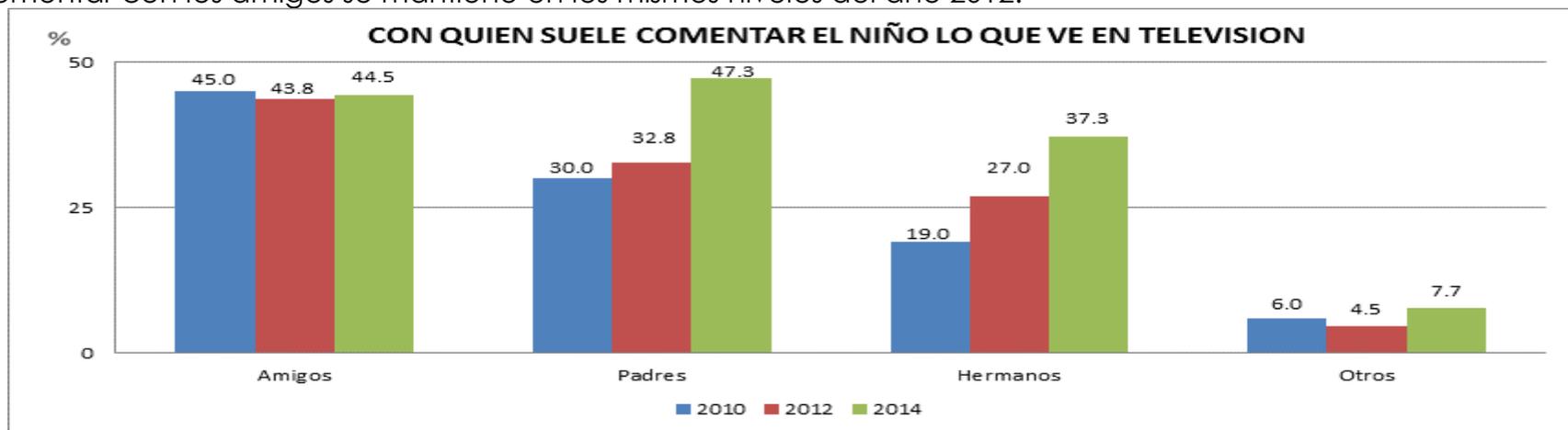
8. TIPO DE PROGRAMA DE TELEVISION QUE LES GUSTA VER EN FAMILIA

En el presente año ha habido un incremento en el porcentaje de niños y adolescentes que ven los programas más en familia, destacando los programas de entretenimiento y concurso, los infantiles, deportivos y farándula.



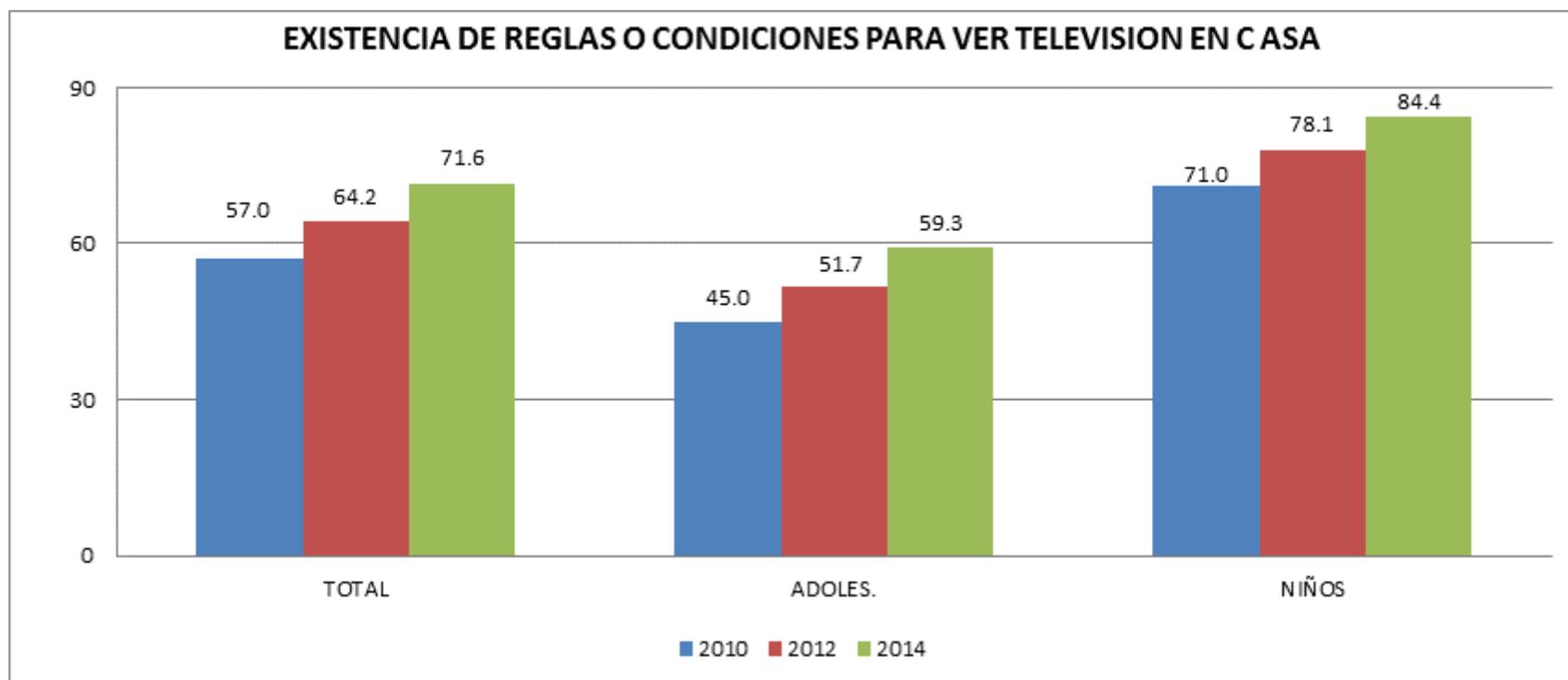
9. CON QUIEN SUELE COMENTAR LO QUE SE VE EN TELEVISION

Hay una tendencia en los niños y adolescentes a comentar más con los padres y hermanos lo que ven en televisión, básicamente porque ahora comparten el ver determinados programas entre varios miembros de la familia. En cambio el comentar con los amigos se mantiene en los mismos niveles del año 2012.



10. EXISTENCIA DE REGLAS O CONDICIONES PARA VER TELEVISION EN CASA

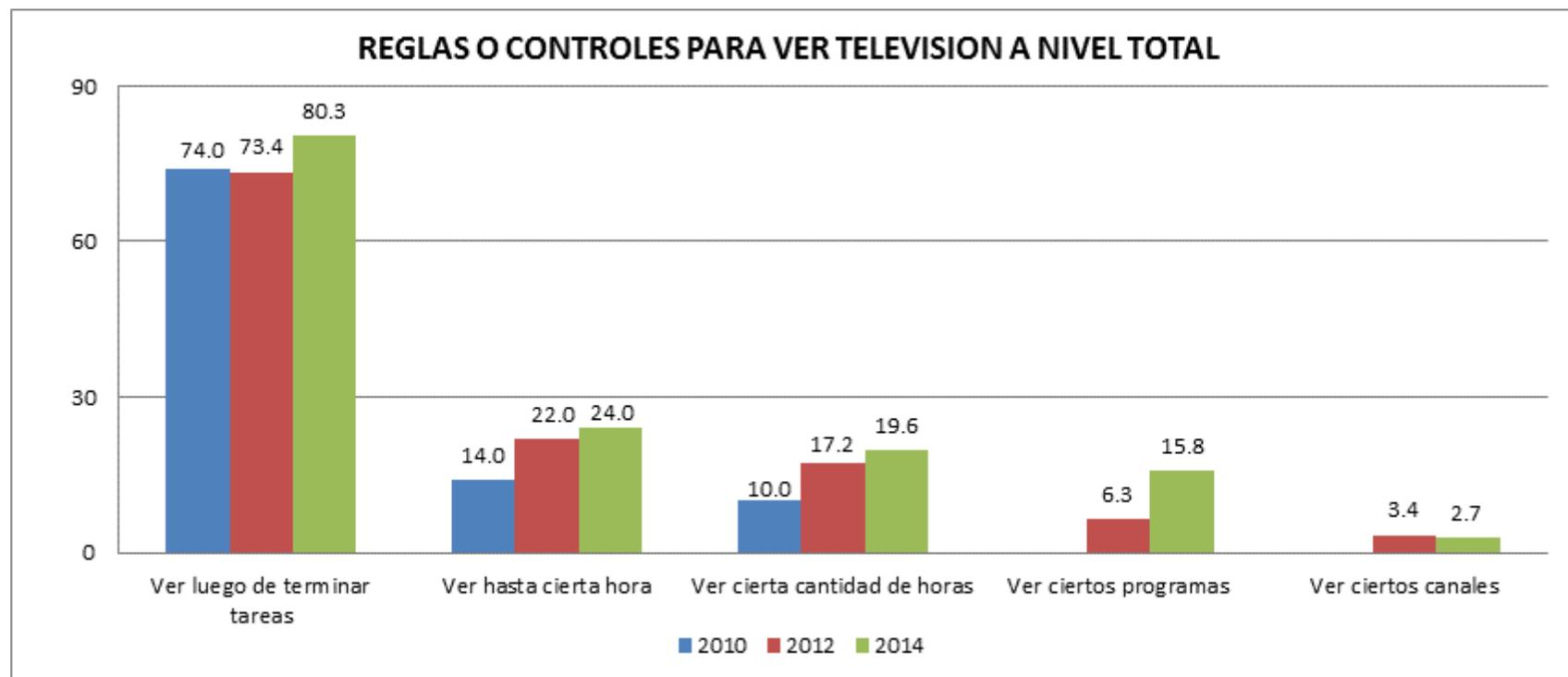
Tanto en niños como en adolescentes se han incrementado en comparación con el año 2010 y 2012 la presencia o existencia de reglas o condiciones para ver televisión en casa. Esto nos indica que hay una mayor conciencia por parte de los padres, los niños y adolescentes a intentar filtrar y seleccionar de alguna manera lo que se ve en televisión.



11. TIPO DE REGLAS O CONTROLES PARA VER TELEVISION

La principal regla sigue siendo terminar las tareas pero en mayor proporción a los años anteriores, seguida por ver televisión hasta cierta hora.

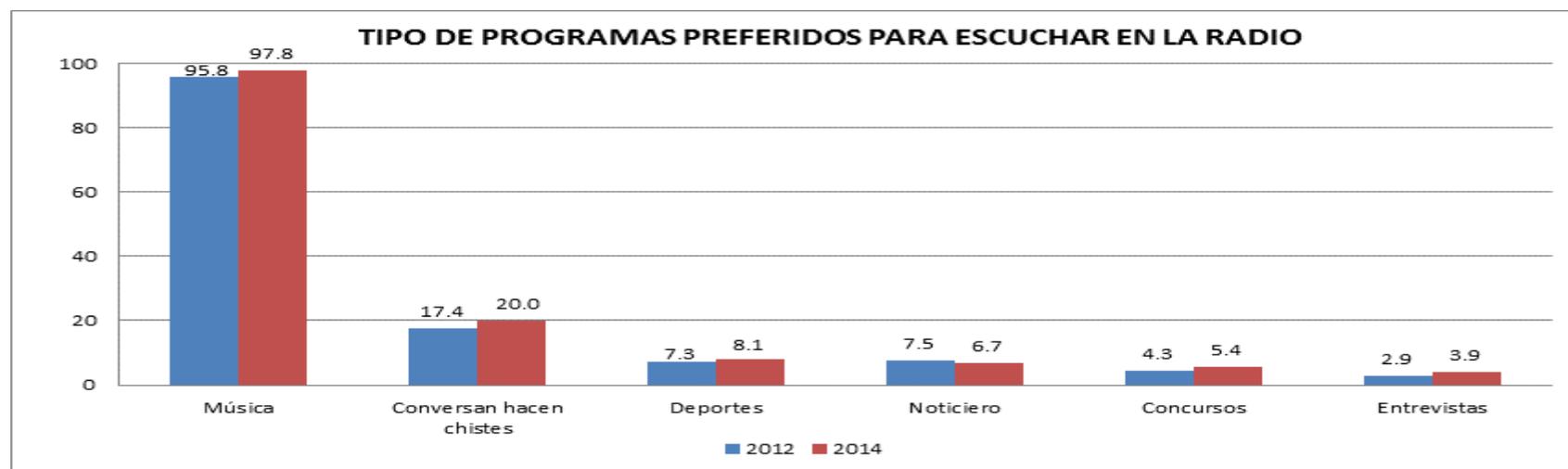
Otras reglas o controles puestas para ver televisión que logran mayores menciones con relación a los años anteriores son ver cierta cantidad de horas y ver ciertos programas.



12. TIPO DE PROGRAMAS PREFERIDOS PARA ESCUCHAR EN LA RADIO

Lo que prefieren los entrevistados en su gran mayoría escuchar en la radio es la música, luego tenemos programas donde conversan hacen chistes, programas deportivos y noticieros.

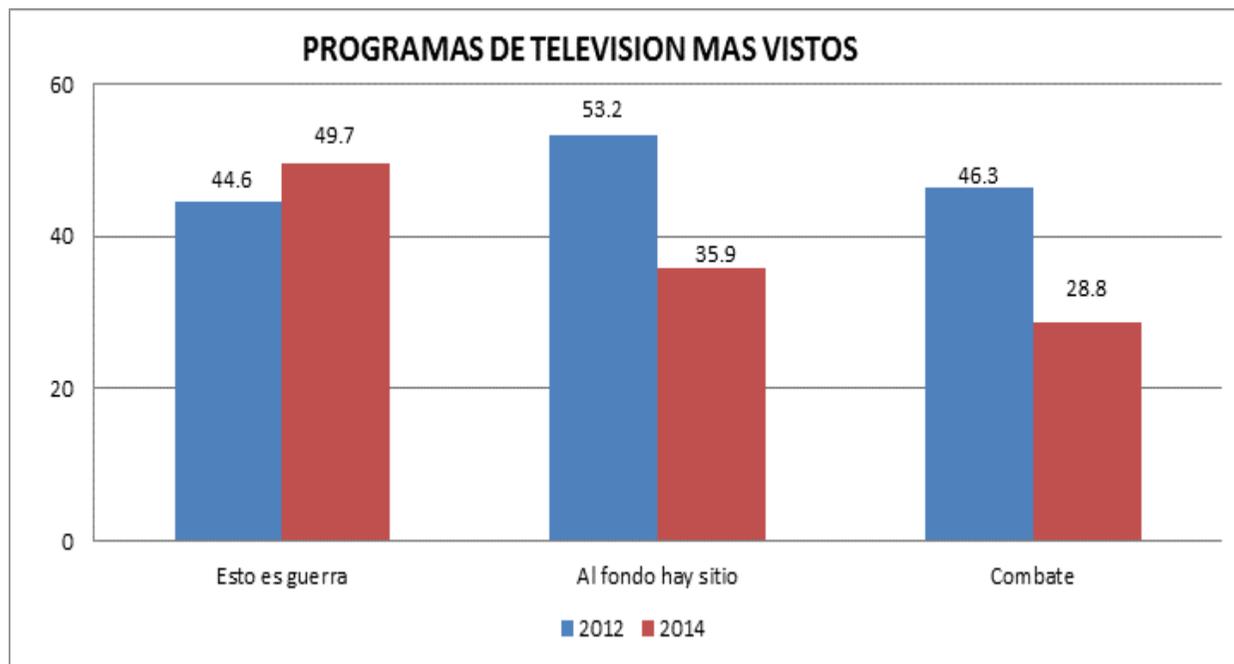
No se encuentra mayor variación entre los resultados obtenidos en el año 2012 con el año 2014.



13. PROGRAMAS DE TELEVISION MAS VISTOS

Los tres principales programas de televisión más vistos coinciden en los estudios realizados en el año 2012 y en el año 2014, los cuales son Esto es Guerra, Al fondo hay sitio y Combate, sin embargo se dan cambios en las cantidades de entrevistados que manifiestan verlos, así tenemos que ahora en primer lugar se encuentra Esto es Guerra con 49.7%, teniendo 5 puntos más de los obtenidos en el año 2012 donde se ubicaba en el tercer lugar. Luego Al fondo hay sitio que en el año 2012 se encontraba en el primer lugar con 53.2% pasa al segundo lugar disminuyendo significativamente sus menciones a un 35.9%, demostrando un desgaste de la teleaudiencia con esta miniserie que se prolonga excesivamente a través de los años.

En tercer lugar ahora tenemos a Combate con 28.8% de menciones, en el año 2012 estaba en el segundo lugar con 46.3% de menciones.



CONCLUSIONES

1. A nivel de hogares el televisor es el equipo de mayor penetración con 99.9%, superando incluso a la cocina que alcanza el 98.5%. La radio es el tercer equipo en funcionamiento de mayor presencia en el hogar con 95.5%. Equipos como la refrigeradora, Smartphone, y computadoras vienen mejorando su penetración significativamente durante los últimos años.
2. La televisión pagada y declarada por el entrevistado tiene una penetración de 75.0%, siendo casi total en los niveles socioeconómicos A y B.
3. El número promedio de televisores en el hogar es de 1.7, y están concentrados en la sala y los dormitorios. El número promedio de radios / equipos de sonido es 1.1, en la práctica estamos hablando de una radio por hogar, la que se encuentra principalmente en la sala y como ubicación secundaria en el dormitorio principal y en la cocina.
4. La computadora / laptop se encuentra en el 61.9% de hogares y se ubica principalmente en los dormitorios y en la sala.
5. La televisión se consume en 86.8% de entrevistados con una frecuencia diaria y se ven 3 programas al día con un tiempo promedio de casi 3 horas diarias. Casi la mitad los niños y adolescentes acostumbra ver televisión mientras almuerzan, solo el 35% manifiesta que conversa con sus familiares cuando está almorzando.
6. De los entrevistados que tienen televisión pagada 2 de cada 3 declaran preferir los canales internacionales sobre los nacionales, básicamente por la variedad de programas y por la mejor oferta de dibujos animados.
7. La principal actividad al navegar por internet es buscar información para las tareas, luego tenemos chatear y usar redes sociales y jugar por internet.
8. Las nuevas formas de ver televisión y escuchar radio están poco difundidas en su uso, sin embargo un 10.5% de entrevistados manifiesta haber visto televisión por youtube, 6.6% haber escuchado radio por youtube, y 14.3% haber escuchado radio por el teléfono celular.

9. Solo el 16.3% ha usado el Facebook para opinar sobre programas de televisión, y en el caso del twitter solo el 3.4%.
10. La elección del canal de televisión que se ve depende en gran medida del propio niño y adolescente, en pocos casos intervienen los padres. Los niños ven solos principalmente programas infantiles, los adolescentes ven solos principalmente programas de entretenimiento / concursos. Los programas que se ven principalmente en familia son los de entretenimiento / concursos, las series / miniserias / telenovelas, las películas y los noticieros.
11. La principal razón por la que se ve televisión es que relaja / entretiene, los demás ven porque no tienen nada que hacer o les sirve de compañía.
12. Generalmente se comenta lo que se ve en la televisión principalmente con los amigos y con los padres y hermanos, más aún que varios programas son vistos en familia y por lo tanto los comentarios se dan también entre los miembros de cada familia.
13. Solo uno de cada cuatro entrevistados ve los comerciales en televisión, los otros cambian de canal, no le toman importancia o hacen otras cosas.
14. El 71.6% de hogares tiene reglas o condiciones para ver televisión, en los niños representan el 84.4% y en los adolescentes el 59.3%. La principal regla es ver televisión luego de terminar las tareas, la cuál como es obvio no limita las horas, ni controla los horarios y programas que se pueden ver, sencillamente condiciona ver televisión con cumplir las tareas. La mayor parte de los niños ve televisión hasta las 9 de la noche y un menor número lo tiene permitido hasta las 10. En cambio la mayor parte de los adolescentes puede ver hasta las 10 de la noche, sin embargo, hay un porcentaje significativo que puede seguir viendo incluso hasta las 12 de la noche.
15. Los padres o el adulto a cargo en la mayoría de los casos dan diversas indicaciones para controlar los programas y el tiempo que pueden ver los niños y adolescentes la televisión, sin embargo no todos están atentos y controlan si efectivamente el niño y adolescente cumplen las indicaciones dadas, teniendo como principal consecuencia que los controles y restricciones impuestas no funcionen en la mayoría de los casos.
16. Los programas de la televisión preferidos son los de concursos, entretenimiento, competencias y miniserias en el caso de los adolescentes, y en el caso de los niños los dibujos animados, los concursos, entretenimiento, competencias y miniserias.

17. Los programas más vistos son Esto es Guerra, Al fondo hay sitio, Combate, y La Paisana Jacinta. La característica principal de estos programas por lo que son vistos es que entretienen / divierten, y luego por los juegos y concursos.
18. De acuerdo a los programas más vistos tenemos a los personajes favoritos de la televisión donde predominan los concursantes de los programas de competencia como Esto es Guerra y Combate, y por otro lado los actores de miniserias como Al fondo hay sitio.
19. El 50.9% de los adolescentes declara que si le han enseñado a analizar y comentar lo que ve en televisión, en el caso de los niños baja al 38.1%.
20. El 85.6% de los adolescentes si ve noticiarios en la televisión nacional, lo hace principalmente en compañía de la familia y no porque ellos prefieran ver este tipo de programa sino porque los padres o personas mayores deciden ver las noticias, sin embargo opinan que están de acuerdo en que hay muchas imágenes violentas, que pasan cosas escandalosas que no son importantes y en menor medida que los niños y adolescentes solo aparecen como víctimas y que dicen la verdad, confían en lo que dicen o muestran.
21. La mayoría esto es el 85.8% de los adolescentes ve series / miniserias / telenovelas, pero se muestran en promedio indiferentes a la relación que puede haber entre estos programas y los aspectos de sus propias vidas.
22. De igual forma la gran mayoría de los adolescentes, esto es el 91.2% ve películas en la televisión, y en este caso si se muestran de acuerdo en que hay muchas imágenes violentas, pero en cambio la opinión está dividida con que los contenidos sexuales sean muy fuertes, unos se muestran de acuerdo y otros en desacuerdo con esta afirmación.
23. El 97.9% de los adolescentes si escucha programas de entretenimiento / música en la radio, y se muestran de acuerdo con que entretiene sanamente, sin embargo la mayoría no está de acuerdo con que sean muy vulgares / morbosos y se muestran divididos en que se excedan en los comentarios en doble sentido.
24. El 90.3% de entrevistados manifiesta que ve programas de televisión de su ciudad y el 85.8% manifiesta que escucha programas de radio de su ciudad.
25. Los que tienen mayor influencia en las decisiones de sus hijos son los padres según el 86.5% de los niños y el 66.9% de los adolescentes, en mucha menor medida están los amigos y otros familiares.