



**Informe:**

# **Servicio de Estudio Cuantitativo Sobre Consumo Radial y Televisivo**

**- Nacional -**

**Agosto, 2015**

El principal objetivo del presente estudio es identificar cuales son las características de consumo radial y televisivo de la población objetivo; tales como los medios que poseen y el nivel de uso de los mismos, hábitos de uso de medios, hábitos de consumo de programas de televisión y radio, el control que los padres ejercen sobre los programas de televisión que consumen sus hijos menores y el nivel de satisfacción que tiene el entrevistado con los medios de comunicación. La población objetivo está conformada por hombres y mujeres de 18 a más años de edad, de los niveles socioeconómicos A, B, C, D y E, a nivel nacional. El tamaño de la muestra es de 9266 encuestas. La información se obtuvo de manera directa en el hogar del entrevistado con la aplicación de un cuestionario. El trabajo de campo fue, en el caso de la ciudad de Lima, del 12 de mayo al 4 de junio y para provincia, del 04 de Junio al 24 de Julio del 2015.

Entre los principales resultados se tiene lo siguiente:

## Medios que poseen en el hogar y su nivel de uso:

Tenencia y uso de medios 2015					
	TV	Radio	Internet	Celular Básico	Celular Multimedia
Lima	98,7%	93,8%	48,5%	46,7%	54,6%
Provincia	98,3%	89,4%	34,2%	58,9%	43,2%

- En la medición del 2015, el 61,7% de los entrevistados indican que cuentan con televisión por cable o satelital en su hogar; mientras que en la medición del 2013 este porcentaje era de 59,5%. Para la presente medición se observa un incremento del 2,2% respecto a la anterior.
- En el 2015, la tenencia de cable en el hogar es de 92,6%; mientras que para el 2013, este resultado fue de 96,6%.
- Los entrevistados dedican cuatro horas o más a ver televisión, el mismo tiempo lo dedican a escuchar radio pero aumentó la cantidad de personas que no acostumbran consumir este medio. El promedio de horas dedicadas a la lectura de diarios y revistas es de menos de una hora.
- Otro punto que se puede destacar es respecto al consumo de internet; debido a que este medio tiene mayor presencia en los hogares de la ciudad de Lima.
- En cuanto al uso de celulares, se observa un mayor uso de celulares multimedia en la ciudad de Lima (54.6%); sin embargo, en provincia, el celular básico es el más utilizado (58,9%).

## Control de los padres sobre los programas de Televisión que consumen sus hijos menores de 14 años:

- El 84,2% de los entrevistados manifiesta que si controlan el **TIEMPO** que sus hijos menores de 14 años ven de televisión; mientras que solo un 10,4% indica que no realiza ningún control.
- Existe un mínimo porcentaje de la población en donde no se aplica ningún control; debido a que tienen hijos bebés o porque no tienen televisión en el hogar.
- En cuanto al control del **TIPO DE PROGRAMAS** que los niños ven en Televisión, el 85,8% si lo controla y solo un 8,9% indica que no hay un control al respecto.

Control sobre el TIEMPO que los niños ven en Televisión	Ámbito		
	Nacional	Lima	Prov.
Si controlan	<b>84,2%</b>	84.1%	84.5%
No controlan	<b>10,4%</b>	10.9%	9.7%
Su Hijo aun es Bebe	<b>5,2%</b>	5.0%	5.5%
No tienen TV	<b>0,2%</b>	0,0%	0,4%

Control sobre el TIPO DE PROGRAMAS que los niños ven en Televisión	Ámbito		
	Nacional	Lima	Prov.
Si controlan	<b>85,8%</b>	87,1%	83,9%
No controlan	<b>8,9%</b>	7,9%	10,2%
Su Hijo aun es Bebe	<b>5,2%</b>	5,0%	5,5%
No tienen TV	<b>0,2%</b>	0,0%	0,4%

## Satisfacción con los medios:

- Son vistos de manera frecuente en la televisión los siguientes contenidos: Palabras groseras, insultos o de doble sentido, violencia, trato discriminatorio y situaciones o parodias que son mal ejemplo para la sociedad.
- En lo que respecta a escenas de sexo o desnudos, un grupo indica que son vistos de manera frecuente y otro menciona que de manera poco frecuente.
- En cuanto a la radio, no son percibidas dentro de la programación Frases de connotación sexual, violencia, trato discriminatorio, contenido de solo para adulto (en horario familiar), ni las situaciones o parodias que son un mal ejemplo para la sociedad.

## Regulación de Medios:

- La mayoría considera que la radio y la televisión no se encuentran regulados.

## Radio y TV Estatal

- La gran mayoría no conoce o ha escuchado hablar sobre el Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV).
- Respecto a la televisión estatal, la mayoría ve algunos días de la semana TV Perú y califican la programación como buena.
- Respecto a Radio Nacional, la mayoría nunca la escucha y los que lo hacen califican la programación como buena.

## Radio y TV Local

- El consumo de televisión local / regional es diaria y la mayoría se encuentra poco satisfecha con los canales de televisión, mientras que el consumo de radio local / regional es diaria y la mayoría se encuentra satisfecha con las emisoras de radio

## Televisión Digital Terrestre

- La mayoría no ha escuchado hablar sobre la Televisión Digital Terrestre (TDT) y consideran que el principal beneficio es "mejorar la calidad de audio y video".

1	Ficha Técnica
2	Perfil del Entrevistado y Características del Hogar
3	Tenencia y Uso de Medios
4	Control Sobre el Consumo de Televisión en el Hogar
5	Evaluación y Grado de Satisfacción con los Medios
6	Regulación de Medios
7	Radio y Televisión Estatal
8	Radio y Televisión Local
9	Televisión Digital Terrestre
10	Conclusiones y Sugerencias

# 1. Ficha Técnica

## Objetivos

### Identificar las características del consumo televisivo y radial

- Medios que poseen los hogares y el nivel de uso de estos
- Hábitos de uso de medios
- Hábitos de consumo de programas de Televisión y Radio.
- Control de los padres sobre los programas Televisión que consumen sus hijos menores
- Satisfacción que tiene el entrevistado con los medios

## Ámbito Geográfico

El estudio se realizó en las ciudades de Lima, Chimbote, Huaraz, Arequipa, Ayacucho, Cajamarca, Cusco, Huánuco, Ica, Huancayo, Trujillo, Chiclayo, Iquitos, Moquegua, Piura, Puno, Juliaca, Tarapoto, Tacna, Tumbes y Pucallpa.

## Universo

Hombres y Mujeres de 18 años a más, de los niveles socioeconómicos A, B, C, D y E

## Tipo de Estudio

Estudio Cuantitativo

## Técnica

Aplicación de encuestas personales en hogares

## Instrumento

Cuestionario estructurado y estandarizado que contiene los objetivos del estudio el cual fue aprobado por el cliente

# 1. Ficha Técnica

## Muestra

Población, muestra, margen de error y pesos para cada uno de las ciudades investigadas

Nº	Ciudades	Población Est. 2015	Porcentaje %	Muestra Proporcional	Muestra Campo	Margen de Error	Pesos
1	LIMA	9904727	59.1%	5,475	1121	2.92%	4.884032
2	CHIMBOTE	524042	3.1%	290	405	4.87%	0.716049
3	HUARAZ	137665	0.8%	76	406	4.86%	0.187192
4	AREQUIPA	904367	5.4%	500	401	4.89%	1.246883
5	AYACUCHO	203213	1.2%	112	407	4.85%	0.275184
6	CAJAMARCA	289289	1.7%	160	403	4.88%	0.397022
7	CUSCO	269237	1.6%	149	408	4.85%	0.365196
8	HUÁNUCO	146351	0.9%	81	403	4.88%	0.200993
9	ICA	236054	1.4%	130	415	4.81%	0.313253
10	HUANCAYO	364010	2.2%	201	406	4.86%	0.495074
11	TRUJILLO	861577	5.1%	476	400	4.90%	1.190000
12	CHICLAYO	575555	3.4%	318	412	4.82%	0.771845
13	IQUITOS	471993	2.8%	261	400	4.90%	0.652500
14	MOQUEGUA	124119	0.7%	69	409	4.84%	0.168704
15	PIURA	444514	2.7%	246	408	4.85%	0.602941
16	PUNO	141064	0.8%	78	409	4.84%	0.190709
17	JULIACA	278444	1.7%	154	418	4.79%	0.368421
18	TARAPOTO	143431	0.9%	79	405	4.87%	0.195062
19	TACNA	299854	1.8%	166	403	4.88%	0.411911
20	TUMBES	111683	0.7%	62	413	4.82%	0.150121
21	PUCALLPA	332010	2.0%	183	414	4.81%	0.442029
<b>TOTAL</b>		<b>16763199</b>	<b>100.0%</b>	<b>9,266</b>	<b>9266</b>	<b>1.01%</b>	-

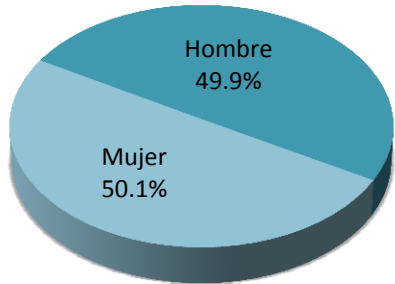
- Para procesar la información a nivel nacional se ponderaron los datos teniendo en cuenta el peso poblacional de las ciudades.
- Para un nivel de confianza del 95%, con  $p=q=0.5$  y el tamaño de muestra de 9,266, el margen de error total es de +/- 1.01%.

## Fecha de Campo

Lima: Del 12 de mayo al 4 de junio del 2015.  
Provincia: Del 04 de Junio al 24 de Julio.

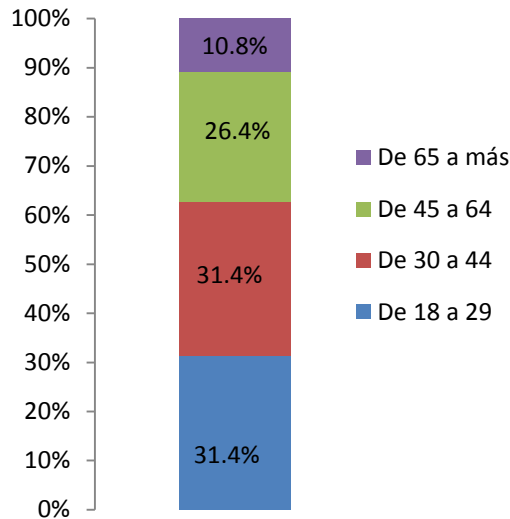
## 2. Perfil del Entrevistado y Características del Hogar

Sexo del entrevistado

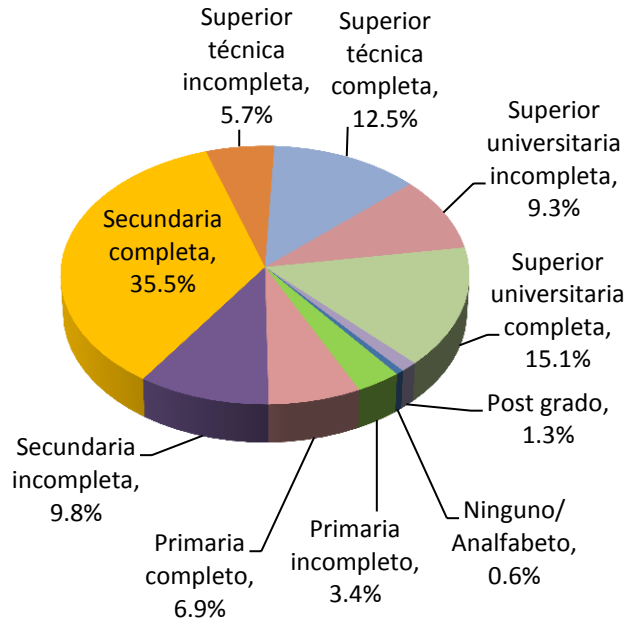


Base 1: 9266  
Base 2: 9266

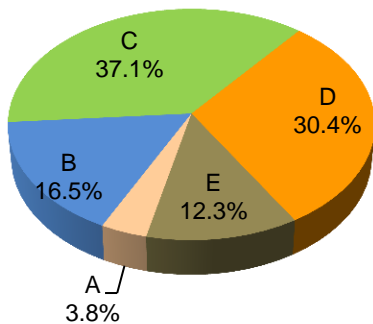
Edad



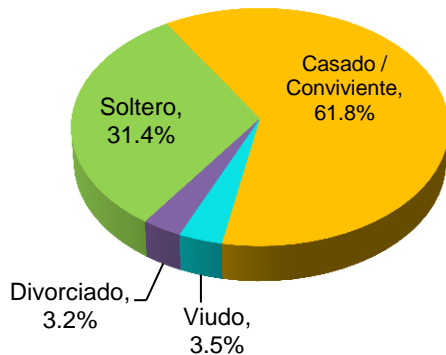
Nivel de instrucción



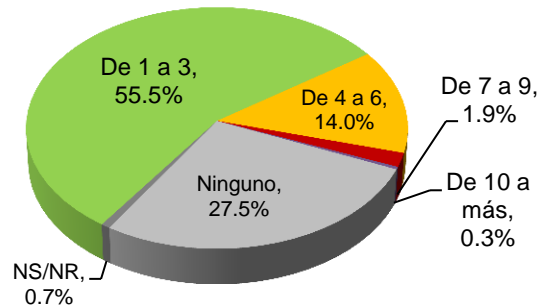
Nivel Socioeconómico



Estado civil



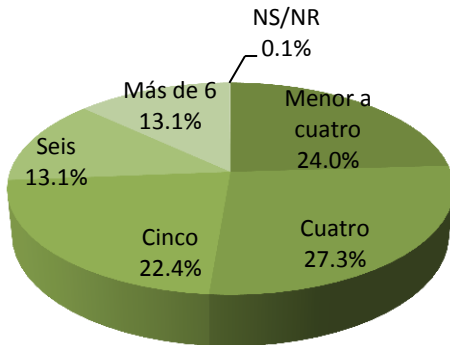
Número de Hijos





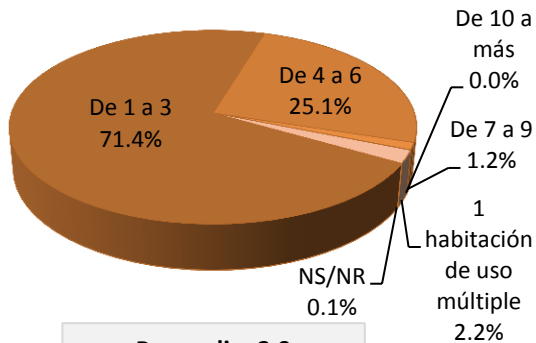
## 2. Perfil del Entrevistado y Características del Hogar

**Número de miembros que viven en el hogar**



**Promedio: 4.7**

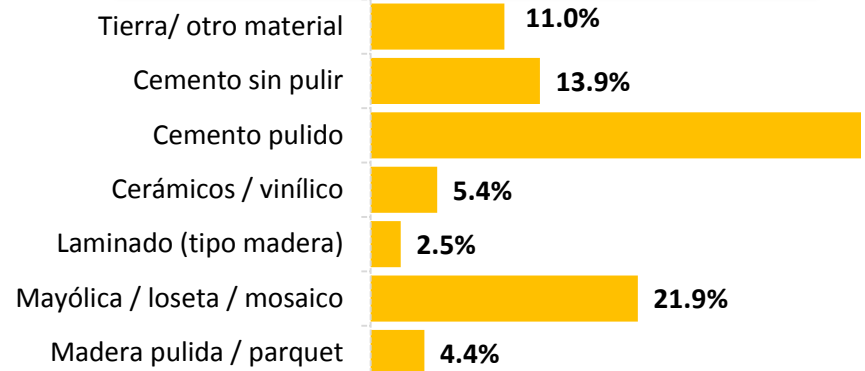
**Cantidad de habitaciones de uso exclusivo para dormir**



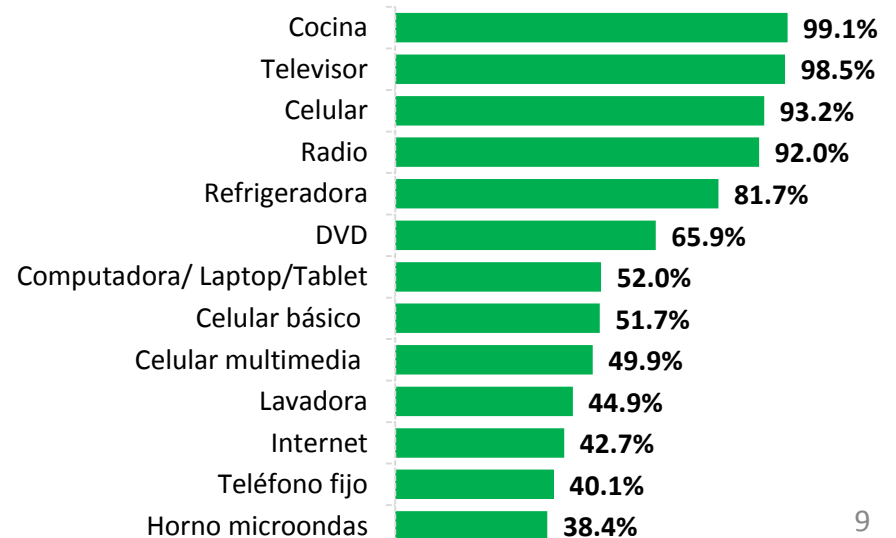
**Promedio: 2.9**

**Base 1: 9266  
Base 2: 9266**

**Material predominante del piso en el hogar**

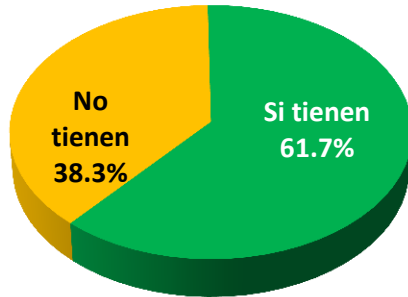


**Tenencia de artefactos eléctricos, equipos, servicios en funcionamiento en el Hogar**

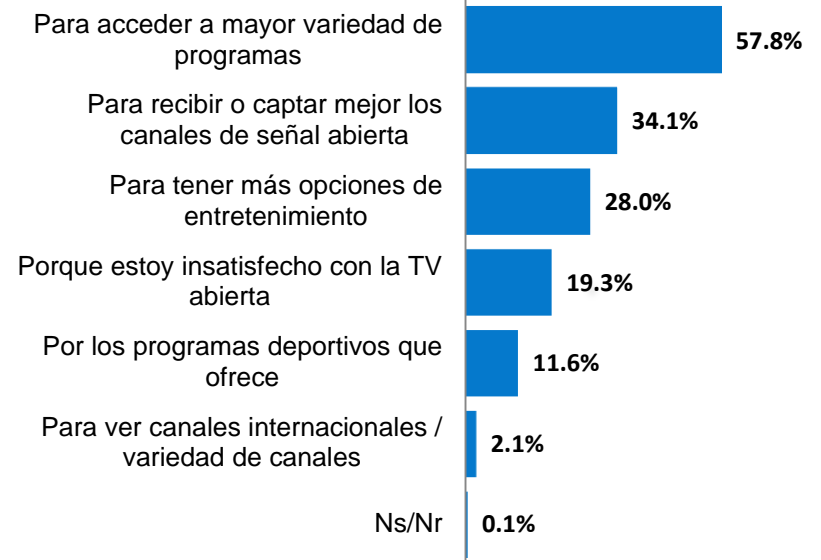


## 2. Perfil del Entrevistado y Características del Hogar

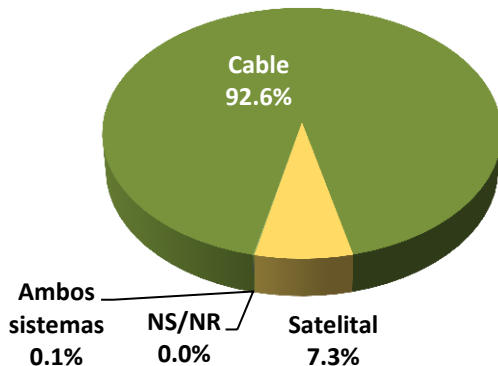
Tenencia de televisión por cable o satelital



Razón principal por la que tienen televisión por cable o Satelital



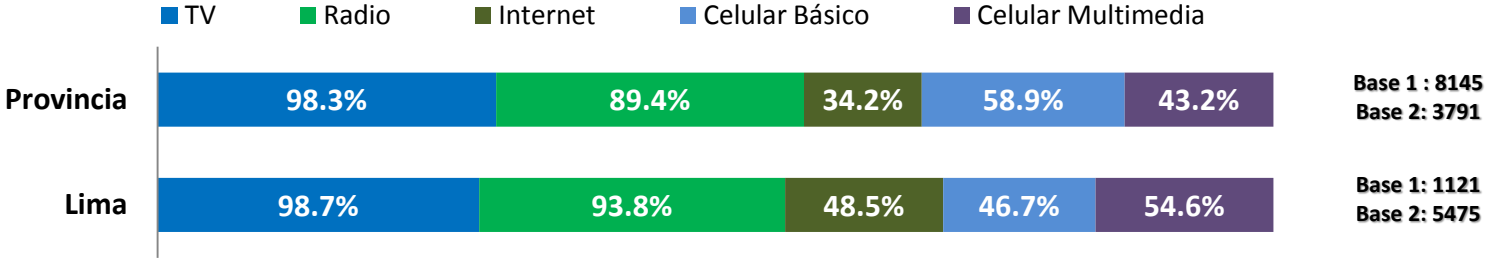
Tipo de Servicio



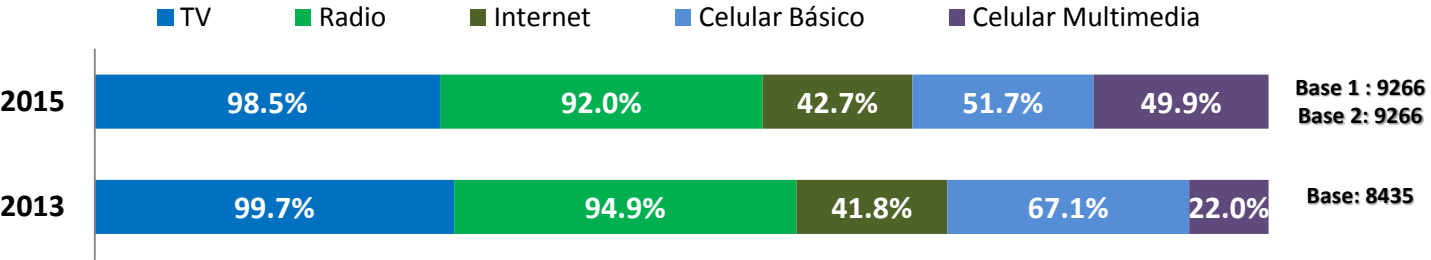
- El **61,7%** de los entrevistados cuentan con un servicio de televisión alternativo a los canales de señal abierta.
- A nivel nacional, el servicio de **televisión por cable** cuenta con mayor presencia en los hogares y el servicio de **televisión Satelital** tiene poca presencia.
- La razón principal para contar con servicio de televisión por cable o satelital es, **para acceder a mayor variedad de programas.**

# 3. Tenencia y Uso de Medios

Tenencia de medios en el hogar  
- Medición 2015 -



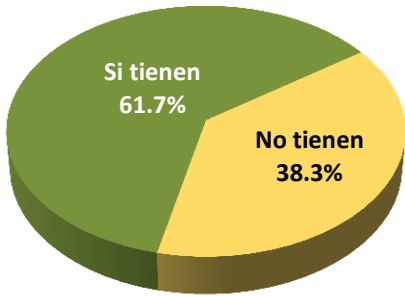
Tenencia de medios en el hogar  
A nivel totales  
- Histórico -



- Los medios con mayor presencia en los hogares son: la Televisión y la Radio; similares resultados se presentan en el estudio del 2013.
- El internet ha logrado mayor penetración en los hogares, sobre todo en la ciudad de Lima.

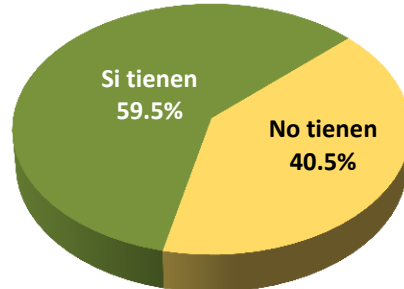
# 3. Tenencia y Uso de Medios

Nivel de tenencia de Televisión por Cable o Satelital - Medición 2015 -

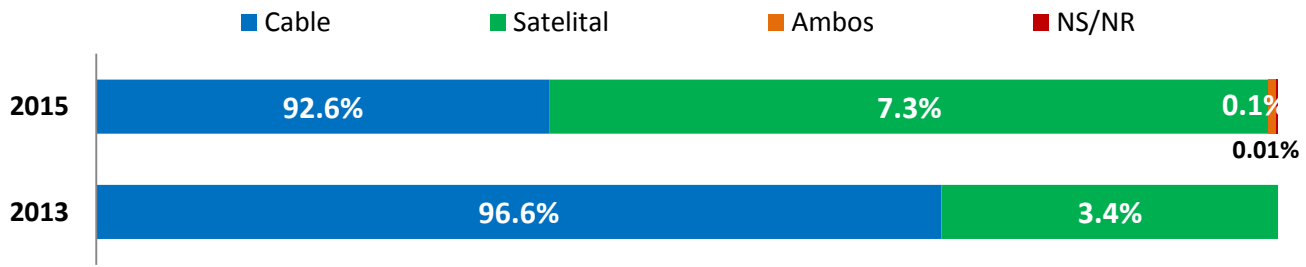


Base 1: 9266  
Base 2: 9266

Nivel de tenencia de Televisión por Cable o Satelital - Medición 2013 -



Base: 8435



- La penetración del servicio de Televisión por Cable o Satelital subió en 2,2 puntos porcentuales, en relación al estudio realizado el 2013.

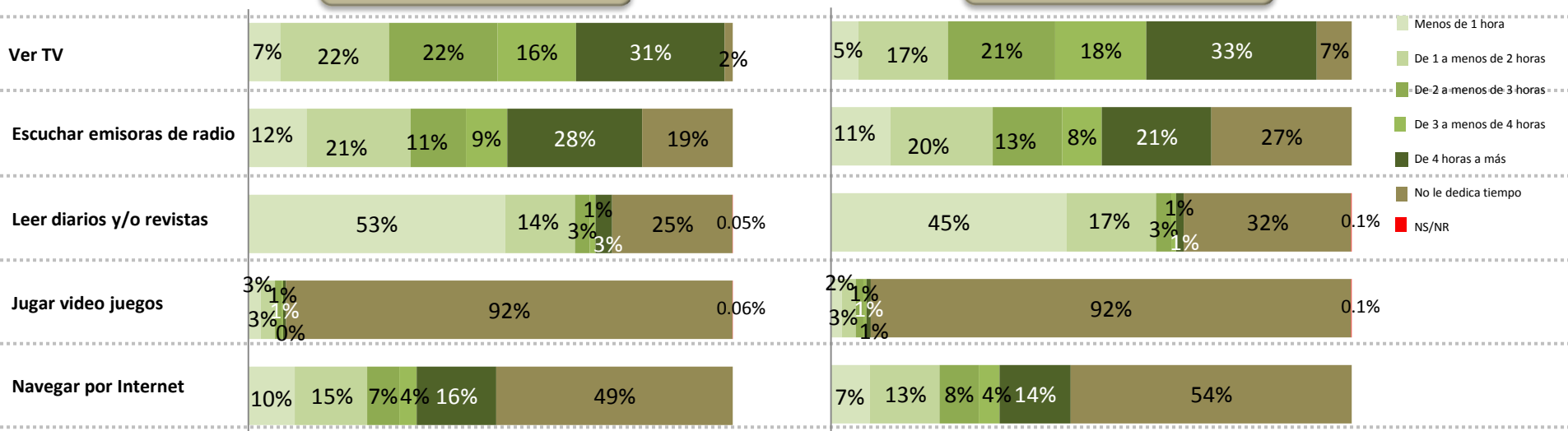
# 3. Tenencia y Uso de Medios

Tenencia de Medios en el Hogar:

Uso de Medios en General:

De Lunes a Viernes

Sábado - Domingo



- El 31% de los entrevistados dedican de lunes a viernes, 4 horas o más a ver televisión; este porcentaje aumenta en dos puntos porcentuales los fines de semana.
- El 28% dedica de lunes a viernes, 4 horas o más a escuchar radio; este porcentaje disminuye los fines de semana (21%) y, a diferencia de la televisión, un mayor porcentaje de entrevistados indican que no dedican tiempo a consumir este medio.
- Las personas dedican, de lunes a domingo, menos de 1 hora a la lectura de diarios y revistas.
- Un 92% indica que, durante la semana, no dedican tiempo a jugar videojuegos.
- El 16% se dedica, de lunes a viernes, a navegar 4 horas a más por internet, mientras que los sábados y domingos el porcentaje desciende a 14%. Los NSE que hacen uso de este medio son A y B.

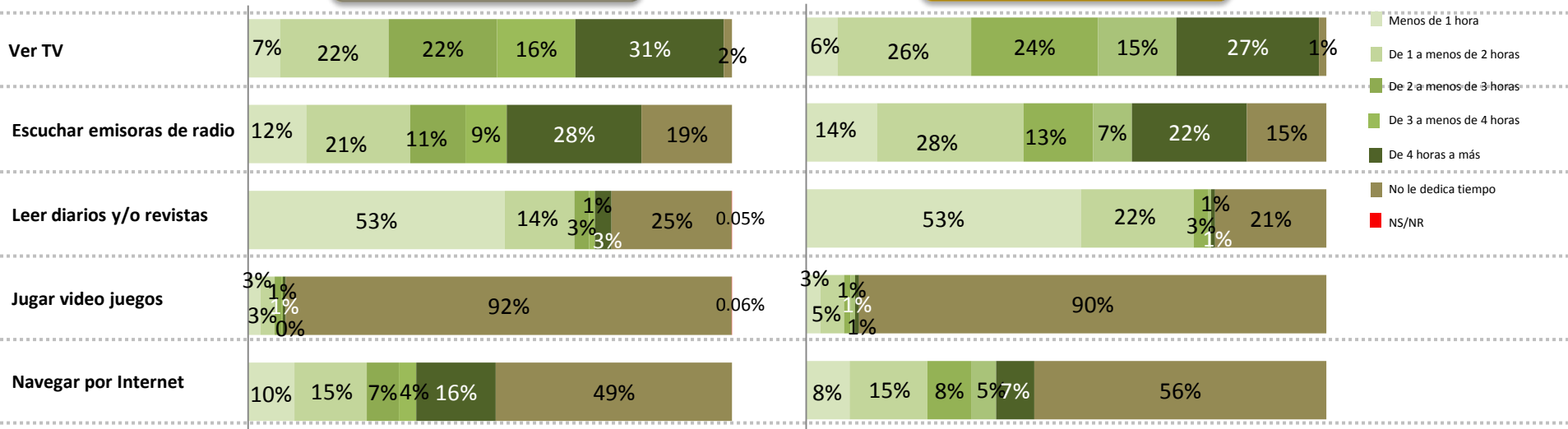
# 3. Tenencia y Uso de Medios

## Tenencia de Medios en el Hogar:

## Uso de Medios en General:

De Lunes a Viernes  
- Medición 2015 -

De lunes a Viernes  
- Medición 2013 -



- Se incrementó el porcentaje de personas que ven mas de 4 horas televisión , en 4 puntos porcentuales.
- Si bien se evidencia un aumento en la cantidad de horas que las personas escuchan radio, también se observa un incremento en el porcentaje de personas que indican que no le dedican tiempo a este medio.
- Se mantiene la tendencia de leer menos de 1 hora, diarios y revistas.
- En cuanto al tiempo que navegan por internet, el porcentaje de personas que dedican, de lunes a viernes, 4 horas a mas a este medio , aumentó en 9 puntos porcentuales.

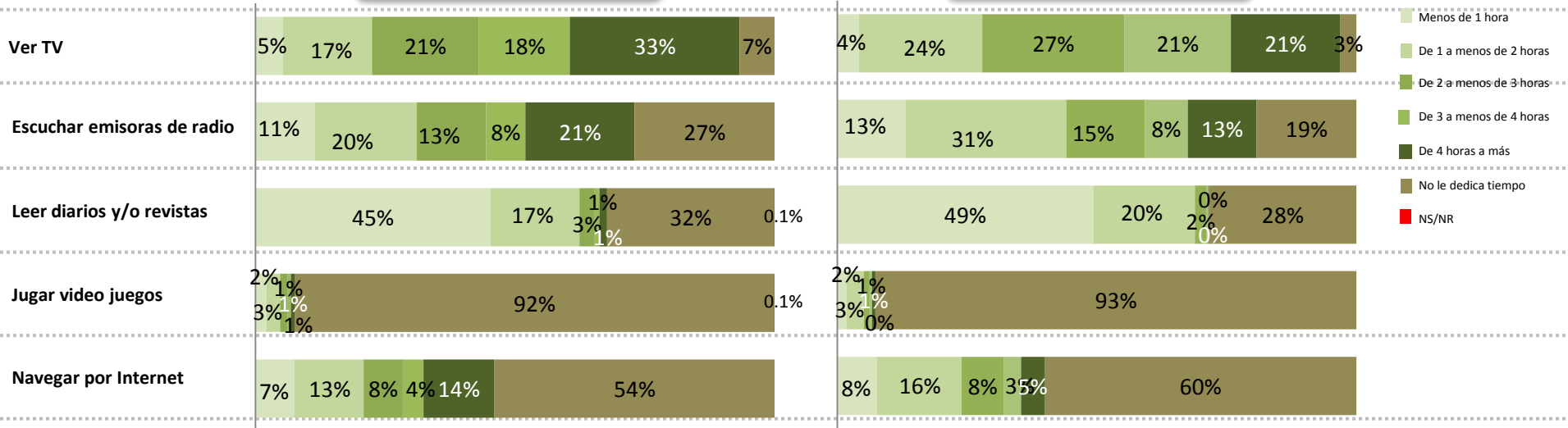
# 3. Tenencia y Uso de Medios

Tenencia de Medios en el Hogar:

Uso de Medios en General:

De Sábado a Domingo  
- Medición 2015 -

De Sábado a Domingo  
- Medición 2013 -



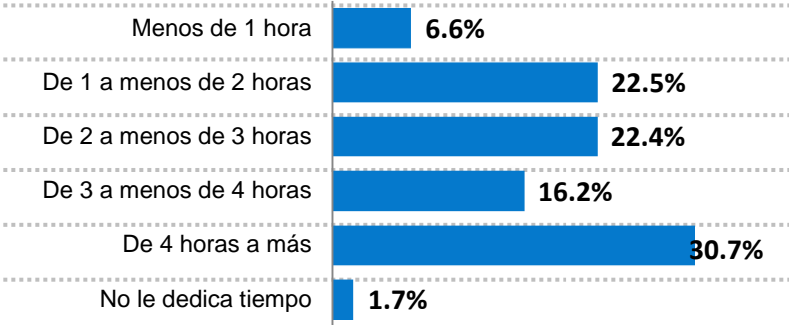
- El tiempo que las personas dedican a ver televisión, los fines de semana, incrementó en 12 puntos porcentuales.
- El tiempo que dedican a escuchar radio los fines de semana aumentó, pero se advierte que el porcentaje de personas que no le dedican tiempo a este medio durante los sábados y domingos, aumentó notablemente.
- El uso de internet durante los fines de semana baja.

# 3. Tenencia y Uso de Medios

## Uso

**Ver TV:  
De Lunes a Viernes**

**Promedio de horas: 3.4**



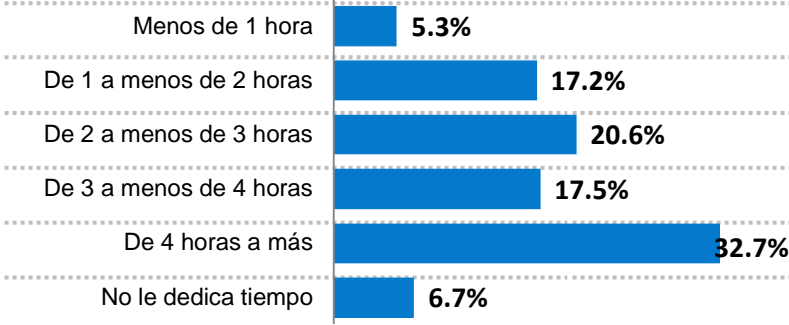
Base 1: 9266  
Base 2: 9266

Base 1:  
Base 2:

Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
7,7%	5,0%	3,2%	4,2%	6,8%	6,1%	10,9%	7,5%	5,7%	5,8%	6,1%	7,5%	8,1%	6.1%
21,9%	23,3%	34,2%	21,8%	20,5%	23,2%	23,6%	24,4%	20,6%	22,2%	21,2%	25,1%	20,2%	25.7%
20,7%	24,9%	31,7%	24,4%	21,2%	23,0%	19,2%	22,5%	22,3%	20,9%	23,2%	23,6%	21,6%	24.4%
14,7%	18,3%	14,6%	15,4%	17,7%	17,6%	10,9%	16,2%	16,2%	17,5%	15,6%	14,5%	18,2%	15.1%
33,8%	26,1%	15,3%	33,7%	32,9%	28,7%	29,5%	27,9%	33,4%	31,9%	32,6%	27,6%	29,3%	27.4%
1,2%	2,3%	1,0%	0,6%	0,9%	1,4%	5,9%	1,6%	1,8%	1,8%	1,3%	1,6%	2,6%	1.4%
1121	8145	230	1286	2832	3020	1898	4611	4655	3053	2987	2370	856	-
5475	3791	372	1586	3365	2655	1289	4620	4646	2905	2912	2449	1001	8435

**Ver TV:  
Sábado - Domingo**

**Promedio de horas: 3.6**



Base 1: 9266  
Base 2: 9266

Base 1:  
Base 2:

Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
5,9%	4,4%	2,9%	4,7%	4,7%	5,0%	8,9%	4,7%	5,8%	4,6%	4,6%	5,8%	8,3%	4.2%
16,1%	18,7%	19,4%	13,4%	16,4%	19,6%	18,4%	17,0%	17,4%	16,9%	17,1%	18,8%	14,3%	23.7%
20,2%	21,1%	27,1%	20,3%	20,4%	21,1%	18,3%	20,7%	20,4%	20,7%	20,0%	21,5%	19,5%	27.4%
15,5%	20,4%	16,3%	17,2%	17,9%	19,7%	12,7%	17,9%	17,2%	16,7%	18,1%	15,9%	22,0%	20.5%
36,1%	27,8%	29,4%	41,0%	34,3%	28,3%	28,5%	33,9%	31,5%	33,5%	35,0%	30,6%	29,2%	21.1%
6,2%	7,5%	4,9%	3,5%	6,2%	6,4%	13,2%	5,8%	7,6%	7,6%	5,3%	7,4%	6,8%	3.1%
1121	8145	230	1286	2832	3020	1898	4611	4655	3053	2987	2370	856	-
5475	3791	372	1586	3365	2655	1289	4620	4646	2905	2912	2449	1001	8435

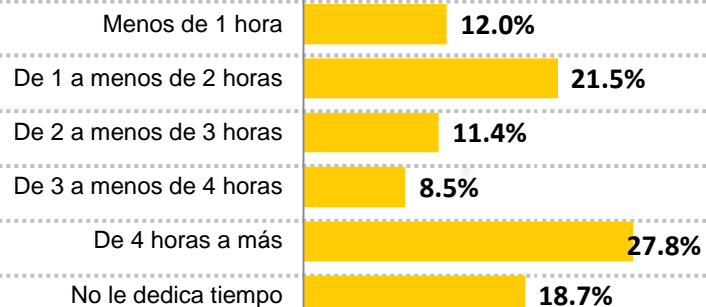


# 3. Tenencia y Uso de Medios

## Uso

**Escuchar emisoras de radio:  
De Lunes a Viernes**

**Promedio de horas: 3.2**



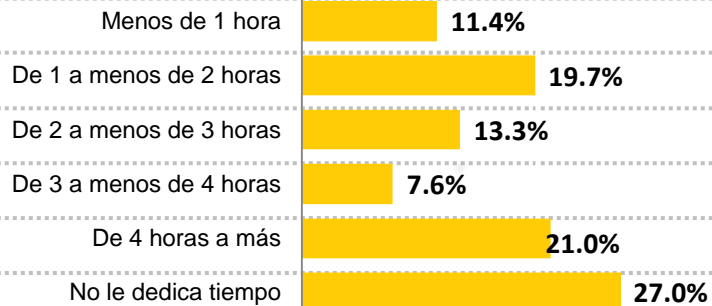
Base 1: 9266  
Base 2: 9266

Base 1:  
Base 2:

Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
12,8%	11,0%	16,2%	12,8%	14,1%	9,3%	10,3%	13,3%	10,8%	13,1%	10,8%	12,1%	12,6%	13,6%
20,5%	22,9%	26,5%	23,0%	20,3%	23,0%	18,0%	22,0%	20,9%	21,9%	20,9%	21,4%	22,1%	28,1%
9,7%	13,8%	9,9%	8,0%	11,0%	13,4%	12,7%	12,0%	10,8%	11,9%	12,4%	10,3%	9,5%	13,4%
7,4%	10,2%	6,1%	6,9%	8,4%	10,0%	8,7%	7,7%	9,3%	8,9%	7,4%	8,9%	10,0%	7,5%
29,6%	25,3%	19,7%	27,0%	28,4%	26,8%	31,9%	28,2%	27,5%	25,7%	29,5%	30,3%	23,3%	22,1%
20,0%	16,9%	21,6%	22,2%	17,8%	17,5%	18,4%	16,7%	20,7%	18,5%	19,1%	17,0%	22,5%	15,3%
1121	8145	230	1286	2832	3020	1898	4611	4655	3053	2987	2370	856	-
5475	3791	372	1586	3365	2655	1289	4620	4646	2905	2912	2449	1001	8435

**Escuchar emisoras de radio:  
Sábado - Domingo**

**Promedio de horas: 3.1**



Base 1: 9266  
Base 2: 9266

Base 1:  
Base 2:

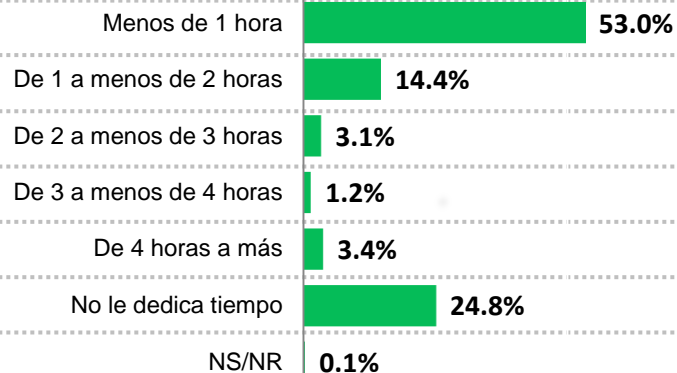
Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
11,4%	11,3%	16,3%	12,6%	10,3%	10,4%	13,3%	12,6%	10,1%	11,5%	11,6%	10,9%	11,5%	13,1%
17,8%	22,5%	21,7%	20,0%	18,9%	21,4%	17,4%	20,2%	19,2%	20,4%	20,2%	18,8%	18,5%	31,0%
12,5%	14,6%	13,0%	8,4%	14,8%	15,0%	12,3%	13,3%	13,3%	13,7%	12,7%	13,3%	14,5%	15,2%
6,7%	8,9%	4,8%	4,8%	8,4%	8,9%	7,0%	6,3%	8,9%	7,5%	7,0%	8,1%	8,3%	8,2%
22,4%	19,1%	9,3%	23,5%	20,4%	19,3%	26,5%	21,4%	20,7%	19,8%	22,2%	22,7%	17,2%	13,2%
29,3%	23,6%	34,9%	30,7%	27,2%	24,9%	23,5%	26,1%	27,8%	27,2%	26,4%	26,2%	30,0%	19,3%
1121	8145	230	1286	2832	3020	1898	4611	4655	3053	2987	2370	856	-
5475	3791	372	1586	3365	2655	1289	4620	4646	2905	2912	2449	1001	8435

# 3. Tenencia y Uso de Medios

## Uso

Leer diarios y/o revistas:  
De Lunes a Viernes

Promedio de horas: 1.5



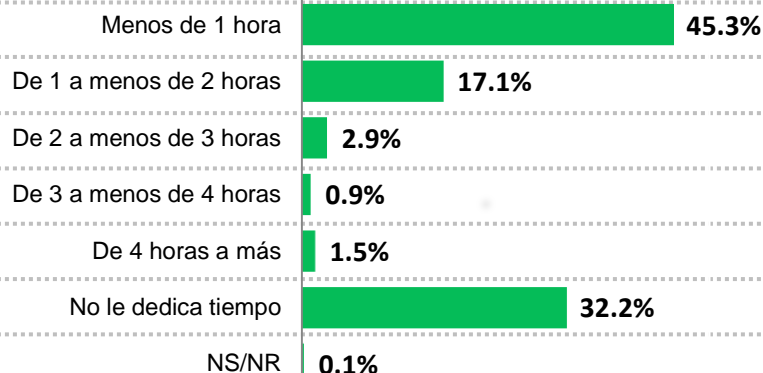
Base 1: 9266  
Base 2: 9266

Base 1:  
Base 2:

Ámbito	Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL		
	Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
Menos de 1 hora	53,9%	51,8%	60,8%	55,6%	52,7%	53,3%	47,9%	56,1%	49,9%	52,3%	57,2%	53,0%	43,2%	<b>52.8%</b>
De 1 a menos de 2 horas	15,0%	13,5%	13,9%	16,5%	15,7%	12,9%	11,5%	15,2%	13,5%	14,7%	12,7%	15,2%	16,3%	<b>21.7%</b>
De 2 a menos de 3 horas	2,8%	3,5%	0,9%	3,3%	3,5%	3,0%	2,4%	3,6%	2,5%	3,8%	2,3%	2,9%	3,7%	<b>2.8%</b>
De 3 a menos de 4 horas	1,2%	1,2%	0,2%	0,3%	1,8%	1,2%	0,9%	1,5%	0,9%	1,5%	1,3%	0,9%	0,7%	<b>0.5%</b>
De 4 horas a más	3,7%	3,1%	2,1%	1,9%	4,5%	4,0%	1,9%	4,0%	2,9%	3,0%	3,7%	3,1%	4,8%	<b>0.8%</b>
No le dedica tiempo	23,5%	26,8%	22,0%	22,4%	21,7%	25,6%	35,4%	19,6%	30,1%	24,7%	22,8%	24,8%	31,4%	<b>21.4%</b>
NS/NR	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	-
	<b>1121</b>	<b>8145</b>	<b>230</b>	<b>1286</b>	<b>2832</b>	<b>3020</b>	<b>1898</b>	<b>4611</b>	<b>4655</b>	<b>3053</b>	<b>2987</b>	<b>2370</b>	<b>856</b>	-
	<b>5475</b>	<b>3791</b>	<b>372</b>	<b>1586</b>	<b>3365</b>	<b>2655</b>	<b>1289</b>	<b>4620</b>	<b>4646</b>	<b>2905</b>	<b>2912</b>	<b>2449</b>	<b>1001</b>	<b>8435</b>

Leer diarios y/o revistas:  
Sábado - Domingo

Promedio de horas: 1.5



Base 1: 9266  
Base 2: 9266

Base 1:  
Base 2:

Ámbito	Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL		
	Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
Menos de 1 hora	44,9%	45,8%	52,4%	49,3%	42,0%	48,6%	39,8%	49,3%	41,3%	43,8%	47,9%	46,8%	38,1%	<b>49.3%</b>
De 1 a menos de 2 horas	18,6%	15,1%	22,4%	21,0%	18,9%	14,7%	11,2%	20,6%	13,7%	17,6%	15,4%	18,0%	18,8%	<b>19.6%</b>
De 2 a menos de 3 horas	2,9%	2,9%	3,7%	4,5%	3,1%	2,2%	1,8%	2,9%	3,0%	3,2%	2,3%	3,0%	3,9%	<b>2.2%</b>
De 3 a menos de 4 horas	1,1%	0,7%	0,0%	0,3%	1,5%	0,9%	0,5%	1,3%	0,6%	0,8%	1,3%	0,7%	0,9%	<b>0.3%</b>
De 4 horas a más	1,8%	1,0%	0,2%	0,7%	2,2%	1,7%	0,3%	2,0%	0,9%	0,7%	1,7%	1,8%	2,2%	<b>0.1%</b>
No le dedica tiempo	30,7%	34,3%	21,2%	24,2%	32,0%	31,9%	46,2%	23,9%	40,4%	33,9%	31,5%	29,5%	35,8%	<b>28.4%</b>
NS/NR	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,1%	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,3%	0,2%	-
	<b>1121</b>	<b>8145</b>	<b>230</b>	<b>1286</b>	<b>2832</b>	<b>3020</b>	<b>1898</b>	<b>4611</b>	<b>4655</b>	<b>3053</b>	<b>2987</b>	<b>2370</b>	<b>856</b>	-
	<b>5475</b>	<b>3791</b>	<b>372</b>	<b>1586</b>	<b>3365</b>	<b>2655</b>	<b>1289</b>	<b>4620</b>	<b>4646</b>	<b>2905</b>	<b>2912</b>	<b>2449</b>	<b>1001</b>	<b>8435</b>

# 3. Tenencia y Uso de Medios

## Uso

### Jugar video juegos: De Lunes a Viernes

Promedio de horas: 2.2

Menos de 1 hora	<b>2.6%</b>	
De 1 a menos de 2 horas	<b>2.9%</b>	
De 2 a menos de 3 horas	<b>1.4%</b>	
De 3 a menos de 4 horas	<b>0.3%</b>	
De 4 horas a más	<b>0.6%</b>	
No le dedica tiempo	<b>92.1%</b>	
NS/NR	<b>0.1%</b>	

Base 1: 9266  
Base 2: 9266

Base 1:  
Base 2:

Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
3,1%	1,8%	1,8%	2,1%	3,3%	1,9%	3,1%	3,3%	1,9%	5,7%	2,1%	0,5%	0,0%	<b>2.7%</b>
3,2%	2,5%	7,9%	5,3%	2,2%	2,4%	1,4%	4,7%	1,1%	7,4%	1,4%	0,5%	0,1%	<b>4.5%</b>
1,7%	0,9%	1,7%	3,0%	1,5%	0,6%	0,5%	2,5%	0,3%	3,8%	0,6%	0,0%	0,0%	<b>1.3%</b>
0,3%	0,3%	0,0%	0,2%	0,4%	0,3%	0,1%	0,5%	0,1%	0,3%	0,6%	0,0%	0,0%	<b>0.9%</b>
0,6%	0,7%	0,0%	0,9%	0,6%	0,5%	0,8%	1,2%	0,0%	1,6%	0,4%	0,0%	0,0%	<b>0.7%</b>
91,0%	93,8%	88,6%	88,5%	91,7%	94,3%	94,2%	87,8%	96,4%	81,1%	94,7%	98,9%	99,9%	<b>89.8%</b>
0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	-
<b>1121</b>	<b>8145</b>	<b>230</b>	<b>1286</b>	<b>2832</b>	<b>3020</b>	<b>1898</b>	<b>4611</b>	<b>4655</b>	<b>3053</b>	<b>2987</b>	<b>2370</b>	<b>856</b>	-
<b>5475</b>	<b>3791</b>	<b>372</b>	<b>1586</b>	<b>3365</b>	<b>2655</b>	<b>1289</b>	<b>4620</b>	<b>4646</b>	<b>2905</b>	<b>2912</b>	<b>2449</b>	<b>1001</b>	<b>8435</b>

### Jugar video juegos: Sábado - Domingo

Promedio de horas: 2.4

Menos de 1 hora	<b>2.1%</b>	
De 1 a menos de 2 horas	<b>2.7%</b>	
De 2 a menos de 3 horas	<b>1.5%</b>	
De 3 a menos de 4 horas	<b>0.6%</b>	
De 4 horas a más	<b>0.8%</b>	
No le dedica tiempo	<b>92.2%</b>	
NS/NR	<b>0.1%</b>	

Base 1: 9266  
Base 2: 9266

Base 1:  
Base 2:

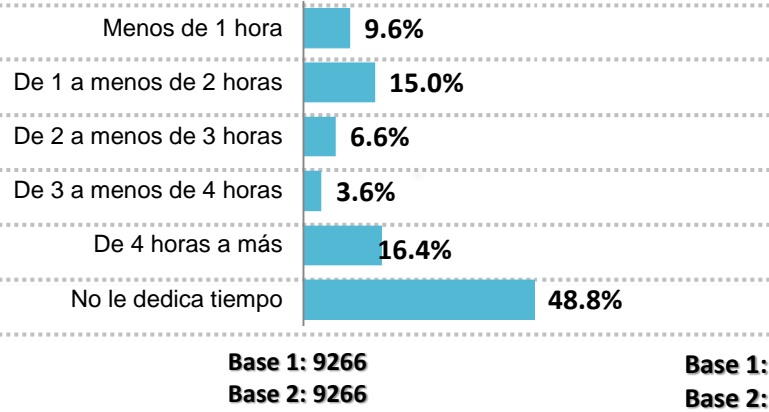
Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
2,6%	1,4%	0,9%	2,5%	2,5%	1,5%	2,3%	2,5%	1,8%	4,3%	2,0%	0,5%	0,0%	<b>1.9%</b>
3,0%	2,1%	4,4%	4,1%	2,7%	2,5%	0,4%	4,7%	0,6%	6,7%	1,3%	0,5%	0,0%	<b>3.3%</b>
1,6%	1,3%	3,7%	2,3%	1,4%	1,2%	0,4%	2,4%	0,6%	3,9%	0,6%	0,2%	0,0%	<b>1.1%</b>
0,6%	0,5%	4,2%	1,3%	0,2%	0,4%	0,2%	1,2%	0,0%	1,4%	0,4%	0,0%	0,0%	<b>0.5%</b>
0,9%	0,7%	0,2%	1,6%	0,6%	0,5%	1,1%	1,4%	0,2%	1,6%	0,6%	0,4%	0,0%	<b>0.6%</b>
91,1%	93,9%	86,7%	88,2%	92,2%	93,9%	95,4%	87,6%	96,8%	81,8%	94,9%	98,2%	100,0%	<b>92.7%</b>
0,2%	0,1%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,2%	0,2%	0,0%	0,0%	-
<b>1121</b>	<b>8145</b>	<b>230</b>	<b>1286</b>	<b>2832</b>	<b>3020</b>	<b>1898</b>	<b>4611</b>	<b>4655</b>	<b>3053</b>	<b>2987</b>	<b>2370</b>	<b>856</b>	-
<b>5475</b>	<b>3791</b>	<b>372</b>	<b>1586</b>	<b>3365</b>	<b>2655</b>	<b>1289</b>	<b>4620</b>	<b>4646</b>	<b>2905</b>	<b>2912</b>	<b>2449</b>	<b>1001</b>	<b>8435</b>

# 3. Tenencia y Uso de Medios

## Uso

**Navegar por Internet:  
De Lunes a Viernes**

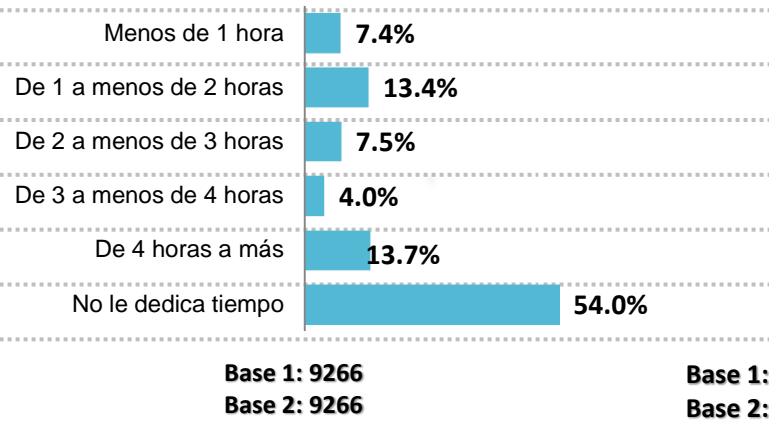
**Promedio de horas: 3.0**



Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
9,7%	9,4%	11,4%	9,6%	11,4%	7,8%	8,1%	10,8%	8,4%	10,6%	12,4%	8,0%	2,5%	8,4%
14,1%	16,2%	20,7%	19,3%	15,7%	13,9%	8,3%	17,0%	12,9%	21,3%	13,7%	12,8%	5,3%	15,0%
6,6%	6,6%	12,8%	9,5%	8,0%	4,4%	2,1%	7,3%	5,9%	10,3%	7,4%	3,2%	1,6%	8,5%
3,6%	3,7%	8,8%	4,4%	4,6%	2,4%	1,0%	4,1%	3,1%	7,1%	3,1%	1,2%	0,6%	4,7%
21,1%	9,7%	39,8%	35,6%	14,1%	9,5%	6,4%	18,7%	14,2%	28,7%	16,7%	7,0%	3,0%	7,3%
45,0%	54,4%	6,5%	21,7%	46,2%	62,0%	74,1%	42,1%	55,5%	22,0%	46,7%	67,6%	87,0%	56,2%
1121	8145	230	1286	2832	3020	1898	4611	4655	3053	2987	2370	856	-
5475	3791	372	1586	3365	2655	1289	4620	4646	2905	2912	2449	1001	8435

**Navegar por Internet:  
Sábado - Domingo**

**Promedio de horas: 3.1**



Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
7,3%	7,6%	14,5%	7,8%	7,4%	6,5%	7,1%	8,7%	6,2%	8,8%	7,7%	7,2%	3,4%	7,6%
12,6%	14,6%	17,8%	17,2%	15,2%	11,5%	7,0%	14,6%	12,3%	18,3%	14,3%	10,5%	3,7%	16,4%
8,2%	6,6%	13,4%	11,9%	7,4%	6,8%	2,2%	9,3%	5,8%	12,3%	8,3%	3,7%	1,3%	8,2%
4,0%	3,9%	9,6%	5,5%	5,1%	2,1%	1,3%	4,9%	3,0%	7,3%	3,5%	2,1%	0,3%	3,3%
17,8%	7,6%	32,0%	28,3%	13,4%	7,2%	4,4%	15,3%	12,1%	25,6%	13,3%	4,5%	2,6%	4,5%
50,0%	59,6%	12,7%	29,3%	51,5%	66,0%	78,1%	47,3%	60,6%	27,8%	52,9%	72,1%	88,7%	60,1%
1121	8145	230	1286	2832	3020	1898	4611	4655	3053	2987	2370	856	-
5475	3791	372	1586	3365	2655	1289	4620	4646	2905	2912	2449	1001	8435

# 3. Tenencia y Uso de Medios

## Uso

Lo que suelen hacer cuando navegan por Internet

		Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL	
		Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013	
Visitar las redes sociales (Facebook / Twitter / LinkedIn)		76.7%	66.6%	69.6%	71.6%	72.8%	76.5%	72.6%	70.0%	77.0%	80.1%	73.8%	55.6%	46.7%	72.6%	
Buscar información académica		59.9%	64.1%	77.0%	72.6%	57.3%	55.6%	46.6%	59.6%	63.8%	58.4%	63.8%	66.3%	57.6%	57.5%	
Chatear (Skype, messenger, whatsapp)		37.9%	36.3%	54.5%	42.8%	30.9%	33.5%	46.3%	35.9%	39.2%	41.1%	37.2%	28.3%	28.3%	48.8%	
Enviar o recibir correos electrónicos		33.6%	31.7%	44.8%	42.4%	26.3%	29.5%	32.8%	32.7%	33.1%	29.0%	36.2%	36.0%	43.1%	36.8%	
Ver videos (Youtube, vimeo)		30.8%	26.8%	20.5%	31.7%	28.1%	32.5%	26.7%	29.6%	29.0%	36.2%	27.1%	16.2%	16.7%	21.8%	
Leer noticias		27.1%	25.1%	37.8%	30.4%	26.1%	21.7%	17.1%	29.5%	22.4%	23.2%	27.1%	32.3%	38.9%	26.7%	
Bajar música fotos / imágenes		20.2%	17.9%	4.4%	21.0%	20.0%	23.3%	12.5%	19.7%	18.8%	25.4%	15.0%	12.7%	4.9%	30.3%	
Escuchar música (Spotify, etc.)		13.7%	17.8%	3.4%	12.2%	14.9%	22.9%	15.2%	15.4%	14.9%	20.5%	11.7%	8.7%	4.0%	-	
Ver películas y series (Netflix, etc)		4.9%	8.1%	7.1%	6.3%	6.7%	5.2%	3.3%	6.6%	5.4%	7.5%	5.3%	3.8%	3.8%	-	
	<b>Base 1: 4485</b>	<b>Base 1:</b>	<b>649</b>	<b>3836</b>	<b>205</b>	<b>1008</b>	<b>1681</b>	<b>1146</b>	<b>445</b>	<b>2564</b>	<b>1921</b>	<b>2297</b>	<b>1429</b>	<b>687</b>	<b>72</b>	<b>-</b>
	<b>Base 2: 4976</b>	<b>Base 2:</b>	<b>3170</b>	<b>1806</b>	<b>351</b>	<b>1274</b>	<b>1902</b>	<b>1083</b>	<b>367</b>	<b>2793</b>	<b>2182</b>	<b>2382</b>	<b>1626</b>	<b>834</b>	<b>133</b>	<b>1213</b>

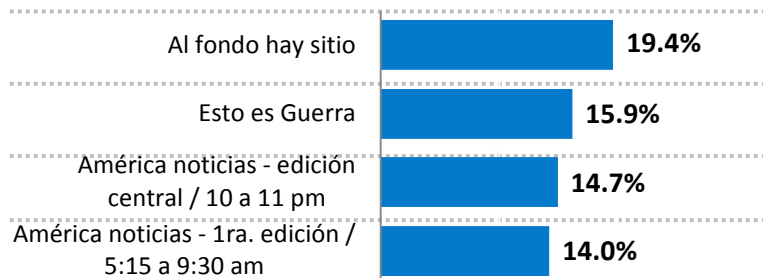
- El 73,1% de las personas que navegan por internet visitan las redes sociales, sobretodo los rangos de edad que fluctúan entre los 18 y 29 años.
- El 61,5% busca información académica, mientras que el 37,3% chatea.

# 3. Tenencia y Uso de Medios

## Uso

### Los cuatro programas de televisión que más ven

Total Menciones

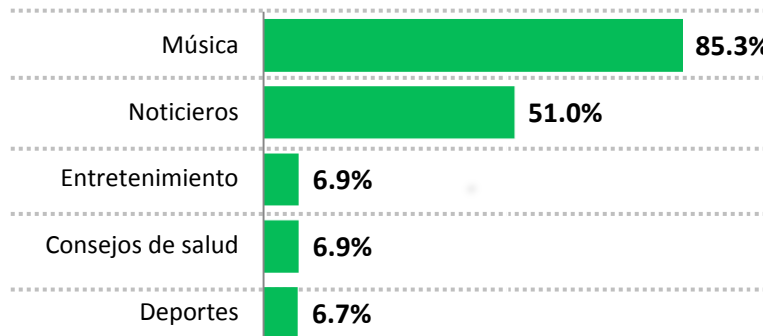


Base 1: 9069  
Base 2: 9139

Base 1:  
Base 2:

Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
19,0%	20,0%	5,6%	13,5%	18,7%	22,8%	25,9%	16,2%	22,6%	22,0%	20,4%	15,7%	17,9%	33,0%
15,0%	17,4%	8,2%	7,1%	15,6%	19,1%	23,8%	11,4%	20,5%	21,6%	15,8%	10,6%	12,7%	16,8%
10,7%	20,5%	3,8%	10,0%	13,8%	19,4%	16,3%	17,0%	12,4%	12,8%	16,1%	14,5%	16,8%	35,3%
10,0%	19,8%	6,3%	8,9%	12,0%	17,9%	20,0%	13,3%	14,7%	12,4%	13,9%	15,0%	16,6%	11,3%
1109	7960	226	1281	2809	2972	1781	4512	4557	2991	2942	2319	817	-
5416	3723	368	1580	3349	2628	1215	4560	4579	2874	2878	2413	975	8393

### Tipos de programas que acostumbran escuchar (Radio)



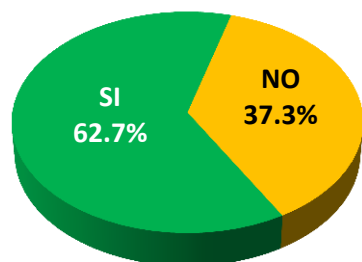
Base 1: 7942  
Base 2: 7778

Base 1:  
Base 2:

Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
86.7%	83.4%	90.7%	87.2%	85.1%	83.4%	86.2%	82.2%	88.6%	92.1%	86.6%	79.9%	74.7%	77.5%
45.0%	59.4%	63.0%	50.1%	46.4%	54.2%	54.5%	54.5%	47.4%	35.6%	52.3%	63.0%	64.1%	42.9%
6.5%	7.4%	4.9%	6.1%	5.1%	10.2%	6.0%	6.4%	7.3%	8.7%	7.4%	5.2%	3.7%	9.5%
5.7%	8.5%	1.0%	6.1%	7.3%	6.9%	8.3%	3.6%	10.3%	3.6%	6.5%	10.0%	9.8%	3.6%
5.1%	9.0%	4.3%	5.7%	6.1%	8.9%	5.6%	11.6%	1.6%	6.3%	7.3%	6.7%	6.1%	3.0%
928	7014	195	1114	2471	2601	1561	4041	3901	2628	2558	2052	704	-
4532	3246	301	1288	2860	2259	1070	3968	3810	2463	2443	2070	803	7523

## 4. Control Sobre el Consumo de Televisión en el Hogar

Existencia de niños menores de 14 años en el hogar



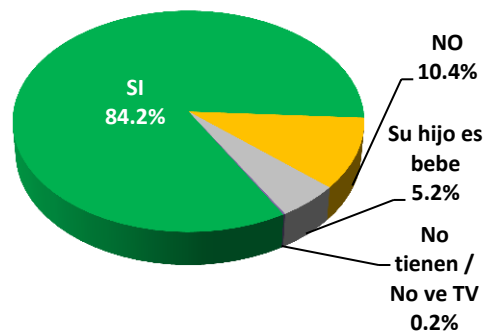
Base 1: 9266  
Base 2: 9266

	Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
	Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
<b>SI</b>	62.1%	63.6%	46.4%	52.5%	62.5%	69.7%	66.1%	56.9%	68.5%	64.1%	81.6%	50.7%	33.1%	<b>62.3%</b>
<b>NO</b>	37.9%	36.4%	53.6%	47.5%	37.5%	30.3%	33.9%	43.1%	31.5%	35.9%	18.4%	49.3%	66.9%	<b>37.7%</b>
Base 1	1121	8145	230	1286	2832	3020	1898	4611	4655	3053	2987	2370	856	-
Base 2	5475	3791	372	1586	3365	2655	1289	4620	4646	2905	2912	2449	1001	8435

- El 62,7% de las personas entrevistadas indican que hay niños menores de 14 años en el hogar, sobretodo en los niveles socioeconómicos (NSE) C,D y E, tanto en Lima como en las ciudades de Provincia; este resultado difiere muy poco en relación al estudio del año 2013.

# 4. Control Sobre el Consumo de Televisión en el Hogar

## Existencia de control sobre el TIEMPO que los niños ven en televisión

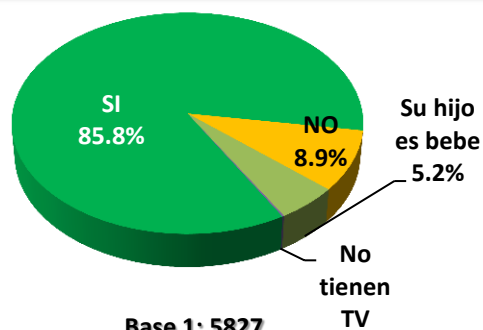


Base 1: 5827  
Base 2: 5810

	Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
	Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
SI	84.1%	84.5%	91.5%	83.1%	84.4%	84.5%	82.7%	83.6%	84.7%	77.9%	87.9%	85.5%	88.5%	* 86.6%
NO	10.9%	9.7%	4.1%	13.3%	11.4%	10.0%	7.4%	11.7%	9.3%	13.9%	7.9%	10.4%	9.1%	* 13.4%
Hijo Bebe	5.0%	5.5%	4.4%	3.6%	4.1%	5.4%	9.2%	4.5%	5.8%	8.1%	4.1%	3.9%	2.4%	-
No tiene TV	0.0%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.7%	0.2%	0.1%	0.2%	0.1%	0.2%	0.1%	-
Base 1	696	5131	124	718	1786	1970	1229	2644	3183	1951	2448	1166	262	-
Base 2	3399	2411	173	833	2102	1851	852	2628	3182	1862	2375	1242	331	5324

## \* Existencia de algún control en el hogar sobre el tiempo y/o programas que los niños ven en Televisión

## Existencia de control sobre el TIPO DE PROGRAMAS que los niños ven en televisión



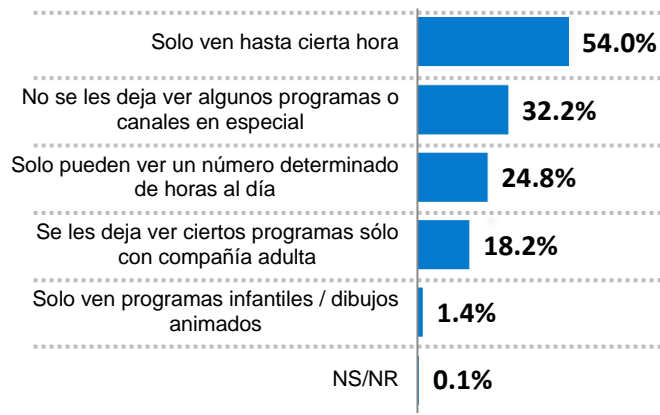
Base 1: 5827  
Base 2: 5810

	Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad			
	Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más
SI	87,1%	83,9%	91,0%	85,7%	86,9%	85,9%	81,9%	84,9%	86,4%	80,2%	88,3%	88,9%	86,8%
NO	7,9%	10,2%	4,6%	10,7%	9,0%	8,6%	8,2%	10,4%	7,6%	11,5%	7,5%	7,0%	10,8%
Hijo bebe	5,0%	5,5%	4,4%	3,6%	4,1%	5,4%	9,2%	4,5%	5,8%	8,1%	4,1%	3,9%	2,4%
No tiene TV	0,0%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,7%	0,2%	0,1%	0,2%	0,1%	0,2%	0,1%
Base 1	696	5131	124	718	1786	1970	1229	2644	3183	1951	2448	1166	262
Base 2	3399	2411	173	833	2102	1851	852	2628	3182	1862	2375	1242	331



# 4. Control Sobre el Consumo de Televisión en el Hogar

Formas de control sobre el tiempo o tipo de programas que los niños ven en televisión



Base 1: 5095  
Base 2: 5118

Base 1:  
Base 2:

	Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
	Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
Solo ven hasta cierta hora	56.8%	49.9%	57.9%	49.8%	51.9%	54.9%	60.6%	51.9%	55.7%	53.2%	53.0%	54.2%	63.8%	65.0%
No se les deja ver algunos programas o canales en especial	32.4%	32.0%	20.5%	35.0%	31.5%	31.6%	35.2%	34.0%	30.8%	30.3%	31.7%	36.0%	32.2%	27.5%
Solo pueden ver un número determinado de horas al día	21.5%	29.5%	15.6%	27.1%	26.8%	24.3%	20.6%	25.5%	24.2%	23.3%	24.9%	27.8%	20.5%	31.1%
Se les deja ver ciertos programas sólo con compañía adulta	16.7%	20.5%	36.5%	24.0%	17.8%	15.7%	15.4%	18.2%	18.3%	19.5%	18.4%	15.9%	19.7%	9.2%
Solo ven programas infantiles / dibujos animados	0.8%	2.4%	0.4%	1.2%	1.2%	1.7%	2.1%	1.2%	1.7%	1.2%	1.6%	1.7%	0.2%	-
NS/NR	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%	0.2%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	-
	618	4477	112	639	1577	1700	1067	2316	2779	1598	2239	1023	235	-
	3018	2100	158	725	1882	1630	723	2307	2811	1553	2153	1112	300	4511

- El 54,0% de los entrevistados manifestaron que como forma de controlar el tiempo o tipo de programa que los niños ven en televisión, les permiten ver hasta cierta hora.
- El 32,2% manifestaron que no les permiten ver algunos programas o canales en especial.
- El 24,8% permiten que vean un número determinado de horas al día.
- El 18,2% les dejan ver ciertos programas solo con compañía adulta

# 4. Control Sobre el Consumo de Televisión en el Hogar

Horario hasta el cual se les deja ver TV a los niños menores de 14 años

- Hasta las 09:00 PM o antes
- Hasta las 10:00 PM
- Hasta las 11:00 PM
- Hasta las 12:00 PM
- Hasta más de las 12 de la noche
- NS/NR



Hora hasta la cual se les deja ver TV a los niños menores de 14 años	Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
	Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
Hasta las 9PM o antes	85.3%	89.3%	85.1%	80.7%	84.4%	92.6%	88.1%	85.4%	88.3%	86.1%	89.4%	83.4%	87.8%	<b>83.6%</b>
Hasta las 10 PM	12.4%	8.9%	12.8%	16.7%	13.1%	6.1%	10.0%	12.9%	9.4%	11.8%	8.8%	14.8%	8.0%	<b>13.3%</b>
Hasta las 11 PM	1.8%	1.5%	2.1%	2.5%	1.7%	1.2%	1.9%	1.7%	1.7%	2.1%	1.3%	1.3%	4.2%	<b>2.0%</b>
Hasta las 12 PM	0.3%	0.1%	0.0%	0.0%	0.5%	0.1%	0.0%	0.0%	0.4%	0.1%	0.2%	0.5%	0.0%	<b>0.9%</b>
Hasta más de las 12 de la noche	0.2%	0.0%	0.0%	0.1%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	-
NS/NR	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	-
<b>Base 1:</b>	<b>661</b>	<b>4842</b>	<b>118</b>	<b>694</b>	<b>1694</b>	<b>1851</b>	<b>1146</b>	<b>2524</b>	<b>2979</b>	<b>1753</b>	<b>2370</b>	<b>1126</b>	<b>254</b>	-
<b>Base 2:</b>	<b>3228</b>	<b>2270</b>	<b>165</b>	<b>803</b>	<b>2015</b>	<b>1748</b>	<b>767</b>	<b>2505</b>	<b>2993</b>	<b>1708</b>	<b>2275</b>	<b>1191</b>	<b>323</b>	<b>5325</b>

- El 87,0% de los entrevistados manifestaron que permiten a los niños ver TV hasta las 9pm o antes.
- El 11,0% de los entrevistados permiten ver TV a los niños hasta las 10pm.
- El 1,7% de los entrevistados permite ver a TV a los niños hasta las 11pm.

# 4. Control Sobre el Consumo de Televisión en el Hogar

## Tipo de programa que acostumbran ver en familia

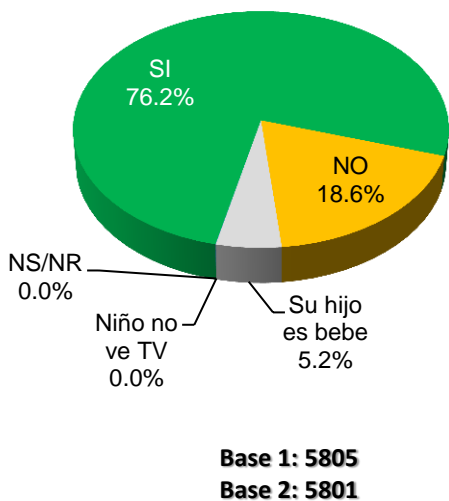
		Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
		Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
Infantiles	40.3%	43.0%	36.6%	63.8%	50.9%	38.2%	36.9%	37.8%	37.9%	42.3%	41.7%	42.8%	35.8%	31.0%	39.7%
Entretenimiento	37.8%	34.6%	42.2%	32.0%	30.7%	37.7%	41.5%	38.0%	38.3%	37.3%	36.2%	38.0%	38.6%	41.2%	50.7%
Películas	35.4%	36.2%	34.3%	39.1%	31.2%	37.8%	37.8%	27.8%	37.6%	33.6%	34.9%	36.1%	36.5%	29.2%	25.1%
Noticieros	30.9%	29.7%	32.4%	16.7%	23.1%	34.0%	32.3%	30.4%	30.9%	30.8%	25.9%	29.4%	37.9%	42.7%	32.2%
Series / miniseries	23.4%	25.0%	21.1%	24.7%	30.2%	20.0%	22.9%	25.7%	23.3%	23.5%	24.1%	23.8%	23.3%	16.8%	* 38.1%
Deportes	10.3%	8.3%	13.0%	16.7%	14.7%	10.0%	9.1%	7.9%	15.7%	5.8%	8.6%	8.9%	14.3%	14.8%	8.8%
Telenovelas	9.8%	10.5%	8.9%	7.1%	3.8%	11.6%	10.1%	11.3%	8.0%	11.4%	10.2%	8.8%	10.9%	11.5%	-
Reportajes / entrevistas	5.9%	5.0%	7.0%	11.6%	9.3%	6.6%	3.9%	4.0%	6.6%	5.3%	3.8%	5.8%	8.5%	7.8%	4.8%
Farándula	3.4%	4.2%	2.4%	0.3%	1.1%	3.8%	4.7%	2.7%	3.7%	3.2%	4.1%	2.7%	3.7%	3.6%	2.4%
Cultural	0.7%	1.0%	0.3%	0.0%	1.5%	0.6%	0.9%	0.0%	1.2%	0.4%	0.3%	0.8%	1.0%	1.5%	-
NS/NR	0.1%	0.1%	0.1%	0.0%	0.1%	0.3%	0.0%	0.0%	0.2%	0.1%	0.3%	0.1%	0.0%	0.0%	-
<b>Base 1: 5827</b>		<b>696</b>	<b>5131</b>	<b>124</b>	<b>718</b>	<b>1786</b>	<b>1970</b>	<b>1229</b>	<b>2644</b>	<b>3183</b>	<b>1951</b>	<b>2448</b>	<b>1166</b>	<b>262</b>	<b>-</b>
<b>Base 2: 5810</b>		<b>3399</b>	<b>2411</b>	<b>173</b>	<b>833</b>	<b>2102</b>	<b>1851</b>	<b>852</b>	<b>2628</b>	<b>3182</b>	<b>1862</b>	<b>2375</b>	<b>1242</b>	<b>331</b>	<b>5325</b>

\* Series / miniseries / telenovelas

- El 40,3% de los entrevistados acostumbran ver programas infantiles en familia.
- El 37,8% de los entrevistados acostumbran ver películas en familia.
- El 35,4% de los entrevistados acostumbran ver películas en familia.

# 4. Control Sobre el Consumo de Televisión en el Hogar

**Costumbre de comentar con los niños sobre los programas que se está viendo en familia**



Costumbre de comentar	Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
	Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
SI	78,3%	73,2%	82,6%	80,4%	77,9%	76,9%	65,0%	74,9%	77,2%	71,4%	79,7%	79,4%	66,0%	<b>75.0%</b>
NO	16,7%	21,2%	13,0%	16,0%	18,0%	17,7%	25,7%	20,5%	16,9%	20,5%	16,2%	16,7%	31,7%	<b>25.0%</b>
Su hijo aun es bebe	5,0%	5,5%	4,4%	3,6%	4,1%	5,4%	9,3%	4,5%	5,8%	8,1%	4,1%	3,9%	2,4%	-
El niño no ve TV	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	-
NS/NR	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	-
Base 1:	696	5109	124	718	1784	1963	1216	2634	3171	1942	2440	1162	261	-
Base 2:	3399	2401	173	833	2101	1848	846	2623	3178	1858	2372	1239	331	<b>5325</b>

- El 76,2% de los entrevistados indican que tienen la costumbre de comentar con los niños sobre los programas que se está viendo en familia
- El 18.6% no comenta los programas con los niños
- Un 5,2% manifiesta que sus hijos aún son bebés, por lo que no pueden precisar una respuesta.

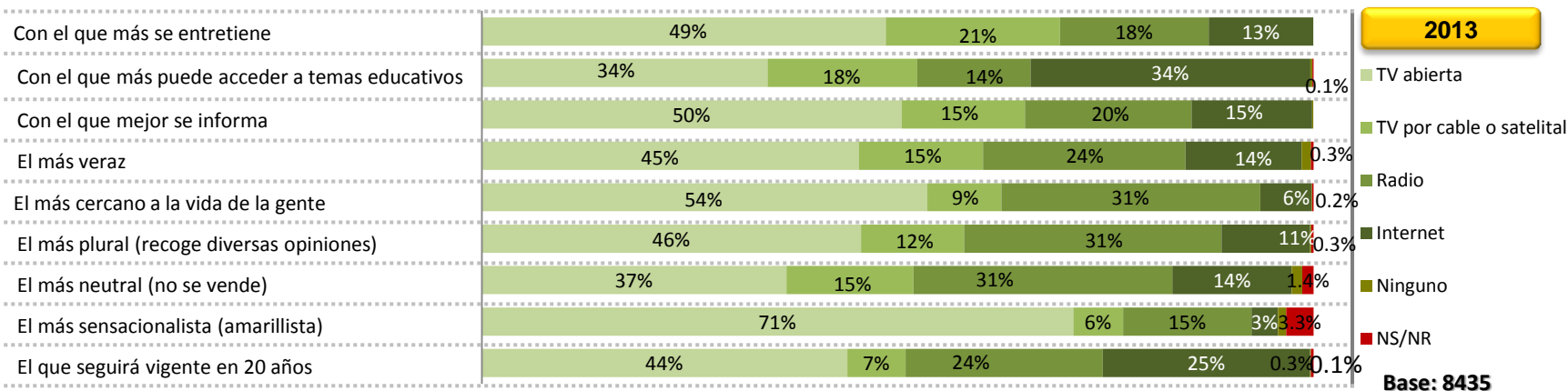
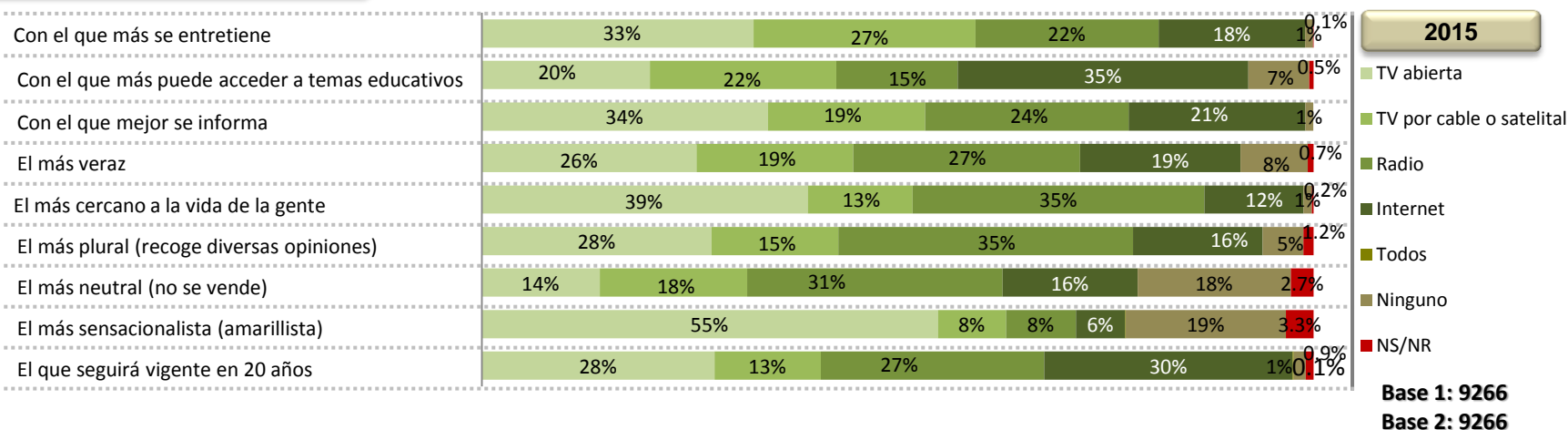
# 5. Evaluación y Grado de Satisfacción con los Medios

La **televisión abierta**, es el medio con el que más se entretienen, con el que mejor se informan, el más cercano a la vida cotidiana y el más sensacionalista.

La **Radio** es considerada como el medio más veraz, el más plural y el más neutral.

El **Internet** es considerado como el medio con el que más acceden a temas educativos y el que seguirá vigente en 20 años.

De los siguientes medios ¿Cuál considera que es ....?



# 5. Evaluación y Grado de Satisfacción con los Medios

*De los siguientes medios ¿Cuál considera que es ...?*

Con el que más se entretiene

		Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
		Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
TV abierta	<b>32.7%</b>	28.6%	38.5%	13.9%	20.6%	29.5%	38.6%	49.2%	28.4%	37.0%	24.4%	35.1%	37.8%	37.4%	<b>48.6%</b>
TV por cable o satelital	<b>26.7%</b>	31.4%	19.8%	42.9%	37.9%	30.6%	20.3%	10.8%	29.3%	24.0%	22.0%	27.3%	28.3%	34.1%	<b>20.9%</b>
Radio	<b>22.0%</b>	19.1%	26.3%	11.9%	11.1%	20.1%	27.7%	32.0%	18.9%	25.2%	17.9%	22.6%	26.3%	22.0%	<b>17.9%</b>
Internet	<b>17.6%</b>	19.9%	14.3%	30.2%	29.5%	18.9%	12.1%	7.2%	21.9%	13.4%	35.2%	14.3%	6.4%	3.7%	<b>12.6%</b>
Ninguno	<b>0.9%</b>	0.9%	1.0%	1.0%	0.5%	0.9%	1.2%	0.8%	1.3%	0.5%	0.3%	0.7%	1.2%	2.7%	-
NS/NR	<b>0.1%</b>	0.1%	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.1%	-
	<b>Base 1: 9266</b>	<b>1121</b>	<b>8145</b>	<b>230</b>	<b>1286</b>	<b>2832</b>	<b>3020</b>	<b>1898</b>	<b>4611</b>	<b>4655</b>	<b>3053</b>	<b>2987</b>	<b>2370</b>	<b>856</b>	-
	<b>Base 2: 9266</b>	<b>5475</b>	<b>3791</b>	<b>372</b>	<b>1586</b>	<b>3365</b>	<b>2655</b>	<b>1289</b>	<b>4620</b>	<b>4646</b>	<b>2905</b>	<b>2912</b>	<b>2449</b>	<b>1001</b>	<b>8435</b>

- El 32,7% de los entrevistados indican que la televisión abierta es el medio con el que más se entretienen, esta respuesta fue mencionada con mayor frecuencia por los NSE D y E.
- La televisión por cable o satelital ocupa el segundo lugar con un 26,7%.
- La radio se ubica en tercer lugar con 22%
- El internet ocupa el cuarto lugar con 17,6%.

# 5. Evaluación y Grado de Satisfacción con los Medios

*De los siguientes medios ¿Cuál considera que es ...?*

Con el que más puede acceder a temas educativos

		Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
		Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
TV abierta	20.2%	17.8%	23.7%	0.3%	10.8%	17.5%	24.6%	35.6%	17.5%	22.9%	14.9%	19.7%	24.7%	26.3%	34.4%
TV por cable o satelital	22.4%	25.7%	17.6%	28.0%	27.2%	26.0%	19.5%	11.2%	23.4%	21.4%	18.8%	21.9%	25.2%	27.4%	18.0%
Radio	14.6%	11.9%	18.6%	6.4%	7.2%	12.1%	18.9%	23.9%	13.4%	15.8%	7.9%	14.6%	19.7%	21.9%	13.6%
Internet	35.0%	36.5%	32.7%	64.4%	51.8%	35.7%	28.0%	18.2%	38.7%	31.2%	54.7%	36.2%	20.7%	8.9%	33.7%
Ninguno	7.3%	7.9%	6.6%	0.9%	2.9%	8.3%	8.3%	10.0%	6.7%	7.9%	3.7%	7.0%	9.2%	14.2%	0.3%
NS/NR	0.5%	0.3%	0.8%	0.0%	0.0%	0.4%	0.7%	1.1%	0.2%	0.8%	0.0%	0.7%	0.5%	1.3%	0.1%
<b>Base 1: 9266</b>		<b>Base 1: 1121</b>	<b>8145</b>	<b>230</b>	<b>1286</b>	<b>2832</b>	<b>3020</b>	<b>1898</b>	<b>4611</b>	<b>4655</b>	<b>3053</b>	<b>2987</b>	<b>2370</b>	<b>856</b>	<b>-</b>
<b>Base 2: 9266</b>		<b>Base 2: 5475</b>	<b>3791</b>	<b>372</b>	<b>1586</b>	<b>3365</b>	<b>2655</b>	<b>1289</b>	<b>4620</b>	<b>4646</b>	<b>2905</b>	<b>2912</b>	<b>2449</b>	<b>1001</b>	<b>8435</b>

- El 35,0% menciona que el internet es el medio con el que pueden acceder a temas educativos, los segmentos donde se presenta esta respuesta con mayor frecuencia son los NSE A y B; el Rango de Edad es entre 18 a 29 años
- La tv por cable o satelital ocupa el segundo lugar con 22,4%, seguida muy de cerca por la televisión abierta con 20,2%
- La radio ocupa el cuarto puesto con 14,6%

# 5. Evaluación y Grado de Satisfacción con los Medios

*De los siguientes medios ¿Cuál considera que es ...?*

Con el que mejor se informo

		Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
		Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
TV abierta	<b>34.4%</b>	32.7%	36.8%	17.8%	25.5%	30.5%	39.9%	48.8%	31.1%	37.7%	29.0%	34.9%	39.2%	36.7%	<b>50.5%</b>
TV por cable o satelital	<b>18.9%</b>	22.7%	13.5%	21.7%	23.8%	24.3%	13.6%	8.9%	18.5%	19.3%	15.1%	18.6%	21.5%	24.6%	<b>14.8%</b>
Radio	<b>24.5%</b>	21.0%	29.5%	13.0%	15.0%	22.2%	30.2%	33.5%	24.6%	24.4%	17.3%	26.1%	28.3%	31.1%	<b>20.0%</b>
Internet	<b>21.3%</b>	22.6%	19.4%	47.1%	34.4%	21.6%	15.7%	8.0%	24.7%	17.8%	38.4%	19.3%	9.8%	5.1%	<b>14.5%</b>
Ninguno	<b>1.0%</b>	1.1%	0.8%	0.4%	1.2%	1.3%	0.6%	0.8%	1.1%	0.8%	0.3%	1.0%	1.1%	2.5%	<b>0.1%</b>
NS/NR	<b>0.0%</b>	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	-
	<b>Base 1: 9266</b>	<b>1121</b>	<b>8145</b>	<b>230</b>	<b>1286</b>	<b>2832</b>	<b>3020</b>	<b>1898</b>	<b>4611</b>	<b>4655</b>	<b>3053</b>	<b>2987</b>	<b>2370</b>	<b>856</b>	-
	<b>Base 2: 9266</b>	<b>5475</b>	<b>3791</b>	<b>372</b>	<b>1586</b>	<b>3365</b>	<b>2655</b>	<b>1289</b>	<b>4620</b>	<b>4646</b>	<b>2905</b>	<b>2912</b>	<b>2449</b>	<b>1001</b>	<b>8435</b>

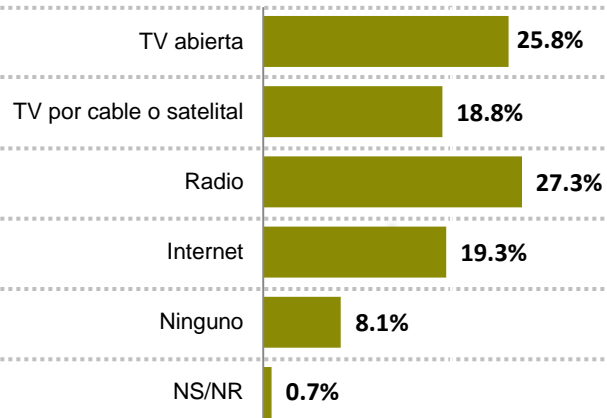
- La **televisión abierta es el medio con el que el 34,4% de los entrevistados se informa mejor**, el segmento donde se presenta con mayor frecuencia esta respuesta es el NSE E
- El segundo puesto lo ocupa **la radio con 24,5%, seguido muy de cerca por el internet con 21,3%**.
- Por último la televisión por cable o satelital fue mencionada en cuarto lugar con 18,9%



# 5. Evaluación y Grado de Satisfacción con los Medios

*De los siguientes medios ¿Cuál considera que es ...?*

El más veraz



	Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
	Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
TV abierta	23.6%	29.0%	11.5%	16.7%	26.5%	27.4%	36.1%	23.0%	28.7%	24.2%	26.4%	27.4%	24.9%	45.3%
TV por cable o satelital	22.6%	13.5%	28.6%	26.0%	22.7%	13.6%	7.9%	19.6%	18.1%	17.1%	18.5%	19.9%	22.3%	14.9%
Radio	23.6%	32.7%	14.7%	18.3%	24.5%	33.2%	36.9%	27.1%	27.5%	21.2%	29.4%	30.2%	31.4%	24.4%
Internet	21.3%	16.3%	40.9%	32.0%	19.6%	13.8%	7.7%	21.7%	16.8%	32.6%	18.0%	10.2%	6.2%	13.9%
Ninguno	8.6%	7.4%	4.2%	6.5%	6.1%	11.1%	10.2%	8.4%	7.8%	4.3%	6.9%	11.4%	14.3%	1.1%
NS/NR	0.4%	1.2%	0.0%	0.4%	0.6%	0.9%	1.2%	0.3%	1.1%	0.5%	0.7%	0.8%	1.0%	0.3%
<b>Base 1: 9266</b>	<b>1121</b>	<b>8145</b>	<b>230</b>	<b>1286</b>	<b>2832</b>	<b>3020</b>	<b>1898</b>	<b>4611</b>	<b>4655</b>	<b>3053</b>	<b>2987</b>	<b>2370</b>	<b>856</b>	-
<b>Base 2: 9266</b>	<b>5475</b>	<b>3791</b>	<b>372</b>	<b>1586</b>	<b>3365</b>	<b>2655</b>	<b>1289</b>	<b>4620</b>	<b>4646</b>	<b>2905</b>	<b>2912</b>	<b>2449</b>	<b>1001</b>	<b>8435</b>

- No hay una marcada preferencia para elegir al medio más veraz. El primer puesto lo obtienen **la Radio con 27,3%**, seguido muy de cerca por la **TV abierta con 25,8%**, en tercer lugar se encuentra el Internet con 19,3% y por último la televisión por cable o satelital con 18,8%

# 5. Evaluación y Grado de Satisfacción con los Medios

*De los siguientes medios ¿Cuál considera que es ...?*

El más cercano a la vida cotidiana de la gente

	Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL		
	Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013		
TV abierta	39.2%		38.0%	40.9%	40.8%	42.0%	34.9%	40.4%	43.8%	37.6%	40.8%	38.7%	39.3%	39.0%	40.7%	53.6%
TV por cable o satelital	12.6%		15.1%	9.1%	12.6%	14.9%	17.8%	8.6%	4.6%	13.0%	12.2%	11.2%	12.0%	12.5%	18.8%	8.9%
Radio	35.1%		32.8%	38.4%	23.9%	25.1%	33.3%	41.2%	42.6%	36.0%	34.2%	28.6%	37.3%	39.7%	36.1%	31.1%
Internet	11.9%		13.0%	10.2%	21.4%	16.9%	13.0%	8.6%	6.7%	12.5%	11.2%	20.7%	10.3%	7.2%	2.3%	6.2%
Ninguno	1.0%		1.0%	1.1%	1.3%	0.9%	0.9%	0.9%	1.7%	0.8%	1.3%	0.6%	0.9%	1.3%	1.7%	0.1%
NS/NR	0.2%		0.1%	0.3%	0.0%	0.0%	0.1%	0.3%	0.6%	0.1%	0.3%	0.1%	0.1%	0.3%	0.4%	0.2%
<b>Base 1: 9266</b>		<b>Base 1:</b>	1121	8145	230	1286	2832	3020	1898	4611	4655	3053	2987	2370	856	-
<b>Base 2: 9266</b>		<b>Base 2:</b>	5475	3791	372	1586	3365	2655	1289	4620	4646	2905	2912	2449	1001	8435

- Los **medios mas cercanos a la vida cotidiana de la gente** son la **TV Abierta con 39,2%**; y la **Radio con 35,1%**; mencionada con mayor frecuencia por los NSE D y E
- La TV por cable o satelital ocupa el tercer puesto con 12,6%, seguida por el internet con 11,9%

# 5. Evaluación y Grado de Satisfacción con los Medios

*De los siguientes medios ¿Cuál considera que es ...?*

**El más plural  
(recoge diversas opiniones)**

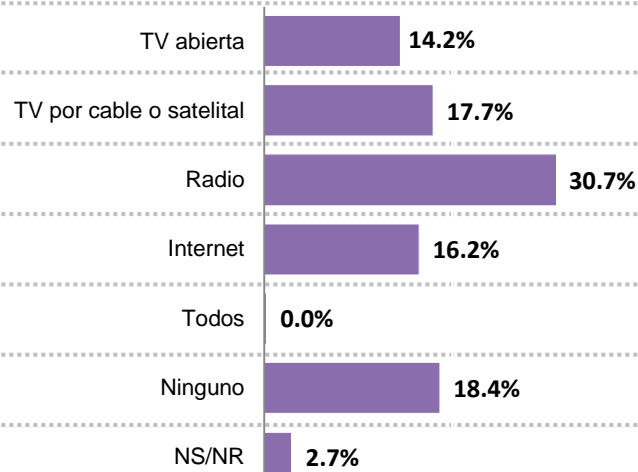
	Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
	Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
TV abierta	25.8%	30.3%	10.2%	23.7%	27.3%	28.3%	37.0%	25.3%	30.0%	23.6%	29.8%	30.2%	26.9%	<b>45.6%</b>
TV por cable o satelital	17.8%	11.5%	19.5%	21.1%	18.7%	11.6%	5.0%	16.4%	14.0%	13.4%	15.0%	15.4%	20.6%	<b>12.4%</b>
Radio	33.6%	38.0%	32.7%	27.5%	33.5%	40.4%	40.6%	36.2%	34.6%	32.3%	37.3%	37.0%	35.0%	<b>31.0%</b>
Internet	16.9%	13.8%	36.2%	24.2%	15.9%	11.3%	7.3%	16.7%	14.5%	27.1%	13.6%	8.4%	5.5%	<b>10.6%</b>
Ninguno	5.3%	4.4%	1.4%	3.3%	4.0%	6.2%	7.5%	4.6%	5.2%	2.4%	3.9%	7.0%	9.9%	<b>0.1%</b>
NS/NR	0.7%	1.9%	0.0%	0.1%	0.6%	2.1%	2.6%	0.7%	1.7%	1.1%	0.4%	2.0%	2.1%	<b>0.3%</b>
<b>Base 1: 9266</b>	<b>1121</b>	<b>8145</b>	<b>230</b>	<b>1286</b>	<b>2832</b>	<b>3020</b>	<b>1898</b>	<b>4611</b>	<b>4655</b>	<b>3053</b>	<b>2987</b>	<b>2370</b>	<b>856</b>	<b>-</b>
<b>Base 2: 9266</b>	<b>5475</b>	<b>3791</b>	<b>372</b>	<b>1586</b>	<b>3365</b>	<b>2655</b>	<b>1289</b>	<b>4620</b>	<b>4646</b>	<b>2905</b>	<b>2912</b>	<b>2449</b>	<b>1001</b>	<b>8435</b>

- El 35,4% de los entrevistados considera a la radio como el medio más plural, sobretodo los NSE D y E
- El 27,6% consideran que el más plural es la TV Abierta
- El 15,6% ubica al Internet en la tercera posición, seguida muy de cerca por la TV por Cable o Satelital con 15,2%.
- Estos resultados difieren del estudio del año 2013 donde la TV Abierta era considerada como la más plural

# 5. Evaluación y Grado de Satisfacción con los Medios

*De los siguientes medios ¿Cuál considera que es ...?*

**El más neutral  
(No se vende)**



	Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
	Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
TV abierta	12.0%	17.5%	4.0%	10.4%	14.8%	12.9%	23.1%	13.6%	14.8%	14.2%	15.0%	13.5%	13.9%	36.6%
TV por cable o satelital	21.7%	12.0%	23.6%	28.5%	20.3%	12.6%	6.3%	19.0%	16.4%	16.4%	16.6%	19.5%	20.4%	15.3%
Radio	27.0%	36.1%	26.7%	23.8%	30.0%	35.3%	32.7%	30.1%	31.3%	28.4%	34.1%	28.5%	33.1%	31.1%
Internet	17.4%	14.5%	34.4%	23.1%	16.5%	13.1%	8.3%	17.4%	15.0%	25.0%	15.6%	11.9%	3.0%	14.3%
Todos	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	-
Ninguno	20.3%	15.6%	10.9%	13.4%	16.2%	22.1%	25.0%	18.1%	18.7%	14.2%	16.0%	23.5%	25.3%	1.3%
NS/NR	1.6%	4.3%	0.4%	0.7%	2.3%	3.9%	4.6%	1.7%	3.7%	1.9%	2.7%	3.2%	4.2%	1.4%
<b>Base 1: 9266</b>	<b>1121</b>	<b>8145</b>	<b>230</b>	<b>1286</b>	<b>2832</b>	<b>3020</b>	<b>1898</b>	<b>4611</b>	<b>4655</b>	<b>3053</b>	<b>2987</b>	<b>2370</b>	<b>856</b>	<b>-</b>
<b>Base 2: 9266</b>	<b>5475</b>	<b>3791</b>	<b>372</b>	<b>1586</b>	<b>3365</b>	<b>2655</b>	<b>1289</b>	<b>4620</b>	<b>4646</b>	<b>2905</b>	<b>2912</b>	<b>2449</b>	<b>1001</b>	<b>8435</b>

- La radio es considerada el medio más neutral con 30,7%; no se observa diferencias significativas entre los segmentos.
- El 17,7% de los entrevistados considera mas neutral a La TV por Cable o Satelital, mientras que el 16,2% tiene esa misma opinión pero sobre el Internet.
- Cabe resaltar que 18,4% menciona que ninguno de los medios son neutrales, se observa que en los NSE D y E está el mayor porcentaje de esta respuesta, que se eleva 17 puntos porcentuales en relación al estudio 2013.
- Por último un 14,2% considera a la TV abierta como el medio más neutral, esta respuesta desciende 22 puntos porcentuales en relación al estudio 2013.

# 5. Evaluación y Grado de Satisfacción con los Medios

*De los siguientes medios ¿Cuál considera que es ...?*

**El más sensacionalista  
(Amarillista)**

		Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
		Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
TV abierta	<b>54.8%</b>	57.7%	50.7%	79.0%	67.6%	48.9%	54.3%	48.8%	55.8%	53.8%	54.2%	57.8%	53.6%	51.1%	<b>71.1%</b>
TV por cable o satelital	<b>8.2%</b>	8.4%	7.9%	6.2%	6.7%	12.8%	5.5%	4.2%	8.4%	8.0%	8.8%	7.2%	7.2%	11.9%	<b>6.0%</b>
Radio	<b>8.4%</b>	4.8%	13.6%	3.6%	4.0%	8.0%	9.4%	14.4%	8.4%	8.4%	7.7%	8.7%	9.7%	6.5%	<b>15.4%</b>
Internet	<b>5.9%</b>	4.2%	8.4%	5.7%	5.9%	7.0%	4.6%	5.8%	6.6%	5.3%	9.8%	5.5%	3.6%	1.6%	<b>3.2%</b>
Todos	<b>0.1%</b>	0.0%	0.2%	0.0%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.0%	0.1%	0.1%	-
Ninguno	<b>19.3%</b>	23.2%	13.6%	4.8%	14.5%	19.8%	21.8%	22.5%	17.9%	20.6%	16.4%	17.4%	22.8%	24.2%	<b>1.0%</b>
NS/NR	<b>3.3%</b>	1.7%	5.7%	0.7%	1.3%	3.4%	4.4%	4.1%	2.9%	3.8%	3.0%	3.4%	3.1%	4.7%	<b>3.3%</b>
<b>Base 1: 9266</b>		<b>1121</b>	<b>8145</b>	<b>230</b>	<b>1286</b>	<b>2832</b>	<b>3020</b>	<b>1898</b>	<b>4611</b>	<b>4655</b>	<b>3053</b>	<b>2987</b>	<b>2370</b>	<b>856</b>	-
<b>Base 2: 9266</b>		<b>5475</b>	<b>3791</b>	<b>372</b>	<b>1586</b>	<b>3365</b>	<b>2655</b>	<b>1289</b>	<b>4620</b>	<b>4646</b>	<b>2905</b>	<b>2912</b>	<b>2449</b>	<b>1001</b>	<b>8435</b>

- El 54,8% de los entrevistados consideran que la TV Abierta es el medio más sensacionalista, se observa una diferencia significativa en el NSE A. Esta respuesta desciende 14 puntos porcentuales en relación al estudio 2013.
- El 19,3% no menciona a ningún medio en esta categoría.
- Por último la Radio, la TV por Cable o Satelital y el Internet son mencionados en tercer, cuarto y quinto lugar con menores porcentajes

# 5. Evaluación y Grado de Satisfacción con los Medios

*De los siguientes medios ¿Cuál considera que es ...?*

**El que seguirá vigente en 20 años**

		Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
		Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
TV abierta	<b>28.0%</b>	28.8%	26.8%	21.8%	30.4%	25.3%	26.3%	37.4%	24.0%	32.0%	23.5%	30.8%	30.3%	27.5%	<b>44.0%</b>
TV por cable o satelital	<b>12.8%</b>	14.5%	10.3%	19.5%	16.6%	15.1%	9.8%	6.2%	13.8%	11.8%	10.2%	12.9%	12.8%	19.6%	<b>7.0%</b>
Radio	<b>26.9%</b>	25.2%	29.4%	13.3%	18.6%	26.8%	30.9%	33.0%	27.2%	26.6%	21.2%	25.8%	32.3%	33.3%	<b>23.7%</b>
Internet	<b>29.9%</b>	30.0%	29.7%	42.3%	32.4%	30.9%	30.5%	19.2%	32.7%	27.1%	43.6%	28.6%	21.6%	14.2%	<b>25.0%</b>
Todos	<b>0.1%</b>	0.2%	0.0%	0.0%	0.4%	0.2%	0.0%	0.0%	0.1%	0.1%	0.2%	0.0%	0.0%	0.5%	-
Ninguno	<b>1.4%</b>	1.1%	2.0%	1.2%	1.3%	1.4%	1.1%	2.5%	1.5%	1.4%	0.9%	1.3%	1.8%	2.7%	<b>0.1%</b>
NS/NR	<b>0.9%</b>	0.4%	1.7%	2.0%	0.3%	0.5%	1.3%	1.8%	0.8%	1.1%	0.6%	0.7%	1.1%	2.1%	<b>0.3%</b>
	<b>Base 1: 9266</b>	<b>1121</b>	<b>8145</b>	<b>230</b>	<b>1286</b>	<b>2832</b>	<b>3020</b>	<b>1898</b>	<b>4611</b>	<b>4655</b>	<b>3053</b>	<b>2987</b>	<b>2370</b>	<b>856</b>	-
	<b>Base 2: 9266</b>	<b>5475</b>	<b>3791</b>	<b>372</b>	<b>1586</b>	<b>3365</b>	<b>2655</b>	<b>1289</b>	<b>4620</b>	<b>4646</b>	<b>2905</b>	<b>2912</b>	<b>2449</b>	<b>1001</b>	<b>8435</b>

- De acuerdo con el 29,9% de los entrevistados, el medio que seguirá vigente en 20 años es el Internet; los segmentos donde se menciona esta respuesta con mayores porcentajes son el NSE A y el Rango de Edad entre 18 a 29 años; este resultado difiere del estudio anterior donde se menciona en primer lugar a la TV Abierta para esta categoría.
- Le sigue, muy cerca, la TV Abierta con 28,0% ; en tercer lugar se ubica la Radio con 26,9% y en cuarto lugar se encuentra la TV por Cable o Satelital que sube 6 puntos porcentuales en relación al estudio anterior.

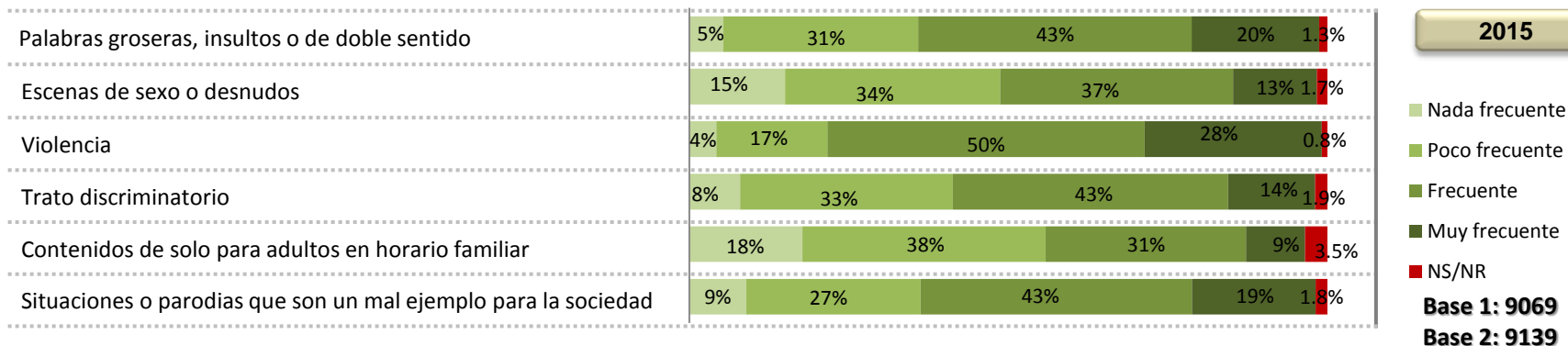
# 5. Evaluación y Grado de Satisfacción con los Medios

## Frecuencia de contenidos inadecuados en la televisión

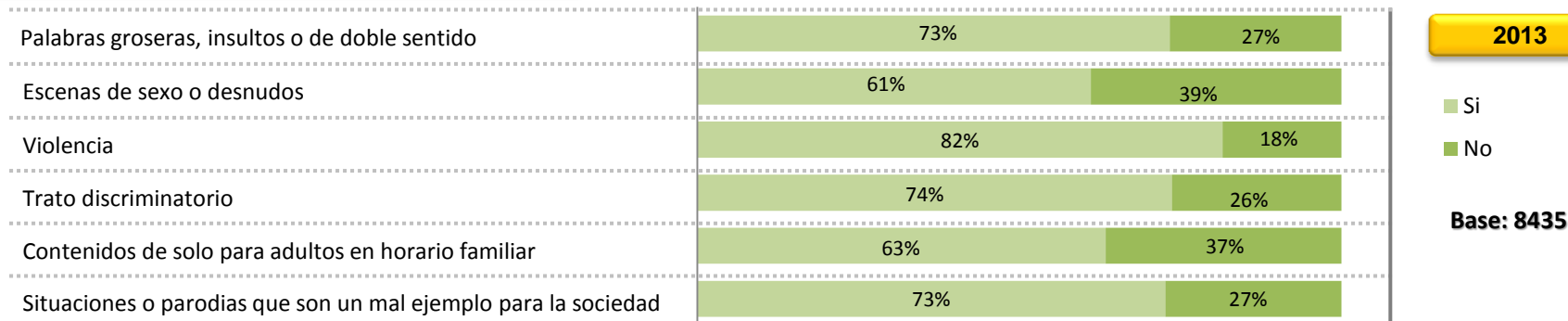
Son vistos de manera *frecuente* los siguientes contenidos: **Palabras groseras, insultos o de doble sentido, violencia, trato discriminatorio y situaciones o parodias que son mal ejemplo para la sociedad.**

En lo que respecta **a escenas de sexo o desnudos**, existen opiniones divididas, ya que el 37% indica que son vistos de manera **frecuente** y el 34% de manera **poco frecuente**; similar situación se presenta en relación **al contenido de solo para adulto en horario familiar**, el 38% considera que se presenta de manera **poco frecuente** y el 31% indica que es **frecuente** en la televisión

### Frecuencia con la que ven en la TELEVISIÓN contenidos inadecuados



### Presencia en la TV o en la Radio que le hayan parecido inadecuados o le hayan molestado



# 5. Evaluación y Grado de Satisfacción con los Medios

## Frecuencia de contenidos inadecuados en la televisión

*¿Con qué frecuencia ha visto algunos de los siguientes contenidos en la TV, que le hayan parecido inadecuados o le hayan molestado?*

**Palabras groseras, insultos o de doble sentido**

**Promedio: 2.8**

		Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad			
		Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más
Nada frecuente	5.3%	5.0%	5.8%	0.6%	3.3%	5.4%	5.6%	8.5%	5.0%	5.6%	4.2%	5.6%	5.1%	8.1%
Poco frecuente	30.6%	25.7%	37.6%	17.2%	23.2%	31.0%	35.1%	33.3%	30.9%	30.2%	33.1%	29.1%	31.3%	25.4%
Frecuente	42.9%	45.2%	39.5%	34.4%	49.1%	43.8%	40.0%	41.0%	43.4%	42.4%	43.3%	42.0%	43.4%	42.7%
Muy frecuente	20.0%	22.6%	16.1%	44.4%	23.4%	18.3%	18.7%	15.6%	19.2%	20.7%	18.5%	22.2%	18.8%	21.0%
NS/NR	1.3%	1.5%	0.9%	3.4%	1.0%	1.4%	0.7%	1.7%	1.5%	1.1%	0.8%	1.1%	1.4%	2.8%
<b>Base 1: 9069</b>		<b>1109</b>	<b>7960</b>	<b>226</b>	<b>1281</b>	<b>2809</b>	<b>2972</b>	<b>1781</b>	<b>4512</b>	<b>4557</b>	<b>2991</b>	<b>2942</b>	<b>2319</b>	<b>817</b>
<b>Base 2: 9139</b>		<b>5416</b>	<b>3723</b>	<b>368</b>	<b>1580</b>	<b>3349</b>	<b>2628</b>	<b>1215</b>	<b>4560</b>	<b>4579</b>	<b>2874</b>	<b>2878</b>	<b>2413</b>	<b>975</b>

- El 42,9% de los entrevistados mencionan que han visto o escuchado palabras groseras, insultos o de doble sentido en la Televisión; se observa que hay una mayor frecuencia de esta respuesta en el NSE B
- El 20,0% considera que ha escuchado o visto este contenido, de manera muy frecuente en la TV
- El 30,6% considera que este contenido es poco frecuente en este medio



# 5. Evaluación y Grado de Satisfacción con los Medios

## Frecuencia de contenidos inadecuados en la televisión

*¿Con qué frecuencia ha visto algunos de los siguientes contenidos en la TV, que le hayan parecido inadecuados o le hayan molestado?*

**Escenas de sexo o desnudos (Muy sugerentes o explícitos)**

**Promedio: 2.5**

		Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad			
		Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más
Nada frecuente	15.0%	12.9%	18.1%	5.4%	11.3%	14.8%	15.2%	22.9%	13.0%	17.0%	15.0%	13.8%	16.0%	16.3%
Poco frecuente	33.7%	31.4%	37.1%	19.8%	26.6%	37.8%	35.6%	32.0%	36.1%	31.3%	39.9%	32.3%	30.0%	28.9%
Frecuente	36.5%	38.4%	33.8%	43.1%	45.6%	32.8%	36.2%	33.7%	37.1%	36.0%	33.4%	38.2%	38.5%	35.9%
Muy frecuente	13.1%	15.4%	9.7%	27.8%	15.5%	12.6%	12.0%	9.1%	12.3%	13.9%	10.3%	14.6%	13.7%	15.1%
NS/NR	1.7%	1.9%	1.3%	3.9%	1.0%	2.0%	1.1%	2.3%	1.4%	1.9%	1.3%	1.1%	1.8%	3.9%
<b>Base 1: 9069</b>		<b>1109</b>	<b>7960</b>	<b>226</b>	<b>1281</b>	<b>2809</b>	<b>2972</b>	<b>1781</b>	<b>4512</b>	<b>4557</b>	<b>2991</b>	<b>2942</b>	<b>2319</b>	<b>817</b>
<b>Base 2: 9139</b>		<b>5416</b>	<b>3723</b>	<b>368</b>	<b>1580</b>	<b>3349</b>	<b>2628</b>	<b>1215</b>	<b>4560</b>	<b>4579</b>	<b>2874</b>	<b>2878</b>	<b>2413</b>	<b>975</b>

- Las escenas de sexo o desnudos (muy sugerentes o explícitos) son vistos de manera frecuente en la televisión por el 36,5% de los entrevistados; cabe mencionar, que no se evidencia una diferencia significativa entre los segmentos
- El 33,7% manifiesta que este contenido es poco frecuente en este medio
- El 13,1% indica que es muy frecuente la aparición de este contenido, mientras que el 15,0% responde que es nada frecuente

# 5. Evaluación y Grado de Satisfacción con los Medios

## Frecuencia de contenidos inadecuados en la televisión

*¿Con qué frecuencia ha visto algunos de los siguientes contenidos en la TV, que le hayan parecido inadecuados o le hayan molestado?*

### Escenas de violencia

Promedio: 3.0

Nada frecuente **4.3%**

Poco frecuente **17.4%**

Frecuente **49.7%**

Muy frecuente **27.8%**

NS/NR **0.8%**

Base 1: 9069

Base 2: 9139

Base 1:

Base 2:

	Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad			
	Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más
Nada frecuente	3.9%	4.8%	0.8%	3.6%	4.3%	4.3%	5.8%	4.2%	4.3%	4.4%	4.8%	2.9%	5.4%
Poco frecuente	14.6%	21.4%	6.2%	13.8%	17.2%	20.5%	19.2%	17.0%	17.8%	19.9%	17.1%	16.8%	12.2%
Frecuente	49.3%	50.3%	35.4%	47.7%	50.8%	49.7%	53.8%	51.0%	48.5%	49.5%	50.2%	49.3%	50.3%
Muy frecuente	31.2%	22.8%	55.2%	34.2%	27.1%	24.9%	19.0%	27.0%	28.6%	25.6%	27.5%	29.9%	29.9%
NS/NR	1.0%	0.6%	2.5%	0.6%	0.5%	0.5%	2.2%	0.9%	0.8%	0.6%	0.4%	1.1%	2.2%
	1109	7960	226	1281	2809	2972	1781	4512	4557	2991	2942	2319	817
	5416	3723	368	1580	3349	2628	1215	4560	4579	2874	2878	2413	975

- Las escenas de violencia son vistas de manera frecuente, en la televisión, por el 49,7% de los entrevistados
- El 27,8% indica que este contenido es muy frecuente en la TV, esta respuesta se presenta con mayor porcentaje en el NSE A
- El 17,4% indica que es poco frecuente encontrar este tipo de contenido en el medio televisivo y solo el 4,3% menciona que es nada frecuente

# 5. Evaluación y Grado de Satisfacción con los Medios

## Frecuencia de contenidos inadecuados en la televisión

*¿Con qué frecuencia ha visto algunos de los siguientes contenidos en la TV, que le hayan parecido inadecuados o le hayan molestado?*

**Trato discriminatorio**

**Promedio: 2.6**

		Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad			
		Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más
Nada frecuente	<b>8.0%</b>	8.2%	7.6%	4.3%	6.8%	8.6%	7.6%	9.5%	7.7%	8.3%	8.1%	8.5%	6.8%	9.1%
Poco frecuente	<b>33.3%</b>	32.5%	34.6%	27.6%	31.2%	35.7%	33.2%	31.8%	34.3%	32.4%	34.2%	33.2%	34.1%	29.5%
Frecuente	<b>43.2%</b>	43.7%	42.3%	47.0%	46.7%	40.2%	44.8%	41.9%	43.2%	43.1%	42.5%	41.9%	45.5%	42.8%
Muy frecuente	<b>13.6%</b>	13.1%	14.4%	17.7%	13.9%	14.1%	12.9%	12.2%	13.6%	13.6%	14.0%	15.7%	11.2%	12.1%
NS/NR	<b>1.9%</b>	2.5%	1.0%	3.4%	1.5%	1.4%	1.4%	4.5%	1.3%	2.6%	1.2%	0.7%	2.4%	6.6%
<b>Base 1: 9069</b>		<b>Base 1: 1109</b>	<b>7960</b>	<b>226</b>	<b>1281</b>	<b>2809</b>	<b>2972</b>	<b>1781</b>	<b>4512</b>	<b>4557</b>	<b>2991</b>	<b>2942</b>	<b>2319</b>	<b>817</b>
<b>Base 2: 9139</b>		<b>Base 2: 5416</b>	<b>3723</b>	<b>368</b>	<b>1580</b>	<b>3349</b>	<b>2628</b>	<b>1215</b>	<b>4560</b>	<b>4579</b>	<b>2874</b>	<b>2878</b>	<b>2413</b>	<b>975</b>

- El 43,2% menciona que es frecuente ver contenido que evidencie un trato discriminatorio en la televisión, no se observa diferencias significativas en los segmentos.
- El 33,3% indica que es poco frecuente observar este contenido
- El 13,6% responde que es muy frecuente este tipo de contenido y solo el 8,0% manifiesta que es nada frecuente

# 5. Evaluación y Grado de Satisfacción con los Medios

## Frecuencia de contenidos inadecuados en la televisión

*¿Con qué frecuencia ha visto algunos de los siguientes contenidos en la TV, que le hayan parecido inadecuados o le hayan molestado?*

**Contenidos de solo para adultos en horario familiar**

**Promedio: 2.3**

		Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad			
		Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más
Nada frecuente	<b>17.7%</b>	14.2%	22.8%	5.0%	14.3%	16.3%	19.9%	25.3%	18.3%	17.2%	19.8%	17.6%	15.7%	17.0%
Poco frecuente	<b>38.1%</b>	35.6%	41.8%	30.4%	32.8%	43.1%	37.7%	34.7%	38.1%	38.2%	42.5%	36.2%	38.1%	31.1%
Frecuente	<b>31.4%</b>	35.6%	25.2%	41.8%	38.9%	27.8%	31.0%	29.2%	31.7%	31.1%	26.9%	34.2%	32.0%	34.9%
Muy frecuente	<b>9.2%</b>	10.0%	8.1%	18.2%	11.8%	9.6%	7.5%	5.9%	9.1%	9.4%	8.2%	9.3%	10.3%	9.8%
NS/NR	<b>3.5%</b>	4.5%	2.0%	4.7%	2.3%	3.1%	3.9%	4.8%	2.9%	4.1%	2.6%	2.7%	3.9%	7.1%
<b>Base 1: 9069</b>		<b>1109</b>	<b>7960</b>	<b>226</b>	<b>1281</b>	<b>2809</b>	<b>2972</b>	<b>1781</b>	<b>4512</b>	<b>4557</b>	<b>2991</b>	<b>2942</b>	<b>2319</b>	<b>817</b>
<b>Base 2: 9139</b>		<b>5416</b>	<b>3723</b>	<b>368</b>	<b>1580</b>	<b>3349</b>	<b>2628</b>	<b>1215</b>	<b>4560</b>	<b>4579</b>	<b>2874</b>	<b>2878</b>	<b>2413</b>	<b>975</b>

- El 31,4% de los entrevistados consideran que es frecuente encontrarse con este tipo de contenidos en la televisión, mientras que el 38,1% manifiesta que es poco frecuente.
- El 17,7% indica que es nada frecuente ver este tipo de contenido en la TV
- El 9,2% manifiesta que es muy frecuente encontrar este tipo de contenido

# 5. Evaluación y Grado de Satisfacción con los Medios

## Frecuencia de contenidos inadecuados en la televisión

*¿Con qué frecuencia ha visto algunos de los siguientes contenidos en la TV, que le hayan parecido inadecuados o le hayan molestado?*

Situaciones o parodias que son mal ejemplo para la sociedad

Promedio: 2.7

		Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad			
		Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más
Nada frecuente	8.9%	5.9%	13.4%	1.2%	7.6%	7.5%	10.4%	13.8%	8.8%	9.1%	8.0%	8.6%	9.1%	12.2%
Poco frecuente	27.3%	25.0%	30.7%	14.0%	16.3%	30.3%	28.6%	34.7%	27.5%	27.1%	29.4%	27.2%	26.3%	23.9%
Frecuente	42.5%	45.8%	37.8%	51.7%	49.4%	42.9%	39.0%	37.4%	43.4%	41.7%	40.6%	43.4%	44.3%	41.5%
Muy frecuente	19.4%	21.5%	16.4%	28.8%	25.3%	17.9%	20.2%	11.3%	19.0%	19.8%	20.4%	19.5%	18.4%	18.8%
NS/NR	1.8%	1.9%	1.7%	4.4%	1.3%	1.5%	1.7%	2.8%	1.3%	2.3%	1.6%	1.3%	1.9%	3.6%
<b>Base 1: 9069</b>		<b>1109</b>	<b>7960</b>	<b>226</b>	<b>1281</b>	<b>2809</b>	<b>2972</b>	<b>1781</b>	<b>4512</b>	<b>4557</b>	<b>2991</b>	<b>2942</b>	<b>2319</b>	<b>817</b>
<b>Base 2: 9139</b>		<b>5416</b>	<b>3723</b>	<b>368</b>	<b>1580</b>	<b>3349</b>	<b>2628</b>	<b>1215</b>	<b>4560</b>	<b>4579</b>	<b>2874</b>	<b>2878</b>	<b>2413</b>	<b>975</b>

- Las situaciones o parodias que son mas ejemplo para la sociedad son vistos de manera frecuente en la televisión por el 42,5% de los entrevistados
- El 27,3% considera que es poco frecuente este tipo de contenido
- El 19,4% indica que es muy frecuente ver este tipo de contenido

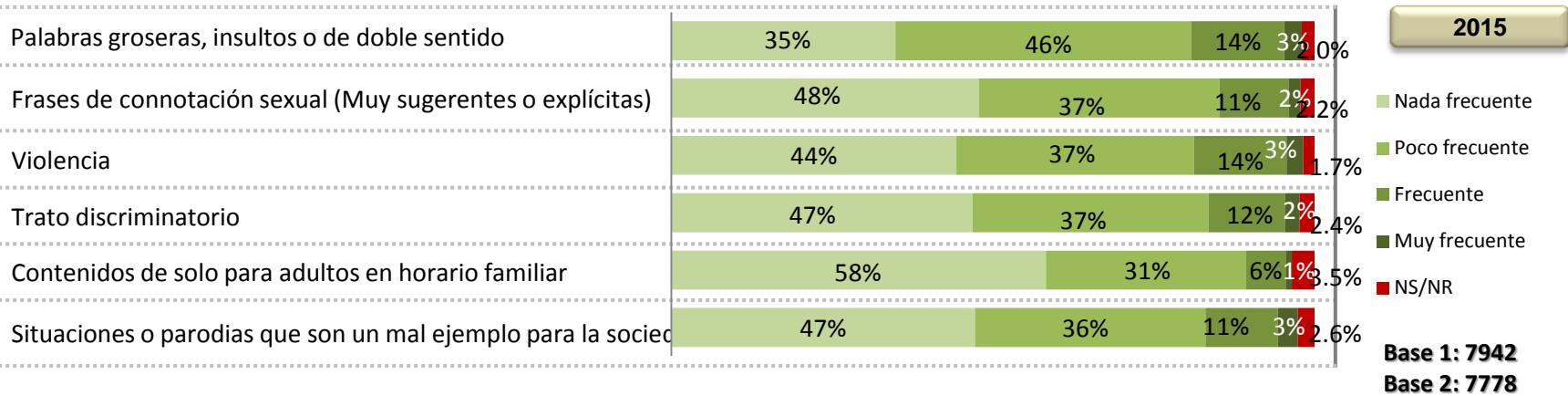
# 5. Evaluación y Grado de Satisfacción con los Medios

## Frecuencia de contenidos inadecuados en la radio

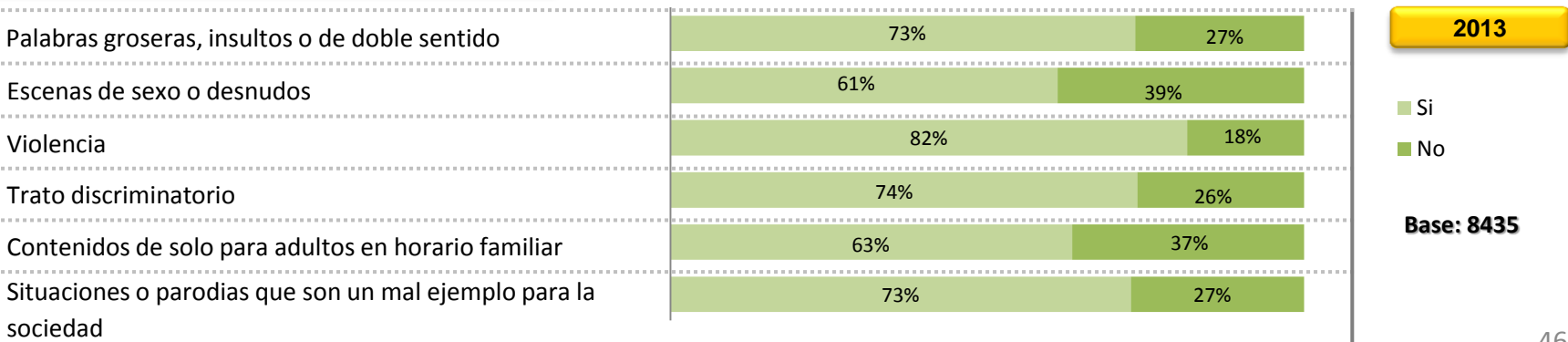
Son escuchadas de manera *poco frecuente*: Palabras groseras, insultos o de doble sentido.

Son *nada frecuentes*: Frases de connotación sexual, violencia, trato discriminatorio, contenido de solo para adulto (en horario familiar) y las situaciones o parodias que son un mal ejemplo para la sociedad

**Frecuencia con la que escuchan en la RADIO contenidos inadecuados**



**Presencia en la TV o en la RADIO que le hayan parecido inadecuados o le hayan molestado**



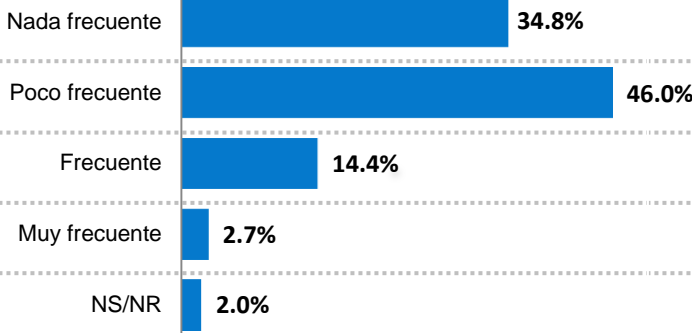
# 5. Evaluación y Grado de Satisfacción con los Medios

## Frecuencia de contenidos inadecuados en la radio

*¿Con qué frecuencia ha oído algunos de los siguientes contenidos en la RADIO, que le hayan parecido inadecuados o le hayan molestado?*

**Palabras groseras, insultos o de doble sentido**

Promedio: 1.8



Base 1: 7942  
Base 2: 7778

Base 1:  
Base 2:

	Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad			
	Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más
Nada frecuente	34,3%	35,6%	27,0%	41,0%	30,6%	34,5%	41,6%	30,9%	38,9%	32,8%	34,0%	35,3%	42,4%
Poco frecuente	46,1%	45,8%	53,5%	42,5%	48,6%	46,6%	39,9%	46,6%	45,4%	47,9%	48,3%	42,9%	41,3%
Frecuente	14,5%	14,3%	13,6%	13,1%	14,5%	15,1%	14,7%	18,0%	10,7%	15,4%	13,3%	16,2%	10,5%
Muy frecuente	2,5%	3,1%	1,0%	1,7%	2,6%	3,4%	3,4%	3,1%	2,3%	2,8%	2,8%	2,7%	2,4%
NS/NR	2,6%	1,2%	5,0%	1,6%	3,7%	0,5%	0,5%	1,4%	2,6%	1,2%	1,5%	2,9%	3,5%
<b>Base 1:</b>	<b>928</b>	<b>7014</b>	<b>195</b>	<b>1114</b>	<b>2471</b>	<b>2601</b>	<b>1561</b>	<b>4041</b>	<b>3901</b>	<b>2628</b>	<b>2558</b>	<b>2052</b>	<b>704</b>
<b>Base 2:</b>	<b>4532</b>	<b>3246</b>	<b>301</b>	<b>1288</b>	<b>2860</b>	<b>2259</b>	<b>1070</b>	<b>3968</b>	<b>3810</b>	<b>2463</b>	<b>2443</b>	<b>2070</b>	<b>803</b>

- El 46,0% de los entrevistados considera que es poco frecuente escuchar palabras groseras, insultos o de doble sentido en los programas de radio
- El 34,8% de los encuestados considera que es nada frecuente
- El 14,4% considera que es frecuente este tipo de contenido en la programación radial.

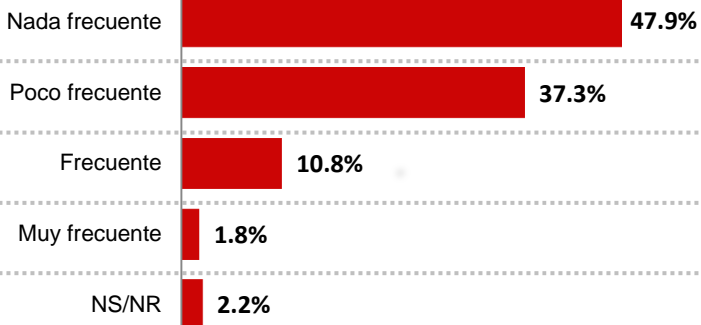
# 5. Evaluación y Grado de Satisfacción con los Medios

## Frecuencia de contenidos inadecuados en la radio

*¿Con qué frecuencia ha oído algunos de los siguientes contenidos en la RADIO, que le hayan parecido inadecuados o le hayan molestado?*

**Frases de connotación sexual (muy sugerentes o explícitas)**

**Promedio: 1.7**



**Base 1: 7942**  
**Base 2: 7778**

**Base 1:**  
**Base 2:**

	Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad			
	Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más
Nada frecuente	44,1%	53,2%	31,7%	50,5%	43,8%	49,6%	56,5%	43,7%	52,2%	43,4%	46,2%	51,0%	58,7%
Poco frecuente	39,9%	33,8%	49,4%	38,8%	39,9%	35,3%	29,6%	39,5%	35,1%	40,7%	40,9%	33,4%	26,6%
Frecuente	11,6%	9,7%	9,4%	9,0%	11,1%	11,6%	11,0%	12,8%	8,7%	12,2%	9,7%	11,0%	9,4%
Muy frecuente	1,8%	1,8%	4,2%	0,4%	2,0%	2,0%	2,0%	1,9%	1,7%	1,9%	1,6%	2,0%	1,6%
NS/NR	2,6%	1,6%	5,3%	1,4%	3,2%	1,5%	0,9%	2,0%	2,3%	1,8%	1,6%	2,7%	3,8%
<b>Base 1:</b>	<b>928</b>	<b>7014</b>	<b>195</b>	<b>1114</b>	<b>2471</b>	<b>2601</b>	<b>1561</b>	<b>4041</b>	<b>3901</b>	<b>2628</b>	<b>2558</b>	<b>2052</b>	<b>704</b>
<b>Base 2:</b>	<b>4532</b>	<b>3246</b>	<b>301</b>	<b>1288</b>	<b>2860</b>	<b>2259</b>	<b>1070</b>	<b>3968</b>	<b>3810</b>	<b>2463</b>	<b>2443</b>	<b>2070</b>	<b>803</b>

- El 47,9% de los encuestados considera que es nada frecuente escuchar frases de connotación sexual en los contenidos de la radio.
- El 37,3% de los encuestados considera que es poco frecuente este contenido.
- El 10,8% consideran frecuente escuchar este contenido en la radio.



# 5. Evaluación y Grado de Satisfacción con los Medios

## Frecuencia de contenidos inadecuados en la radio

*¿Con qué frecuencia ha oído algunos de los siguientes contenidos en la RADIO, que le hayan parecido inadecuados o le hayan molestado?*

**Situaciones de violencia**

Promedio: 1.7

	Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				
	Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	
Nada frecuente	44.3%	45,6%	42,6%	25,7%	47,3%	42,9%	44,6%	49,1%	41,6%	47,2%	42,9%	45,9%	43,1%	47,2%
Poco frecuente	36.9%	36,4%	37,6%	49,4%	37,2%	37,9%	36,5%	31,4%	38,3%	35,5%	39,1%	36,5%	36,5%	32,7%
Frecuente	14.4%	13,6%	15,5%	19,2%	11,3%	15,0%	15,0%	13,5%	15,9%	12,7%	14,4%	13,3%	15,2%	15,2%
Muy frecuente	2.6%	2,3%	3,1%	1,7%	2,0%	2,2%	2,8%	4,3%	2,9%	2,4%	2,0%	3,1%	3,0%	2,0%
NS/NR	1.7%	2,2%	1,2%	4,1%	2,1%	1,9%	1,0%	1,7%	1,3%	2,2%	1,6%	1,2%	2,2%	2,9%
<b>Base 1: 7942</b>	<b>Base 1: 928</b>	<b>Base 1: 7014</b>	<b>Base 1: 195</b>	<b>Base 1: 1114</b>	<b>Base 1: 2471</b>	<b>Base 1: 2601</b>	<b>Base 1: 1561</b>	<b>Base 1: 4041</b>	<b>Base 1: 3901</b>	<b>Base 1: 2628</b>	<b>Base 1: 2558</b>	<b>Base 1: 2052</b>	<b>Base 1: 704</b>	
<b>Base 2: 7778</b>	<b>Base 2: 4532</b>	<b>Base 2: 3246</b>	<b>Base 2: 301</b>	<b>Base 2: 1288</b>	<b>Base 2: 2860</b>	<b>Base 2: 2259</b>	<b>Base 2: 1070</b>	<b>Base 2: 3968</b>	<b>Base 2: 3810</b>	<b>Base 2: 2463</b>	<b>Base 2: 2443</b>	<b>Base 2: 2070</b>	<b>Base 2: 803</b>	

- El 44,3% de los encuestados considera nada frecuente las situaciones de violencia en los contenidos de la radio,
- El 36,9% de los encuestados considera poco frecuente las situaciones de violencia en la radio.
- El 14,4% de los encuestados lo considera frecuente.

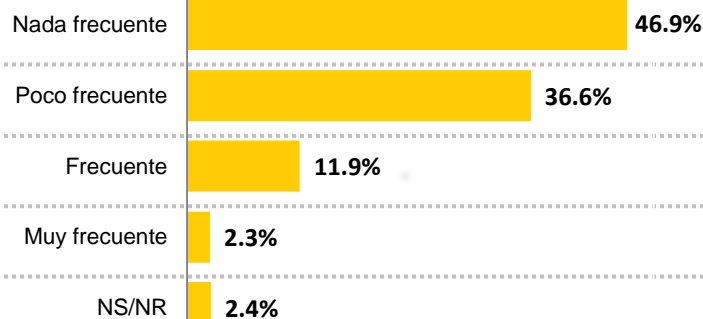
# 5. Evaluación y Grado de Satisfacción con los Medios

## Frecuencia de contenidos inadecuados en la radio

*¿Con qué frecuencia ha oído algunos de los siguientes contenidos en la RADIO, que le hayan parecido inadecuados o le hayan molestado?*

Trato discriminatorio

Promedio: 1.7



Base 1: 7942  
Base 2: 7778

Base 1:  
Base 2:

	Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad			
	Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más
Nada frecuente	48,4%	44,7%	46,1%	53,0%	43,8%	46,3%	49,1%	44,1%	49,8%	41,9%	48,2%	48,8%	52,9%
Poco frecuente	35,3%	38,4%	39,0%	35,7%	38,6%	36,4%	32,2%	38,0%	35,2%	41,3%	36,5%	33,2%	31,7%
Frecuente	11,2%	12,8%	10,2%	7,2%	12,6%	13,9%	11,8%	13,8%	9,9%	12,1%	11,6%	12,7%	10,1%
Muy frecuente	2,0%	2,6%	0,4%	2,0%	2,3%	2,1%	3,6%	2,1%	2,4%	2,5%	2,1%	2,5%	1,6%
NS/NR	3,0%	1,4%	4,2%	2,1%	2,7%	1,4%	3,3%	2,1%	2,7%	2,2%	1,7%	2,8%	3,7%
	928	7014	195	1114	2471	2601	1561	4041	3901	2628	2558	2052	704
	4532	3246	301	1288	2860	2259	1070	3968	3810	2463	2443	2070	803

- El 46,9% de los encuestados considera nada frecuente el trato discriminatorio en el contenido de las radios.
- El 36,6% de los encuestados considera poco frecuente el trato discriminatorio en el contenido de las radios.
- El 11,9% de los encuestados lo considera frecuente.

# 5. Evaluación y Grado de Satisfacción con los Medios

## Frecuencia de contenidos inadecuados en la radio

*¿Con qué frecuencia ha oído algunos de los siguientes contenidos en la RADIO, que le hayan parecido inadecuados o le hayan molestado?*

Contenidos de solo para adultos en horario familiar

Promedio: 1.5

Nada frecuente **58.2%**

Poco frecuente **31.1%**

Frecuente **6.2%**

Muy frecuente **1.0%**

NS/NR **3.5%**

Base 1: 7942

Base 2: 7778

Base 1:

Base 2:

	Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad			
	Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más
Nada frecuente	55,2%	62,5%	45,6%	60,3%	57,0%	59,0%	60,9%	55,6%	60,9%	57,2%	60,4%	57,1%	58,0%
Poco frecuente	33,1%	28,4%	41,0%	34,1%	31,3%	29,8%	26,9%	33,4%	28,8%	32,3%	31,4%	30,0%	29,6%
Frecuente	6,6%	5,6%	7,4%	3,5%	7,2%	5,7%	7,1%	6,8%	5,5%	6,9%	5,1%	6,8%	5,3%
Muy frecuente	0,9%	1,1%	0,7%	0,2%	0,9%	1,6%	1,1%	1,2%	0,8%	0,4%	1,1%	1,5%	0,8%
NS/NR	4,3%	2,4%	5,3%	1,9%	3,6%	3,9%	4,1%	3,0%	4,0%	3,2%	2,0%	4,7%	6,3%
	<b>928</b>	<b>7014</b>	<b>195</b>	<b>1114</b>	<b>2471</b>	<b>2601</b>	<b>1561</b>	<b>4041</b>	<b>3901</b>	<b>2628</b>	<b>2558</b>	<b>2052</b>	<b>704</b>
	<b>4532</b>	<b>3246</b>	<b>301</b>	<b>1288</b>	<b>2860</b>	<b>2259</b>	<b>1070</b>	<b>3968</b>	<b>3810</b>	<b>2463</b>	<b>2443</b>	<b>2070</b>	<b>803</b>

- El 58,2 de los encuestados considera nada frecuente el contenido solo para adultos en horario familiar en la radio.
- El 31,1% de los encuestados considera poco frecuente el contenido solo para adultos en el horario familiar en la radio.
- El 6,2% de los encuestados considera frecuente el contenido solo para adultos en el horario familiar.

# 5. Evaluación y Grado de Satisfacción con los Medios

## Frecuencia de contenidos inadecuados en la radio

*¿Con qué frecuencia ha oído algunos de los siguientes contenidos en la RADIO, que le hayan parecido inadecuados o le hayan molestado?*

**Situaciones o parodias que son un mal ejemplo para la sociedad**

Promedio: 1.7

		Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad			
		Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más
Nada frecuente	47.2%	45,6%	49,5%	35,8%	50,5%	45,8%	45,9%	53,0%	44,4%	50,2%	43,3%	48,3%	48,4%	53,2%
Poco frecuente	35.8%	35,3%	36,5%	50,1%	35,3%	35,2%	35,8%	33,9%	38,2%	33,4%	37,1%	38,2%	34,1%	28,8%
Frecuente	11.3%	12,5%	9,5%	7,8%	9,6%	13,0%	12,1%	7,7%	12,6%	9,9%	13,5%	9,2%	11,3%	10,3%
Muy frecuente	3.1%	3,6%	2,5%	1,1%	3,1%	3,2%	3,6%	2,2%	3,0%	3,2%	3,8%	2,8%	2,6%	3,0%
NS/NR	2.6%	3,0%	2,0%	5,2%	1,4%	2,7%	2,6%	3,2%	1,8%	3,4%	2,3%	1,4%	3,6%	4,7%
<b>Base 1: 7942</b>		<b>928</b>	<b>7014</b>	<b>195</b>	<b>1114</b>	<b>2471</b>	<b>2601</b>	<b>1561</b>	<b>4041</b>	<b>3901</b>	<b>2628</b>	<b>2558</b>	<b>2052</b>	<b>704</b>
<b>Base 2: 7778</b>		<b>4532</b>	<b>3246</b>	<b>301</b>	<b>1288</b>	<b>2860</b>	<b>2259</b>	<b>1070</b>	<b>3968</b>	<b>3810</b>	<b>2463</b>	<b>2443</b>	<b>2070</b>	<b>803</b>

- El 47,2% de los encuestados considera nada frecuente el contenido de situaciones o parodias que son mal ejemplo para la sociedad en el contenido de las radios.
- El 35,8 de los entrevistados considera que son poco frecuentes el contenido de situaciones o parodias que son mal ejemplo para la sociedad.
- El 11,3% de los entrevistados considera que es frecuente el contenido de situaciones o parodias que son mal ejemplo par la sociedad.

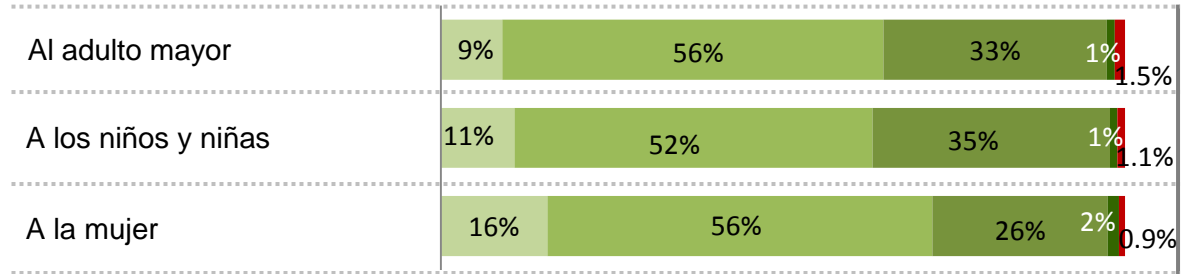
# 5. Evaluación y Grado de Satisfacción con los Medios

## Televisión y grupos sociales

Los entrevistados consideran que *el adulto mayor, los niños y niñas* así como *la mujer* son *mostrados de manera negativa* en la televisión peruana

Formas en la que la televisión peruana muestra ...

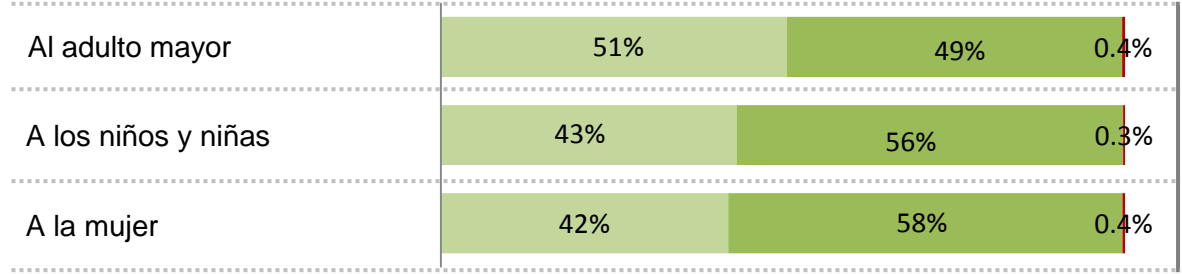
2015



- Muy negativa
- Negativa
- Positiva
- Muy positiva
- NS/NR

Base 1: 9266  
Base 2: 9266

2013



- Positiva
- Negativa
- NS/NR

Base: 8435

# 5. Evaluación y Grado de Satisfacción con los Medios

## Televisión y grupos sociales

*¿De que manera considera Ud. que la televisión peruana muestra ...?*

Al adulto mayor

Promedio: 2.3

		Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
		Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
Muy negativa	9.0%	9.1%	8.8%	8.6%	13.8%	9.1%	7.5%	5.9%	9.7%	8.3%	7.2%	10.4%	9.4%	9.0%	-
Negativa	55.7%	59.2%	50.6%	53.7%	57.7%	54.9%	56.6%	54.2%	56.8%	54.6%	55.9%	54.5%	56.6%	56.4%	49.0%
Positiva	32.7%	29.8%	36.8%	36.7%	26.0%	33.7%	33.1%	36.0%	30.9%	34.4%	34.4%	32.4%	31.7%	30.6%	50.6%
Muy positiva	1.1%	1.1%	1.2%	0.6%	0.9%	1.2%	1.2%	1.3%	1.1%	1.1%	1.2%	1.6%	0.6%	0.7%	-
NS/NR	1.5%	0.8%	2.6%	0.4%	1.6%	1.1%	1.6%	2.6%	1.5%	1.6%	1.2%	1.0%	1.8%	3.2%	0.4%
<b>Base 1: 9266</b>		<b>Base 1: 1121</b>	<b>Base 1: 8145</b>	<b>Base 1: 230</b>	<b>Base 1: 1286</b>	<b>Base 1: 2832</b>	<b>Base 1: 3020</b>	<b>Base 1: 1898</b>	<b>Base 1: 4611</b>	<b>Base 1: 4655</b>	<b>Base 1: 3053</b>	<b>Base 1: 2987</b>	<b>Base 1: 2370</b>	<b>Base 1: 856</b>	<b>Base 1: -</b>
<b>Base 2: 9266</b>		<b>Base 2: 5475</b>	<b>Base 2: 3791</b>	<b>Base 2: 372</b>	<b>Base 2: 1586</b>	<b>Base 2: 3365</b>	<b>Base 2: 2655</b>	<b>Base 2: 1289</b>	<b>Base 2: 4620</b>	<b>Base 2: 4646</b>	<b>Base 2: 2905</b>	<b>Base 2: 2912</b>	<b>Base 2: 2449</b>	<b>Base 2: 1001</b>	<b>Base 2: 8435</b>

- El 55,7% de los entrevistados consideran que la televisión peruana muestra al adulto mayor de forma negativa.
- El 32,7% de los entrevistados considera que se muestra de forma positiva.
- El 9,0% de los entrevistados considera que se muestra de forma muy negativa.

# 5. Evaluación y Grado de Satisfacción con los Medios

## Televisión y grupos sociales

*¿De que manera considera Ud. que la televisión peruana muestra ...?*

**A los niños y niñas**

**Promedio: 2.3**

		Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
		Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
Muy negativa	<b>10.8%</b>	11.7%	9.4%	10.2%	17.4%	9.5%	9.5%	8.4%	11.7%	9.8%	10.2%	10.2%	12.0%	11.0%	-
Negativa	<b>52.4%</b>	53.3%	50.9%	50.7%	55.7%	52.4%	49.8%	53.8%	52.2%	52.5%	49.8%	53.3%	53.4%	54.2%	<b>56.5%</b>
Positiva	<b>34.7%</b>	33.4%	36.6%	37.3%	25.7%	36.2%	38.1%	34.0%	34.1%	35.3%	38.0%	34.5%	32.7%	30.4%	<b>43.2%</b>
Muy positiva	<b>1.1%</b>	0.8%	1.5%	0.1%	0.3%	1.1%	1.4%	1.7%	0.9%	1.2%	1.0%	1.5%	0.9%	0.5%	-
NS/NR	<b>1.1%</b>	0.8%	1.6%	1.7%	0.9%	0.8%	1.2%	2.0%	1.0%	1.2%	0.9%	0.5%	1.1%	3.9%	<b>0.3%</b>
	<b>Base 1: 9266</b>	<b>1121</b>	<b>8145</b>	<b>230</b>	<b>1286</b>	<b>2832</b>	<b>3020</b>	<b>1898</b>	<b>4611</b>	<b>4655</b>	<b>3053</b>	<b>2987</b>	<b>2370</b>	<b>856</b>	-
	<b>Base 2: 9266</b>	<b>5475</b>	<b>3791</b>	<b>372</b>	<b>1586</b>	<b>3365</b>	<b>2655</b>	<b>1289</b>	<b>4620</b>	<b>4646</b>	<b>2905</b>	<b>2912</b>	<b>2449</b>	<b>1001</b>	<b>8435</b>

- El 52,4% de los entrevistados considera que la televisión peruana muestra a los niños y niñas de forma negativa,
- El 34,7% de los entrevistados considera que los muestran de forma positiva.
- El 10,8% de los entrevistados considera que los muestran de forma muy negativa.

# 5. Evaluación y Grado de Satisfacción con los Medios

## Televisión y grupos sociales

*¿De que manera considera Ud. que la televisión peruana muestra ...?*

A la mujer

Promedio: 2.1

	Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
	Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
Muy negativa	17.9%	12.2%	18.2%	26.1%	14.7%	12.3%	10.8%	15.9%	15.2%	14.9%	15.5%	16.5%	15.4%	-
Negativa	56.4%	56.2%	52.9%	57.4%	56.9%	55.6%	55.7%	56.3%	56.3%	56.1%	56.6%	56.7%	55.0%	57.6%
Positiva	23.6%	28.4%	26.9%	16.0%	26.2%	28.8%	28.8%	25.4%	25.8%	26.7%	25.2%	24.7%	25.7%	42.0%
Muy positiva	1.5%	1.8%	0.2%	0.4%	1.6%	2.2%	2.6%	1.8%	1.5%	1.6%	2.3%	1.5%	0.3%	-
NS/NR	0.5%	1.4%	1.9%	0.1%	0.5%	1.1%	2.1%	0.5%	1.2%	0.7%	0.4%	0.6%	3.5%	0.4%
<b>Base 1: 9266</b>	<b>1121</b>	<b>8145</b>	<b>230</b>	<b>1286</b>	<b>2832</b>	<b>3020</b>	<b>1898</b>	<b>4611</b>	<b>4655</b>	<b>3053</b>	<b>2987</b>	<b>2370</b>	<b>856</b>	-
<b>Base 2: 9266</b>	<b>5475</b>	<b>3791</b>	<b>372</b>	<b>1586</b>	<b>3365</b>	<b>2655</b>	<b>1289</b>	<b>4620</b>	<b>4646</b>	<b>2905</b>	<b>2912</b>	<b>2449</b>	<b>1001</b>	<b>8435</b>

- El 56,3% de los entrevistados considera que la televisión peruana muestra a la mujer de forma negativa.
- El 25,6% de los entrevistados consideran que la muestra de forma positiva.
- El 15,6% de los entrevistados consideran que la muestra de forma muy negativa.



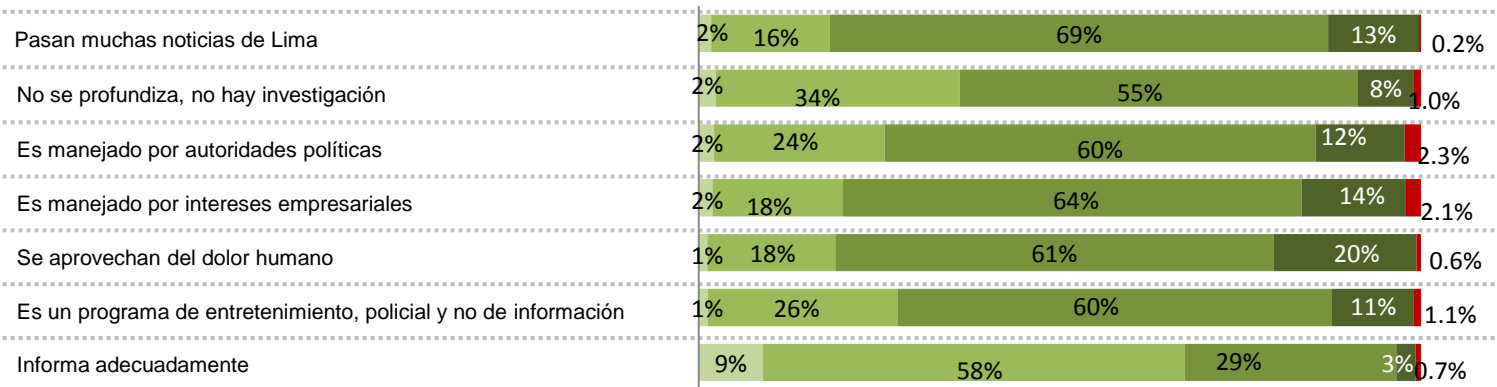
# 5. Evaluación y Grado de Satisfacción con los Medios

## Percepción sobre los noticieros

En relación a los noticieros de la televisión peruana, los *entrevistados están de acuerdo con la mayoría de las frases expuestas*, y muestran un ligero *desacuerdo* con la frase que indica que *los noticieros informan adecuadamente*

### Nivel de acuerdo o desacuerdo con frases relacionadas a noticieros en la televisión peruana

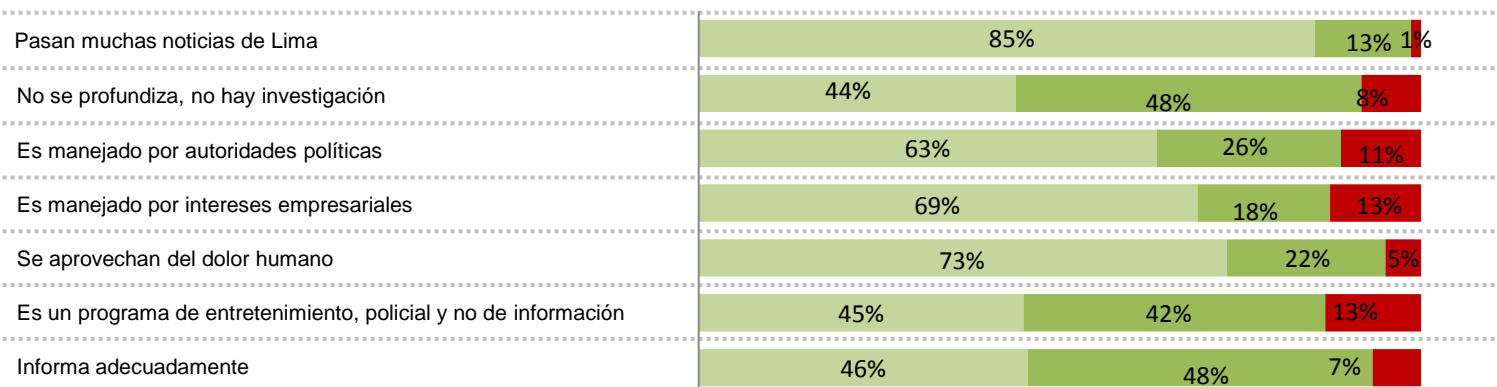
2015



- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo
- NS/NR

Base 1: 9266  
Base 2: 9266

2013



- De acuerdo
- En desacuerdo
- NS/NR

Base: 8435

# 5. Evaluación y Grado de Satisfacción con los Medios

## Percepción sobre los noticieros

*Nivel de acuerdo o desacuerdo con las distintas frases relacionadas a los noticieros de la televisión peruana*

**Pasan muchas noticias de Lima**

**Promedio: 2.9**

	Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL	
	Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013	
Totalmente en desacuerdo	1.7%	2.1%	1.2%	0.8%	1.5%	2.2%	1.4%	1.5%	1.8%	1.7%	1.7%	1.7%	1.6%	2.0%	-
En desacuerdo	16.5%	18.2%	14.0%	8.3%	12.3%	17.5%	18.4%	17.3%	16.7%	16.2%	16.1%	15.9%	17.4%	17.0%	13.3%
De acuerdo	69.0%	71.7%	65.1%	72.3%	73.2%	68.8%	66.5%	68.4%	68.5%	69.5%	68.0%	68.8%	69.4%	71.4%	85.3%
Totalmente de acuerdo	12.6%	7.9%	19.3%	18.2%	12.8%	11.3%	13.6%	11.9%	12.9%	12.3%	14.0%	13.4%	11.6%	8.4%	-
NS/NR	0.2%	0.1%	0.5%	0.4%	0.2%	0.1%	0.1%	0.9%	0.2%	0.3%	0.2%	0.1%	0.1%	1.2%	1.4%
<b>Base 1: 9266</b>	<b>Base 1: 1121</b>	<b>Base 1: 8145</b>	<b>Base 1: 230</b>	<b>Base 1: 1286</b>	<b>Base 1: 2832</b>	<b>Base 1: 3020</b>	<b>Base 1: 1898</b>	<b>Base 1: 4611</b>	<b>Base 1: 4655</b>	<b>Base 1: 3053</b>	<b>Base 1: 2987</b>	<b>Base 1: 2370</b>	<b>Base 1: 856</b>	<b>Base 1: -</b>	
<b>Base 2: 9266</b>	<b>Base 2: 5475</b>	<b>Base 2: 3791</b>	<b>Base 2: 372</b>	<b>Base 2: 1586</b>	<b>Base 2: 3365</b>	<b>Base 2: 2655</b>	<b>Base 2: 1289</b>	<b>Base 2: 4620</b>	<b>Base 2: 4646</b>	<b>Base 2: 2905</b>	<b>Base 2: 2912</b>	<b>Base 2: 2449</b>	<b>Base 2: 1001</b>	<b>Base 2: 8435</b>	

- El 69,0 % de los entrevistados están de acuerdo con la frase “Pasan muchas noticias de Lima”
- El 16,5% se muestra en desacuerdo

# 5. Evaluación y Grado de Satisfacción con los Medios

## Percepción sobre los noticieros

*Nivel de acuerdo o desacuerdo con las distintas frases relacionadas a los noticieros de la televisión peruana*

No se profundiza, no hay investigación

Promedio: 2.7

		Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
		Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
Totalmente en desacuerdo	2.3%	2.1%	2.8%	1.6%	2.1%	2.3%	2.6%	2.3%	2.0%	2.7%	2.7%	3.0%	1.6%	1.2%	-
En desacuerdo	33.8%	34.9%	32.2%	29.7%	34.3%	35.1%	31.5%	35.8%	33.4%	34.2%	35.0%	33.7%	31.5%	36.2%	47.8%
De acuerdo	55.1%	55.8%	54.3%	54.5%	54.9%	55.0%	57.3%	51.6%	55.5%	54.8%	54.1%	55.2%	57.9%	51.5%	43.9%
Totalmente de acuerdo	7.7%	6.9%	9.0%	13.4%	8.0%	7.1%	7.6%	7.8%	8.6%	6.9%	7.7%	7.2%	8.0%	8.8%	-
NS/NR	1.0%	0.4%	1.7%	0.9%	0.7%	0.5%	1.0%	2.4%	0.5%	1.4%	0.5%	0.9%	1.0%	2.4%	8.2%
		1121	8145	230	1286	2832	3020	1898	4611	4655	3053	2987	2370	856	-
		5475	3791	372	1586	3365	2655	1289	4620	4646	2905	2912	2449	1001	8435

Base 1: 9266  
Base 2: 9266,

Base 1:  
Base 2:

- El 55,1% de los entrevistados están de acuerdo con la frase “No se profundiza, no hay investigación”
- El 33,8% se muestra en desacuerdo con esta frase

# 5. Evaluación y Grado de Satisfacción con los Medios

## Percepción sobre los noticieros

*Nivel de acuerdo o desacuerdo con las distintas frases relacionadas a los noticieros de la televisión peruana*

**Es manejado por autoridades políticas**

**Promedio: 2.8**

	Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL	
	Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013	
Totalmente en desacuerdo	2.1%	2.5%	1.5%	0.0%	1.6%	2.0%	3.3%	1.2%	2.1%	2.1%	2.6%	1.6%	1.9%	2.4%	-
En desacuerdo	23.6%	25.3%	21.2%	22.6%	21.5%	24.4%	23.7%	24.4%	22.3%	25.0%	25.2%	24.0%	21.3%	23.7%	25.5%
De acuerdo	59.7%	57.7%	62.5%	55.8%	60.8%	58.5%	60.3%	61.3%	60.6%	58.8%	57.3%	59.6%	61.3%	62.7%	63.4%
Totalmente de acuerdo	12.3%	13.2%	11.0%	19.6%	15.1%	13.3%	9.8%	9.4%	13.0%	11.6%	13.2%	12.5%	12.8%	7.8%	-
NS/NR	2.3%	1.2%	3.7%	1.9%	1.0%	1.8%	2.9%	3.8%	2.0%	2.6%	1.6%	2.3%	2.6%	3.4%	11.1%
<b>Base 1: 9266</b>		<b>1121</b>	<b>8145</b>	<b>230</b>	<b>1286</b>	<b>2832</b>	<b>3020</b>	<b>1898</b>	<b>4611</b>	<b>4655</b>	<b>3053</b>	<b>2987</b>	<b>2370</b>	<b>856</b>	-
<b>Base 2: 9266</b>		<b>5475</b>	<b>3791</b>	<b>372</b>	<b>1586</b>	<b>3365</b>	<b>2655</b>	<b>1289</b>	<b>4620</b>	<b>4646</b>	<b>2905</b>	<b>2912</b>	<b>2449</b>	<b>1001</b>	<b>8435</b>

- El 59,7% de los entrevistados están de acuerdo con la frase “Es manejado por autoridades políticas”
- El 23,6% se encuentra en desacuerdo con esta frase
- El 12,3% se encuentra totalmente de acuerdo

# 5. Evaluación y Grado de Satisfacción con los Medios

## Percepción sobre los noticieros

*Nivel de acuerdo o desacuerdo con las distintas frases relacionadas a los noticieros de la televisión peruana*

**Es manejado por intereses empresariales**

**Promedio: 2.9**

	Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL		
	Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013		
Totalmente en desacuerdo	1.9%		2.4%	1.2%	0.1%	1.2%	1.7%	3.2%	1.0%	1.5%	2.4%	2.8%	1.4%	1.3%	2.2%	-
En desacuerdo	18.1%		20.0%	15.3%	7.5%	15.3%	18.7%	20.5%	17.8%	16.5%	19.7%	18.5%	17.9%	17.7%	18.5%	18.3%
De acuerdo	63.5%		60.8%	67.4%	67.8%	60.0%	63.8%	62.2%	68.5%	64.5%	62.5%	62.9%	63.4%	64.6%	63.0%	69.1%
Totalmente de acuerdo	14.4%		15.5%	12.9%	22.8%	21.9%	14.2%	11.7%	9.2%	16.1%	12.8%	14.5%	14.8%	14.4%	13.2%	-
NS/NR	2.1%		1.2%	3.2%	1.9%	1.6%	1.5%	2.4%	3.5%	1.5%	2.6%	1.4%	2.5%	1.9%	3.2%	12.6%
	<b>Base 1: 9266</b>	<b>Base 2: 9266</b>														
			1121	8145	230	1286	2832	3020	1898	4611	4655	3053	2987	2370	856	-
			5475	3791	372	1586	3365	2655	1289	4620	4646	2905	2912	2449	1001	8435

- El 63,5% de los entrevistados están de acuerdo con la frase “Es manejado por intereses empresariales”
- El 18,1% se encuentra en desacuerdo
- Un 14,4% se encuentra totalmente de acuerdo

# 5. Evaluación y Grado de Satisfacción con los Medios

## Percepción sobre los noticieros

*Nivel de acuerdo o desacuerdo con las distintas frases relacionadas a los noticieros de la televisión peruana*

**Se aprovechan del dolor humano**

**Promedio: 3.0**

	Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
	Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
Totalmente en desacuerdo	1.2%	1.1%	0.0%	0.8%	1.8%	0.9%	1.1%	1.1%	1.2%	2.1%	0.7%	1.1%	0.3%	-
En desacuerdo	17.8%	17.5%	13.1%	18.6%	17.9%	18.3%	16.4%	17.6%	17.8%	20.4%	16.6%	14.7%	20.3%	22.0%
De acuerdo	59.5%	62.4%	63.9%	58.9%	60.0%	60.5%	64.2%	59.6%	61.8%	57.4%	63.2%	60.3%	64.2%	73.1%
Totalmente de acuerdo	21.1%	17.9%	22.2%	21.2%	20.1%	19.8%	16.8%	21.2%	18.4%	19.7%	18.8%	23.6%	13.9%	-
NS/NR	0.3%	1.0%	0.8%	0.5%	0.3%	0.5%	1.5%	0.4%	0.8%	0.4%	0.7%	0.4%	1.4%	4.9%
	<b>Base 1: 9266</b>	<b>Base 1: 8145</b>	<b>Base 1: 230</b>	<b>Base 1: 1286</b>	<b>Base 1: 2832</b>	<b>Base 1: 3020</b>	<b>Base 1: 1898</b>	<b>Base 1: 4611</b>	<b>Base 1: 4655</b>	<b>Base 1: 3053</b>	<b>Base 1: 2987</b>	<b>Base 1: 2370</b>	<b>Base 1: 856</b>	<b>Base 1: -</b>
	<b>Base 2: 9266,</b>	<b>Base 2: 3791</b>	<b>Base 2: 372</b>	<b>Base 2: 1586</b>	<b>Base 2: 3365</b>	<b>Base 2: 2655</b>	<b>Base 2: 1289</b>	<b>Base 2: 4620</b>	<b>Base 2: 4646</b>	<b>Base 2: 2905</b>	<b>Base 2: 2912</b>	<b>Base 2: 2449</b>	<b>Base 2: 1001</b>	<b>Base 2: 8435</b>

- El 60,7% de los entrevistados están de acuerdo con la frase “Se aprovechan del dolor humano”
- El 19,8% se encuentra totalmente de acuerdo
- El 17,7% se encuentra en desacuerdo con dicha frase

# 5. Evaluación y Grado de Satisfacción con los Medios

## Percepción sobre los noticieros

*Nivel de acuerdo o desacuerdo con las distintas frases relacionadas a los noticieros de la televisión peruana*

Es un programa de entretenimiento, policial y no de información

Promedio: 2.8

	Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
	Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
Totalmente en desacuerdo	1.3%	1.1%	0.3%	2.1%	1.0%	1.3%	1.1%	1.3%	1.2%	2.1%	0.7%	0.9%	1.1%	-
En desacuerdo	24.1%	29.4%	16.6%	24.3%	27.6%	27.7%	24.9%	23.6%	28.9%	27.8%	25.9%	23.2%	30.1%	41.8%
De acuerdo	62.8%	56.2%	69.3%	60.7%	59.5%	59.1%	60.3%	62.7%	57.5%	58.3%	60.6%	62.5%	58.2%	45.0%
Totalmente de acuerdo	11.2%	11.6%	12.1%	12.4%	11.0%	11.0%	11.4%	11.7%	10.9%	11.3%	12.0%	12.0%	7.9%	-
NS/NR	0.6%	1.7%	1.7%	0.5%	0.8%	1.1%	2.3%	0.7%	1.4%	0.6%	0.8%	1.4%	2.6%	13.2%
<b>Base 1: 9266</b>	<b>1121</b>	<b>8145</b>	<b>230</b>	<b>1286</b>	<b>2832</b>	<b>3020</b>	<b>1898</b>	<b>4611</b>	<b>4655</b>	<b>3053</b>	<b>2987</b>	<b>2370</b>	<b>856</b>	-
<b>Base 2: 9266</b>	<b>5475</b>	<b>3791</b>	<b>372</b>	<b>1586</b>	<b>3365</b>	<b>2655</b>	<b>1289</b>	<b>4620</b>	<b>4646</b>	<b>2905</b>	<b>2912</b>	<b>2449</b>	<b>1001</b>	<b>8435</b>

- El 60,1% de los entrevistados se encuentran de acuerdo con la frase “Es un programa de entretenimiento, policial y no de información”
- El 26,3% se encuentra en desacuerdo
- El 11,3% se encuentra totalmente de acuerdo

# 5. Evaluación y Grado de Satisfacción con los Medios

## Percepción sobre los noticieros

*Nivel de acuerdo o desacuerdo con las distintas frases relacionadas a los noticieros de la televisión peruana*

Informa adecuadamente

Promedio: 2.3

	Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL		
	Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013		
Totalmente en desacuerdo	8.9%													-		
En desacuerdo	58.4%													47.7%		
De acuerdo	29.3%													45.6%		
Totalmente de acuerdo	2.6%													-		
NS/NR	0.7%													6.7%		
	Base 1: 9266 Base 2: 9266	Base 1: Base 2:	1121	8145	230	1286	2832	3020	1898	4611	4655	3053	2987	2370	856	-
			5475	3791	372	1586	3365	2655	1289	4620	4646	2905	2912	2449	1001	8435

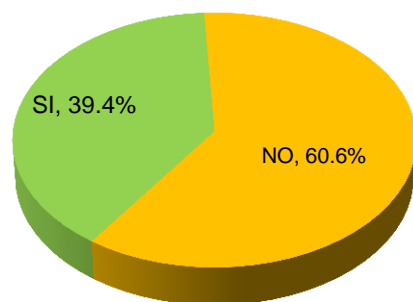
- El 58,4% de los entrevistados se encuentran en desacuerdo con la frase “Informa Adecuadamente”
- El 29,3% se encuentra de acuerdo
- El 8,9% se encuentra totalmente en desacuerdo



## 6. Regulación de Medios

*¿Cree usted que alguna entidad regula actualmente la radio y televisión?*

Opinión sobre si alguna entidad regula la radio y la televisión



Base 1: 9266  
Base 2: 9266










Opinión sobre regulación	Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
	Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
<b>SI</b>	39.5%	39.2%	39.8%	40.9%	43.8%	35.7%	33.6%	45.3%	33.5%	42.5%	39.0%	39.3%	31.8%	<b>39.6%</b>
<b>NO</b>	60.5%	60.8%	60.2%	59.1%	56.2%	64.3%	66.4%	54.7%	66.5%	57.5%	61.0%	60.7%	68.2%	<b>60.4%</b>
Base 1:	1121	8145	230	1286	2832	3020	1898	4611	4655	3053	2987	2370	856	-
Base 2:	5475	3791	372	1586	3365	2655	1289	4620	4646	2905	2912	2449	1001	8435

- El 60,6% de los entrevistados opina que no hay una entidad que regule la radio y la televisión, mientras que 39,4% considera que estos medios si cuentan con una regulación.
- El resultado no presenta una gran variación en relación al estudio del año 2013

# 6. Regulación de Medios

*¿Cree usted que alguna entidad regula actualmente la radio y televisión?*

**Opinión respecto a quien REGULA la radio y televisión**  
- Respuesta Espontánea -








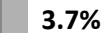

		Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
		Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
Ministerio de Transportes y Comunicaciones	 <b>6.5%</b>	7.2%	5.6%	11.8%	7.5%	7.1%	5.1%	5.3%	8.7%	4.4%	6.0%	8.2%	5.9%	4.8%	<b>50.2%</b>
El gobierno / estado	 <b>5.0%</b>	5.3%	4.5%	0.4%	5.3%	6.7%	4.1%	3.1%	5.3%	4.6%	5.0%	5.0%	4.5%	6.0%	<b>0.8%</b>
Los propios medios de comunicación	 <b>4.0%</b>	3.9%	4.2%	2.1%	2.8%	4.5%	4.7%	3.6%	4.4%	3.6%	5.5%	3.1%	3.3%	4.4%	<b>15.7%</b>
El consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV)	 <b>1.7%</b>	1.5%	1.8%	4.3%	2.5%	1.9%	1.1%	0.5%	2.0%	1.3%	1.9%	1.5%	1.5%	1.6%	<b>15.1%</b>
Indecopi	 <b>1.6%</b>	1.5%	1.7%	1.7%	1.8%	1.9%	1.3%	1.1%	1.8%	1.3%	1.2%	1.2%	2.9%	0.5%	<b>9.4%</b>
Sociedad Nacional de Radio y TV	 <b>1.2%</b>	1.6%	0.7%	8.4%	2.0%	1.0%	0.7%	0.0%	1.9%	0.5%	2.2%	0.8%	1.0%	0.1%	-
Anda	 <b>1.0%</b>	1.3%	0.5%	0.7%	2.3%	1.0%	0.4%	0.5%	1.2%	0.8%	0.9%	1.2%	1.1%	0.5%	<b>1.4%</b>
No está regulado	 <b>60.6%</b>	60.5%	60.8%	60.2%	59.1%	56.2%	64.3%	66.4%	54.7%	66.5%	57.5%	61.0%	60.7%	68.2%	-
NS/NR	 <b>13.5%</b>	12.4%	15.1%	6.6%	12.8%	14.1%	13.4%	14.8%	14.2%	12.7%	14.7%	13.8%	13.0%	10.3%	<b>1.2%</b>
	<b>Base 1: 9266</b>	<b>1121</b>	<b>8145</b>	<b>230</b>	<b>1286</b>	<b>2832</b>	<b>3020</b>	<b>1898</b>	<b>4611</b>	<b>4655</b>	<b>3053</b>	<b>2987</b>	<b>2370</b>	<b>856</b>	-
	<b>Base 2: 9266</b>	<b>5475</b>	<b>3791</b>	<b>372</b>	<b>1586</b>	<b>3365</b>	<b>2655</b>	<b>1289</b>	<b>4620</b>	<b>4646</b>	<b>2905</b>	<b>2912</b>	<b>2449</b>	<b>1001</b>	<b>3104</b>

- De manera espontánea, el 60,6% de los entrevistados indicaron que la radio y televisión no están reguladas por ninguna entidad.
- Este resultado difiere del estudio realizado el año 2013, donde los entrevistados indicaron que el Ministerio de Transporte era la entidad que regulaba los medios antes mencionados.

# 6. Regulación de Medios

En cuanto a la mención apoyada, los entrevistados consideran que el **Ministerio de Transportes y Comunicaciones** es el organismo que regula la radio y la televisión en el Perú

**Opinión respecto a quien REGULA la radio y televisión**  
**- Respuesta de manera Apoyada -**


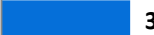

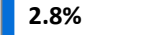
		Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad			
		Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más
Ministerio de Transportes y Comunicaciones	 <b>33.3%</b>	31.5%	36.0%	43.3%	36.3%	35.4%	29.7%	28.9%	37.5%	29.1%	31.3%	36.7%	31.6%	33.6%
El consejo consultivo de radio y televisión (CONCORTV)	 <b>18.8%</b>	19.8%	17.4%	26.1%	23.7%	19.2%	17.1%	13.1%	19.9%	17.7%	25.8%	16.6%	17.8%	7.1%
Los propios medios de comunicación	 <b>18.5%</b>	17.8%	19.6%	15.8%	15.0%	18.1%	19.9%	22.0%	15.1%	22.0%	21.9%	18.7%	16.7%	12.8%
Indecopi	 <b>8.5%</b>	8.6%	8.5%	4.8%	6.5%	8.3%	9.2%	11.6%	9.5%	7.6%	6.1%	8.1%	11.0%	11.1%
Ministerio de Educación	 <b>7.8%</b>	7.8%	7.8%	2.5%	4.7%	7.0%	10.1%	10.4%	6.9%	8.7%	6.5%	7.4%	9.0%	9.5%
El Gobierno / Estado	 <b>0.8%</b>	1.2%	0.2%	0.3%	0.0%	1.2%	1.0%	0.1%	0.7%	0.8%	0.6%	1.0%	0.7%	0.5%
Anda	 <b>0.1%</b>	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%
Ninguno	 <b>3.7%</b>	4.1%	3.2%	2.8%	5.3%	3.4%	3.0%	4.2%	4.2%	3.2%	1.8%	3.9%	3.8%	8.5%
NS/NR	 <b>8.2%</b>	8.8%	7.3%	4.3%	8.1%	6.9%	9.8%	9.5%	5.8%	10.6%	5.2%	7.4%	9.3%	16.4%
<b>Base 1: 9266</b>														
<b>Base 2: 9266</b>														
<b>Base 1:</b>		<b>1121</b>	<b>8145</b>	<b>230</b>	<b>1286</b>	<b>2832</b>	<b>3020</b>	<b>1898</b>	<b>4611</b>	<b>4655</b>	<b>3053</b>	<b>2987</b>	<b>2370</b>	<b>856</b>
<b>Base 2:</b>		<b>5475</b>	<b>3791</b>	<b>372</b>	<b>1586</b>	<b>3365</b>	<b>2655</b>	<b>1289</b>	<b>4620</b>	<b>4646</b>	<b>2905</b>	<b>2912</b>	<b>2449</b>	<b>1001</b>

- El 33,3% de los entrevistados indicaron, de manera apoyada, que el Ministerio de Transportes y Comunicaciones es la entidad que regula la radio y televisión.
- El 18,8% mencionó al CONCORTV.
- El 18,5% indicaron que los propios medios de comunicación.

# 6. Regulación de Medios

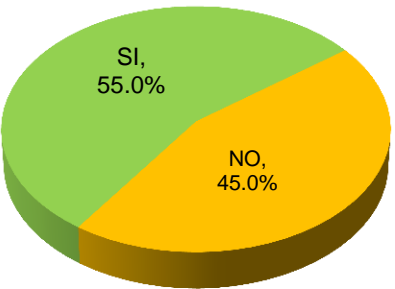
La mayoría de los entrevistados dividen su opinión, un 38,9% indica que debería ser el *estado a través de un organismo dependiente del poder ejecutivo*, mientras que el 32,5% menciona que debería ser un organismo independiente, integrado por el estado, los medios y los usuarios

## Opinión respecto a quienes DEBERÍAN controlar la radio y televisión

		Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
		Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
El estado los debería regular a través de un organismo dependiente del poder ejecutivo	 <b>38.9%</b>	36.5%	42.5%	18.7%	30.7%	39.5%	43.9%	43.2%	39.1%	38.8%	35.7%	39.3%	40.4%	44.0%	<b>40.0%</b>
Un organismo independiente integrado por el estado, los medios y los usuarios se debería encargar de...	 <b>32.5%</b>	35.0%	28.8%	57.0%	47.4%	30.6%	25.6%	26.0%	34.9%	30.0%	33.6%	32.9%	31.2%	30.6%	<b>28.8%</b>
Los mismos canales o emisoras radiales deberían regularse sin ninguna participación del estado	 <b>24.6%</b>	24.4%	24.9%	18.4%	18.0%	25.5%	27.1%	27.0%	22.1%	27.1%	27.0%	24.3%	24.0%	20.2%	<b>25.1%</b>
No debería existir ninguna regulación en los medios	 <b>2.8%</b>	3.1%	2.4%	5.6%	3.3%	3.3%	2.0%	2.2%	3.1%	2.6%	3.1%	2.6%	2.8%	3.0%	<b>2.7%</b>
El ministerio de Transporte	<b>0.1%</b>	0.1%	0.2%	0.0%	0.1%	0.1%	0.2%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.1%	0.1%	0.5%	-
Indecopi	<b>0.1%</b>	0.1%	0.1%	0.3%	0.1%	0.0%	0.0%	0.4%	0.0%	0.1%	0.0%	0.2%	0.1%	0.0%	-
El usuario / El público	<b>0.1%</b>	0.1%	0.0%	0.0%	0.1%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	-
Los periodistas	<b>0.1%</b>	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.1%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	-
NS/NR	<b>0.6%</b>	0.5%	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%	0.6%	1.1%	0.4%	0.7%	0.3%	0.2%	0.9%	1.3%	<b>0.3%</b>
<b>Base 1: 9266</b>	<b>Base 1:</b>	<b>1121</b>	<b>8145</b>	<b>230</b>	<b>1286</b>	<b>2832</b>	<b>3020</b>	<b>1898</b>	<b>4611</b>	<b>4655</b>	<b>3053</b>	<b>2987</b>	<b>2370</b>	<b>856</b>	-
<b>Base 2: 9266</b>	<b>Base 2:</b>	<b>5475</b>	<b>3791</b>	<b>372</b>	<b>1586</b>	<b>3365</b>	<b>2655</b>	<b>1289</b>	<b>4620</b>	<b>4646</b>	<b>2905</b>	<b>2912</b>	<b>2449</b>	<b>1001</b>	<b>8435</b>

# 6. Regulación de Medios

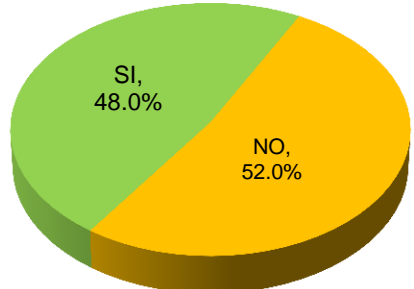
**Conocimiento de que existe un horario familiar donde se prohíbe la violencia y los contenidos inadecuados**



**Base 1: 9266**  
**Base 2: 9266**

	Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
	Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
<b>SI</b>	57.9%	50.7%	80.0%	66.1%	55.6%	50.0%	42.5%	58.6%	51.3%	55.9%	58.5%	54.2%	43.7%	<b>56.4%</b>
<b>NO</b>	42.1%	49.3%	20.0%	33.9%	44.4%	50.0%	57.5%	41.4%	48.7%	44.1%	41.5%	45.8%	56.3%	<b>43.6%</b>
Base 1	1121	8145	230	1286	2832	3020	1898	4611	4655	3053	2987	2370	856	-
Base 2	5475	3791	372	1586	3365	2655	1289	4620	4646	2905	2912	2449	1001	<b>8435</b>

**Conocimiento de los derechos del usuario de radio y televisión para quejarse ante el mismo medio de comunicación**



**Base 1: 9266**  
**Base 2: 9266**

	Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
	Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
<b>SI</b>	50.5%	44.4%	58.2%	56.4%	49.6%	43.2%	40.5%	51.8%	44.2%	49.5%	48.8%	49.0%	38.9%	<b>37.8%</b>
<b>NO</b>	49.5%	55.6%	41.8%	43.6%	50.4%	56.8%	59.5%	48.2%	55.8%	50.5%	51.2%	51.0%	61.1%	<b>62.2%</b>
Base 1	1121	8145	230	1286	2832	3020	1898	4611	4655	3053	2987	2370	856	-
Base 2	5475	3791	372	1586	3365	2655	1289	4620	4646	2905	2912	2449	1001	<b>8435</b>

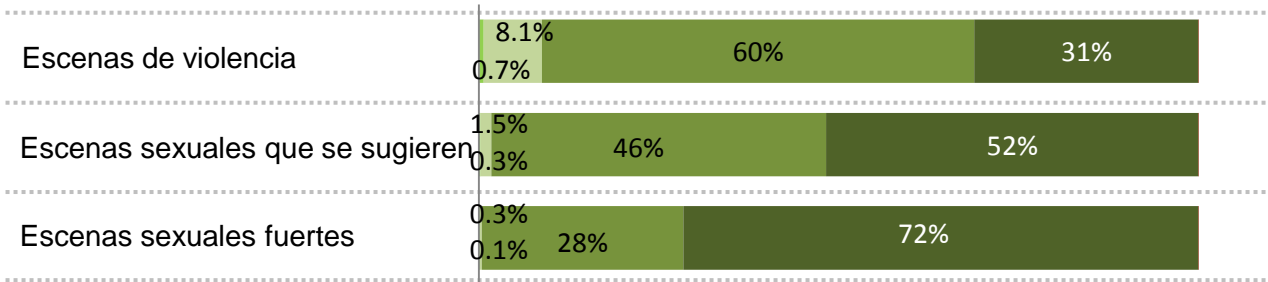
# 6. Regulación de Medios

## Opinión respecto a la exhibición en la televisión

Los entrevistados indicaron que pueden mostrarse, *solo después de las 10 pm y con advertencia*, las *escenas de violencia* Y *nunca debería mostrarse* en televisión *escenas sexuales sugeridas y fuertes*

Opinión respecto a la exhibición en la televisión de ...

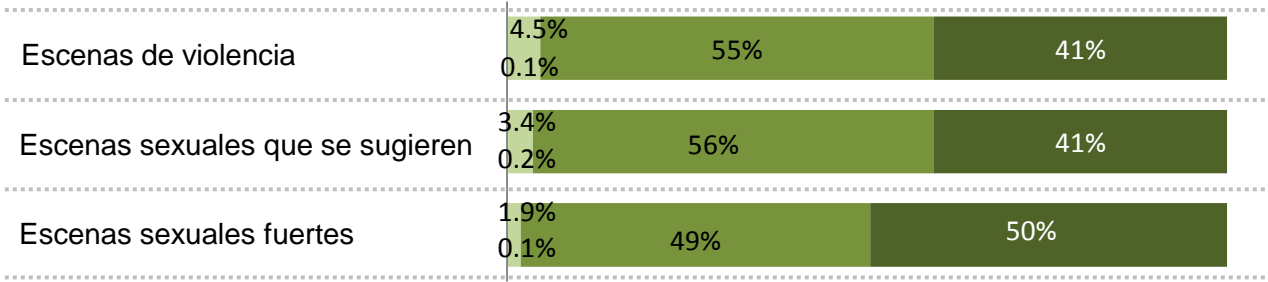
Pueden mostrarse: - Medición 2015 -



- A cualquier hora sin advertencia
- A cualquier hora pero con advertencia
- Solo después de las 10 PM y con advertencia
- Nunca deberían mostrarse en televisión
- NS/NR

Base 1: 9266  
Base 2: 9266

Pueden mostrarse: - Medición 2013 -



- A cualquier hora sin advertencia
- A cualquier hora pero con advertencia
- Solo después de las 10 PM y con advertencia
- Nunca deberían mostrarse en televisión

Base: 8435

# 6. Regulación de Medios

## Opinión respecto a la exhibición en la televisión

*¿Cuál es su posición respecto a la exhibición en la TELEVISIÓN de los siguientes casos?*

### Escenas de violencia

Pueden mostrarse a cualquier hora sin advertencia

**0.7%**

Pueden mostrarse a cualquier hora pero con advertencia

**8.1%**

Pueden mostrarse solo después de las 10 P.M. y con advertencia

**60.0%**

Nunca deberían mostrarse en televisión

**31.1%**

NS/NR

**0.1%**

**Base 1: 9266**

**Base 2: 9266**

**Base 1:**

**Base 2:**

	Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
	Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
Pueden mostrarse a cualquier hora sin advertencia	0.4%	1.1%	0.4%	0.5%	0.6%	0.9%	0.8%	1.0%	0.4%	1.1%	0.5%	0.6%	0.3%	<b>0.1%</b>
Pueden mostrarse a cualquier hora pero con advertencia	6.4%	10.5%	7.1%	5.5%	8.2%	10.0%	7.5%	9.3%	6.9%	11.5%	7.0%	6.3%	6.1%	<b>4.5%</b>
Pueden mostrarse solo después de las 10 P.M. y con advertencia	65.5%	52.1%	68.4%	67.5%	59.8%	56.4%	56.6%	64.9%	55.2%	61.2%	64.2%	59.0%	46.9%	<b>54.6%</b>
Nunca deberían mostrarse en televisión	27.7%	36.2%	23.9%	26.5%	31.5%	32.6%	34.8%	24.8%	37.4%	26.2%	28.3%	34.1%	46.3%	<b>40.7%</b>
NS/NR	0.0%	0.2%	0.2%	0.0%	0.0%	0.1%	0.3%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.4%	-
	1121	8145	230	1286	2832	3020	1898	4611	4655	3053	2987	2370	856	-
	5475	3791	372	1586	3365	2655	1289	4620	4646	2905	2912	2449	1001	<b>84.35</b>

- El 60,0% considera que las escenas de violencia pueden mostrarse solo después de las 10 de la noche y con advertencia.
- El 31,1% indica que no deberían mostrarse en televisión

# 6. Regulación de Medios

## Opinión respecto a la exhibición en la televisión

*¿Cuál es su posición respecto a la exhibición en la TELEVISIÓN de los siguientes casos?*

**Escenas sexuales que se sugieren**

		Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
		Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
Pueden mostrarse a cualquier hora sin advertencia	<b>0.3%</b>	0.3%	0.2%	0.0%	0.3%	0.3%	0.2%	0.2%	0.3%	0.2%	0.4%	0.2%	0.3%	0.0%	<b>0.2%</b>
Pueden mostrarse a cualquier hora pero con advertencia	<b>1.5%</b>	1.2%	2.0%	2.1%	1.1%	1.0%	2.2%	1.7%	2.0%	1.0%	2.3%	1.1%	1.4%	0.4%	<b>3.4%</b>
Pueden mostrarse solo después de las 10 P.M. y con advertencia	<b>46.5%</b>	52.0%	38.5%	63.4%	53.0%	47.5%	40.0%	44.1%	53.8%	39.2%	52.9%	48.4%	43.0%	30.7%	<b>55.7%</b>
Nunca deberían mostrarse en televisión	<b>51.7%</b>	46.6%	59.2%	34.4%	45.5%	51.2%	57.6%	53.7%	43.9%	59.6%	44.4%	50.2%	55.3%	68.7%	<b>40.7%</b>
NS/NR	<b>0.0%</b>	0.0%	0.1%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.1%	0.2%	-
	<b>Base 1: 9266</b>														
	<b>Base 2: 9266</b>														
		<b>Base 1: 1121</b>	<b>Base 1: 8145</b>	<b>Base 1: 230</b>	<b>Base 1: 1286</b>	<b>Base 1: 2832</b>	<b>Base 1: 3020</b>	<b>Base 1: 1898</b>	<b>Base 1: 4611</b>	<b>Base 1: 4655</b>	<b>Base 1: 3053</b>	<b>Base 1: 2987</b>	<b>Base 1: 2370</b>	<b>Base 1: 856</b>	<b>Base 1: -</b>
		<b>Base 2: 5475</b>	<b>Base 2: 3791</b>	<b>Base 2: 372</b>	<b>Base 2: 1586</b>	<b>Base 2: 3365</b>	<b>Base 2: 2655</b>	<b>Base 2: 1289</b>	<b>Base 2: 4620</b>	<b>Base 2: 4646</b>	<b>Base 2: 2905</b>	<b>Base 2: 2912</b>	<b>Base 2: 2449</b>	<b>Base 2: 1001</b>	<b>Base 2: 8435</b>

- El 46,5% de los entrevistados consideran que las escenas sexuales que se sugieren pueden mostrarse solo después de las 10 pm y con advertencia
- El 51,7% de los encuestados indicaron que nunca deberían mostrarse este tipo de escenas en la televisión



# 6. Regulación de Medios

## Opinión respecto a la exhibición en la televisión

¿Cuál es su posición respecto a la exhibición en la TELEVISIÓN de los siguientes casos?

### Escenas sexuales fuertes

		Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
		Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
Pueden mostrarse a cualquier hora sin advertencia	<b>0.1%</b>	0.2%	0.1%	0.0%	0.3%	0.2%	0.0%	0.1%	0.3%	0.0%	0.1%	0.2%	0.2%	0.0%	<b>0.1%</b>
Pueden mostrarse a cualquier hora pero con advertencia	<b>0.3%</b>	0.2%	0.4%	0.1%	0.1%	0.4%	0.2%	0.5%	0.3%	0.2%	0.4%	0.3%	0.0%	0.2%	<b>1.9%</b>
Pueden mostrarse solo después de las 10 P.M. y con advertencia	<b>28.0%</b>	33.1%	20.7%	19.5%	30.3%	30.6%	23.4%	30.6%	33.8%	22.2%	33.6%	26.6%	26.4%	19.9%	<b>48.5%</b>
Nunca deberían mostrarse en televisión	<b>71.5%</b>	66.5%	78.7%	80.3%	69.3%	68.9%	76.4%	68.6%	65.5%	77.5%	65.9%	72.8%	73.3%	79.6%	<b>49.6%</b>
NS/NR	<b>0.1%</b>	0.0%	0.2%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	-
	<b>Base 1: 9266</b>	<b>Base 1:</b>													
	<b>Base 2: 9266</b>	<b>Base 2:</b>													
		1121	8145	230	1286	2832	3020	1898	4611	4655	3053	2987	2370	856	-
		5475	3791	372	1586	3365	2655	1289	4620	4646	2905	2912	2449	1001	<b>8435</b>

- El 71,5% de los entrevistados consideran que nunca deberían mostrarse en televisión escenas sexuales fuertes
- El 28,0% menciona que pueden mostrarse solo después de las 10 pm y con advertencia

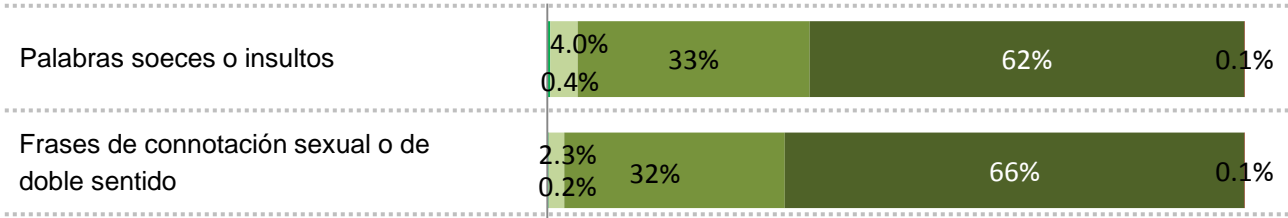
# 6. Regulación de Medios

## Opinión respecto a la emisión en la radio

Los entrevistados consideran que *nunca deberían emitirse en la radio palabras soeces o insultos así como frases de connotación sexual o de doble sentido*

Opinión respecto a la emisión en la radio de ...

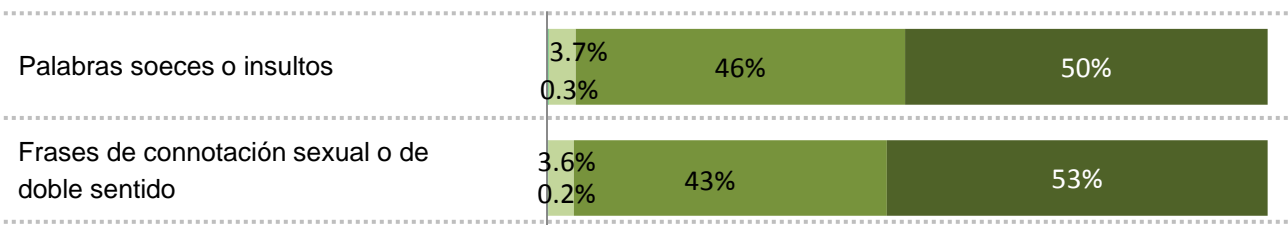
Pueden emitirse: - Medición 2015 -



- A cualquier hora sin advertencia
- A cualquier hora pero con advertencia
- Solo después de las 10 PM y con advertencia
- Nunca deberían emitirse en la radio
- NS/NR

Base 1: 9266  
Base 2: 9266

Pueden emitirse: - Medición 2013 -



- A cualquier hora sin advertencia
- A cualquier hora pero con advertencia
- Solo después de las 10 PM y con advertencia
- Nunca deberían emitirse en la radio

Base: 8435

# 6. Regulación de Medios

## Opinión respecto a la emisión en la radio

*¿Cuál es su posición respecto a la emisión en la RADIO de los siguientes casos?*

**Palabras soeces o insultos**

		Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
		Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
Pueden emitirse a cualquier hora sin advertencia	<b>0.4%</b>	0.1%	0.9%	0.4%	0.1%	0.4%	0.5%	0.7%	0.4%	0.4%	0.8%	0.3%	0.1%	0.2%	<b>0.3%</b>
Pueden emitirse a cualquier hora pero con advertencia	<b>4.0%</b>	2.8%	5.7%	2.1%	2.9%	3.8%	4.9%	4.2%	5.1%	2.8%	6.3%	3.2%	3.1%	1.5%	<b>3.7%</b>
Pueden emitirse solo después de las 10 p.m. y con advertencia	<b>33.2%</b>	35.8%	29.6%	29.6%	31.2%	33.2%	33.2%	37.0%	39.1%	27.4%	38.9%	36.8%	26.5%	23.0%	<b>45.7%</b>
Nunca deberían emitirse en la radio	<b>62.3%</b>	61.4%	63.7%	67.7%	65.8%	62.6%	61.4%	58.0%	55.3%	69.4%	54.0%	59.6%	70.3%	75.2%	<b>50.3%</b>
NS/NR	<b>0.1%</b>	0.0%	0.1%	0.2%	0.0%	0.1%	0.0%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.0%	0.1%	0.2%	-
	<b>Base 1: 9266</b>	<b>Base 1: 1121</b>	<b>Base 1: 8145</b>	<b>Base 1: 230</b>	<b>Base 1: 1286</b>	<b>Base 1: 2832</b>	<b>Base 1: 3020</b>	<b>Base 1: 1898</b>	<b>Base 1: 4611</b>	<b>Base 1: 4655</b>	<b>Base 1: 3053</b>	<b>Base 1: 2987</b>	<b>Base 1: 2370</b>	<b>Base 1: 856</b>	<b>Base 1: -</b>
	<b>Base 2: 9266</b>	<b>Base 2: 5475</b>	<b>Base 2: 3791</b>	<b>Base 2: 372</b>	<b>Base 2: 1586</b>	<b>Base 2: 3365</b>	<b>Base 2: 2655</b>	<b>Base 2: 1289</b>	<b>Base 2: 4620</b>	<b>Base 2: 4646</b>	<b>Base 2: 2905</b>	<b>Base 2: 2912</b>	<b>Base 2: 2449</b>	<b>Base 2: 1001</b>	<b>Base 2: 8435</b>

- La mayoría de los entrevistados, compuestos por el 62,3%, consideran que nunca deberían emitirse en la radio palabras soeces o insultos
- El 33,2% considera que pueden emitirse solo después de las 10 pm y con advertencia

# 6. Regulación de Medios

## Opinión respecto a la emisión en la radio

*¿Cuál es su posición respecto a la emisión en la RADIO de los siguientes casos?*

Frases de connotación sexual o de doble sentido

		Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
		Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
Pueden emitirse a cualquier hora sin advertencia	0.2%	0.1%	0.3%	0.0%	0.4%	0.1%	0.2%	0.1%	0.2%	0.1%	0.2%	0.3%	0.0%	0.1%	0.2%
Pueden emitirse a cualquier hora pero con advertencia	2.3%	2.1%	2.4%	1.5%	1.5%	2.5%	2.6%	1.9%	2.7%	1.8%	3.8%	1.9%	1.2%	1.4%	3.6%
Pueden emitirse solo después de las 10 p.m. y con advertencia	31.6%	36.2%	25.0%	40.7%	35.0%	32.6%	26.5%	32.9%	38.1%	25.2%	38.3%	33.3%	26.4%	20.2%	43.4%
Nunca deberían emitirse en la radio	65.9%	61.6%	72.2%	57.6%	63.0%	64.7%	70.7%	65.0%	58.9%	72.9%	57.6%	64.5%	72.2%	78.2%	52.8%
NS/NR	0.1%	0.0%	0.1%	0.2%	0.0%	0.1%	0.0%	0.1%	0.1%	0.0%	0.1%	0.0%	0.1%	0.2%	-
	Base 1: 9266	1121	8145	230	1286	2832	3020	1898	4611	4655	3053	2987	2370	856	-
	Base 2: 9266	5475	3791	372	1586	3365	2655	1289	4620	4646	2905	2912	2449	1001	8435





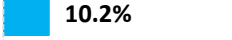

- El 61,9% de los entrevistados indican que nunca deberían emitirse en la radio frases de connotación sexual o de doble sentido
- El 31,6% menciona que pueden emitirse solo después de las 10 pm y con advertencia

# 6. Regulación de Medios

## Opinión respecto a la emisión en la radio

El **48,0%** de los entrevistados opina *que ver noticias de delitos contra las personas sirve para estar informados*, un **39,5%** indica que sirve *para prevenir* que no le pase a uno, el **34,9%** menciona que sirve *para conocer lo que pasa y la realidad*, mientras un **30,0%** indica que sirve para *enseñarle a los hijos lo que les puede pasar*

### Opinión sobre para que sirve ver noticias de delitos contra las personas

	Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL		
	Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013		
Estar informados		<b>48.0%</b>	48.5%	47.4%	53.3%	46.6%	48.3%	47.4%	49.2%	48.9%	47.2%	47.3%	44.7%	50.5%	53.9%	<b>50.5%</b>
Prevenir que no le pase a uno		<b>39.5%</b>	40.6%	37.9%	42.9%	46.7%	38.3%	36.0%	39.8%	39.2%	39.8%	40.8%	41.2%	38.1%	34.0%	<b>49.4%</b>
Conocer lo que pasa, conocer la realidad		<b>34.9%</b>	32.5%	38.5%	21.5%	30.2%	36.7%	36.5%	36.7%	34.5%	35.4%	37.4%	35.0%	32.7%	33.0%	<b>38.4%</b>
Enseñarle a los hijos lo que les puede pasar		<b>30.0%</b>	28.5%	32.1%	10.5%	23.4%	31.7%	32.0%	34.9%	27.0%	32.9%	25.9%	32.9%	32.6%	26.8%	<b>29.1%</b>
No sirve, es puro morbo		<b>10.2%</b>	10.7%	9.5%	18.5%	17.1%	8.6%	9.4%	5.0%	11.9%	8.5%	8.9%	10.5%	10.3%	12.8%	<b>6.7%</b>
NS/NR		<b>0.0%</b>	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	-
<b>Base 1: 9266</b>	<b>Base 1:</b>		1121	8145	230	1286	2832	3020	1898	4611	4655	3053	2987	2370	856	-
<b>Base 2: 9266</b>	<b>Base 2:</b>		5475	3791	372	1586	3365	2655	1289	4620	4646	2905	2912	2449	1001	8435







# 6. Regulación de Medios

## Opinión respecto a diferentes temas que se exhiben en televisión

El **47,7%** de los entrevistados mencionan que el hecho delictivo o violento que mas ha llamado su atención es la **violencia (contra niños, mujeres, adultos mayores)**

El **24,8%** mencionan a los **adolescentes que cometen delitos**

Noticia o hecho delictivo violento que mas ha llamado la atención

			Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
			Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
Violencia (contra niños, mujeres, adultos mayores)		<b>47.7%</b>	48.7%	46.3%	55.7%	53.8%	45.6%	44.6%	49.6%	45.0%	50.3%	45.7%	48.0%	50.0%	47.2%	<b>*30.2%</b>
Adolescentes que cometen delitos		<b>24.8%</b>	25.2%	24.4%	20.5%	23.2%	26.9%	26.4%	19.5%	27.7%	22.0%	25.6%	24.1%	25.1%	24.0%	<b>32.5%</b>
Abuso sexual		<b>12.9%</b>	12.0%	14.3%	8.9%	10.3%	14.5%	13.3%	12.2%	11.8%	14.1%	13.2%	14.1%	11.3%	12.5%	<b>22.5%</b>
Accidentes en general		<b>10.5%</b>	9.9%	11.4%	10.3%	8.8%	9.2%	12.3%	12.5%	11.1%	9.9%	11.5%	10.4%	9.3%	11.1%	<b>**4.5%</b>
Prostitución		<b>2.3%</b>	2.2%	2.5%	3.6%	1.6%	2.3%	2.2%	3.1%	2.8%	1.9%	2.5%	1.8%	2.2%	3.5%	<b>***10.2%</b>
NS/NR		<b>0.2%</b>	0.1%	0.3%	0.5%	0.4%	0.0%	0.1%	0.2%	0.1%	0.2%	0.3%	0.1%	0.0%	0.4%	-
	<b>Base 1: 9266</b>	<b>Base 1:</b>	1121	8145	230	1286	2832	3020	1898	4611	4655	3053	2987	2370	856	-
	<b>Base 2: 9266</b>	<b>Base 2:</b>	5475	3791	372	1586	3365	2655	1289	4620	4646	2905	2912	2449	1001	<b>8435</b>

• **Violencia contra niños**  
 \*\* **Accidentes donde se muestran a los niños**  
 \*\*\* **Prostitución infantil**






# 6. Regulación de Medios

## Opinión respecto a diferentes temas que se exhiben en televisión

La mayoría de los entrevistados, compuesta por **el 68,5%**, opina que los **personajes de la TV y del Espectáculo** son las personas o grupos sociales que **aparecen favorecidos en la televisión**

El 34,7% mencionan a los partidos políticos y el 26,0% a las autoridades del gobierno

Opinión sobre las personas o grupos sociales que son o aparecen **FAVORECIDOS** en la televisión

			Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
			Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
Personajes de la tv /del espectáculo		<b>68.5%</b>	71.5%	64.0%	72.6%	72.1%	67.4%	71.2%	59.9%	65.0%	71.9%	75.2%	70.4%	62.9%	56.9%	<b>61.4%</b>
Partidos políticos		<b>34.7%</b>	32.0%	38.7%	26.7%	31.7%	34.5%	38.7%	33.2%	36.2%	33.3%	30.4%	34.3%	38.4%	39.7%	<b>39.8%</b>
Autoridades del gobierno		<b>26.0%</b>	20.2%	34.5%	31.4%	25.6%	24.2%	25.4%	31.2%	26.6%	25.5%	23.5%	23.9%	29.7%	30.9%	<b>26.9%</b>
Empresarios		<b>20.6%</b>	18.2%	24.1%	28.0%	24.1%	20.4%	18.8%	18.6%	21.8%	19.5%	17.7%	20.3%	23.1%	24.0%	<b>19.1%</b>
Futbolistas / deportistas		<b>15.1%</b>	15.3%	14.9%	5.2%	12.9%	15.5%	16.9%	16.2%	15.4%	14.9%	16.2%	13.9%	14.1%	18.3%	<b>15.9%</b>
Ninguno	<b>0.1%</b>		0.1%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.1%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	-
NS/NR	<b>0.5%</b>		0.5%	0.4%	1.7%	0.6%	0.3%	0.1%	1.0%	0.2%	0.7%	0.4%	0.5%	0.3%	1.3%	<b>0.1%</b>
<b>Base 1: 9266</b>		<b>Base 1:</b>	<b>1121</b>	<b>8145</b>	<b>230</b>	<b>1286</b>	<b>2832</b>	<b>3020</b>	<b>1898</b>	<b>4611</b>	<b>4655</b>	<b>3053</b>	<b>2987</b>	<b>2370</b>	<b>856</b>	-
<b>Base 2: 9266</b>		<b>Base 2:</b>	<b>5475</b>	<b>3791</b>	<b>372</b>	<b>1586</b>	<b>3365</b>	<b>2655</b>	<b>1289</b>	<b>4620</b>	<b>4646</b>	<b>2905</b>	<b>2912</b>	<b>2449</b>	<b>1001</b>	<b>8435</b>

# 6. Regulación de Medios

## Opinión respecto a diferentes temas que se exhiben en televisión

La mayoría de entrevistados, compuesta por **el 55,5%**, opina **que los niños aparecen perjudicados en la televisión**. En segundo lugar mencionan a las mujeres con un 41,2%, con porcentajes muy cercanos se encuentran los indígenas, adultos mayores y homosexuales

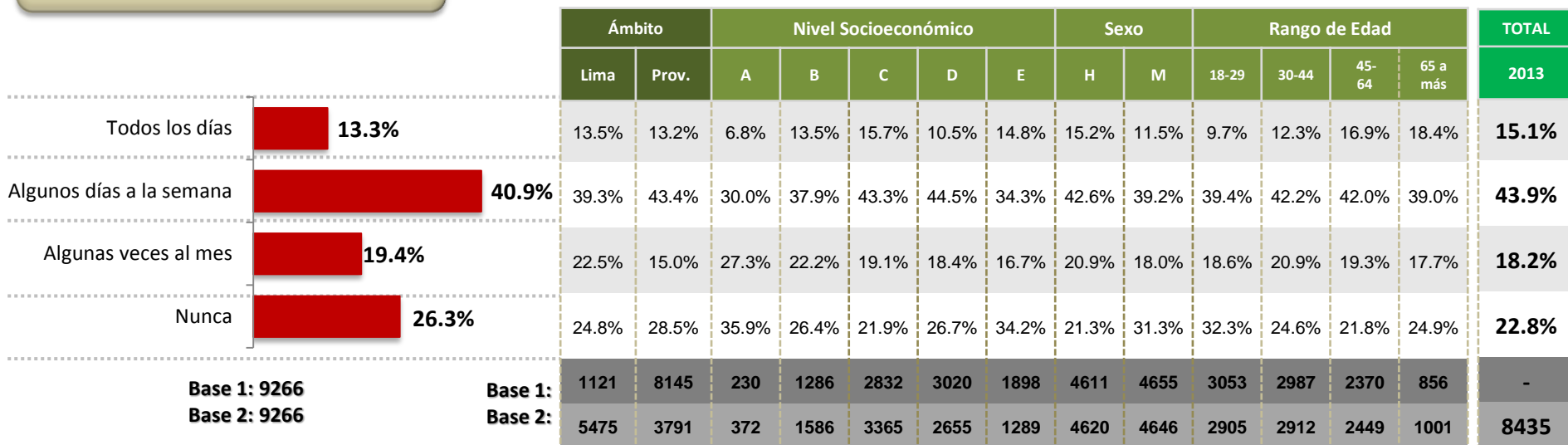
Opinión sobre las personas o grupos sociales que son o aparecen **PERJUDICADOS** en la televisión

		Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
		Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
Niños	<b>55.5%</b>	51.9%	60.8%	67.6%	54.4%	50.2%	58.8%	60.8%	55.5%	55.6%	53.3%	55.2%	58.4%	56.1%	<b>50.7%</b>
Mujeres	<b>41.2%</b>	37.3%	46.9%	35.0%	42.5%	37.6%	46.0%	41.0%	40.7%	41.7%	39.1%	39.9%	43.4%	45.8%	<b>34.6%</b>
Indígenas	<b>31.1%</b>	32.8%	28.5%	29.2%	36.8%	28.4%	30.5%	32.6%	33.3%	28.9%	33.0%	30.0%	31.4%	28.1%	<b>27.0%</b>
Adultos mayores	<b>29.2%</b>	26.9%	32.6%	17.7%	27.8%	27.1%	33.2%	31.9%	28.9%	29.6%	24.4%	28.7%	31.5%	39.3%	<b>21.3%</b>
Homosexuales	<b>23.0%</b>	25.0%	20.1%	14.6%	23.1%	26.3%	20.5%	21.8%	23.9%	22.1%	25.4%	24.0%	20.8%	18.4%	<b>23.5%</b>
Ninguno	<b>0.3%</b>	0.4%	0.2%	0.0%	0.4%	0.2%	0.3%	0.5%	0.5%	0.1%	0.4%	0.3%	0.2%	0.1%	-
NS/NR	<b>0.4%</b>	0.4%	0.5%	1.6%	0.4%	0.2%	0.2%	0.9%	0.3%	0.5%	0.4%	0.2%	0.5%	0.7%	<b>0.4%</b>
<b>Base 1: 9266</b>		<b>1121</b>	<b>8145</b>	<b>230</b>	<b>1286</b>	<b>2832</b>	<b>3020</b>	<b>1898</b>	<b>4611</b>	<b>4655</b>	<b>3053</b>	<b>2987</b>	<b>2370</b>	<b>856</b>	-
<b>Base 2: 9266</b>		<b>5475</b>	<b>3791</b>	<b>372</b>	<b>1586</b>	<b>3365</b>	<b>2655</b>	<b>1289</b>	<b>4620</b>	<b>4646</b>	<b>2905</b>	<b>2912</b>	<b>2449</b>	<b>1001</b>	<b>8435</b>



# 7. Radio y Televisión Estatal

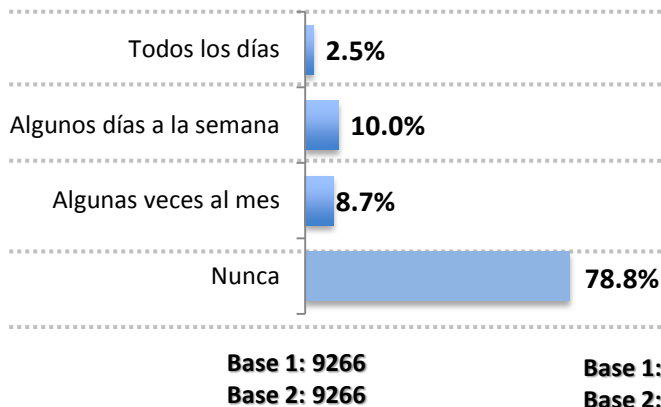
## Frecuencia con la que ven TV Perú



- El 40,9% de los entrevistados ve algunos días a la semana la señal de TV Perú
- El 26,3% indica que nunca lo ve
- Un 19,4% menciona lo ve algunas veces
- El 13,3% de los encuestados indican que ven el canal estatal todos los días

# 7. Radio y Televisión Estatal

## Frecuencia con la que escuchan Radio Nacional



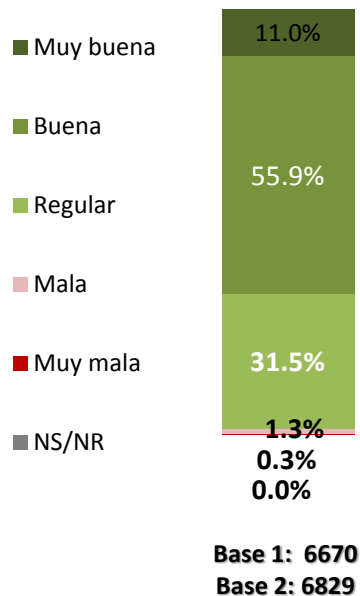
	Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
	Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
Todos los días	2.5%	2.6%	0.7%	1.9%	3.6%	2.0%	2.3%	2.8%	2.3%	1.5%	2.7%	3.2%	3.4%	3.6%
Algunos días a la semana	8.5%	12.3%	6.1%	8.5%	10.9%	11.2%	8.7%	11.2%	8.9%	8.6%	9.8%	10.8%	13.2%	16.5%
Algunas veces al mes	8.6%	8.8%	5.0%	5.2%	10.4%	7.9%	10.9%	9.5%	7.8%	8.0%	9.4%	8.0%	9.9%	10.1%
Nunca	80.5%	76.3%	88.1%	84.4%	75.2%	78.9%	78.1%	76.5%	81.0%	81.9%	78.1%	78.0%	73.5%	69.8%
	1121	8145	230	1286	2832	3020	1898	4611	4655	3053	2987	2370	856	-
	5475	3791	372	1586	3365	2655	1289	4620	4646	2905	2912	2449	1001	8435

- Casi la totalidad de los entrevistados (78,8%) mencionaron que nunca escuchan la señal de Radio Nacional, no se aprecian diferencias significativas por segmentos

# 7. Radio y Televisión Estatal

## Calificación de la programación de TV Perú

Promedio: 3.8



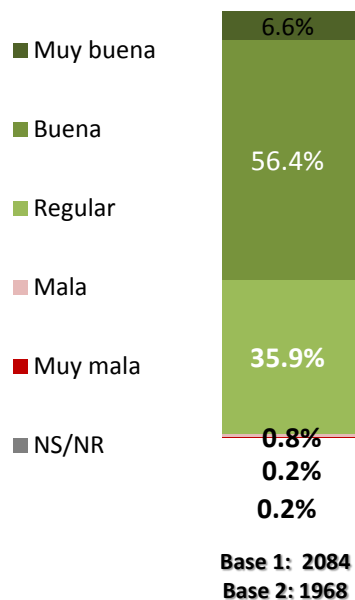
Calificación	Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
	Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
Muy buena	11.3%	10.5%	5.0%	11.0%	11.6%	9.6%	14.0%	11.0%	11.0%	18.3%	9.5%	6.8%	6.6%	4.8%
Buena	56.9%	54.4%	68.0%	60.0%	56.1%	55.4%	47.7%	53.2%	59.1%	54.3%	59.5%	53.9%	55.0%	62.9%
Regular	30.1%	33.6%	26.5%	27.0%	31.1%	32.9%	37.1%	33.8%	28.9%	26.2%	29.8%	36.9%	36.6%	30.9%
Mala	1.4%	1.1%	0.5%	1.8%	1.1%	1.5%	1.1%	1.5%	1.0%	0.8%	0.9%	1.9%	1.8%	1.0%
Muy mala	0.2%	0.3%	0.0%	0.1%	0.1%	0.7%	0.1%	0.5%	0.1%	0.4%	0.2%	0.4%	0.0%	0.4%
NS/NR	0.0%	0.1%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	-
<b>Base 1:</b>	<b>843</b>	<b>5827</b>	<b>154</b>	<b>969</b>	<b>2148</b>	<b>2184</b>	<b>1215</b>	<b>3543</b>	<b>3127</b>	<b>2145</b>	<b>2198</b>	<b>1734</b>	<b>593</b>	<b>-</b>
<b>Base 2:</b>	<b>4117</b>	<b>2711</b>	<b>238</b>	<b>1168</b>	<b>2627</b>	<b>1947</b>	<b>848</b>	<b>3638</b>	<b>3191</b>	<b>1966</b>	<b>2196</b>	<b>1914</b>	<b>752</b>	<b>6715</b>

- El 55,9% de las personas que sintonizan canal 7, califican la programación como buena; se observa que esta respuesta tiene mayores porcentajes en el NSE A y B; no se aprecian variaciones significativas entre los rangos de edad.
- El 31,5% califica la programación como regular
- **El promedio general que se obtiene es de 3.8 (Buena)**

# 7. Radio y Televisión Estatal

## Calificación de la programación de Radio Nacional

**Promedio: 3.7**



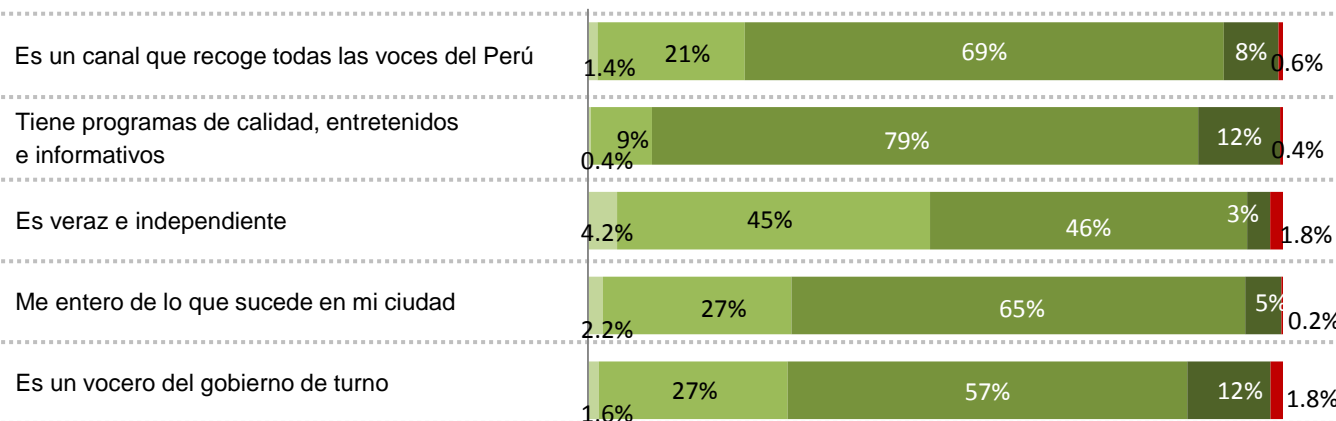
Calificación	Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
	Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
Muy buena	6.8%	6.3%	15.0%	9.5%	5.2%	7.1%	5.8%	5.7%	7.7%	9.2%	6.5%	5.5%	3.8%	5.0%
Buena	58.0%	54.4%	42.7%	62.7%	56.0%	54.4%	57.8%	57.2%	55.3%	56.0%	54.8%	54.7%	64.1%	64.5%
Regular	34.2%	37.9%	42.3%	26.3%	37.0%	38.1%	35.6%	35.9%	35.8%	34.2%	36.4%	38.9%	31.9%	29.3%
Mala	0.9%	0.8%	0.0%	0.5%	1.5%	0.2%	0.6%	0.7%	1.0%	0.4%	1.9%	0.4%	0.1%	0.8%
Muy mala	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.2%	0.1%	0.3%	0.3%	0.0%	0.1%	0.2%	0.2%	0.0%	0.3%
NS/NR	0.0%	0.4%	0.0%	1.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.1%	0.2%	0.0%	0.3%	0.2%	0.0%	0.1%
Base 1:	219	1865	41	297	666	677	403	1138	946	616	659	582	227	-
Base 2:	1070	898	44	247	835	560	282	1085	883	526	637	539	265	2533

- El 56,4% de las personas que escuchan Radio Nacional, califican la programación como buena; se observa que esta respuesta tiene mayores porcentajes en los NSE B , C, D y E.
- El 35,9% califica la programación como regular
- **El promedio general que se obtiene es de 3.7 (Buena)**

# 7. Radio y Televisión Estatal

## Nivel de acuerdo o desacuerdo con distintas frases respecto a TV Perú

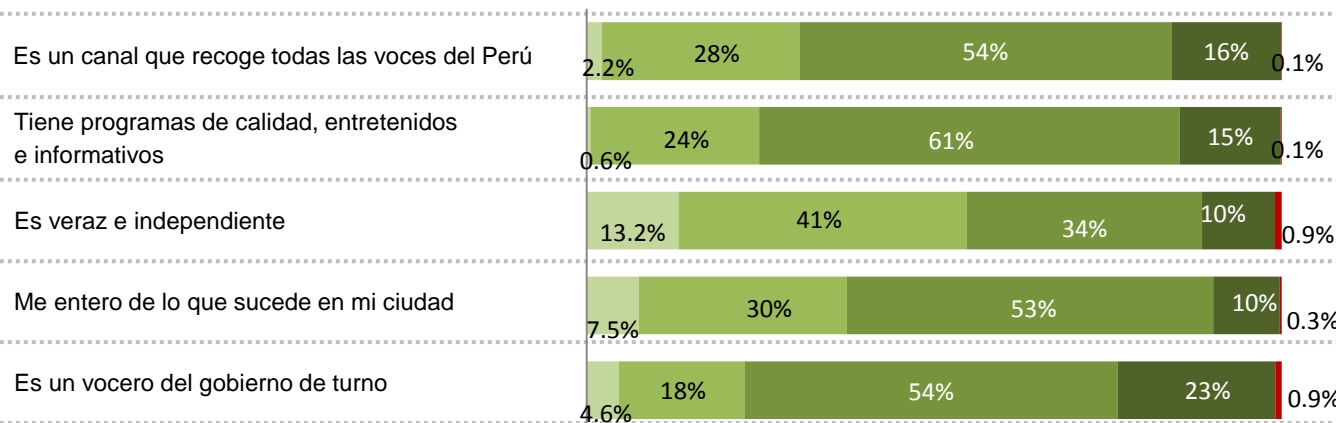
Para los que ven TV Perú



Nivel de Acuerdo o Desacuerdo - Medición 2015 -

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo
- NS/NR

Base 1: 6670  
Base 2: 6829



Nivel de Acuerdo o Desacuerdo - Medición 2013 -

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo
- NS/NR

Base: 6709

# 7. Radio y Televisión Estatal

¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está Ud. con las siguientes frases respecto a TV Perú?

Es un canal que recoge todas las voces del Perú

Promedio: 2.8

	Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
	Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
Totalmente en desacuerdo	1.1%	1.9%	1.2%	1.1%	1.6%	1.1%	1.7%	1.5%	1.2%	1.5%	1.4%	1.2%	1.5%	2.2%
En desacuerdo	19.7%	23.5%	29.0%	28.3%	20.4%	19.1%	16.6%	23.1%	19.1%	17.9%	21.6%	24.2%	21.0%	28.4%
De acuerdo	71.8%	64.5%	66.0%	61.3%	70.7%	68.7%	75.1%	67.2%	70.8%	70.6%	68.1%	67.0%	71.6%	53.5%
Totalmente de acuerdo	7.1%	9.0%	1.3%	8.2%	7.0%	10.4%	6.2%	7.6%	8.2%	9.6%	8.2%	6.6%	5.6%	15.8%
NS/NR	0.4%	1.1%	2.5%	1.2%	0.3%	0.7%	0.4%	0.6%	0.6%	0.3%	0.7%	1.0%	0.3%	0.1%
	843	5827	154	969	2148	2184	1215	3543	3127	2145	2198	1734	593	-
	4117	2711	238	1168	2627	1947	848	3638	3191	1966	2196	1914	752	6709

Base 1: 6670  
Base 2: 6829

Base 1:  
Base 2:

- El 68,9% de los entrevistados, que ven TV Perú, se encuentran de acuerdo con la frase “Es un canal que recoge todas las voces del Perú”
- El 21,2% se encuentra en desacuerdo

# 7. Radio y Televisión Estatal

¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está Ud. con las siguientes frases respecto a TV Perú?

Tiene programas de calidad, entretenidos e informativos

Promedio: 3.0

		Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
		Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
Totalmente en desacuerdo	0.4%	0.4%	0.5%	0.2%	0.1%	0.6%	0.5%	0.3%	0.4%	0.4%	0.3%	0.2%	0.7%	0.7%	0.6%
En desacuerdo	8.8%	9.6%	7.5%	15.8%	11.9%	8.0%	8.3%	6.2%	9.5%	7.9%	5.9%	9.6%	9.9%	11.0%	24.3%
De acuerdo	78.6%	81.0%	74.9%	74.7%	78.4%	81.0%	74.8%	81.2%	77.8%	79.5%	79.7%	79.2%	77.6%	76.5%	60.5%
Totalmente de acuerdo	11.8%	8.7%	16.6%	4.4%	9.4%	10.4%	15.9%	12.2%	11.8%	11.8%	13.8%	10.8%	11.0%	11.7%	14.5%
NS/NR	0.4%	0.4%	0.5%	5.0%	0.1%	0.1%	0.5%	0.1%	0.4%	0.4%	0.3%	0.2%	0.8%	0.1%	0.1%
		843	5827	154	969	2148	2184	1215	3543	3127	2145	2198	1734	593	-
		4117	2711	238	1168	2627	1947	848	3638	3191	1966	2196	1914	752	6709
	Base 1: 6670 Base 2: 6829														

- El 78,6% de los entrevistados, que ven TV Perú, se encuentran de acuerdo con la frase “Tiene programas de calidad, entretenidos e informativos”
- El 8,8% se encuentra en desacuerdo
- Un 11,8% se encuentra totalmente de acuerdo

# 7. Radio y Televisión Estatal

¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está Ud. con las siguientes frases respecto a TV Perú?

Es veraz e independiente

Promedio: 2.5

	Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
	Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
<b>Totalmente en desacuerdo</b>	4.3%	4.1%	3.6%	4.5%	2.8%	6.6%	2.7%	4.8%	3.5%	2.9%	4.4%	5.1%	4.6%	<b>13.2%</b>
<b>En desacuerdo</b>	46.5%	42.8%	58.5%	50.7%	41.9%	44.2%	45.0%	48.2%	41.4%	38.2%	46.6%	48.4%	49.4%	<b>41.4%</b>
<b>De acuerdo</b>	45.8%	45.4%	36.5%	40.5%	51.9%	41.2%	46.2%	42.3%	49.4%	52.4%	44.1%	41.6%	42.7%	<b>33.9%</b>
<b>Totalmente de acuerdo</b>	2.7%	4.2%	0.5%	2.7%	1.9%	5.5%	4.2%	3.2%	3.4%	4.7%	2.8%	3.0%	1.8%	<b>10.5%</b>
<b>NS/NR</b>	0.7%	3.6%	0.8%	1.6%	1.5%	2.5%	1.9%	1.4%	2.3%	1.8%	2.1%	1.8%	1.4%	<b>0.9%</b>
<b>Base 1: 6670</b>	843	5827	154	969	2148	2184	1215	3543	3127	2145	2198	1734	593	-
<b>Base 2: 6829</b>	4117	2711	238	1168	2627	1947	848	3638	3191	1966	2196	1914	752	<b>6709</b>

- El 45,6% de los entrevistados, que ven TV Perú, se encuentran de acuerdo con la frase “Es veraz e Independiente”
- El 45,0% se encuentra en desacuerdo con esta frase



# 7. Radio y Televisión Estatal

*¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está Ud. con las siguientes frases respecto a TV Perú?*

**Me entero de lo que sucede en mi ciudad**

**Promedio: 2.7**

	Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
	Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
<b>Totalmente en desacuerdo</b>	0.6%	4.6%	1.9%	3.0%	1.8%	2.1%	2.5%	2.5%	1.8%	3.0%	1.9%	1.9%	1.3%	<b>7.5%</b>
<b>En desacuerdo</b>	18.1%	40.8%	44.9%	33.6%	23.8%	25.3%	27.9%	29.4%	24.5%	25.0%	28.6%	29.8%	21.8%	<b>29.9%</b>
<b>De acuerdo</b>	75.6%	49.6%	52.7%	60.3%	68.4%	65.1%	66.2%	63.4%	67.4%	65.4%	63.9%	63.3%	73.8%	<b>52.7%</b>
<b>Totalmente de acuerdo</b>	5.6%	4.7%	0.2%	2.7%	5.8%	7.3%	3.4%	4.4%	6.1%	6.5%	5.1%	4.9%	2.9%	<b>9.6%</b>
<b>NS/NR</b>	0.1%	0.3%	0.3%	0.5%	0.1%	0.2%	0.1%	0.2%	0.2%	0.0%	0.5%	0.1%	0.1%	<b>0.3%</b>
<b>Base 1: 6670</b>	<b>843</b>	<b>5827</b>	<b>154</b>	<b>969</b>	<b>2148</b>	<b>2184</b>	<b>1215</b>	<b>3543</b>	<b>3127</b>	<b>2145</b>	<b>2198</b>	<b>1734</b>	<b>593</b>	<b>-</b>
<b>Base 2: 6829</b>	<b>4117</b>	<b>2711</b>	<b>238</b>	<b>1168</b>	<b>2627</b>	<b>1947</b>	<b>848</b>	<b>3638</b>	<b>3191</b>	<b>1966</b>	<b>2196</b>	<b>1914</b>	<b>752</b>	<b>6709</b>

- El 65,3% de los entrevistados, que ven TV Perú, se encuentran de acuerdo con la frase “Me entero de lo que sucede en mi ciudad”
- El 27,1% se encuentra en desacuerdo con esta frase

# 7. Radio y Televisión Estatal

*¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está Ud. con las siguientes frases respecto a TV Perú?*

Es un vocero del gobierno de turno

Promedio: 2.8

	Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
	Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
<b>Totalmente en desacuerdo</b>	1.3%	2.0%	0.6%	2.3%	1.2%	1.6%	2.2%	1.7%	1.5%	2.5%	1.8%	0.8%	0.9%	<b>4.6%</b>
<b>En desacuerdo</b>	30.5%	22.1%	31.5%	24.3%	28.1%	26.0%	29.7%	25.3%	29.3%	30.8%	26.0%	25.5%	25.3%	<b>18.1%</b>
<b>De acuerdo</b>	54.6%	61.9%	59.3%	59.1%	55.9%	59.2%	55.8%	58.8%	56.0%	54.1%	58.4%	59.2%	59.3%	<b>53.7%</b>
<b>Totalmente de acuerdo</b>	12.6%	11.0%	8.4%	13.6%	13.1%	10.6%	10.3%	12.9%	10.9%	10.6%	12.1%	12.6%	13.5%	<b>22.7%</b>
<b>NS/NR</b>	1.1%	2.9%	0.2%	0.7%	1.7%	2.6%	2.0%	1.4%	2.3%	2.1%	1.7%	1.9%	1.0%	<b>0.9%</b>
	<b>843</b>	<b>5827</b>	<b>154</b>	<b>969</b>	<b>2148</b>	<b>2184</b>	<b>1215</b>	<b>3543</b>	<b>3127</b>	<b>2145</b>	<b>2198</b>	<b>1734</b>	<b>593</b>	<b>-</b>
	<b>4117</b>	<b>2711</b>	<b>238</b>	<b>1168</b>	<b>2627</b>	<b>1947</b>	<b>848</b>	<b>3638</b>	<b>3191</b>	<b>1966</b>	<b>2196</b>	<b>1914</b>	<b>752</b>	<b>6709</b>

Base 1: 6670  
Base 2: 6829

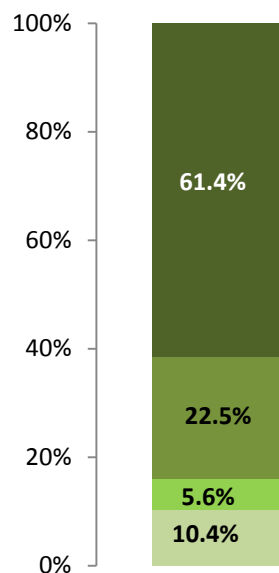
Base 1:  
Base 2:

- El 57,5% de los entrevistados, que ven TV Perú, se encuentran de acuerdo con la frase “Es un vocero del gobierno de turno”
- El 27,2% se encuentra en desacuerdo con esta frase
- Un 12,0% se encuentra totalmente de acuerdo

# 8. Radio y Televisión Local

## ¿Con qué frecuencia ve Ud. Televisión de su Localidad/Ciudad?

### Frecuencia de consumo de televisión



Base 1: 9266  
Base 2: 9266

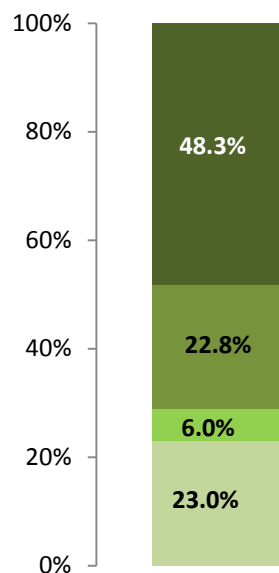
Frecuencia con la que ven TELEVISIÓN	Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
	Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
Todos los días	85.3%	26.9%	71.9%	68.2%	67.5%	56.3%	44.6%	60.2%	62.6%	57.9%	62.5%	64.4%	61.1%	<b>78.7%</b>
Algunos días a la semana	12.7%	36.8%	12.7%	16.7%	20.0%	27.8%	28.4%	23.8%	21.2%	24.6%	22.4%	20.7%	21.3%	<b>13.8%</b>
Algunas veces al mes	0.9%	12.5%	2.2%	5.1%	5.0%	4.9%	10.5%	5.7%	5.6%	7.0%	5.0%	5.0%	4.9%	<b>4.6%</b>
Nunca	1.2%	23.8%	13.2%	10.0%	7.5%	11.0%	16.5%	10.3%	10.5%	10.4%	10.1%	9.9%	12.6%	<b>2.9%</b>
<b>Base 1:</b>	<b>1121</b>	<b>8145</b>	<b>230</b>	<b>1286</b>	<b>2832</b>	<b>3020</b>	<b>1898</b>	<b>4611</b>	<b>4655</b>	<b>3053</b>	<b>2987</b>	<b>2370</b>	<b>856</b>	-
<b>Base 2:</b>	<b>5475</b>	<b>3791</b>	<b>372</b>	<b>1586</b>	<b>3365</b>	<b>2655</b>	<b>1289</b>	<b>4620</b>	<b>4646</b>	<b>2905</b>	<b>2912</b>	<b>2449</b>	<b>1001</b>	<b>8435</b>

- El 61,4% de los entrevistados indican que ven televisión, de su Localidad/Ciudad/Región, todos los días; el porcentaje más alto se presenta en el NSE A, no se aprecia diferencias significativas por género y rango de edad
- El 22,5% ve televisión algunos días a la semana
- El 10,4% manifiestan que nunca ven televisión

# 8. Radio y Televisión Local

## ¿Con qué frecuencia escucha Ud. Radio de su Localidad/Ciudad?

### Frecuencia de consumo de Radio



Base 1: 9266  
Base 2: 9266

Frecuencia con la que escuchan RADIO	Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
	Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
Todos los días	61.6%	28.9%	54.3%	51.1%	49.7%	46.3%	43.1%	49.2%	47.3%	44.9%	51.0%	50.7%	44.1%	66.5%
Algunos días a la semana	17.4%	30.5%	12.4%	16.1%	23.0%	26.7%	25.3%	22.7%	22.9%	24.9%	21.8%	22.5%	20.2%	15.3%
Algunas veces al mes	4.0%	8.8%	4.6%	5.8%	6.4%	5.4%	6.5%	7.1%	4.9%	7.4%	4.7%	4.8%	8.6%	4.8%
Nunca	16.9%	31.7%	28.7%	26.9%	20.9%	21.5%	25.1%	21.0%	25.0%	22.9%	22.5%	22.0%	27.1%	13.4%
<b>Base 1:</b>	<b>1121</b>	<b>8145</b>	<b>230</b>	<b>1286</b>	<b>2832</b>	<b>3020</b>	<b>1898</b>	<b>4611</b>	<b>4655</b>	<b>3053</b>	<b>2987</b>	<b>2370</b>	<b>856</b>	-
<b>Base 2:</b>	<b>5475</b>	<b>3791</b>	<b>372</b>	<b>1586</b>	<b>3365</b>	<b>2655</b>	<b>1289</b>	<b>4620</b>	<b>4646</b>	<b>2905</b>	<b>2912</b>	<b>2449</b>	<b>1001</b>	<b>8435</b>

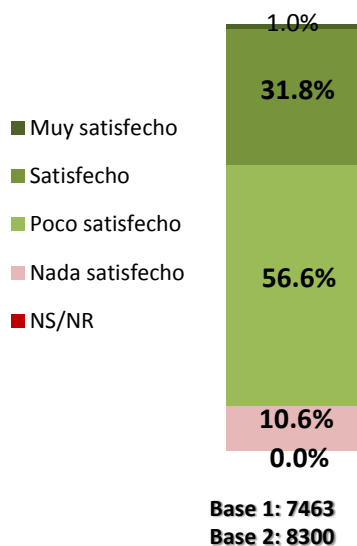
- El 48,3% de los entrevistados escuchan radio de su Localidad/Ciudad/Región, todos los días; no se aprecia diferencias significativas en los segmentos
- El 22,8% escucha radio algunos días a la semana.
- A diferencia de la TV, el 23,0% manifiesta que nunca escuchan radio de su localidad/ciudad

# 8. Radio y Televisión Local

## ¿Qué tan satisfecho o insatisfecho se encuentra usted con...?

**Nivel de satisfacción con los canales de TV de su ciudad**

**Promedio: 2.2**



Calificación	Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
	Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
Muy satisfecho	12.0%	7.9%	27.7%	23.2%	7.4%	6.8%	6.1%	11.0%	10.1%	10.0%	11.6%	9.7%	11.4%	<b>3.1%</b>
Satisfecho	58.3%	53.4%	64.5%	62.3%	53.8%	56.6%	54.6%	58.6%	54.6%	59.3%	55.3%	56.8%	51.9%	<b>59.8%</b>
Poco satisfecho	29.2%	36.7%	7.7%	14.3%	37.6%	35.5%	37.4%	29.6%	34.0%	29.5%	31.8%	32.6%	36.3%	<b>32.6%</b>
Nada satisfecho	0.5%	1.9%	0.1%	0.2%	1.1%	1.1%	1.8%	0.7%	1.4%	1.2%	1.3%	0.8%	0.3%	<b>4.5%</b>
NS/NR	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	-
<b>Base 1:</b>	<b>1108</b>	<b>6355</b>	<b>143</b>	<b>974</b>	<b>2341</b>	<b>2482</b>	<b>1523</b>	<b>3707</b>	<b>3756</b>	<b>2451</b>	<b>2439</b>	<b>1931</b>	<b>642</b>	-
<b>Base 2:</b>	<b>5412</b>	<b>2888</b>	<b>322</b>	<b>1427</b>	<b>3111</b>	<b>2363</b>	<b>1076</b>	<b>4142</b>	<b>4157</b>	<b>2601</b>	<b>2617</b>	<b>2206</b>	<b>874</b>	<b>7566</b>

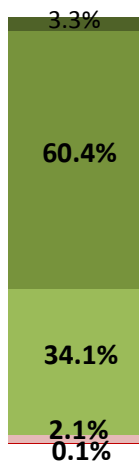
- Solo el 1,0% se encuentra muy satisfecho con los canales de televisión de su ciudad
- El 31,8% de los entrevistados se encuentran satisfechos
- El 56,6% se encuentra poco satisfecho, sobretodo los NSE C,D y E
- El 10,6% se encuentra nada satisfecho, no se aprecia diferencias significativas entre los segmentos
- **El promedio general que se obtiene es de 2.2 (Poco satisfechos)**

# 8. Radio y Televisión Local

## ¿Qué tan satisfecho o insatisfecho se encuentra usted con...?

Nivel de satisfacción con las emisoras de Radio de su ciudad

Promedio: 2.6



Base 1: 6696  
Base 2: 7136

Calificación	Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
	Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
Muy satisfecho	1.2%	3.7%	2.4%	2.1%	1.6%	2.7%	2.0%	2.1%	2.2%	2.3%	2.7%	1.1%	2.3%	3.4%
Satisfecho	29.3%	42.6%	26.6%	37.4%	34.5%	33.6%	32.5%	36.0%	32.2%	34.1%	32.1%	36.6%	34.5%	71.4%
Poco satisfecho	66.2%	50.3%	70.9%	55.9%	60.3%	60.8%	62.6%	58.8%	62.1%	60.4%	60.6%	60.3%	60.3%	23.7%
Nada satisfecho	3.2%	3.3%	0.0%	4.5%	3.4%	2.9%	2.9%	3.1%	3.4%	3.2%	4.6%	2.1%	2.1%	1.5%
NS/NR	0.1%	0.0%	0.1%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.8%	-
<b>Base 1:</b>	<b>931</b>	<b>5765</b>	<b>141</b>	<b>858</b>	<b>2079</b>	<b>2259</b>	<b>1359</b>	<b>3416</b>	<b>3280</b>	<b>2159</b>	<b>2189</b>	<b>1767</b>	<b>581</b>	<b>-</b>
<b>Base 2:</b>	<b>4547</b>	<b>2589</b>	<b>265</b>	<b>1159</b>	<b>2663</b>	<b>2083</b>	<b>965</b>	<b>3649</b>	<b>3486</b>	<b>2241</b>	<b>2256</b>	<b>1910</b>	<b>729</b>	<b>7566</b>

- El 3,3% de los entrevistados se encuentran muy satisfechos con las emisoras de radio de su ciudad
- A diferencia de la televisión, el 60,4% se encuentra satisfecho con las emisoras de radio, no se aprecia diferencias significativas entre los segmentos
- El 34,1% se encuentra poco satisfecho, no se evidencia diferencias significativas en los segmentos
- Solo el 2,1% no se encuentra satisfecho con las emisoras
- **El promedio general que se obtiene es de 2.6 (Satisfechos)**

# 9. Televisión Digital Terrestre (TDT)

¿Cuál de los siguientes tipos de televisores tiene en su hogar, que funcionan?

\* Tipo de televisor que tienen en el hogar

	Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad			
	Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más
Televisor tradicional (pantalla cuadrada)	55.9%	71.3%	32.3%	42.4%	58.3%	77.2%	74.7%	59.9%	64.5%	56.4%	62.4%	64.7%	72.7%
Televisor pantalla plana rectangular delgada (LCD, Plasma, Led) que no es 3D	52.9%	38.1%	95.9%	76.5%	51.8%	29.0%	20.0%	49.9%	43.8%	50.9%	46.5%	45.7%	39.0%
Televisor 3D (Led, LCD) / 4K	5.1%	2.8%	38.2%	8.3%	2.9%	0.3%	0.4%	4.9%	3.4%	5.4%	3.9%	3.8%	2.2%
Ninguno	1.2%	1.2%	0.0%	0.0%	0.3%	0.9%	6.0%	1.3%	1.2%	0.8%	1.0%	1.7%	2.1%
NS/NR	2.1%	0.1%	0.0%	4.6%	0.6%	0.0%	1.7%	1.2%	1.3%	1.6%	0.7%	1.6%	1.0%
<b>Base 1: 9266</b>	<b>1121</b>	<b>8145</b>	<b>230</b>	<b>1286</b>	<b>2832</b>	<b>3020</b>	<b>1898</b>	<b>4611</b>	<b>4655</b>	<b>3053</b>	<b>2987</b>	<b>2370</b>	<b>856</b>
<b>Base 2: 9266</b>	<b>5475</b>	<b>3791</b>	<b>372</b>	<b>1586</b>	<b>3365</b>	<b>2655</b>	<b>1289</b>	<b>4620</b>	<b>4646</b>	<b>2905</b>	<b>2912</b>	<b>2449</b>	<b>1001</b>

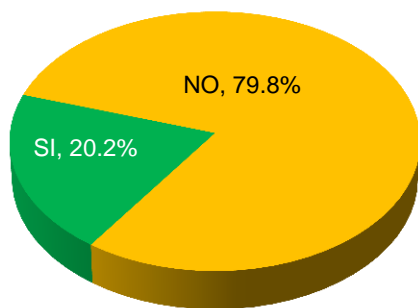
\* No se evaluó en la medición del 2013

- El 62,2% de los entrevistados aún cuentan con televisores CRT (de tubos) ; sobre todo los NSE C, D y E
- El 46,8% cuentan con televisores LCD, Plasma o Led; se observa que los NSE A y B indican, en su mayoría, tener estos equipos.

# 9. Televisión Digital Terrestre (TDT)

## ¿Ha escuchado hablar sobre la Televisión Digital Terrestre?

### Conocimiento de Televisión Digital Terrestre



Base 1: 9266  
Base 2: 9266

Conocimiento TDT	Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
	Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
SI	25.7%	12.2%	35.1%	24.8%	21.6%	18.6%	9.8%	25.6%	14.8%	21.3%	20.8%	19.7%	16.3%	25.3%
NO	74.3%	87.8%	64.9%	75.2%	78.4%	81.4%	90.2%	74.4%	85.2%	78.7%	79.2%	80.3%	83.7%	74.7%
Base 1	1121	8145	230	1286	2832	3020	1898	4611	4655	3053	2987	2370	856	-
Base 2	5475	3791	372	1586	3365	2655	1289	4620	4646	2905	2912	2449	1001	8435




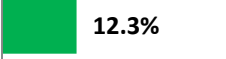
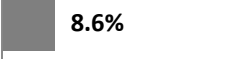
- El 79.8% de los entrevistados no han escuchado hablar sobre la Televisión Digital Terrestre



# 9. Televisión Digital Terrestre (TDT)

## ¿Ha escuchado hablar sobre la Televisión Digital Terrestre?

### Lo que entienden por Televisión Digital Terrestre

		Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
		Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
Es ver la TV abierta con una mejora de la calidad de audio y video	 <b>36.3%</b>	31.0%	44.0%	33.0%	31.7%	36.3%	37.8%	39.6%	37.1%	35.5%	40.0%	33.5%	37.0%	31.8%	<b>40.5%</b>
El ver la TV por cable con un decodificador	 <b>31.0%</b>	34.1%	26.6%	31.8%	40.5%	33.2%	24.1%	27.9%	31.6%	30.5%	31.7%	30.1%	31.6%	30.2%	<b>25.1%</b>
Es ver televisión con los TVs LCD/Plasma/Led	 <b>23.9%</b>	22.9%	25.3%	11.2%	17.2%	21.9%	31.2%	26.0%	23.2%	24.7%	22.3%	27.4%	20.7%	26.3%	<b>35.3%</b>
El ver televisión por Internet	 <b>12.3%</b>	10.2%	15.3%	12.7%	11.0%	13.1%	11.9%	12.1%	11.3%	13.2%	14.8%	12.3%	11.0%	8.0%	<b>7.8%</b>
NS/NR	 <b>8.6%</b>	10.3%	6.2%	12.6%	10.8%	7.2%	8.4%	8.9%	8.3%	8.9%	4.6%	8.3%	9.9%	17.8%	<b>6.1%</b>
	<b>Base 1: 9266</b> <b>Base 2: 9266</b>	<b>1121</b>	<b>8145</b>	<b>230</b>	<b>1286</b>	<b>2832</b>	<b>3020</b>	<b>1898</b>	<b>4611</b>	<b>4655</b>	<b>3053</b>	<b>2987</b>	<b>2370</b>	<b>856</b>	<b>-</b>
	<b>Base 1:</b> <b>Base 2:</b>	<b>5475</b>	<b>3791</b>	<b>372</b>	<b>1586</b>	<b>3365</b>	<b>2655</b>	<b>1289</b>	<b>4620</b>	<b>4646</b>	<b>2905</b>	<b>2912</b>	<b>2449</b>	<b>1001</b>	<b>8435</b>

- El 36,3% de los entrevistados manifiestan que entienden por Televisión Digital Terrestre a ver la TV Abierta con una mejora de la calidad de audio y video.
- El 31,0% entiende que es ver TV por cable con un decodificador.

# 9. Televisión Digital Terrestre (TDT)

## ¿Qué beneficios espera tener con la Televisión Digital Terrestre?

### Beneficios que esperan tener con la TDT

		Ámbito		Nivel Socioeconómico					Sexo		Rango de Edad				TOTAL
		Lima	Prov.	A	B	C	D	E	H	M	18-29	30-44	45-64	65 a más	2013
Mejorar la calidad de audio y video	<b>55.2%</b>	55.2%	55.1%	57.8%	54.2%	57.1%	54.9%	51.2%	55.4%	54.9%	54.3%	54.7%	55.2%	58.9%	<b>70.6%</b>
Ver mis programas favoritos a la hora que quiera	<b>21.8%</b>	23.5%	19.4%	9.6%	23.2%	23.0%	20.1%	23.9%	21.0%	22.6%	21.9%	21.4%	21.4%	23.7%	<b>16.9%</b>
Tener más canales de televisión nacional	<b>20.8%</b>	16.9%	26.4%	10.4%	14.4%	20.4%	24.5%	25.3%	20.8%	20.8%	21.4%	20.9%	20.7%	19.3%	<b>15.0%</b>
Poder interactuar y tener internet en mi televisor	<b>11.4%</b>	10.4%	12.8%	13.5%	13.3%	12.6%	9.8%	8.7%	11.6%	11.2%	14.4%	12.3%	9.2%	5.4%	<b>7.6%</b>
Ninguno	<b>0.3%</b>	0.0%	0.7%	0.8%	0.4%	0.3%	0.1%	0.2%	0.1%	0.4%	0.1%	0.3%	0.4%	0.4%	-
NS/NR	<b>7.9%</b>	9.9%	5.1%	12.5%	9.8%	6.3%	8.0%	8.6%	8.1%	7.8%	4.8%	7.9%	8.9%	14.6%	<b>5.2%</b>
	<b>Base 1: 9266</b>	1121	8145	230	1286	2832	3020	1898	4611	4655	3053	2987	2370	856	-
	<b>Base 2: 9266</b>	5475	3791	372	1586	3365	2655	1289	4620	4646	2905	2912	2449	1001	<b>8433</b>

- La mayoría de los entrevistados esperan que con el TDT se logre, **“mejorar la calidad de audio y video” (55,2%)**, no se observa diferencias significativas en los segmentos
- Un grupo con menor porcentaje espera, **“Ver mis programas favoritos a la hora que quiera” (21,8%)**; los NSE que esperan este beneficio son el B, C y D

# 10. Conclusiones y Sugerencias

## Conclusiones

### Tenencia y Uso de Medios

- La Cocina (99,1%), el televisor (98,5%), el celular (93,2%) y la radio (92,0%); son los equipos que tienen mayor presencia en los hogares peruanos; no se presenta diferencias significativas por segmentos, rango de edad o ciudades; los resultados son similares a la anterior medición.
- La presencia de internet en los hogares aumenta de 41.8% (estudio 2013) a 42,7% , la mayor penetración se da en la ciudad de Lima (48,5%), en los NSE A y B.
- El nivel de penetración de los celulares es alto (93,2%), el celular multimedia cuenta con una participación importante (49,9%), sobre todo en los NSE A, B y C; las ciudades donde hay mayor presencia de estos equipos son: Lima (54,6%), Chimbote (58,8%), Arequipa (50,4%), Huánuco (54,8%), Moquegua (61,9%) y Tacna (65,8%).
- El celular básico aún mantiene una presencia considerable (58,9%), sobre todo en los niveles socioeconómicos D y E; las ciudades donde hay mayor presencia de estos equipos son: Huaraz (55,4%), Arequipa (60,1%), Ayacucho (83,0%), Cajamarca (69,5%), Cusco (63,5%), Ica (59,5%), Huancayo (63,3%), Trujillo (55,5%), Chiclayo (76,9%), Piura (60,3%), Puno (71,9%), Juliaca (73,9%), Tarapoto (59,8%), Tumbes (65,9%) y Pucallpa (60,6%).
- La penetración del servicio de Televisión por Cable o Satelital subió en 2,2 puntos porcentuales, en relación al estudio realizado el 2013, el NSE donde hubo mayor crecimiento es el E y las ciudades donde se incrementó el uso de este servicio son: Iquitos (60,3%) , Huaraz (42,9%), Arequipa (53,4%), Huánuco (51,4%), Piura (45,6%) y Pucallpa (50,0%).

# 10. Conclusiones y Sugerencias

## Conclusiones

### Tenencia y Uso de Medios

- El 92,2% cuenta con el servicio de cable y el 7,3% tiene el servicio de televisión satelital.
- Para ambas mediciones las principales razones por las que tienen el servicio de televisión por cable o satelital son: *“para acceder a mayor variedad de programas”, “para recibir o captar mejor los canales de señal abierta”, “para tener más opciones de entretenimiento”* y *“porque están insatisfechos con la televisión abierta”*.
- La televisión sigue siendo el medio más consumido en el país, el promedio de horas, de lunes a domingo, que se dedican a ver este medio es de 4 a más.
- Las ciudades con mayor consumo de televisión de lunes a viernes son: Chiclayo (4,5 hrs promedio), Chimbote (3,7 hrs promedio), Ica y Tumbes (3,6 hrs promedio).
- Las ciudades con mayor consumo de televisión los fines de semana son: Chiclayo (4,3 hrs promedio), Chimbote (3,9 hrs promedio) Tacna e Ica (3,8 hrs promedio) y Cajamarca (3,7 hrs promedio).
- Los programas televisivos más vistos a nivel nacional son: Al Fondo Hay Sitio (19,4%), Esto es Guerra (15,9%), América Noticias Edición Central (14,7%), América Noticias - Primera Edición (14,0%); cabe mencionar, que todos estos programas pertenecen a la misma casa televisiva.
- En cuanto a la radio, el promedio de horas que las personas dedican a este medio, de lunes a domingo, es 3; se observa una mayor presencia en los NSE D y E. Cabe destacar, que hay un porcentaje que no acostumbra consumir radio (18.7% de lunes a viernes y 27,0% fines de semana).

# 10. Conclusiones y Sugerencias

## Conclusiones

### Tenencia y Uso de Medios

- Las ciudades con mayor consumo de radio de lunes a viernes son : Chiclayo (4,1 hrs promedio), Arequipa (3,5 hrs promedio), Lima y Tacna (3,3 hrs promedio).
- Las ciudades con mayor consumo de radio los sábados y domingos son: Chiclayo (3,8 hrs promedio), Cusco, Puno y Juliaca (3,4 hrs promedio).
- Los tipos de programas más escuchados en radio son: Música (85,3%), Noticieros (51,0%).
- Los entrevistados dedican, en promedio, 3 horas de lunes a domingo, para navegar por internet, se aprecia que el consumo de este medio es alto en los niveles A y B; las actividades que más realizan son visitar las redes sociales (73,1%), buscar información académica (61,5%) y chatear (37,3%).

### Control de Consumo de Televisión en el Hogar

- Respecto a las formas de control sobre el tiempo o tipo de programas que los niños ven en televisión, se consideró en ambas mediciones el que sólo ven hasta cierta hora y esta es en su mayoría hasta las 09:00 pm.
- Los programas que acostumbran a ver en familia son los infantiles, este resultado difiere de la medición anterior donde los programas que acostumbraban a ver en familia eran los de entretenimiento.

# 10. Conclusiones y Sugerencias

## Conclusiones

### Control de Consumo de Televisión en el Hogar

- Para ambas mediciones los entrevistados mencionan que acostumbran a comentar con los niños sobre los programas que ven en familia

### Evaluación y Grado de Satisfacción con los Medios

- Respecto al medio con el que más se entretienen tanto en el año 2015 como en el 2013 se considera a la TV abierta.
- Respecto al medio con el que más se puede acceder a temas educativos se considera al internet, los resultados son similares al estudio anterior.
- Para ambas mediciones la TV Abierta es el medio con el que mejor se informan.
- Respecto al medio más veraz se considera a la radio, en el año 2013 la TV abierta fue mejor considerada.
- Respecto al medio más cercano a la vida cotidiana se considera la TV abierta y radio, en el año 2013 la TV abierta fue mejor considerada.
- Respecto al medio que recoge diversas opiniones (más plural) se considera la radio, en el año 2013 la TV abierta fue mejor considerada.
- Respecto al medio más neutral (no se vende) se considera a la radio. En el año 2013 el más considerado fue la TV abierta.

# 10. Conclusiones y Sugerencias

## Conclusiones

### Evaluación y Grado de Satisfacción con los Medios

- Para ambas mediciones se considera a la TV abierta como el medio más sensacionalista (amarillista).
- Respecto al medio que seguirá vigente en 20 años no existe una marcada diferencia entre el internet, la TV abierta y la radio. En el 2013, la TV abierta fue la mejor considerada.
- Respecto a la exhibición en la televisión, los entrevistados sugieren que "las escenas de violencia" deberían mostrarse sólo después de las 10 pm y con advertencia. Las "escenas sexuales sugeridas y fuertes" nunca deberían mostrarse en televisión.
- Respecto a la emisión en la radio se considera que las "palabras soeces o insultos" o las "frases de connotación sexual o de doble sentido" nunca deberían emitirse.
- Se considera que la televisión peruana muestra de manera negativa al adulto mayor, a los niños y a la mujer.
- Respecto a los noticieros de la televisión peruana se encuentran de acuerdo con que "pasan muchas noticias de Lima", "no se profundiza (investiga)", es "manejado por autoridades políticas", es "manejado por intereses empresariales", "se aprovecha del dolor humano" y es un "programa de entretenimiento, policial y no de información". Muestran un ligero desacuerdo con que es un medio que "informa adecuadamente".

# 10. Conclusiones y Sugerencias

## Conclusiones

### Radio y Televisión Local

- El consumo de televisión local / regional es diaria y la mayoría se encuentra poco satisfecha con los canales de TV, en el año 2013 la mayoría se encontraba satisfecho.
- Las ciudades que consumen con mayor frecuencia televisión local / regional son: Lima (85,3%), Pucallpa (62,6%), Huaraz (68,5%) y Tarapoto (62,5%).
- El consumo de radio local / regional es diaria y la mayoría se encuentra satisfecha con las emisoras de radio.
- Las ciudades que consumen con mayor frecuencia radio local / regional son: Lima (61,6%), Huaraz (59,6%), Arequipa (53,4%), Juliaca (48,8%) y Puno (44,7%).

### Televisión Digital Terrestre

- La mayoría no ha escuchado hablar sobre la televisión digital terrestre (TDT) y consideran que el principal beneficio es "*mejorar la calidad de audio y video*".