

# Estudio de actitudes, hábitos y opinión sobre la radio y televisión 2011

## Ficha técnica

Encuesta realizada por Ad Rem S.A.C.

Periodo de campo: setiembre y octubre de 2011.

Cobertura: 14 ciudades del Perú (Lima y Callao, Arequipa, Cajamarca, Chiclayo, Chimbote, Cusco, Huancayo, Huaraz, Iquitos, Piura, Pucallpa, Puno, Tacna y Trujillo).

Universo: personas de 18 años a más.

Diseño muestral: 7.167 personas: 1.312 en Lima y Callao y aprox. 450 en cada una de las 13 ciudades restantes.

Margen de error:  $\pm 1.2\%$ , asumiendo la máxima dispersión en los resultados a Total ( $p=q=0.5$ ) y una confiabilidad del 95%. Lima y Callao  $\pm 2.7\%$ . Otras ciudades  $\pm 4.7\%$ .

Las referencias a un estudio anterior corresponden a la Encuesta sobre las actitudes, hábitos, evaluación y opinión hacia la radio y televisión en el Perú realizada en noviembre de 2009 por Ibope Media a pedido del CONCERTV. Más información en [www.concertv.gob.pe](http://www.concertv.gob.pe).

Documento realizado por el Área de Comunicaciones e Imagen del CONCERTV.

# Índice

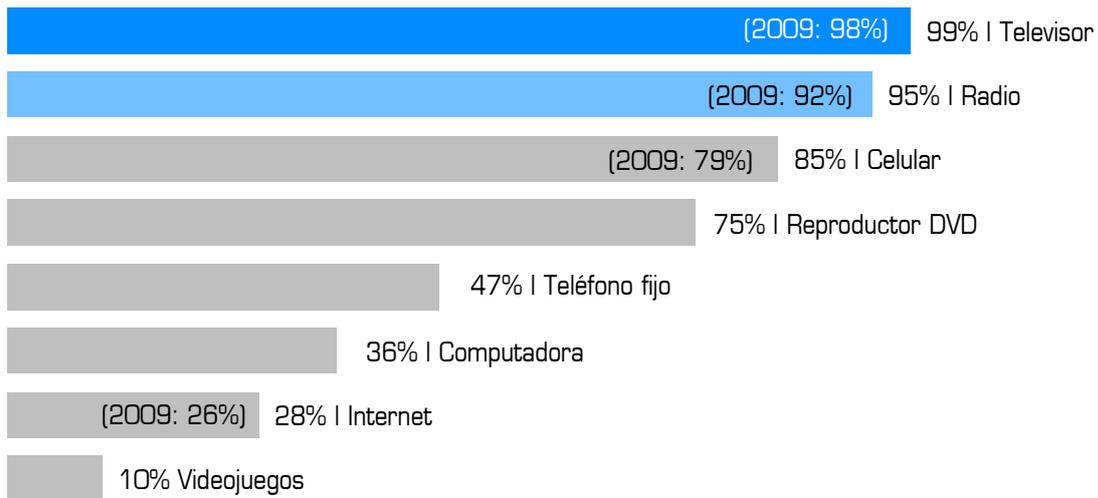
1. Tenencia de equipos	(3)
2. Televisión por suscripción	(4)
3. Hábito de consumo en medios	(5)
4. Evaluación de medios	(14)
5. Control parental	(19)
6. Regulación en medios	(21)
7. Radio y televisión estatal	(26)
8. Radio y televisión local	(30)
9. Televisión Digital Terrestre	(32)

# 1. Tenencia de equipos

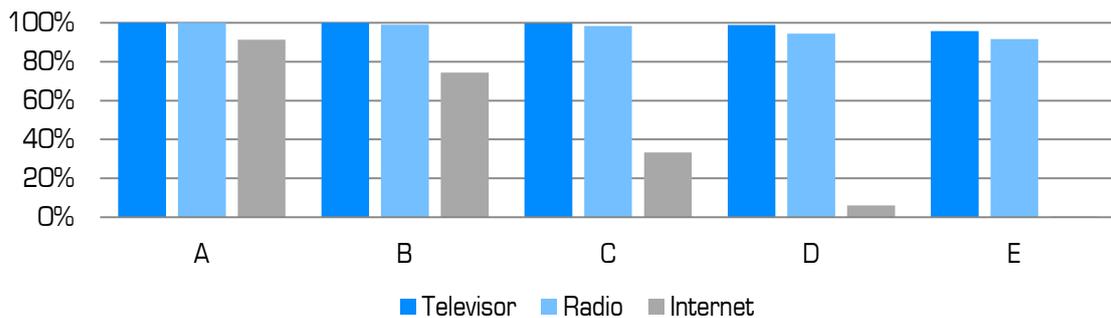
El televisor (99%) y la radio (95%) son los equipos más presentes en los hogares peruanos al igual que hace dos años. Dicha tendencia se mantiene casi intacta en todos los niveles socioeconómicos, a diferencia de Internet cuya penetración en hogares de niveles bajos y muy bajos (CDE) desciende considerablemente.

“El equipo más presente en los hogares es el televisor (99%), incluso por encima de la cocina (97%)”

## Penetración de equipos



## Penetración de equipos según NSE

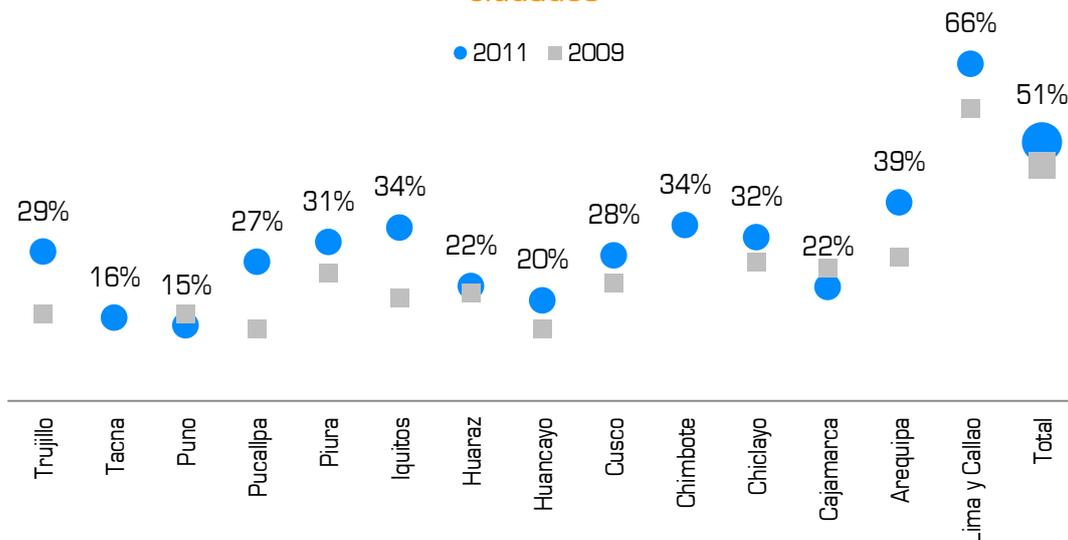


## 2. Televisión por suscripción

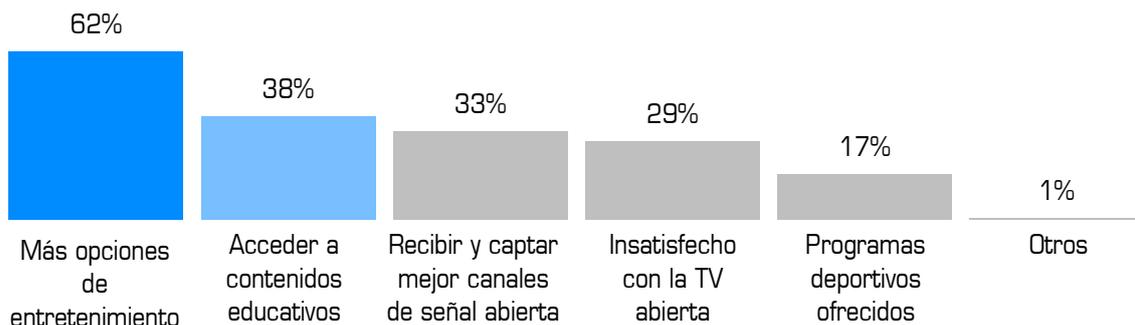
La penetración de la televisión por suscripción se incrementó en 5% a comparación de hace dos años, siendo Iquitos (+14%), Pucallpa (+13%), Trujillo (+12%) y Arequipa (+11%) las ciudades con mayor crecimiento. Las principales razones por la que cuentan con este servicio se mantienen iguales que en 2009: contar con mayores opciones de entretenimiento, acceder a contenidos educativos, y recibir y captar mejor los canales de señal abierta.

“Más de la mitad de los encuestados cuenta con TV pagada en su hogar, principalmente para tener más opciones de entretenimiento”

Penetración de la televisión por suscripción según ciudades

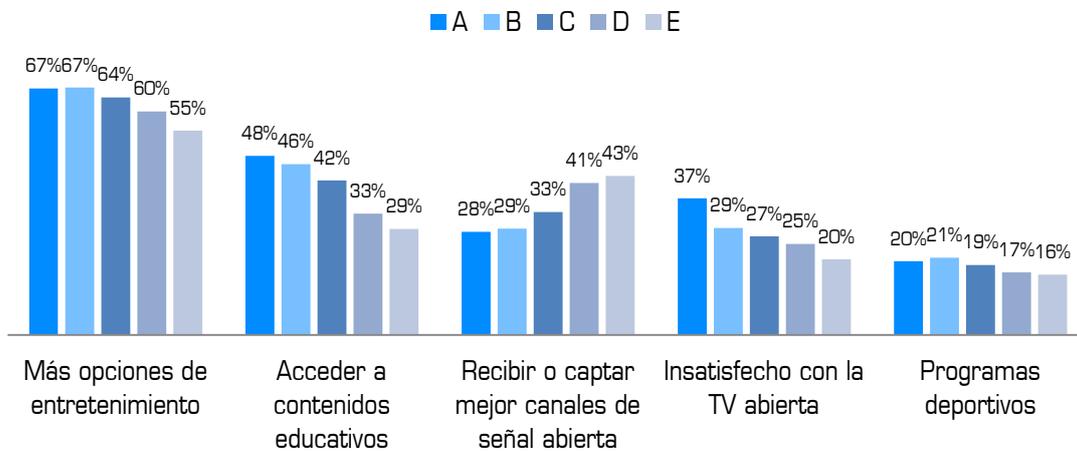


Razón por la cual cuentan con TV por suscripción



Respecto de los que tienen TV pagada

### Razón por la cual cuentan con TV por suscripción según NSE



Respecto de los que tienen TV pagada

## 3. Hábito de consumo de medios

La televisión es el medio de comunicación más consumido por los peruanos de todas las edades, niveles socioeconómicos y ciudades, salvo en el caso de Puno donde la radio es la más consumida (95%) por encima de la televisión (92%). Asimismo, en todos los casos Internet es el tercer medio consumido, notándose una tendencia a la baja en los niveles socioeconómicos más bajos y conforme se incrementa la edad de los encuestados. Mientras el consumo de TV se ha mantenido a comparación de 2009, la radio ha descendido 4%.

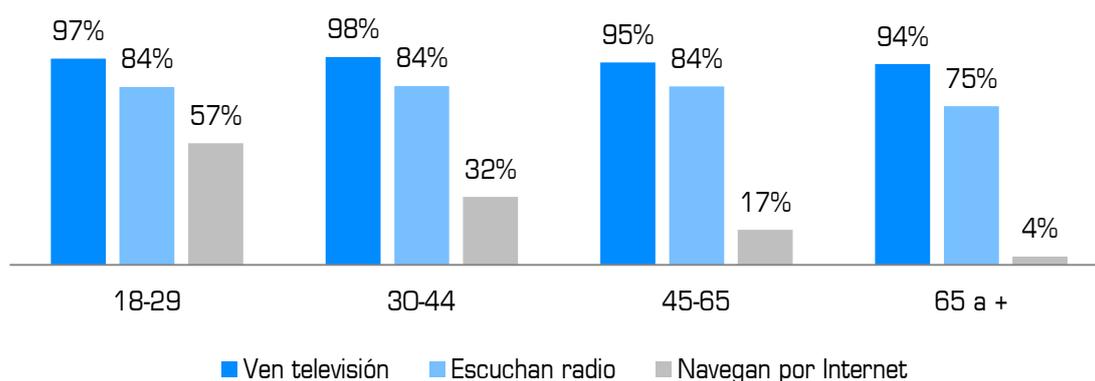
“El consumo de radio ha descendido 4% a comparación de 2009”

### Penetración de medios de comunicación

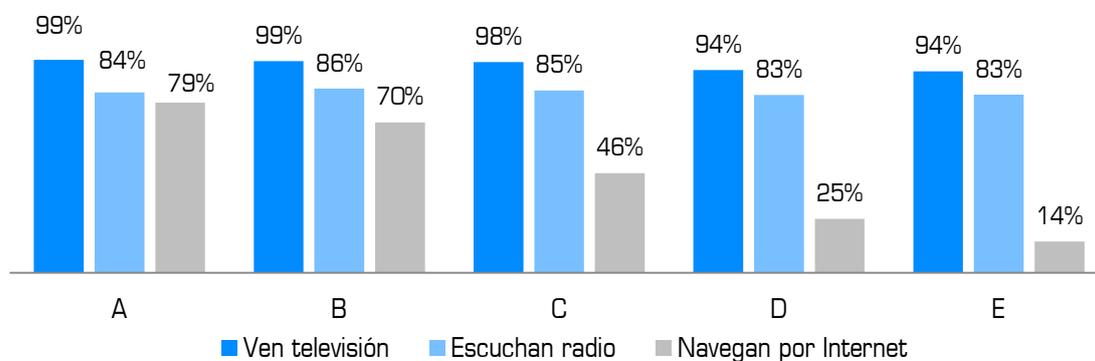


La ciudad con mayor consumo de televisión de lunes a viernes es Chiclayo (100%) y el de menor consumo Puno (93%). En radio, la ciudad con mayor consumo de lunes a viernes es Puno (96%) y el de menor consumo Chimbote (72%). En el caso de los fines de semana, las ciudades con mayor consumo de televisión son Lima y Cusco (97%) y la de menor consumo Cajamarca (84%). En radio, las ciudades con mayor consumo son Puno y Cusco (92%) y el de menor consumo Chimbote (64%).

### Penetración de medios según rango de edades



### Penetración de medios según nivel socioeconómico



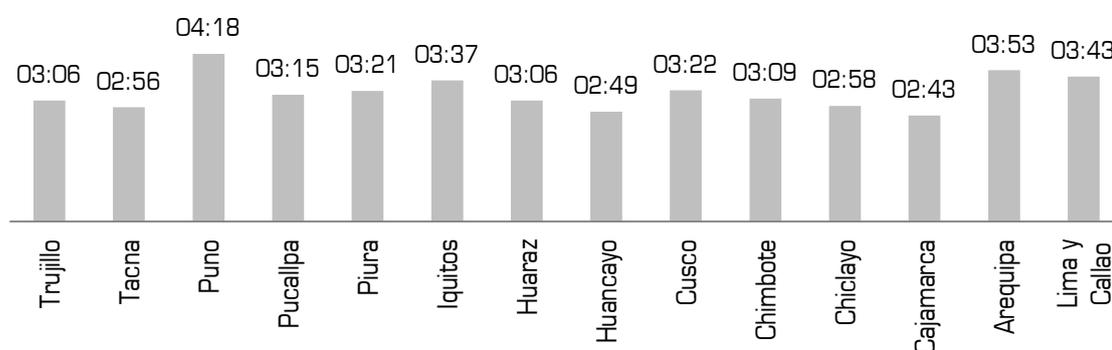
**“Los peruanos le dedican más de 11 horas al consumo de medios de comunicación”**

Entre ver televisión, escuchar radio, leer diarios/revistas y navegar por Internet, los peruanos le dedican más de 11 horas al consumo de medios de comunicación, siendo Puno (13 ½ horas) y Arequipa (12 ½ horas) los mayores consumidores de medios, y Cajamarca (9 horas) y Chiclayo (9 ½ horas) los de menor consumo.

### Horas promedio dedicadas a cada medio



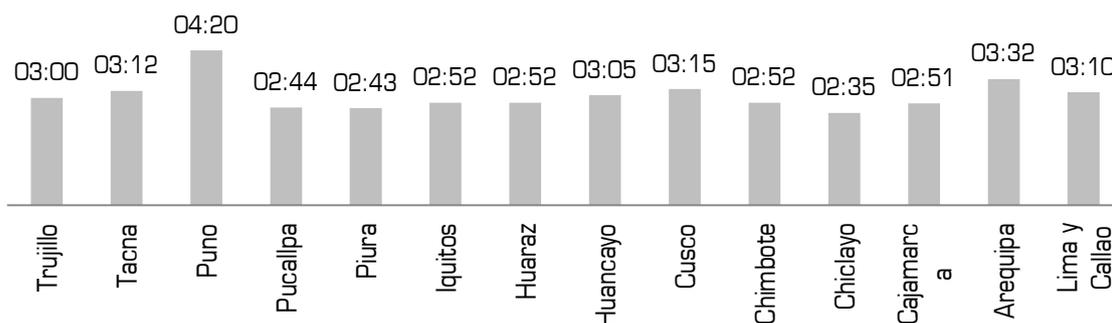
### Horas dedicadas a ver televisión



El consumo de televisión y radio se ha incrementado hasta las 3 horas y media, y 3 horas 10 minutos respectivamente, un incremento promedio de 30 minutos en cada medio a comparación de dos años atrás. Las ciudades con mayor consumo de televisión son Puno, Arequipa y Lima, y las de menos consumo Cajamarca, Huancayo y Tacna. En el caso de la radio, los de mayor consumo son Puno, Arequipa y Cusco, y los de menos consumo Chiclayo, Piura y Pucallpa.

**“El consumo de televisión ha alcanzado las tres horas y media, y el consumo de radio supera las tres horas”**

### Horas dedicadas a escuchar radio

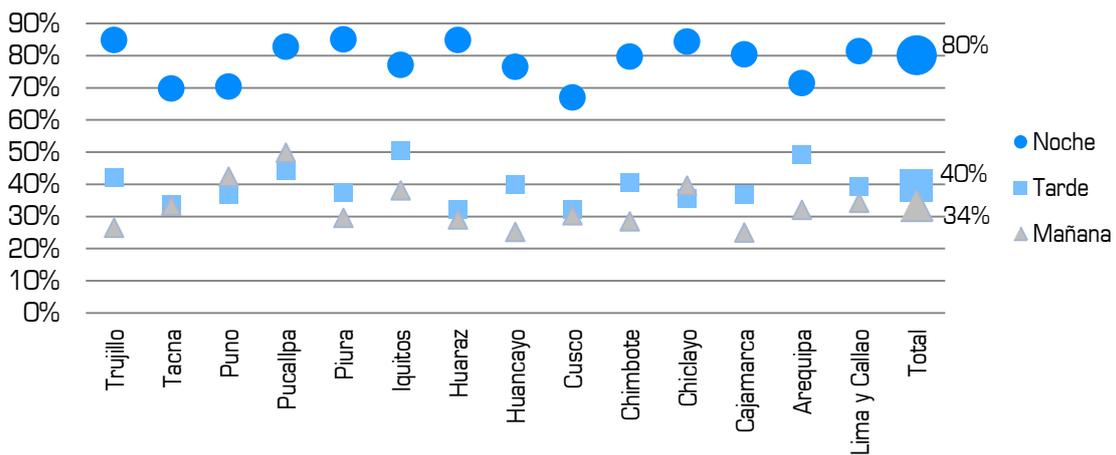


El horario en el que predomina la televisión es en la noche tanto los días de semana (80%) como los sábados y domingos (69%), aunque existen diferencias significativas entre ciudades. Por ejemplo, en el caso de Arequipa e Iquitos, la mitad de los encuestados señala ver televisión por la tarde de lunes a viernes, mientras que en Pucallpa, Puno y Chiclayo ven más televisión en la mañana que en la tarde.

En los fines de semana se reduce el consumo general de televisión, aunque el horario se empareja un poco más, incrementándose el consumo de televisión por la tarde, llegando en algunos casos a superar el 60% como en Chimbote y Trujillo.

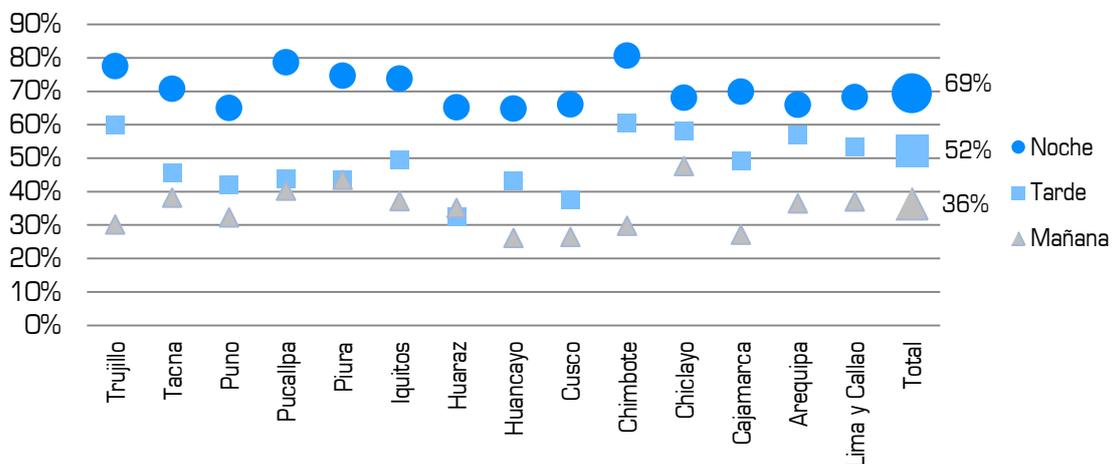
## “El 80% de peruanos consume televisión en la noche y radio por la mañana de lunes a viernes”

Horario en que se ve televisión de lunes a viernes según ciudades



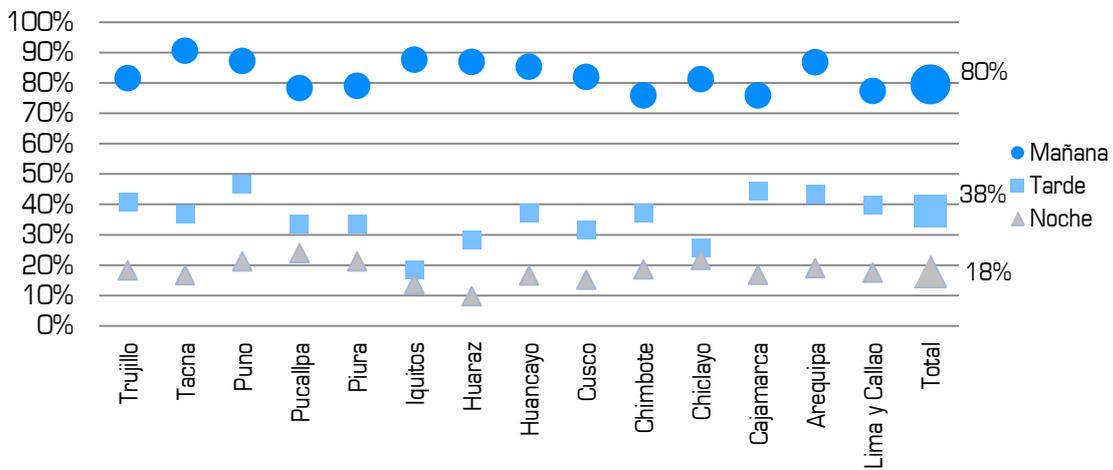
Respecto de los que ven televisión de lunes a viernes

Horario en que se ve televisión sábados y domingos según ciudades



Respecto de los que ven televisión los sábados y domingos

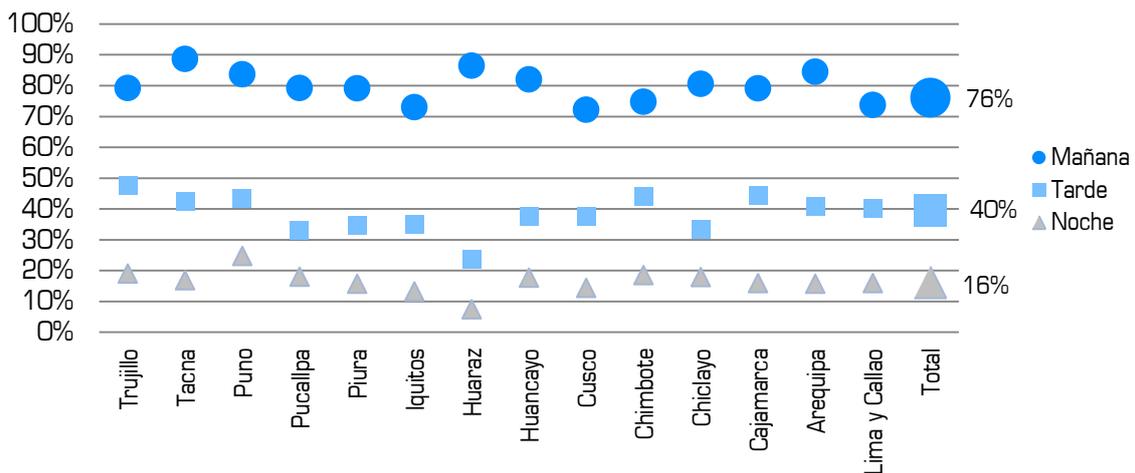
### Horario en que se escucha radio de lunes a viernes según ciudades



Respecto de los que escuchan radio de lunes a viernes

A diferencia de la televisión, la radio es consumida principalmente en la mañana en todas las ciudades encuestadas. De lunes a viernes, en ciudades como Puno y Cajamarca, existe un consumo considerable por la tarde, mientras que en Iquitos y Chiclayo el consumo es bajo. Los fines de semana se reduce levemente el consumo de radio por la mañana y se incrementa el consumo por la tarde.

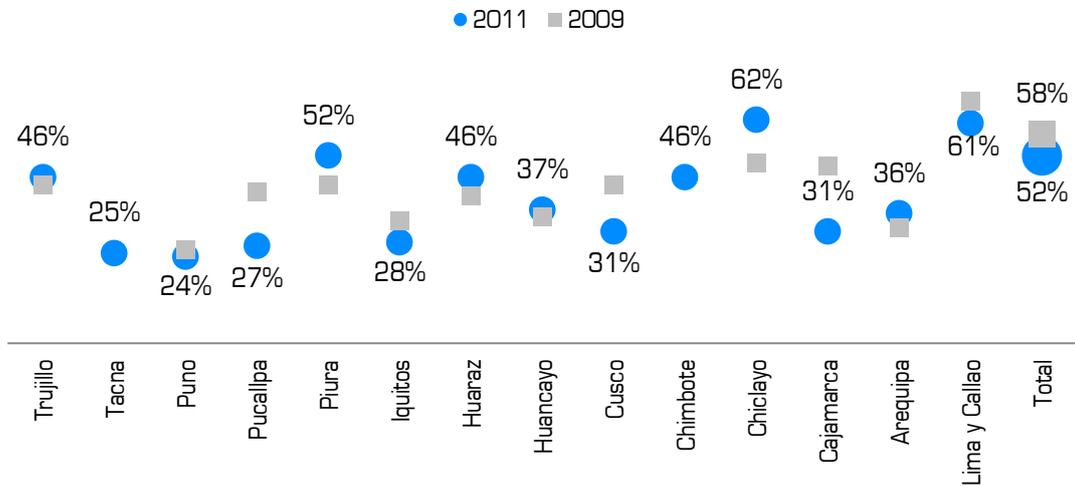
### Horario en que se escucha radio sábados y domingos según ciudades



Respecto de los que escuchan radio los sábados y domingos

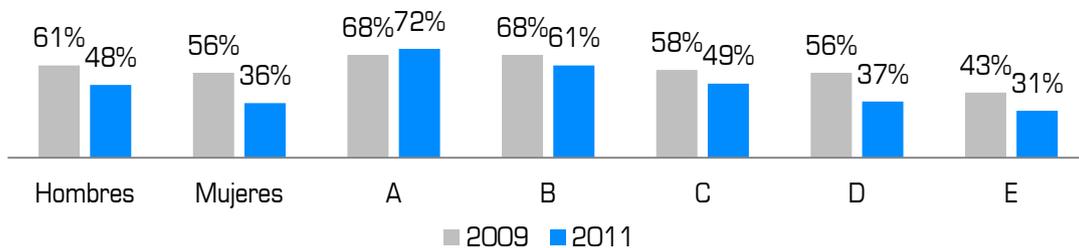
Las personas que ven televisión fuera del horario familiar han descendido 6% con respecto a 2009. Las ciudades donde se ve más televisión en dicho horario son en la costa (Chiclayo, Lima, Piura, Chimbote y Trujillo), en los niveles socioeconómicos altos y son principalmente hombres. En el caso del consumo de radio a partir de las 22:00 horas, este también ha disminuido, pasando de 12% a 7%.

### Audiencia televisiva fuera del horario familiar (a partir de las 22:00 horas) según ciudades



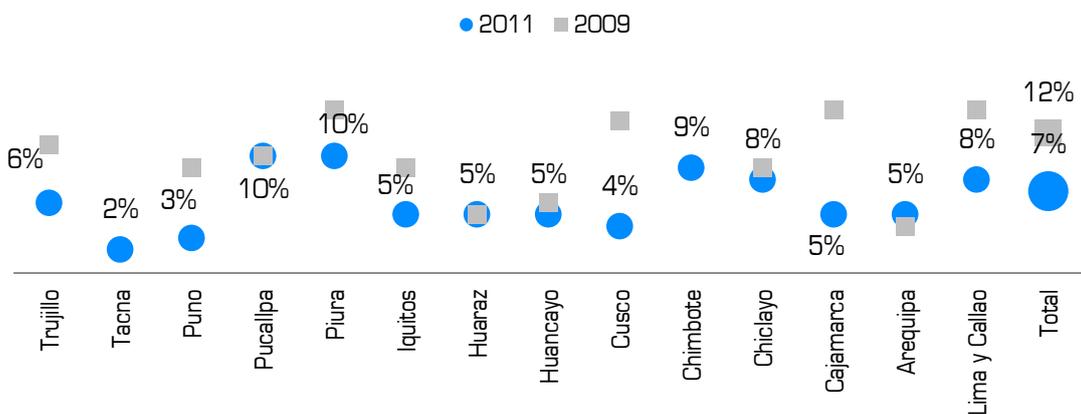
Respecto de los que ven televisión

### Audiencia televisiva fuera del horario familiar (a partir de las 22:00 horas) según género y NSE



Respecto de los que ven televisión

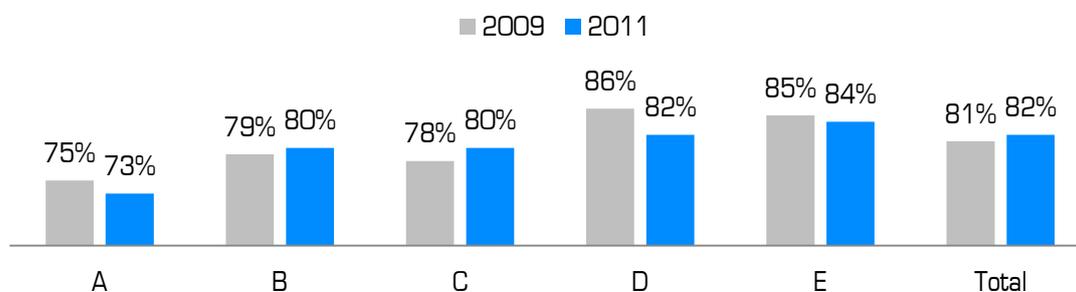
### Audiencia radial fuera del horario familiar (a partir de las 22:00 horas) según ciudades



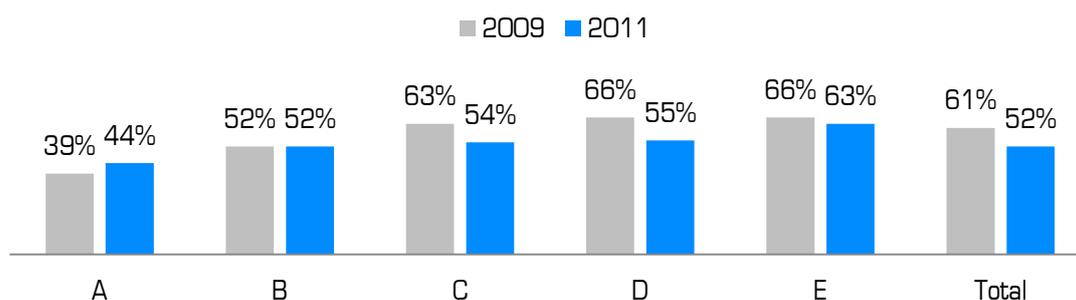
Respecto de los que escuchan radio

El 82% de los peruanos consume televisión en familia, una cifra que casi no ha variado a comparación de hace dos años. El mayor consumo se da en los niveles socioeconómicos bajos y muy bajos. En cuanto a la radio, escucharlo en familia disminuyó 9% en dos años, principalmente en los niveles socioeconómicos bajos.

### Consumo de televisión en familia, total y según NSE



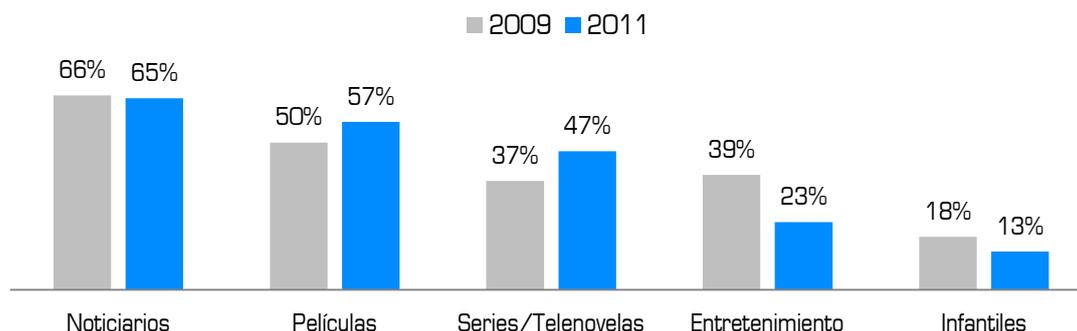
### Consumo de radio en familia, total y según NSE



**“El 82% de los peruanos ve televisión en familia, principalmente noticiarios, películas y series/telenovelas”**

Los principales tipos de programa de TV que se consumen en familia son los noticiarios, las películas y las series/miniseries/telenovelas. Existen casos puntuales donde se acostumbra ver más películas como en Lima y en el NSE A, mientras que en otros casos se ven más series/miniseries/telenovelas como en Chimbote y Trujillo. A diferencia de 2009, se ven en familia más películas, series/telenovelas y se ven menos programas de entretenimiento e infantiles.

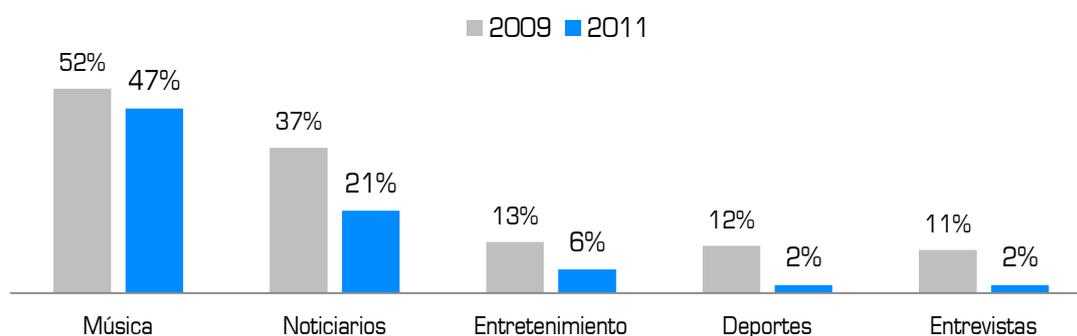
## Tipos de programas de televisión vistos en familia



Respecto de los que ven TV en familia

En la radio, los programas más escuchados en familia son los musicales, seguido por los noticieros. Existen casos puntuales donde se acostumbra escuchar más noticieros que música como en Iquitos (90%), Tacna (85%) y Huaraz (84%). Las ciudades donde se escucha menos noticieros radiales en familia es en Trujillo (15%), Chimbote (22%) y Chiclayo (26%).

## Tipos de programas de radio escuchados en familia

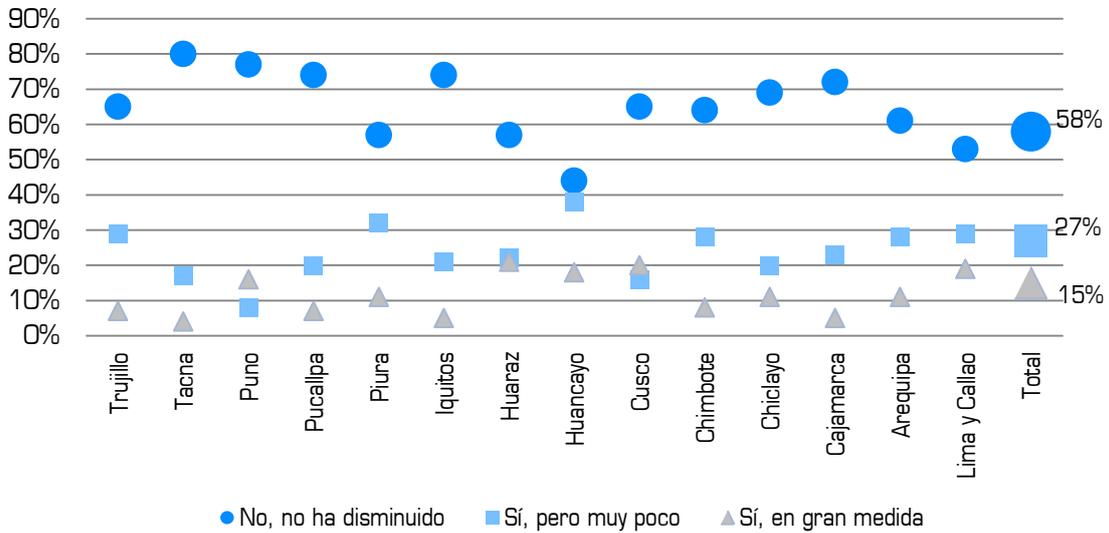


Respecto de los que escuchan radio en familia

**“El 58% de peruanos considera que no disminuyó su consumo de TV con la aparición de nuevas tecnologías”**

Ante la pregunta de si la aparición de nuevas tecnologías (Internet, DVD, etc.) ha provocado una disminución del consumo de TV, el 58% mencionó que no, siendo más acentuado en el NSE más bajo (76%), en mujeres (65%), en adultos mayores (78%) y en ciudades como Tacna (80%), Puno (77%), Iquitos (74%), Pucallpa (74%) y Cajamarca (72%). En ningún caso el porcentaje de personas que mencionaron que su consumo de TV disminuyó por nuevas tecnologías superó a quienes indicaron lo contrario.

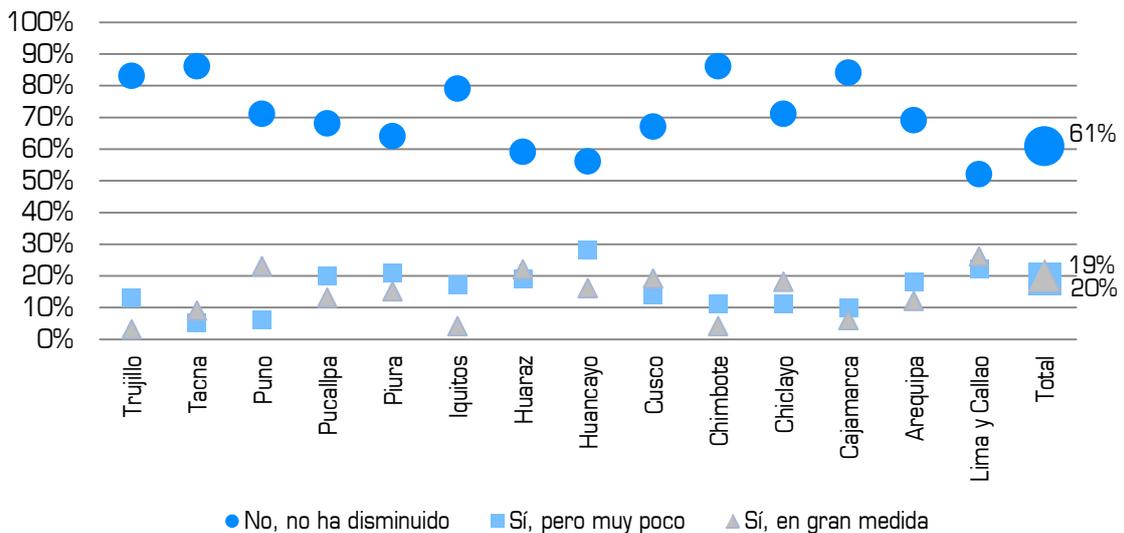
### Disminución en el consumo de TV con la aparición de nuevas tecnologías (Internet, DVD, etc.).



Respecto de los que ven TV

En el caso de la radio, el 61% afirmó que su consumo no ha disminuido por la aparición de nuevas tecnologías (Internet, MP3, etc.), siendo más acentuado en el NSE más bajo (80%), en mujeres (70%), en adultos mayores (80%) y en ciudades como Tacna (86%), Chimbote (86%) y Cajamarca (84%). En ningún caso el porcentaje de personas que mencionaron que su consumo de radio disminuyó por nuevas tecnologías superó a quienes indicaron lo contrario.

### Disminución en el consumo de radio con la aparición de nuevas tecnologías (Internet, MP3, etc.).



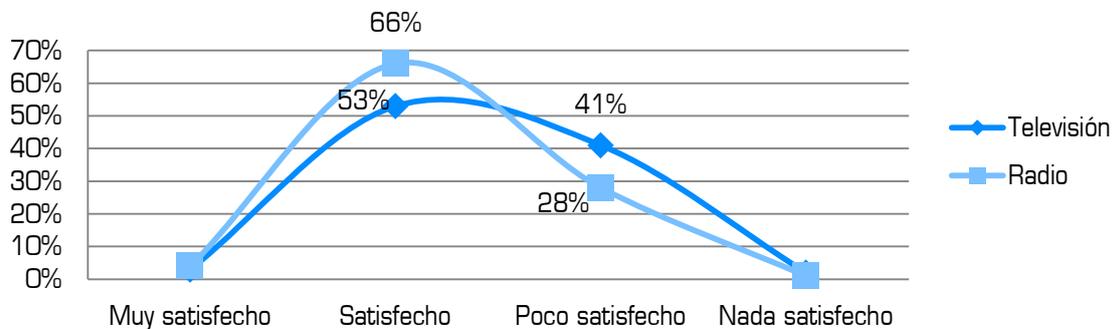
Respecto de los que escuchan radio

## 4. Evaluación de los medios

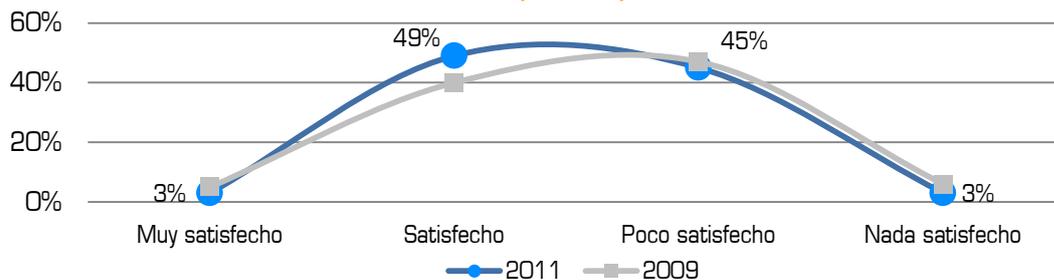
Con respecto al grado de satisfacción por la radio y televisión de sus localidades, el 52% indicó que está satisfecho con la televisión y el 62% con la radio. En el caso de Lima, la satisfacción con las radios locales se incrementa hasta el 66% con sus emisoras de radio locales. En las demás regiones, el grado de satisfacción es de 49% (+9% vs. 2009) con la televisión y 55% (+11% vs. 2009) con la radio.

**“El 52% de los peruanos está satisfecho con la televisión y el 62% con la radio”**

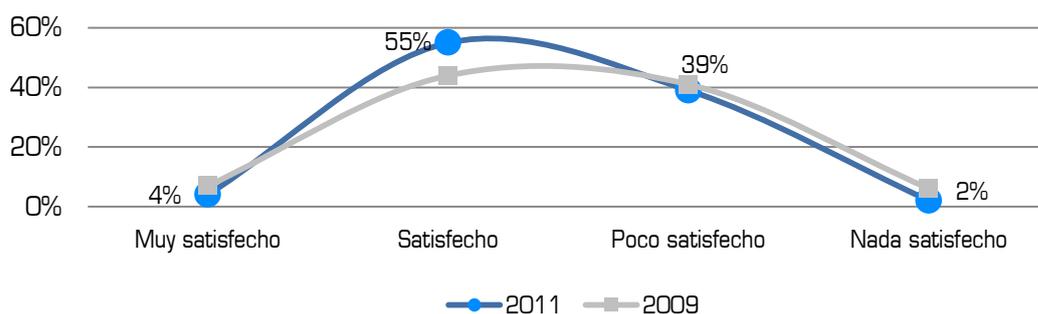
Nivel de satisfacción de limeños con su televisión y radio



Nivel de satisfacción con la televisión de su localidad (no incluye Lima y Callao)

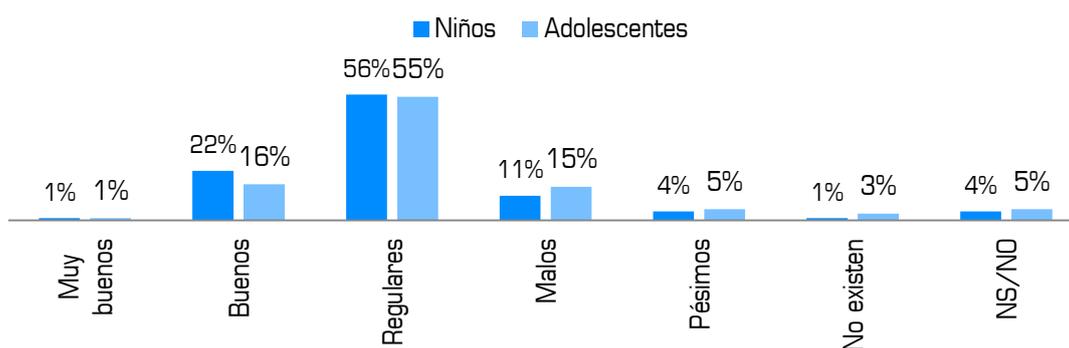


Nivel de satisfacción con la radio de su localidad (no incluye Lima y Callao)



Los programas para niños y adolescentes producidos en el Perú son considerados regulares para más de la mitad de los encuestados. Las ciudades más críticas con los programas para niños son Puno, Cusco, Huancayo y Arequipa, mientras que en Iquitos el 42% considera como buena la programación nacional para niños. En el caso de los programas para adolescentes, las ciudades más críticas son Cusco, Huancayo, Puno y Chiclayo.

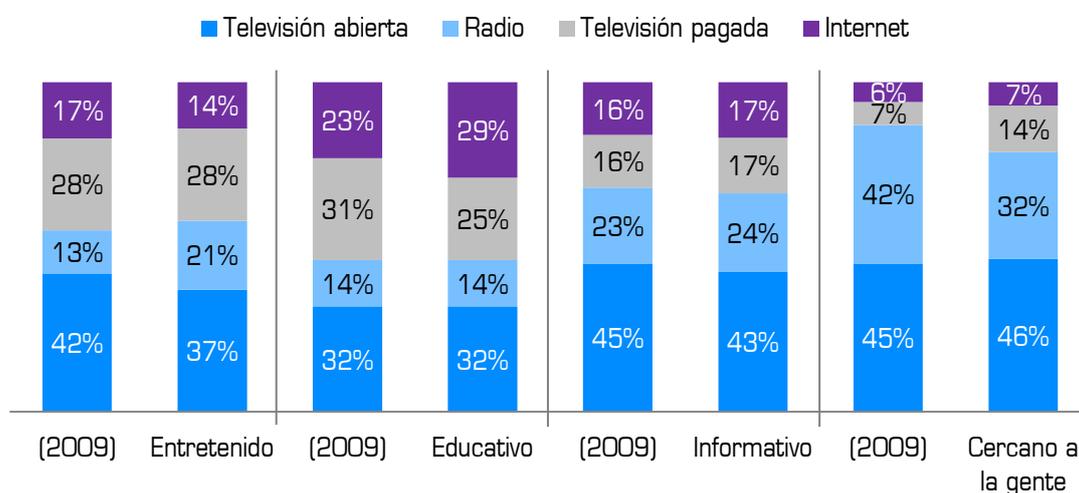
### Evaluación sobre los programas nacionales de TV para niños y adolescentes



Para los peruanos, la televisión es el medio por excelencia, al ser considerada el medio más entretenido, educativo, informativo, cercano a la gente, veraz, plural, sensacionalista y el que seguirá vigente en 20 años. Sin embargo, a comparación de hace dos años, la radio incrementó 8% y la televisión disminuyó 5% en su valoración como medios más entretenidos, Internet subió 6% como medio más educativo, y la radio disminuyó 10% como medio más cercano a la gente.

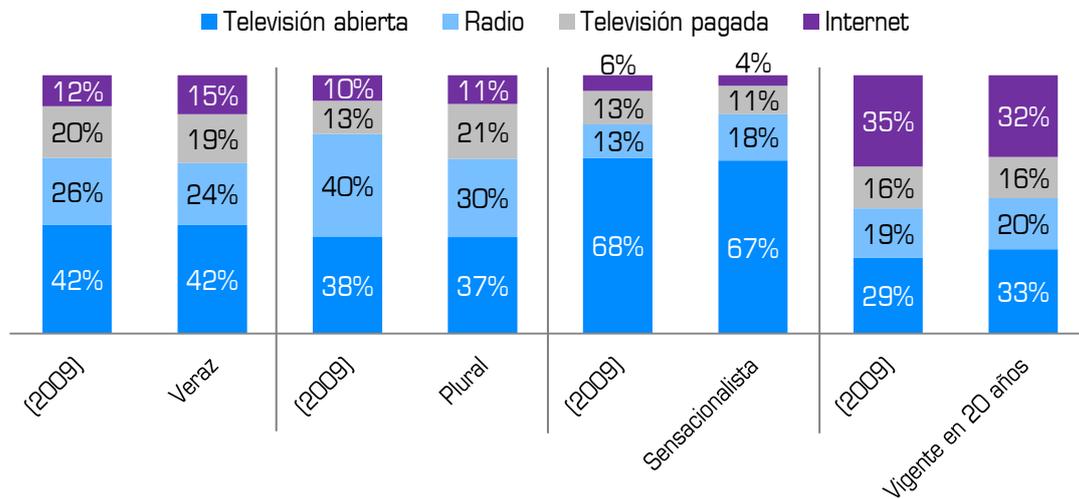
**“La televisión es considerada el medio más entretenido y educativo, pero también el más sensacionalista”**

### Evaluación: ¿Cuál es el medio más... ?



Asimismo, la radio dejó de considerarse como el medio más plural al incrementarse el porcentaje de la televisión pagada en un 8%. La televisión sigue siendo considerado el medio más sensacionalista y también, junto a Internet, los medios que se consideran seguirán vigentes en 20 años.

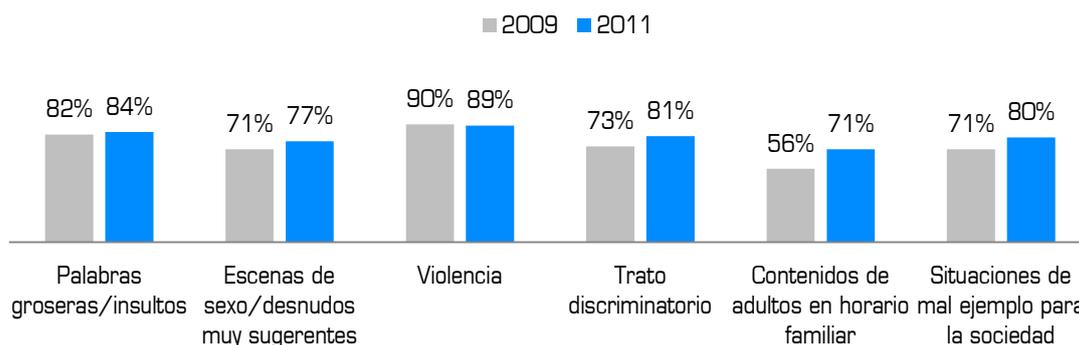
### Evaluación: ¿Cuál es el medio... ?



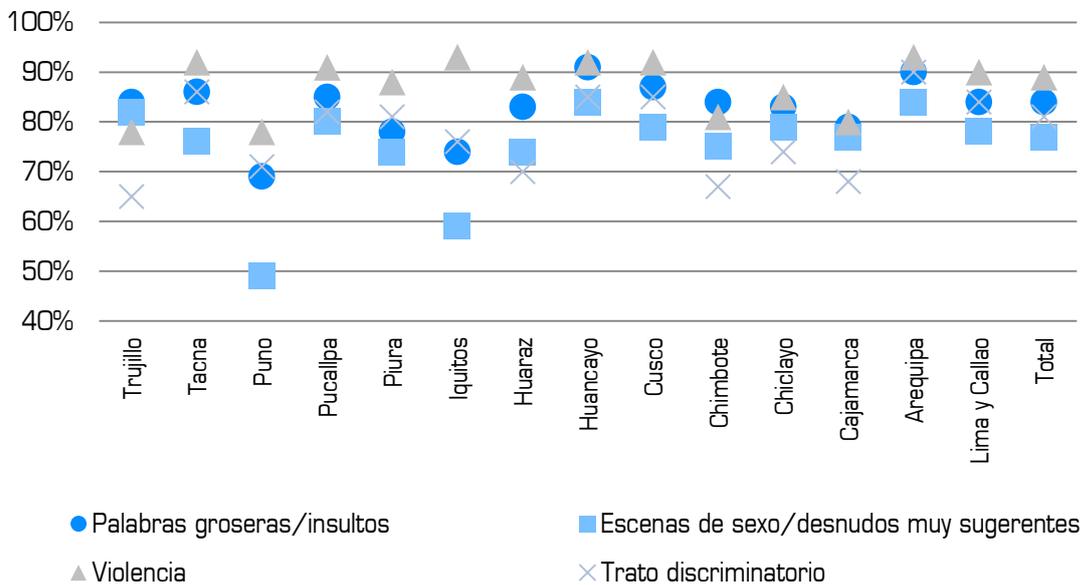
La percepción de la presencia de contenidos inadecuados en la radio y televisión se ha incrementado prácticamente en todos los casos, siendo la violencia (89%) el caso más recurrente según los encuestados. Los incrementos más significativos se dieron en la presencia de contenidos de adultos en horario familiar (+15%), situaciones de mal ejemplo para la sociedad (+9%) y trato discriminatorio (+8%). La mayor percepción de violencia en radio y televisión se da en Iquitos y Arequipa (93%), palabras groseras e insultos en Huancayo (91%) y Arequipa (90%), escenas de sexo o desnudos muy sugerentes también en las dos anteriores ciudades (84%), y trato discriminatorio en Arequipa (90%) y Tacna (86%).

**“Los peruanos perciben mucha violencia (89%) y trato discriminatorio (81%) en la radio y televisión peruana”**

### Presencia de contenidos inadecuados en la radio y televisión



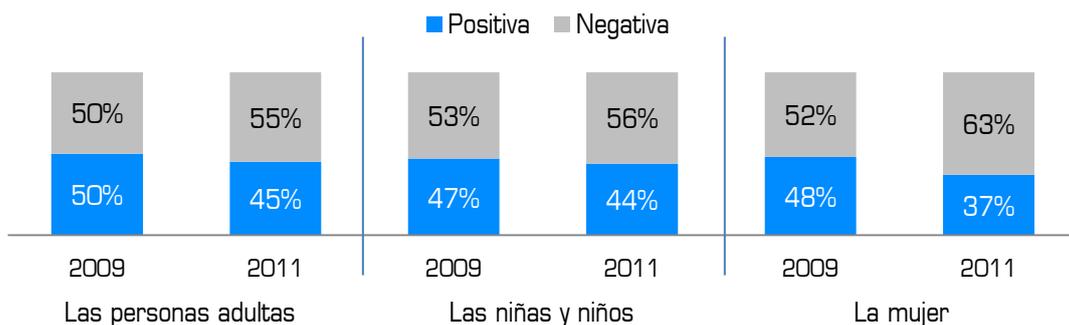
### Presencia de contenidos inadecuados en la radio y televisión, según ciudades



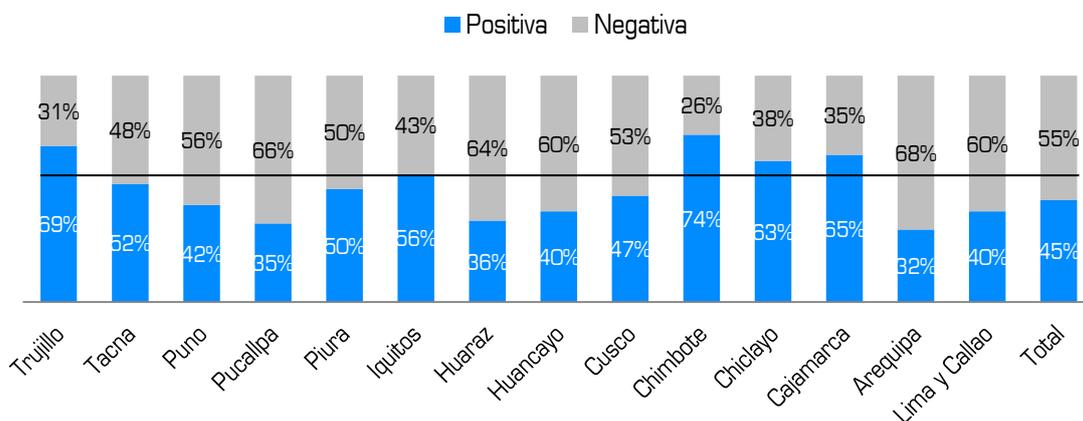
La percepción de cómo la televisión muestra a las personas adultas mayores, niños y niñas, y a la mujer es en general negativa y se ha incrementado a comparación de hace dos años. El mayor incremento se ha visto en la percepción de que la televisión muestra negativamente a la mujer (+11%) y a las personas adultas mayores (+5%).

“La mayoría de peruanos percibe que la televisión muestra negativamente a las personas adultas mayores (55%), a los niños (56%) y a la mujer (63%)”

### Percepción de si la televisión muestra positiva o negativamente a ...

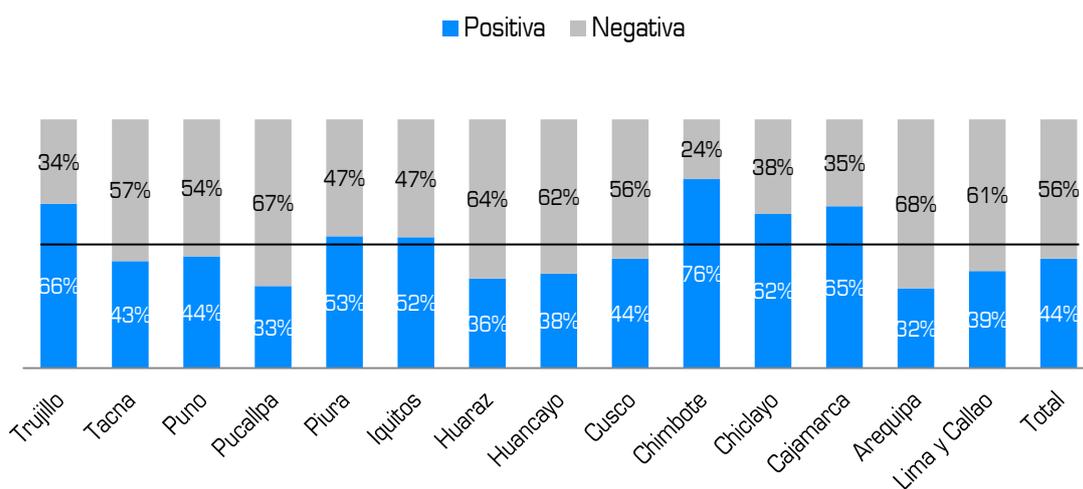


### Percepción de si la televisión muestra positiva o negativamente a las personas adultas mayores, según ciudades



No obstante, existen marcadas diferencias en las distintas ciudades del Perú. En el caso de la percepción de la imagen de las personas adultas mayores en la televisión, se muestra mayoritariamente positiva en Chimbote, Trujillo, Cajamarca y Chiclayo, mientras que en Arequipa, Pucallpa y Huaraz sucede lo contrario.

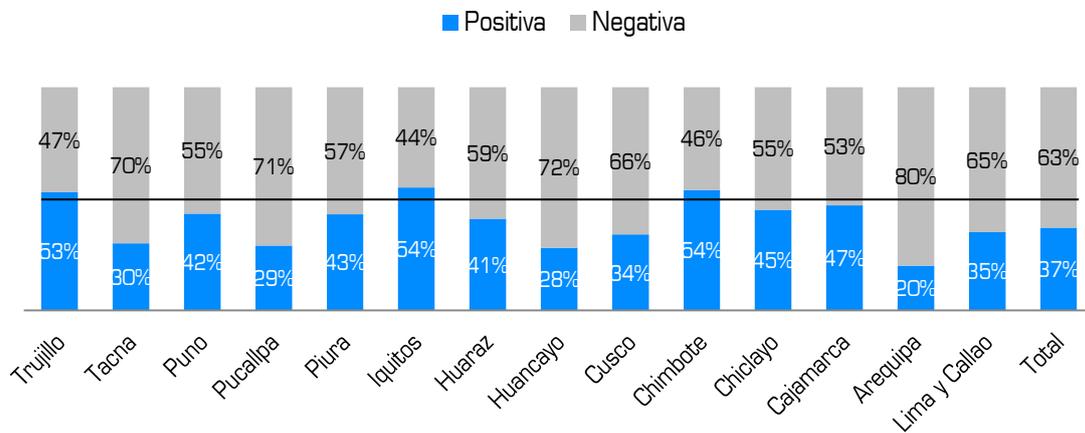
### Percepción de si la televisión muestra positiva o negativamente a los niños y niñas, según ciudades



Según los encuestados, en ciudades como Chimbote, Trujillo, Cajamarca y Chiclayo la televisión muestra positivamente a los niños y niñas. La situación es opuesta en Arequipa, Pucallpa y Lima. Finalmente, en caso de la imagen que la televisión muestra de la mujer, solo los encuestados de Iquitos, Chimbote y Trujillo la consideraron

positiva, mientras que en Arequipa, Huancayo, Pucallpa y Tacna la percepción negativa supera el 70%.

### Percepción de si la televisión muestra positiva o negativamente a la mujer, según ciudades

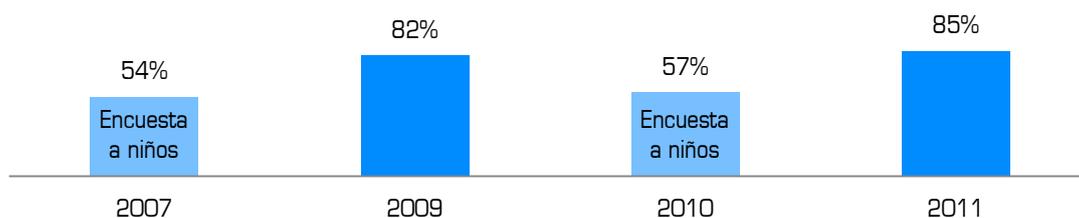


## 5. Control parental

Del 66% de hogares que cuentan con niños menores de 14 años, el 85% de los encuestados afirman que existe algún tipo de control en el hogar sobre el tiempo y/o programas que los niños ven en televisión, un incremento de 3% a comparación de hace dos años. Este resultado contrasta con las respuestas de la misma pregunta formulada a los niños y adolescentes, quienes en una encuesta realizada el 2010 solo el 57% afirmaba que les habían puesto reglas o condiciones para ver televisión.

**“El 85% de adultos afirma que existe control parental de TV, pero solo el 57% de niños y adolescentes lo confirma”**

### Existencia de control del tiempo que los niños ven televisión

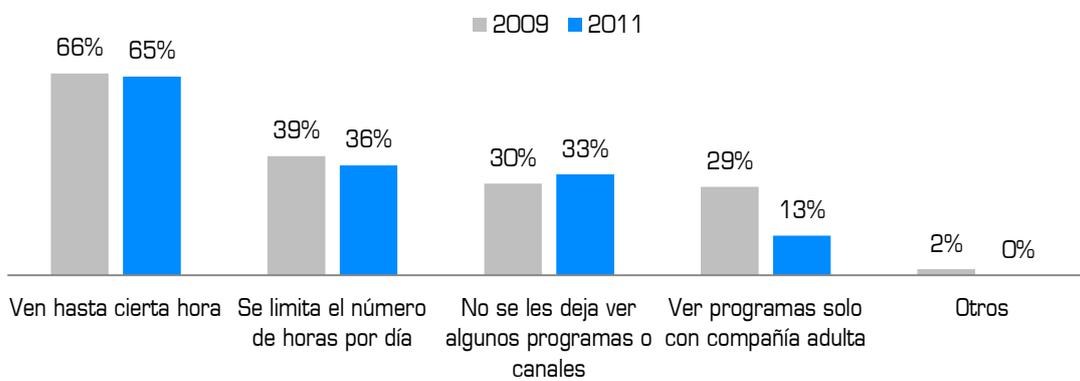


Respecto de los que tienen menores de 14 años en el hogar. 2007 - Encuesta sobre el consumo televisivo y radial infantil realizada en el IV trimestre de 2007 por CPI a pedido del CONCERTV. 2010 - Encuesta a niños y adolescentes sobre la radio y televisión realizada el III trimestre de 2010 por Arellano Marketing a pedido del CONCERTV. Más información en [www.concertv.gob.pe](http://www.concertv.gob.pe).

La principal forma de control utilizada en los niños es dejarlos ver hasta cierta hora (65%), principalmente hasta las nueve de la noche o antes (91%), aunque dicha cifra disminuye considerablemente cuando se les consulta a los propios niños (45%). El tipo de control a través del visionado de programas con compañía adulta ha disminuido de 29% a 13% en dos años.

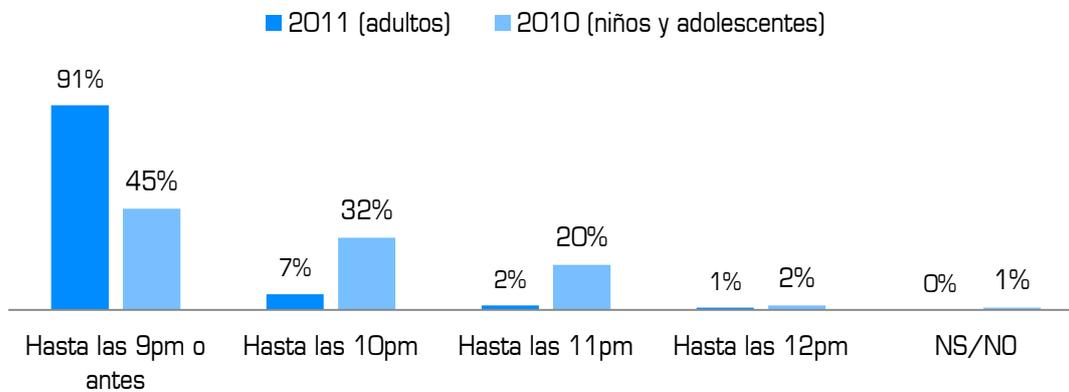
**“El 91% de adultos afirma que se les deja ver TV a los niños hasta las 9pm. Solo el 45% de niños lo confirma”**

### Forma de control utilizada en los niños para ver televisión



Respecto de los que tienen menores de 14 años en el hogar y en los que existe algún tipo de control.

### Hora máxima que se les deja ver TV a los niños



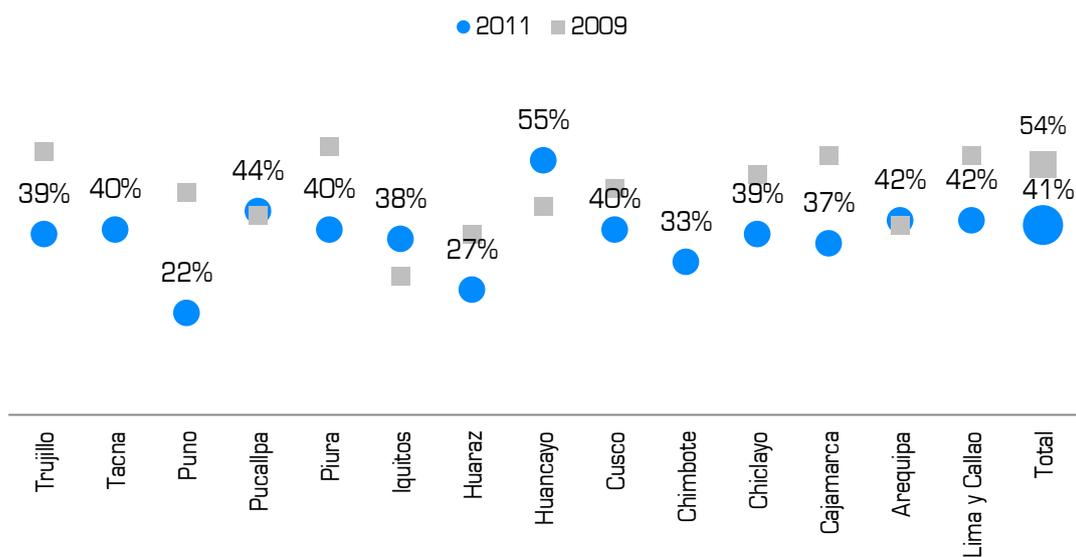
Respecto de los que tienen menores de 14 años en el hogar. 2010 - Encuesta a niños y adolescentes sobre la radio y televisión realizada el III trimestre de 2010 por Arellano Marketing a pedido del CONCORTV. Más información en [www.concortv.gob.pe](http://www.concortv.gob.pe).

## 6. Regulación en medios

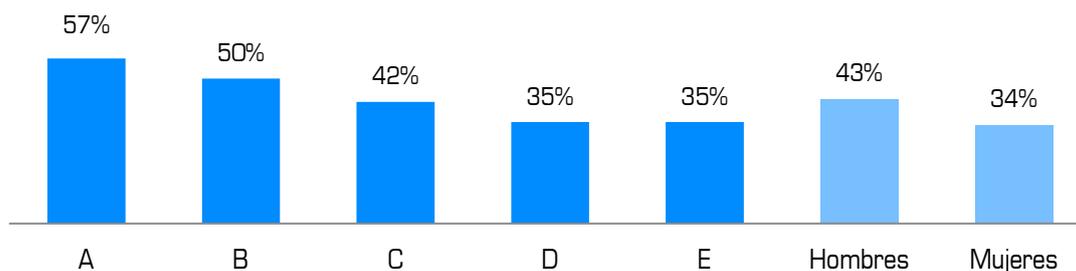
La creencia de que existe alguna entidad que regula la radio y televisión ha pasado del 54% al 41% en dos años, una diferencia de más de 10%. Las ciudades en las que dicha cifra ha descendido más son en Puno (-26%), Cajamarca (-19%), Piura y Trujillo (-18%). También existe una tendencia negativa de acuerdo al nivel socioeconómico, así como una diferencia notoria entre hombres (43%) y mujeres (34%).

“Solo el 41% de los peruanos cree que hay una entidad que regula la radio y TV peruana”

Creencia de que existe alguna entidad que regula la radio y TV, según ciudades

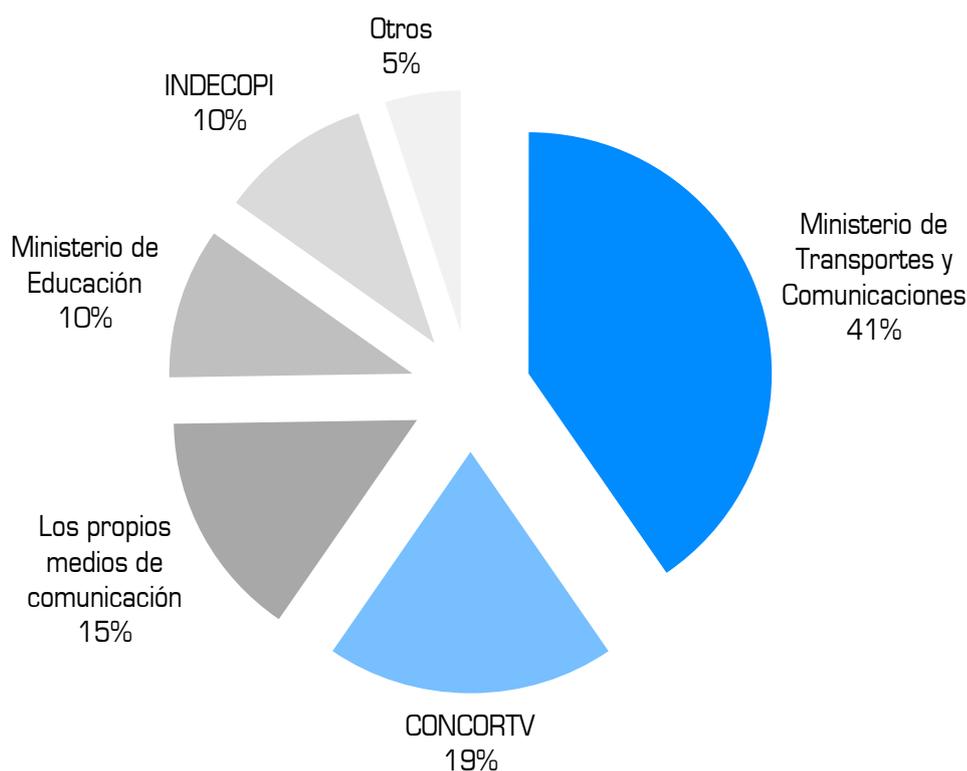


Creencia de que existe alguna entidad que regula la radio y TV, según NSE y género



Sobre quién es el organismo que regula actualmente la radio y televisión peruana, el 41% afirmó que es el Ministerio de Transportes y Comunicaciones, porcentaje que se incrementa en ciudades como Puno (52%), Huaraz (51%) y Tacna (46%), en el grupo etario de personas adultas mayores (55%) y en los hombres (44%).

### ¿Quién regula actualmente la radio y TV?



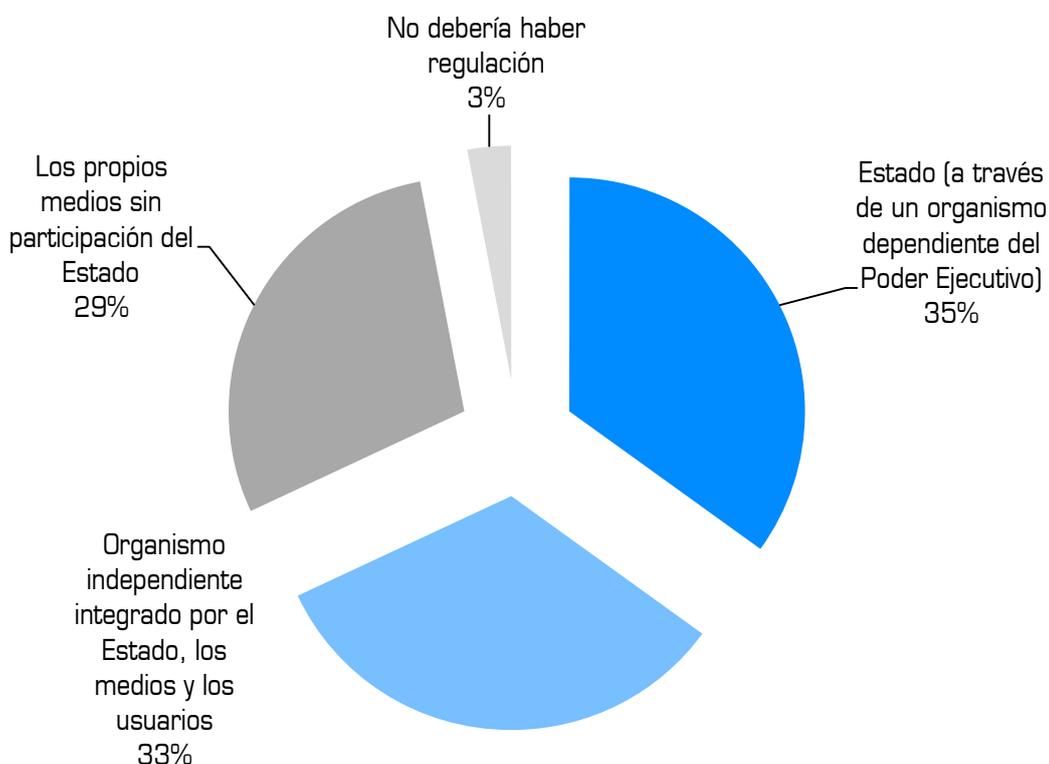
Quienes afirman con mayor porcentaje que los propios medios de comunicación se autorregulan son los encuestados de Cajamarca (38%), Chimbote (34%) y Chiclayo (31%), los niveles socioeconómicos más bajos, los jóvenes (23%) y las mujeres (24%).

**“El 35% de los peruanos quiere que una entidad del Poder Ejecutivo regule la radio y TV. El 33% pide un órgano multisectorial”**

La posición sobre quién debería regular la radio y televisión en el Perú se encuentra dividida entre los que consideran que debe ser el Estado a través de un organismo dependiente del Poder Ejecutivo (35%), un organismo independiente integrado por el

Estado, los medios y los usuarios (33%), y los propios medios de comunicación sin participación estatal (29%).

### ¿Quién debería regular la radio y TV?

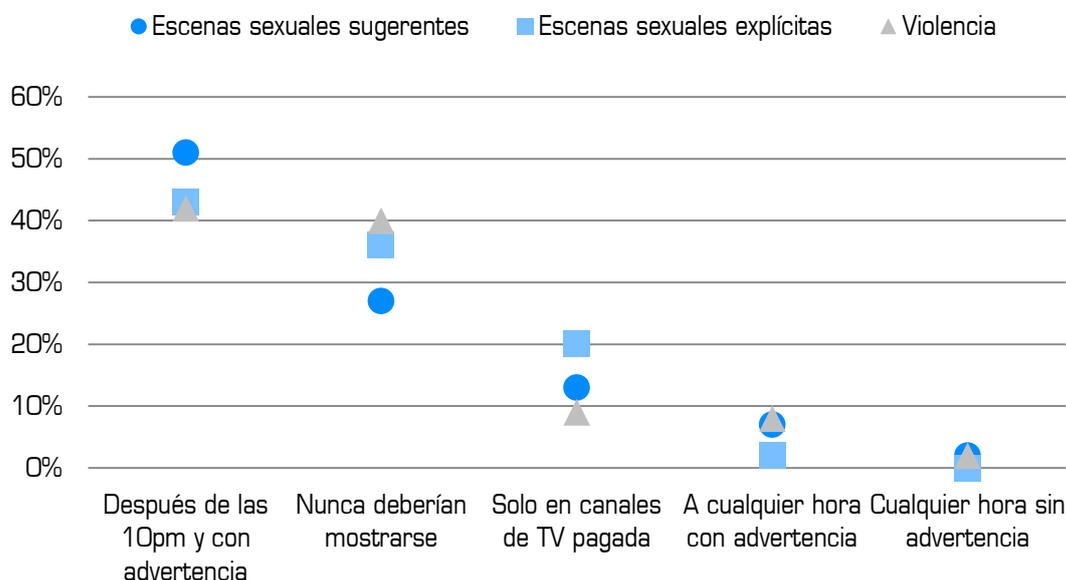


Según ciudades, quienes apuestan más por un órgano de regulación estatal son Huaraz (57%), Puno (45%), Tacna (44%) y Huancayo (40%). Quienes prefieren un organismo independiente y multisectorial son Cusco (40%), Lima (36%) y Chiclayo (34%). Finalmente, Chimbote (50%), Trujillo (46%) y Cajamarca (45%) prefieren la autorregulación sin ninguna participación del Estado.

Según el nivel socioeconómico, los niveles más altos apuestan por un organismo multisectorial (45%) mientras los más bajos optan por una autorregulación sin participación del Estado (36%).

Finalmente, según el grupo de edad los más jóvenes prefieren la autorregulación de los medios sin participación del Estado (36%), mientras que las personas adultas mayores optan por un organismo dependiente del Poder Ejecutivo (42%).

## Posición respecto a la exhibición en TV de...



Para el 51% de los peruanos, las escenas sexuales sugerentes deben presentarse solo después de las 10pm y con advertencia, siendo el resultado más pronunciado en Chiclayo (71%), Cajamarca (69%) y Chimbote (68%). En Puno el 52% considera que nunca debería mostrarse.

En cuanto a las escenas sexuales explícitas, el 43% considera que nunca deberían mostrarse en la televisión, el 36% indica que puede difundirse después de las 10pm con advertencia y el 20% que solo debería mostrarse en la TV pagada.

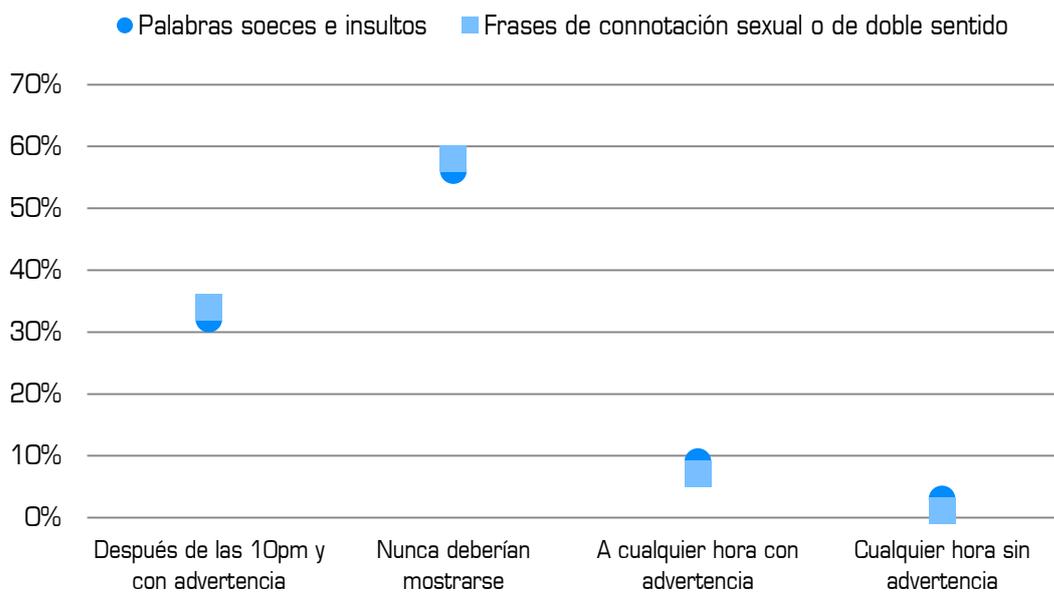
**“43% de peruanos pide que escenas violentas se emitan después de las 10pm. 40% considera que nunca deberían mostrarse”**

Con respecto a la violencia, para el 42% de los encuestados solamente deben difundirse después de las 10pm y con advertencia, mientras que para el 40% nunca debería emitirse en la televisión, siendo el porcentaje más alto en ciudades como Puno (58%), Cusco (52%), Piura y Lima (43%), y en las personas adultas mayores (55%).

## “Más de la mitad de peruanos considera que nunca deberían emitirse insultos y frases en doble sentido en la radio”

Para el 56% de los encuestados las palabras soeces e insultos nunca deberían emitirse en la radio, siendo más pronunciado en ciudades como Cajamarca (78%), Trujillo (77%), Piura (76%) y Puno (75%), en los niveles socioeconómicos altos (66%), en las mujeres (63%) y en las personas adultas mayores (73%).

### Posición respecto a la emisión en radio de...



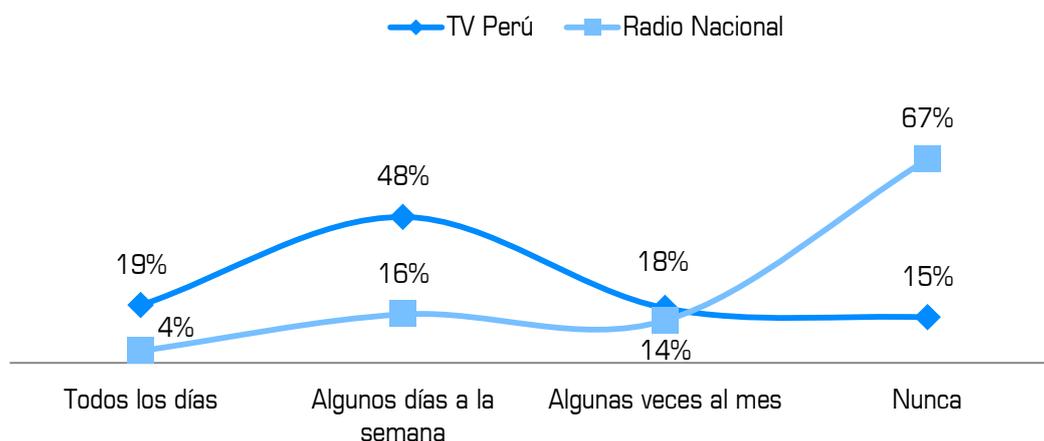
Del mismo modo, el 57% de los encuestados considera que las frases de connotación sexual o de doble sentido nunca deberían emitirse en la radio. Dicha cifra se incrementa en ciudades como Puno (77%), Cajamarca (76%), Trujillo (75%) y Piura (72%), en los niveles socioeconómicos altos (61%), en las mujeres (64%) y en las personas adultas mayores (75%).

## 7. Radio y televisión estatal

El porcentaje de personas que ven TV Perú al menos una vez al mes alcanza el 85%, mientras que en el caso de Radio Nacional la cifra se reduce considerablemente (33%). En ambos casos, la mayoría consume la radio y televisión estatal solo algunos días a la semana.

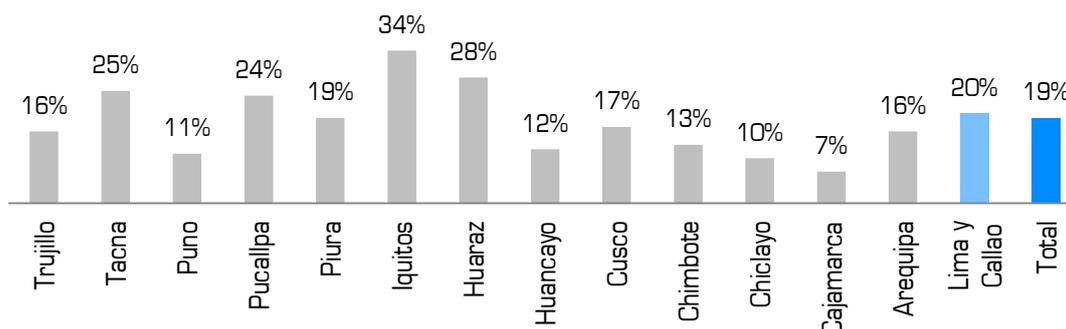
**“67% de peruanos nunca escucha Radio Nacional y el 69% considera que TV Perú tiene una buena programación”**

### Frecuencia de consumo de TV Perú y Radio Nacional

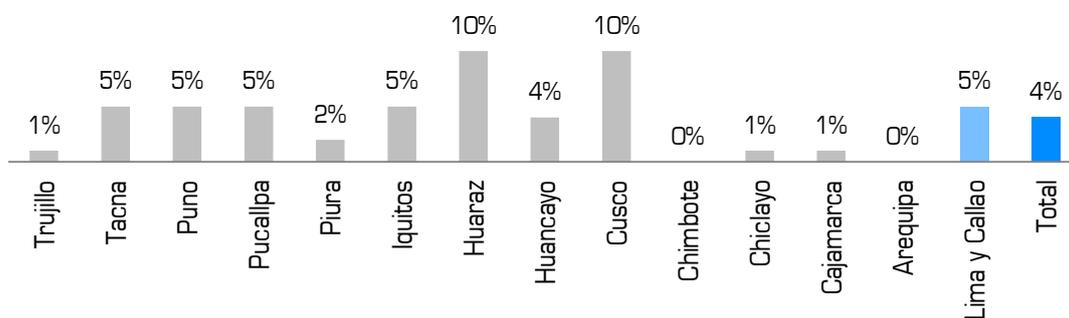


Las personas que ven en mayor porcentaje TV Perú diariamente viven en Iquitos (34%), Huaraz (28%) y Tacna (25%), son del nivel socioeconómico B, C, D y E, la mayoría hombres entre 45 y 64 años. En caso de Radio Nacional, esta se escucha principalmente en Huaraz y Cusco (10%), en el nivel socioeconómico C y en las personas adultas mayores.

### Personas que ven TV Perú todos los días, según ciudades

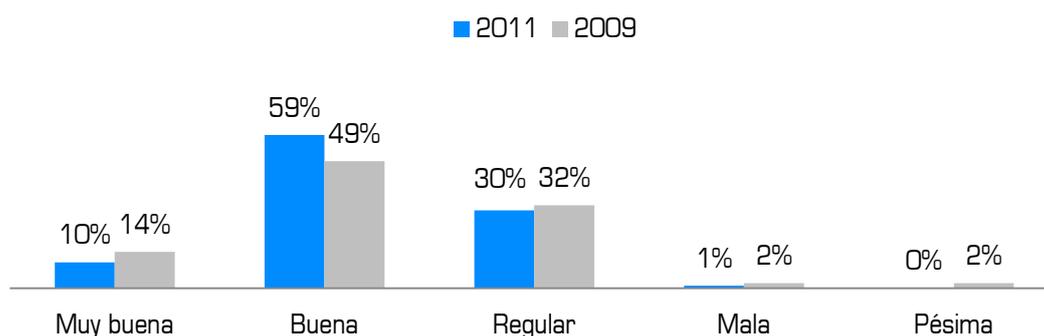


### Personas que escuchan Radio Nacional todos los días, según ciudades



La calificación de la programación de TV Perú ha mejorado con respecto al 2009, pasando de 63% a 69% las personas que la consideran buena o muy buena. Las mejores calificaciones se obtienen en Iquitos (81%), Piura (82%), Huaraz (80%) y Cusco (69%), en los niveles socioeconómicos B, C, y D, y en los más jóvenes.

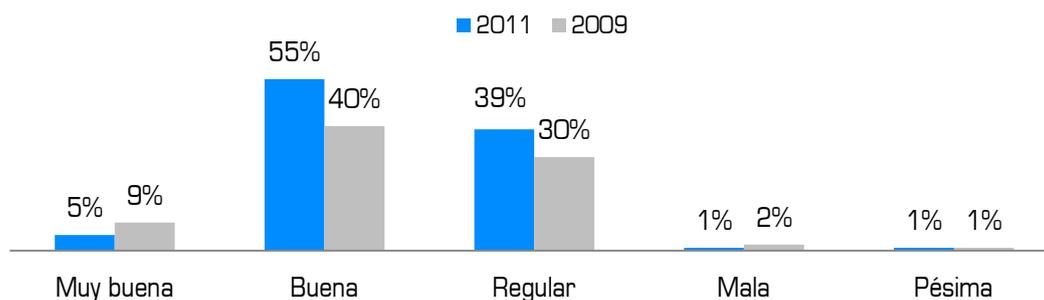
### Calificación de la programación de TV Perú



Respecto de los que ven TV Perú.

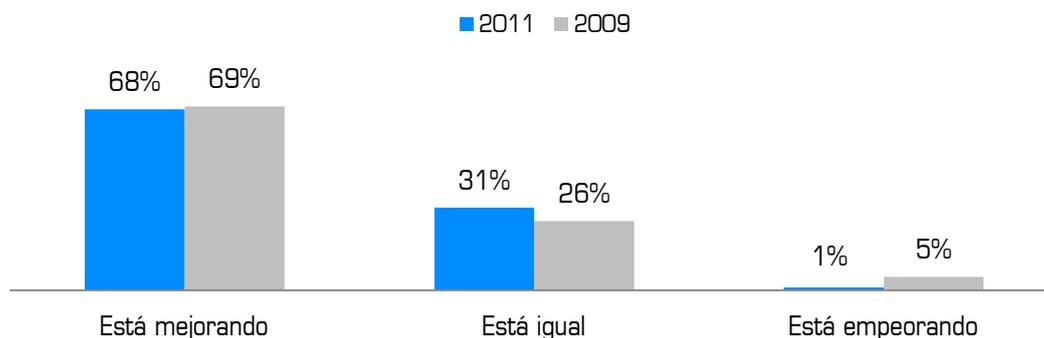
La calificación positiva de la programación de Radio Nacional se incrementó en 11% con respecto al 2009, pasando de 49% a 60%. Dicha cifra se incrementa en Piura (81%), Chiclayo (75%) y Pucallpa (69%), en los niveles socioeconómicos B, C, y D, y en los más jóvenes.

### Calificación de la programación de Radio Nacional



Respecto de los que escuchan Radio Nacional

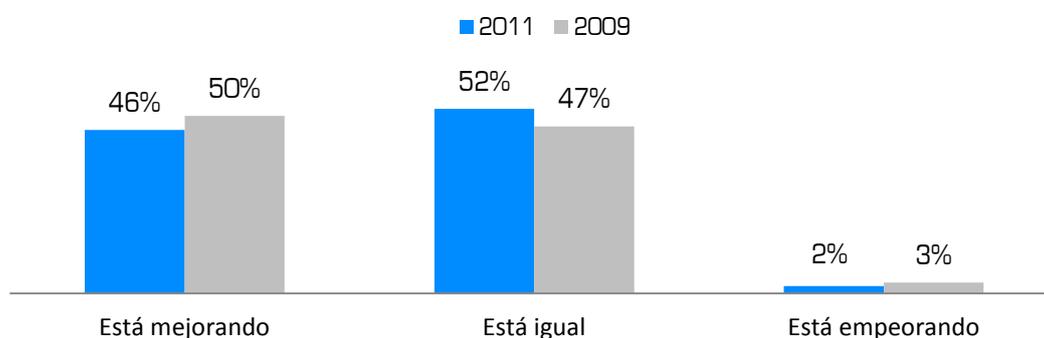
## Percepción respecto de TV Perú



Respecto de los que ven TV Perú.

La percepción general de los peruanos es que la programación de TV Perú está mejorando (68%), y en comparación al 2009, el porcentaje de personas que indicaron que está empeorando se redujo al mínimo (1%). La mayor percepción positiva se encuentra en Piura (86%), Trujillo y Chiclayo (78%), mientras que la menor está en Puno (40%), Cusco (57%), Huancayo y Arequipa (60%). En los jóvenes (72%) la percepción es más positiva que en las personas adultas mayores (62%).

## Percepción respecto de Radio Nacional

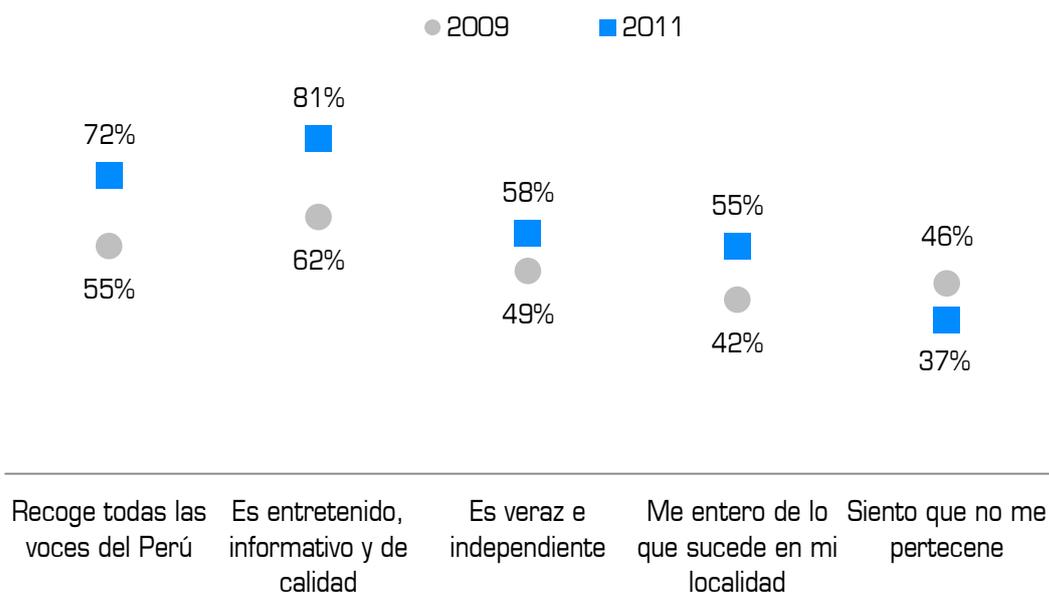


Respecto de los que escuchan Radio Nacional

En el caso de Radio Nacional, el 52% de los encuestados consideran que la programación está igual, mientras que el 46% considera que está mejorando. La mayor percepción positiva se encuentra en Piura (77%) y Chiclayo (72%), mientras que la menor está en Puno (27%), Arequipa (33%) y Cusco (36%). En los niveles socioeconómicos más altos (49%) la percepción es más positiva que en el más bajo (44%) aunque la diferencia no es muy significativa.

## “TV Perú es considerado un canal entretenido, informativo y de calidad por el 81% de los peruanos”

De acuerdo con las siguientes frases respecto de TV Perú



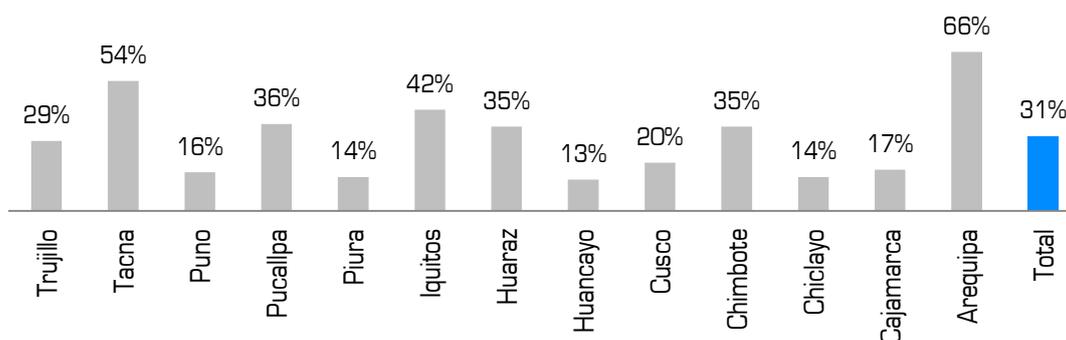
TV Perú es considerado por la mayoría de los encuestados como un canal entretenido, informativo y de calidad (81%) que recoge todas las voces del Perú (72%). Asimismo, es considerado un canal veraz e independiente (58%), en la que uno se entera de lo que le sucede en su localidad (55%). En todos los casos hubo un incremento en el porcentaje con respecto al 2009, siendo más significativo en la frase “es entretenido informativo y de calidad” (+19%).

## 8. Radio y televisión local

El porcentaje de consumo de la televisión local de forma diaria es dispar dependiendo de las ciudades encuestadas. Los mayores consumidores de televisión local se encuentran en Arequipa (66%), Tacna (54%) e Iquitos (42%), mientras que en Huancayo (13%), Chiclayo (14%) y Piura (14%) el consumo es bajo.

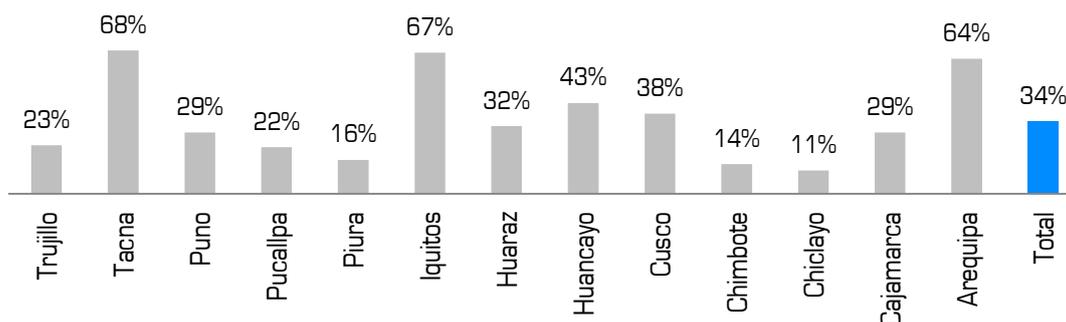
“La tercera parte de los peruanos consumen radio y televisión de su localidad todos los días”

Personas que ven TV de su localidad todos los días, según ciudades  
(no incluye Lima y Callao)

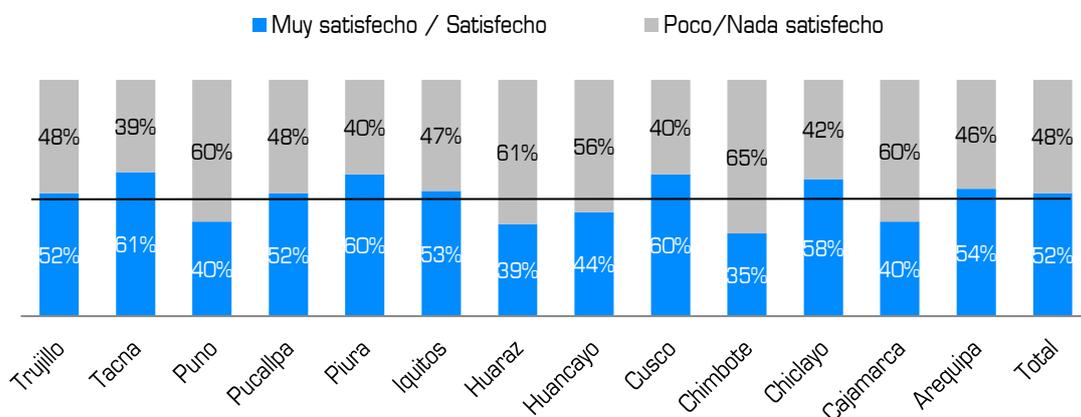


En cuanto a la radio local, el 34% afirma escuchar radio de su localidad todos los días. La cifra se incrementa considerablemente en ciudades como Tacna (68%), Iquitos (67%) y Arequipa (64%), mientras que Chiclayo (11%), Chimbote (14%) y Piura (16%) el consumo es bajo.

Personas que escuchan radio de su localidad todos los días, según ciudades  
(no incluye Lima y Callao)



### Grado de satisfacción con los canales de TV locales, según ciudades (no incluye Lima y Callao)

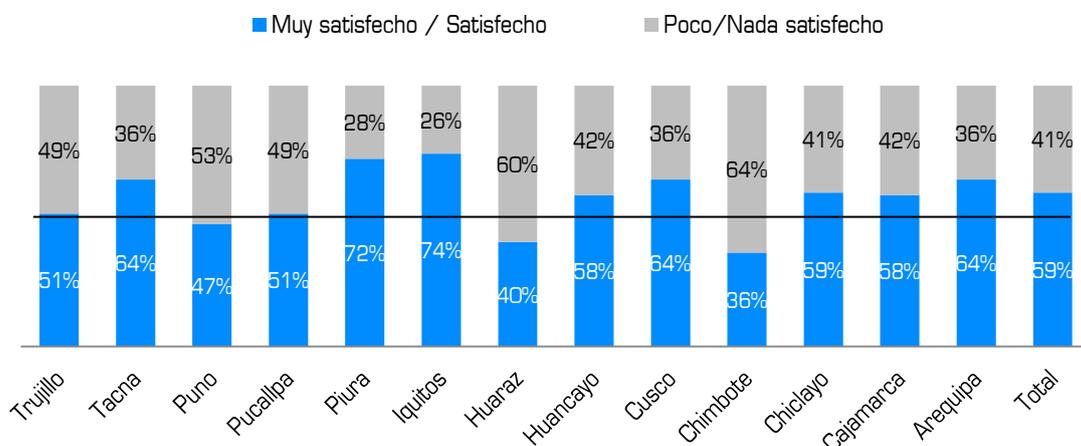


Respecto de los que ven TV de su localidad

El porcentaje de satisfacción de los encuestados con los canales locales es del 52%, un incremento del 11% con respecto al 2009. El mayor grado de satisfacción se encuentra en Tacna (61%), Piura (60%) y Cusco (60%), mientras que en Chimbote (35%), Huaraz (39%), Puno (40%) y Cajamarca (40%) se encuentran principalmente insatisfechos.

En el caso de las radios locales, el porcentaje de satisfacción se ha incrementado 14% para llegar al 59% en dos años. El mayor grado de satisfacción se encuentra en Iquitos (74%), Piura (72%), Tacna (64%) y Arequipa (64%), y el menor en Chimbote (36%), Huaraz (40%) y Puno (47%).

### Grado de satisfacción con las emisoras de radio locales, según ciudades (no incluye Lima y Callao)



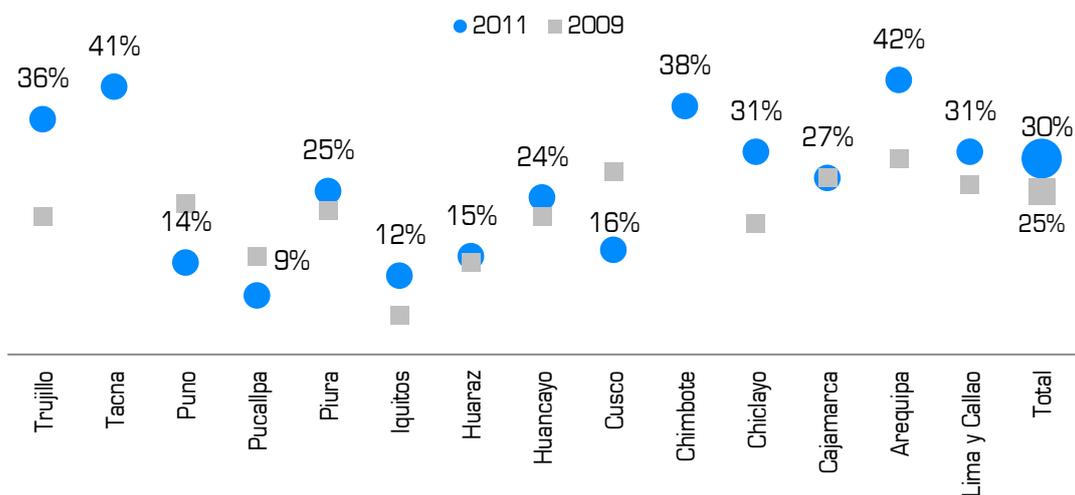
Respecto de los que escuchan radio de su localidad

## 9. Televisión Digital Terrestre

La Televisión Digital Terrestre (TDT) sigue siendo un tema desconocido para la mayoría de los encuestados: 7 de cada 10 personas no ha escuchado hablar sobre el tema. El mayor desconocimiento se da en Pucallpa (9%), Iquitos (12%), Puno (14%), Huaraz (15%) y Cusco (16%), en niveles socioeconómicos más bajos (17%) y en las personas adultas mayores (13%).

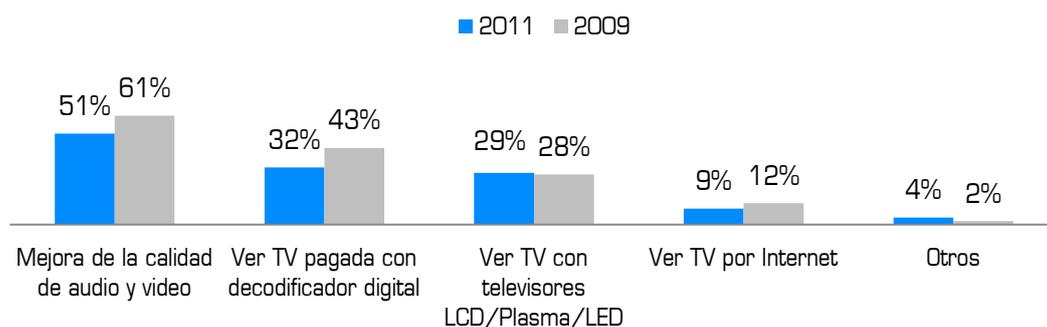
“7 de cada 10 peruanos no ha escuchado hablar sobre la Televisión Digital Terrestre”

Han escuchado hablar sobre Televisión Digital Terrestre, según ciudades



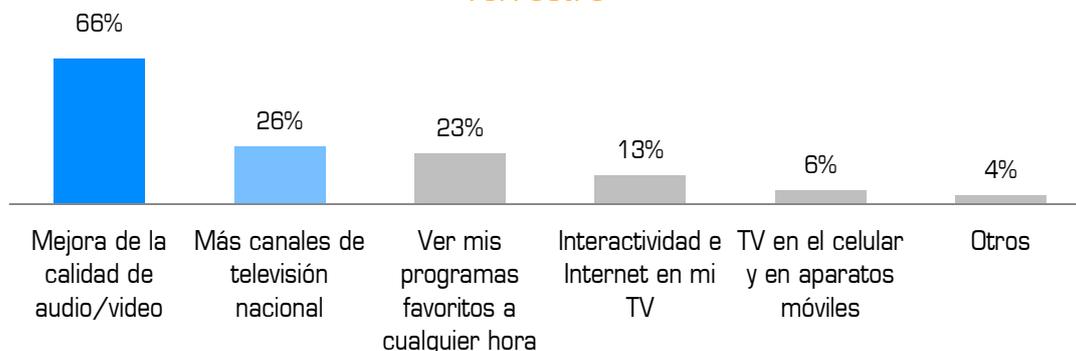
Los encuestados consideran principalmente que la TDT trata de una mejora de la calidad de audio y video (51%), seguido por ver televisión pagada con un decodificador digital (32%), y el ver televisión con televisores LCD/Plasma/LED (29%).

¿Qué entiende por Televisión Digital Terrestre?



Los beneficios esperados por la TDT son principalmente la mejora de la calidad de audio/video (66%), cifra que se incrementa conforme sube el nivel socioeconómico, y la posibilidad de contar con más canales nacionales de televisión (26%) que se incrementa conforme desciende el nivel socioeconómico.

### Beneficios que se espera tener con la Televisión Digital Terrestre



La desinformación sigue evidente cuando se interrogó sobre el nivel de información que tenían sobre aspectos relacionados a la TDT. El porcentaje de encuestados que se encuentran muy informados sobre si los televisores que comercializan están preparados para la TDT no supera el 20%, solo el 15% conoce si su televisor es apto para la TDT, el 63% está desinformada de la cobertura de la TDT en sus localidades, y finalmente el 80% no sabe cuándo será el apagón analógico.

### “80% de peruanos no sabe cuándo desaparecerá la televisión analógica en su localidad”

#### Nivel de información sobre aspectos relacionados a la Televisión Digital Terrestre

