

ESTUDIO CUANTITATIVO

CONSUMO TELEVISIVO Y RADIAL 2017



FICHA TÉCNICA

Estudio realizado por Lima Consulting Group a pedido del CONCORTV.

Periodo de campo: Lima (de octubre a diciembre de 2017), Provincia (noviembre y diciembre de 2017).

Cobertura: 20 ciudades del Perú (Lima y Callao, Arequipa, Ayacucho, Cajamarca, Chiclayo, Chimbote, Cusco, Huancayo, Huánuco, Huaraz, Ica, Iquitos, Madre de Dios, Piura, Pucallpa, Puno, Tacna, Tarapoto, Trujillo y Tumbes).

Universo: hombres y mujeres de 18 años a más, de los niveles socioeconómicos A, B, C, D y E; del área urbana y rural.

Muestra: 9.714 personas: 1.216 en Lima y Callao y aproximadamente 447 en cada una de las 19 ciudades restantes.

Margen de error: $\pm 0.99\%$, asumiendo la máxima dispersión en los resultados ($p=q=0.5$) y una confiabilidad del 95%.

El diseño del estudio fue realizado tomando como referencia el estudio elaborado por el Consejo Nacional de Televisión de Chile (CNTV) denominado "Encuesta Nacional de Televisión" (realizado cada tres años).

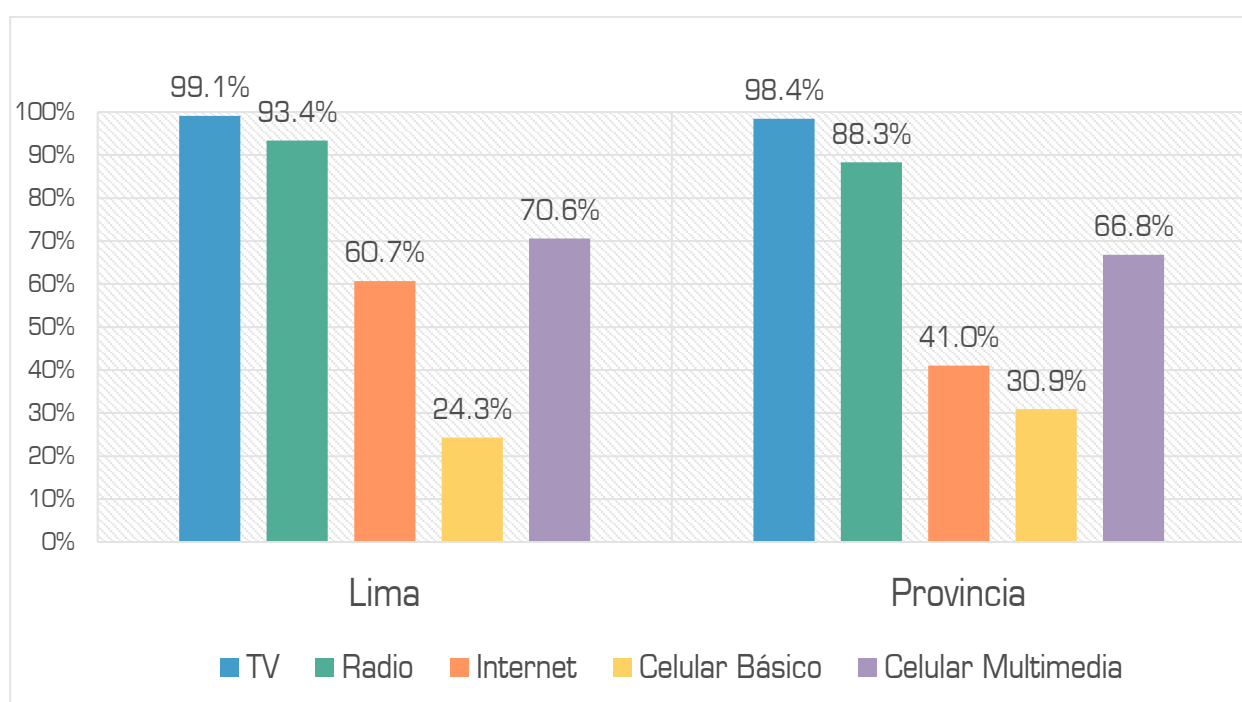
Las referencias a un estudio anterior corresponden al Estudio sobre Consumo Radial y Televisivo en el Perú realizado en el 2015 por Lima Consulting Group, a pedido del CONCORTV. Más información en www.concortv.gob.pe.

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

1. TENENCIA DE EQUIPOS Y SERVICIOS

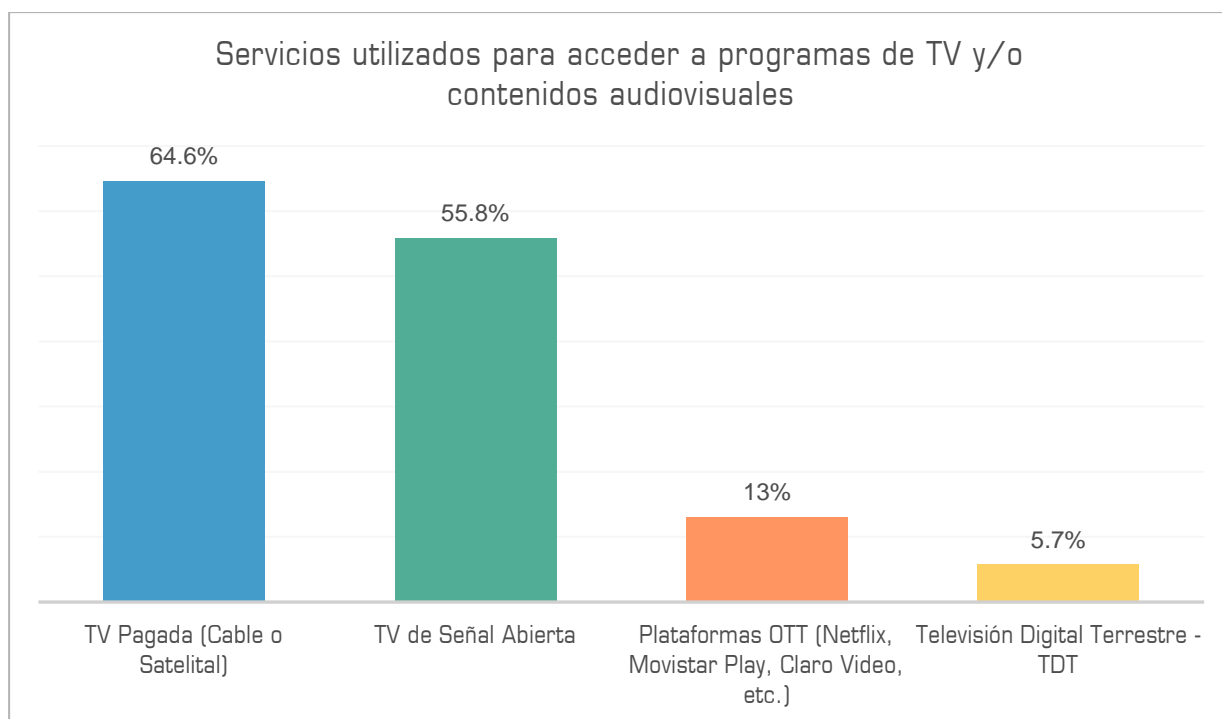
A nivel nacional, el televisor (98.7%), el celular (92.9%) y la radio (91.3%) son los equipos más presentes en los hogares peruanos. Entre Lima y Provincia, la mayor diferencia se da respecto a la tenencia de Internet, siendo mayor en la ciudad de Lima (60.7%).

“En el Perú, el equipo más presente en los hogares, después de la cocina (99.5%), es el televisor: Lima (99.1%) y Provincia (98.4%)”



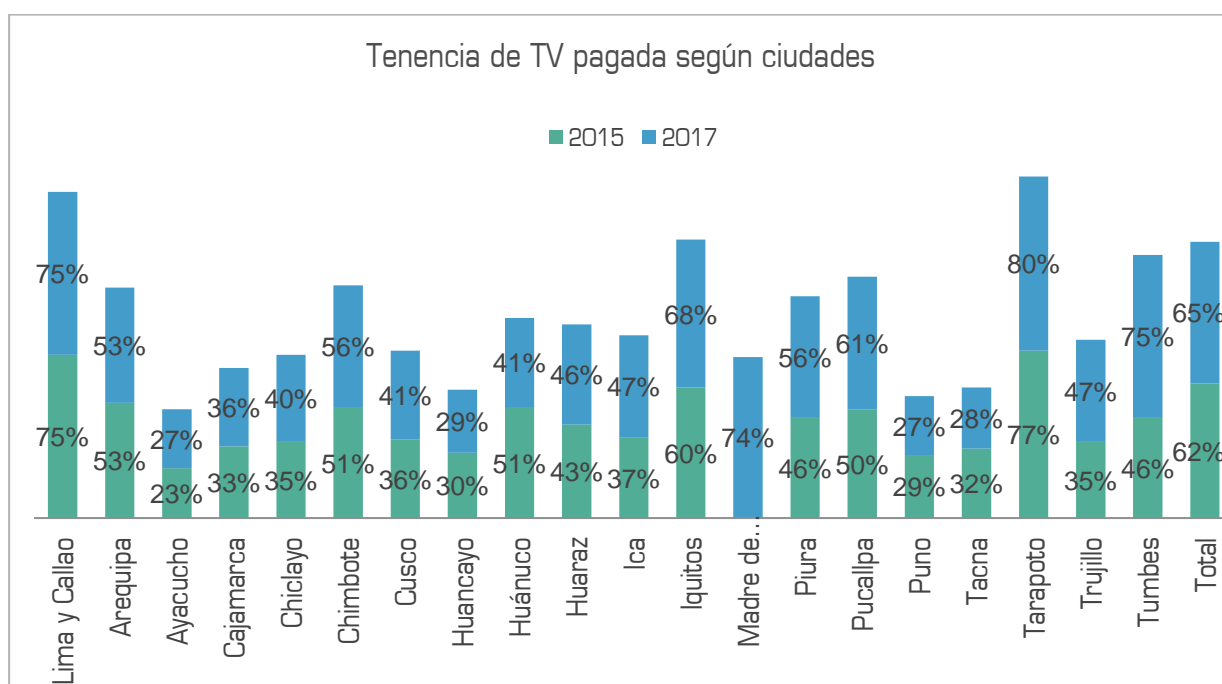
Los servicios que utilizan los peruanos/as en sus hogares para acceder a programas de TV o contenidos audiovisuales son, principalmente, la TV pagada - cable o satelital (64.6%) y la TV de señal abierta (55.8%). El 13% señala utilizar las plataformas OTT (Netflix, Movistar Play, Claro Video, etc.) y el 5.7% la Televisión Digital Terrestre – TDT. Las regiones donde más se utiliza el servicio de las plataformas OTT son Lima (18.4%), Arequipa (10.4%), Cajamarca (10.2%), Huancayo (9.3%) e Ica (8.7%), y en el grupo de edades de 18 a 29 años (16.7%).

“La TV pagada es el principal servicio utilizado por los peruanos/as para ver programas de TV y/o contenidos audiovisuales”

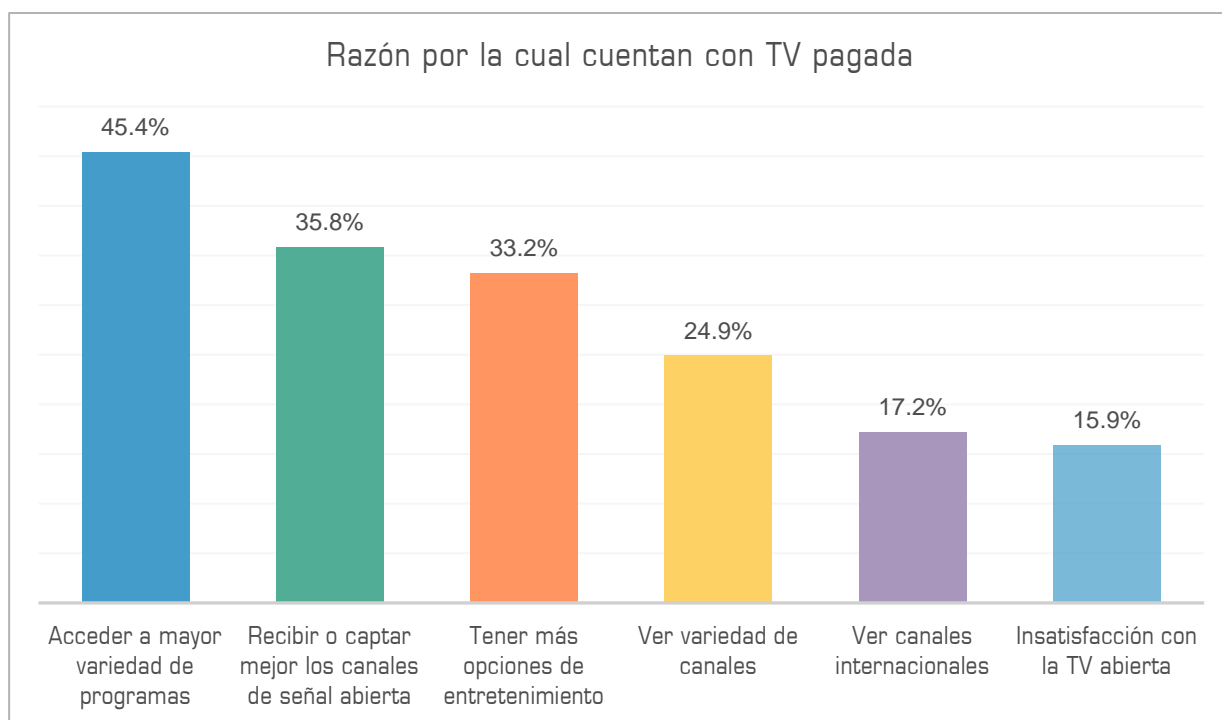


La tenencia de la TV pagada se incrementó en 3% en comparación a lo reportado en el 2015, siendo Tumbes (+29%), Trujillo (+12%) y Pucallpa (+11%) las ciudades con mayor crecimiento. Las principales razones por las que cuentan con este servicio son: la variedad de programas (45.4%), mejor captación de los canales (35.8%), más opciones de entretenimiento (33.2%) y variedad de canales (24.9%).

“El 64.6% de peruanos/as cuenta con TV pagada en su hogar, principalmente para tener una programación más variada (45.4%)”



En el estudio de 2015 en referencia no se investigó la ciudad de Madre de Dios.

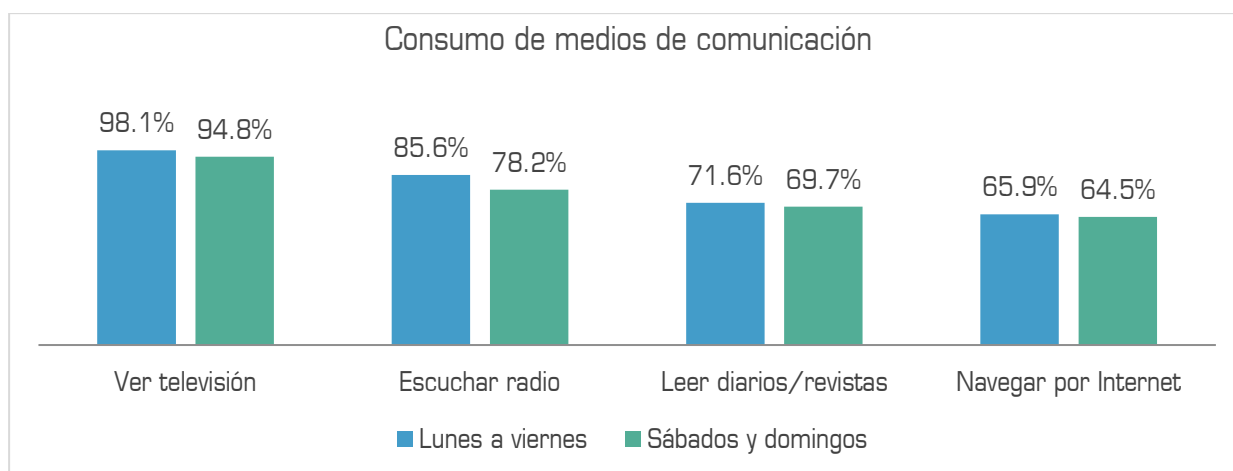


Respecto de quienes tienen TV pagada.

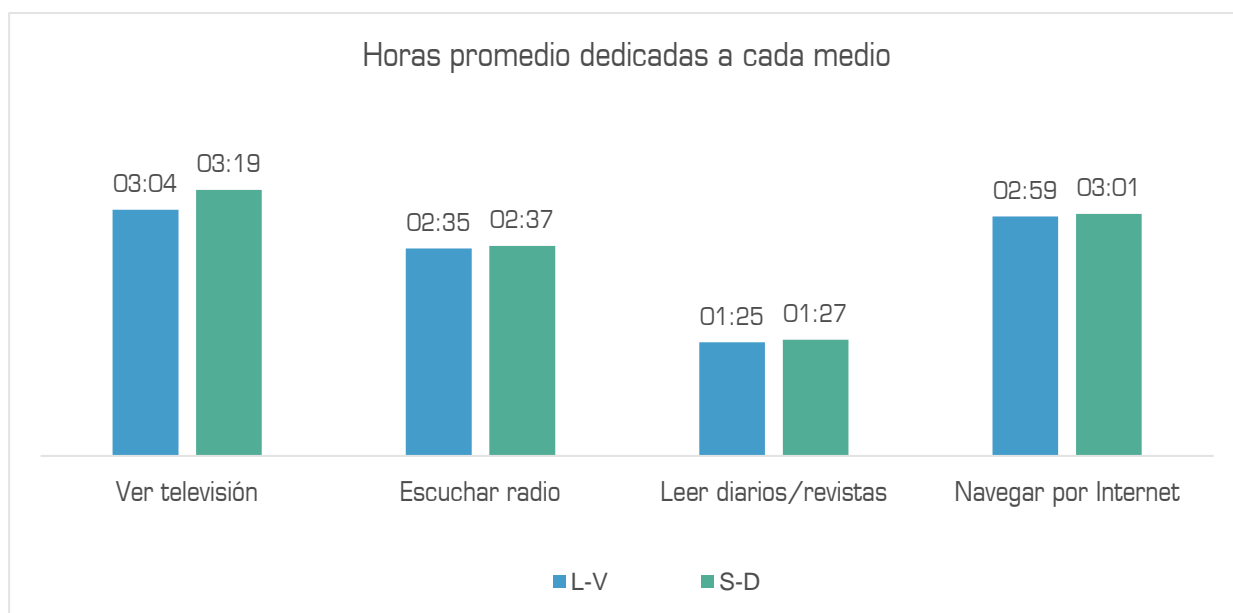
2. HÁBITOS DE CONSUMO DE MEDIOS

A nivel nacional, la TV es el medio de comunicación de mayor consumo, llegando a casi el 100% en ciudades como Tumbes (99.3%), Piura (99.1%) y Chimbote (99.1%). En comparación al 2015, el uso de Internet ha crecido en 15% (de lunes a viernes) y en 19% (sábados y domingos). Asimismo, el consumo de radio aumentó en 4.3% (de lunes a viernes) y en 5.2% (sábados y domingos).

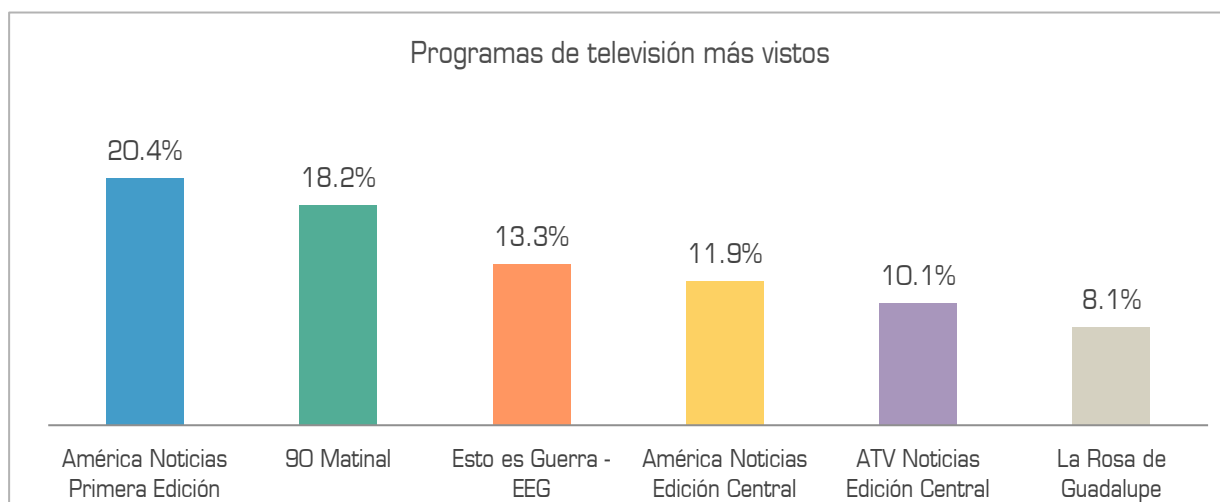
“El consumo de Internet (de lunes a viernes) ha crecido en 15% en comparación al 2015”



En el caso de los fines de semana, las ciudades con mayor consumo de TV son Ica (99.1%), Trujillo (98.7%) y Piura (97.7%), y las de menor consumo son Ayacucho (71.1%), Cajamarca (86.2%) y Cusco (86.6%).



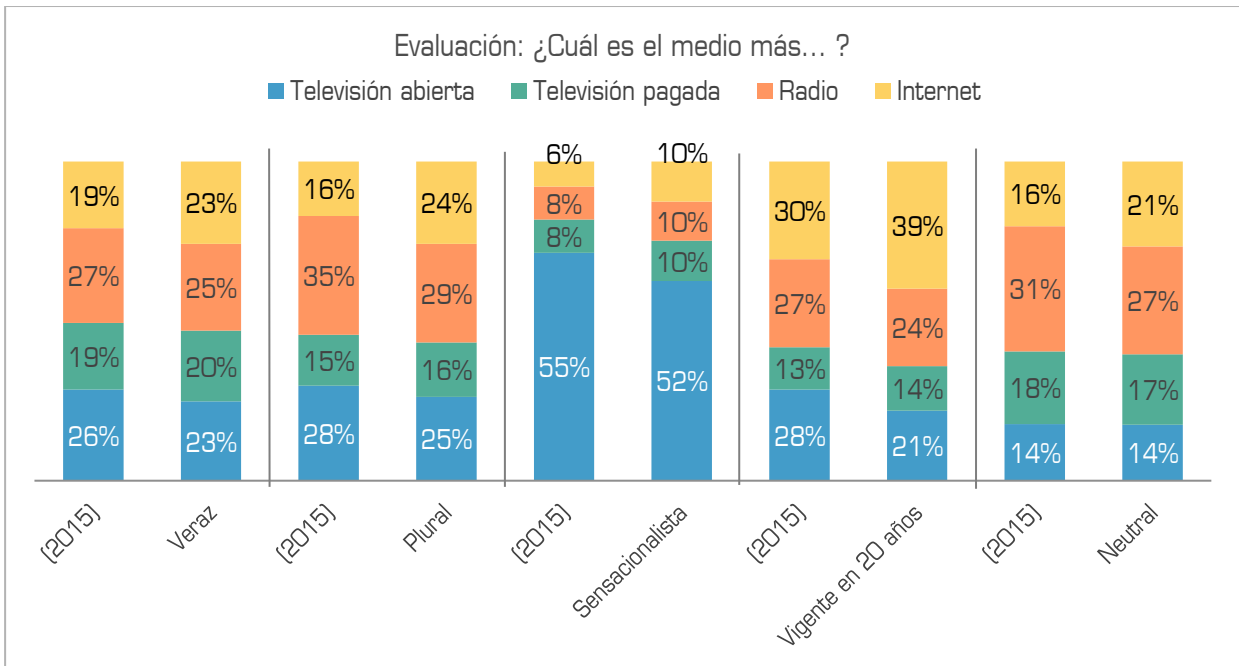
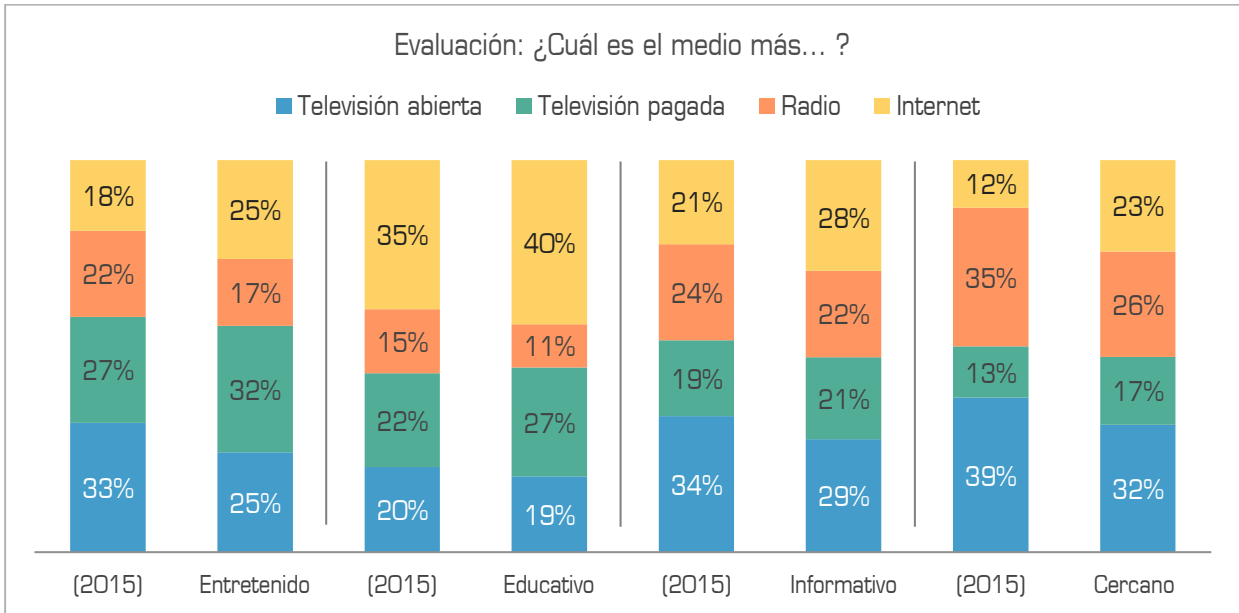
Al preguntar a los entrevistados/as por los programas de TV más vistos, mencionaron en primer lugar a “América Noticias Primera Edición” (20.4%), seguido de “90 Matinal” (18.2%), “Esto es Guerra - EEG” (13.3%), “América Noticias Edición Central” (11.9%), y “ATV Noticias Edición Central” (10.1%).



En la radio, los programas más escuchados son los musicales (79%), noticiarios (43.1%) y programas deportivos (7.9%); existen casos donde los noticiarios obtuvieron un porcentaje más alto que los programas musicales, por ejemplo, en las ciudades de Tacna (78.7%), Iquitos (73.2%) y Huancayo (72.7%).

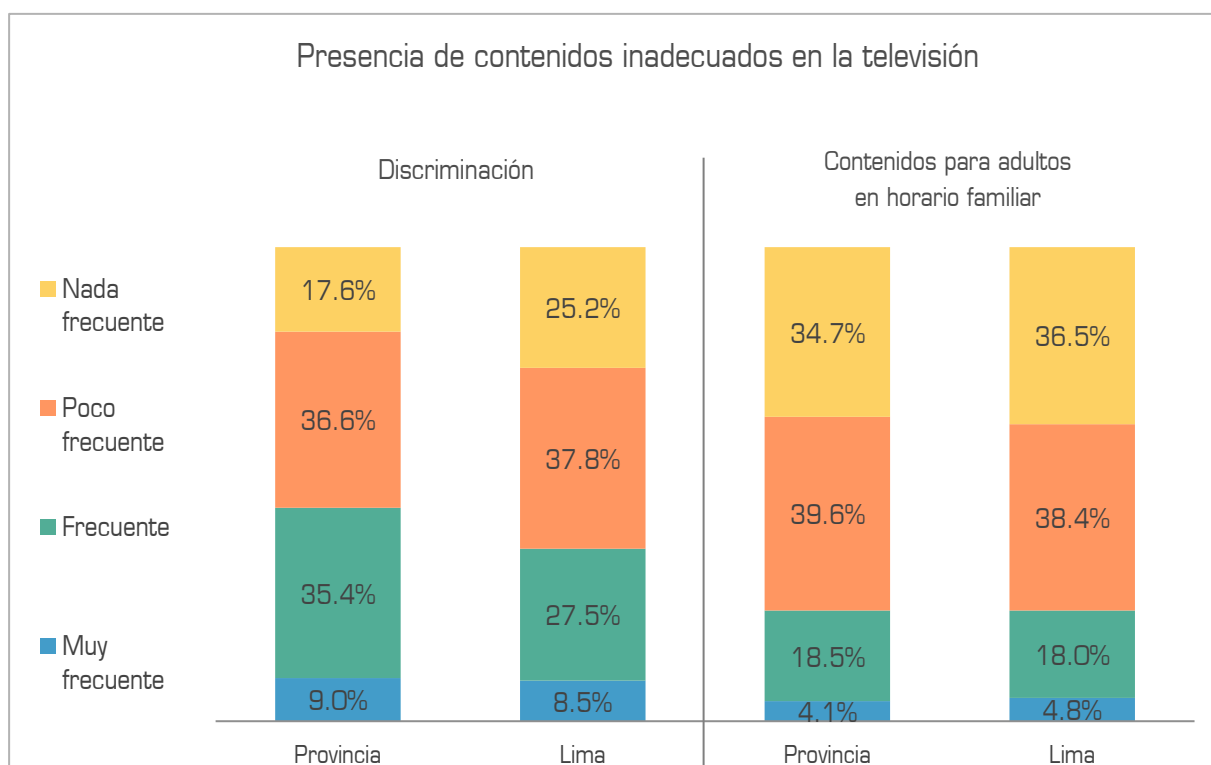
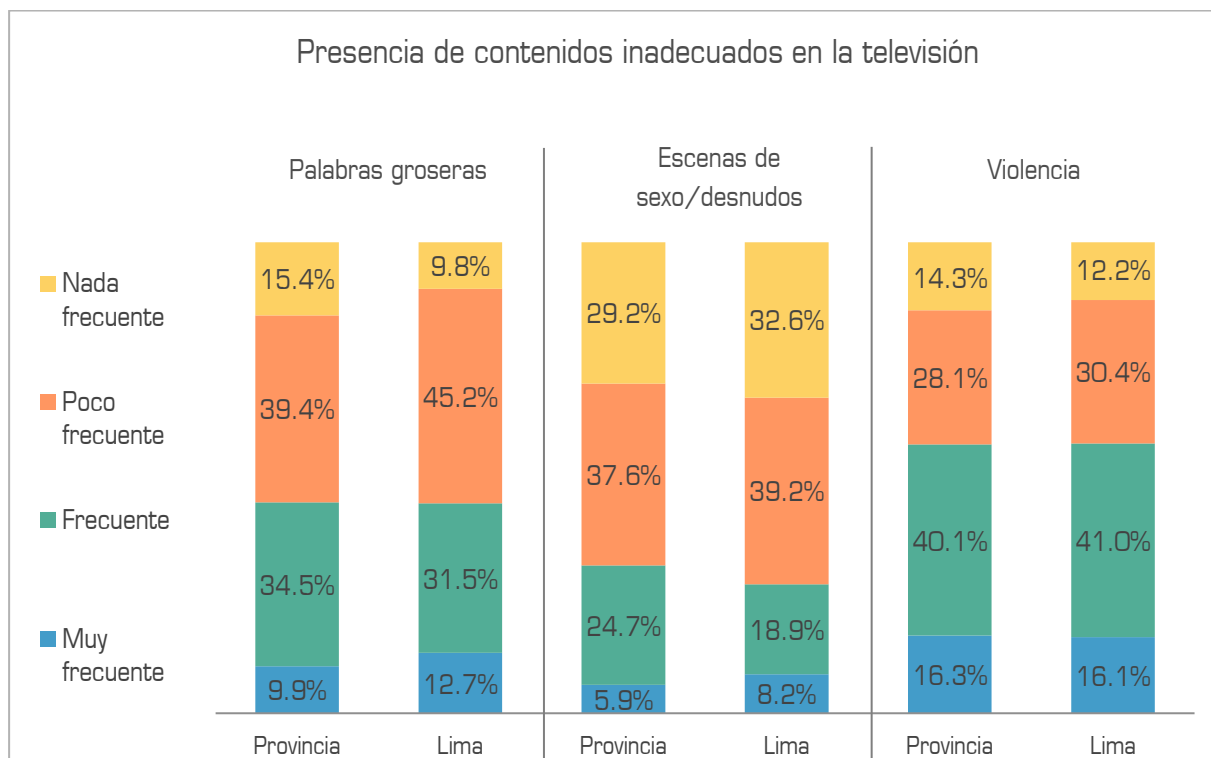
3. EVALUACIÓN DE MEDIOS

Respecto al 2015, se acentúa la tendencia en la que Internet y la TV pagada crecen respecto a valoraciones positivas, mientras que la TV de señal abierta continúa siendo considerada como “el medio más sensacionalista” (52%).

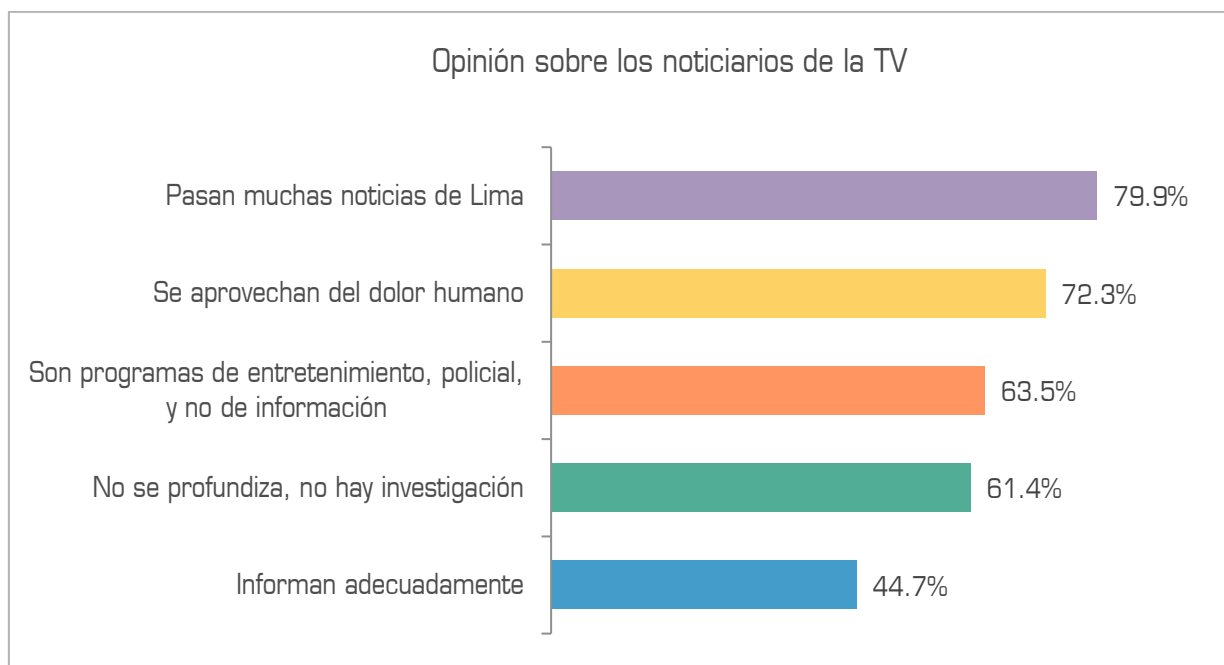
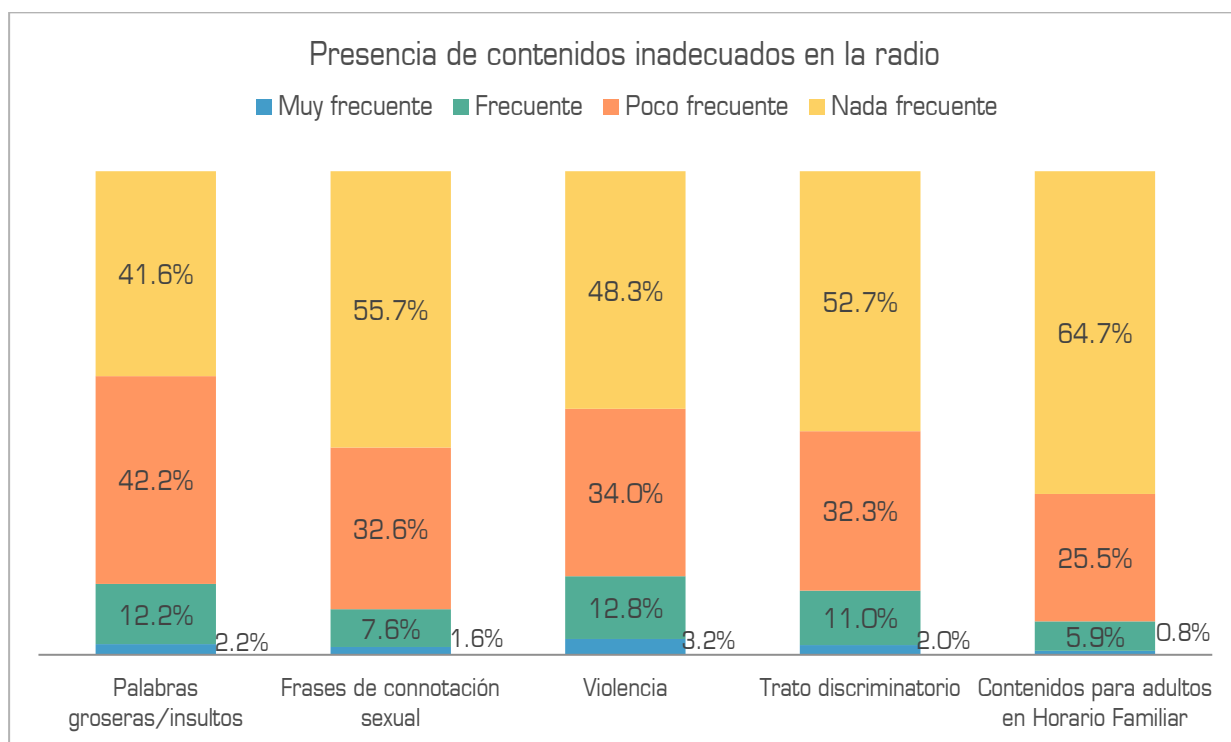


“La TV pagada es considerada el medio más entretenido y la TV de señal abierta el medio más sensacionalista”

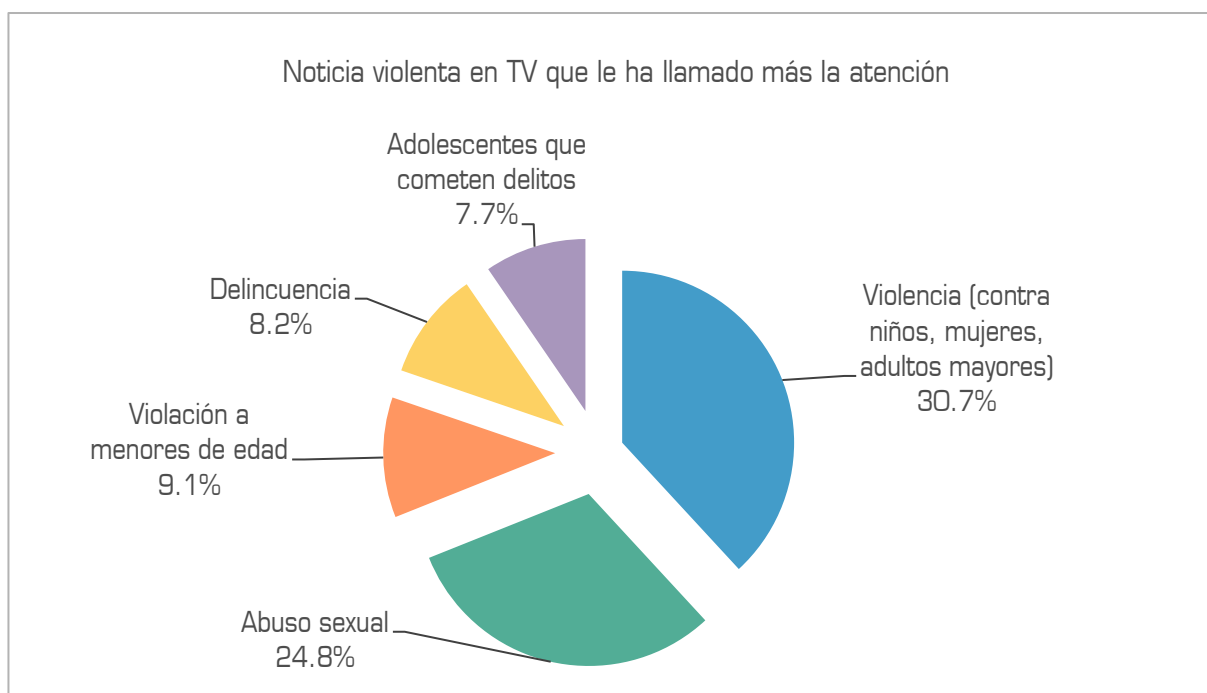
A nivel nacional, son vistos de manera frecuente y muy frecuente en la TV los siguientes contenidos: violencia (56.6%), palabras groseras/insultos (44.1%), trato discriminatorio (39.2%), escenas de sexo/desnudos (28.4%) y contenidos para adultos en Horario Familiar (22.9%). Respecto a la presencia de contenidos discriminatorios, la percepción en Provincia (44.4%) es mayor, frente a la de Lima (36%).



En la radio, los contenidos inadecuados con mayor presencia son la violencia (16%), palabras groseras/insultos (14.4%), trato discriminatorio (13%), frases de connotación sexual (9.2%), y contenidos para adultos en Horario Familiar (6.7%).

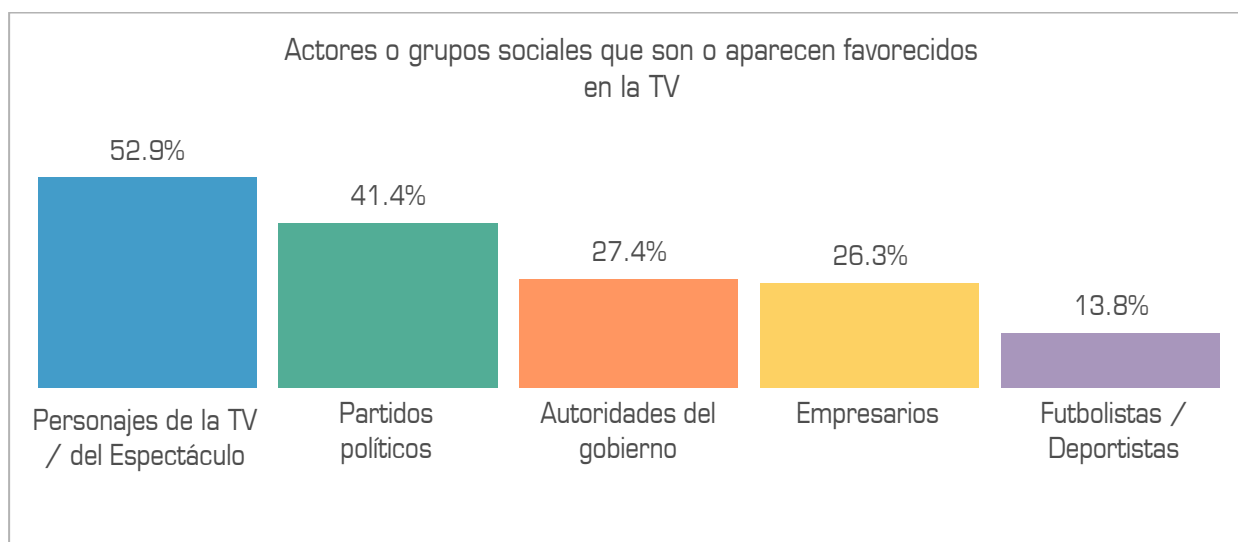


El 79.9% de peruanos/as considera que los noticiarios de la TV peruana difunden muchas noticias de Lima, se aprovechan del dolor humano (72.3%), son programas que parecen de entretenimiento, policiales y no informativos (63.5%); además no se profundiza, ni hay investigación (61.4%). El 44.7% considera que estos informan adecuadamente.

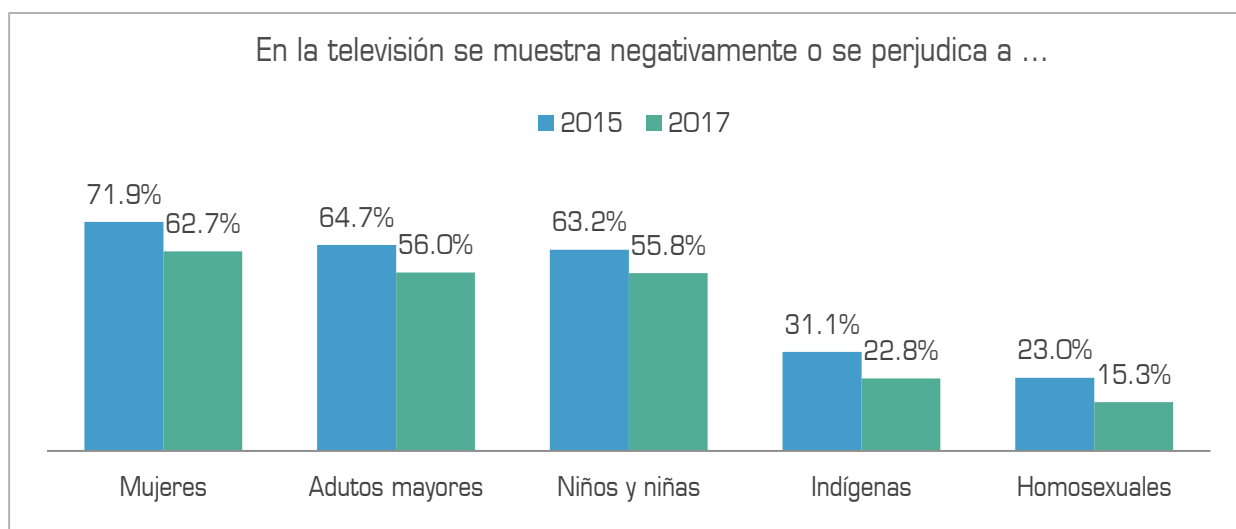


Las noticias sobre violencia que llamaron más la atención de los peruanos/as, están relacionadas a casos de violencia en general (30.7%), abuso sexual (24.8%), y noticias sobre violación a menores de edad (9.1%).

“El 52.9% de peruanos/as considera que los personajes del espectáculo aparecen favorecidos en la TV”



El 52.9% de peruanos/as considera que los personajes de la TV o del espectáculo son quienes aparecen más favorecidos en la televisión. Dicha cifra se incrementa en ciudades como Tumbes (74.3%), Piura (64.5%) y Trujillo (63.7%).

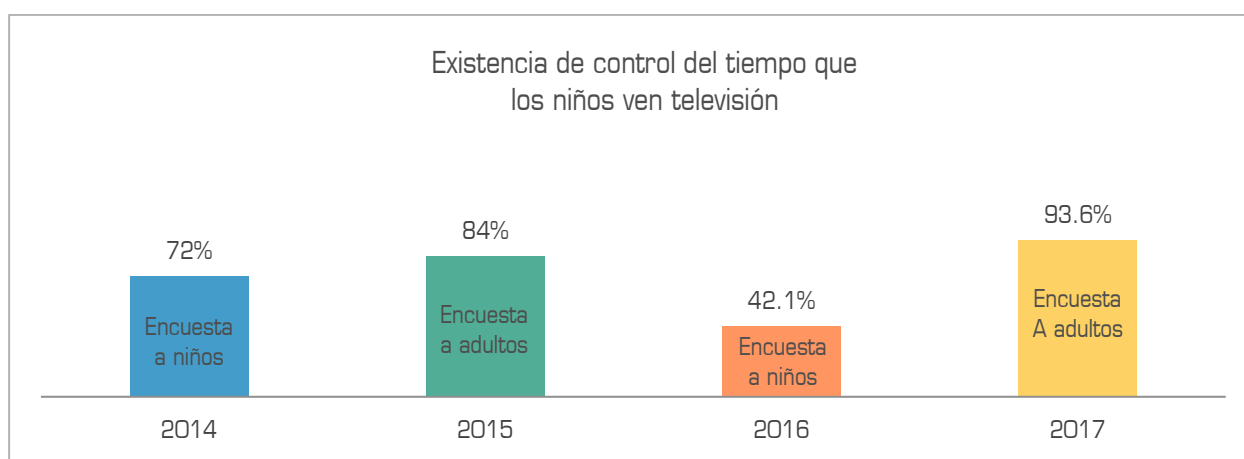


La percepción negativa de cómo la TV muestra a los grupos sociales de mujeres, personas adultas mayores, niños y niñas, personas indígenas y homosexuales ha disminuido en comparación al 2015.

“Para los peruanos/as, la TV muestra negativamente a las mujeres, a los adultos mayores, y a los niños y niñas, principalmente”

4. CONTROL PARENTAL

Del total de peruanos/as en cuyos hogares hay menores de entre 1 y 14 años, el 93.6% afirma que existe control sobre el tiempo dedicado por los niños, niñas y adolescentes a ver la TV, reportándose un incremento del 9.6% en comparación al 2015. Este resultado contrasta con las respuestas ante la misma pregunta formulada a niños, niñas y adolescentes en un estudio del 2016, donde solo el 42.1% afirmó que les habían puesto reglas o condiciones para ver la TV.

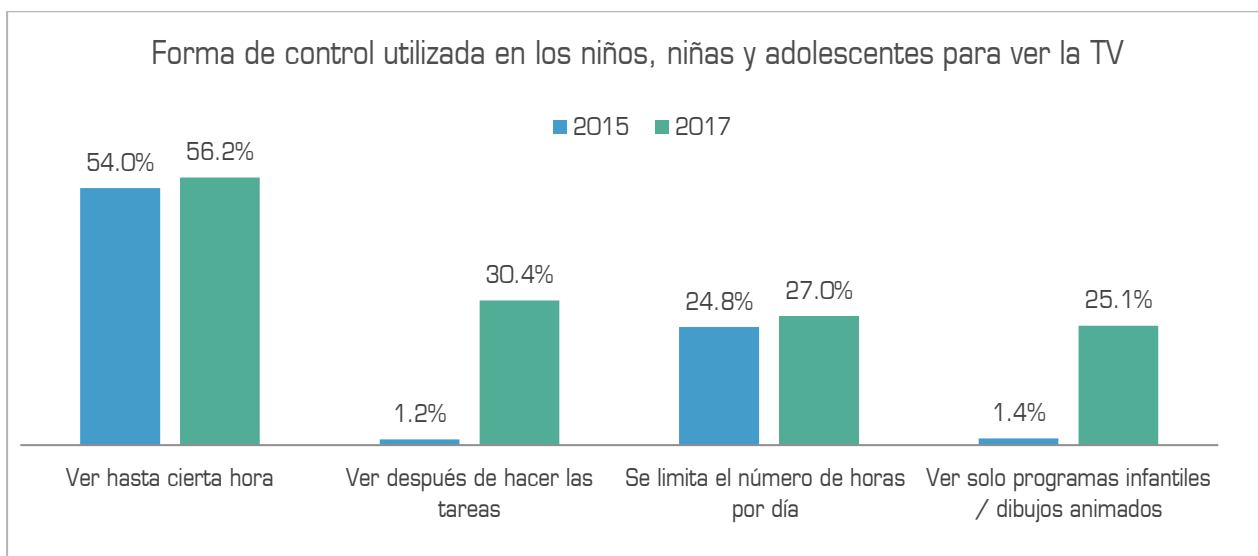


Respecto de quienes tienen niños, niñas y adolescentes menores de entre 1 y 14 años en el hogar, equivalente al 59% del total de encuestados.
 *2014: Encuesta a niños, niñas (7-11 años) y adolescentes (12-16 años) sobre la radio y televisión realizada por Ad-Rem a pedido del CONCERTV.
 *2016: Encuesta a niños, niñas (7-11 años) y adolescentes (12-16 años) sobre la radio y televisión realizada por Calandria a pedido del CONCERTV. Más información en www.concertv.gob.pe.

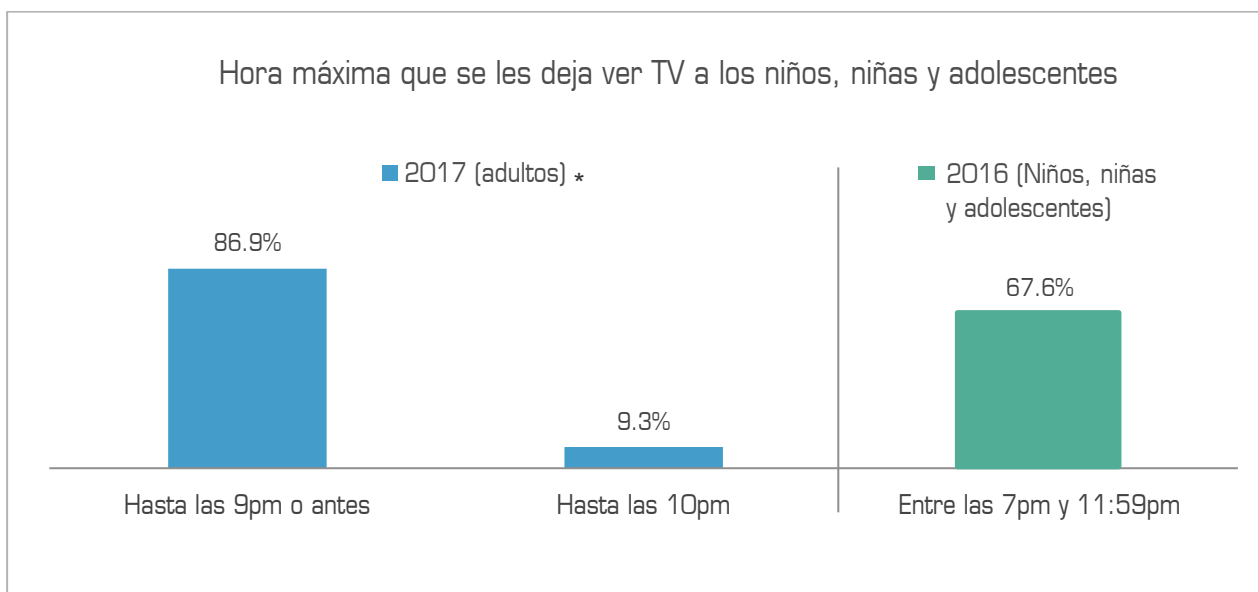
“El 93.6% de adultos afirma que existe control sobre el tiempo que los niños, niñas y adolescentes ven la TV, pero solo el 42.1% de estos lo confirma”

Del total de peruanos/as en cuyos hogares cuentan con menores de entre 1 y 14 años, el 94.3% afirma que existe control sobre los tipos de programas que los niños, niñas y adolescentes ven en la TV.

La principal forma de control utilizada es dejarlos ver la TV hasta cierta hora (56.2%), generalmente hasta las nueve de la noche o antes (86.9%). Este tipo de control aumenta considerablemente cuando se les consulta a los propios niños, niñas y adolescentes (75%). La condición de “ver la TV después de hacer las tareas”, ha aumentado de 1.2% a 30.4% en dos años.

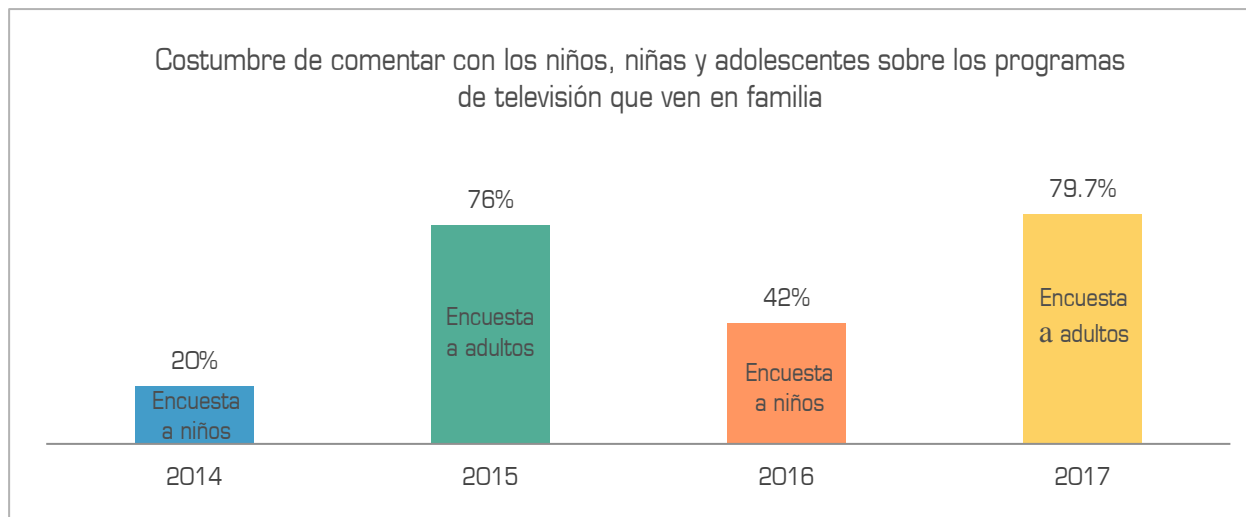


Respecto de quienes tienen menores de entre 1 y 14 años en el hogar y en los que existe algún tipo de control.



*2017 (adultos): Respecto de quienes tienen menores de entre 1 y 14 años en el hogar y en los que existe algún tipo de control.

El 79.7% de peruanos/as asegura que tiene la costumbre de comentar con los niños, niñas y adolescentes sobre los programas de TV que ven en familia, un incremento del 3.7% en comparación de hace dos años. Este resultado contrasta con las respuestas ante la misma pregunta formulada a los niños, niñas y adolescentes, quienes en una encuesta realizada en el 2016, solo el 42% afirmó que sus padres o tutores comentan con ellos sobre lo que ven en la TV.



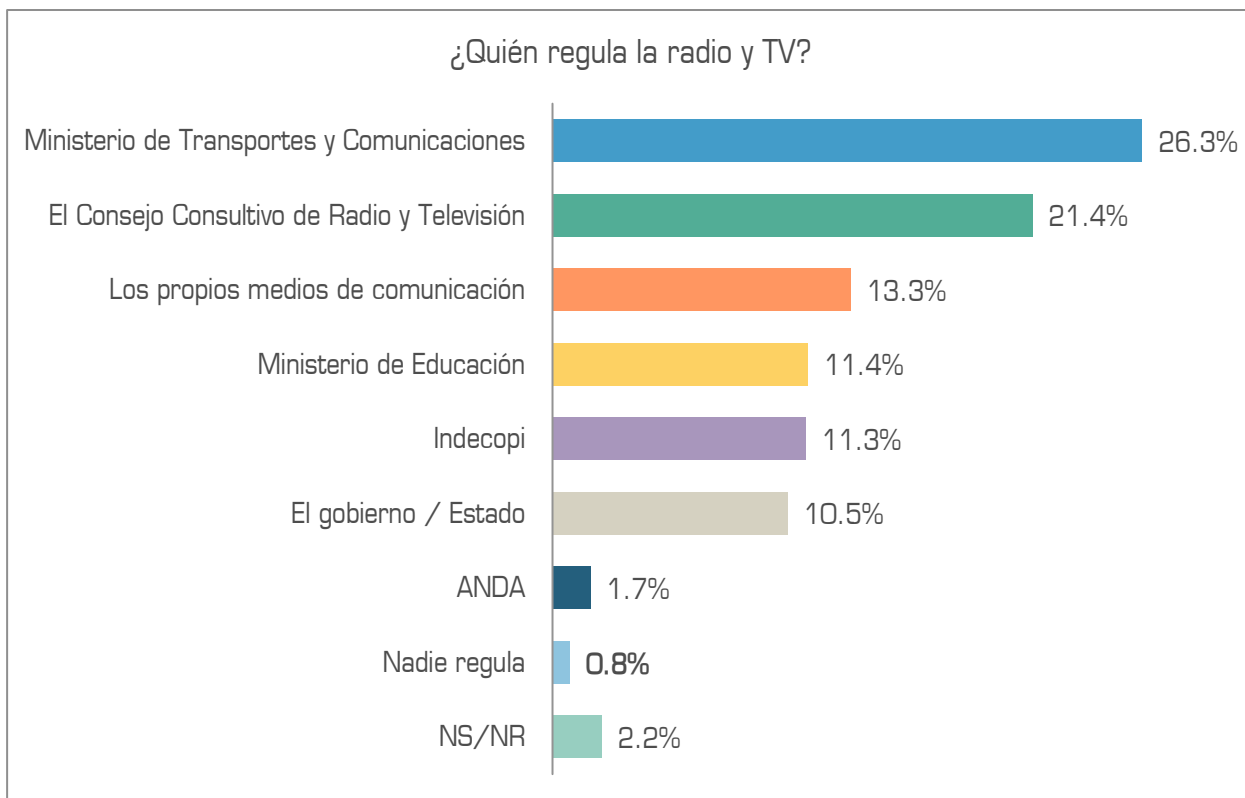
Respecto de quienes tienen menores de entre 1 y 14 años en el hogar. **2014:** Encuesta a niños, niñas y adolescentes sobre la radio y televisión realizada por Ad-Rem a pedido del CONCORDTV. **2016:** Encuesta a niños, niñas (7-11 años) y adolescentes (12-16 años) sobre la radio y televisión realizada por Calandria a pedido del CONCORDTV. Más información en www.concordtv.gob.pe

5. REGULACIÓN EN MEDIOS

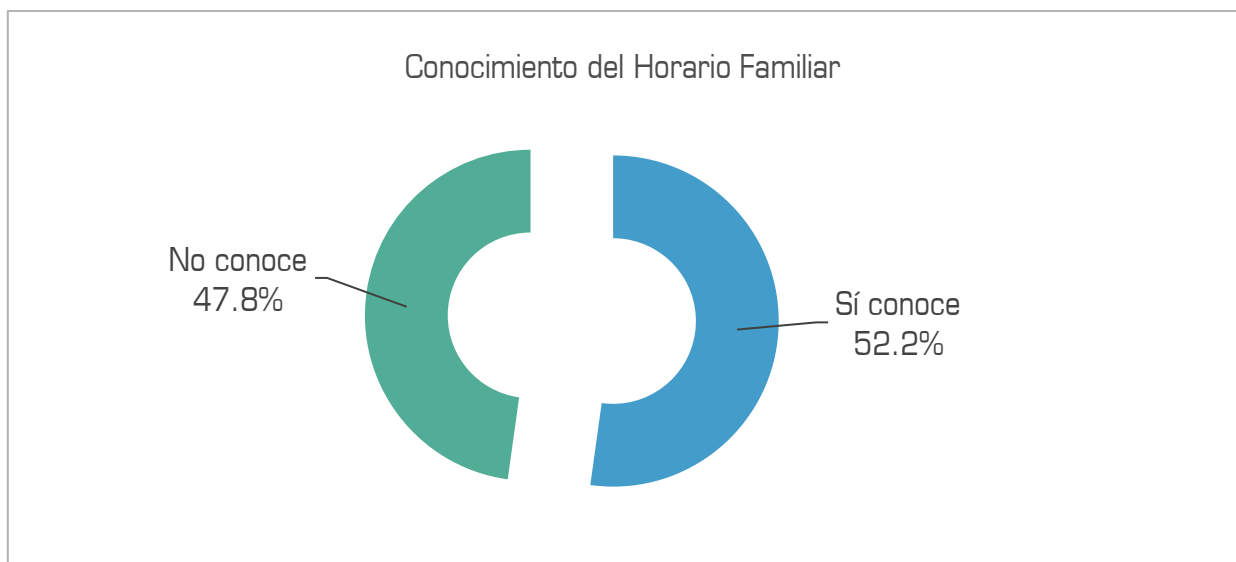
El 59.1% de peruanos/as cree que la radio y TV no son reguladas. Solo el 26.3% afirma que son reguladas por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC).

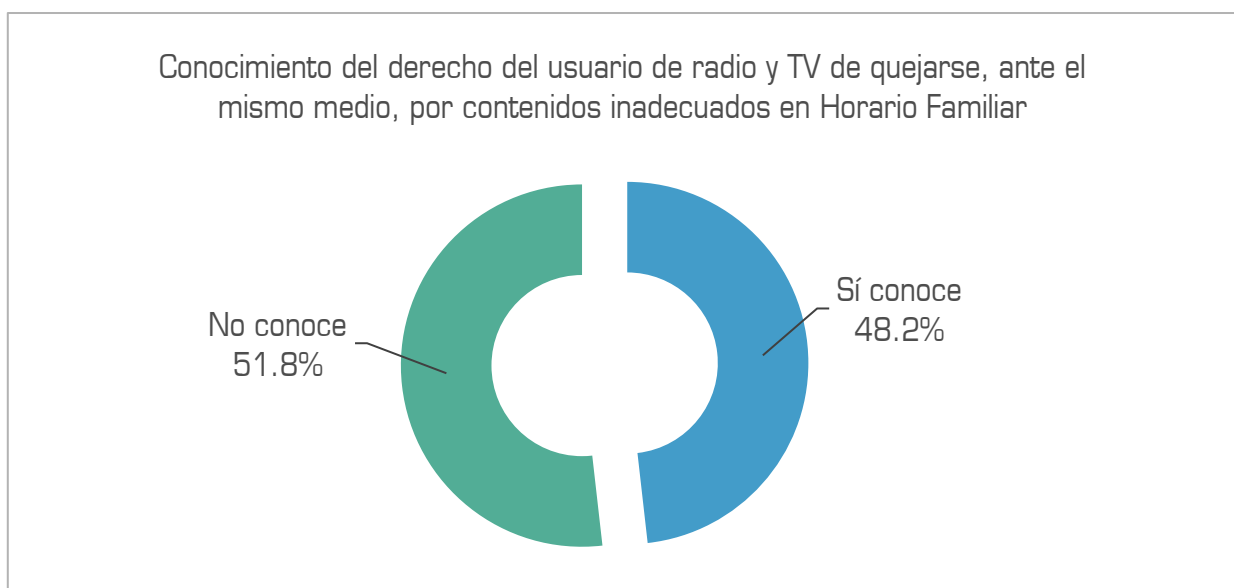
“El 59.1% de peruanos/as cree que la radio y TV no son reguladas”

El 52.2% de los peruanos/as tiene conocimiento del Horario Familiar que va de las 6:00 a las 22:00 horas, donde se prohíbe la transmisión de contenidos violentos y obscenos. Las ciudades en las que dicha cifra asciende son Ica (76.6%), Piura (75.6%), Iquitos (75.3%) y Trujillo (62.8%). Mientras que las ciudades con mayor porcentaje de desconocimiento del Horario Familiar son Cusco (65.3%), Huánuco (64.9%), Cajamarca (63.7%) y Huancayo (63.6%).



“El 52.2% de peruanos/as tiene conocimiento del Horario Familiar, pero solo el 48.2% sabe de su derecho a quejarse por contenidos inadecuados”

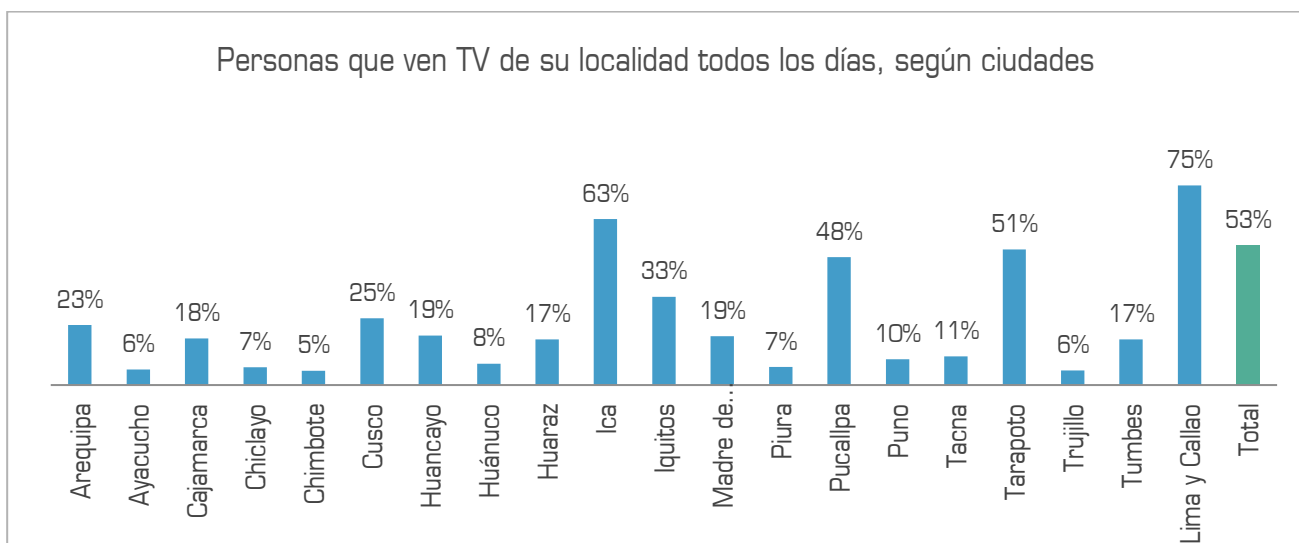




Solo el 48.2% de peruanos/as sabe que puede quejarse ante los propios medios de comunicación por los contenidos que atenten contra el Horario Familiar. Esta cifra asciende en ciudades como Piura (77.8%), Chiclayo (70%), Trujillo (67.5%), e Iquitos (63.1%).

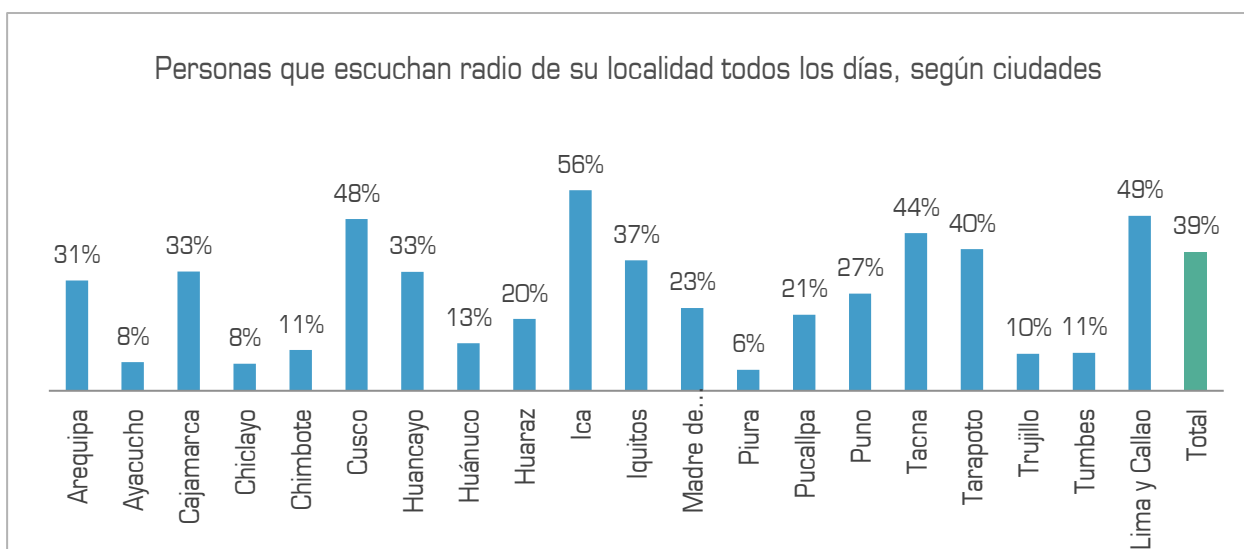
6. RADIO Y TELEVISIÓN LOCAL

El porcentaje de consumo diario de TV local es dispar, dependiendo de las ciudades encuestadas. Los mayores consumidores diarios de televisión local (sin incluir Lima y Callao) se encuentran en Ica (63%), Tarapoto (51%) y Pucallpa (48%), mientras que en Chimbote (5%), Ayacucho (6%) y Trujillo (6%) el consumo diario es el más bajo.



Respecto de quienes ven TV de su localidad

En cuanto a la radio local, el 38.9% afirma escuchar radio de su localidad todos los días. Sin incluir Lima y Callao, la cifra se incrementa considerablemente en ciudades como Ica (56%) y Cusco (48%), mientras que en Piura (6%), Chiclayo (8%) y Ayacucho (8%) el consumo diario es el más bajo.



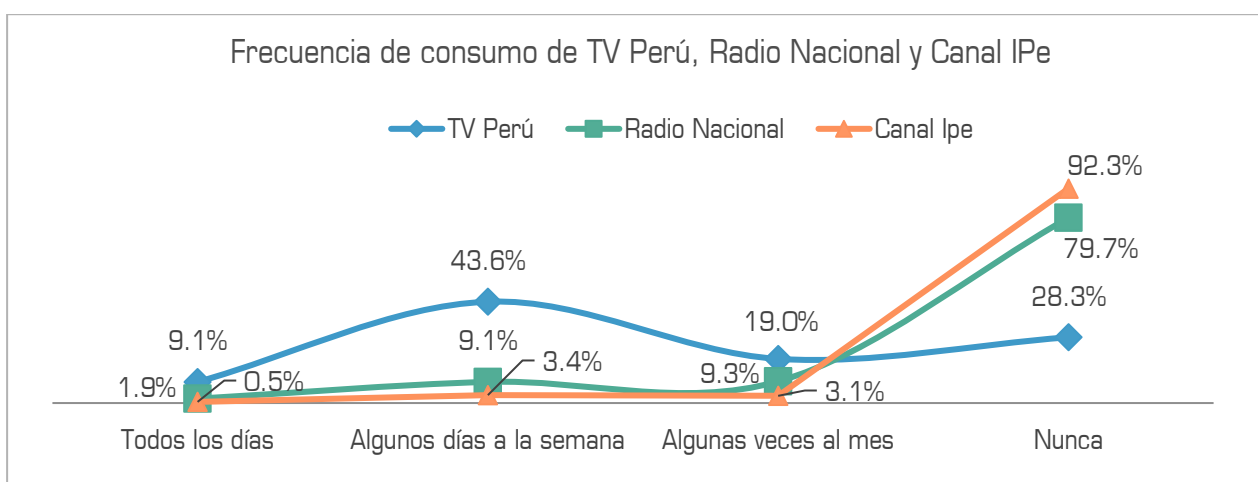
Respecto de quienes escuchan radio de su localidad.

A nivel nacional, el porcentaje de satisfacción de los peruanos/as con los canales locales es de 52%. El mayor grado de satisfacción se encuentra en Trujillo (85.3%), Tarapoto (72.8%) y Chiclayo (70%).

En el caso de las radios locales, el porcentaje de satisfacción es de 81.4%, lo cual representa un incremento del 17.4% en comparación al 2015. El mayor grado de satisfacción se encuentra en Trujillo (97.6%), Tarapoto (84.3%) y Chimbote (84.2%).

7. RADIO Y TELEVISIÓN ESTATAL

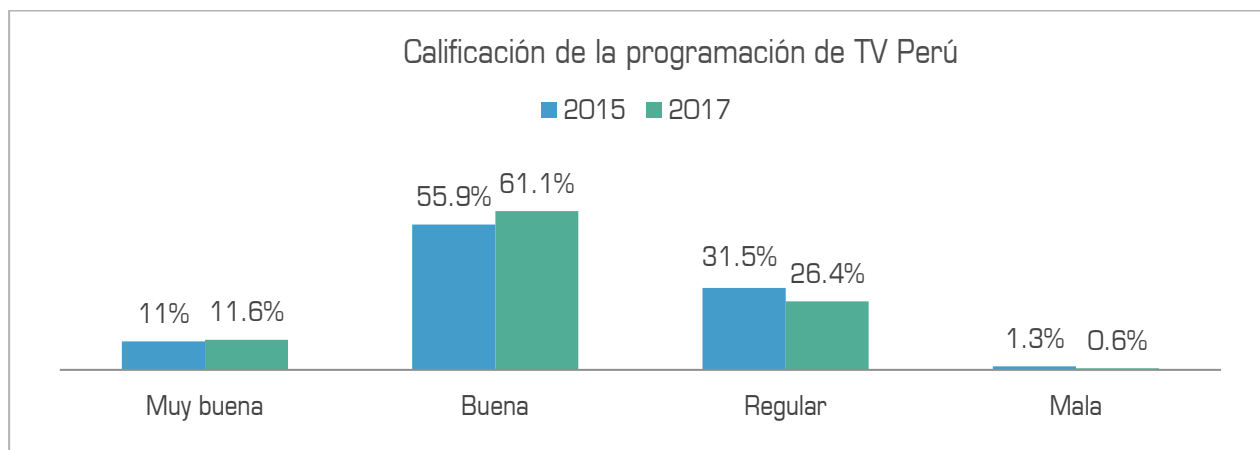
El porcentaje de peruanos/as que ven TV Perú al menos una vez al mes alcanza el 71.7%, el de Radio Nacional es de 20.3%, mientras que en el caso de Canal Ipe la cifra es menor (7%).



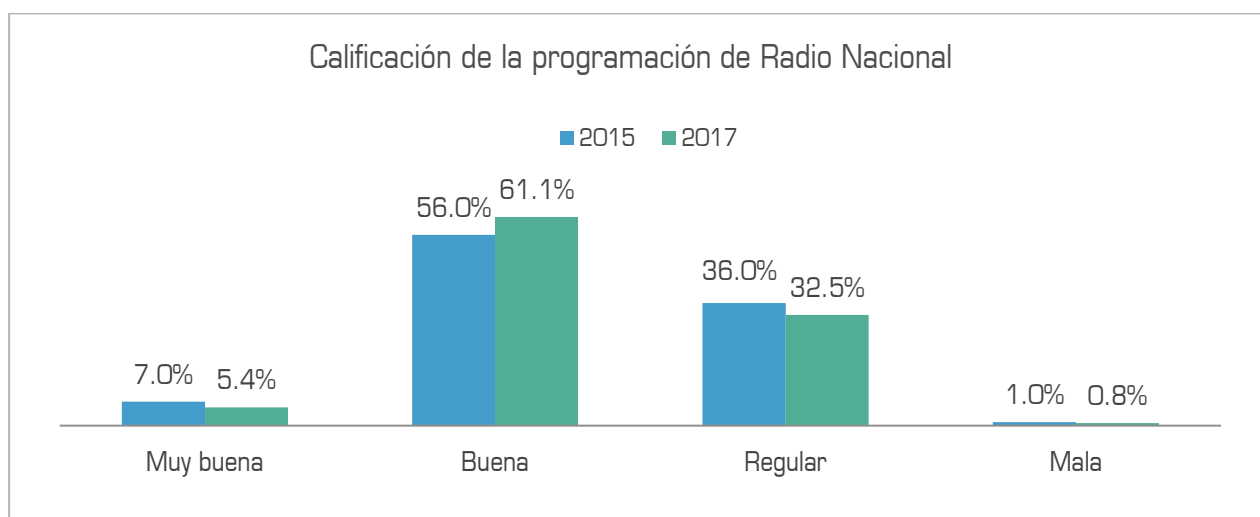
Las personas que ven en mayor porcentaje TV Perú (diariamente) viven en Huánuco (23.4%), Huaraz (21.7%) y Pucallpa (18.4%).

“El 72.7% de peruanos/as considera que TV Perú tiene una buena programación”

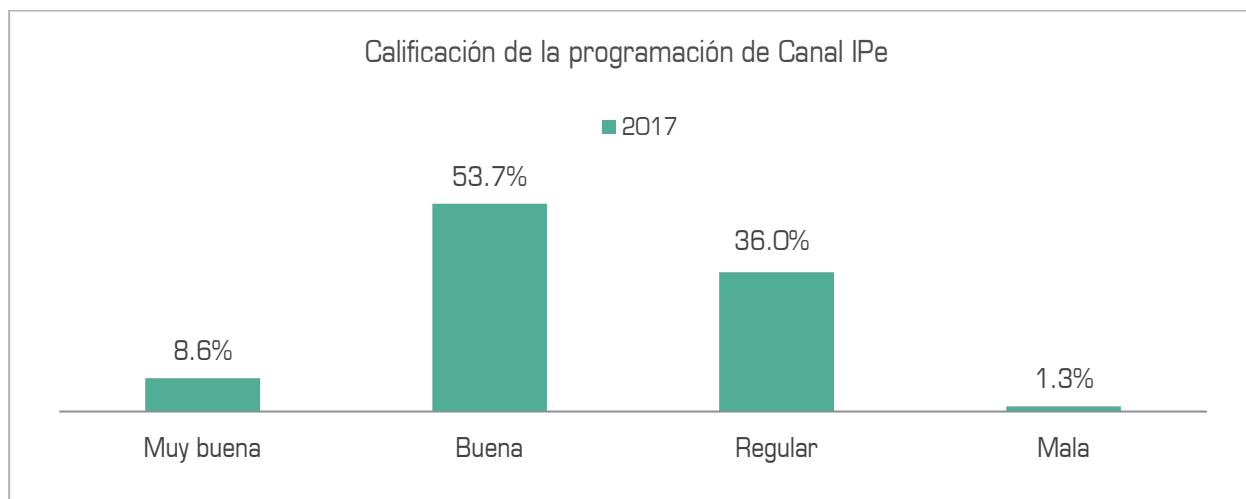
TV Perú es considerado por la mayoría de los peruanos/as como un canal de programación entretenida, informativa y de calidad (88.7%), que tiene buena programación para niños, niñas y adolescentes (84.1%), y el que recoge todas las voces del Perú (78.8%). Asimismo, es considerado como un canal a través del cual los usuarios se enteran de lo que sucede en su localidad (76.8%).



Respecto de quienes ven TV Perú.



Respecto de quienes escuchan Radio Nacional.

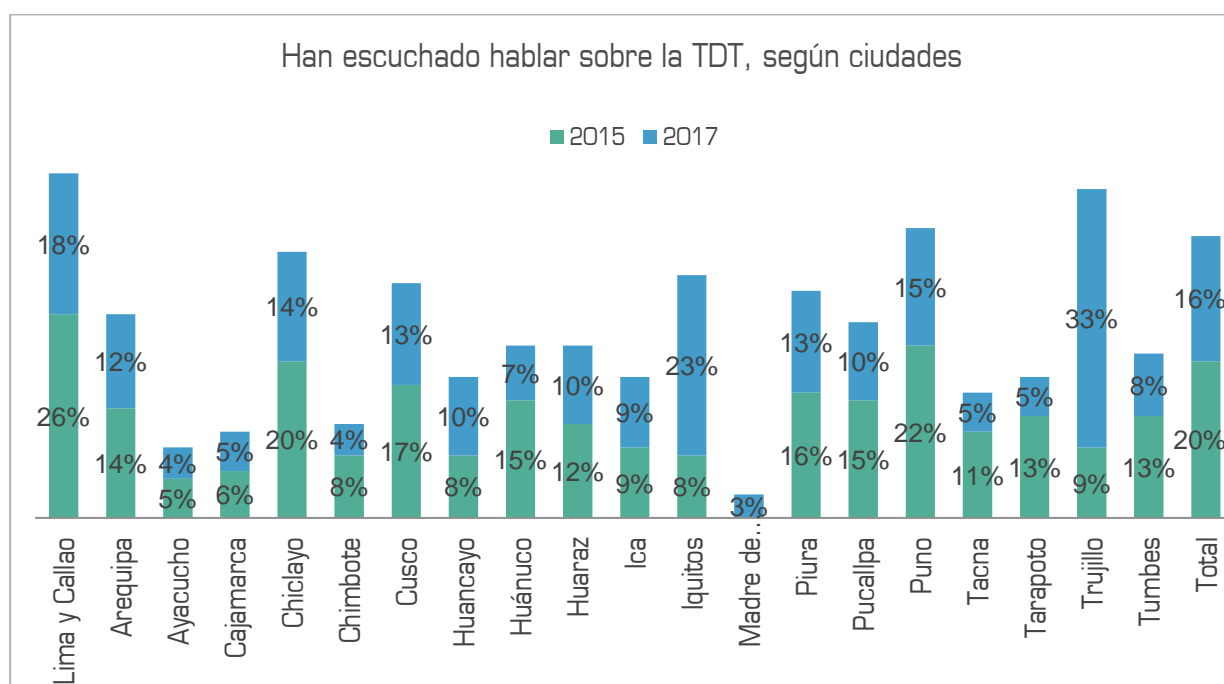


Respecto de quienes ven Canal IPe.

8. TELEVISIÓN DIGITAL TERRESTRE

La Televisión Digital Terrestre (TDT) sigue siendo un tema desconocido para la mayoría de los peruanos/as. En dos años, el conocimiento de este tema disminuyó en 4%. Las menores cifras de conocimiento se dan en Madre de Dios (3%), Ayacucho (4%) y Chimbote (4%), en los niveles socioeconómicos E (7%) y D (9%), y en las personas adultas mayores (15%).

“El 84% de peruanos/as no ha escuchado hablar sobre la Televisión Digital Terrestre”



Para el estudio de 2015 en referencia no se investigó la ciudad de Madre de Dios.

Los peruanos/as consideran que la TDT trata, principalmente, de una mejora de la calidad de audio y video (30.9%), seguido por ver TV en televisores LCD/Plasma/LED (25%), ver TV por cable con un decodificador (21.6%) y ver TV por Internet (19.2%).



www.concertv.gob.pe



[/concertv](https://www.facebook.com/concertv)



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