



ADJUDICACIÓN SIMPLIFICADA N° 001-2025-MTC/10
- PRIMERA CONVOCATORIA -

ESTUDIO CUANTITATIVO SOBRE CONSUMO RADIAL Y TELEVISIVO - INFORME FINAL A NIVEL NACIONAL -

AGOSTO 2025

Para uso confidencial de:



Documento elaborado por:



CONTENIDO

1	FICHA TÉCNICA
2	RESUMEN EJECUTIVO
3	PERFIL DEL ENTREVISTADO Y CARACTERÍSTICAS DEL HOGAR
4	TENENCIA Y USO DE MEDIOS
5	HÁBITOS DE USO DE MEDIOS Y ACTIVIDADES COTIDIANAS
6	HÁBITOS DE CONSUMO DE TELEVISIÓN Y RADIO
7	EVALUACIÓN DE LOS MEDIOS
8	CONTROL SOBRE EL CONSUMO DE TELEVISIÓN EN EL HOGAR
9	REGULACIÓN DE MEDIOS
10	RADIO Y TELEVISIÓN LOCAL
11	RADIO Y TELEVISIÓN ESTATAL
12	TELEVISIÓN DIGITAL TERRESTRE (TDT)
13	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1

FICHA TÉCNICA

Ficha Técnica

Objetivos	<p>Identificar las características del consumo televisivo y radial considerando:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Perfil de la muestra estudiada • Tenencia y uso de medios • Hábitos de uso de medios y actividades cotidianas
Ámbito Geográfico	<p>Lima, Callao, Arequipa, Ayacucho, Cajamarca, Chiclayo, Chimbote, Cusco, Huánuco, Huaraz, Huancayo, Ica, Iquitos, Madre de Dios, (Buenos Aires, Cuzco, Puno, Tacna, Tarapoto, Tumbes, Trujillo y Tumbes).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de los medios locales
Universo	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento del horario familiar • Hombres y Mujeres de 18 años a más, de los niveles socioeconómicos A, B, C, D y E; del área urbana y rural. • Conocimiento del procedimiento de queja
Tipo de Estudio	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de TV Perú y Radio Nacional <p>Estudio Cuantitativo sobre Televisión Digital Terrestre</p>
Técnica	<p>Aplicación de encuestas personales en hogares</p>
Instrumento	<p>Cuestionario estructurado y estandarizado, que contiene los objetivos del estudio; el cual fue aprobado por el cliente</p>
Ver Televisión Escuchar Radio	<p>En el pasado, ver televisión significaba inherentemente ver programas de televisión usando un televisor. Las audiencias de hoy viven en un entorno multiplataforma. Diferentes plataformas de video, incluyendo televisión, Internet en una computadora y dispositivos móviles, están disponibles para ver contenido de video.</p> <p>En este sentido, en la presente medición, el consumo de televisión considera todo contenido audiovisual. De manera similar, el consumo de radio considera todo contenido de audio.</p>
Muestra	<p>10,139 encuestas en total, que da un margen de error de +/- 0.97%.</p>
Fecha de Campo	<p>En los meses de Junio – Agosto 2025</p>

Muestra

Muestra, margen de error, pesos y periodo de campo para cada una de las ciudades investigadas.

Nº	Ciudades	Muestra Proporcional	Muestra Campo	Margen de Error	Pesos	Fecha de Campo
1	Lima	5454	1254	2.77%	4.34928230	Junio-Agosto 2025
2	Callao	641	443	4.66%	1.44695260	Junio-Agosto 2025
3	Arequipa	610	451	4.61%	1.35254989	Junio-Agosto 2025
4	Ayacucho	119	476	4.49%	0.25000000	Junio-Agosto 2025
5	Cajamarca	127	438	4.68%	0.28995434	Junio-Agosto 2025
6	Chiclayo	326	442	4.66%	0.73755656	Junio-Agosto 2025
7	Chimbote	237	450	4.62%	0.52666667	Junio-Agosto 2025
8	Cusco	270	447	4.63%	0.60402685	Junio-Agosto 2025
9	Huancayo	234	445	4.64%	0.52584270	Junio-Agosto 2025
10	Huánuco	127	438	4.68%	0.28995434	Junio-Agosto 2025
11	Huaraz	76	443	4.65%	0.17155756	Junio-Agosto 2025
12	Ica	193	438	4.68%	0.44063927	Junio-Agosto 2025
13	Iquitos	242	442	4.66%	0.54751131	Junio-Agosto 2025
14	Piura	302	439	4.68%	0.68792711	Junio-Agosto 2025
15	Pucallpa	206	441	4.66%	0.46712018	Junio-Agosto 2025
16	Puno	82	440	4.67%	0.18636364	Junio-Agosto 2025
17	Tacna	181	440	4.67%	0.41136364	Junio-Agosto 2025
18	Tarapoto	92	446	4.63%	0.20627803	Junio-Agosto 2025
19	Madre de Dios	49	444	4.64%	0.11036036	Junio-Agosto 2025
20	Tumbes	64	438	4.67%	0.14611872	Junio-Agosto 2025
21	Trujillo	507	444	4.65%	1.14189189	Junio-Agosto 2025
TOTAL		10139	10139	0.97%		Junio- Agosto 2025

- 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 10,139, el margen de error total es de +/- 0.97%.

2

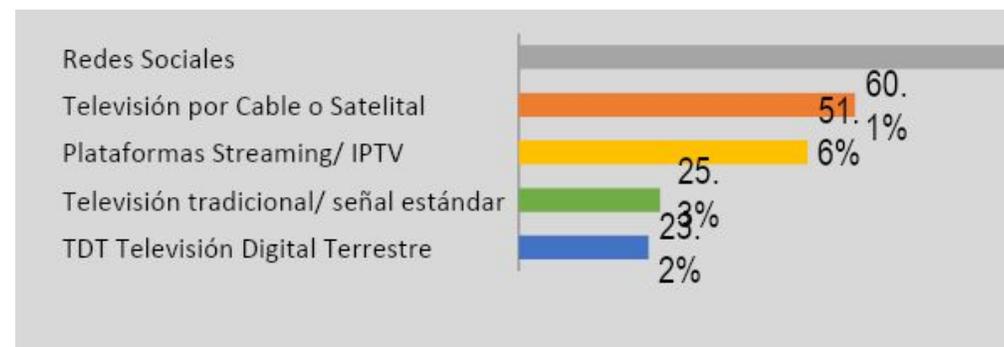
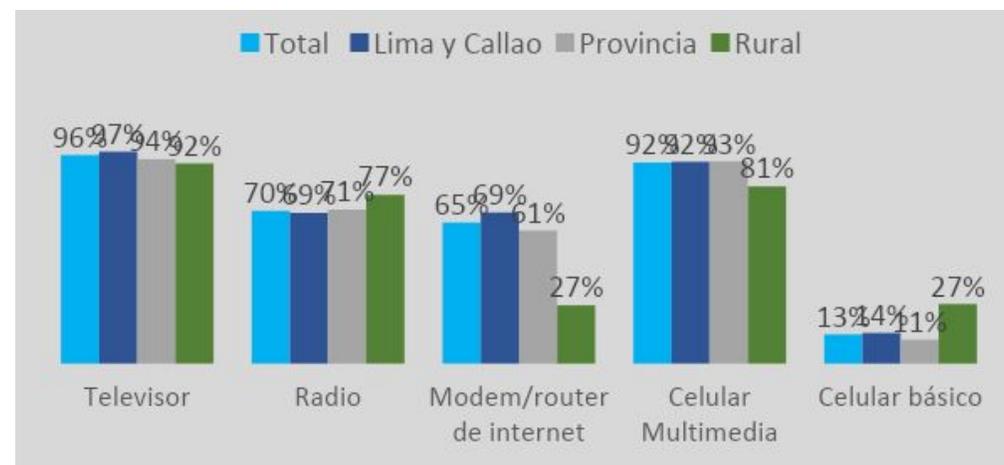
RESUMEN EJECUTIVO

El principal objetivo del presente estudio es identificar cuales son las características de consumo radial y televisivo de la población peruana. El target está conformado por hombres y mujeres de 18 a más años de edad, de los niveles socioeconómicos A, B, C, D y E, a nivel nacional. La información se obtuvo de manera directa en el hogar del entrevistado con la aplicación de un cuestionario estructurado y estandarizado, que contiene los objetivos del estudio y que fue aprobado por el cliente.

Entre los principales resultados se tiene los siguientes:

Tenencia de equipos / medios en el hogar:

- A nivel nacional, el televisor es el equipo con mayor presencia en los hogares peruanos, por consiguiente, el medio televisivo es el más consumido.
- La penetración de los celulares multimedia que cuentan con internet también es muy alta tanto en Lima y Callao como en provincia, esto haciendo referencia al área urbana; sin embargo, en el área rural aun es menor en 10 puntos porcentuales. En el ámbito rural el celular básico aún es utilizado (27%).
- La tenencia de modem/router de internet es mayor en Lima y Callao que en Provincia, así como en el área rural es significativamente menor comparado con el área urbana.
- La gran mayoría de la población accede a redes sociales para el consumo de diversos contenidos.
- Respecto al consumo específico de contenido audiovisual, los servicios con los que más se accede son la televisión por cable o satelital y las plataformas Streaming/IPTV. El servicio de cable decreció ligeramente respecto a la medición del 2022 mientras que las plataformas Streaming crecieron significativamente.
- El consumo de la televisión digital terrestre también creció significativamente respecto de la medición del 2022, especialmente en Lima y Callao.



Resumen Ejecutivo

Ver Televisión/
Conten. audiovisual 

Escuchar Radio/
Conten. de audio 

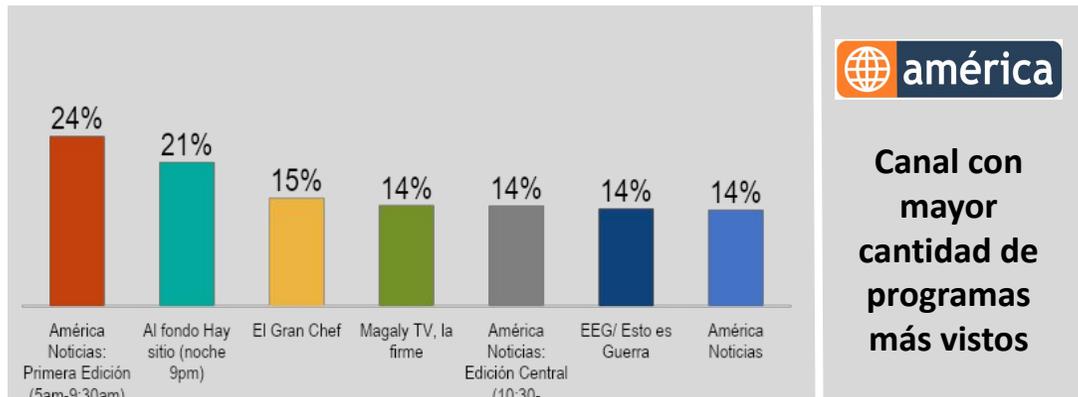
Leer Diarios/
Revistas 

Uso de Redes
sociales 

	L - V	S y D
Ver Televisión/ Conten. audiovisual	04:54 hrs.	05:17 hrs.
Escuchar Radio/ Conten. de audio	03:51 hrs.	03:47 hrs.
Leer Diarios/ Revistas	01:51 hrs.	01:55 hrs.
Uso de Redes sociales	02:56 hrs.	03:02 hrs.

Hábitos de uso de medios y actividades cotidianas:

- El tiempo insumido en ver televisión/contenido audiovisual ha crecido, tanto de lunes a viernes como los fines de semana; especialmente por el consumo de contenido de las plataformas Streaming/IPTV.
- Similar situación se observa con relación al consumo del medio radial/contenido de audio; especialmente por el consumo de música de plataformas Streaming como Spotify, YouTube Music, etc.
- El tiempo utilizado para leer diarios/Revistas ya sea de manera impresa o por internet también creció.
- El tiempo dedicado al uso de Redes Sociales también es significativo, y es considerablemente mayor en la población de 18 a 29 años.

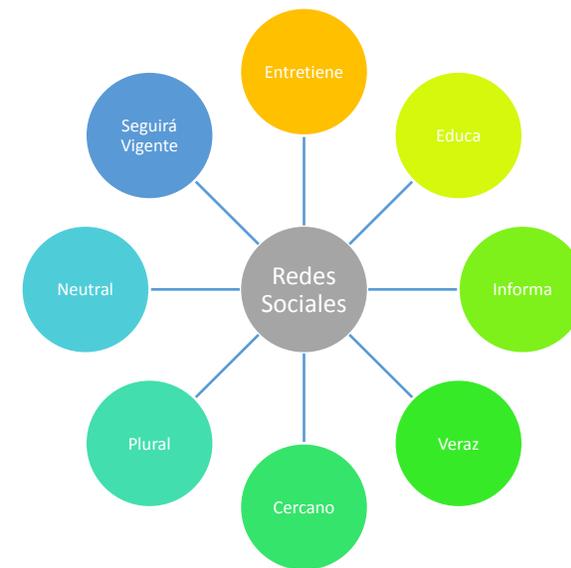


Hábitos de consumo de televisión y radio:

- En esta medición destaca la preferencia por programas de tipo informativo, así como series y entretenimiento. También se evidencia la presencia de programas como los reality shows, farándula y deportivos.
- América televisión es el canal con el mayor número de programas más vistos por la población entrevistada.
- Con relación al medio radial, los programas de corte musical son los preferidos, en segundo lugar y con una marcada diferencia se ubican los noticieros.

Evaluación de los medios de comunicación

- En la presente medición, Redes Sociales es el medio que los entrevistados consideran como: el que entretiene, educa, informa, el más veraz, cercano, plural, neutral y el que seguirá vigente.
- El medio percibido como el más escandaloso/sensacionalista es la televisión abierta. Este resultado es similar al de las mediciones anteriores.
- Un 11% de la población considera que ningún medio de comunicación evaluado es veraz y un 19% indica que ningún medio es neutral.
- Las Redes Sociales como tal se están evaluando recién es la presente medición. La percepción positiva hacia las Redes Sociales es alta y va de la mano con la percepción positiva a la internet que fue lo que se evaluó en la medición anterior.
- Los entrevistados indican que es poco o nada frecuente ver contenido de solo para adultos en horario familiar en la televisión. Similar situación se evidencia con relación a contenido discriminatorio y que haya palabras groseras/insultos de doble sentido en el contenido de la televisión.
- Sin embargo, el 36% de los entrevistados indican que es frecuente ver contenidos violentos en televisión y el 39% indica que es frecuente ver contenidos de violencia contra la mujer.
- Asimismo, mencionan que es poco o nada frecuente oír en la radio contenido inadecuado, estos resultados se mantienen con relación al año 2022.

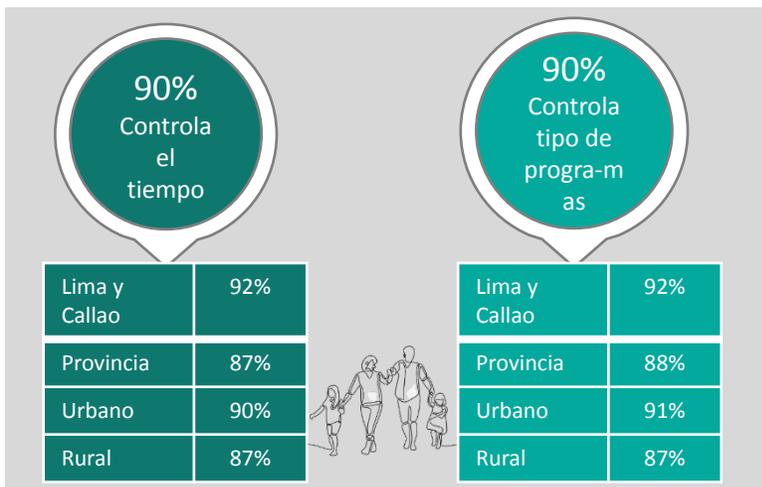


		 <p>Poco o nada frecuente oír contenido inadecuado</p>
Frecuente	Violencia en general, violencia contra la mujer	
Poco Frecuente	Contenido de solo para adultos en horario familiar, Discriminación Palabras groseras/insultos de doble sentido.	

41%	Informan adecuadamente / informan con la verdad
90%	Pasan muchas noticias de Lima
77%	No se profundiza, falta más investigación
94%	Pasan muchas noticias de robos / extorsiones / asesinatos / sicariato
82%	Es manejado por intereses políticos y/o económicos
73%	Se presentan noticias sensacionalistas y morbosas

Evaluación de los medios de comunicación

- La población entrevistada percibe que los noticieros pasan muchas noticias de robos / extorsiones / asesinatos / sicariato, pasan muchas noticias de Lima, es manejado por intereses políticos y/o económicos, y no se profundiza, falta más investigación. Estos resultados se han incrementado en relación a la medición anterior (2022).
- Un 41% considera que los noticieros informan adecuadamente. Este resultado se ha incrementado en relación a la medición anterior (2022).



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

- El 90% de los entrevistados en hogares con niños, indica que sí controla el tipo de programas que ven, y el 90% sí controla el tiempo que ven.
- El 87% de estos entrevistados mencionan que sí comentan con los niños sobre lo que están viendo por televisión.
- La forma de control más utilizada por los padres de familia es “ver televisión hasta cierta hora”, seguida de lejos de “ven después de hacer las tareas”, entre las de mayor mención. La mayoría de entrevistados mencionan que dejan ver televisión a los menores hasta las 09:00 pm o antes.
- Los tipos de programas que ven los menores son principalmente dibujos animados.

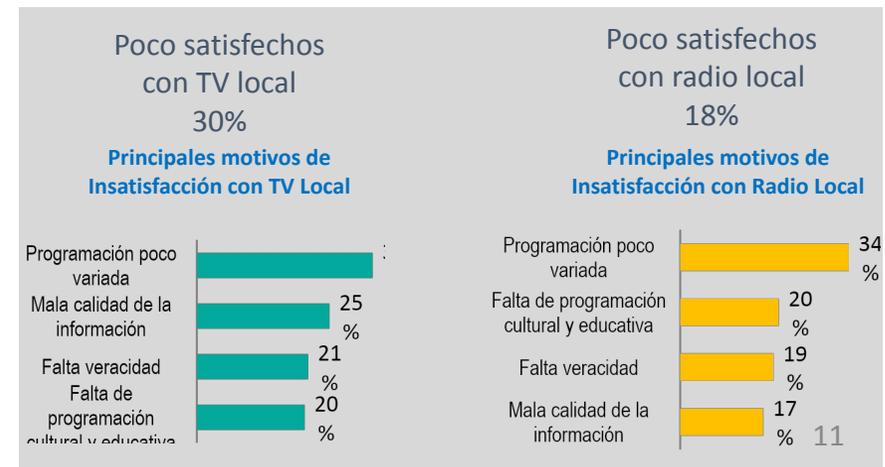
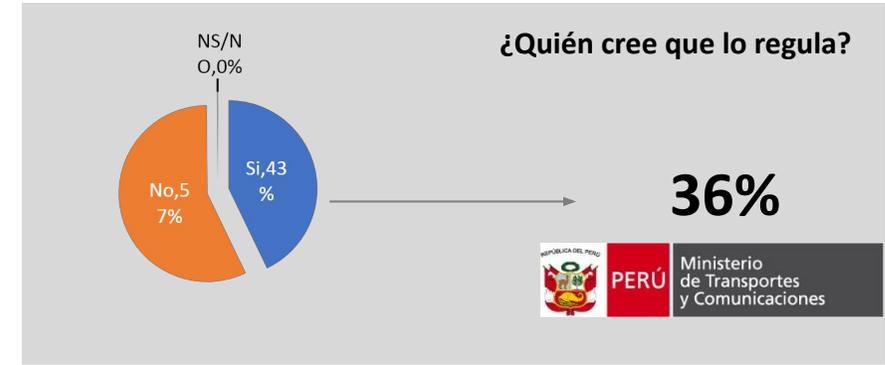
Resumen Ejecutivo

Regulación de medios:

- La mayoría considera que la radio y la televisión no se encuentran regulados.
- Un grupo de entrevistados (36%) mencionó que el Ministerio de Transporte y Comunicaciones regula estos medios de comunicación.
- El 46% de la población entrevistada menciona conocer sobre el horario familiar.
- El 47% tiene conocimiento sobre el derecho de quejarse ante el mismo medio por contenidos inadecuados que atenten contra el horario familiar.
- Los entrevistados consideran que las Comunidades Andinas son el grupo social que son discriminados por la televisión, seguido de los LGTB/ Homosexuales. Destaca un 17% de entrevistados que menciona que ningún grupo social aparece discriminado en el medio televisivo.

Radio y televisión local:

- El consumo diario de televisión local (45%) ha disminuido en comparación a los resultados de la medición del 2022 (52%).
- El consumo diario de radio local (31%) ha aumentado ligeramente, con relación a la medición del 2022 (27%).
- 64% de entrevistados que mencionaron consumir televisión local, indican estar satisfechos. Mientras que el 80% de ciudadanos que escuchan radio local se encuentran satisfechos con ella.
- Los entrevistados que no se encuentran satisfechos con la televisión local, mencionan entre los motivos principales: la programación poco variada y la mala calidad de la información.
- Los entrevistados que indicaron encontrarse insatisfechos con la radio local mencionan como razón principal la programación poco variada.



Resumen Ejecutivo

Radio y televisión estatal:

- Respecto a la televisión estatal, un 17% ve algunos días de la semana TV Perú. El 62% de entrevistados que ven el canal del estado califican la programación como buena o muy buena, y un 35% considera que es regular.
- Asimismo, sobre radio nacional y canal IP la mayoría nunca la escucha o ve.
- Los entrevistados que escuchan Radio Nacional califican la programación como buena o muy buena (60%), esta percepción ha disminuido en relación a la medición del 2022 (72%).
- Los entrevistados que ven canal IP califican la programación como buena o muy buena (59%), esta percepción ha disminuido en relación a la medición del 2022 (79%).

Televisión Digital Terrestre

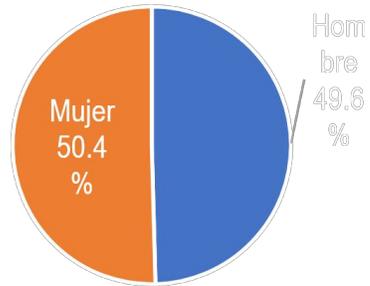
- La mayoría, 64%, no ha escuchado hablar sobre la Televisión Digital Terrestre (TDT). Este resultado ha disminuido en relación a la medición anterior (85%).
- Aquellos que sí han escuchado sobre el tema consideran que el principal beneficio es "Mejorar la calidad de audio y video (HD)".

3

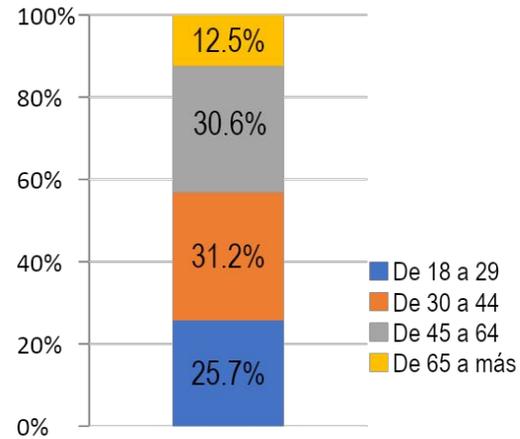
PERFIL DEL ENTREVISTADO Y CARACTERÍSTICAS DEL HOGAR

Perfil del entrevistado y característica del hogar

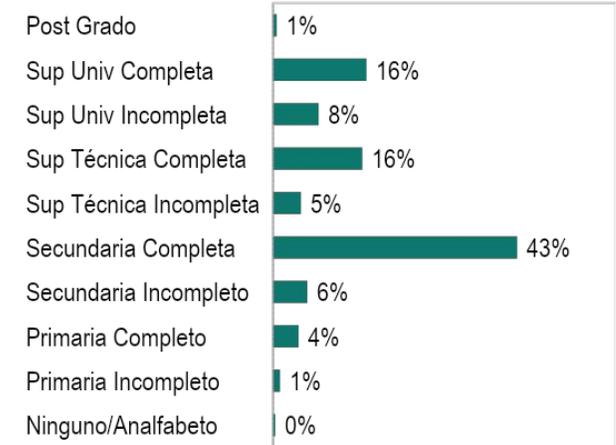
Sexo del entrevistado



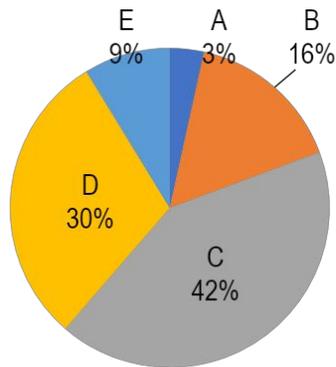
Edad del entrevistado



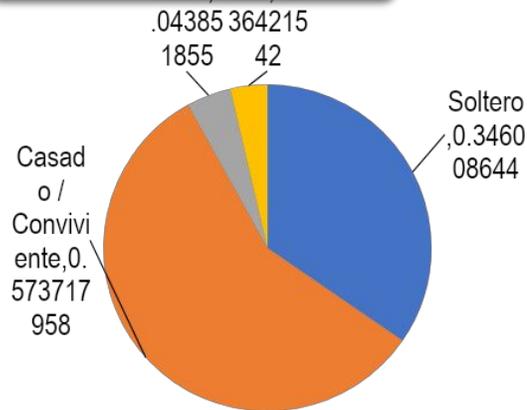
Nivel de instrucción



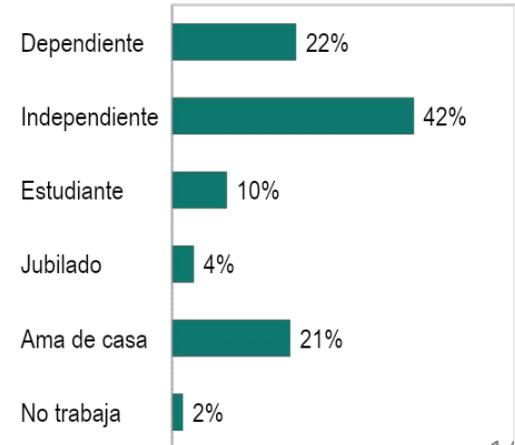
Nivel Socioeconómico



Estado civil

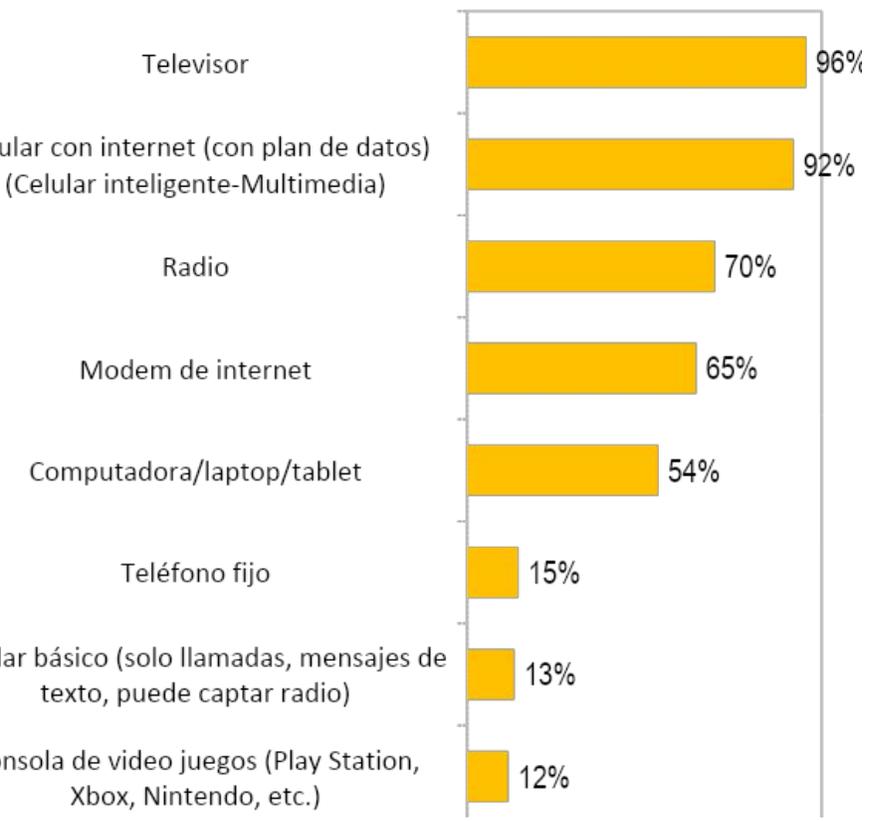


Ocupación del Entrevistado



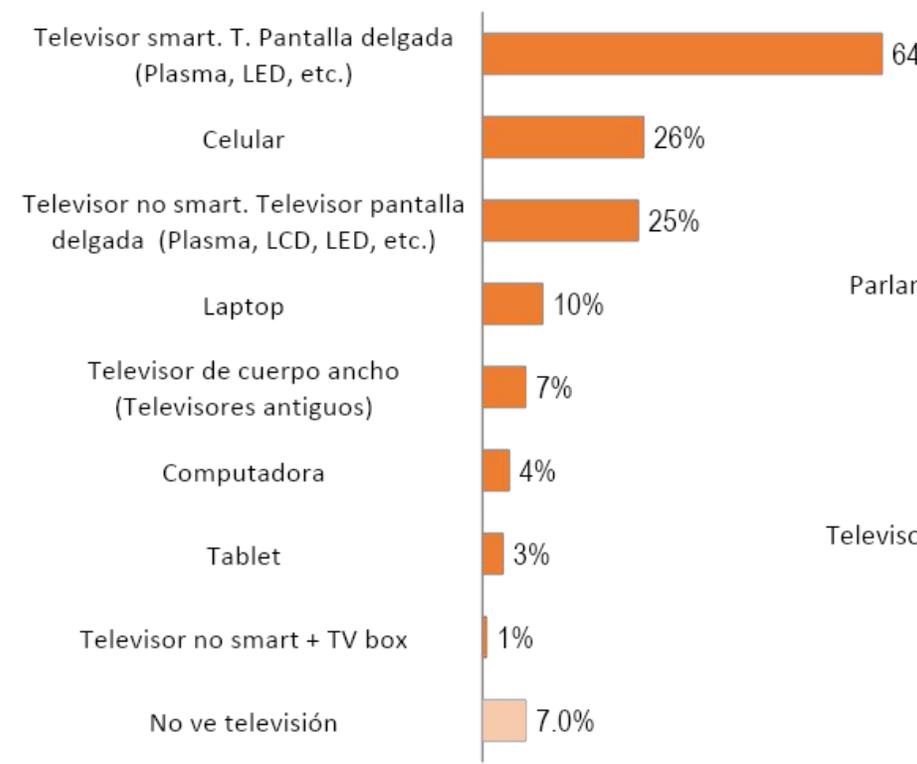
Perfil del entrevistado y característica del hogar

P.1 Tenencia de artefactos eléctricos, equipos, servicios en funcionamiento en el Hogar



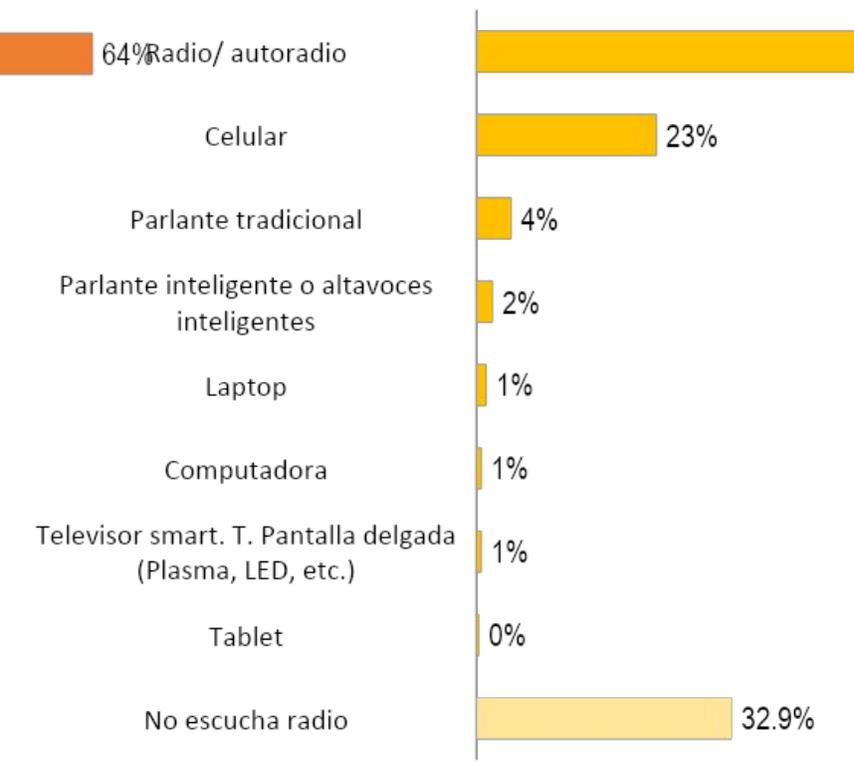
Base: 10 139

P.5 Equipo o dispositivo en el que ven Televisión



Base: 10 139

P.6 Equipo o dispositivo en el que escuchan la Radio



Base: 10 139

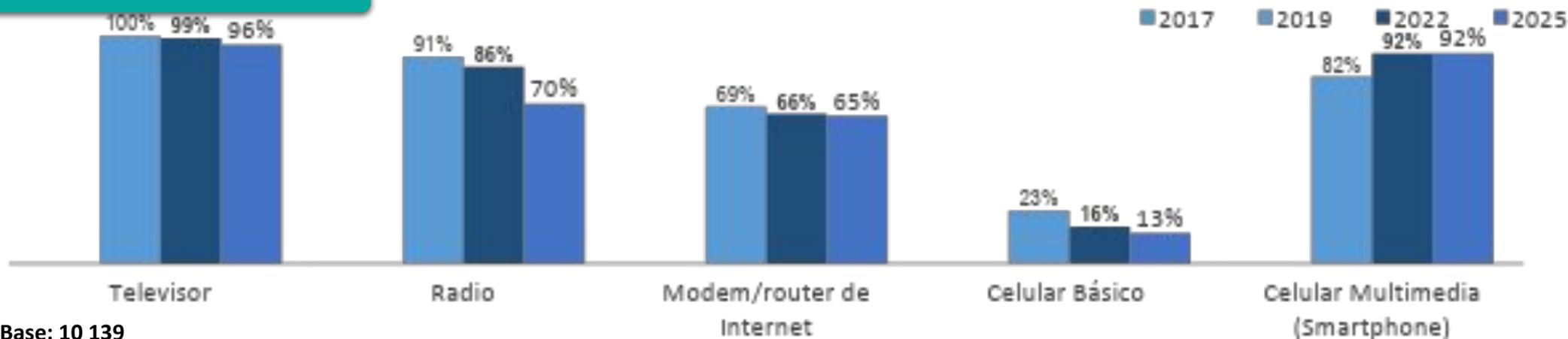
- El 64% de los entrevistados ven televisión en televisores SMART, mientras que el 25% lo hace en televisores NO SMART. Hay un 7% que aún utiliza los televisores de pantalla ancha (antiguos).
- El 54% escucha el medio radial a través de una radio/autoradio y el 23% lo hace a través de un equipo celular.

4

TENENCIA Y USO DE MEDIOS

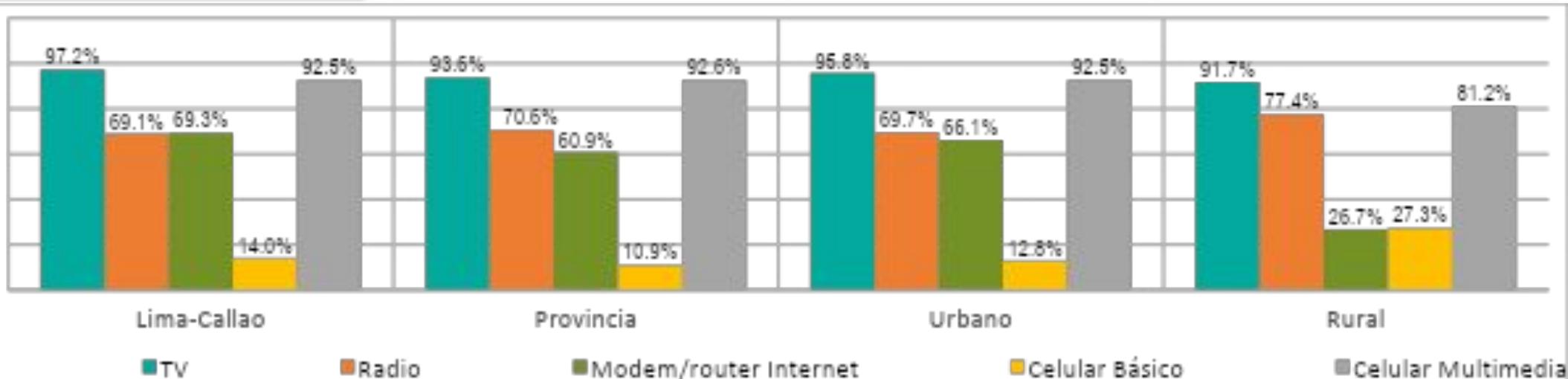
Tenencia de equipos / medios en el hogar

P.1 Histórico



Base: 10 139

P.1 Comparativo Lima y Callao - Provincias 2025

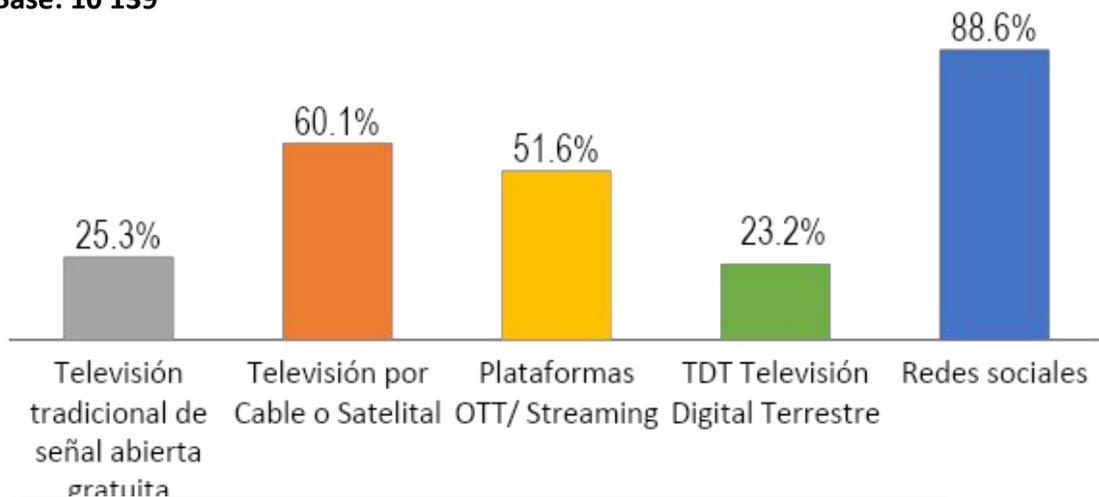


Base: 10 139

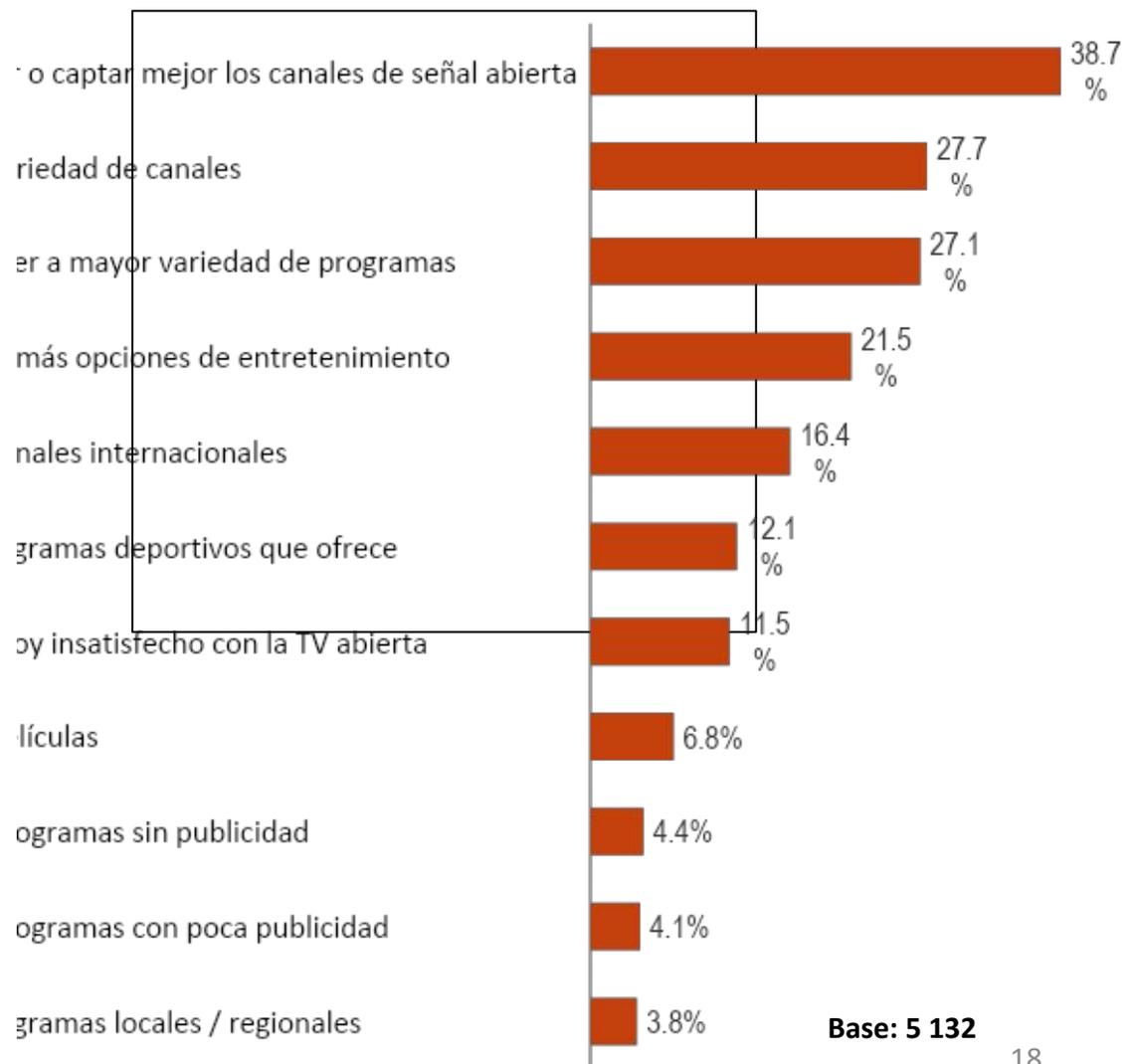
Servicios utilizados para acceder a contenidos audiovisuales

P.2 Servicios en los que acceden a contenido audiovisual

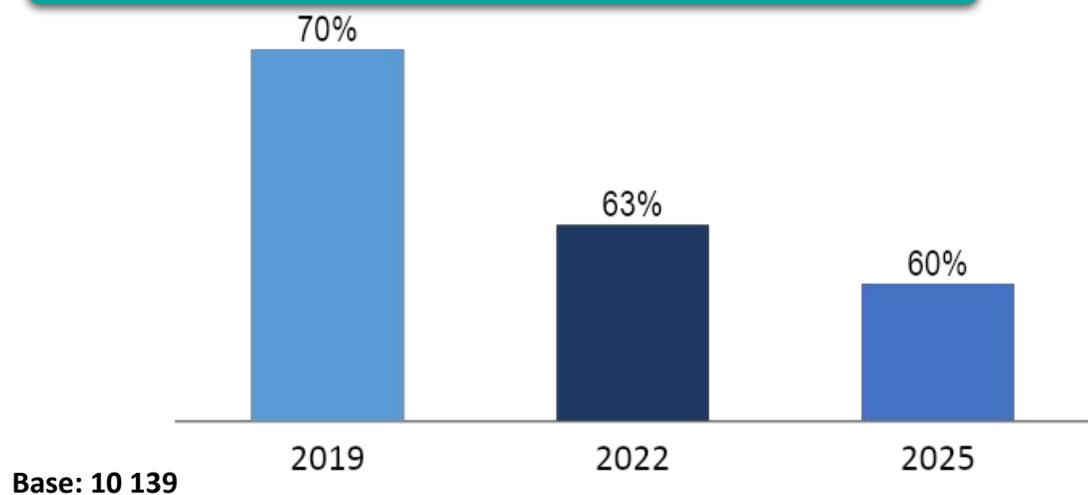
Base: 10 139



P.3 Razón por la que tienen televisión por suscripción por cable o satelital



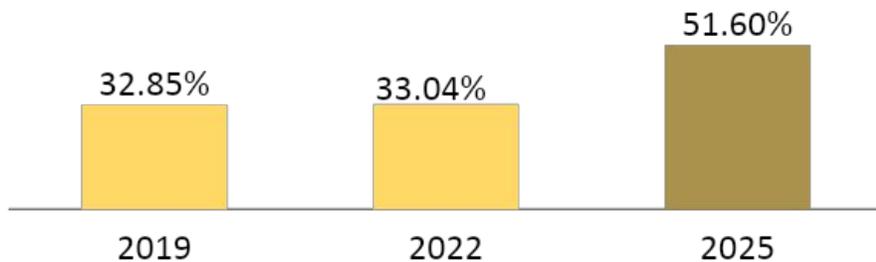
P.2 Tenencia en el Hogar de Televisión por Suscripción por cable



Base: 10 139

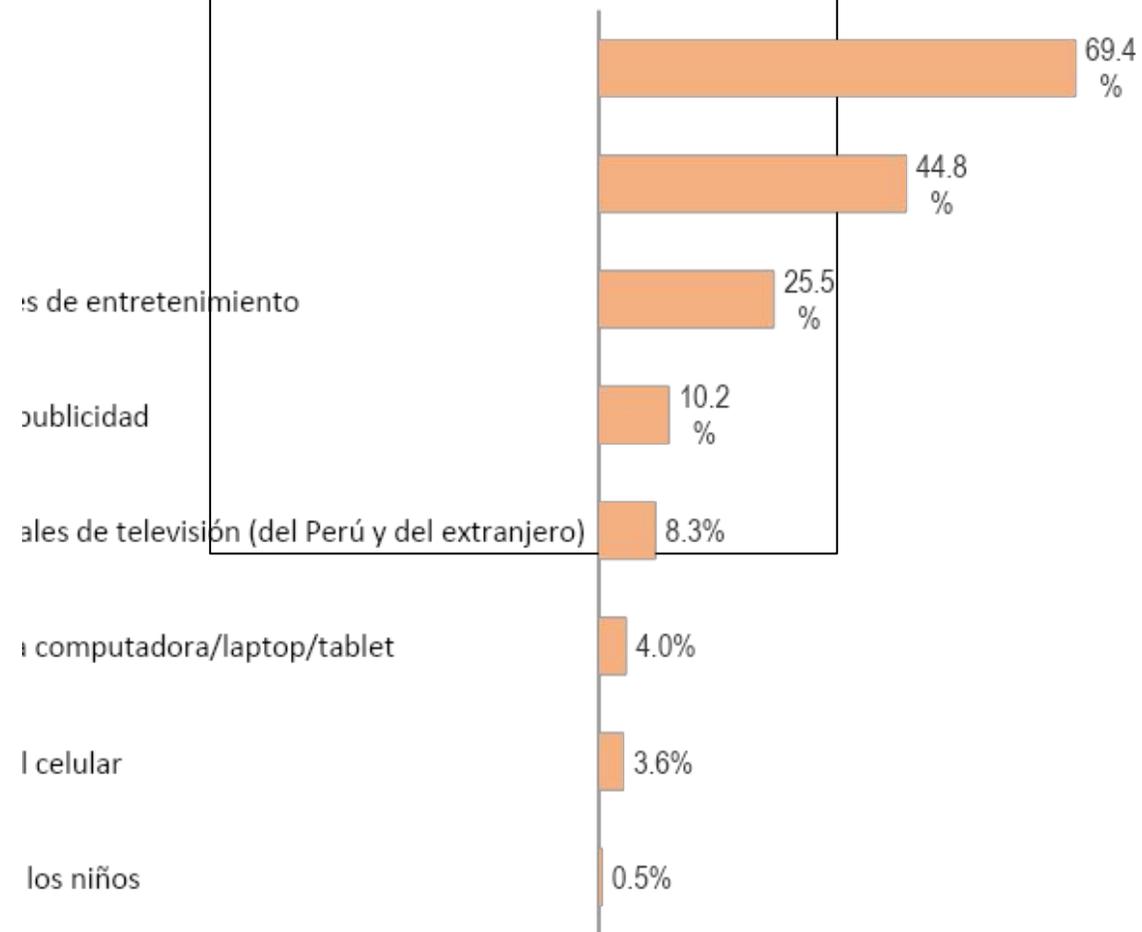
Base: 5 132

P.2 Tenencia en el Hogar de Plataformas Streaming/IPTV



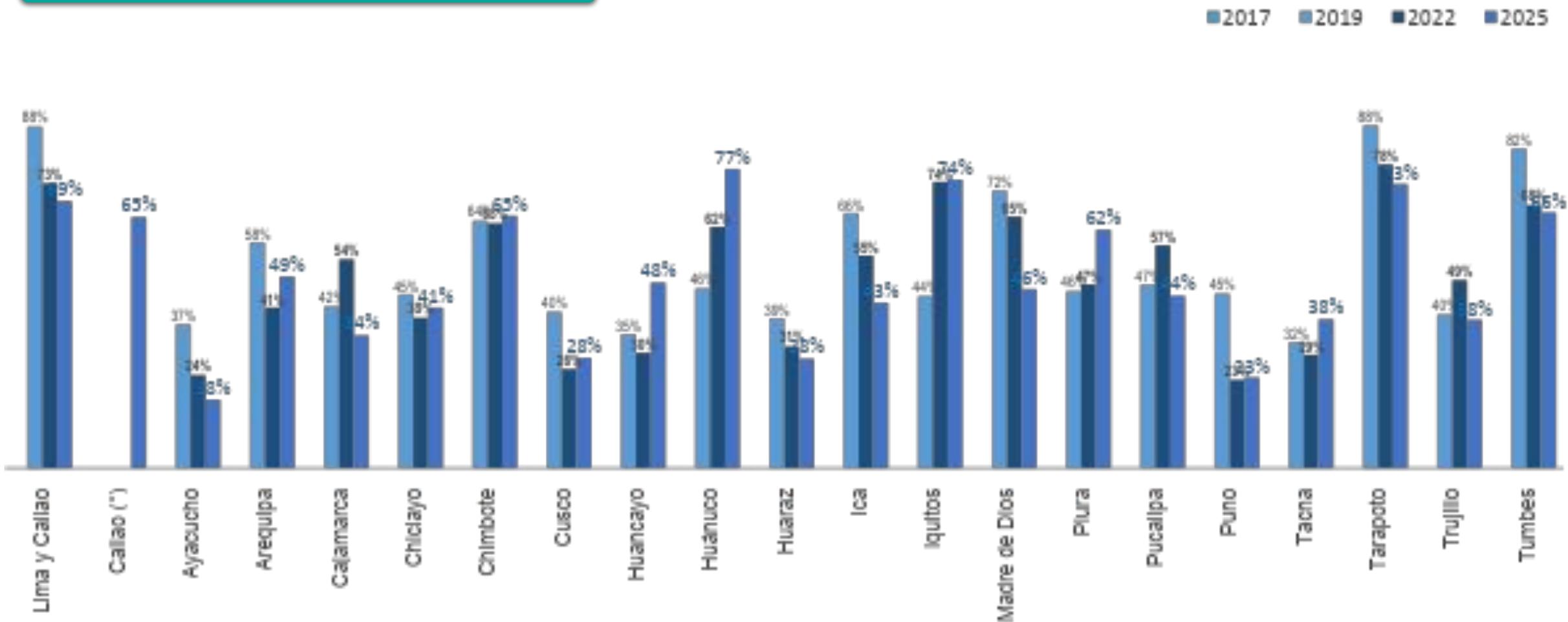
Base: 10 139

P.4 Razón por la que tienen plataformas Streaming/IPTV



Base: 5 158

P.2 Penetración de la televisión por suscripción según ciudades

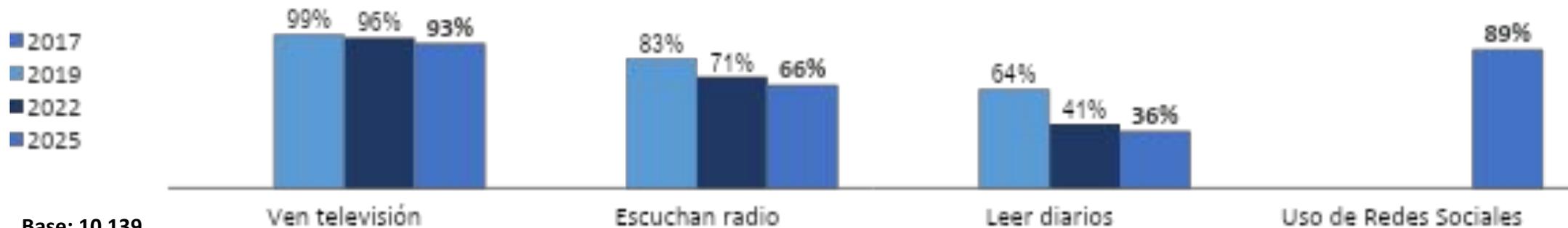


(*) En las mediciones del 2019 y 2022 Callao se evaluó en forma conjunta con Lima, recién en la presente medición se está evaluando de manera individual.

5

HÁBITOS DE USO DE MEDIOS Y ACTIVIDADES COTIDIANAS

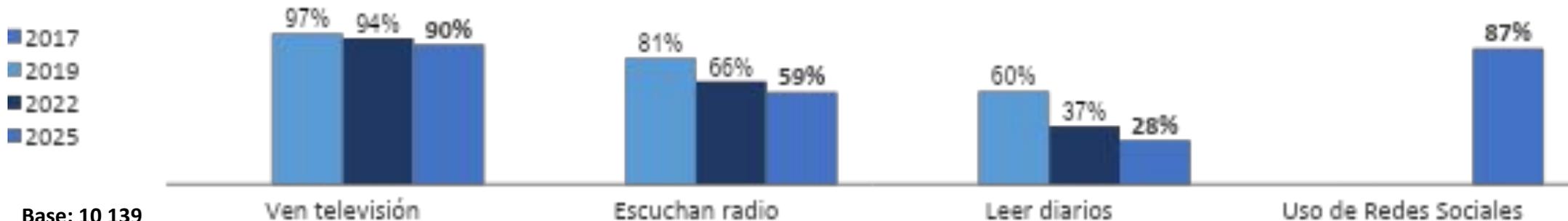
P.7 Lunes a Viernes



Base: 10 139

Promedio de horas	02:16	03:02	04:54		01:34	02:31	03:51		00:38	01:24	01:51		(*)	(*)	02:56
-------------------	-------	-------	-------	--	-------	-------	-------	--	-------	-------	-------	--	-----	-----	-------

P.8 Sábados y Domingos



Base: 10 139

Promedio de horas	-	03:17	05:17		-	02:36	03:47		-	01:27	01:55		(*)	(*)	03:02
-------------------	---	-------	-------	--	---	-------	-------	--	---	-------	-------	--	-----	-----	-------

(*) Redes Sociales se evalúa recién en el año 2025. En los años anteriores se evaluó tiempo que navega en internet. Al no ser exactamente lo mismo, no se puede hacer comparativo.

P.7 y P.8 Uso de medios semanal



Horas		Ven televisión	Escuchan radio	Leer diarios	Uso de Redes Sociales
L-V		04:54	03:51	01:51	02:56
S-D		05:17	03:47	01:55	03:02

Base: 10 139

P.7 y P.8 Promedio de horas que consume según medio

CONSUMO DE MEDIOS (horas)	Lu-Vi	Sa-Do
VER TELEVISIÓN	04:54	05:17
Ver televisión en un televisor (sin uso de internet)	02:34	02:39
Ver televisión por internet en cualquier dispositivo	02:20	02:38
ESCUCHAR RADIO	03:51	03:47
Escuchar emisoras de radio en equipos de radio/autoradio, celular (sin uso de internet)	02:21	02:17
Escuchar radio por internet en cualquier dispositivo	01:31	01:30
LEER DIARIOS Y/O REVISTAS	01:51	01:55
Leer diarios y/o revistas impresas	00:53	00:55
Leer diarios y/o revistas por internet	00:57	00:59
USO DE REDES SOCIALES	02:56	03:02

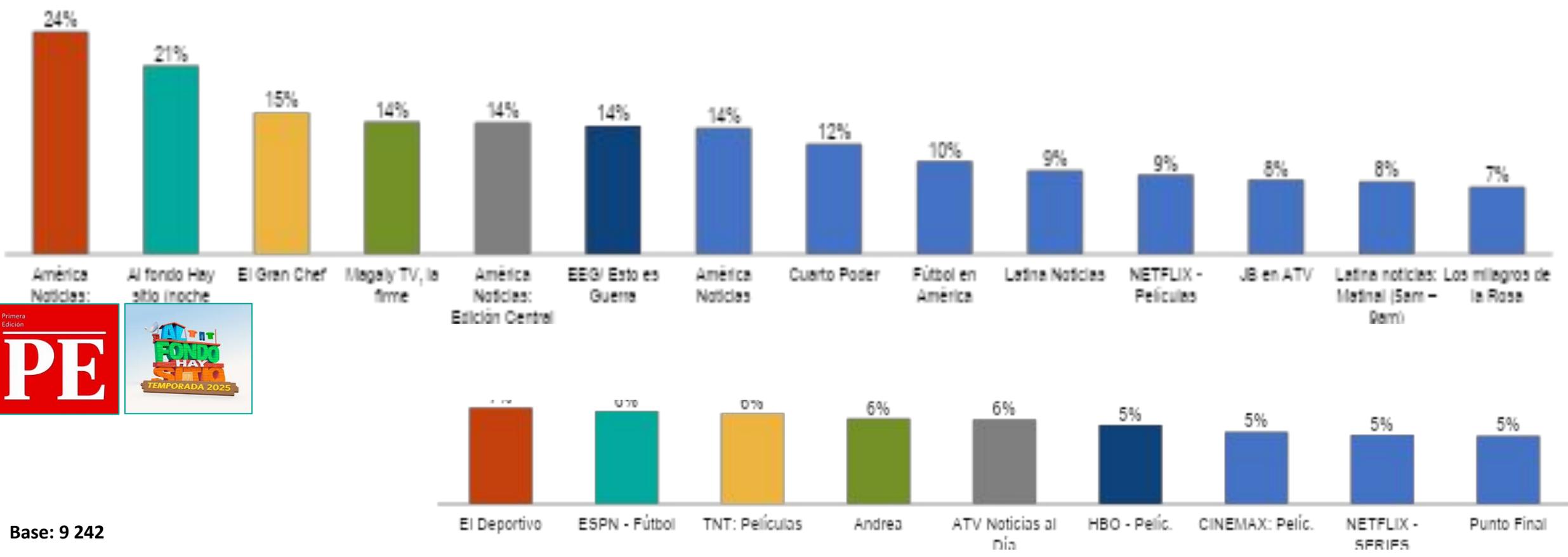
Base: 10 139

6

HÁBITOS DE CONSUMO DE TELEVISIÓN Y RADIO

Consumo de televisión: Programas más vistos

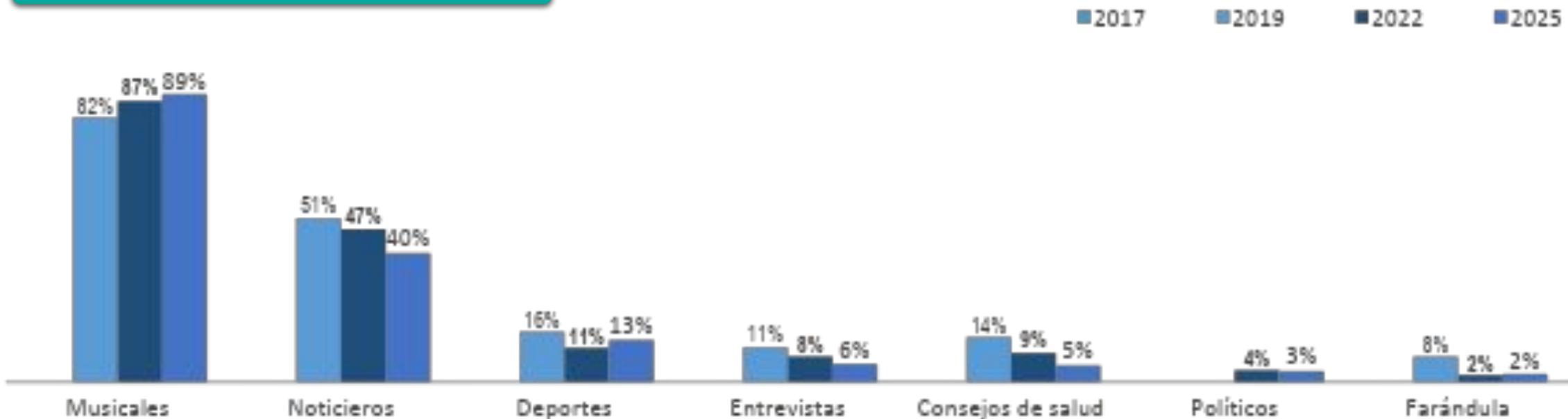
P.9 Programas de TV más vistos



Base: 9 242

Consumo de radio: Tipos de programas que acostumbra escuchar

P.10 Tipos de programas que acostumbra escuchar



Base: 7 012



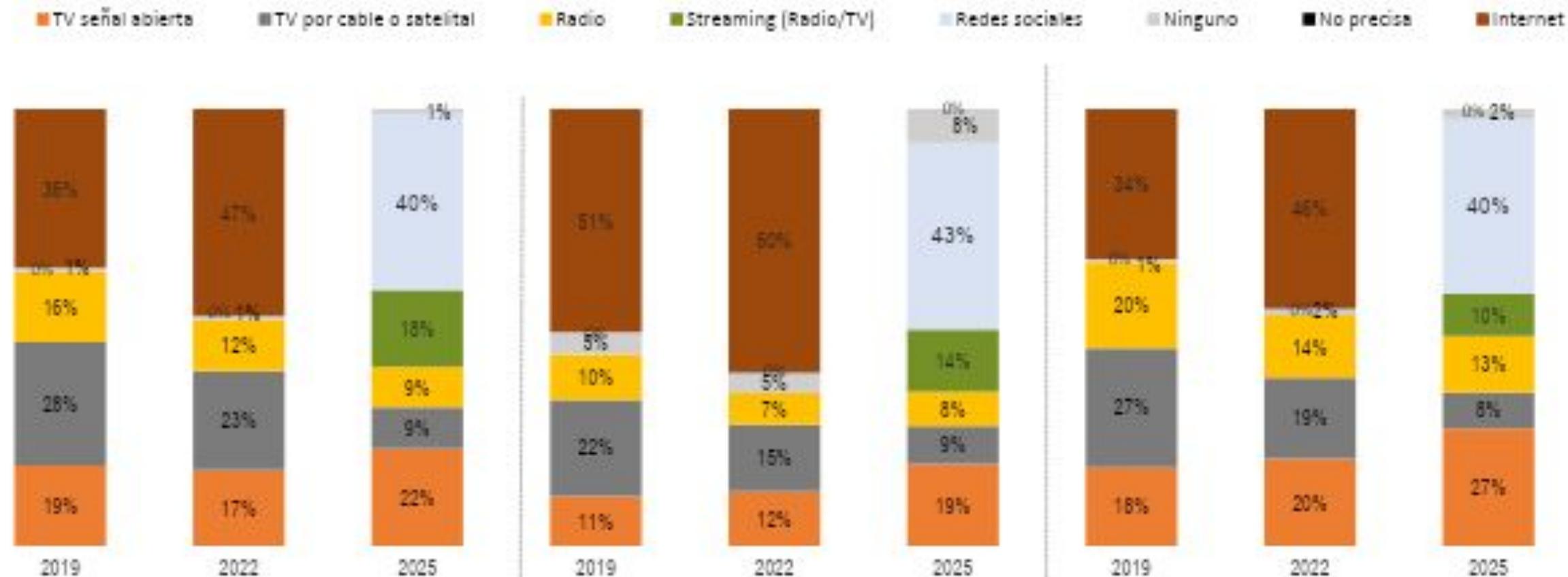
7

EVALUACIÓN DE MEDIOS

Evaluación de los medios de comunicación (1)

¿Cuál es el medio que más... ?

P.11 Evaluación de medios



Base: 10 139

Entretiene

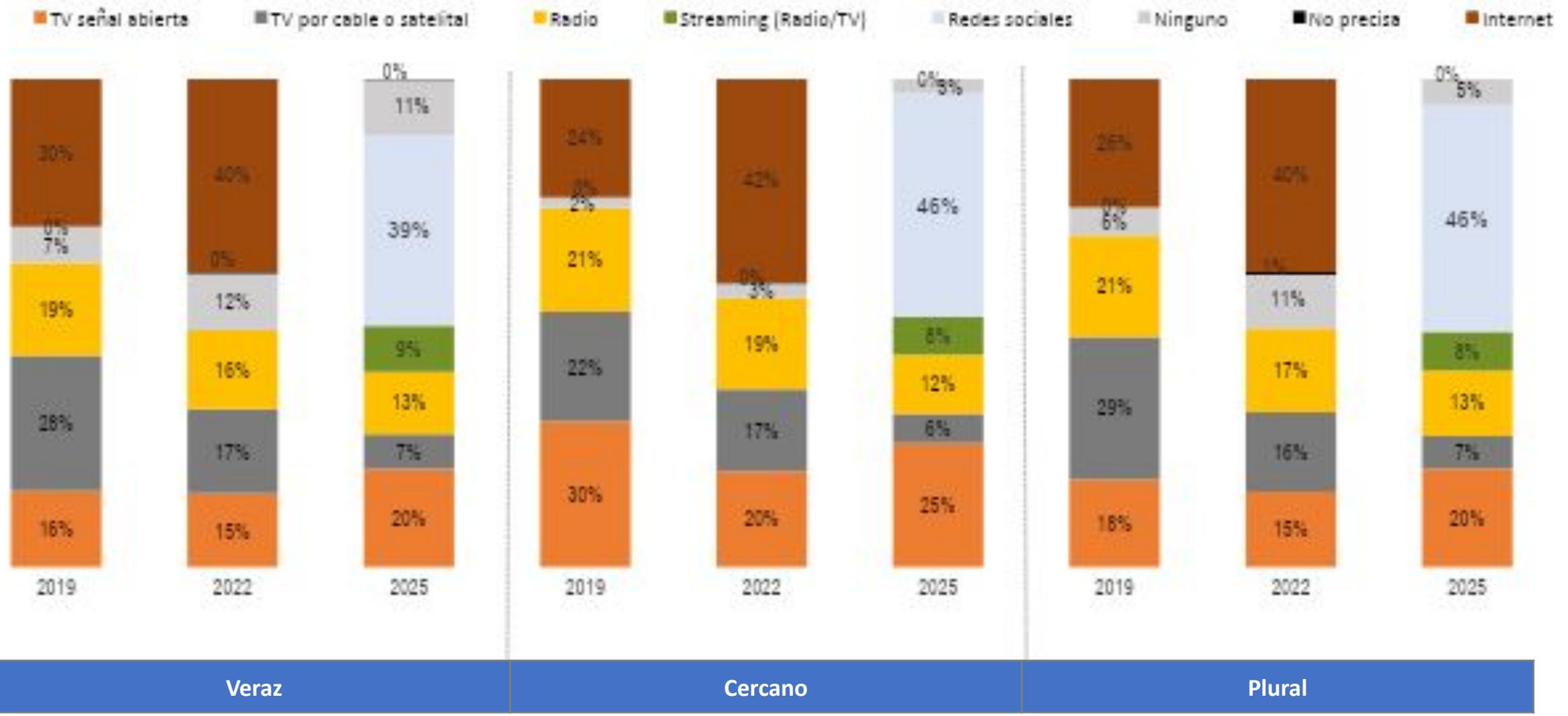
Educa

Informa

Evaluación de los medios de comunicación (2)

¿Cuál es el medio que más... ?

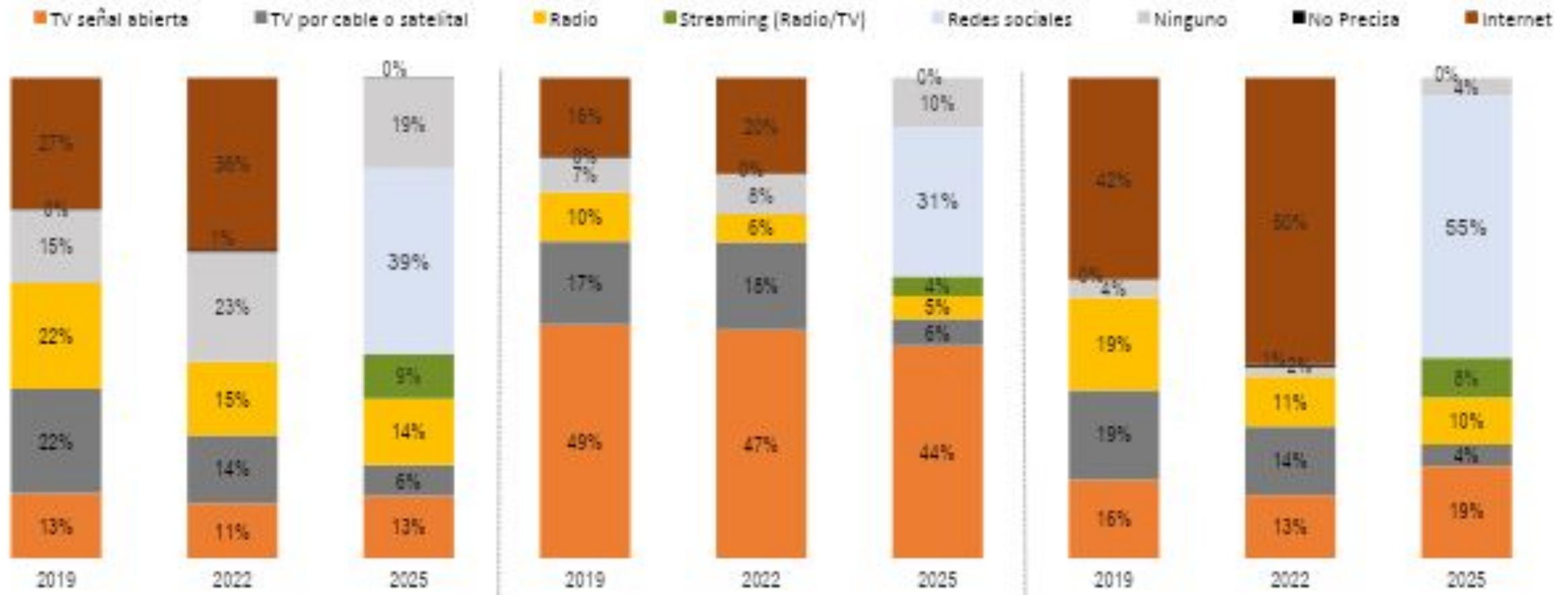
P.11 Evaluación de medios



Evaluación de los medios de comunicación (3)

¿Cuál es el medio que más... ?

P.11 Evaluación de medios

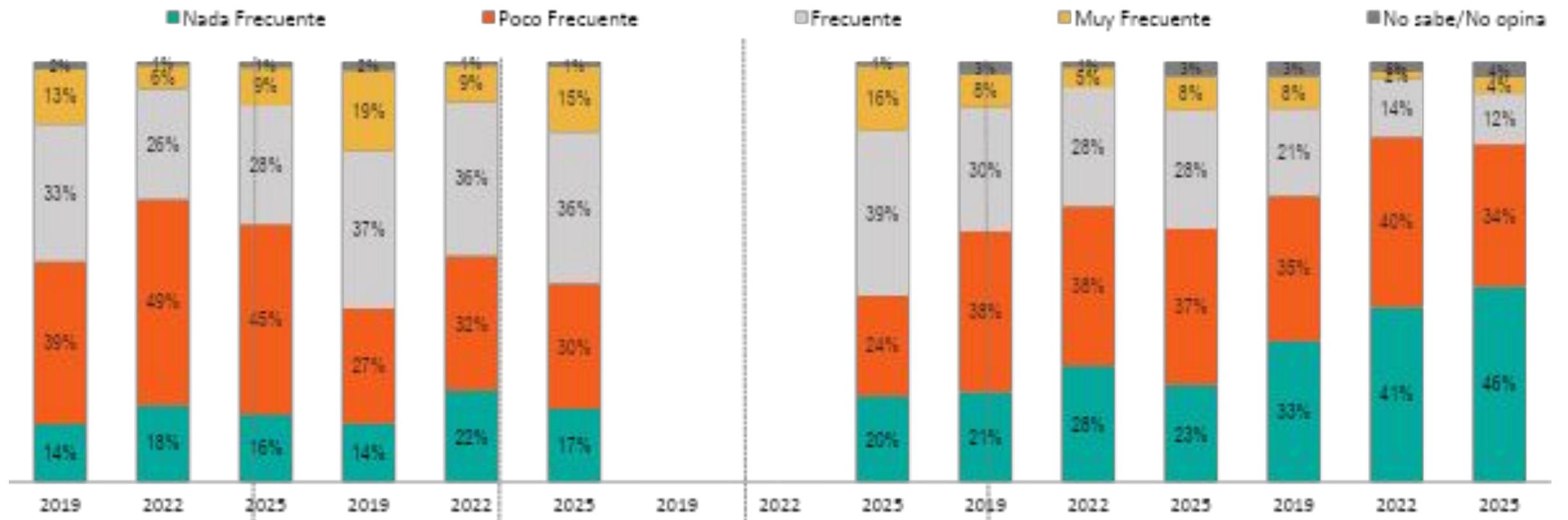


Neutral Escandaloso/Sensacionalista Seguirá Vigente

Evaluación de los medios de comunicación

¿Con qué frecuencia ha visto los siguientes contenidos en la televisión que le hayan parecido inadecuados o les haya molestado?

P.12 Evaluación de medios



Palabras groseras, insultos o de doble sentido	Violencia en general			(*) Violencia contra la mujer		Trato discriminatorio			Contenido "solo para adultos" en horario familiar					
T2B														
46%	32%	37%	57%	45%	52%	(*)	(*)	55%	38%	33%	36%	28%	15%	16%

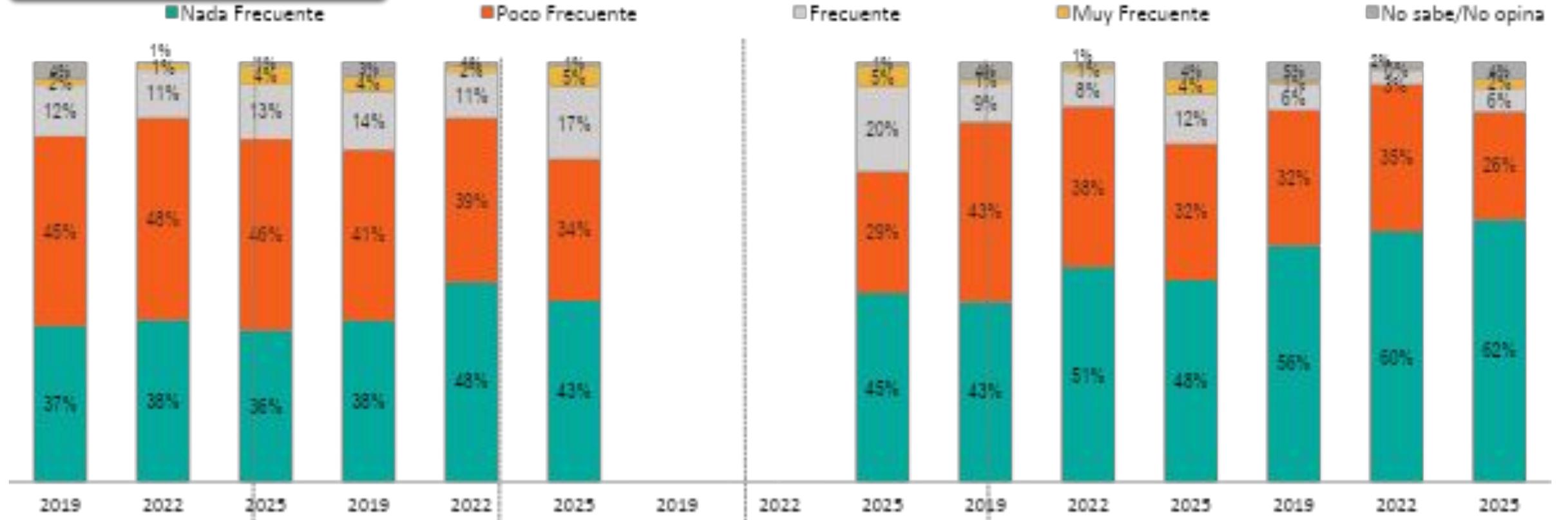
Base: 9 242

(*) En los años 2019 y 2022: No se evaluó "Violencia contra la Mujer"

Evaluación de los medios de comunicación

¿Con qué frecuencia ha oído alguno de los siguientes contenidos en la radio que le hayan parecido inadecuados o les hayan molestado?

P.13 Evaluación de medios



Palabras groseras, insultos o de doble sentido	Violencia en general	(*) Violencia contra la mujer		Trato discriminatorio	Contenido "solo para adultos" en horario familiar									
T2B														
14%	13%	17%	17%	13%	22%	(*)	(*)	25%	10%	9%	15%	7%	4%	8%

Base: 7 012

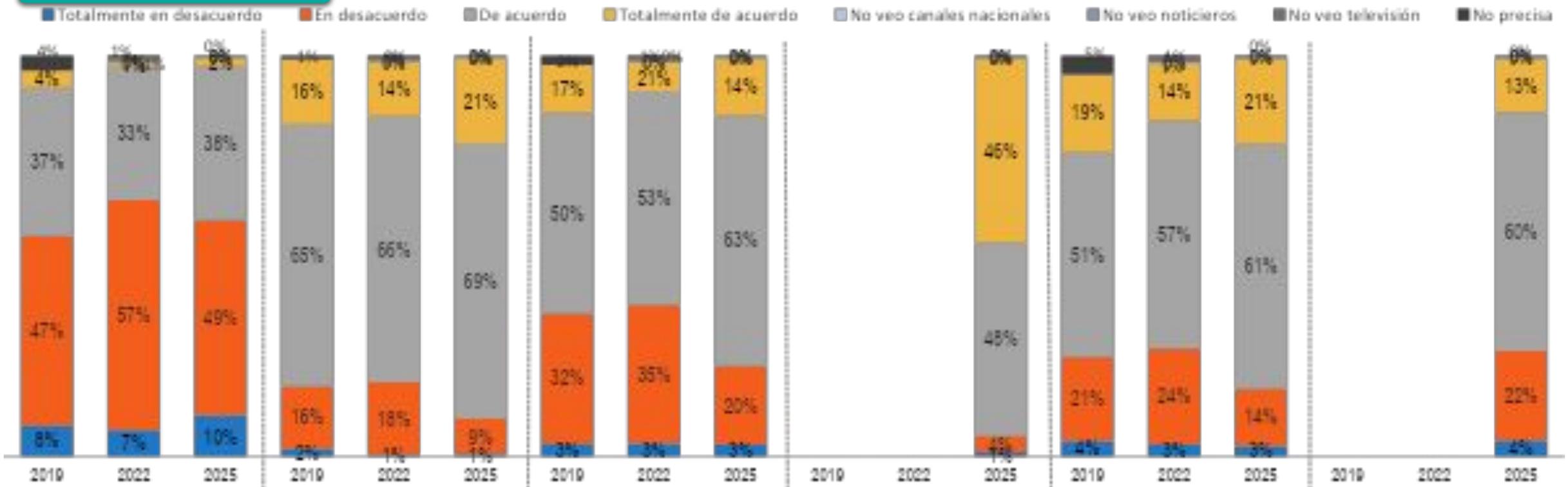
(*) En los años 2019 y 2022: No se evaluó "Violencia contra la Mujer"

Evaluación de los medios de comunicación: Percepción sobre los noticieros

¿que tan de acuerdo o en desacuerdo está con las siguientes frases, en relación a los noticieros de televisión peruana?

P.25 Percepción de los noticieros

Base: 10 139



Informan adecuadamente/informan con la verdad	Pasan muchas noticias de Lima	No se profundiza, falta más investigación	(*) Pasan muchas noticias de robos/extorsiones/asesinatos/sicariato	(**) Es manejado por intereses políticos y/o económicos	(*) Se presentan noticias sensacionalistas y morbosas
41%	82%	62%	(*)	70%	(*)
34%	80%	60%	(*)	71%	(*)
41%	90%	77%	94%	82%	73%

(*) En los años 2019 y 2022: No se evaluó "Pasan muchas noticias de robos/extorsiones/asesinatos/sicariato", ni "Se presentan noticias sensacionalistas y morbosas"

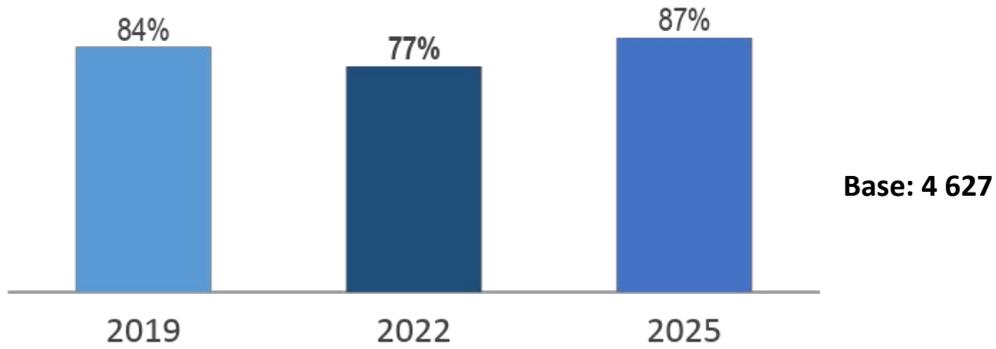
(**) En los años 2019 y 2022: Para el comparativo se está utilizando los resultados de la variable "Es manejado por Autoridades".

8

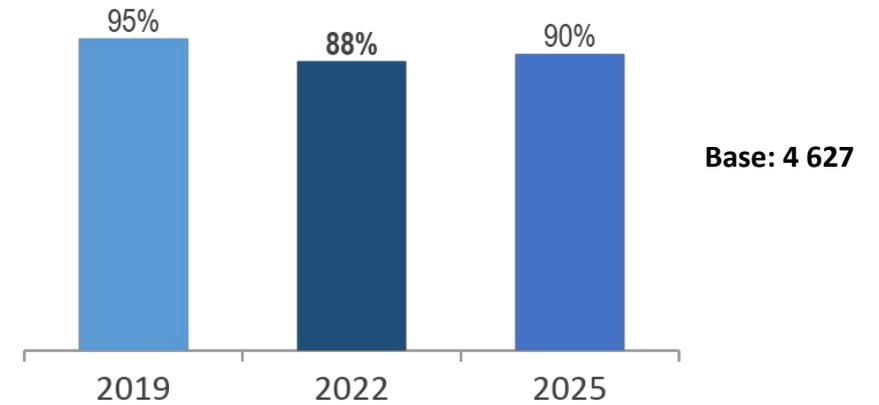
CONTROL SOBRE EL CONSUMO
DE TELEVISIÓN EN EL HOGAR

Control sobre el consumo de televisión en el hogar

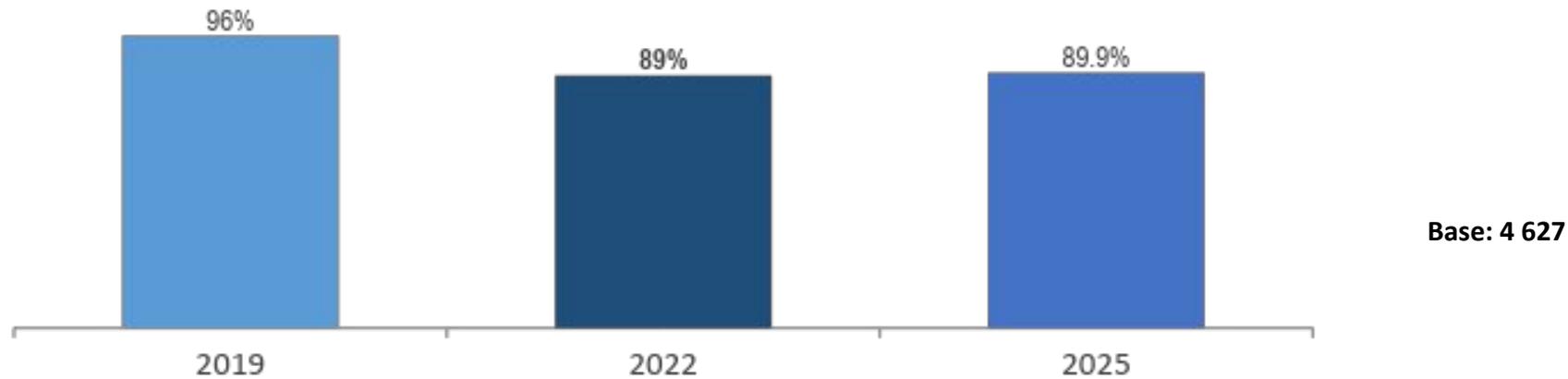
P.16 Costumbre de analizar, comentar, aconsejar a los niños sobre lo que están viendo



P.18 Existencia de control sobre el tipo de programas que ven los niños



P.17 Existencia de control sobre el tiempo que ven los niños

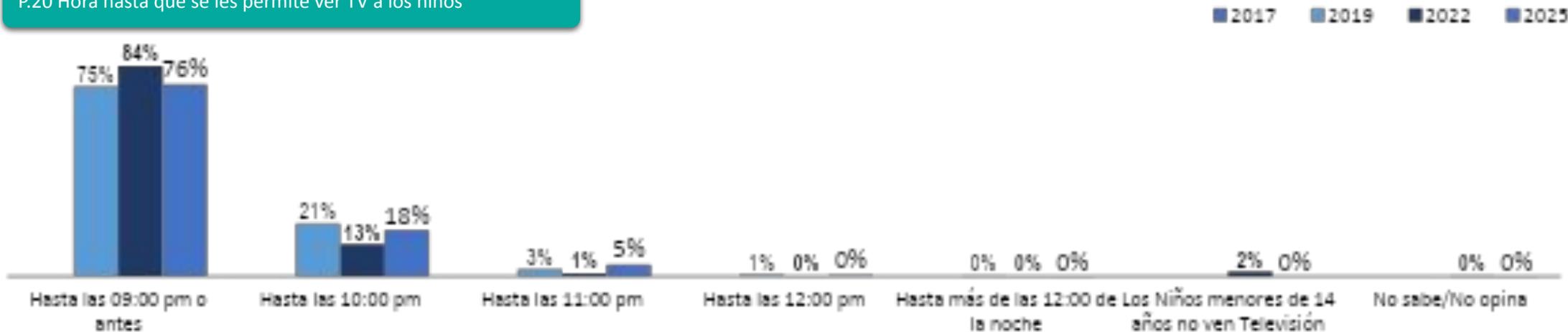


P.19 Forma de control utilizada en los niños



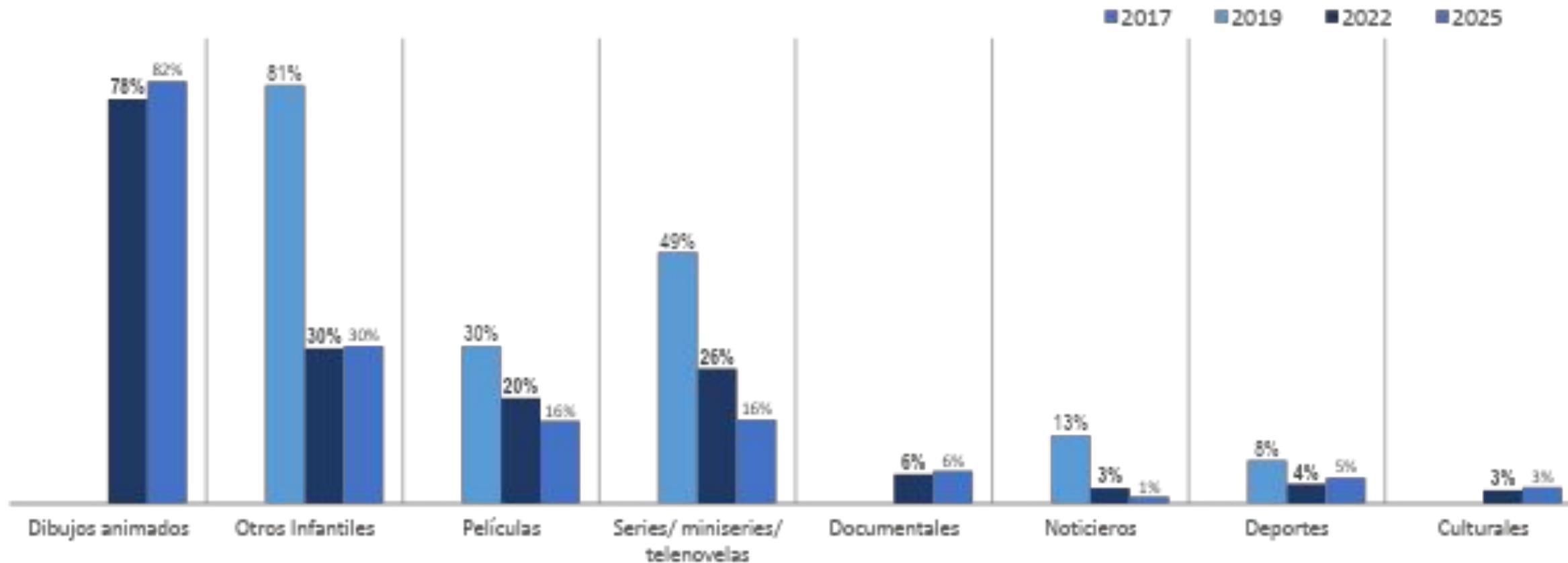
Base: 4 059

P.20 Hora hasta que se les permite ver TV a los niños



Base: 4 059

P.15 Tipo de programas vistos por los niños de 1 a 14 años



Base: 4 627

Control sobre el consumo de televisión en el hogar

P21. Nivel de dificultad para supervisar lo que los niños ven en la televisión

Base: 4 059



P22. ¿Por qué le cuesta supervisar ...?

Base: 216

Base: 201

Base: 252

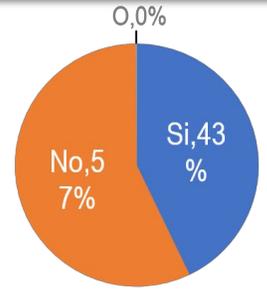


9

REGULACIÓN DE MEDIOS:
CONOCIMIENTO DEL HORARIO
FAMILIAR Y PROCEDIMIENTO DE
QUEJA

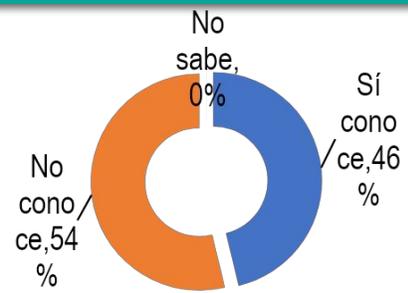
Regulación de medios: Opinión respecto a que si alguna entidad regula actualmente la televisión

P.26 Existencia de entidades que regulan la Radio y TV



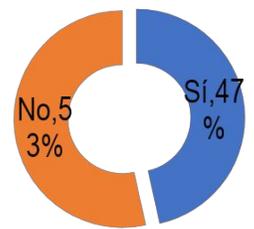
Base: 10 139

P.29 Conocimiento sobre el horario familiar



Base: 10 139

P.30 Conocimiento sobre el derecho de quejarse por los contenidos que atentan contra el horario familiar



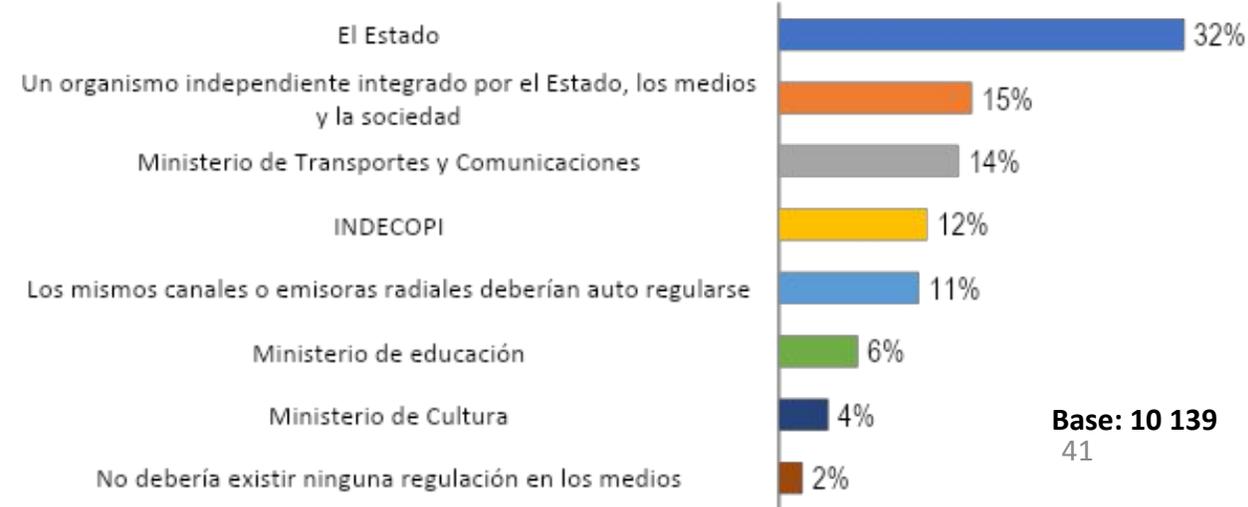
Base: 10 139

P.27 ¿Quién cree que lo regula? – Espontáneo -



Base: 3 464

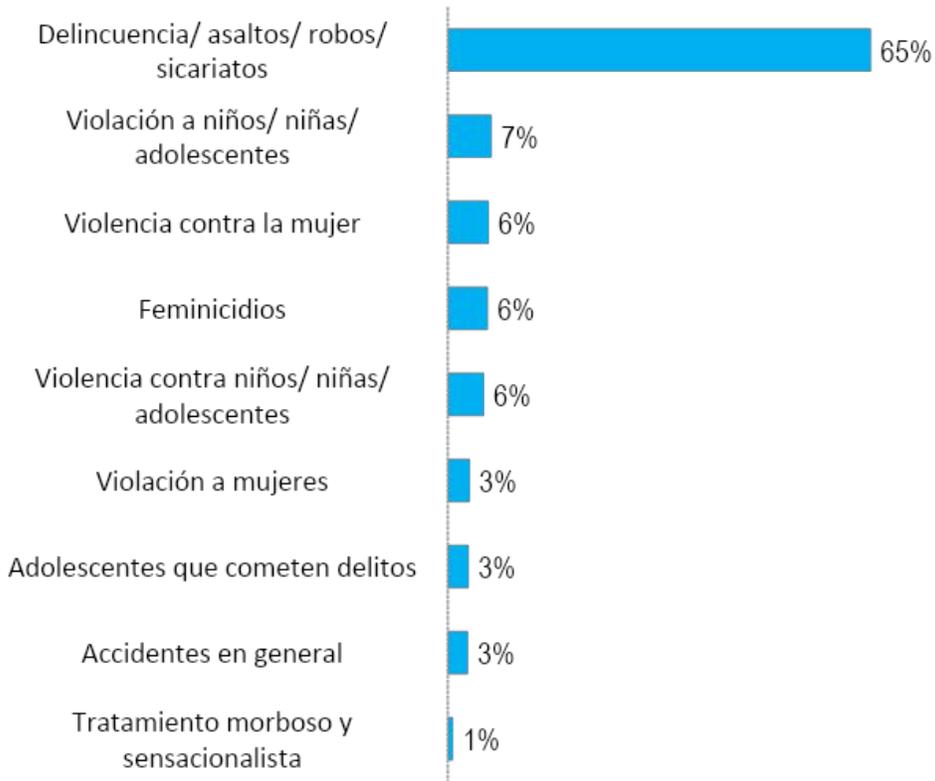
P.28 ¿quienes deberían regular la radio y televisión peruana? - Apoyado -



Base: 10 139

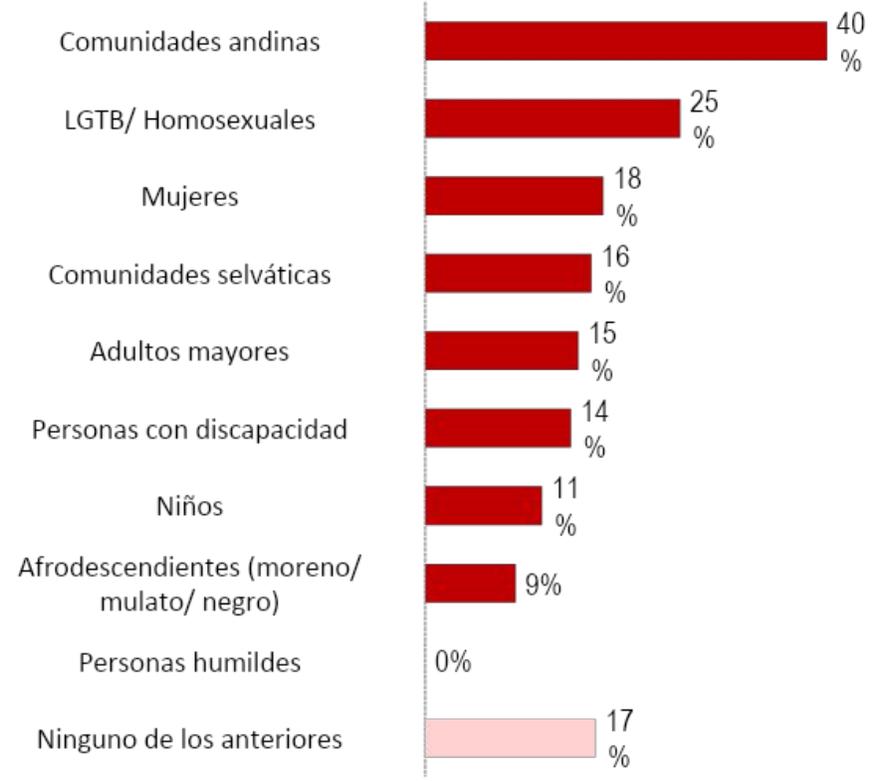
Regulación de medios: Opinión respecto a diferentes temas que se exhiben en televisión

P.32 Noticia o hecho delictivo violento en televisión peruana le ha causado más indignación/rechazo en los últimos tiempos



Base: 10 139

P.33 Opinión sobre grupos de personas que son discriminados por la televisión



Base: 10 139

El **65%** de los entrevistados mencionan que el hecho delictivo violento que más ha llamado su atención es la **Delincuencia/asaltos/robos/sicariatos**.

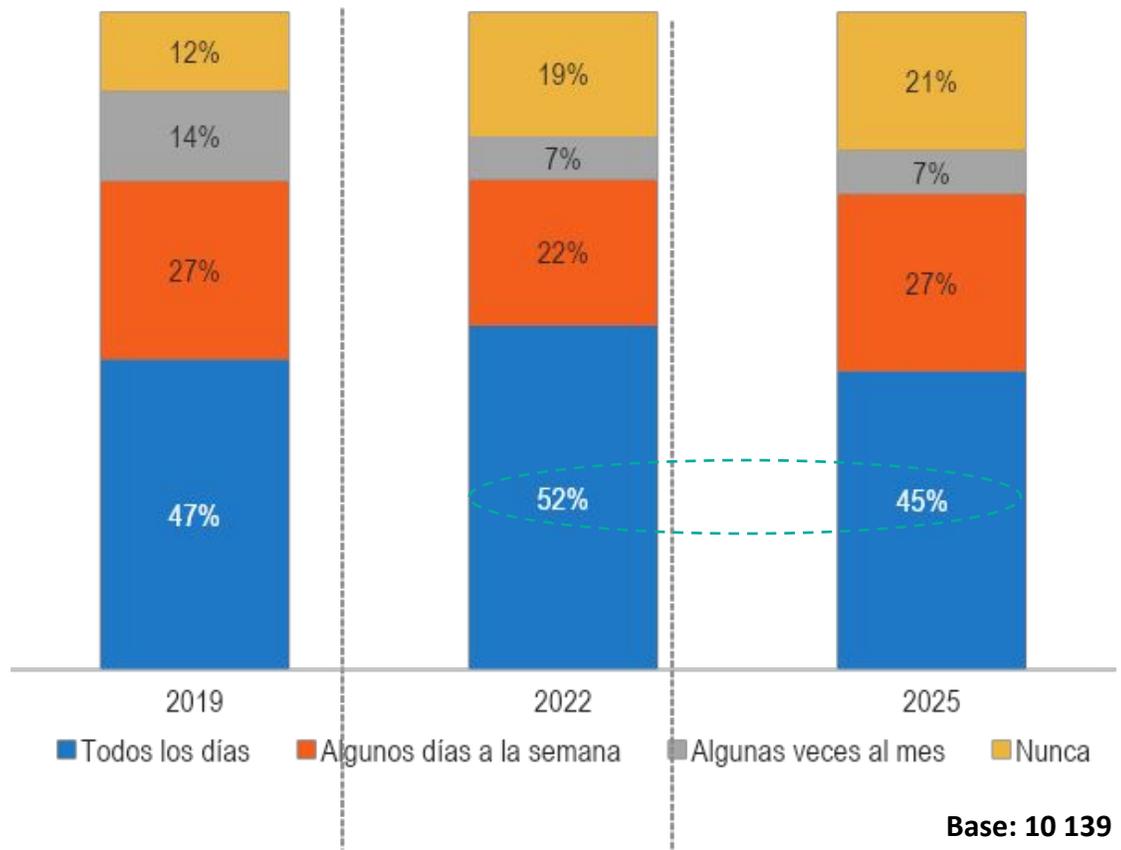
El **40%** de los entrevistado, opinan que las Comunidades Andinas son los grupos de personas **que son discriminados en la televisión**, seguidos de lejos de los LGTV/Homosexuales (25%). Por otro lado, el **17%** opina que ninguno de los grupos de personas son **discriminados en la televisión**.

10

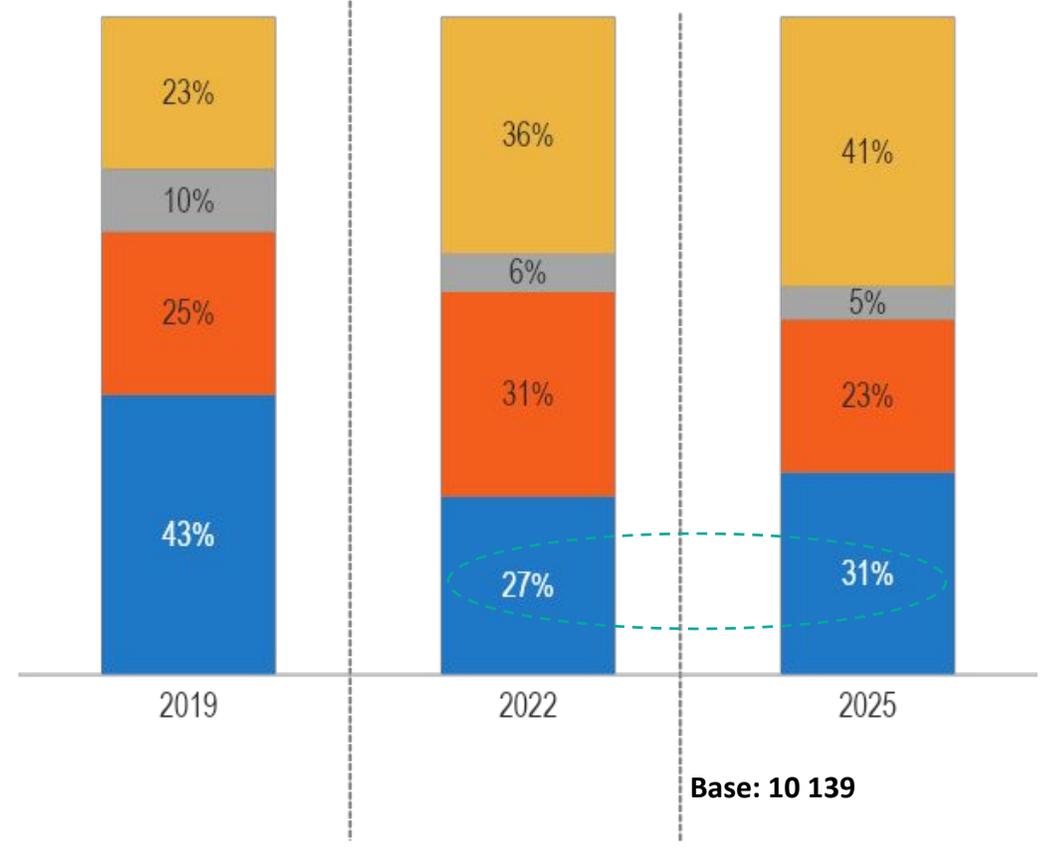
RADIO Y TELEVISIÓN LOCAL: EVALUACIÓN DE LOS MEDIOS LOCALES

Frecuencia en la que ven radio y televisión local

P.39 Frecuencia con que ve televisión local



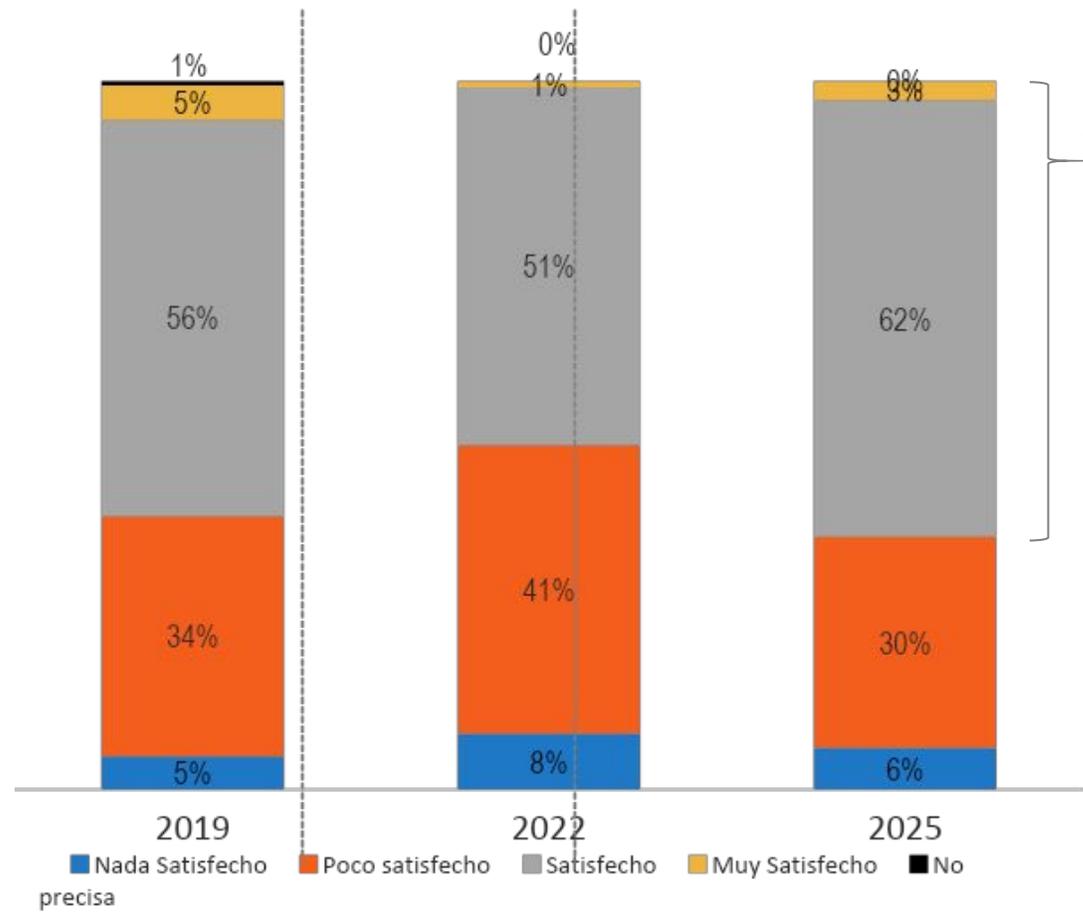
P.40 Frecuencia con que escucha radio local



- El 45% de los entrevistados manifiestan ver televisión de su ciudad /región todos los días.
- Asimismo, un 31% indica que escucha radio de su ciudad/región todos los días.
- Se aprecia una disminución del consumo diario de televisión local en relación a la medición anterior; sin embargo, se observa que el consumo diario de radio local presenta un aumento en comparación a la medición anterior.

Frecuencia en la que ven radio y televisión local

P.41.1 Nivel de satisfacción con los Canales de Tv de su ciudad/región



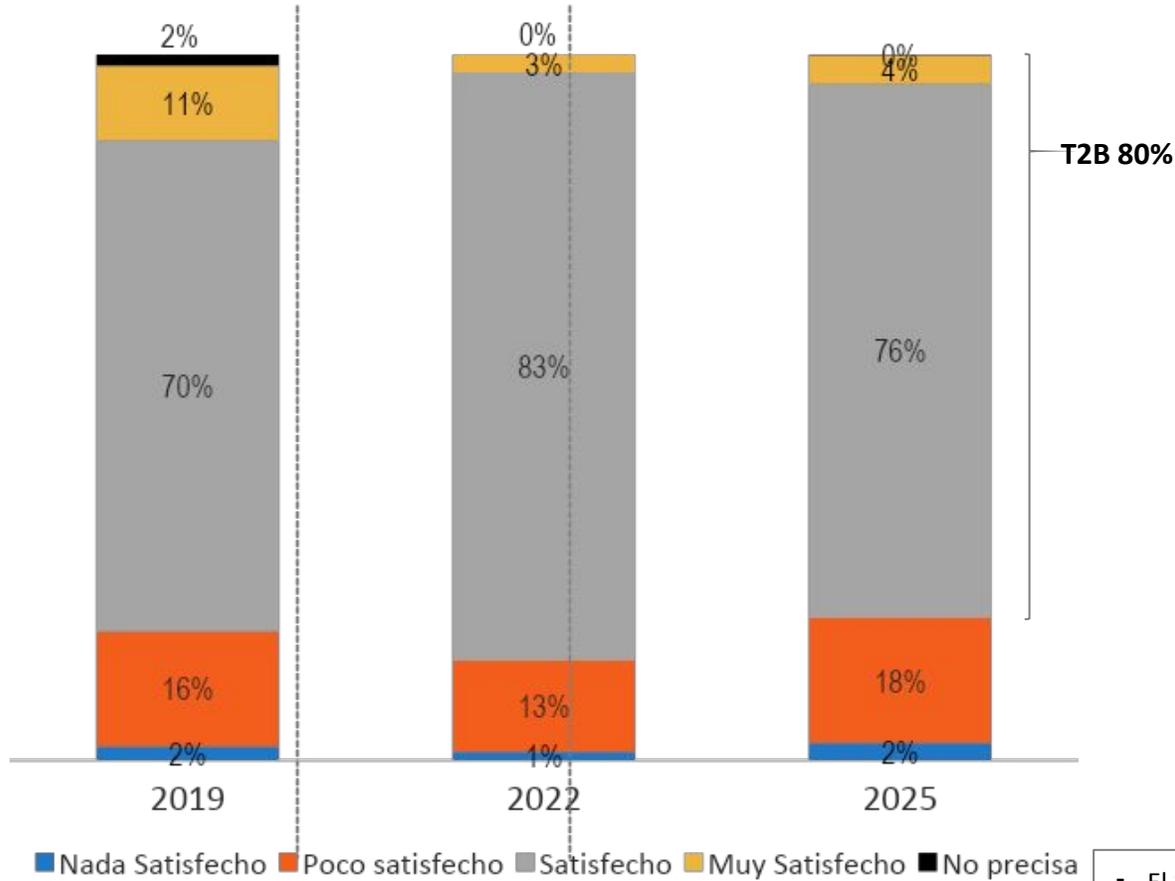
P.42.1 Motivos de insatisfacción



- El 64% se encuentran satisfechos/muy satisfechos con los canales de televisión de su ciudad /región
- El 30% se encuentra poco satisfecho
- Según el indicador TTB se observa un aumento en la satisfacción en relación a la medición anterior
- Los principales motivos de insatisfacción son la Programación poco variada, seguido de lejos de la Mala calidad de la información, Falta de veracidad, entre otras.

Frecuencia en la que ven radio y televisión local

P.41.2 Nivel de satisfacción con las emisoras de radio de su ciudad/región



Base: 5 294

P.42.2 Motivos de insatisfacción



- El 80% se encuentra satisfecho/muy satisfecho con las emisoras de su ciudad/región
- El 18% se encuentra poco satisfecho
- Según el indicador TTB, se observa un decrecimiento en la satisfacción en relación a la medición anterior
- Los principales motivos de insatisfacción son la programación poco variada y la mala calidad de la información.

11

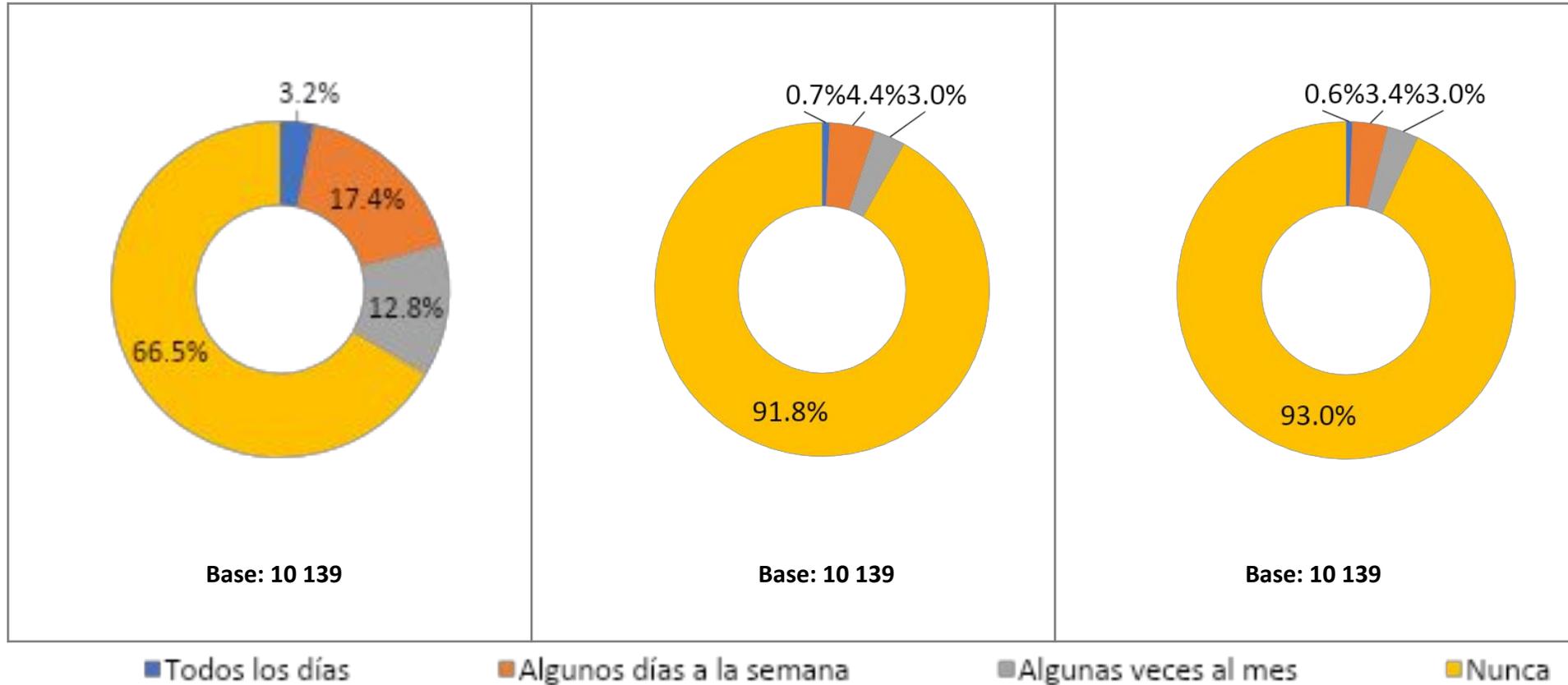
RADIO Y TELEVISIÓN
ESTATAL: ANÁLISIS DE TV PERÚ
Y RADIO NACIONAL

Radio y televisión estatal: Frecuencia de consumo

P.34 TV Perú

P.35 Canal IP

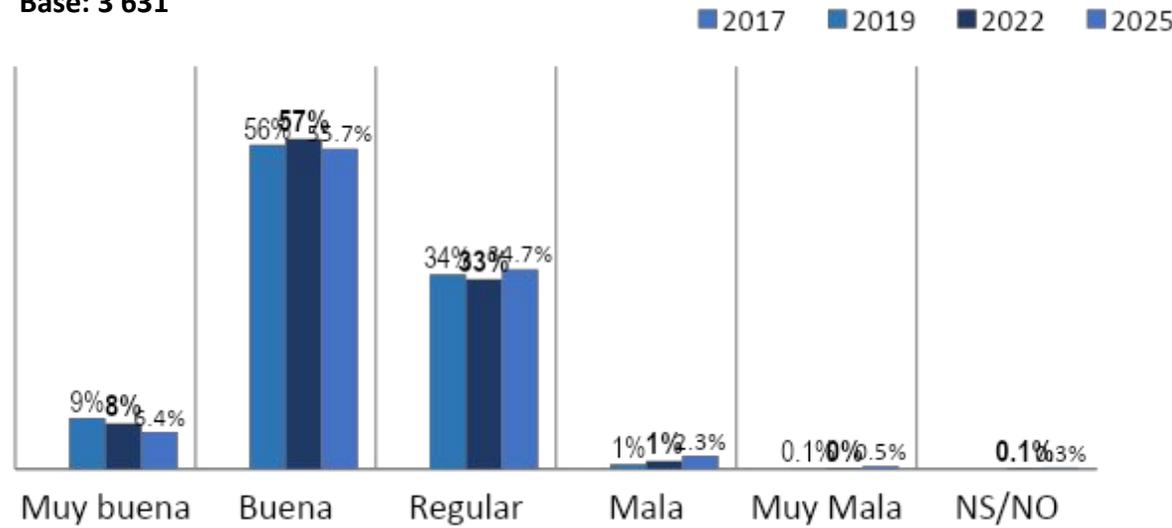
P.36 Radio Nacional



Radio y televisión estatal: Calificación de la programación

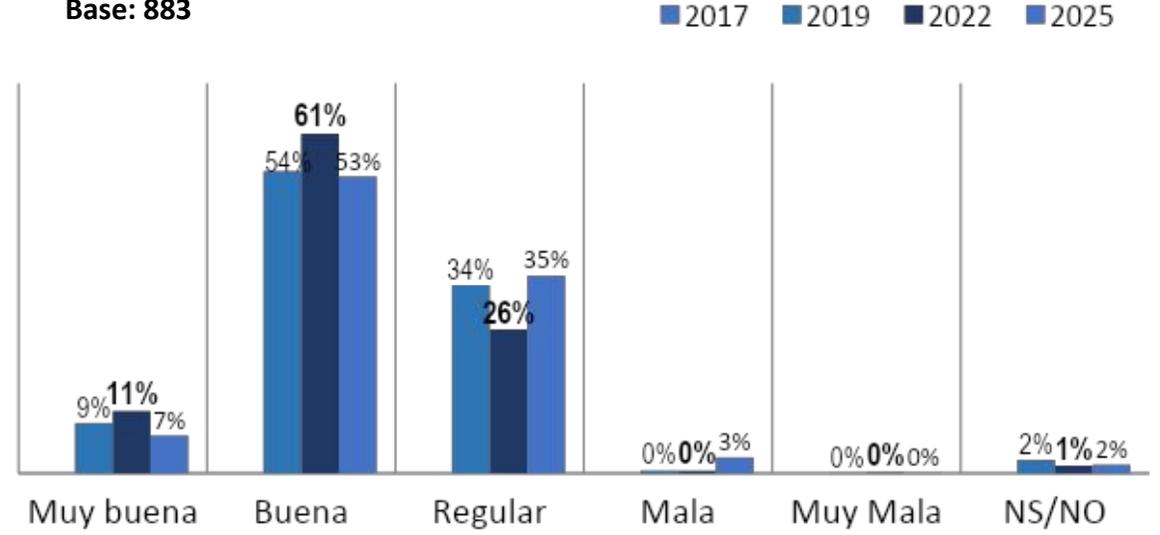
P.37.1 TV Perú

Base: 3 631



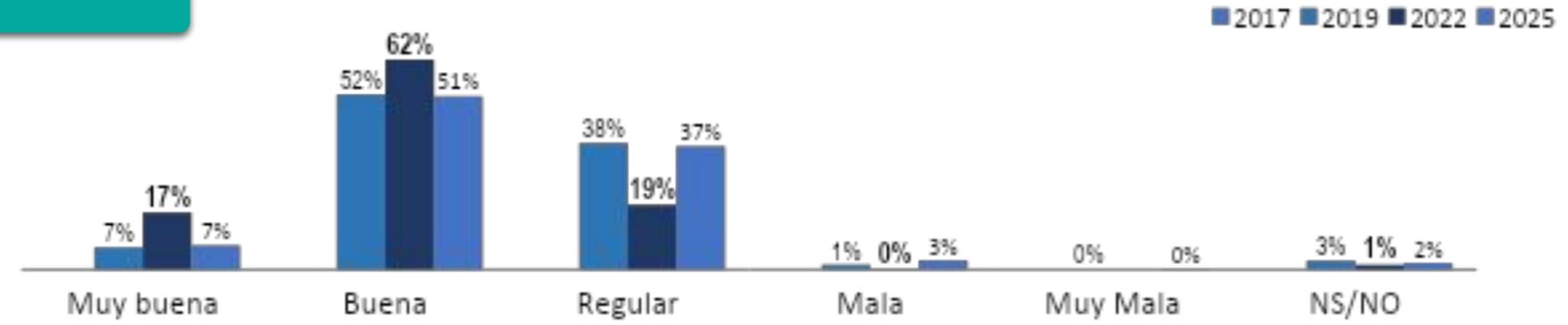
P.37.3 Radio Nacional

Base: 883



P.37.2 Canal IP

Base: 989

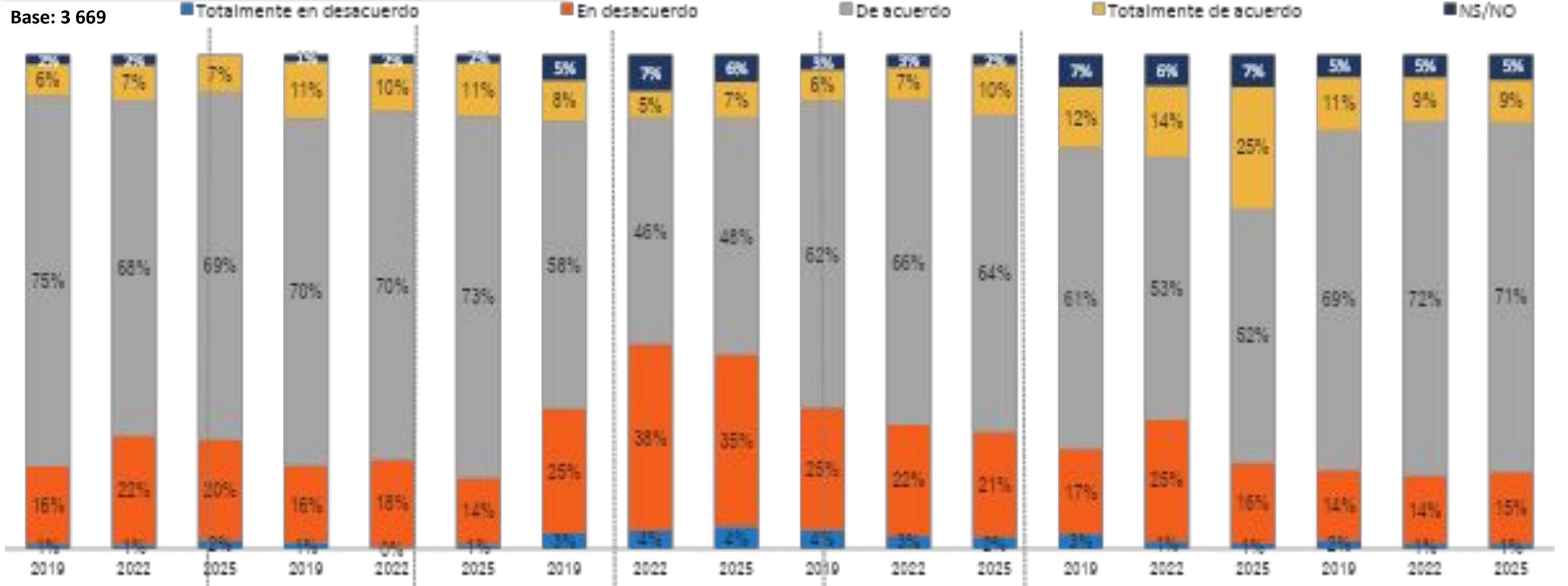


Radio y televisión estatal: Nivel de acuerdo con diferentes frases de TV Perú/Canal IP

¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con las siguientes frases?

P.38 Frases con las que están de acuerdo sobre TV Perú y/o Canal IPe

En el 2019: ¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está usted con las siguientes frases respecto a TV Perú y/o Canal IPE?



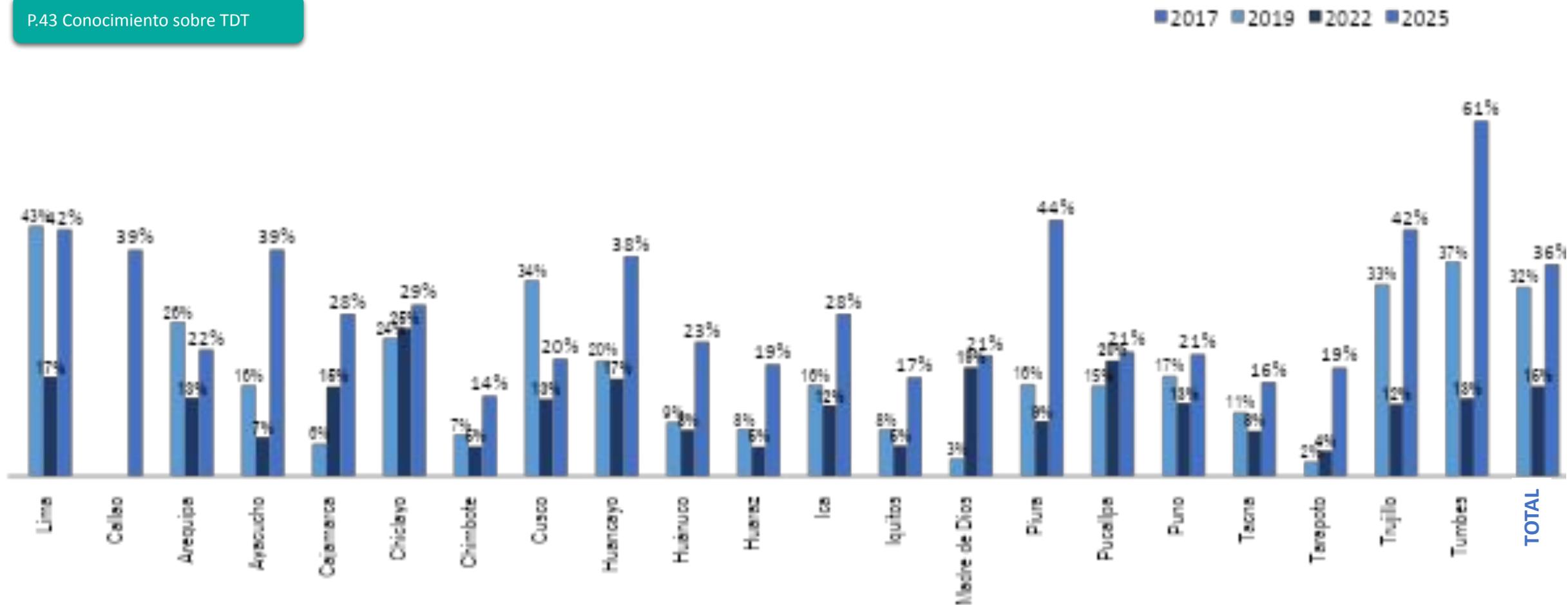
Recoge todas las voces del Perú			Tiene programas de calidad, entretenidos e informativos			Es veraz e independiente			Me entero de lo que sucede en mi ciudad			Es un vocero del gobierno de turno			Tiene buena programación para niños y adolescentes		
T2B																	
81%	75%	76%	82%	80%	84%	66%	57%	55%	68%	72%	74%	73%	68%	76%	80%	81%	79%

12 TELEVISIÓN DIGITAL TERRESTRE (TDT)

Televisión Digital Terrestre: Conocimiento

¿Ha escuchado Ud. hablar sobre la Televisión Digital Terrestre?

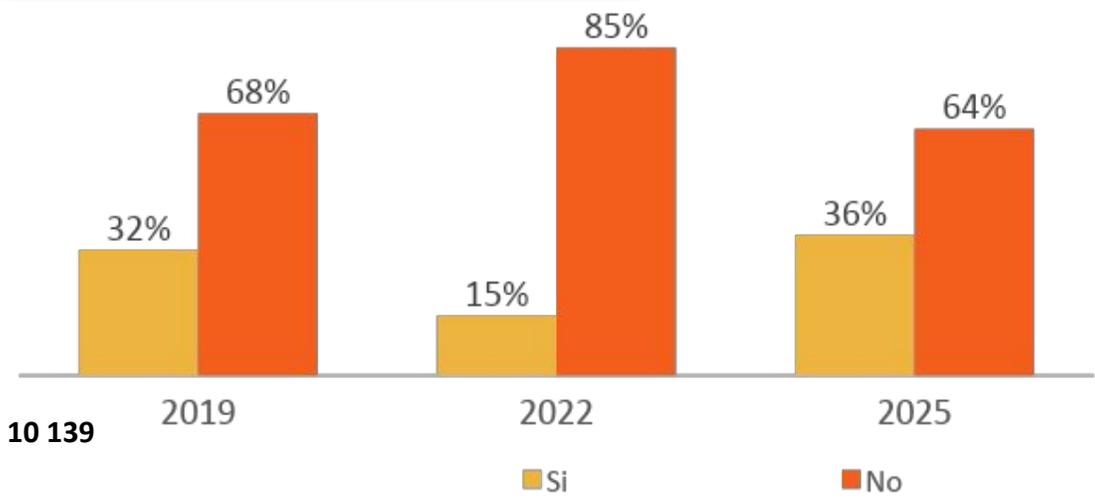
P.43 Conocimiento sobre TDT



Base: 10 139

Televisión Digital Terrestre: Conocimiento

P.43 Conocimiento sobre TDT



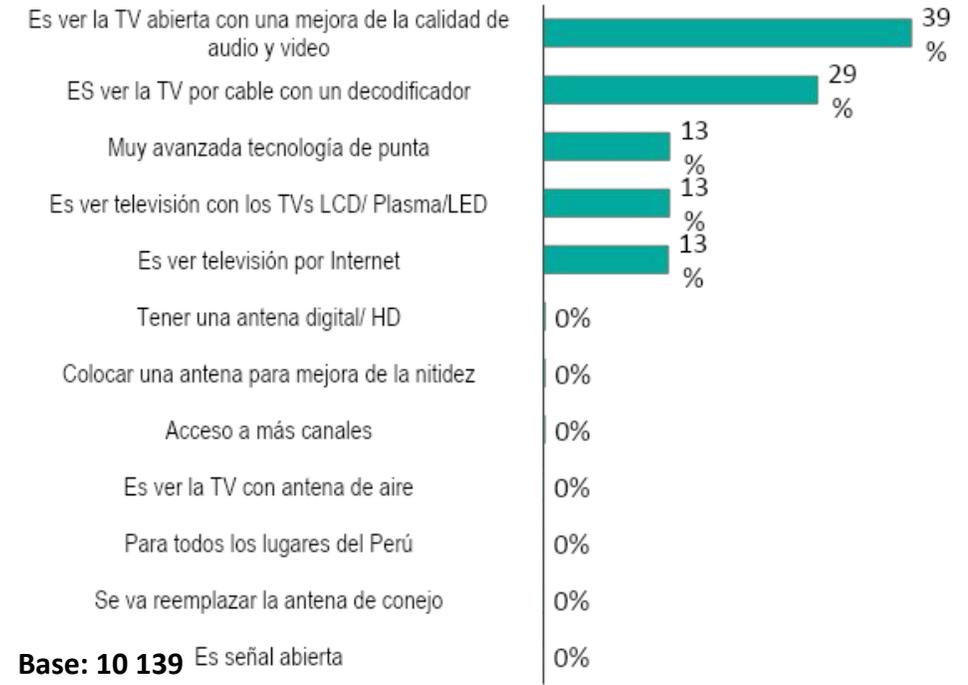
Base: 10 139

P.45 Beneficios que espera con la TDT



Base: 10 139

P.44 Que entiende por TDT



Base: 10 139

- La mayoría de los entrevistados no tienen conocimiento sobre la TDT.
- El 39% entiende que la TDT es ver televisión abierta con una mejora en la calidad de audio y video.
- El 44% espera que la calidad de audio y video mejore con la TDT.

13

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Perfil del entrevistado y características del hogar:

- Los entrevistados se caracterizan por ser hombres y mujeres entre los 18 a más años de edad, la mayoría cuenta con secundaria completa y también se aprecia personas con estudios superiores universitarios y técnicos. La mayoría es casado o conviviente. En relación a la ocupación la mayoría de los entrevistados son independientes y seguidos de dependientes y amas de casa.

Tenencia y uso de medios:

- El televisor (96%), el Smartphone (92%), la radio (70%) y modem/router de internet (65%); son los equipos que tienen mayor presencia en los hogares peruanos; no se presenta diferencias significativas por segmentos, rango de edad o ciudades; salvo que hay una menor presencia del modem de internet en la zona rural.
- Hay una mayor presencia del servicio de internet en las zonas urbanas. Las ciudades con mayor penetración de este servicio son: Tumbes; seguidas de Piura y Huancayo.
- El nivel de penetración de los celulares multimedia es alto (92%), cuenta con una participación importante sobre todo en los NSE A, B, C y D, sin embargo, en el NSE E también se evidencia un porcentaje alto de estos equipos (83%). Las ciudades donde hay mayor presencia de estos equipos son: Piura (97%), Trujillo (96%), Tumbes(95%) y Huancayo (95%).
- La presencia del celular básico ha disminuido considerablemente (13%) en relación a la medición anterior. Aún se mantiene su uso sobre todo en el NSE E y en la zona rural. Las ciudades donde hay mayor presencia de estos equipos son: Huaraz (26%) y Tarapoto (20%).
- Respecto al consumo específico de contenido audiovisual, los servicios con los que más se accede son la televisión por cable o satelital y las plataformas Streaming/IPTV. El servicio de cable decreció ligeramente respecto a la medición del 2022 mientras que las plataformas Streaming crecieron significativamente.
- El consumo de la televisión digital terrestre también creció significativamente respecto de la medición del 2022, especialmente en Lima y Callao.
- La penetración del servicio de Televisión por Cable o Satelital disminuyó con relación al estudio realizado el 2022. Las ciudades donde se incrementó el uso de este servicio son: Huánuco y Tarapoto.

- Las principales razones por las que tienen el servicio de televisión por cable o satelital son: “Para recibir o captar mejor los canales de señal abierta”, seguido de “Para ver variedad de canales”, “Para acceder a mayor variedad de programas”, “Para tener más opciones de entretenimiento”; entre las menciones con mayores porcentajes.
- Cabe destacar que un 52% de entrevistados mencionaron que acceden a contenido audiovisual a través de plataformas OTT, sobre todo en Tumbes (84%), Piura (76%), Huancayo (63%), así como en los NSE A (83%) y B (80%).

Hábitos de uso de medios y actividades cotidianas:

- 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 horas a más. Sin embargo, se evidencia un crecimiento del consumo de este medio, en comparación con los resultados del estudio del 2022.
- Las ciudades con mayor consumo de televisión de lunes a viernes son Huaraz (5.6 hrs promedio), Chimbote (5.4 hrs promedio), Ica (5.4 hrs promedio) y Callao (5.4 hrs promedio)
- Las ciudades con mayor consumo de televisión los fines de semana son: Ica (6.3 hrs. Promedio), así como Huaraz (5.5 hrs. promedio), Lima (5.4 hrs promedio).
- En cuanto a la radio, el promedio de horas que las personas dedican a este medio, de lunes a domingo, es 3 horas a más. Las ciudades donde hay un mayor consumo de este medio, de lunes a viernes, son: Cusco (5.4 hrs promedio), Ica (5.4 hrs promedio) y Puno (5.0 hrs promedio).
- Las ciudades con mayor consumo de radio los sábados y domingos son: Cusco (5.6 hrs promedio) y Puno (5.5 hrs promedio).

Hábitos de consumo de televisión y radio

- El programa mas visto, a nivel nacional, es un noticiero . Asimismo, en segundo y tercer lugar se encuentran una novela nacional y un entretenimiento. Cabe mencionar que América televisión cuenta con los programas más vistos por los entrevistados.
- Los tipos de programas más escuchados en radio son: Musicales (89%), seguido de Noticieros (40%).

Evaluación de los medios

- En la presente medición, Redes Sociales es el medio que los entrevistados consideran como: el que entretiene, educa, informa, el más veraz, cercano, plural, neutral y el que seguirá vigente.
- El medio percibido como el más escandaloso/sensacionalista es la televisión abierta. Este resultado es similar al de las mediciones anteriores.
- Un 11% de la población considera que ningún medio de comunicación evaluada es veraz y un 19% indica que ningún medio es neutral.
- Las Redes Sociales como tal se están evaluando recién es la presente medición. La percepción positiva hacia las Redes Sociales es alta y va de la mano con la percepción positiva a la internet que fue el resultado de la medición anterior.
- Los entrevistados indican que es poco o nada frecuente ver contenido como palabras groseras, insultos o de doble sentido, trato discriminatorio y contenidos de solo para adultos en horario familiar.
- Sin embargo, el 39% de los entrevistados indican que es frecuente ver contenidos violencia contra la mujer; y un 36% contenidos de violencia en general.
- La población entrevistada percibe que los noticieros pasan muchas noticias de robos / extorsiones / asesinatos / sicariato, pasan muchas noticias de Lima, es manejado por intereses políticos y/o económicos, y no se profundiza, falta más investigación. Estos resultados se han incrementado en relación a la medición anterior. (2022).
- Un 41% considera que los noticieros informan adecuadamente. Este resultado se ha incrementado en relación a la medición anterior (2022).

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

- El 90% de los entrevistados en hogares con niños, indica que sí controla el tipo de programas que ven, y el 90% sí controla el tiempo que ven.
- El 87% de estos entrevistados mencionan que sí comentan con los niños sobre lo que están viendo por televisión.
- La forma de control más utilizada por los padres de familia es “ver televisión hasta cierta hora”, seguida de lejos de “ven después de hacer las tareas”, entre las de mayor mención. La mayoría de entrevistados mencionan que dejan ver televisión a los menores hasta las 09:00 pm o antes.
- Los tipos de programas que ven los menores son principalmente dibujos animados

Regulación de medios

- La mayoría considera que la radio y la televisión no se encuentran regulados.
- Un grupo de entrevistados (36%) mencionó que el Ministerio de Transporte y Comunicaciones regula estos medios de comunicación.
- El 46% de la población entrevistada menciona conocer sobre el horario familiar.
- El 47% tiene conocimiento sobre el derecho de quejarse ante el mismo medio por contenidos inadecuados que atenten contra el horario familiar.
- Los entrevistados consideran que las Comunidades Andinas son el grupo social que son discriminados por la televisión, seguido de los LGTB/ Homosexuales. Destaca un 17% de entrevistados que menciona que ningún grupo social aparece discriminado en el medio televisivo

Conclusiones

Radio y televisión local

- El consumo diario de televisión local se ha disminuido (45%), en comparación a los resultados de la medición del 2022 (52%).
- El consumo diario de radio local ha aumentado ligeramente (31%), en relación a la medición del 2022 (27%).
- 64% de entrevistados que mencionaron consumir televisión local, indican estar satisfechos. Mientras que el 80% de ciudadanos que escuchan radio local se encuentran satisfechos con ella.
- Los entrevistados que no se encuentran satisfechos con la televisión local, mencionan entre los motivos principales: la programación poco variada y la mala calidad de la información.
- Los entrevistados que indicaron encontrarse insatisfechos con la radio local mencionan como razón principal la programación poco variada.

Radio y Televisión Estatal

- Respecto a la televisión estatal, un 17% ve algunos días de la semana TV Perú. El 62% de entrevistados que ven el canal del estado califican la programación como buena o muy buena, y un 35% considera que es regular.
- Asimismo, sobre radio nacional y canal IP la mayoría nunca la escucha o ve.
- Los entrevistados que escuchan Radio Nacional califican la programación como buena o muy buena (60%), esta percepción ha disminuido en relación a la medición del 2022 (72%).
- Los entrevistados que ven canal IP califican la programación como buena o muy buena (59%), esta percepción ha disminuido en relación a la medición del 2022 (79%).

Televisión Digital Terrestre (TDT)

- La mayoría, 64%, no ha escuchado hablar sobre la Televisión Digital Terrestre (TDT). Este resultado ha disminuido en relación a la medición anterior (85%).
- Aquellos que sí han escuchado sobre el tema consideran que el principal beneficio es "Mejorar la calidad de audio y video (HD)".

- En relación al horario familiar y el derecho de quejarse por los contenidos que atentan contra el horario familiar: Se requiere la información sobre el horario familiar; ya que el 54% de los entrevistados no lo conocen. Se debe realizar campañas educativas en medios y redes sociales explicando sobre el horario familiar y cómo denunciar incumplimientos. Asimismo, se debe crear campañas educativas en medios y redes sociales explicando sobre el horario familiar y cómo denunciar incumplimientos.
- En relación con los medios locales: Se requiere impulsar contenidos de calidad y de diversidad en los medios locales; por ejemplo, crear un fondo de apoyo al que puedan postular radios y televisoras locales con proyectos de programas culturales, educativos o en lenguas originarias y establecer lineamientos de calidad informativa y premiar a los medios que los cumplan con sello de calidad MTC.
- Modernizar la estrategia en televisión y radio nacional. Impulsar que Radio Nacional difunda más contenido en plataformas digitales como YouTube, TikTok y en formato podcast. Integrar la señal de TV Perú con plataformas OTT nacionales (ejemplo: aplicación oficial gratuita de acceso a programación estatal en cualquier dispositivo)
- Se requiere implementar campañas nacionales que explique qué es la TDT, beneficios (HD gratuito, acceso universal, entre otros) y cómo activarla. Y poder implementar en alianza con municipalidades puntos demostrativos en plazas o ferias para enseñar a usar decodificadores y TVs compatibles.
- Sobre la regulación de medios: Se sugiere regular y equilibrar la cobertura informativa, poder establecer pautas para que los medios de comunicación incluyan más variedad en sus noticias, con temas de regiones, salud, educación y cultura.
- Promover que la población aprenda a usar mejor los medios y que los padres tengan herramientas para controlar lo que ven sus hijos: Poder difundir guías prácticas de control parental (ejemplo: activar controles en Smart TVs, apps, celulares); y a la par desarrollar un programa de educación digital en colegios en coordinación con el MINEDU para formar audiencias críticas.

www.limaconsulting.com.pe

RESULTADOS A NIVEL DE CIUDADES

3.1 PERFIL DEL ENTREVISTADO Y CARACTERÍSTICAS DEL HOGAR

Perfil del entrevistado y característica del hogar

Sexo del entrevistado		CIUDADES																				
		Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.
Hombre	50 %	49%	50%	49%	51%	50%	50%	50%	49%	50%	49%	50%	50%	50%	49%	50%	50%	50%	50%	50%	47%	50%
Mujer	50 %	51%	50%	51%	49%	50%	50%	50%	51%	50%	51%	50%	50%	50%	51%	50%	50%	50%	50%	50%	53%	50%
Base: 10 139		1254	443	451	476	438	442	450	447	445	438	443	438	442	439	441	440	440	446	444	438	444

Edad del entrevistado		CIUDADES																				
		Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.
De 18 a 29	25.7 %	25%	26%	26%	26%	26%	26%	27%	26%	25%	26%	26%	26%	26%	26%	26%	27%	26%	26%	26%	24%	25%
De 30 a 44	31.2 %	31%	30%	32%	30%	32%	31%	31%	31%	32%	31%	32%	32%	33%	31%	32%	31%	32%	32%	31%	30%	31%
De 45 a 64	30.6 %	31%	31%	30%	32%	30%	31%	30%	31%	31%	31%	29%	30%	28%	31%	30%	30%	30%	30%	31%	33%	31%
De 65 a más	12.5 %	13%	13%	12%	12%	12%	12%	12%	11%	11%	12%	13%	12%	13%	12%	12%	12%	12%	12%	12%	13%	12%
Base: 10 139		1254	443	451	476	438	442	450	447	445	438	443	438	442	439	441	440	440	446	444	438	444

Perfil del entrevistado y característica del hogar

CIUDADES

P.1 Tenencia de artefactos eléctricos, equipos, servicios en funcionamiento en el Hogar

		CIUDADES																				
		Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.
Televisor		97%	97%	96%	85%	88%	95%	97%	91%	99%	93%	77%	100%	88%	98%	85%	93%	97%	89%	76%	99%	93%
Celular con internet (con plan de datos) (Celular inteligente-Multimedia)		93%	92%	93%	83%	92%	88%	92%	89%	95%	89%	72%	92%	87%	97%	93%	91%	92%	90%	90%	95%	96%
Radio		69%	75%	88%	62%	56%	52%	82%	81%	81%	52%	50%	79%	83%	85%	51%	87%	91%	66%	45%	59%	46%
Modem de internet		69%	70%	70%	42%	51%	67%	58%	55%	74%	52%	26%	66%	24%	75%	40%	45%	60%	57%	35%	78%	58%
Computadora/laptop/tablet		56%	50%	72%	48%	53%	44%	50%	51%	62%	40%	34%	56%	39%	64%	28%	46%	54%	58%	24%	54%	45%
Celular básico (solo llamadas, mensajes de texto, puede captar radio)		14%	16%	10%	15%	14%	12%	7%	31%	10%	12%	26%	11%	6%	19%	17%	8%	6%	20%	12%	6%	4%
Teléfono fijo		17%	13%	15%	10%	13%	10%	9%	13%	13%	11%	7%	9%	5%	19%	4%	4%	12%	10%	5%	8%	17%
Consola de video juegos (Play Station, Xbox, Nintendo, etc.)		14%	14%	14%	3%	10%	6%	7%	8%	12%	7%	3%	7%	6%	11%	3%	5%	6%	7%	2%	3%	9%
Base: 10 139		1254	443	451	476	438	442	450	447	445	438	443	438	442	439	441	440	440	446	444	438	444

P.5 Equipo o dispositivo en el que ven Televisión

	CIUDADES																				
	Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.
Televisor smart. T. Pantalla delgada (Plasma, LED, etc.)	54%	58%	59%	26%	54%	61%	66%	66%	73%	75%	36%	74%	61%	87%	55%	50%	59%	44%	55%	84%	74%
Celular	22%	23%	40%	49%	21%	9%	19%	17%	44%	55%	33%	42%	11%	67%	42%	20%	33%	9%	58%	62%	22%
Televisor no smart. Televisor pantalla delgada (Plasma, LCD, LED, etc.)	28%	30%	22%	42%	22%	13%	28%	15%	30%	14%	32%	16%	17%	21%	19%	23%	19%	46%	15%	13%	16%
Laptop	9%	13%	12%	11%	17%	8%	11%	6%	11%	10%	9%	5%	2%	18%	10%	5%	17%	2%	4%	5%	11%
Televisor de cuerpo ancho (Televisores antiguos)	5%	5%	12%	18%	16%	12%	8%	9%	14%	5%	13%	5%	8%	5%	14%	8%	9%	7%	5%	7%	5%
Computadora	4%	4%	9%	6%	6%	3%	4%	2%	10%	5%	5%	2%	1%	2%	2%	4%	9%	2%	6%	3%	4%
Tablet	4%	4%	3%	3%	3%	2%	5%	2%	3%	1%	2%	2%	1%	5%	1%	1%	3%	0%	1%	3%	2%
Televisor no smart + TV box	1%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
No ve televisión	6%	6%	11%	8%	13%	14%	4%	9%	0%	4%	18%	3%	13%	1%	16%	17%	11%	12%	15%	4%	7%
Base: 10 139	1254	443	451	476	438	442	450	447	445	438	443	438	442	439	441	440	440	446	444	438	444

Perfil del entrevistado y característica del hogar

P.6 Equipo o dispositivo en el que escuchan la Radio

	CIUDADES																					
	Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.	
Radio/ autoradio	54%	61%	62%	54%	48%	36%	49%	74%	67%	45%	43%	46%	66%	60%	41%	67%	64%	51%	43%	30%	31%	
Celular	23%	23%	25%	24%	30%	17%	10%	14%	9%	34%	26%	25%	14%	61%	28%	5%	13%	14%	46%	38%	17%	
Parlante tradicional	4%	3%	5%	19%	4%	4%	1%	1%	0%	0%	7%	5%	0%	5%	18%	1%	4%	1%	4%	3%	29%	2%
Parlante inteligente o altavoces inteligentes	2%	2%	6%	0%	2%	2%	1%	2%	0%	1%	3%	0%	0%	3%	3%	0%	1%	2%	1%	0%	0%	1%
Laptop	1%	1%	1%	2%	2%	0%	0%	2%	1%	0%	1%	0%	0%	3%	2%	0%	0%	1%	0%	0%	3%	0%
Computadora	1%	0%	0%	2%	2%	0%	1%	0%	0%	1%	1%	2%	0%	2%	1%	1%	1%	1%	1%	0%	1%	0%
Televisor smart. T. Pantalla delgada (Plasma, LED, etc.)	1%	0%	2%	1%	0%	3%	0%	0%	1%	0%	1%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	1%	1%	1%	1%	1%
Tablet	0%	0%	1%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	1%	0%	1%	0%
No escucha radio	33%	34%	32%	24%	25%	26%	47%	39%	17%	29%	37%	38%	39%	17%	5%	42%	26%	27%	35%	22%	24%	57%
Base: 10 139	1254	443	451	476	438	442	450	447	445	438	443	438	442	439	441	440	440	446	444	438	444	

4.1 TENENCIA Y USO DE MEDIOS

Tenencia de equipos / medios en el hogar

P.1 Tenencia de artefactos eléctricos, equipos, servicios en funcionamiento en el Hogar

	CIUDADES																				
	Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.
Televisor	97%	97%	96%	85%	88%	95%	97%	91%	99%	93%	77%	100%	88%	98%	85%	93%	97%	89%	76%	99%	93%
Radio	69%	75%	88%	62%	56%	52%	82%	81%	81%	52%	50%	79%	83%	85%	51%	87%	91%	66%	45%	59%	46%
Internet	69%	70%	70%	42%	51%	67%	58%	55%	74%	52%	26%	66%	24%	75%	40%	45%	60%	57%	35%	78%	58%
Celular Básico	14%	16%	10%	15%	14%	12%	7%	31%	10%	12%	26%	11%	6%	19%	17%	8%	6%	20%	12%	6%	4%
Celular Multimedia (Smartphone)	93%	92%	93%	83%	92%	88%	92%	89%	95%	89%	72%	92%	87%	97%	93%	91%	92%	90%	90%	95%	96%
Base: 10 139	1254	443	451	476	438	442	450	447	445	438	443	438	442	439	441	440	440	446	444	438	444

P.2 Servicios en los que acceden a contenido audiovisual

		CIUDADES																				
		Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.
Televisión por cable o satelital	60.1%	69%	65%	49%	18%	34%	41%	65%	28%	48%	77%	28%	43%	74%	62%	44%	23%	38%	73%	46%	66%	38%
Plataformas OTT/ Streaming	51.6%	52%	49%	56%	56%	39%	59%	50%	26%	63%	45%	36%	48%	46%	76%	53%	34%	51%	39%	54%	84%	50%
Televisión tradicional de señal abierta gratuita	25.3%	10%	10%	48%	67%	61%	39%	29%	66%	64%	23%	46%	86%	12%	72%	38%	68%	56%	23%	12%	13%	41%
TDT Televisión Digital Terrestre	23.2%	28%	32%	19%	7%	7%	9%	7%	28%	28%	5%	6%	11%	2%	6%	8%	5%	2%	13%	1%	0%	36%
Redes Sociales		88%	91%	91%	79%	86%	84%	89%	87%	91%	86%	69%	85%	83%	95%	94%	88%	88%	82%	89%	93%	94%
Base: 10 139		1254	443	451	476	438	442	450	447	445	438	443	438	442	439	441	440	440	446	444	438	444

Servicios utilizados para acceder a contenidos audiovisuales

P.3 Razón por la que tienen televisión por suscripción por cable o satelital

	CIUDADES																					
	Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.	
Para tener mejor los canales de señal abierta	41%	45%	8%	25%	36%	38%	42%	42%	43%	24%	38%	29%	49%	33%	40%	41%	40%	33%	36%	22%	28%	
Mayor número de canales	28%	32%	22%	14%	16%	42%	21%	19%	23%	32%	18%	16%	19%	16%	13%	14%	25%	16%	20%	31%	27%	
Mayor variedad de programas	27%	15%	44%	48%	41%	38%	29%	34%	52%	47%	33%	45%	27%	48%	28%	21%	30%	48%	38%	36%	38%	
Opciones de entretenimiento	21%	13%	42%	31%	29%	32%	27%	19%	23%	42%	26%	35%	22%	34%	17%	28%	27%	31%	22%	19%	26%	
Contenido internacional	16%	13%	36%	12%	7%	19%	9%	2%	9%	11%	9%	3%	8%	22%	7%	15%	11%	10%	6%	1%	4%	
Canales deportivos que ofrece	12%	7%	13%	10%	20%	21%	17%	16%	9%	16%	13%	6%	19%	15%	9%	13%	17%	8%	17%	1%	22%	
Contenido compartido con la TV abierta	11%	6%	13%	20%	12%	7%	13%	24%	12%	18%	14%	20%	5%	10%	22%	13%	15%	12%	7%	4%	16%	
Contenido de pago	7%	3%	15%	8%	2%	9%	8%	1%	2%	16%	9%	8%	4%	3%	4%	16%	8%	7%	3%	2%	6%	
Canales sin publicidad	4%	1%	5%	4%	1%	1%	1%	2%	0%	1%	3%	2%	1%	1%	14%	1%	1%	1%	3%	2%	5%	
Canales con poca publicidad	4%	6%	5%	6%	1%	2%	1%	0%	4%	1%	2%	1%	2%	1%	6%	2%	2%	2%	2%	1%	6%	
Canales locales / regionales	4%	1%	6%	5%	1%	5%	2%	0%	3%	5%	6%	3%	2%	0%	10%	1%	2%	6%	15%	2%	6%	
Canales para los niños	2%	4%	1%	5%	2%	9%	3%	2%	3%	3%	5%	0%	7%	0%	4%	6%	4%	2%	10%	2%	11%	
Base: 5 132	864	287	223	84	150	183	293	127	213	338	125	187	329	270	196	103	169	327	205	289	170	

5.1 HÁBITOS DE USO DE MEDIOS Y ACTIVIDADES COTIDIANAS

P.7a Lunes a Viernes

		CIUDADES																					
Promedio de horas		Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.	
04:54	Ven televisión	93%	94%	94%	87%	91%	87%	85%	96%	90%	100%	95%	82%	97%	86%	99%	84%	82%	89%	86%	84%	92%	93%
03:51	Escuchan radio	66%	65%	67%	75%	71%	72%	53%	60%	82%	69%	59%	59%	60%	81%	90%	55%	73%	73%	64%	76%	72%	43%
01:51	Leer diarios	36%	37%	35%	39%	64%	44%	37%	22%	40%	42%	53%	26%	4%	36%	80%	29%	19%	14%	33%	33%	63%	21%
02:56	Usan redes sociales	89%	89%	90%	90%	78%	87%	83%	90%	85%	89%	88%	69%	85%	85%	94%	91%	89%	87%	88%	83%	89%	95%
Base: 10 139		1254	443	451	476	438	442	450	447	445	438	443	438	442	439	441	440	440	446	444	438	444	

P.8 Sábados y Domingos

		CIUDADES																					
Promedio de horas		Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.	
05:17	Ven televisión	90%	93%	91%	85%	79%	84%	73%	94%	77%	93%	94%	79%	84%	77%	98%	80%	80%	89%	81%	79%	94%	92%
03:47	Escuchan radio	59%	60%	61%	70%	62%	67%	34%	58%	66%	50%	57%	55%	41%	68%	91%	46%	70%	70%	51%	70%	69%	29%
01:55	Leer diarios	28%	28%	30%	32%	45%	33%	26%	21%	23%	23%	38%	22%	4%	25%	75%	21%	15%	12%	23%	24%	65%	17%
03:02	Usan redes sociales	87%	88%	88%	88%	74%	85%	81%	89%	79%	85%	86%	67%	81%	82%	92%	88%	88%	87%	85%	80%	90%	94%
Base: 10 139		1254	443	451	476	438	442	450	447	445	438	443	438	442	439	441	440	440	446	444	438	444	

6.1 HÁBITOS DE CONSUMO DE TELEVISIÓN Y RADIO

Consumo de televisión: Programas más vistos

P.9 Programas más vistos



CIUDADES

	Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.
24%	29%	16%	19%	14%	16%	27%	31%	9%	27%	14%	24%	12%	27%	3%	19%	34%	24%	12%	9%	7%	19%
21%	18%	23%	10%	23%	30%	35%	15%	26%	28%	20%	47%	37%	13%	39%	17%	25%	19%	10%	24%	27%	25%
15%	15%	14%	14%	20%	13%	17%	8%	9%	28%	8%	12%	15%	10%	24%	6%	13%	16%	11%	6%	13%	25%
14%	15%	14%	13%	12%	7%	13%	14%	8%	6%	10%	10%	17%	9%	13%	13%	5%	9%	18%	9%	20%	24%
14%	15%	14%	3%	9%	8%	28%	18%	10%	18%	10%	12%	9%	18%	6%	12%	13%	17%	18%	5%	3%	19%
14%	13%	17%	4%	12%	17%	17%	10%	8%	17%	18%	31%	20%	16%	12%	29%	8%	5%	6%	19%	14%	23%
14%	13%	27%	18%	10%	18%	5%	2%	15%	3%	17%	8%	2%	4%	46%	11%	5%	1%	14%	20%	16%	6%
12%	11%	11%	9%	26%	21%	17%	16%	8%	13%	20%	14%	16%	8%	19%	28%	12%	4%	10%	10%	11%	7%
10%	11%	4%	7%	13%	9%	11%	4%	9%	7%	10%	14%	12%	5%	16%	17%	8%	3%	9%	10%	5%	17%
9%	11%	11%	9%	4%	8%	4%	2%	6%	2%	7%	1%	0%	4%	25%	5%	1%	1%	17%	6%	5%	4%
9%	9%	14%	19%	2%	2%	2%	17%	2%	15%	0%	4%	15%	1%	0%	2%	10%	15%	9%	9%	11%	0%
8%	11%	3%	0%	5%	2%	4%	2%	1%	5%	5%	1%	14%	3%	7%	2%	2%	2%	2%	7%	0%	19%
Base: 9 242	1180	418	400	439	382	378	434	407	445	420	362	426	384	436	370	366	393	391	377	422	412

P.10 Tipo de programas que acostumbra escuchar

		CIUDADES																				
		Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.
Musicales	89%	92%	93%	88%	79%	82%	83%	89%	92%	80%	83%	78%	91%	74%	95%	78%	63%	61%	87%	87%	85%	85%
Noticieros	40%	31%	15%	64%	54%	52%	30%	54%	76%	66%	70%	52%	35%	70%	35%	52%	70%	79%	50%	64%	44%	35%
Deportes	13%	10%	4%	23%	17%	19%	12%	19%	21%	9%	11%	25%	18%	23%	14%	17%	26%	21%	11%	25%	13%	13%
Entrevistas	6%	4%	1%	8%	5%	3%	3%	25%	6%	2%	8%	5%	1%	27%	2%	2%	24%	24%	2%	3%	4%	3%
Consejos de salud	5%	5%	2%	11%	9%	5%	3%	7%	3%	2%	4%	8%	2%	15%	1%	2%	10%	11%	1%	5%	5%	7%
Políticos	3%	2%	1%	9%	5%	6%	0%	9%	10%	0%	9%	5%	0%	19%	1%	2%	9%	8%	2%	2%	9%	2%
Religión (Cristiana/ Evangelista/ Bíblica)	3%	2%	2%	1%	6%	12%	5%	3%	0%	6%	4%	1%	1%	2%	1%	5%	3%	2%	4%	4%	9%	4%
Farándula	2%	2%	1%	4%	1%	4%	1%	2%	2%	4%	4%	1%	0%	9%	2%	1%	2%	2%	0%	12%	0%	3%
Cómicos	2%	1%	2%	2%	3%	2%	0%	7%	1%	0%	5%	1%	0%	7%	0%	2%	5%	3%	1%	5%	2%	3%
Documentales/Culturales	1%	0%	0%	2%	1%	2%	0%	0%	1%	0%	0%	2%	0%	2%	0%	0%	2%	1%	3%	1%	1%	0%
Base: 7 012		828	301	342	355	325	234	273	373	314	276	275	268	365	417	255	327	323	289	346	333	193

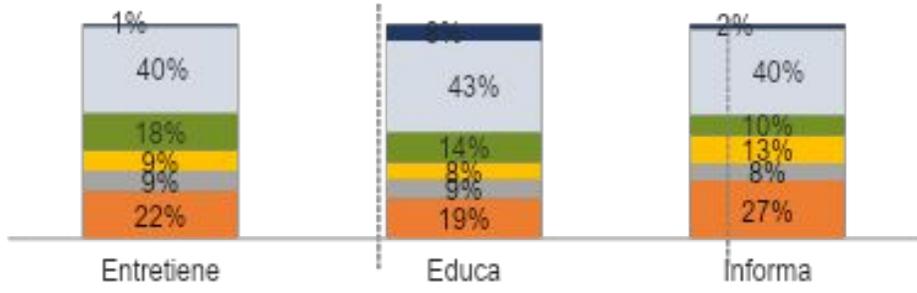
7.1 EVALUACIÓN DE LOS MEDIOS

Evaluación de los medios de comunicación (1)

P.11 Evaluación de medios

¿Cuál es el medio que más... ?

- TV abierta
- TV por Cable o Satelital
- Radio
- Streaming
- Redes Sociales
- Ninguno



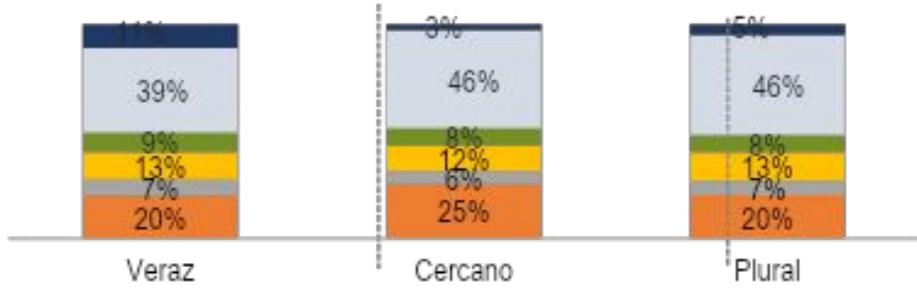
	Total	CIUDADES																					
		Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.	
Entretiene																							
TV abierta	22%	25%	30%	8%	17%	19%	26%	17%	19%	23%	12%	28%	19%	10%	28%	15%	17%	12%	22%	8%	8%	17%	
TV por cable o satelital	9%	9%	5%	7%	5%	16%	8%	14%	7%	7%	18%	6%	14%	17%	15%	10%	4%	7%	13%	21%	11%	14%	
Radio	9%	6%	6%	23%	16%	17%	8%	10%	28%	15%	6%	12%	12%	18%	8%	7%	18%	18%	9%	10%	7%	4%	
Streaming	18%	18%	16%	16%	15%	9%	23%	20%	9%	26%	6%	12%	15%	12%	34%	11%	8%	18%	9%	23%	53%	13%	
Redes sociales	40%	41%	43%	43%	43%	37%	31%	39%	35%	29%	57%	30%	39%	44%	13%	52%	51%	46%	46%	37%	21%	52%	
Ninguno	1%	1%	0%	2%	3%	3%	4%	0%	2%	1%	1%	13%	0%	0%	2%	6%	1%	0%	1%	2%	1%	1%	
Educa																							
TV abierta	19%	21%	25%	5%	11%	17%	22%	20%	16%	13%	12%	23%	16%	11%	29%	12%	18%	16%	17%	3%	5%	12%	
TV por cable o satelital	9%	8%	5%	12%	8%	8%	6%	9%	7%	12%	27%	4%	13%	22%	10%	10%	3%	5%	6%	11%	5%	12%	
Radio	8%	6%	4%	11%	10%	8%	5%	13%	21%	11%	3%	7%	6%	23%	18%	4%	22%	15%	9%	8%	6%	2%	
Streaming	14%	14%	16%	17%	20%	14%	11%	13%	8%	12%	13%	6%	13%	8%	18%	12%	9%	15%	10%	31%	53%	16%	
Redes sociales	43%	45%	48%	32%	36%	42%	32%	44%	40%	33%	40%	34%	47%	32%	16%	46%	42%	46%	53%	39%	26%	53%	
Ninguno	8%	6%	3%	23%	15%	11%	23%	2%	8%	19%	5%	26%	5%	4%	9%	16%	5%	3%	5%	8%	5%	5%	
Informa																							
TV abierta	27%	30%	34%	11%	20%	21%	33%	32%	23%	22%	14%	42%	18%	19%	29%	24%	24%	22%	27%	12%	12%	23%	
TV por cable o satelital	8%	8%	5%	6%	4%	12%	8%	11%	4%	7%	30%	5%	13%	14%	11%	8%	3%	3%	9%	7%	5%	14%	
Radio	13%	7%	6%	36%	20%	17%	6%	14%	29%	29%	10%	16%	12%	31%	37%	10%	26%	29%	12%	17%	12%	7%	
Streaming	10%	11%	12%	7%	8%	5%	9%	10%	3%	3%	5%	3%	10%	5%	4%	5%	4%	7%	5%	14%	15%	9%	
Redes sociales	40%	42%	43%	35%	44%	41%	41%	33%	38%	36%	39%	26%	46%	29%	14%	44%	40%	39%	43%	45%	54%	46%	
Ninguno	2%	2%	0%	5%	4%	4%	3%	1%	4%	3%	2%	9%	1%	2%	4%	8%	2%	0%	4%	5%	2%	1%	
Base:	10139	5454	641	610	119	127	326	237	270	234	127	76	193	242	302	206	82	181	92	49	64	507	

Evaluación de los medios de comunicación (2)

P.11 Evaluación de medios

¿Cuál es el medio que más... ?

- TV abierta
- TV por Cable o Satelital
- Radio
- Streaming
- Redes Sociales
- Ninguno



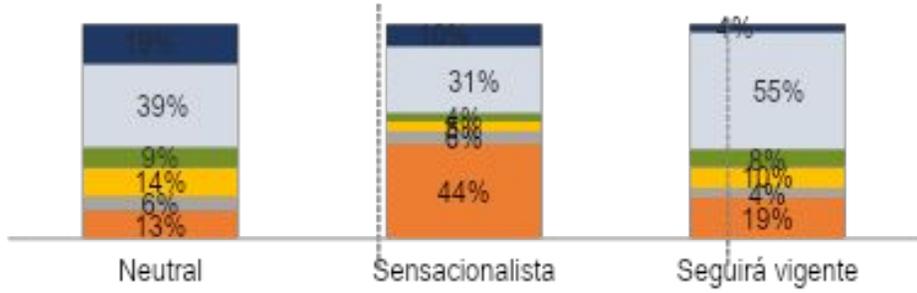
	Total	CIUDADES																					
		Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.	
Veraz																							
TV abierta	20%	23%	23%	6%	15%	21%	29%	20%	18%	13%	10%	27%	15%	13%	18%	16%	17%	14%	18%	6%	5%	18%	
TV por cable o satelital	7%	7%	5%	7%	4%	9%	8%	10%	4%	5%	22%	4%	12%	13%	6%	7%	3%	5%	7%	7%	3%	12%	
Radio	13%	8%	9%	23%	20%	23%	6%	16%	30%	34%	9%	19%	13%	32%	41%	6%	30%	28%	13%	17%	10%	6%	
Streaming	9%	12%	13%	2%	6%	4%	9%	9%	4%	3%	3%	4%	8%	6%	3%	6%	5%	13%	5%	9%	7%	8%	
Redes sociales	39%	43%	45%	22%	30%	29%	38%	35%	35%	23%	37%	20%	47%	23%	14%	42%	31%	31%	44%	45%	65%	46%	
Ninguno	11%	7%	5%	40%	25%	14%	11%	9%	8%	21%	18%	28%	4%	14%	18%	24%	13%	10%	12%	17%	10%	10%	
Cercano																							
TV abierta	25%	29%	32%	9%	20%	17%	30%	18%	18%	21%	12%	25%	20%	14%	49%	25%	15%	8%	23%	11%	7%	20%	
TV por cable o satelital	6%	7%	3%	4%	2%	4%	7%	6%	3%	3%	16%	2%	12%	13%	6%	4%	1%	4%	13%	4%	3%	6%	
Radio	12%	8%	7%	28%	18%	22%	5%	17%	30%	30%	6%	23%	11%	20%	18%	9%	26%	26%	14%	20%	9%	4%	
Streaming	8%	10%	9%	2%	4%	2%	4%	8%	3%	4%	3%	4%	7%	3%	4%	5%	5%	9%	4%	4%	4%	8%	
Redes sociales	46%	44%	48%	49%	47%	50%	49%	50%	42%	37%	61%	35%	49%	47%	21%	47%	48%	52%	36%	49%	75%	60%	
Ninguno	3%	2%	1%	8%	9%	4%	3%	1%	3%	4%	3%	12%	2%	2%	3%	10%	5%	0%	10%	11%	2%	2%	
Plural																							
TV abierta	20%	23%	24%	9%	12%	21%	23%	14%	18%	16%	10%	20%	17%	9%	27%	19%	12%	10%	24%	5%	4%	16%	
TV por cable o satelital	7%	7%	4%	4%	3%	5%	9%	6%	2%	4%	17%	4%	11%	13%	10%	5%	2%	3%	10%	4%	3%	8%	
Radio	13%	10%	10%	19%	16%	16%	10%	21%	31%	40%	7%	19%	11%	30%	24%	8%	32%	23%	13%	21%	10%	4%	
Streaming	8%	9%	11%	3%	5%	3%	5%	12%	3%	3%	3%	4%	8%	5%	9%	6%	6%	10%	5%	3%	7%	8%	
Redes sociales	46%	47%	49%	51%	51%	48%	48%	45%	41%	32%	55%	35%	48%	37%	23%	44%	41%	49%	37%	52%	71%	59%	
Ninguno	5%	4%	2%	14%	13%	6%	5%	1%	6%	6%	8%	18%	5%	5%	7%	17%	8%	5%	11%	14%	6%	5%	
Base:	10139	5454	641	610	119	127	326	237	270	234	127	76	193	242	302	206	82	181	92	49	64	507	

Evaluación de los medios de comunicación (3)

P.11 Evaluación de medios

¿Cuál es el medio que más... ?

- TV abierta
- TV por Cable o Satelital
- Radio
- Streaming
- Redes Sociales
- Ninguno



	Total	CIUDADES																					
		Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.	
Neutral																							
TV abierta	13%	15%	18%	3%	8%	11%	19%	11%	14%	10%	9%	19%	15%	6%	11%	11%	10%	9%	12%	2%	3%	9%	
TV por cable o satelital	6%	7%	4%	6%	3%	7%	5%	9%	4%	4%	18%	3%	11%	10%	6%	6%	3%	4%	9%	3%	2%	7%	
Radio	14%	9%	10%	17%	17%	27%	24%	20%	24%	38%	12%	19%	12%	31%	34%	7%	29%	26%	16%	19%	6%	7%	
Streaming	9%	10%	13%	3%	8%	4%	8%	11%	3%	6%	3%	4%	8%	8%	9%	8%	6%	16%	5%	4%	8%	11%	
Redes sociales	39%	44%	45%	20%	29%	27%	22%	35%	30%	17%	33%	25%	45%	22%	18%	44%	35%	33%	39%	52%	44%	51%	
Ninguno	19%	15%	10%	51%	35%	24%	21%	14%	23%	25%	25%	30%	10%	22%	22%	24%	16%	12%	19%	20%	38%	14%	
Sensacionalista																							
TV abierta	44%	51%	46%	45%	38%	30%	27%	32%	38%	60%	10%	30%	20%	31%	52%	15%	37%	41%	39%	16%	8%	29%	
TV por cable o satelital	6%	5%	11%	3%	2%	5%	11%	7%	5%	4%	12%	2%	12%	13%	3%	3%	1%	1%	2%	3%	2%	5%	
Radio	5%	3%	3%	6%	2%	7%	7%	6%	17%	9%	3%	4%	8%	12%	2%	2%	16%	12%	4%	4%	3%	3%	
Streaming	4%	4%	3%	1%	2%	3%	3%	4%	2%	2%	3%	2%	7%	2%	7%	4%	4%	5%	2%	2%	6%	8%	
Redes sociales	31%	25%	33%	19%	46%	49%	43%	49%	33%	17%	66%	29%	49%	39%	33%	60%	33%	37%	26%	42%	73%	46%	
Ninguno	10%	11%	5%	26%	11%	6%	8%	1%	5%	7%	5%	33%	5%	3%	4%	16%	9%	4%	26%	33%	7%	9%	
Seguirá vigente																							
TV abierta	19%	23%	28%	8%	11%	15%	29%	10%	16%	21%	11%	8%	15%	8%	20%	10%	8%	7%	12%	3%	2%	12%	
TV por cable o satelital	4%	5%	4%	1%	2%	4%	8%	4%	4%	3%	15%	2%	11%	8%	1%	2%	1%	3%	4%	3%	2%	4%	
Radio	10%	8%	6%	17%	8%	12%	15%	15%	22%	14%	3%	13%	8%	24%	16%	4%	26%	22%	10%	10%	4%	4%	
Streaming	8%	9%	10%	4%	9%	7%	4%	8%	3%	6%	4%	3%	4%	7%	10%	5%	6%	13%	3%	3%	18%	8%	
Redes sociales	55%	53%	52%	55%	64%	58%	41%	62%	49%	52%	65%	55%	60%	49%	50%	73%	51%	55%	60%	76%	72%	70%	
Ninguno	4%	3%	1%	14%	6%	5%	3%	0%	6%	4%	3%	21%	2%	3%	3%	6%	7%	1%	12%	5%	2%	2%	
Base:	10139	5454	641	610	119	127	326	237	270	234	127	76	193	242	302	206	82	181	92	49	64	507	

Evaluación de los medios de comunicación (1)

P.12 Evaluación de medios

¿Con qué frecuencia ha visto los siguientes contenidos en la televisión que le hayan parecido inadecuados o les haya molestado



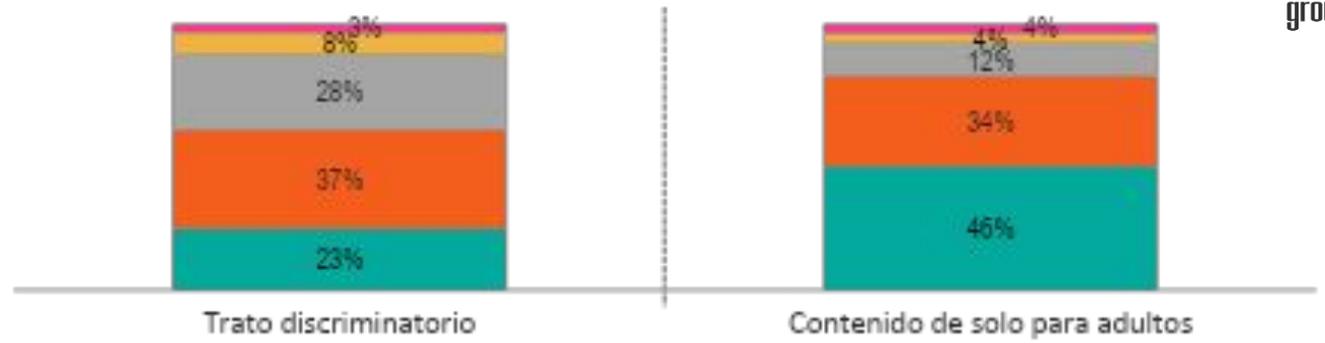
	Total	CIUDADES																					
		Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.	
<u>Palabras groseras, insultos</u>																							
Nada Frecuente	16%	15%	16%	8%	13%	10%	17%	14%	22%	20%	25%	15%	19%	14%	7%	21%	19%	11%	10%	33%	65%	29%	
Poco Frecuente	45%	46%	42%	53%	43%	53%	54%	36%	40%	51%	47%	49%	47%	35%	34%	41%	33%	40%	45%	42%	27%	45%	
Frecuente	28%	31%	25%	29%	30%	29%	22%	33%	24%	16%	21%	25%	26%	27%	29%	25%	32%	31%	33%	22%	6%	17%	
Muy Frecuente	9%	7%	18%	5%	5%	8%	6%	17%	13%	9%	6%	10%	4%	23%	29%	4%	11%	17%	4%	3%	2%	6%	
NS/NR	1%	0%	0%	4%	8%	1%	2%	1%	1%	5%	1%	1%	4%	1%	1%	9%	6%	1%	8%	1%	0%	3%	
<u>Violencia en general</u>																							
Nada Frecuente	17%	20%	19%	4%	10%	9%	13%	3%	24%	24%	27%	7%	24%	5%	12%	21%	8%	4%	14%	24%	4%	23%	
Poco Frecuente	30%	28%	28%	32%	30%	44%	37%	20%	37%	39%	35%	37%	38%	19%	28%	42%	29%	28%	34%	35%	9%	39%	
Frecuente	36%	37%	41%	44%	43%	32%	38%	41%	26%	24%	30%	40%	24%	40%	30%	24%	40%	40%	38%	34%	39%	27%	
Muy Frecuente	15%	15%	12%	19%	10%	14%	10%	34%	13%	10%	7%	15%	10%	36%	28%	6%	21%	29%	6%	7%	47%	10%	
NS/NR	1%	1%	0%	1%	7%	1%	2%	1%	1%	3%	1%	0%	4%	1%	1%	7%	2%	0%	8%	1%	0%	2%	
<u>Violencia contra la mujer</u>																							
Nada Frecuente	20%	25%	21%	4%	4%	7%	8%	4%	22%	25%	31%	5%	24%	4%	14%	25%	9%	3%	18%	29%	4%	29%	
Poco Frecuente	24%	21%	26%	29%	33%	28%	24%	16%	37%	38%	29%	29%	38%	17%	23%	31%	24%	23%	31%	33%	7%	31%	
Frecuente	39%	41%	40%	50%	39%	46%	52%	34%	26%	25%	30%	46%	25%	41%	33%	29%	36%	41%	38%	27%	36%	26%	
Muy Frecuente	16%	13%	13%	16%	16%	18%	15%	46%	14%	11%	9%	20%	10%	38%	28%	8%	30%	33%	5%	10%	53%	13%	
NS/NR	1%	0%	0%	1%	8%	1%	1%	0%	1%	2%	1%	0%	4%	1%	1%	7%	2%	0%	8%	1%	0%	1%	
Base:	9242	1180	418	400	439	382	378	434	407	445	420	362	426	384	436	370	366	393	391	377	422	412	

Evaluación de los medios de comunicación (2)

P.12 Evaluación de medios

¿Con qué frecuencia ha visto los siguientes contenidos en la televisión que le hayan parecido inadecuados o les haya molestado

- Nada Frecuente
- Poco Frecuente
- Frecuente
- Muy Frecuente
- NS/NO



	Total	CIUDADES																					
		Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.	
<u>Trato discriminatorio</u>																							
Nada Frecuente	23%	26%	23%	6%	11%	8%	18%	8%	22%	32%	35%	23%	26%	8%	23%	30%	14%	8%	22%	33%	18%	33%	
Poco Frecuente	37%	36%	33%	52%	38%	41%	42%	29%	38%	41%	34%	48%	40%	31%	27%	36%	32%	35%	36%	31%	57%	44%	
Frecuente	28%	29%	32%	25%	27%	37%	33%	41%	23%	15%	23%	20%	25%	40%	28%	22%	37%	38%	30%	25%	15%	17%	
Muy Frecuente	8%	5%	11%	14%	12%	12%	6%	20%	15%	7%	6%	7%	4%	20%	20%	4%	14%	19%	3%	10%	9%	4%	
NS/NR	3%	4%	0%	1%	12%	1%	2%	1%	2%	4%	2%	1%	4%	2%	1%	7%	3%	0%	9%	2%	0%	2%	
<u>Contenido de solo para adultos en horario familiar</u>																							
Nada Frecuente	46%	50%	42%	31%	46%	36%	69%	27%	33%	41%	47%	60%	44%	24%	47%	52%	34%	31%	38%	51%	67%	47%	
Poco Frecuente	34%	34%	29%	42%	29%	47%	23%	34%	37%	33%	29%	21%	28%	40%	22%	24%	36%	44%	32%	22%	31%	40%	
Frecuente	12%	10%	17%	15%	6%	13%	4%	30%	20%	10%	18%	8%	20%	24%	13%	13%	17%	20%	18%	9%	2%	5%	
Muy Frecuente	4%	2%	10%	4%	2%	2%	1%	7%	8%	5%	5%	2%	4%	10%	17%	2%	4%	4%	3%	2%	0%	3%	
NS/NR	4%	3%	1%	7%	16%	2%	2%	1%	2%	11%	1%	9%	4%	2%	1%	9%	8%	1%	9%	16%	1%	5%	
Base:	9242	1180	418	400	439	382	378	434	407	445	420	362	426	384	436	370	366	393	391	377	422	412	

Evaluación de los medios de comunicación (1)

P.13 Evaluación de medios

¿Con qué frecuencia ha oído los siguientes contenidos en la radio que le hayan parecido inadecuados o les haya

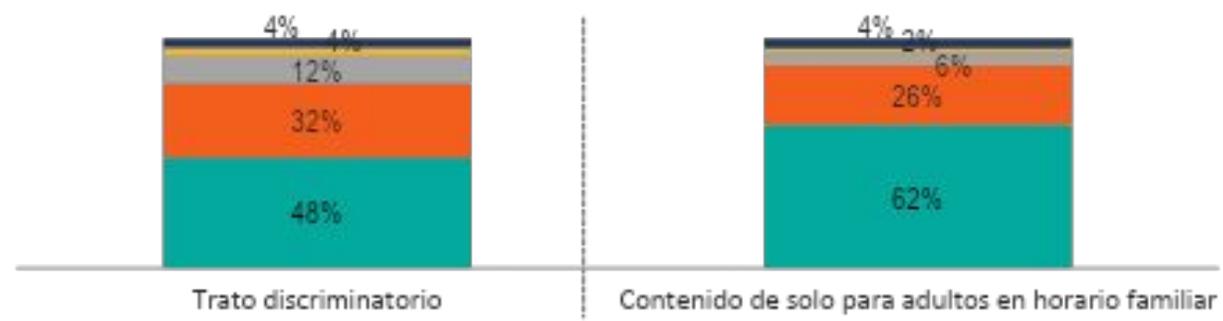


	Total	CIUDADES																					
		Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.	
<u>Palabras groseras, insultos</u>																							
Nada Frecuente	36%	36%	44%	25%	25%	25%	52%	34%	33%	35%	26%	21%	38%	30%	41%	44%	35%	27%	42%	39%	56%	39%	
Poco Frecuente	46%	49%	31%	44%	43%	64%	33%	44%	43%	49%	58%	59%	46%	47%	24%	33%	45%	49%	41%	45%	40%	47%	
Frecuente	13%	11%	12%	23%	14%	9%	12%	21%	17%	10%	12%	17%	11%	19%	15%	13%	14%	20%	7%	14%	4%	11%	
Muy Frecuente	4%	3%	14%	4%	5%	2%	3%	1%	6%	4%	4%	1%	1%	4%	19%	2%	2%	3%	2%	2%	0%	2%	
NS/NO	1%	0%	1%	4%	12%	1%	0%	0%	1%	3%	0%	1%	3%	0%	0%	7%	4%	1%	8%	0%	1%	2%	
<u>Violencia en general</u>																							
Nada Frecuente	43%	50%	49%	12%	26%	27%	53%	36%	36%	37%	37%	22%	46%	29%	47%	45%	31%	20%	47%	34%	15%	44%	
Poco Frecuente	34%	31%	23%	40%	36%	53%	32%	46%	43%	44%	43%	51%	43%	42%	20%	27%	46%	53%	34%	42%	43%	38%	
Frecuente	17%	16%	17%	33%	21%	17%	12%	17%	14%	16%	18%	23%	8%	25%	12%	17%	19%	22%	7%	20%	34%	14%	
Muy Frecuente	5%	3%	11%	13%	5%	2%	2%	1%	5%	4%	1%	4%	1%	4%	20%	4%	2%	4%	2%	3%	7%	2%	
NS/NO	1%	1%	1%	2%	11%	1%	0%	0%	2%	1%	1%	0%	2%	1%	0%	7%	2%	0%	10%	1%	1%	2%	
<u>Violencia contra la mujer</u>																							
Nada Frecuente	45%	53%	52%	12%	19%	26%	55%	26%	36%	38%	43%	18%	46%	28%	46%	47%	29%	22%	50%	37%	14%	49%	
Poco Frecuente	29%	25%	19%	39%	38%	48%	25%	37%	40%	41%	33%	51%	43%	39%	19%	25%	43%	46%	27%	39%	42%	32%	
Frecuente	20%	19%	18%	38%	23%	23%	15%	32%	16%	17%	19%	25%	8%	28%	14%	15%	24%	28%	9%	18%	35%	15%	
Muy Frecuente	5%	3%	11%	9%	8%	3%	3%	4%	6%	4%	5%	6%	1%	4%	20%	7%	2%	4%	3%	5%	8%	3%	
NS/NO	1%	1%	1%	2%	12%	1%	0%	0%	2%	1%	1%	0%	2%	1%	1%	5%	2%	0%	10%	2%	1%	2%	
Base:	7012	828	301	342	355	325	234	273	373	314	276	275	268	365	417	255	327	323	289	346	333	193	

Evaluación de los medios de comunicación (2)

P.13 Evaluación de medios

¿Con qué frecuencia ha oído los siguientes contenidos en la radio que le hayan parecido inadecuados o les haya



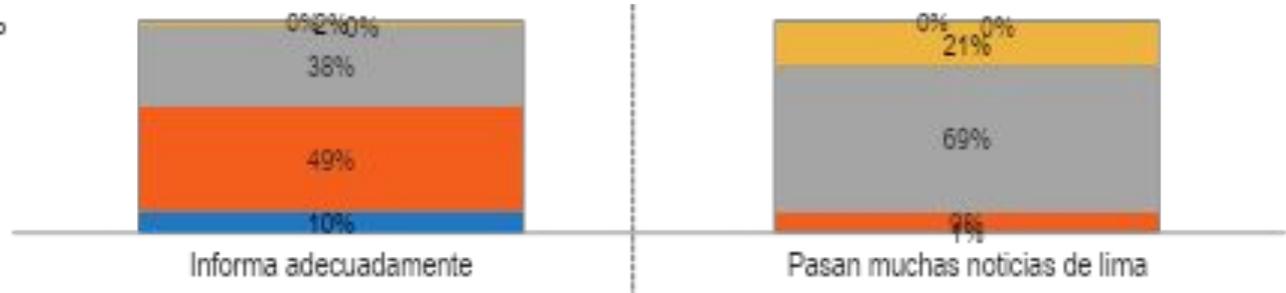
	Total	CIUDADES																					
		Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.	
<u>Trato discriminatorio</u>																							
Nada Frecuente	48%	55%	53%	17%	29%	29%	65%	41%	35%	43%	40%	32%	53%	35%	47%	51%	35%	33%	51%	37%	30%	55%	
Poco Frecuente	32%	29%	25%	46%	36%	51%	17%	40%	42%	43%	37%	52%	35%	44%	18%	28%	48%	42%	31%	34%	62%	35%	
Frecuente	12%	9%	12%	22%	15%	17%	13%	16%	16%	9%	17%	13%	9%	16%	16%	12%	12%	20%	5%	19%	6%	7%	
Muy Frecuente	4%	1%	10%	12%	5%	2%	3%	1%	6%	4%	4%	2%	1%	4%	19%	2%	2%	5%	2%	8%	0%	1%	
NS/NO	4%	6%	1%	2%	15%	1%	0%	1%	2%	2%	1%	1%	2%	2%	0%	7%	3%	0%	11%	2%	1%	3%	
<u>Contenido de solo para adultos en horario familiar</u>																							
Nada Frecuente	62%	67%	61%	45%	58%	54%	85%	56%	46%	51%	53%	57%	65%	50%	63%	63%	57%	57%	62%	56%	53%	65%	
Poco Frecuente	26%	25%	19%	31%	22%	40%	11%	38%	35%	32%	34%	28%	26%	41%	10%	16%	31%	35%	23%	21%	45%	24%	
Frecuente	6%	4%	11%	14%	1%	4%	1%	5%	13%	6%	8%	2%	6%	6%	10%	9%	4%	6%	3%	6%	1%	4%	
Muy Frecuente	2%	1%	7%	3%	1%	0%	0%	1%	4%	1%	4%	0%	1%	2%	17%	1%	0%	0%	1%	1%	0%	2%	
NS/NO	4%	4%	2%	8%	19%	1%	2%	0%	2%	9%	1%	12%	2%	1%	0%	12%	8%	2%	11%	16%	1%	5%	
Base:	7012	828	301	342	355	325	234	273	373	314	276	275	268	365	417	255	327	323	289	346	333	193	

Evaluación de los medios de comunicación: Percepción sobre los noticieros (1)

P.25 Percepción de los noticieros

¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con las siguientes frases en relación a los noticieros?

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo
- No ve canales nacionales/noticieros/TV
- NS/NO



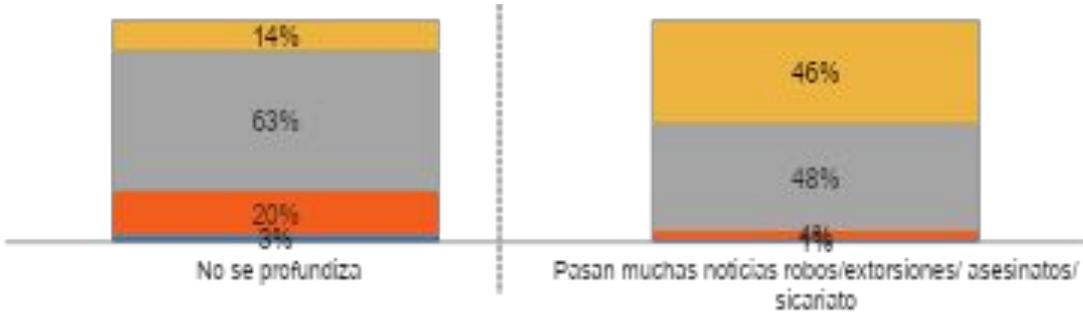
	Total	CIUDADES																					
		Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.	
<u>Informa adecuadamente</u>																							
Totalmente en desacuerdo	10%	9%	9%	7%	16%	6%	3%	11%	21%	12%	7%	15%	13%	6%	4%	15%	16%	17%	1%	40%	31%	21%	
En desacuerdo	49%	51%	60%	48%	55%	46%	40%	54%	38%	42%	36%	33%	57%	49%	27%	43%	56%	54%	53%	48%	52%	32%	
De acuerdo	38%	37%	30%	40%	24%	46%	50%	32%	38%	45%	53%	50%	28%	43%	63%	41%	27%	29%	43%	11%	16%	43%	
Totalmente de acuerdo	2%	2%	0%	1%	1%	2%	7%	2%	2%	2%	1%	2%	2%	2%	5%	1%	0%	0%	2%	1%	0%	5%	
No ve canales nacionales	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	
No sabe / No opina	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	1%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	
<u>Pasan muchas noticias Lima</u>																							
Totalmente en desacuerdo	1%	0%	0%	0%	1%	1%	0%	1%	3%	2%	2%	4%	0%	0%	1%	5%	1%	1%	0%	6%	1%	2%	
En desacuerdo	9%	6%	6%	20%	6%	8%	6%	4%	18%	21%	11%	13%	2%	7%	10%	26%	11%	8%	9%	9%	21%	21%	
De acuerdo	69%	74%	73%	57%	76%	75%	69%	63%	54%	61%	67%	60%	73%	45%	56%	59%	63%	64%	83%	67%	73%	53%	
Totalmente de acuerdo	21%	20%	21%	19%	13%	16%	26%	31%	24%	17%	17%	23%	24%	46%	32%	10%	25%	27%	7%	17%	4%	24%	
No ve canales nacionales	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	
No sabe / No opina	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	
Base:	10139	1254	443	451	476	438	442	450	447	445	438	443	438	442	439	441	440	440	446	444	438	444	

Evaluación de los medios de comunicación: Percepción sobre los noticieros (2)

P.25 Percepción de los noticieros

¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con las siguientes frases en relación a los noticieros?

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo
- No ve canales nacionales/noticieros/TV
- NS/NO



	Total	CIUDADES																					
		Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.	
<u>No profundiza</u>																							
Totalmente en desacuerdo	3%	3%	0%	0%	1%	1%	2%	3%	6%	2%	5%	9%	0%	1%	3%	5%	2%	3%	0%	5%	3%	10%	
En desacuerdo	20%	19%	15%	16%	16%	16%	25%	18%	20%	21%	31%	28%	5%	28%	24%	23%	16%	20%	15%	14%	26%	25%	
De acuerdo	63%	64%	67%	63%	71%	66%	63%	60%	49%	67%	54%	47%	71%	57%	59%	61%	60%	60%	73%	64%	67%	49%	
Totalmente de acuerdo	14%	13%	17%	17%	9%	16%	11%	18%	23%	10%	8%	17%	24%	12%	14%	11%	21%	17%	11%	18%	4%	16%	
No ve canales nacionales	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	
No sabe / No opina	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	

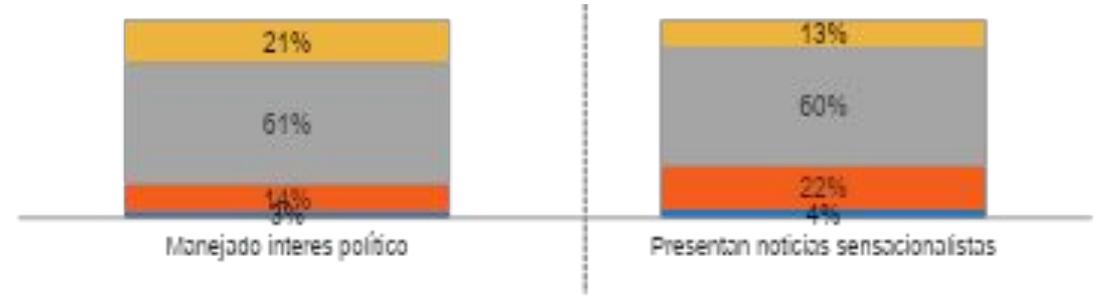
<u>Pasan muchas noticias de robos/extorsiones/ asesinatos/sicarios</u>																						
Totalmente en desacuerdo	1%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	1%	3%	1%	4%	10%	0%	0%	2%	2%	1%	0%	1%	3%	2%	7%
En desacuerdo	4%	3%	2%	5%	1%	5%	1%	2%	12%	7%	12%	13%	2%	3%	10%	19%	4%	3%	3%	11%	15%	6%
De acuerdo	48%	47%	58%	53%	64%	56%	49%	33%	45%	64%	55%	44%	62%	35%	37%	56%	45%	38%	64%	58%	62%	42%
Totalmente de acuerdo	46%	49%	40%	38%	31%	38%	49%	64%	38%	28%	26%	34%	36%	61%	51%	23%	50%	59%	31%	28%	21%	45%
No ve canales nacionales	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
No sabe / No opina	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Base:	10139	1254	443	451	476	438	442	450	447	445	438	443	438	442	439	441	440	440	446	444	438	444

Evaluación de los medios de comunicación: Percepción sobre los noticieros (3)

P.25 Percepción de los noticieros

¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con las siguientes frases en relación a los noticieros?

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo
- No ve canales nacionales/noticieros/TV
- NS/NO



	Total	CIUDADES																					
		Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.	
Es manejado por intereses políticos y/o económicos																							
Totalmente en desacuerdo	3%	2%	1%	1%	1%	1%	0%	2%	5%	2%	8%	10%	1%	0%	2%	5%	2%	0%	1%	3%	27%	7%	
En desacuerdo	14%	15%	13%	13%	7%	13%	10%	8%	14%	16%	28%	20%	4%	10%	18%	15%	15%	10%	12%	8%	40%	15%	
De acuerdo	61%	63%	71%	59%	63%	66%	70%	52%	51%	63%	43%	47%	59%	56%	45%	58%	50%	56%	75%	65%	21%	51%	
Totalmente de acuerdo	21%	18%	15%	24%	26%	20%	19%	39%	29%	18%	18%	22%	36%	33%	35%	22%	33%	33%	11%	24%	11%	27%	
No ve canales nacionales	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	
No sabe / No opina	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	
Presentan noticias sensacionalistas y morbosas																							
Totalmente en desacuerdo	4%	1%	0%	1%	1%	3%	13%	2%	5%	4%	24%	23%	31%	4%	4%	4%	2%	0%	6%	3%	48%	14%	
En desacuerdo	22%	24%	16%	17%	22%	24%	29%	11%	24%	26%	35%	24%	8%	15%	22%	21%	22%	19%	31%	16%	34%	22%	
De acuerdo	60%	62%	70%	60%	50%	63%	51%	72%	47%	54%	30%	36%	55%	64%	54%	56%	57%	65%	59%	59%	14%	46%	
Totalmente de acuerdo	13%	12%	14%	18%	23%	10%	7%	14%	22%	16%	9%	16%	7%	16%	20%	20%	18%	15%	5%	22%	4%	19%	
No ve canales nacionales	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	
No sabe / No opina	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	
Base:	10139	1254	443	451	476	438	442	450	447	445	438	443	438	442	439	441	440	440	446	444	438	444	

8.1 CONTROL SOBRE EL CONSUMO DE TELEVISIÓN EN EL HOGAR

Control sobre el consumo de televisión en el hogar

CIUDADES

P.17 Existencia de control sobre el tiempo que ven los niños

	CIUDADES																					
	Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.	
Existencia de control	90%	92%	91%	88%	86%	85%	90%	79%	83%	94%	91%	64%	94%	80%	96%	75%	71%	72%	92%	82%	93%	96%
No existen controles	6%	6%	7%	7%	4%	3%	4%	4%	11%	2%	6%	21%	2%	4%	2%	9%	9%	10%	2%	9%	6%	3%
Menores de 14 años no ven Televisión	2%	1%	1%	4%	9%	0%	5%	3%	2%	4%	0%	6%	5%	9%	1%	4%	14%	8%	2%	4%	1%	0%
En el hogar no ven televisión	3%	2%	1%	2%	1%	11%	1%	14%	5%	1%	3%	9%	0%	7%	0%	11%	6%	9%	3%	5%	1%	1%
Base: 4 627	582	211	132	218	248	218	229	190	170	249	188	192	247	210	245	150	166	206	194	181	201	

P.18 Existencia de control sobre el tipo de programas que ven los niños

	CIUDADES																					
	Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.	
Existencia de control	90%	92%	94%	89%	85%	87%	90%	79%	85%	94%	91%	64%	94%	81%	98%	76%	71%	72%	91%	86%	94%	96%
No existen controles	5%	6%	4%	6%	4%	2%	3%	3%	9%	2%	6%	21%	2%	3%	0%	9%	9%	10%	3%	6%	4%	3%
Menores de 14 años no ven Televisión	2%	1%	1%	4%	9%	0%	5%	3%	2%	4%	0%	6%	5%	9%	1%	4%	14%	8%	2%	4%	1%	0%
En el hogar no ven televisión	3%	2%	1%	2%	1%	11%	2%	14%	5%	1%	3%	9%	0%	7%	0%	11%	6%	9%	3%	5%	1%	1%
Base: 4 627	582	211	132	218	248	218	229	190	170	249	188	192	247	210	245	150	166	206	194	181	201	

Control sobre el consumo de televisión en el hogar

CIUDADES

P.19 Forma de control utilizada en los niños

		CIUDADES																					
		Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.	
Ver hasta cierta hora	46%	45%	43%	58%	46%	30%	51%	43%	57%	44%	58%	63%	58%	40%	53%	37%	40%	42%	61%	55%	48%	35%	
Ven después de hacer las tareas	27%	28%	21%	24%	21%	35%	27%	34%	18%	23%	51%	23%	15%	25%	37%	16%	35%	38%	11%	8%	45%	20%	
Se limita el n° de hora al día	16%	12%	10%	25%	22%	12%	40%	18%	23%	19%	10%	21%	22%	18%	17%	12%	13%	21%	23%	8%	26%		
Sólo ven programas infantiles / dibujos animados	14%	9%	11%	18%	26%	22%	32%	19%	33%	24%	23%	13%	16%	15%	16%	23%	19%	17%	16%	17%	15%	23%	
Colocan el programa que van a ver	9%	9%	9%	6%	14%	16%	13%	14%	2%	3%	9%	8%	7%	15%	13%	4%	9%	14%	10%	10%	5%	8%	
Permiten ciertos programas solo con compañía adulta	9%	8%	6%	11%	15%	8%	17%	8%	13%	8%	14%	10%	12%	13%	10%	12%	13%	9%	14%	11%	17%	9%	
No se les deja ver algunos programas o canales	8%	7%	6%	8%	9%	11%	12%	7%	12%	8%	9%	6%	22%	9%	8%	10%	6%	3%	10%	8%	1%	13%	
Base: 4 059		542	201	119	190	218	197	184	165	160	231	124	182	203	206	185	109	120	191	166	172	194	

P.20 Hora hasta que se les permite ver TV a los niños

		CIUDADES																					
		Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.	
Hasta las 09:00 pm o antes	76%	67%	82%	92%	88%	91%	88%	85%	94%	93%	97%	85%	85%	87%	84%	91%	88%	87%	83%	95%	99%	92%	
Hasta las 10:00 pm	18%	25%	15%	8%	12%	9%	8%	13%	5%	4%	3%	14%	14%	10%	14%	8%	12%	11%	9%	4%	1%	7%	
Hasta las 11:00 pm	5%	7%	2%	0%	1%	0%	4%	2%	1%	0%	0%	1%	1%	3%	0%	1%	0%	2%	7%	1%	0%	1%	
Hasta las 12:00 pm	0%	1%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	1%	1%	0%	1%	
Hasta más de las 12 de la noche	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	
Menores de 14 años no ven TV	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	
No sabe/No opina	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	
Base: 4 059		542	201	119	190	218	197	184	165	160	231	124	182	203	206	185	109	120	191	166	172	194	

P.15 Tipo de programas vistos por los niños de 1 a 14 años

	CIUDADES																					
	Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.	
82%	84%	77%	89%	78%	74%	77%	74%	88%	80%	90%	74%	72%	72%	85%	67%	56%	58%	87%	80%	72%	85%	
30%	34%	24%	21%	22%	17%	13%	31%	17%	33%	32%	33%	48%	23%	30%	26%	31%	30%	45%	29%	35%	31%	
16%	17%	18%	17%	6%	18%	18%	14%	8%	13%	24%	11%	23%	10%	14%	10%	15%	19%	13%	22%	15%	16%	
16%	15%	16%	25%	14%	27%	10%	8%	17%	28%	13%	9%	27%	12%	13%	10%	9%	8%	11%	18%	37%	26%	
6%	7%	9%	3%	7%	5%	3%	1%	7%	6%	4%	3%	1%	4%	8%	7%	9%	4%	8%	4%	14%	8%	
5%	8%	0%	2%	3%	1%	1%	0%	0%	2%	2%	1%	2%	1%	4%	0%	2%	0%	0%	2%	1%	5%	
5%	5%	8%	6%	8%	12%	4%	6%	8%	4%	0%	3%	1%	9%	3%	2%	7%	3%	9%	9%	4%	3%	
3%	4%	3%	2%	5%	4%	6%	0%	2%	1%	1%	2%	2%	2%	4%	3%	5%	1%	2%	3%	3%	1%	
Base: 4 627	582	211	132	218	248	218	229	190	170	249	188	192	247	210	245	150	166	206	194	181	201	

Control sobre el consumo de televisión en el hogar

CIUDADES

P.16 Costumbre de analizar, comentar, aconsejar a los niños sobre lo que están viendo

		CIUDADES																					
		Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.	
Si	87%	88%	93%	83%	83%	88%	84%	75%	81%	92%	87%	64%	93%	79%	96%	75%	67%	72%	93%	76%	96%	90%	
No	7%	8%	2%	11%	6%	0%	9%	6%	11%	3%	9%	21%	1%	5%	2%	5%	10%	3%	2%	8%	1%	7%	
Menores de 14 años no ven televisión	1%	1%	1%	1%	0%	0%	1%	0%	1%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	13%	0%	0%	2%	0%	0%	
En el hogar no ven Televisión	1%	1%	0%	0%	0%	7%	0%	0%	2%	0%	2%	8%	0%	7%	0%	7%	3%	0%	2%	1%	0%	0%	
Costumbre a ver TV en el hogar con niños de 1 a 14 años	4%	2%	4%	6%	10%	5%	6%	17%	7%	5%	2%	6%	6%	9%	1%	13%	7%	25%	2%	14%	3%	2%	
NS/NO	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	
Base: 4 627		582	211	132	218	248	218	229	190	170	249	188	192	247	210	245	150	166	206	194	181	201	

Control sobre el consumo de televisión en el hogar

P21. Nivel de dificultad para supervisar lo que los niños ven en la televisión

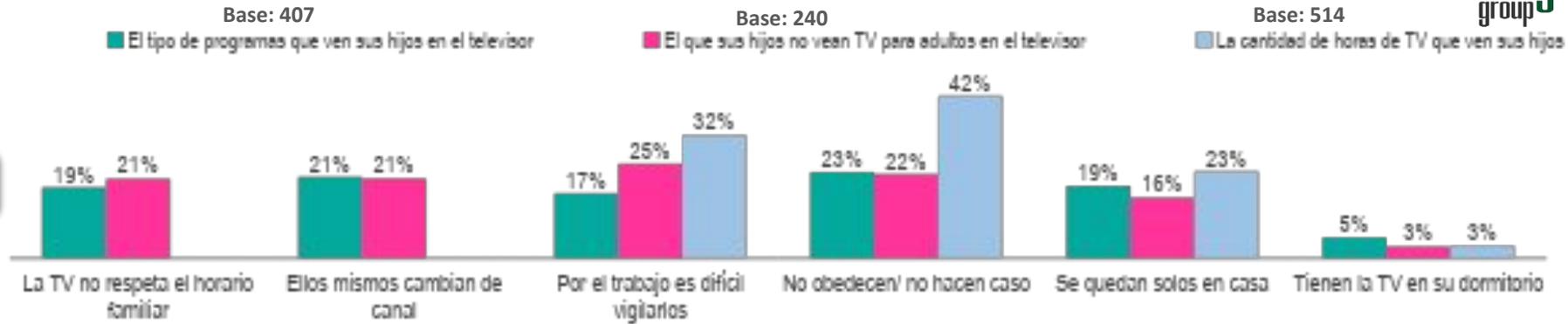
■ Difícil/ Muy difícil
■ Ni fácil Ni difícil
■ Fácil/ Muy Fácil
■ NS/ NO



	Total	CIUDADES																					
		Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.	
21.1 El tipo de programas que ven sus hijos en el televisor																							
Difícil/ Muy difícil	5%	5%	4%	5%	5%	6%	4%	10%	19%	3%	3%	6%	1%	10%	4%	4%	12%	8%	2%	4%	0%	4%	
Ni fácil Ni difícil	14%	11%	18%	31%	31%	19%	4%	22%	19%	23%	26%	35%	15%	9%	6%	16%	25%	25%	20%	42%	49%	15%	
Fácil/ Muy Fácil	80%	83%	78%	63%	63%	74%	91%	68%	61%	73%	70%	60%	84%	81%	90%	78%	62%	67%	76%	54%	51%	81%	
NS/ NO	1%	1%	0%	1%	1%	0%	1%	0%	1%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	1%	0%	2%	0%	0%	1%	
21.2 Que sus hijos no vean TV para adultos en el televisor																							
Difícil/ Muy difícil	4%	3%	4%	2%	5%	3%	1%	9%	19%	6%	3%	6%	2%	10%	2%	5%	13%	7%	4%	5%	0%	6%	
Ni fácil Ni difícil	13%	11%	14%	29%	18%	14%	5%	21%	12%	19%	25%	34%	14%	9%	2%	12%	24%	23%	18%	31%	48%	14%	
Fácil/ Muy Fácil	83%	86%	81%	68%	75%	83%	92%	71%	67%	73%	72%	60%	84%	81%	95%	82%	61%	69%	75%	63%	52%	80%	
NS/ NO	1%	1%	0%	2%	2%	0%	2%	0%	2%	3%	1%	1%	0%	0%	0%	1%	2%	1%	3%	1%	0%	1%	
21.3 La cantidad de horas de TV que ven sus hijos																							
Difícil/ Muy difícil	5%	4%	2%	7%	6%	10%	4%	11%	18%	6%	5%	6%	0%	10%	1%	4%	17%	10%	4%	5%	0%	12%	
Ni fácil Ni difícil	15%	13%	17%	25%	29%	17%	4%	18%	19%	16%	25%	38%	15%	9%	5%	16%	23%	27%	20%	33%	50%	12%	
Fácil/ Muy Fácil	80%	82%	80%	67%	64%	73%	92%	71%	63%	78%	70%	56%	85%	81%	93%	79%	59%	63%	74%	63%	50%	75%	
NS/ NO	1%	1%	0%	1%	0%	0%	1%	0%	1%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	2%	0%	2%	0%	0%	1%	
Base: 4 059		542	201	119	190	218	197	184	165	160	231	124	182	203	206	185	109	120	191	166	172	194	

Control sobre el consumo de televisión en el hogar

P22. ¿Por qué le cuesta supervisar ...?

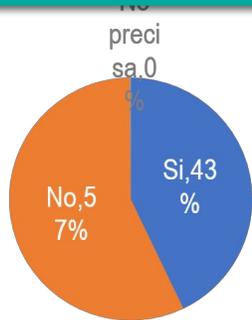


	Total	CIUDADES																				
		Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.
22.1 El tipo de programas que ven sus hijos en el televisor																						
No obedecen/ no hacen caso	23%	23%	25%	50%	10%	29%	38%	6%	16%	0%	14%	0%	100%	10%	38%	29%	0%	0%	0%	14%	-	43%
Ellos mismos cambian de canal	21%	27%	13%	17%	10%	36%	38%	17%	10%	20%	14%	14%	0%	10%	13%	29%	15%	0%	0%	14%	-	14%
Se quedan solos en casa	19%	15%	25%	17%	20%	21%	25%	22%	32%	0%	29%	14%	0%	10%	38%	29%	46%	50%	0%	14%	-	0%
La TV no respeta el horario familiar	19%	23%	25%	0%	30%	7%	0%	0%	10%	60%	29%	43%	0%	20%	25%	14%	8%	0%	0%	14%	-	14%
Por el trabajo es difícil vigilarlos	17%	4%	13%	17%	40%	14%	25%	67%	39%	20%	14%	43%	0%	40%	0%	0%	54%	90%	100%	43%	-	14%
Tienen la TV en su dormitorio	5%	8%	0%	0%	0%	0%	13%	6%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	-	14%
22.2 Que sus hijos no vean TV para adultos en el televisor																						
Por el trabajo es difícil vigilarlos	25%	0%	22%	0%	22%	43%	0%	81%	38%	56%	17%	29%	50%	40%	40%	22%	43%	100%	14%	67%	-	36%
No obedecen/ No hacen caso	22%	29%	22%	0%	22%	29%	50%	0%	19%	0%	50%	0%	0%	15%	40%	22%	0%	11%	29%	33%	-	27%
Ellos mismos cambian de canal	21%	29%	22%	0%	22%	0%	0%	19%	19%	33%	0%	14%	0%	15%	0%	33%	7%	0%	0%	0%	-	18%
La TV no respeta el horario familiar	21%	29%	11%	50%	22%	29%	0%	0%	16%	22%	0%	43%	50%	20%	0%	22%	14%	0%	43%	0%	-	18%
Se quedan solos en casa	16%	14%	22%	50%	11%	0%	50%	19%	25%	0%	33%	14%	0%	5%	20%	0%	43%	44%	14%	0%	-	0%
Tienen la TV en su dormitorio	3%	7%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	-	0%
22.3 La cantidad de horas de TV que ven sus hijos																						
No obedecen/ no hacen caso	42%	57%	80%	50%	50%	32%	29%	10%	28%	44%	18%	50%	-	38%	33%	57%	22%	17%	29%	38%	-	17%
Por el trabajo es difícil vigilarlos	32%	14%	20%	38%	33%	55%	43%	71%	31%	22%	55%	38%	-	43%	0%	14%	50%	92%	43%	50%	-	57%
Se quedan solos en casa	23%	24%	0%	13%	17%	14%	29%	29%	41%	33%	27%	0%	-	14%	33%	14%	33%	33%	0%	13%	-	17%
Tienen la TV en su dormitorio	3%	0%	0%	0%	0%	0%	14%	0%	10%	0%	0%	0%	-	5%	33%	14%	6%	0%	29%	0%	-	9%

9.1

REGULACIÓN DE MEDIOS:
CONOCIMIENTO DEL HORARIO
FAMILIAR Y PROCEDIMIENTO DE
QUEJA

P.26 Existencia de entidades que regulan la Radio y TV



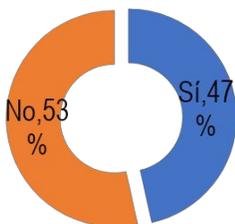
	TOTAL	CIUDADES																				
		Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.
<u>P.25</u>																						
Si	43%	38%	44%	54%	49%	59%	61%	44%	34%	61%	54%	34%	53%	44%	54%	41%	41%	46%	35%	54%	81%	45%
No	57%	62%	56%	46%	51%	41%	39%	56%	66%	39%	46%	66%	47%	53%	46%	59%	58%	50%	65%	45%	19%	55%
NS/NO	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	0%	0%	1%	4%	0%	0%	0%	0%

P.29 Conocimiento sobre el horario familiar



	TOTAL	Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.
<u>P.29</u>																						
Si	46%	43%	51%	63%	41%	42%	47%	54%	44%	49%	48%	24%	55%	40%	56%	60%	54%	49%	45%	32%	47%	45%
No	54%	57%	49%	37%	59%	58%	53%	46%	56%	51%	52%	76%	45%	60%	44%	40%	46%	51%	55%	68%	53%	55%
NS/NO	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

P.30 Conocimiento sobre el derecho de quejarse por los contenidos que atenten contra el horario familiar



	TOTAL	Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.
<u>P.30</u>																						
Si	47%	47%	54%	45%	25%	55%	59%	39%	45%	35%	45%	24%	60%	42%	50%	58%	35%	33%	47%	29%	47%	37%
No	53%	53%	46%	55%	75%	45%	41%	61%	55%	65%	55%	76%	40%	58%	50%	42%	65%	67%	53%	71%	53%	63%
Base:	10 139	1254	443	451	476	438	442	450	447	445	438	443	438	442	439	441	440	440	446	444	438	444

P.28 ¿Quién cree que lo regula? - Apoyado -

CIUDADES

		Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.
El Estado	32%	34%	42%	22%	34%	26%	30%	27%	28%	20%	45%	56%	34%	25%	45%	30%	23%	27%	28%	26%	12%	20%
Organismo independiente integrado al Estado, los medios y la sociedad	15%	17%	13%	9%	12%	20%	13%	15%	12%	11%	11%	9%	9%	11%	13%	12%	13%	13%	22%	29%	3%	15%
Ministerio de Transportes y Comunicaciones	14%	11%	10%	30%	21%	13%	14%	20%	23%	27%	7%	13%	11%	19%	12%	16%	26%	16%	20%	18%	27%	13%
INDECOPI	12%	11%	9%	12%	13%	13%	7%	9%	13%	13%	17%	3%	22%	13%	11%	10%	12%	19%	7%	15%	17%	22%
Propios medios de comunicación	11%	11%	15%	9%	6%	11%	15%	7%	9%	17%	11%	10%	3%	6%	8%	18%	10%	8%	7%	8%	35%	17%
Ministerio de Educación	6%	7%	5%	5%	7%	6%	8%	7%	5%	3%	4%	2%	3%	7%	6%	2%	5%	4%	3%	0%	3%	5%
Ministerio de Cultura	4%	4%	3%	5%	3%	4%	5%	6%	3%	2%	0%	2%	4%	7%	3%	2%	3%	4%	1%	1%	0%	1%
Debería existir ninguna regulación en los medios	2%	1%	2%	4%	1%	3%	5%	2%	3%	4%	1%	0%	11%	2%	1%	2%	3%	3%	3%	0%	1%	1%
Base: 10 139		1254	443	451	476	438	442	450	447	445	438	443	438	442	439	441	440	440	446	444	438	444

P.32 Opinión sobre noticia o hecho delictivo violento en televisión peruana que ha causado más indignación/rechazo en los últimos tiempos

	CIUDADES																					
	Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.	
Delincuencia/ asaltos/ robos/ sicariatos	65%	72%	63%	41%	39%	56%	63%	53%	57%	64%	54%	55%	62%	51%	80%	40%	41%	56%	64%	85%	77%	53%
Violación a niños/ niñas/ adolescentes	7%	4%	6%	12%	7%	5%	4%	18%	8%	2%	10%	6%	4%	14%	2%	12%	16%	13%	4%	3%	7%	20%
Violencia contra la mujer	6%	6%	6%	5%	8%	12%	14%	3%	7%	7%	5%	5%	9%	6%	2%	11%	5%	5%	9%	4%	2%	3%
Feminicidios	6%	3%	3%	24%	19%	6%	5%	6%	7%	11%	6%	5%	13%	10%	5%	14%	13%	10%	7%	1%	10%	6%
Violencia contra niños/ niñas/ adolescentes	6%	4%	9%	5%	8%	13%	8%	8%	8%	4%	8%	9%	8%	10%	4%	9%	7%	5%	8%	2%	1%	7%
Violación a mujeres	3%	3%	5%	2%	7%	4%	2%	3%	5%	4%	5%	3%	3%	2%	4%	6%	5%	2%	5%	1%	2%	6%
Adolescentes que cometen delitos	3%	4%	1%	4%	1%	1%	2%	3%	3%	2%	5%	2%	0%	2%	1%	2%	5%	2%	0%	0%	1%	1%
Accidentes en general	3%	2%	6%	4%	8%	2%	1%	3%	4%	5%	3%	13%	2%	2%	1%	4%	7%	5%	2%	3%	1%	4%
Tratamiento morboso y sensacionalista	1%	1%	1%	1%	3%	1%	1%	3%	1%	1%	1%	1%	0%	1%	0%	0%	2%	2%	1%	0%	0%	0%
Base: 10 139	1254	443	451	476	438	442	450	447	445	445	438	443	438	442	439	441	440	440	446	444	438	444

P.33 Opinión sobre grupos de personas que son discriminados por la televisión

		CIUDADES																				
		Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.
Comunidades andinas	40 %	35%	41%	55%	54%	64%	47%	31%	59%	25%	37%	42%	44%	32%	49%	40%	40%	48%	35%	40%	38%	44%
LGTB/ Homosexuales	25 %	23%	20%	38%	29%	26%	43%	22%	12%	31%	17%	16%	33%	21%	27%	35%	15%	22%	28%	17%	13%	33%
Mujeres	18 %	18%	22%	9%	12%	19%	15%	24%	13%	28%	18%	17%	21%	30%	18%	16%	24%	25%	21%	13%	8%	10%
Comunidades selváticas	16 %	15%	15%	11%	20%	28%	31%	19%	19%	16%	11%	5%	12%	31%	15%	30%	18%	26%	19%	44%	24%	9%
Adultos mayores	15 %	14%	13%	11%	12%	33%	32%	17%	15%	18%	9%	8%	13%	20%	15%	13%	23%	17%	18%	31%	24%	19%
Personas con discapacidad	14 %	11%	13%	16%	21%	31%	38%	18%	9%	13%	9%	10%	8%	18%	14%	22%	19%	20%	20%	57%	36%	17%
Niños	11 %	12%	18%	3%	5%	12%	11%	24%	8%	9%	11%	5%	4%	25%	9%	17%	18%	16%	22%	9%	2%	3%
Afrodescendientes (moreno/ mulato/ negro)	9 %	6%	8%	16%	24%	21%	16%	11%	5%	19%	5%	5%	7%	14%	12%	3%	12%	20%	13%	9%	7%	16%
Ninguno de los anteriores	17 %	21%	13%	6%	13%	3%	5%	12%	5%	17%	29%	21%	15%	12%	17%	5%	8%	12%	11%	2%	18%	19%
Base: 10 139		12054	443	451	476	438	442	450	447	445	438	443	438	442	439	441	440	440	446	444	438	444

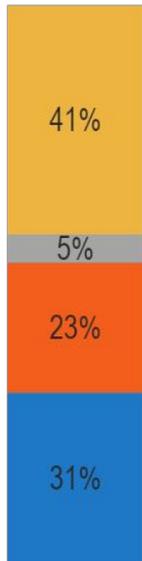
10.1

RADIO Y TELEVISIÓN LOCAL:
EVALUACIÓN DE LOS MEDIOS
LOCALES

P.39 Frecuencia con que ve televisión local

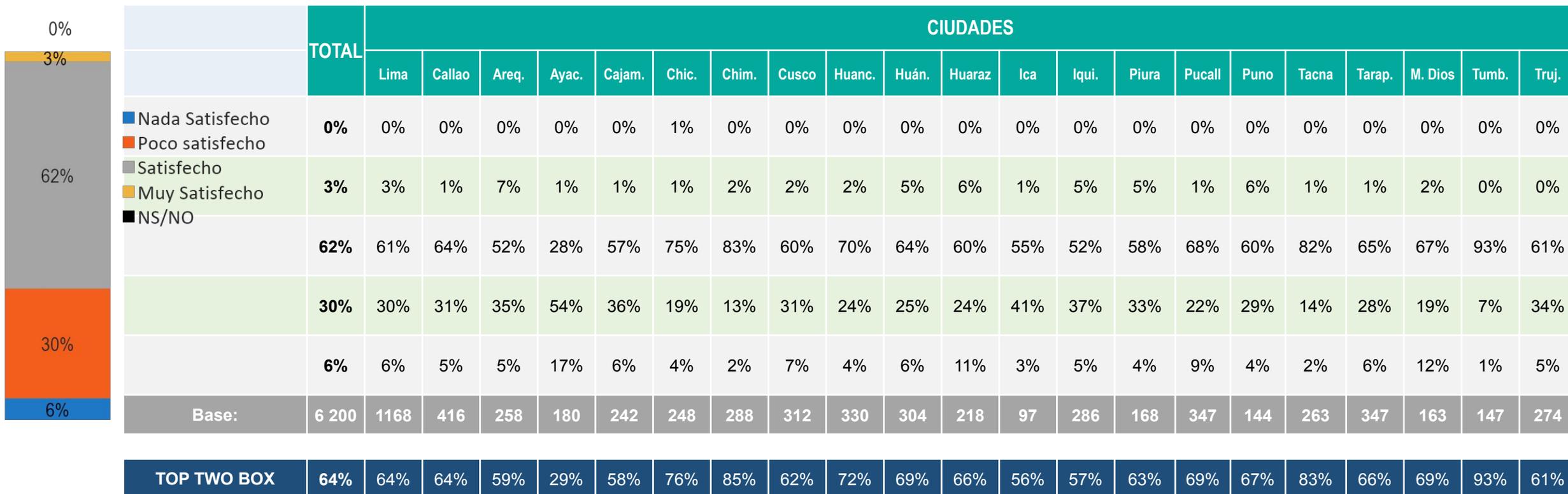
	TOTAL	CIUDADES																					
		Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.	
21%	21%	7%	6%	43%	62%	45%	44%	36%	30%	26%	31%	51%	78%	35%	62%	21%	67%	40%	22%	63%	66%	38%	
7%	7%	2%	4%	16%	15%	18%	2%	4%	13%	15%	28%	12%	1%	6%	21%	34%	7%	8%	8%	11%	6%	15%	
27%	27%	23%	23%	33%	17%	33%	32%	56%	45%	43%	32%	24%	19%	25%	16%	26%	24%	51%	43%	18%	17%	36%	
45%	45%	68%	67%	9%	6%	4%	22%	4%	11%	16%	10%	14%	2%	34%	1%	18%	2%	1%	26%	7%	10%	11%	
Base:	10 139	1254	443	451	476	438	442	450	447	445	438	443	438	442	439	441	440	440	446	444	438	444	

P.40 Frecuencia con que escucha radio local



	TOTAL	CIUDADES																				
		Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.
■ Todos los días	41%	35%	33%	38%	57%	48%	64%	56%	26%	42%	50%	61%	81%	24%	49%	48%	39%	32%	41%	61%	65%	75%
■ Algunos días a la semana	23%	21%	22%	30%	21%	28%	19%	34%	39%	30%	26%	21%	16%	26%	23%	26%	35%	34%	21%	20%	23%	16%
■ Algunas veces al mes	5%	1%	4%	13%	12%	14%	6%	4%	10%	9%	18%	12%	2%	13%	25%	20%	8%	16%	8%	9%	3%	6%
■ Nunca	31%	43%	42%	19%	10%	10%	12%	5%	25%	19%	6%	7%	1%	37%	4%	6%	18%	18%	30%	10%	9%	3%
Base:	10 139	1254	443	451	476	438	442	450	447	445	438	443	438	442	439	441	440	440	446	444	438	444

P.41.1 Nivel de satisfacción con los Canales de Tv de su ciudad/región



Frecuencia en la que ven radio y televisión local

CIUDADES

P.42.1 Motivos de insatisfacción

	CIUDADES																					
	Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.	
Programación poco variada	33%	30%	42%	41%	26%	44%	19%	25%	52%	31%	35%	21%	15%	29%	29%	35%	49%	55%	28%	36%	45%	
Mala calidad de la información	25%	26%	14%	20%	33%	33%	35%	21%	39%	23%	37%	15%	33%	27%	18%	12%	25%	30%	26%	32%	18%	18%
Falta veracidad	21%	24%	17%	23%	19%	21%	12%	35%	8%	12%	11%	13%	30%	24%	16%	9%	13%	23%	15%	18%	18%	3%
Falta de programación cultural y educativa	20%	20%	16%	45%	14%	20%	26%	19%	4%	18%	20%	19%	28%	19%	19%	12%	23%	37%	28%	30%	18%	13%
Mucha farándula	18%	20%	13%	45%	8%	7%	21%	9%	1%	18%	1%	8%	5%	14%	3%	4%	0%	0%	22%	14%	0%	2%
La programación es mala o aburrida	17%	13%	11%	28%	38%	28%	23%	14%	24%	40%	67%	57%	40%	9%	45%	21%	15%	42%	29%	56%	27%	19%
Mucha violencia	13%	14%	22%	26%	7%	7%	11%	19%	1%	4%	2%	3%	2%	11%	5%	5%	4%	7%	10%	12%	0%	2%
Falta información local Los canales locales/regionales solo se pueden ver con televisión de paga (cable o satélite)	8%	4%	3%	18%	14%	24%	23%	7%	8%	13%	21%	16%	23%	15%	19%	15%	19%	23%	23%	14%	9%	15%
	4%	2%	1%	4%	11%	7%	7%	0%	9%	21%	14%	5%	2%	4%	6%	32%	0%	0%	4%	16%	9%	5%
Base: 2 100	426	148	105	128	101	57	43	119	92	95	75	43	122	62	108	48	43	117	50	11	107	

Frecuencia en la que ven radio y televisión local

CIUDADES

P.41.2 Nivel de satisfacción con las emisoras de radio de su ciudad/región

	TOTAL	CIUDADES																					
		Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.	
■ Nada Satisfecho	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	
■ Poco satisfecho	4%	3%	3%	11%	2%	3%	3%	3%	4%	10%	5%	4%	1%	10%	16%	1%	13%	8%	2%	3%	0%	4%	
■ Satisfecho	76%	79%	76%	64%	52%	65%	81%	87%	67%	73%	70%	71%	69%	68%	63%	77%	68%	67%	72%	67%	95%	67%	
■ Muy Satisfecho	18%	16%	18%	24%	31%	29%	15%	9%	25%	16%	21%	20%	29%	21%	19%	16%	19%	24%	22%	24%	5%	26%	
■ NS/NO	2%	2%	3%	1%	16%	3%	1%	1%	4%	1%	4%	5%	1%	1%	2%	6%	1%	1%	5%	5%	0%	3%	
Base:	5 294	813	296	281	203	227	159	196	329	257	219	174	83	335	224	229	269	299	265	174	152	110	
TOP TWO BOX	80%	82%	79%	74%	54%	68%	83%	90%	71%	83%	75%	75%	70%	78%	79%	78%	80%	75%	74%	71%	95%	71%	

Frecuencia en la que ven radio y televisión local

CIUDADES

P.42.2 Motivos de insatisfacción

		CIUDADES																					
		Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.	
Programación poco variada	34%	36%	47%	57%	39%	19%	46%	20%	7%	35%	31%	23%	24%	12%	9%	8%	19%	22%	46%	37%	0%	22%	
Falta de programación cultural y educativa	20%	23%	10%	19%	16%	19%	15%	5%	12%	26%	18%	23%	20%	18%	24%	16%	13%	33%	14%	27%	29%	9%	
Falta veracidad	19%	21%	13%	7%	17%	18%	23%	30%	7%	19%	24%	21%	28%	27%	17%	16%	30%	52%	11%	12%	29%	9%	
Mala calidad de la información	17%	11%	16%	17%	30%	24%	15%	35%	39%	30%	29%	12%	24%	27%	7%	22%	30%	32%	24%	25%	29%	25%	
Falta información local	12%	5%	6%	29%	21%	17%	19%	0%	21%	23%	22%	23%	20%	14%	11%	14%	13%	22%	21%	25%	29%	25%	
Mucha farándula	11%	14%	5%	22%	4%	7%	12%	10%	3%	7%	4%	5%	0%	5%	2%	10%	4%	4%	17%	12%	0%	3%	
La programación es mala o aburrida	10%	5%	10%	8%	27%	22%	23%	15%	10%	37%	36%	35%	40%	5%	52%	12%	11%	4%	17%	0%	0%	6%	
La señal de las emisoras locales/regionales es mala, presenta interferencias	6%	4%	2%	13%	24%	13%	0%	0%	9%	16%	5%	16%	0%	1%	9%	10%	11%	0%	3%	41%	14%	6%	
Mucha violencia	5%	4%	5%	14%	5%	6%	0%	5%	1%	2%	4%	0%	0%	5%	0%	6%	6%	3%	6%	24%	0%	0%	
Base: 1 208		146	62	72	94	72	26	20	94	43	55	43	25	74	46	50	53	73	70	51	7	32	

11.1 RADIO Y TELEVISIÓN ESTATAL: ANÁLISIS DE TV PERÚ Y RADIO NACIONAL

Radio y televisión estatal: Frecuencia de consumo

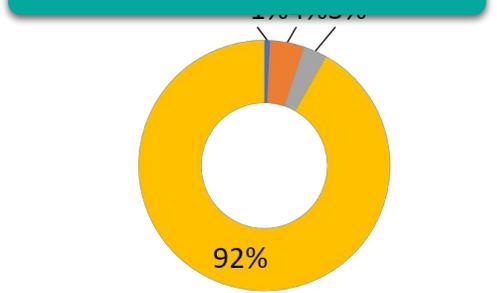
CIUDADES

P.34 TV Perú



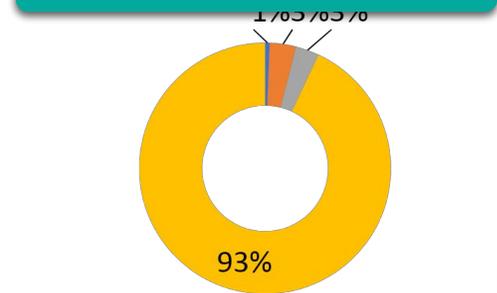
	TOTAL	CIUDADES																					
		Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.	
<u>P.36</u>																							
Todos días	3%	3%	3%	1%	6%	3%	4%	3%	3%	7%	5%	10%	1%	5%	3%	4%	3%	3%	3%	4%	0%	1%	
Algunos días a la semana	17%	17%	16%	15%	24%	20%	26%	23%	30%	8%	20%	14%	13%	33%	22%	11%	21%	21%	20%	19%	5%	7%	
Algunas veces al mes	13%	11%	18%	14%	17%	26%	3%	5%	19%	14%	33%	15%	2%	12%	31%	19%	6%	11%	9%	10%	7%	15%	
Nunca	67%	69%	63%	71%	54%	51%	66%	69%	48%	71%	42%	61%	83%	51%	44%	66%	70%	65%	67%	66%	88%	77%	

P.35 Canal IP



	TOTAL	CIUDADES																					
		Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.	
<u>P.37</u>																							
Todos días	1%	0%	1%	0%	2%	0%	1%	1%	1%	0%	4%	6%	1%	0%	0%	2%	1%	0%	0%	1%	0%	1%	
Algunos días a la semana	4%	4%	4%	4%	7%	2%	7%	1%	13%	4%	13%	5%	6%	4%	5%	4%	3%	2%	1%	2%	0%	2%	
Algunas veces al mes	3%	2%	1%	5%	5%	6%	1%	1%	8%	7%	22%	4%	0%	1%	11%	11%	0%	1%	1%	1%	1%	2%	
Nunca	92%	93%	94%	90%	87%	92%	91%	97%	78%	89%	61%	85%	93%	94%	83%	83%	95%	97%	98%	96%	99%	94%	

P.36 Radio Nacional



	TOTAL	CIUDADES																					
		Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.	
<u>P.38</u>																							
Todos días	1%	0%	0%	1%	1%	1%	1%	0%	1%	0%	2%	1%	1%	0%	3%	1%	0%	0%	3%	6%	0%		
Algunos días a la semana	3%	3%	1%	6%	5%	5%	6%	1%	5%	4%	6%	0%	2%	4%	6%	12%	1%	1%	3%	5%	2%	1%	
Algunas veces al mes	3%	2%	3%	8%	5%	5%	1%	0%	6%	2%	16%	2%	1%	3%	13%	9%	2%	3%	1%	2%	2%	2%	
Nunca	93%	95%	96%	85%	89%	90%	92%	98%	88%	93%	76%	97%	97%	92%	81%	76%	96%	97%	95%	91%	90%	97%	
Base:	10 139	1254	443	451	476	438	442	450	447	445	438	443	438	442	439	441	440	440	446	444	438	444	

Radio y televisión estatal: Calificación de la programación

Base TV Perú: 4 975
 Base Canal IP: 507
 Base Radio Nacional: 1 011



	Total	CIUDADES																				
		Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.
P.37.1 TV Perú																						
Muy Mala	1%	1%	0%	0%	0%	2%	1%	0%	2%	2%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	1%	0%	0%	3%	0%	0%
Mala	2%	1%	2%	2%	2%	0%	1%	2%	6%	5%	3%	5%	0%	2%	0%	24%	4%	4%	1%	3%	0%	5%
Regular	35%	35%	18%	39%	52%	49%	33%	26%	42%	33%	52%	34%	32%	20%	31%	47%	26%	35%	30%	50%	19%	54%
Buena	56%	59%	66%	55%	41%	47%	59%	64%	46%	45%	42%	36%	62%	67%	50%	26%	63%	58%	63%	40%	77%	40%
Muy Buena	6%	5%	15%	4%	5%	1%	7%	8%	4%	16%	2%	25%	7%	10%	17%	1%	6%	4%	5%	3%	0%	1%
NS/NO	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	1%	0%	2%	1%	0%	1%	0%	4%	0%
P.37.2 Canal IP																						
Muy Mala	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	4%	0%	0%	0%	5%	0%	0%
Mala	3%	2%	0%	0%	3%	0%	0%	0%	3%	2%	5%	3%	0%	0%	0%	20%	5%	0%	0%	0%	0%	4%
Regular	37%	40%	4%	49%	40%	57%	20%	21%	34%	47%	62%	9%	20%	4%	16%	42%	10%	20%	62%	32%	0%	42%
Buena	51%	50%	81%	51%	49%	41%	66%	57%	54%	39%	32%	40%	67%	76%	62%	27%	75%	53%	25%	63%	60%	50%
Muy Buena	7%	5%	15%	0%	5%	0%	15%	21%	7%	8%	1%	46%	13%	12%	22%	3%	10%	7%	12%	0%	0%	4%
NS/NO	2%	2%	0%	0%	3%	0%	0%	0%	2%	4%	1%	0%	0%	8%	0%	4%	0%	20%	0%	0%	40%	0%
P.37.3 Radio Nacional																						
Muy Mala	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Mala	3%	3%	5%	0%	0%	0%	6%	0%	0%	0%	12%	14%	0%	3%	0%	8%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Regular	35%	36%	16%	45%	50%	48%	29%	14%	42%	36%	40%	36%	31%	26%	29%	22%	29%	47%	55%	24%	2%	67%
Buena	53%	55%	68%	49%	38%	55%	62%	86%	51%	45%	43%	29%	62%	54%	51%	60%	47%	47%	36%	55%	79%	33%
Muy Buena	7%	6%	5%	3%	8%	0%	0%	0%	5%	15%	3%	21%	8%	11%	18%	7%	18%	7%	5%	17%	16%	0%
NS/NO	2%	0%	5%	3%	4%	0%	3%	0%	2%	0%	3%	0%	0%	6%	2%	2%	6%	0%	5%	5%	2%	0%

Radio y televisión estatal: Nivel de acuerdo con diferentes frases de TV Perú/Canal IP (1)

P.38 Frases con las que están de acuerdo sobre TV Perú y/o Canal IPe

¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con las siguientes frases?



	Total	CIUDADES																				
		Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.
<u>Recoge las voces del Perú</u>																						
Totalmente en Desacuerdo	2%	1%	0%	4%	4%	2%	0%	1%	8%	5%	1%	3%	0%	2%	1%	5%	4%	1%	1%	24%	0%	3%
En Desacuerdo	20%	16%	8%	28%	32%	29%	29%	23%	21%	29%	43%	27%	12%	21%	11%	44%	28%	34%	16%	34%	26%	29%
De Acuerdo	69%	74%	75%	63%	50%	67%	63%	71%	63%	51%	54%	50%	75%	64%	72%	44%	60%	60%	68%	41%	68%	65%
Totalmente de Acuerdo	7%	7%	16%	2%	5%	2%	3%	4%	6%	10%	2%	17%	7%	12%	15%	2%	5%	4%	8%	1%	2%	2%
NS/NR	2%	2%	1%	3%	8%	0%	5%	1%	1%	4%	0%	2%	7%	1%	1%	6%	3%	1%	6%	1%	4%	1%
<u>Tiene programas de calidad</u>																						
Totalmente en Desacuerdo	1%	0%	0%	1%	1%	1%	0%	0%	5%	4%	2%	2%	0%	0%	1%	7%	0%	0%	1%	3%	0%	1%
En Desacuerdo	14%	12%	6%	22%	16%	14%	10%	11%	21%	19%	20%	26%	3%	12%	7%	34%	11%	15%	7%	23%	17%	24%
De Acuerdo	73%	74%	84%	69%	75%	81%	84%	74%	66%	65%	76%	42%	84%	71%	72%	51%	74%	74%	82%	63%	72%	66%
Totalmente de Acuerdo	11%	12%	9%	6%	2%	5%	3%	13%	8%	9%	2%	28%	8%	16%	18%	2%	14%	10%	7%	3%	8%	9%
NS/NR	2%	2%	1%	1%	6%	0%	4%	1%	1%	4%	0%	3%	5%	0%	2%	5%	1%	1%	2%	8%	4%	0%
<u>Es veraz e independiente</u>																						
Totalmente en Desacuerdo	4%	3%	0%	4%	4%	6%	2%	16%	6%	10%	12%	4%	0%	8%	5%	8%	16%	15%	2%	7%	11%	7%
En Desacuerdo	35%	34%	23%	46%	25%	31%	31%	61%	34%	22%	31%	30%	11%	60%	27%	41%	54%	54%	27%	51%	62%	36%
De Acuerdo	48%	49%	64%	43%	47%	57%	57%	13%	47%	52%	49%	44%	71%	24%	57%	37%	19%	22%	61%	30%	19%	45%
Totalmente de Acuerdo	7%	9%	10%	3%	4%	6%	3%	4%	8%	7%	4%	14%	4%	4%	8%	3%	4%	3%	5%	3%	2%	5%
NS/NR	6%	5%	3%	4%	21%	1%	8%	6%	5%	9%	4%	8%	14%	4%	3%	11%	6%	6%	6%	9%	6%	6%
Base:	3 669	396	163	134	219	216	153	141	235	136	254	175	76	219	249	151	134	156	147	152	53	110

Radio y televisión estatal: Nivel de acuerdo con diferentes frases de TV Perú/Canal IP (2)

P.38 Frases con las que están de acuerdo sobre TV Perú y/o Canal IPE

¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con las siguientes frases?



	Total	CIUDADES																				
		Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.
<u>Me entero de lo que sucede</u>																						
Totalmente en Desacuerdo	2%	1%	0%	4%	5%	9%	3%	1%	7%	4%	12%	5%	0%	3%	2%	9%	6%	1%	1%	10%	4%	5%
En Desacuerdo	21%	13%	10%	38%	50%	39%	26%	28%	34%	31%	42%	29%	17%	19%	30%	46%	24%	43%	16%	38%	15%	38%
De Acuerdo	64%	72%	74%	54%	34%	49%	65%	64%	49%	51%	41%	45%	67%	68%	58%	34%	58%	51%	70%	43%	74%	50%
Totalmente de Acuerdo	10%	13%	15%	3%	1%	2%	3%	5%	8%	8%	4%	17%	9%	8%	8%	6%	7%	4%	5%	3%	4%	4%
NS/NR	2%	2%	2%	1%	10%	0%	3%	2%	3%	5%	1%	5%	7%	1%	2%	5%	5%	1%	8%	6%	4%	4%
<u>Es un vocero del gobierno</u>																						
Totalmente en Desacuerdo	1%	0%	1%	1%	1%	2%	0%	1%	4%	5%	4%	2%	0%	2%	4%	7%	2%	1%	1%	3%	0%	0%
En Desacuerdo	16%	15%	20%	11%	14%	23%	8%	7%	24%	19%	21%	18%	5%	16%	19%	28%	15%	19%	10%	13%	17%	18%
De Acuerdo	52%	54%	53%	60%	60%	63%	71%	20%	45%	45%	50%	41%	72%	29%	47%	44%	24%	22%	58%	61%	19%	60%
Totalmente de Acuerdo	25%	25%	20%	17%	13%	10%	8%	68%	23%	21%	19%	24%	9%	47%	27%	11%	54%	49%	22%	14%	58%	19%
NS/NR	7%	6%	6%	11%	11%	2%	12%	4%	5%	10%	7%	15%	13%	6%	3%	11%	4%	10%	9%	8%	6%	3%
<u>Tiene buena programación</u>																						
Totalmente en Desacuerdo	1%	0%	0%	0%	0%	6%	1%	0%	4%	10%	6%	2%	0%	1%	0%	8%	1%	1%	0%	0%	0%	1%
En Desacuerdo	15%	13%	8%	35%	10%	19%	12%	9%	20%	20%	29%	17%	7%	11%	8%	32%	10%	12%	8%	9%	11%	23%
De Acuerdo	71%	77%	69%	54%	61%	67%	73%	82%	58%	51%	57%	43%	78%	74%	67%	47%	76%	73%	74%	55%	74%	65%
Totalmente de Acuerdo	9%	7%	14%	3%	3%	6%	5%	9%	16%	7%	4%	29%	7%	10%	22%	4%	10%	12%	7%	13%	11%	5%
NS/NR	5%	4%	9%	7%	26%	2%	10%	1%	3%	12%	3%	9%	9%	4%	2%	9%	4%	2%	11%	24%	4%	6%
Base:	3 669	396	163	134	219	216	153	141	235	136	254	175	76	219	249	151	134	156	147	152	53	110

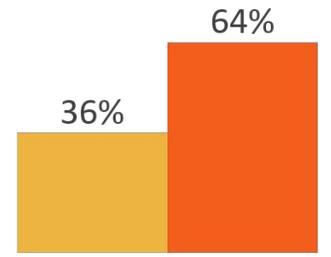
12.1 TELEVISIÓN DIGITAL TERRESTRE (TDT)

Televisión Digital Terrestre: Conocimiento

CIUDADES

P.43 Conocimiento sobre TDT

Si
No



	CIUDADES																				
	Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.
Si	42%	39%	22%	39%	28%	29%	14%	20%	38%	23%	19%	28%	17%	44%	21%	21%	16%	19%	21%	61%	42%
NO	58%	61%	78%	61%	72%	71%	86%	80%	62%	77%	81%	72%	83%	56%	79%	79%	84%	81%	79%	39%	58%
Base: 10 139	1254	443	451	476	438	442	450	447	445	438	443	438	442	439	441	440	440	446	444	438	444

P.44 Que entiende por TDT

Es ver la TV abierta con una mejora de la calidad de audio y video

ES ver la TV por cable con un decodificador

Muy avanzada tecnología de punta

Es ver televisión con los TVs LCD/ Plasma/LED

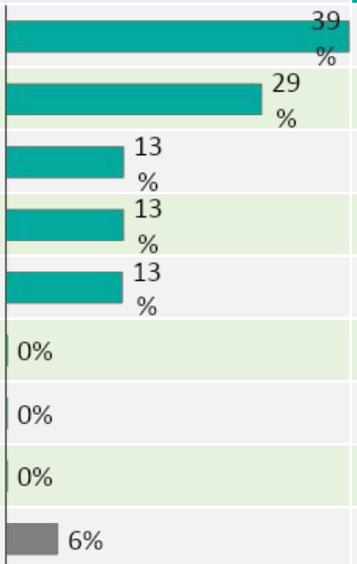
Es ver televisión por Internet

Tener una antena digital/ HD

Colocar una antena para mejora de la nitidez

Acceso a más canales

No precisa



	CIUDADES																				
	Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.
Es ver la TV abierta con una mejora de la calidad de audio y video	38%	35%	44%	34%	32%	48%	39%	31%	36%	47%	33%	42%	43%	49%	20%	43%	47%	37%	24%	64%	39%
ES ver la TV por cable con un decodificador	34%	29%	18%	24%	16%	24%	25%	23%	25%	22%	20%	22%	19%	11%	33%	32%	19%	26%	16%	3%	25%
Muy avanzada tecnología de punta	12%	10%	22%	20%	26%	32%	10%	9%	15%	8%	8%	6%	10%	22%	12%	10%	11%	10%	16%	8%	14%
Es ver televisión con los TVs LCD/ Plasma/LED	11%	13%	4%	7%	25%	14%	24%	22%	15%	21%	17%	11%	18%	20%	16%	16%	20%	14%	14%	4%	27%
Es ver televisión por Internet	9%	10%	25%	16%	31%	28%	18%	12%	13%	22%	10%	16%	15%	11%	10%	17%	17%	11%	20%	5%	24%
Tener una antena digital/ HD	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Colocar una antena para mejora de la nitidez	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Acceso a más canales	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
No precisa	5%	5%	8%	12%	7%	3%	4%	5%	2%	11%	15%	10%	14%	2%	12%	2%	5%	14%	19%	15%	3%
Base: 10 139	1254	443	451	476	438	442	450	447	445	438	443	438	442	439	441	440	440	446	444	438	444

Televisión Digital Terrestre: Conocimiento

CIUDADES

P.45 Beneficios que espera con la TDT		CIUDADES																					
		Lima	Callao	Areq.	Ayac.	Cajam.	Chic.	Chim.	Cusco	Huanc.	Huán.	Huaraz	Ica	Iqui.	Piura	Pucall	Puno	Tacna	Tarap.	M. Dios	Tumb.	Truj.	
Mejorar la calidad de audio y video (HD)	44%	49%	38%	22%	36%	48%	46%	27%	28%	57%	50%	23%	40%	35%	70%	20%	19%	21%	45%	39%	66%	49%	
Tener más canales de televisión nacional para ver	23%	22%	21%	17%	25%	35%	43%	18%	30%	18%	20%	16%	28%	20%	17%	28%	22%	21%	17%	15%	2%	32%	
Acceso libre/ acceso para todos	29%	29%	24%	37%	25%	50%	39%	32%	35%	19%	36%	21%	29%	32%	21%	23%	39%	40%	21%	11%	8%	34%	
No genera ningún costo mensual/ es gratis	19%	15%	14%	36%	21%	25%	38%	20%	18%	7%	38%	24%	19%	16%	21%	17%	21%	22%	9%	11%	10%	38%	
Ver televisión en el celular o en aparatos móviles	7%	3%	6%	21%	13%	14%	8%	16%	3%	6%	5%	10%	4%	9%	4%	7%	22%	17%	8%	12%	3%	14%	
Cobertura para zona rural	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	
Estaremos mejor informados	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	
Que tenga buena señal	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	
Costo bajo	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	
Ninguno	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	
NS/NR	5%	5%	5%	8%	13%	4%	1%	4%	2%	2%	5%	14%	3%	9%	3%	12%	2%	4%	14%	18%	15%	1%	
Base: 10 139		1254	443	451	476	438	442	450	447	445	438	443	438	442	439	441	440	440	446	444	438	444	