

ESTUDIO SOBRE
LA RADIO Y TELEVISIÓN
EN EL PERÚ

NOVIEMBRE DE 2009



WWW.CONCERTV.GOB.PE

La radio y televisión en el Perú

Estudio sobre las actitudes, hábitos, evaluación y opinión hacia la radio y televisión en el Perú

Noviembre de 2009

Ficha técnica

Empresa contratada

IBOPE Time Perú S.A.

Objetivo del estudio

Conocer las actitudes, hábitos, evaluación y opinión hacia la radio y televisión en el Perú.

Cobertura

12 ciudades: Lima Metropolitana, Piura, Trujillo, Chiclayo, Arequipa, Cusco, Puno, Cajamarca, Huaraz, Huancayo, Iquitos y Pucallpa.

Universo

Personas de 18 años a más, residentes en los hogares de las ciudades seleccionadas.

Diseño muestral

5.950 personas: 1.000 en Lima y 450 en cada una de las 11 ciudades restantes. La selección se realizó en tres etapas:

- Selección aleatoria de segmentos en cada una de las zonas geográficas definidas.
- Selección sistemática con arranque aleatorio de las viviendas dentro de cada segmento
- Selección de una persona dentro del hogar, en base a una tabla tipo Kish.

Margen de Error = $\pm 1.4\%$, asumiendo la máxima dispersión en los resultados a Total ($p=q=0.5$) y una confiabilidad del 95%.

Lima ($\pm 3.1\%$), demás ciudades ($\pm 4.6\%$).

Periodo de campo

Del 05 al 20 de Noviembre de 2009.

Recolección de los datos

Se realizaron entrevistas *face to face* con las personas seleccionadas. El cuestionario fue codificado y diseñado para ser leído por escáner.

Cálculo del nivel socioeconómico

Se aplicó la fórmula oficial de la Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados (APEIM).

Control de calidad

- Supervisión en campo alrededor del 60%.
- Revisión de cuestionarios diligenciados.
- Control de la lectura óptica.
- Consistencia de datos (rangos, flujos, cruces de variables, etc.)

Procesamiento de datos

- Ponderación de datos, proyectando a los universos de cada ciudad.
- Tabulación de resultados.

Presentación

En un mundo en que la tecnología ha venido modificando la forma en que nos informamos y comunicamos, los medios de comunicación audiovisual tradicionales –como la radio y televisión– aún mantienen su importancia e influencia en las sociedades en el ámbito de la información, cultura, entretenimiento y cambio de hábitos y actitudes, pese a la aparición de Internet y sus herramientas de valor añadido como las redes sociales, la mensajería instantánea, publicación de contenidos, los blogs, entre otros.

Con el objetivo de indagar un poco más sobre los hábitos, actitudes y opiniones de personas de las principales ciudades del Perú hacia la radio y televisión, el Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV) encargó a la empresa Ibope-time Perú –ganadora de la Adjudicación Directa Pública 002-2009-MTC/26– la realización de un estudio cuantitativo cuyos principales objetivos son conocer los hábitos de consumo hacia la radio y televisión, la evaluación general sobre sus contenidos, el uso y las formas de control parental, la opinión sobre la programación infantil, la regulación en medios, la radio y televisión estatal, la radio y televisión local y la Televisión Digital Terrestre (TDT).

El CONCORTV busca que este estudio sirva a medios de comunicación, autoridades políticas y académicas, anunciantes, estudiantes, comunicadores, y público en general como una herramienta esencial en la búsqueda constante de una mejor calidad comunicativa de la radio y televisión en el Perú.

CONCORTV

Índice

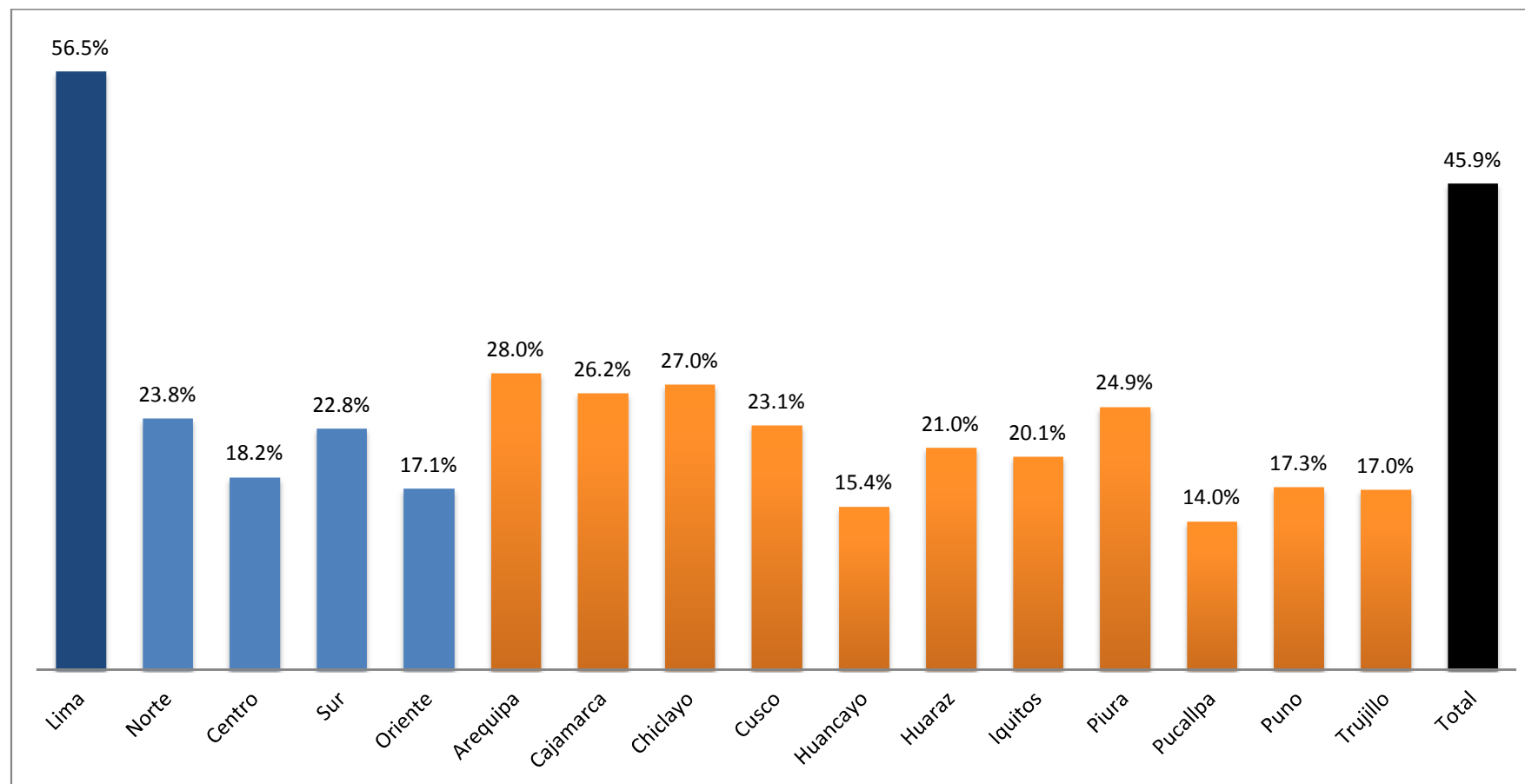
Características de los hogares	6
Consumo de medios audiovisuales	10
Evaluación y grado de satisfacción con los medios	29
Control parental	39
Programación infantil	43
Regulación en medios	46
Radio y televisión estatal	53
Radio y televisión local	61
Televisión Digital Terrestre (TDT)	64

Características de los hogares

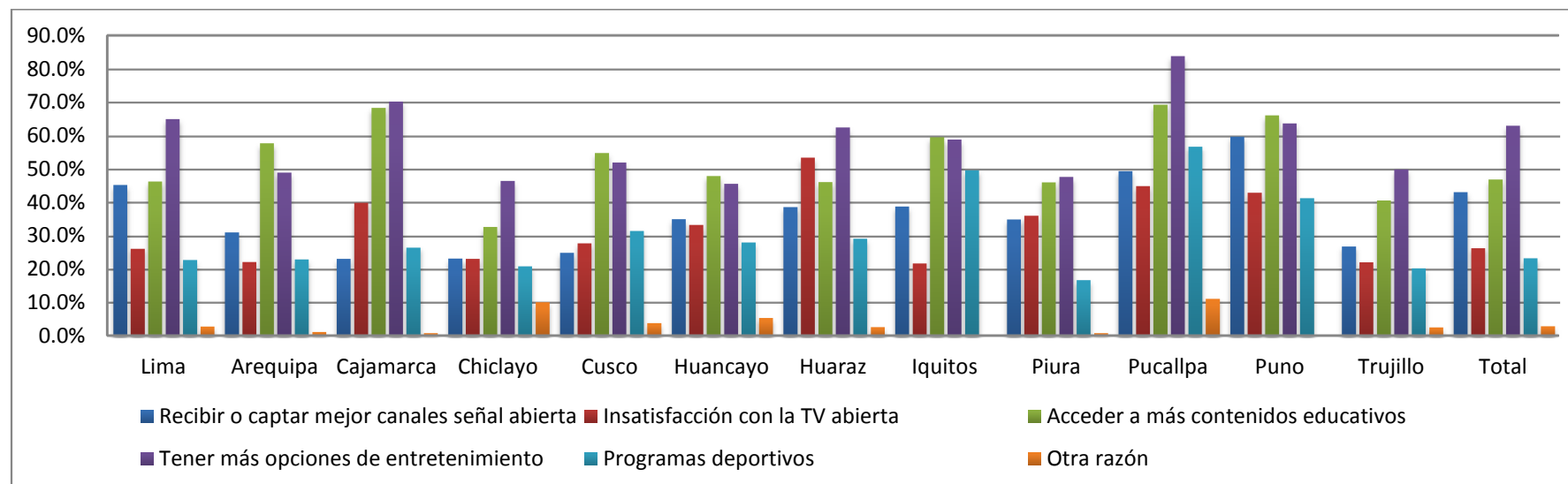
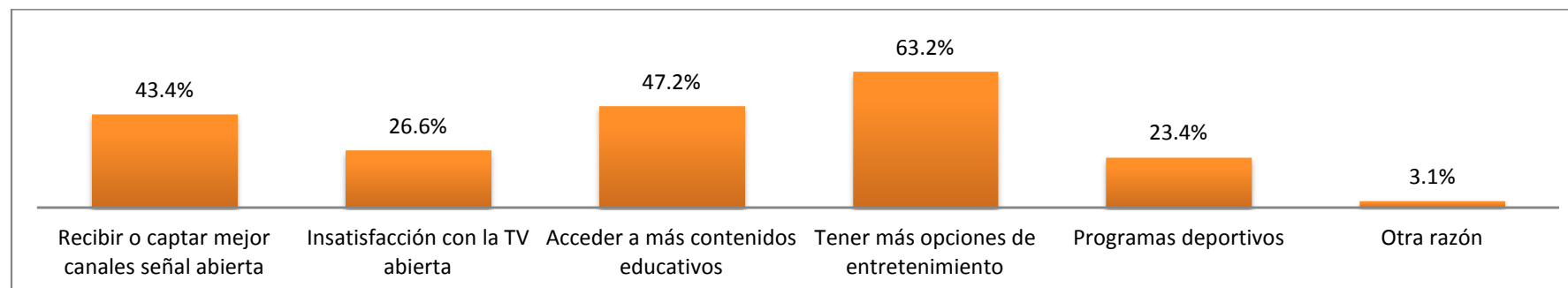
Penetración de las tecnologías de información y comunicación

	TV	Radio	DVD Player	VHS	Computadora	Internet	Teléfono fijo	Celular	Celular multimedia
Lima	98.6%	91.7%	79.6%	22.9%	39.9%	28.3%	65.3%	78.0%	20.0%
Arequipa	99.2%	95.5%	78.7%	18.1%	46.9%	28.5%	52.3%	83.1%	16.5%
Cajamarca	97.6%	93.5%	75.4%	24.2%	52.3%	25.8%	44.5%	87.6%	23.0%
Chiclayo	97.9%	91.3%	75.1%	9.8%	35.4%	22.1%	50.2%	74.5%	14.7%
Cusco	97.1%	94.8%	72.1%	17.5%	38.9%	13.1%	37.1%	85.1%	11.9%
Huancayo	98.1%	94.8%	74.4%	22.7%	43.8%	19.0%	45.4%	83.1%	12.1%
Huaraz	95.3%	95.5%	65.0%	13.6%	45.2%	15.7%	44.1%	77.3%	25.1%
Iquitos	87.5%	77.7%	60.7%	4.1%	15.5%	3.2%	55.2%	57.8%	15.0%
Piura	98.9%	86.5%	67.8%	9.8%	39.4%	22.5%	57.4%	81.3%	24.3%
Pucallpa	94.4%	81.7%	68.3%	4.2%	22.7%	10.5%	38.1%	71.9%	14.5%
Puno	96.0%	97.2%	69.8%	19.6%	52.7%	12.0%	22.0%	87.2%	15.9%
Trujillo	98.4%	90.7%	72.5%	12.7%	32.0%	20.0%	63.4%	71.0%	20.3%
Total	98.2%	91.5%	77.4%	20.1%	39.2%	25.6%	60.8%	77.8%	19.1%

Penetración de la televisión por suscripción (cable, satélite, otros)



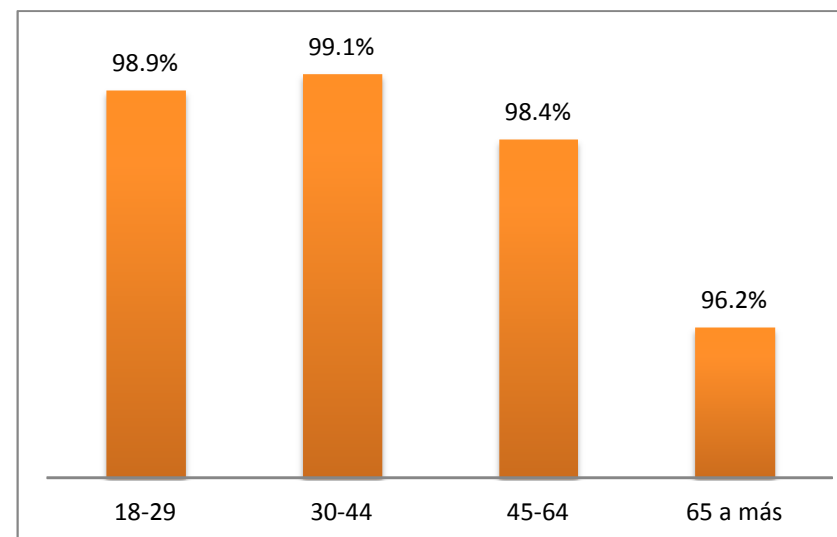
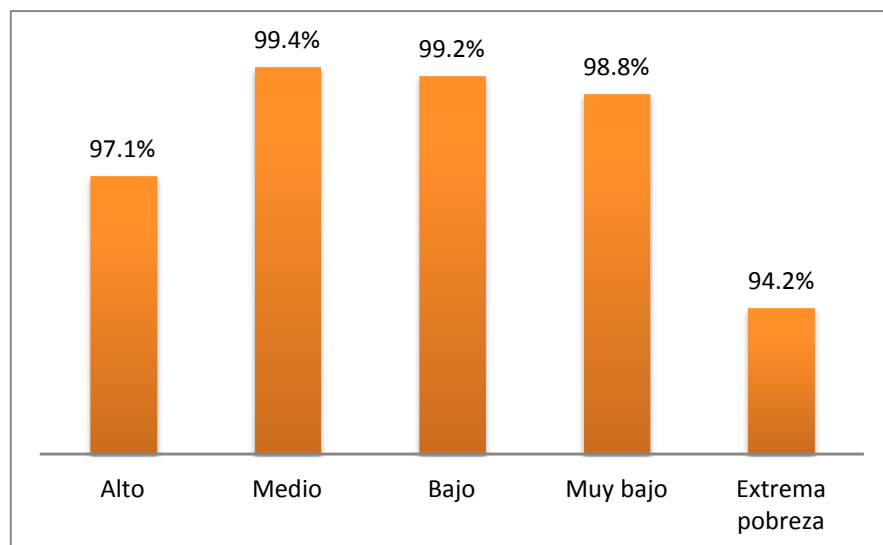
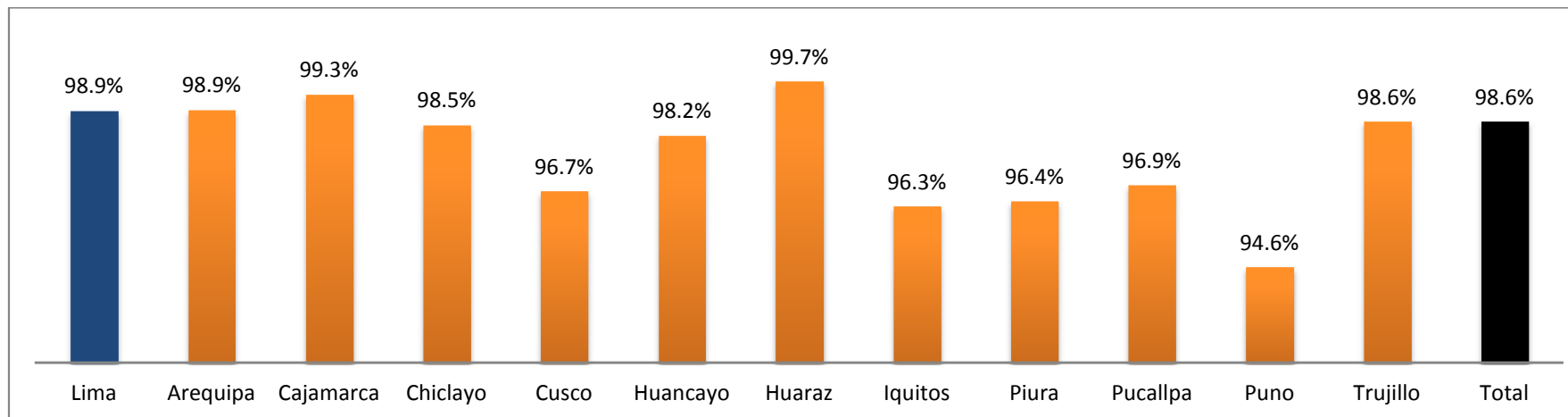
Razón de la suscripción a la televisión pagada (por cable, por satélite, otros)



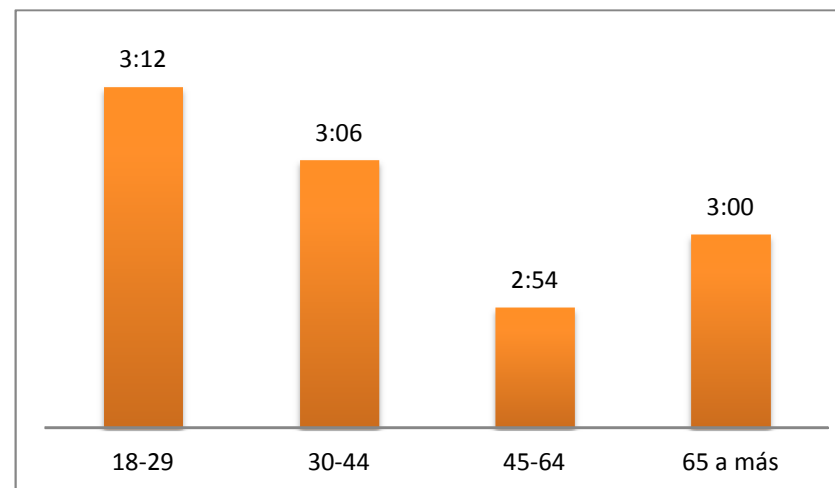
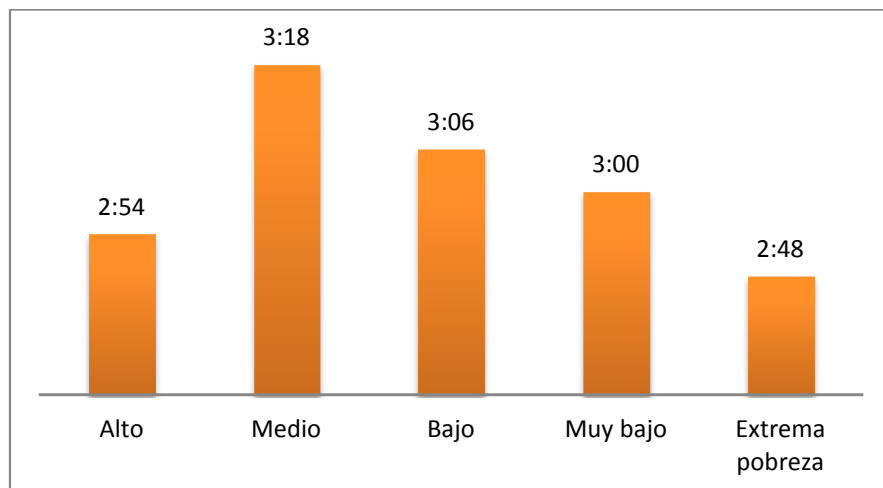
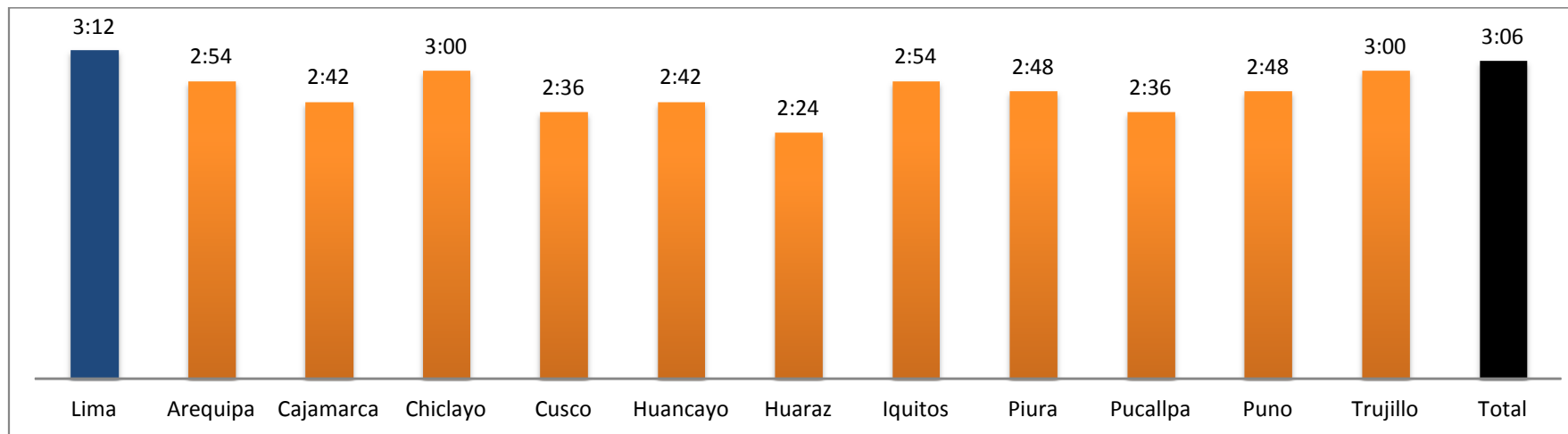
Respecto de los que reciben televisión por suscripción.

Consumo de medios audiovisuales

Ven televisión

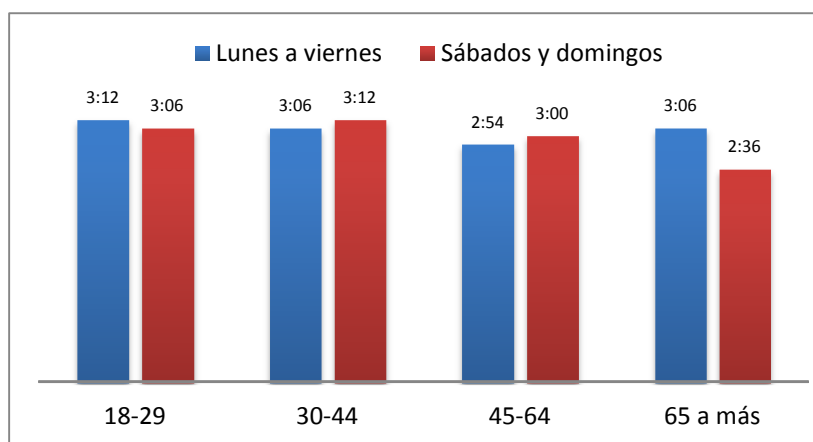
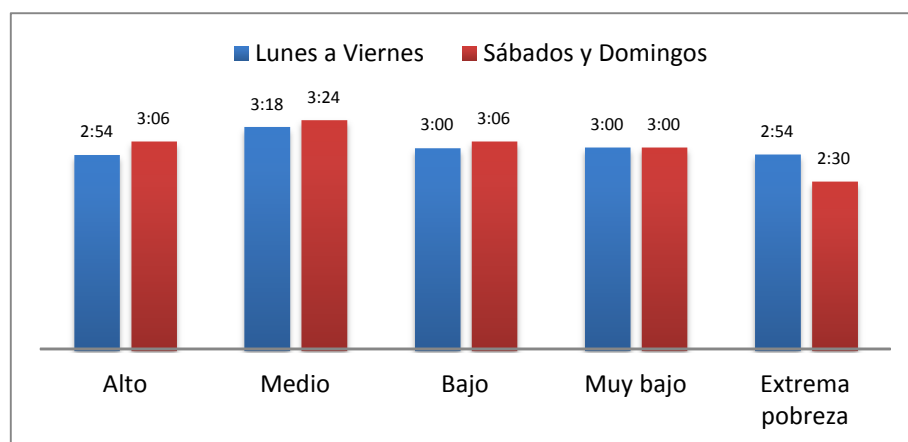
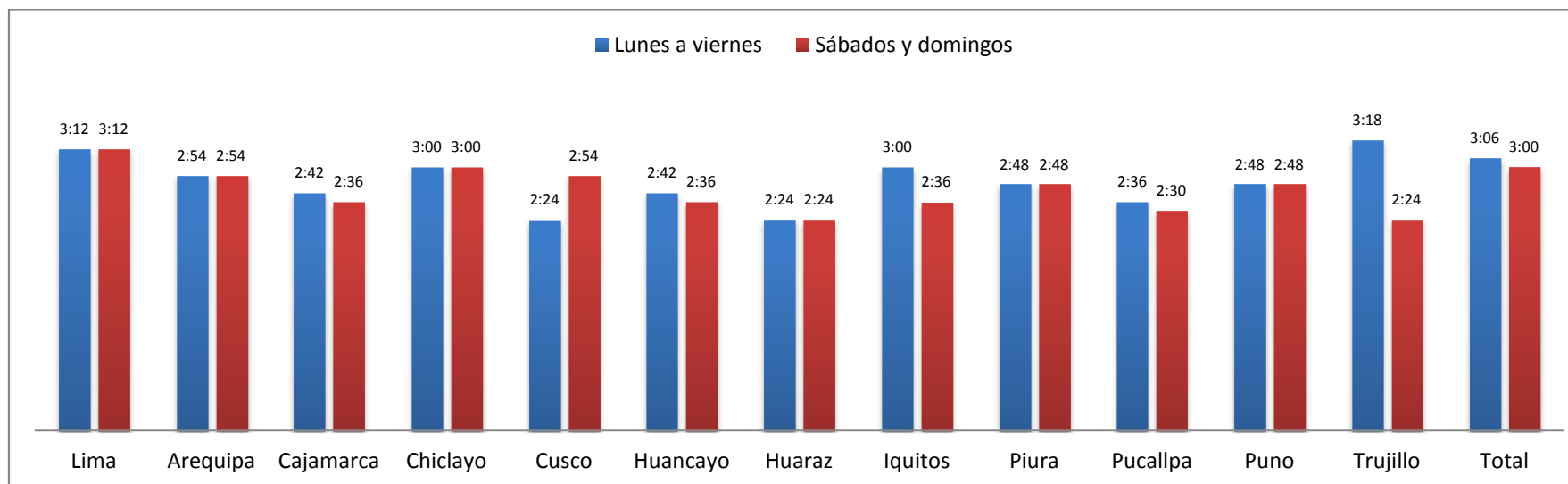


¿Cuántas horas ven televisión?



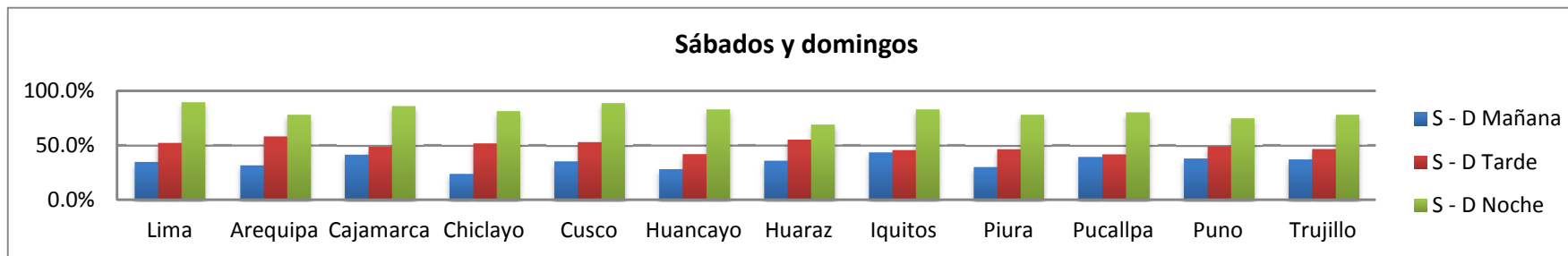
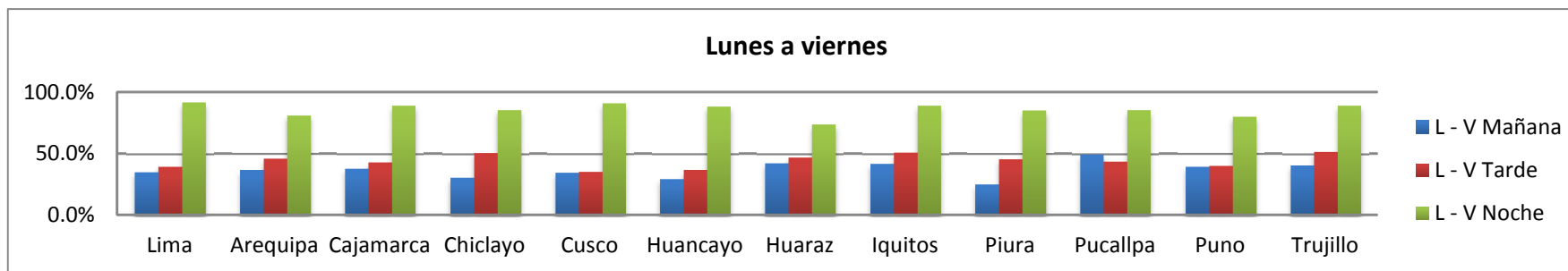
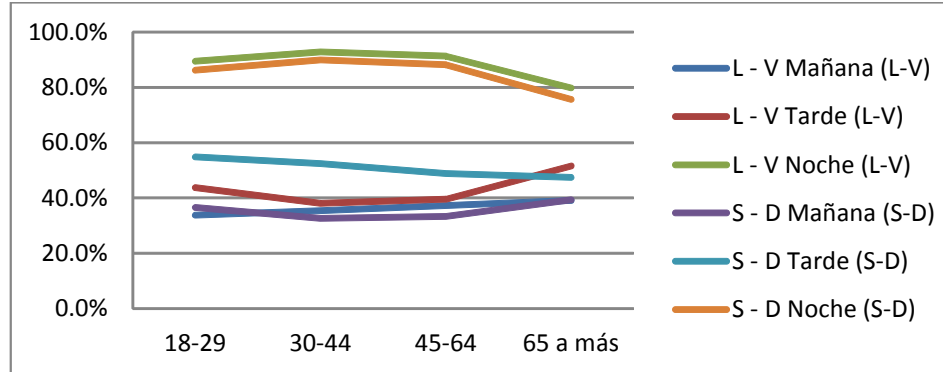
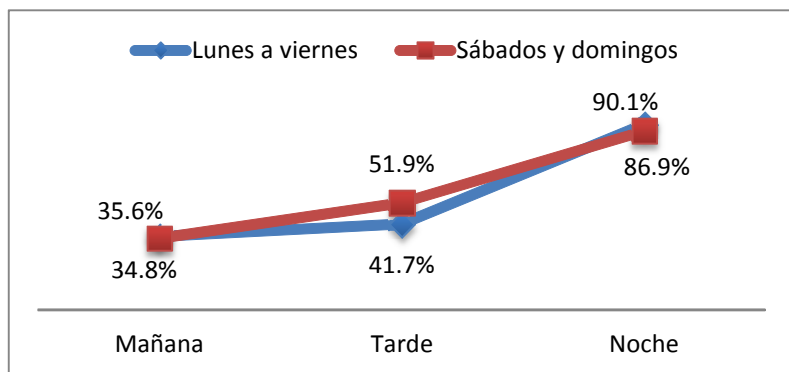
Respecto de los que ven televisión.

¿Cuántas horas ven televisión?



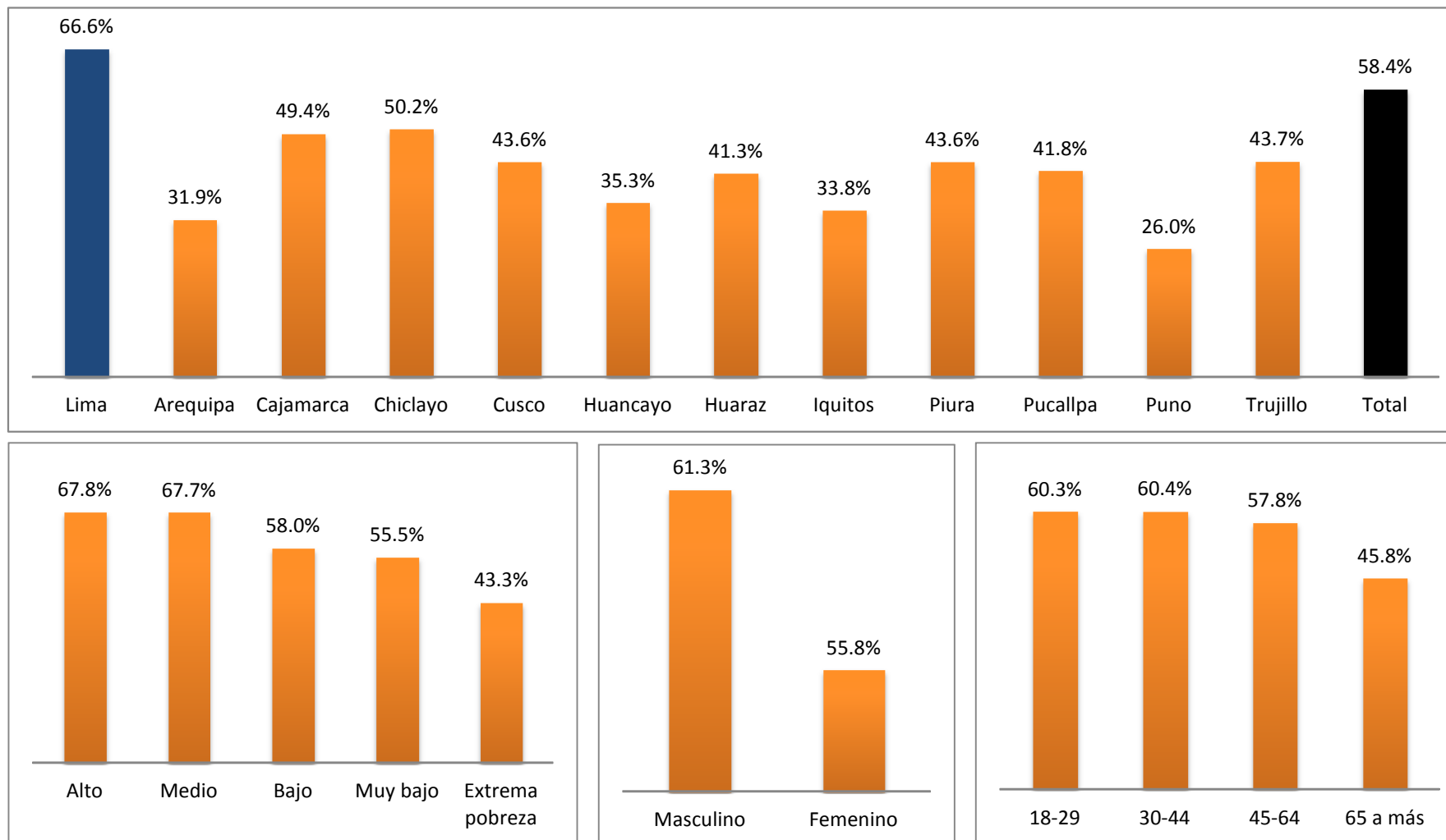
Respecto de los que ven televisión.

¿En qué momento ven televisión?



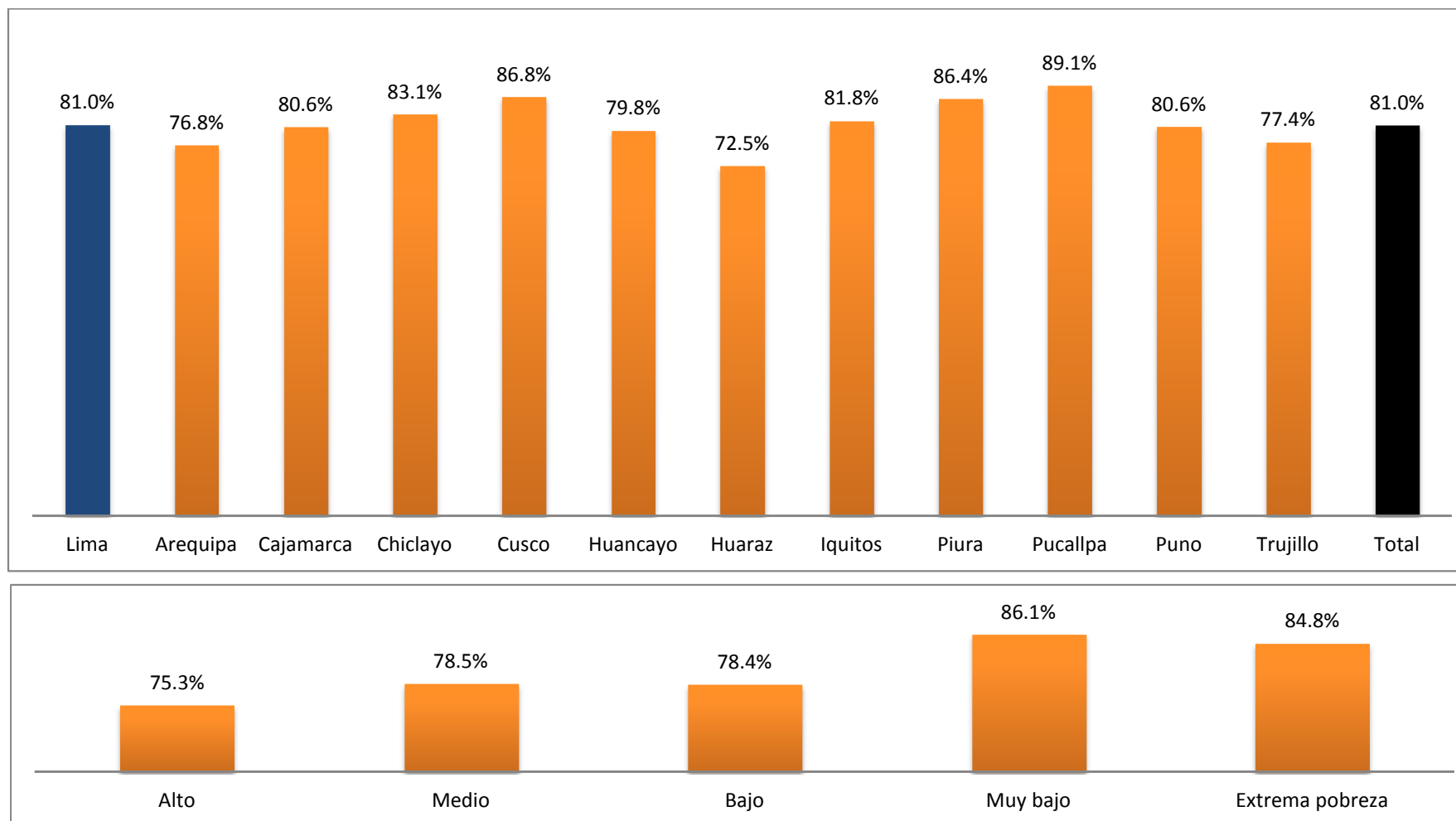
Respecto de los que ven televisión.

Audiencia televisiva fuera del horario familiar (a partir de las 10pm)



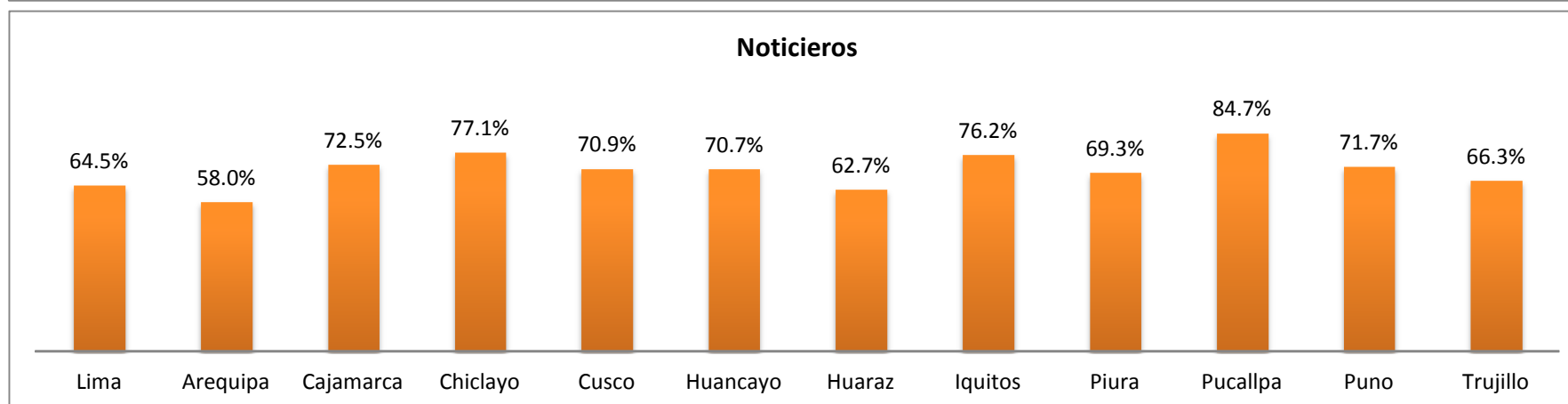
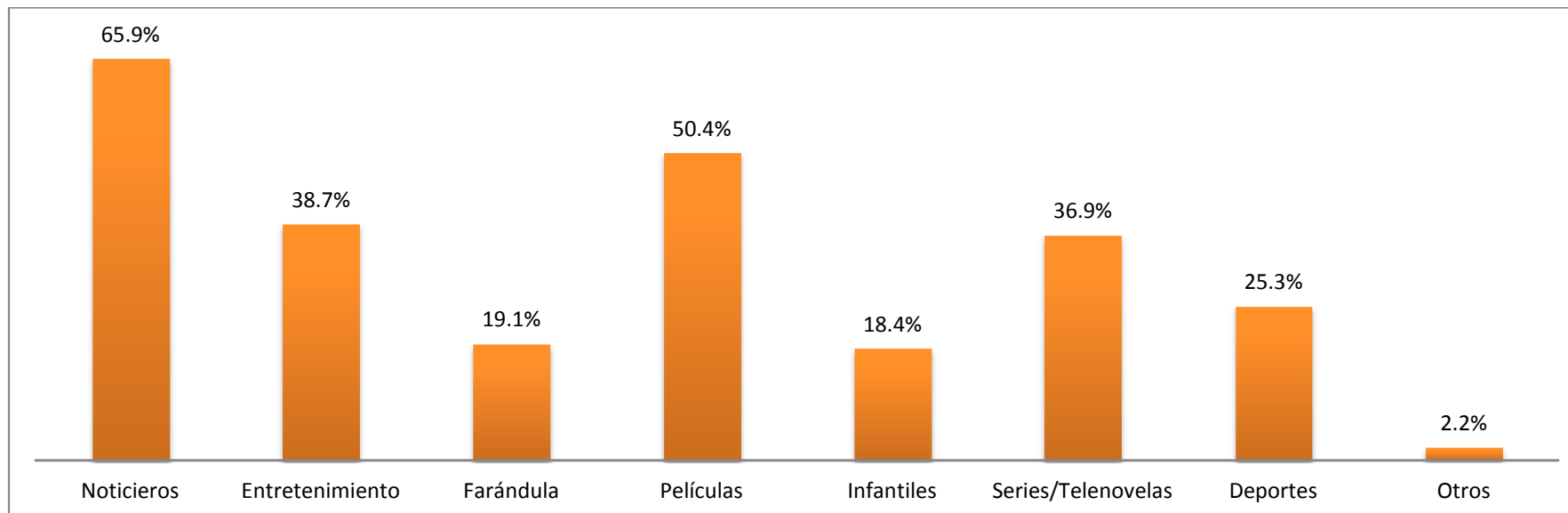
Respecto de los que ven televisión.

Ven televisión en familia



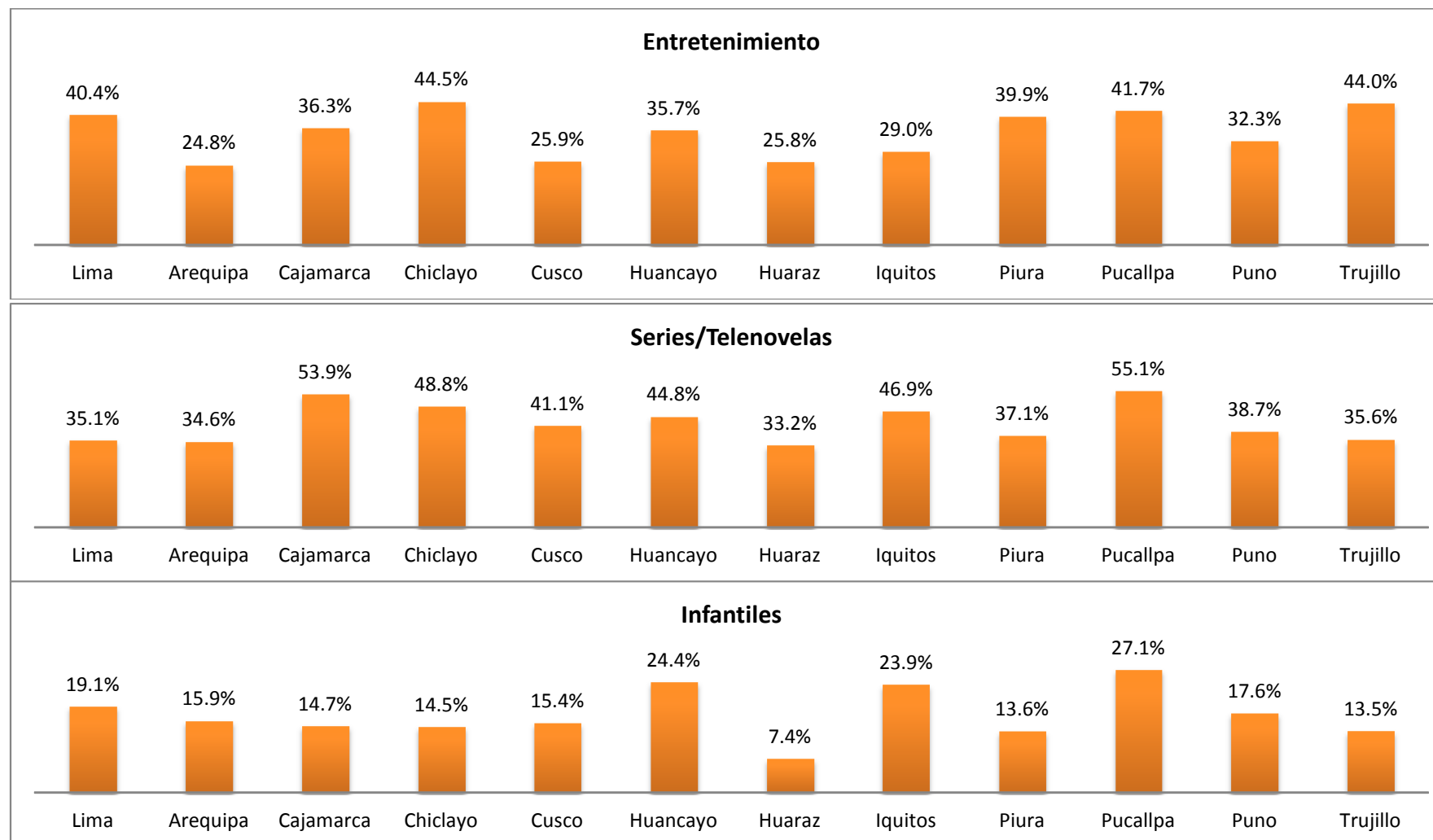
Respecto de los que ven televisión.

¿Qué programas de TV ven en familia?



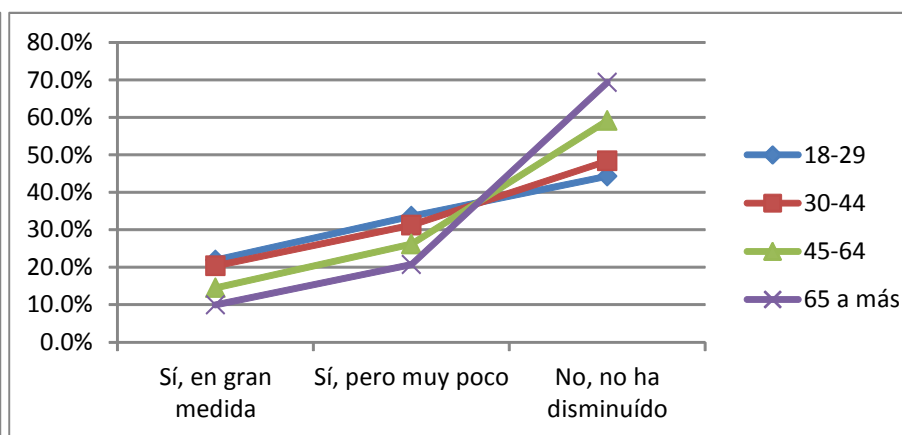
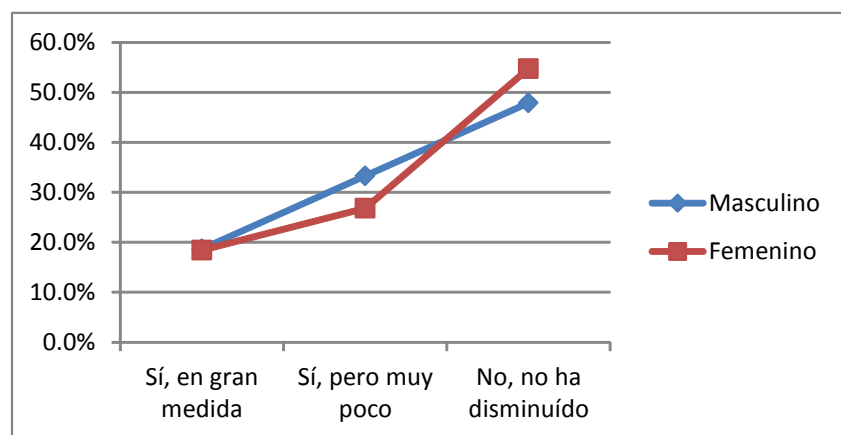
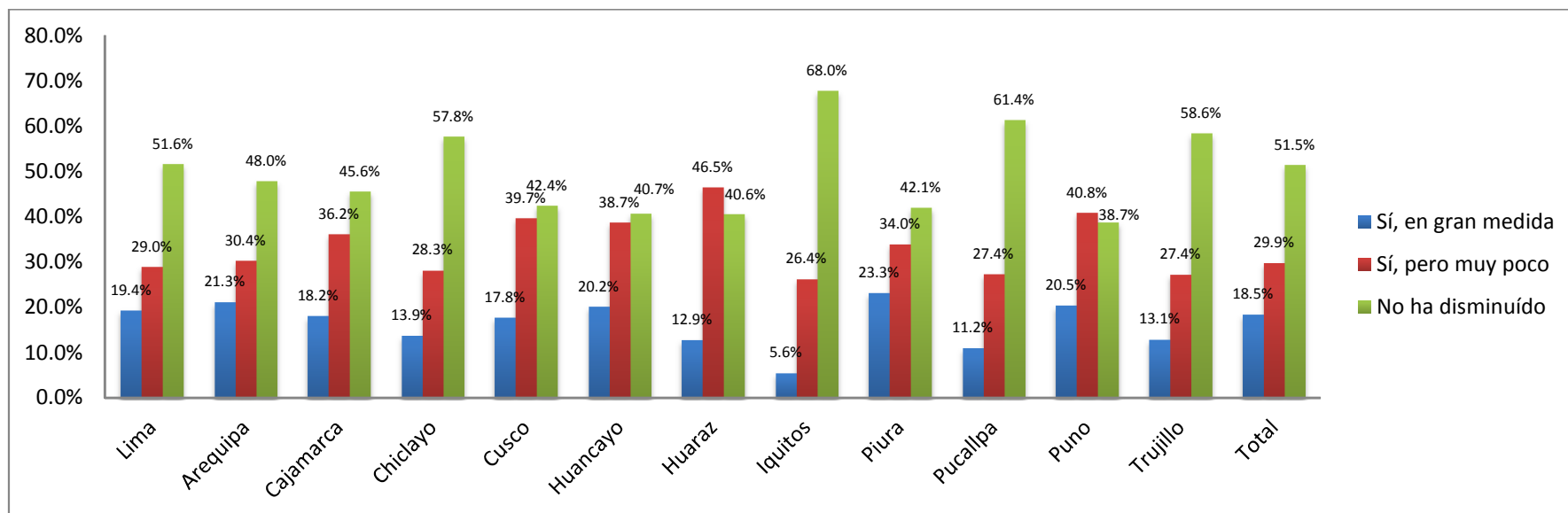
Respecto de los que ven televisión.

¿Qué programas de TV ven en familia?



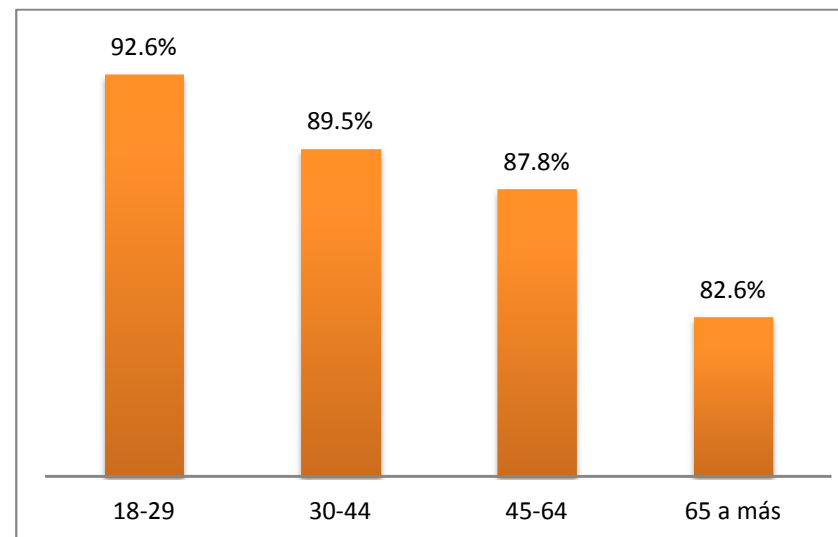
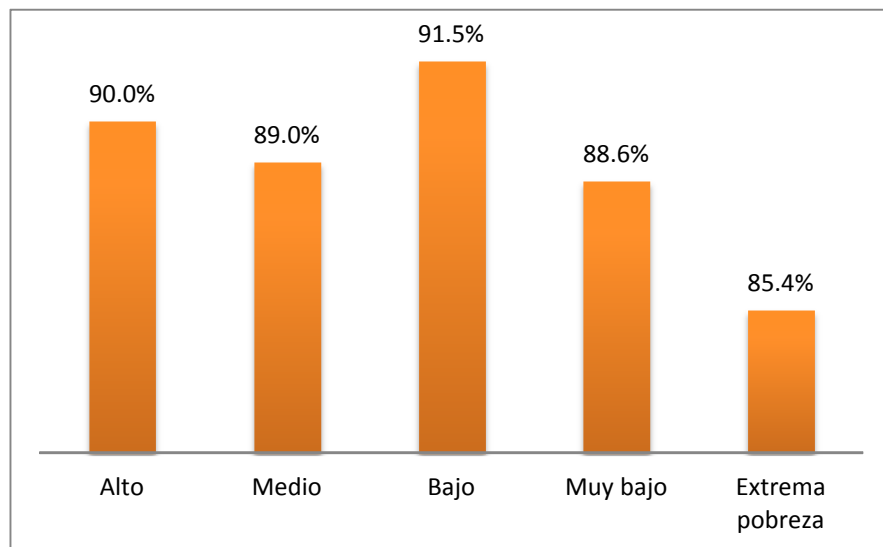
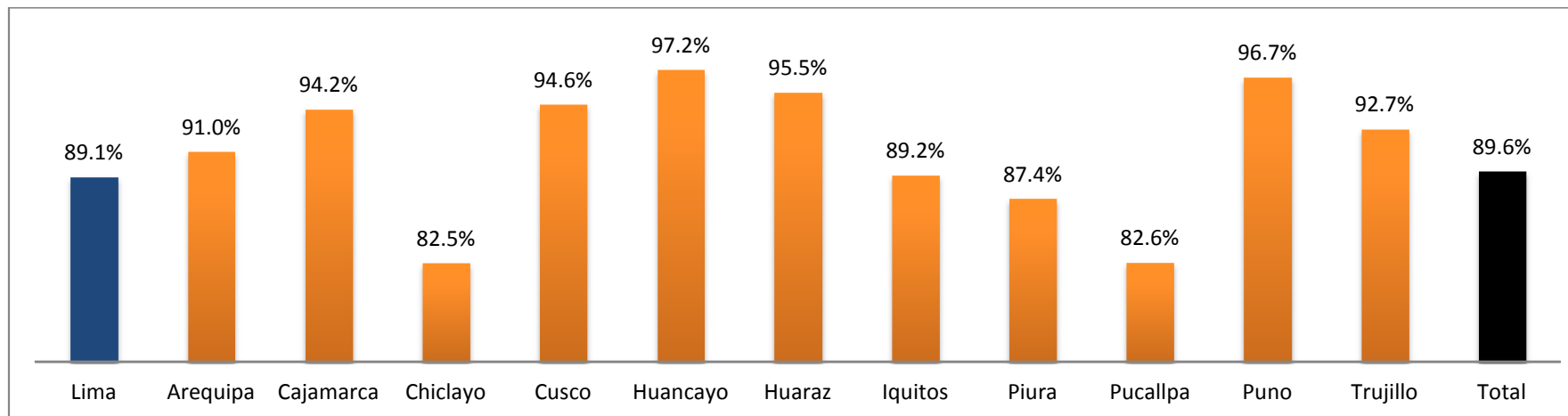
Respecto de los que ven televisión.

¿Tu consumo de televisión ha disminuido por la aparición de nuevas tecnologías?

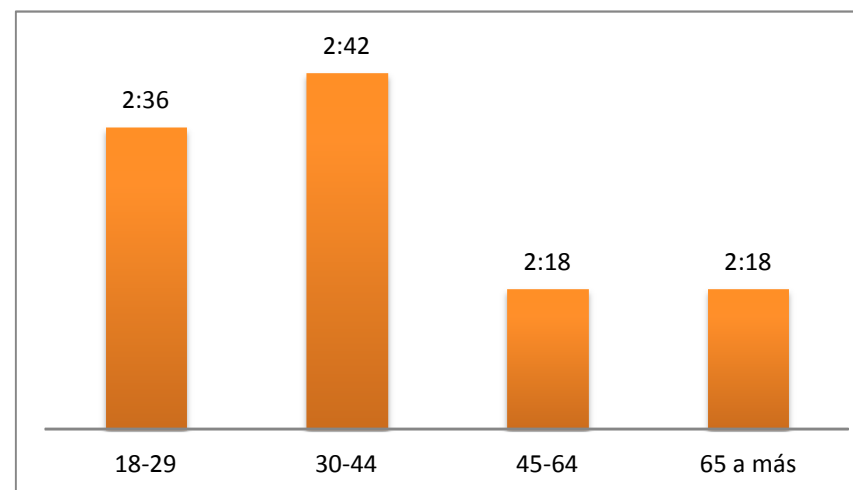
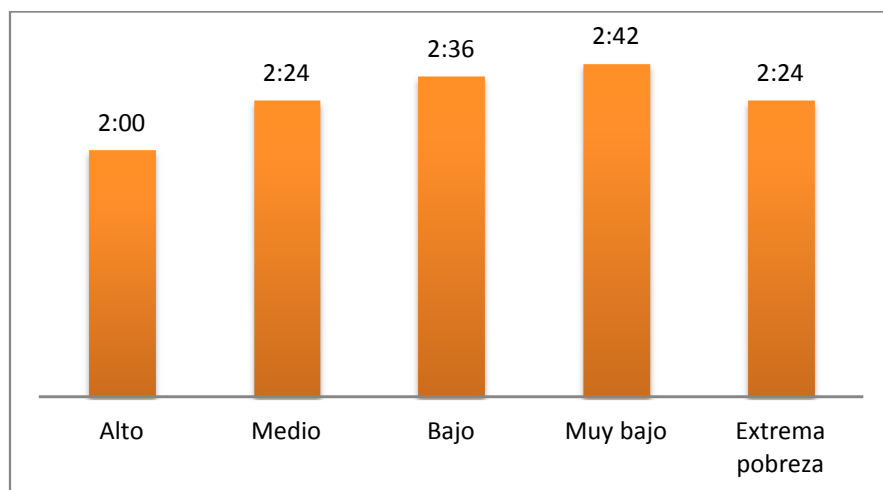
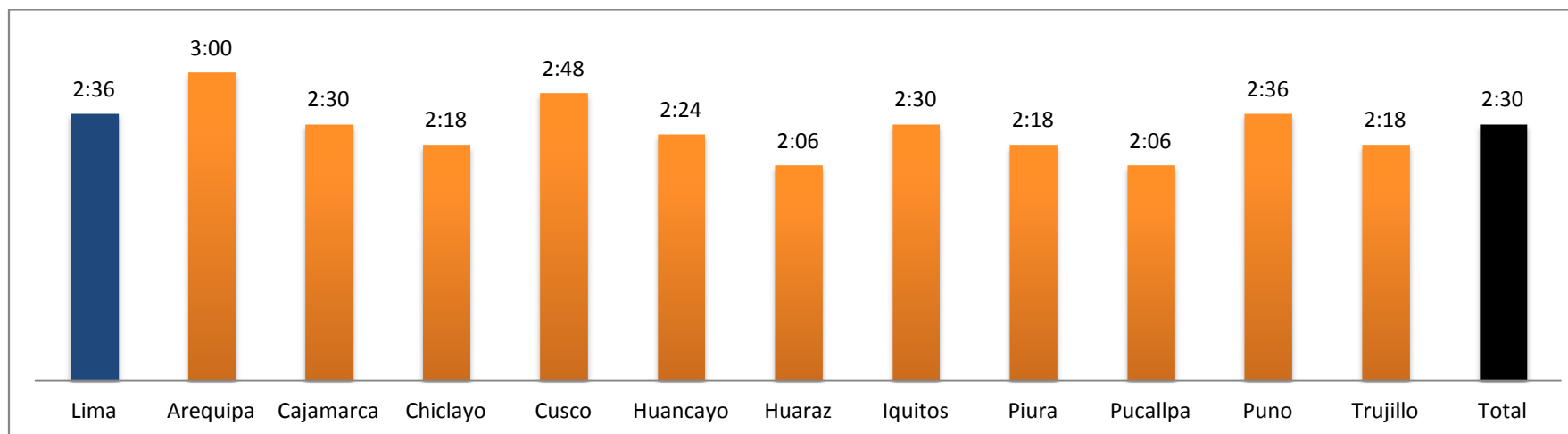


Respecto de los que ven televisión.

Escuchan radio

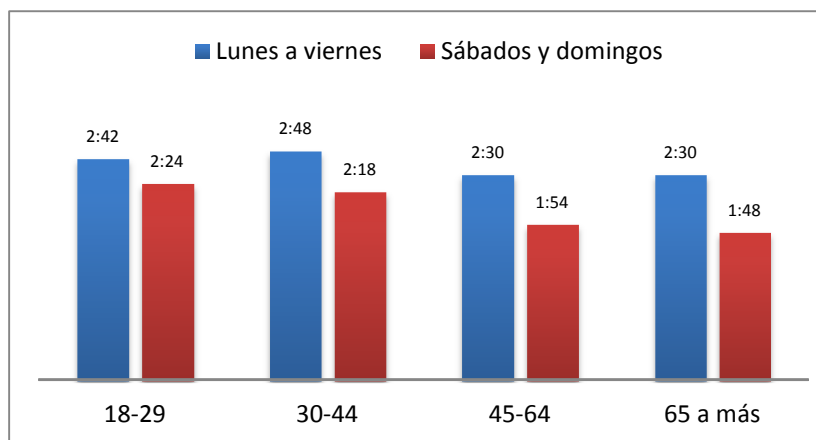
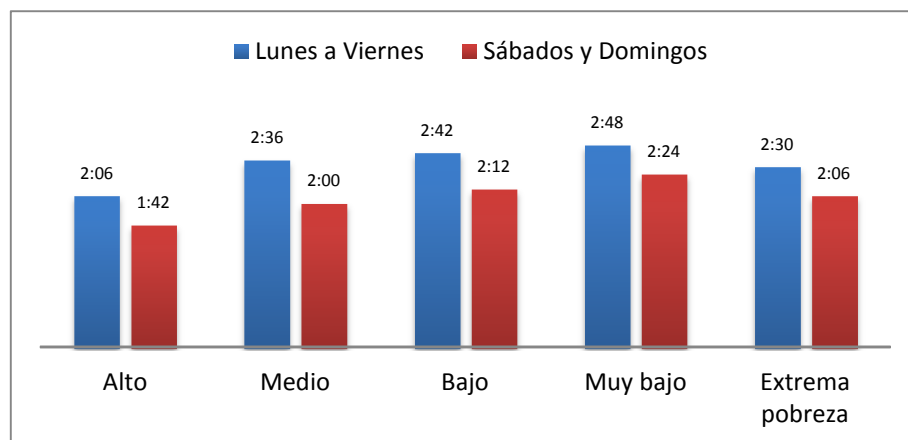
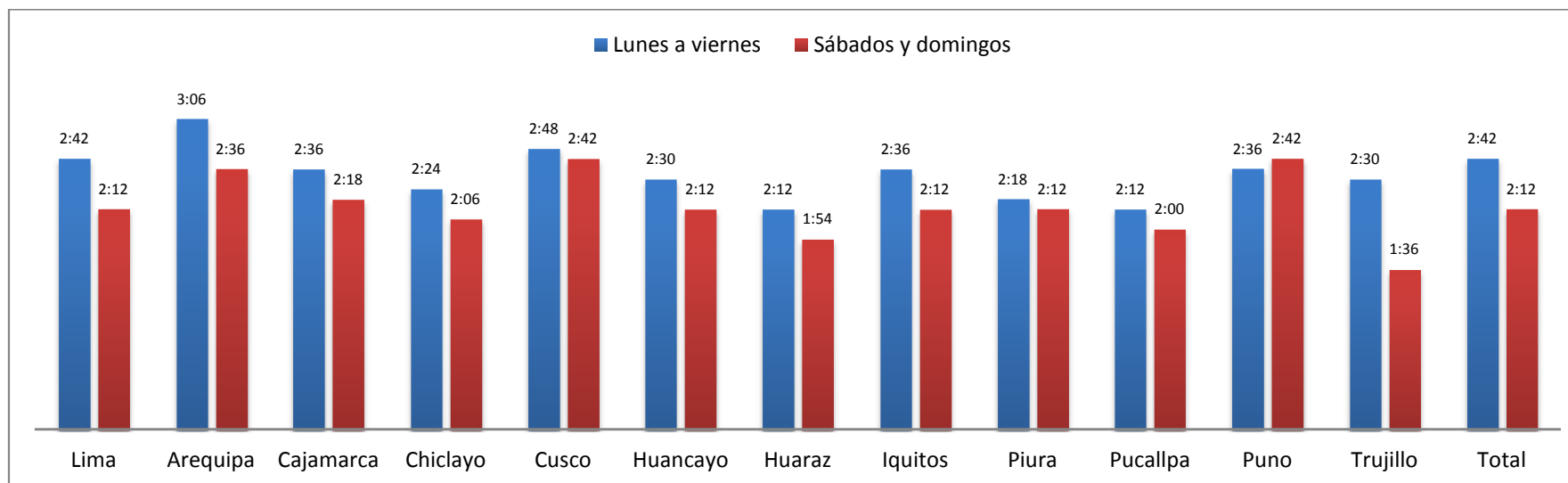


¿Cuántas horas escuchan radio?



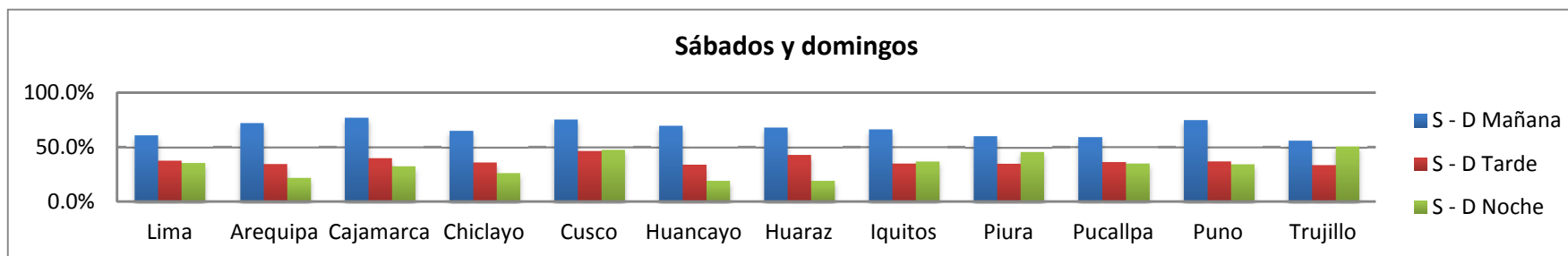
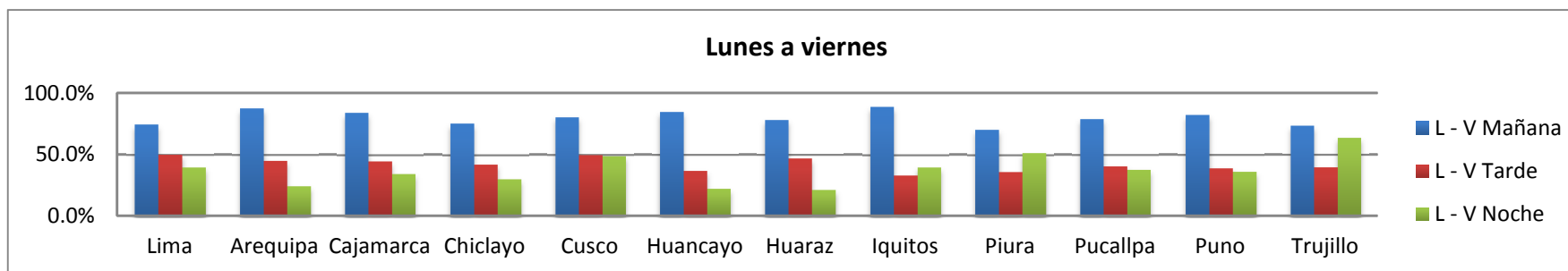
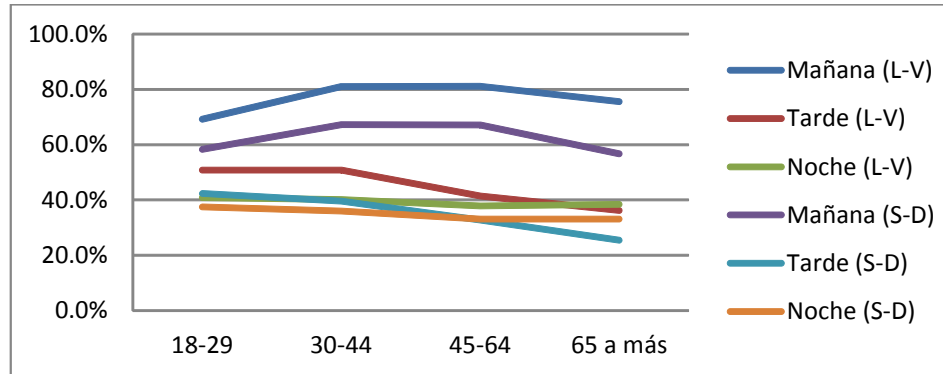
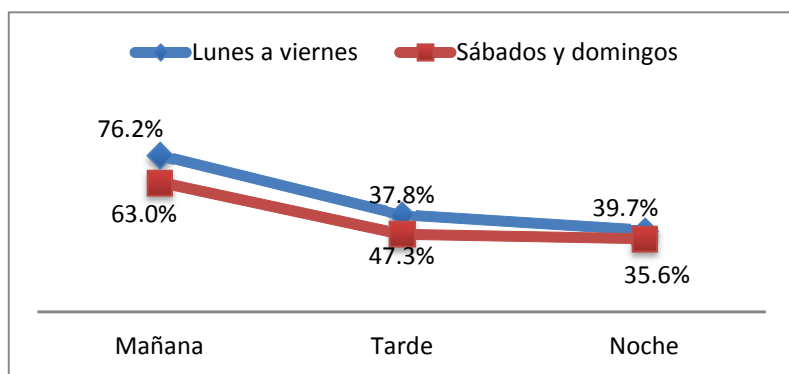
Respecto de los que escuchan radio.

¿Cuántas horas escuchan radio?



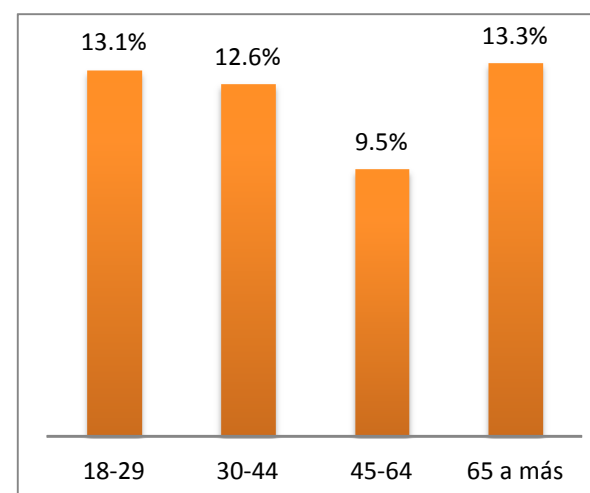
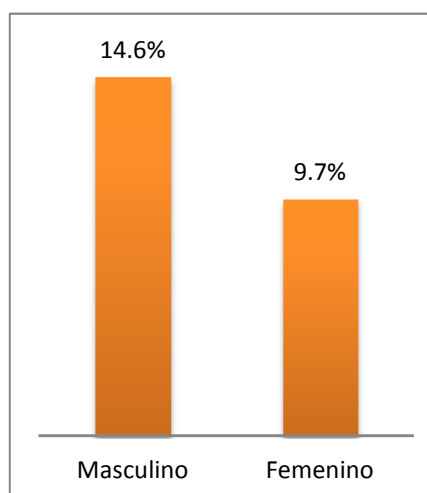
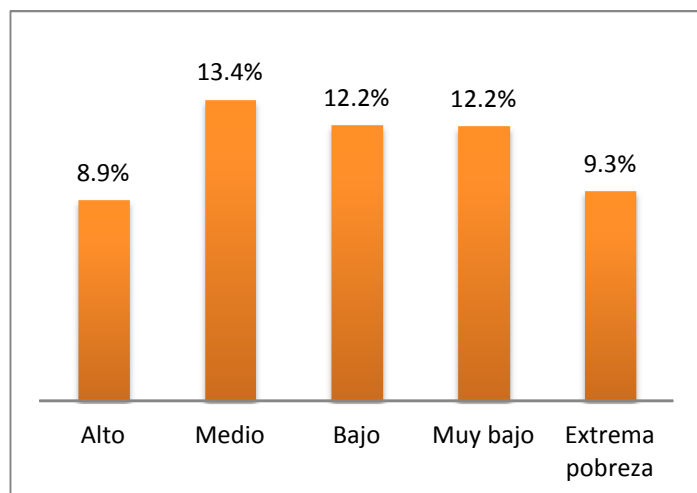
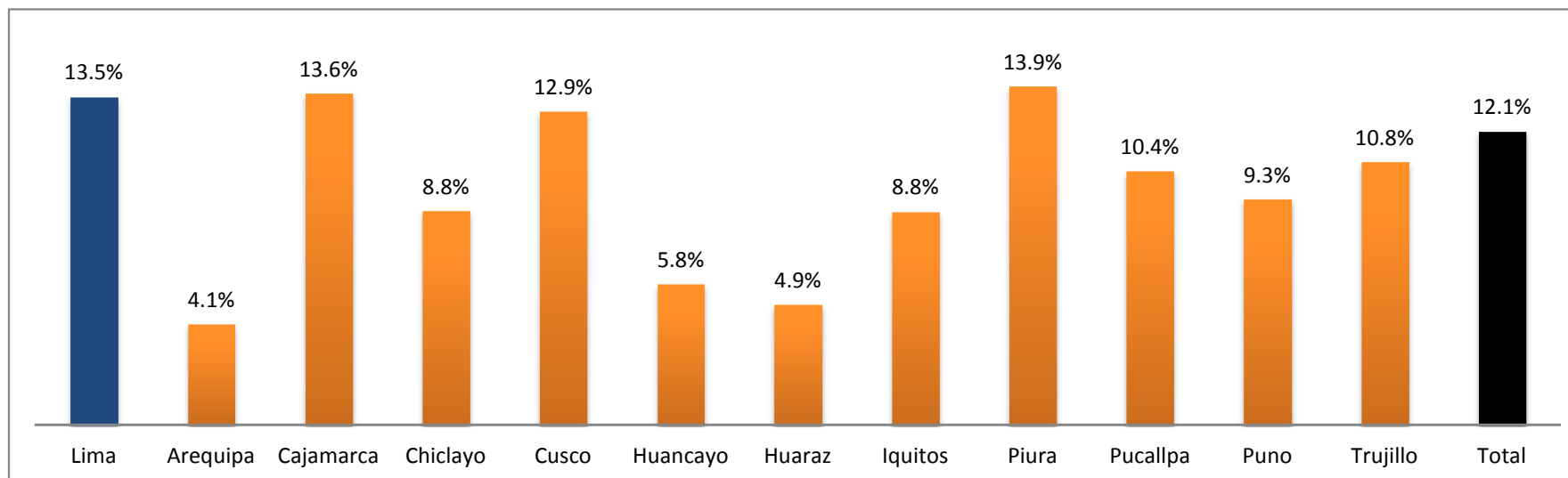
Respecto de los que escuchan radio.

¿En qué momento escuchan radio?



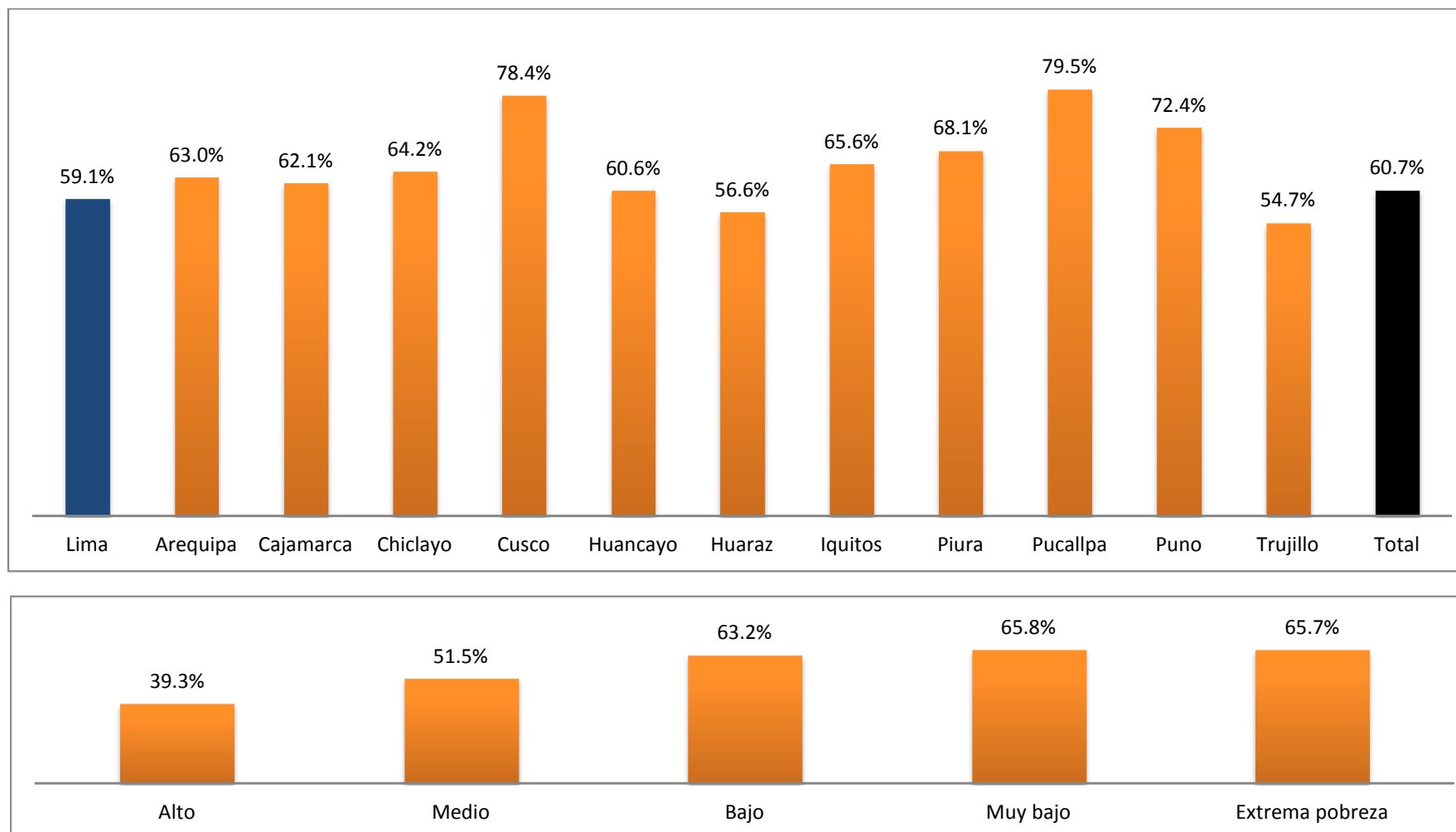
Respecto de los que escuchan radio.

Audiencia radial fuera del horario familiar (a partir de las 10pm)



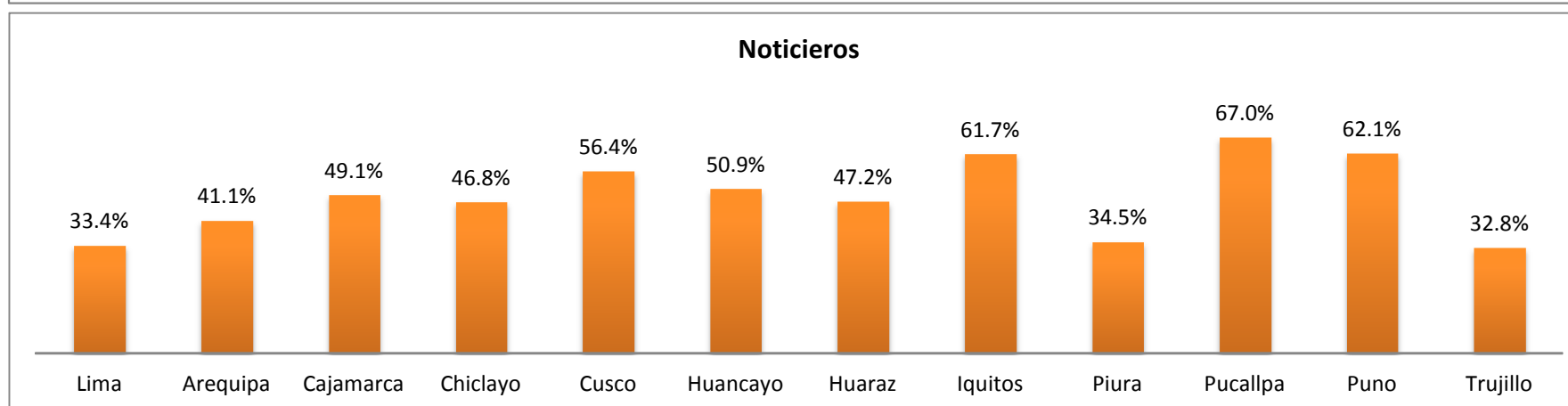
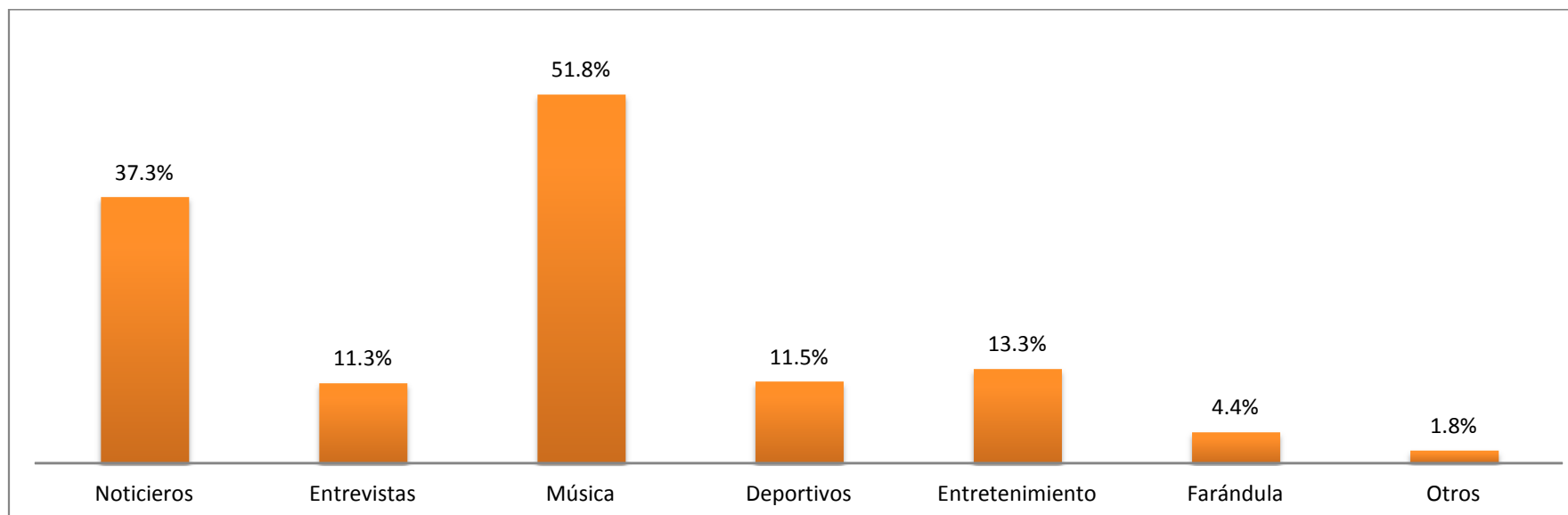
Respecto de los que escuchan radio.

Escuchan radio en familia



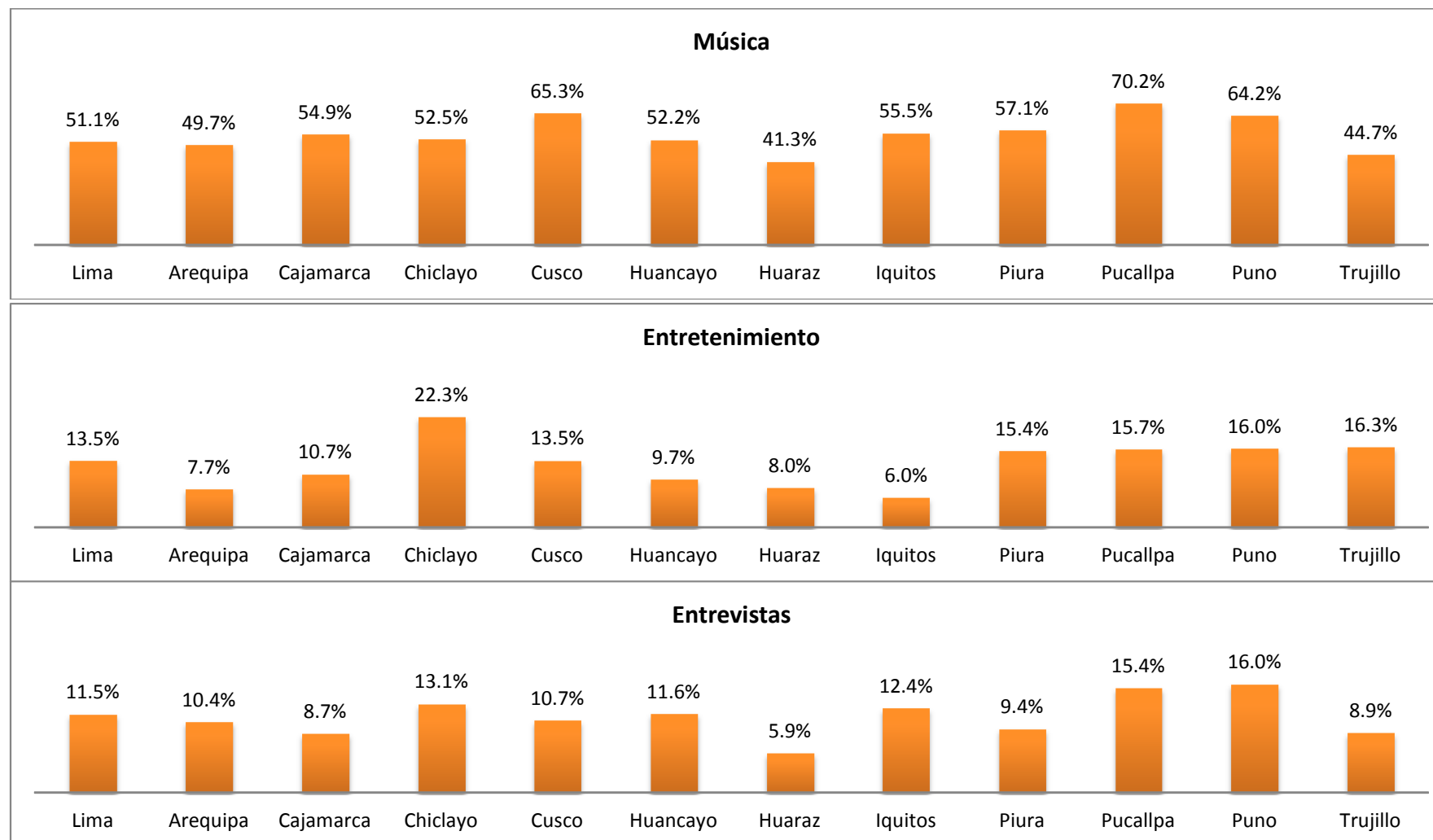
Respecto de los que escuchan radio.

¿Qué programas de radio escuchan en familia?



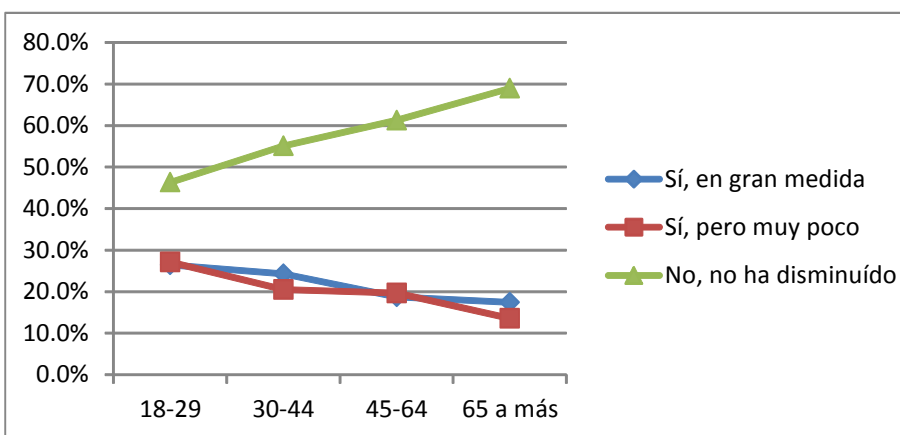
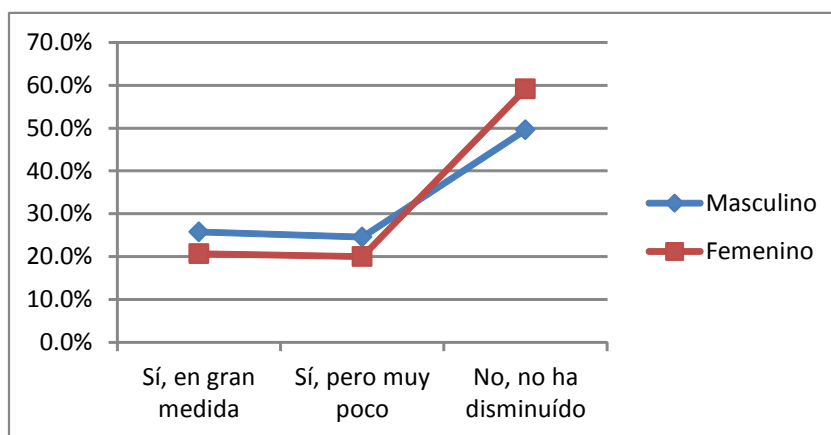
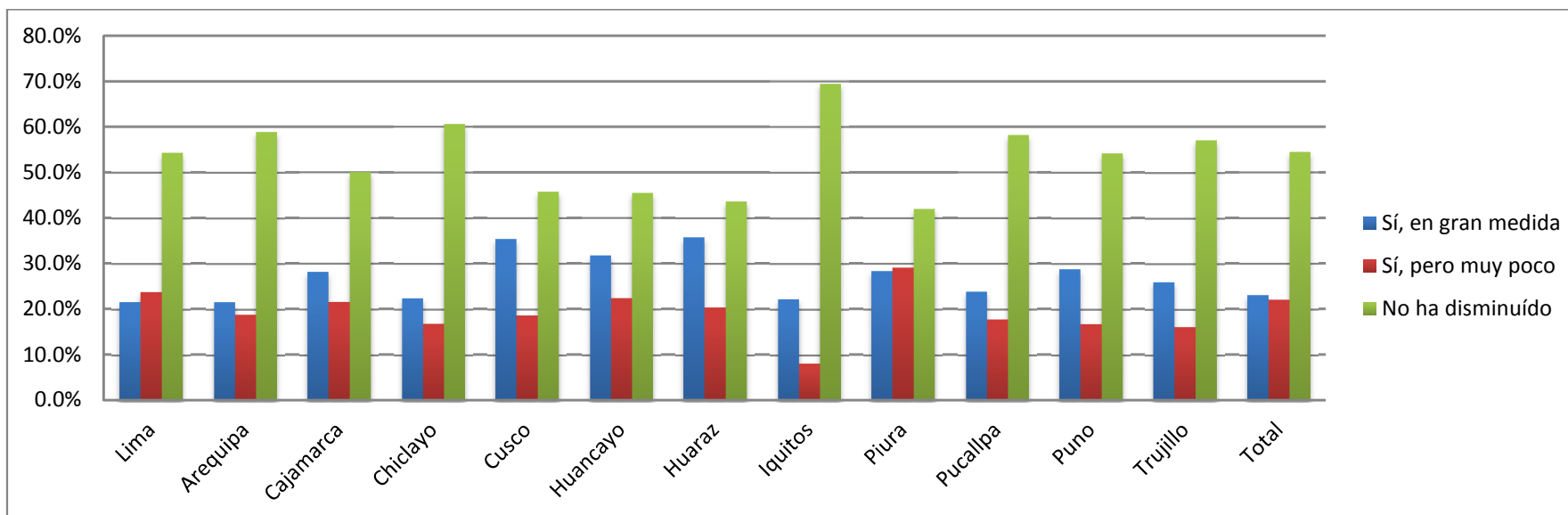
Respecto de los que escuchan radio.

¿Qué programas de radio escuchan en familia?



Respecto de los que escuchan radio.

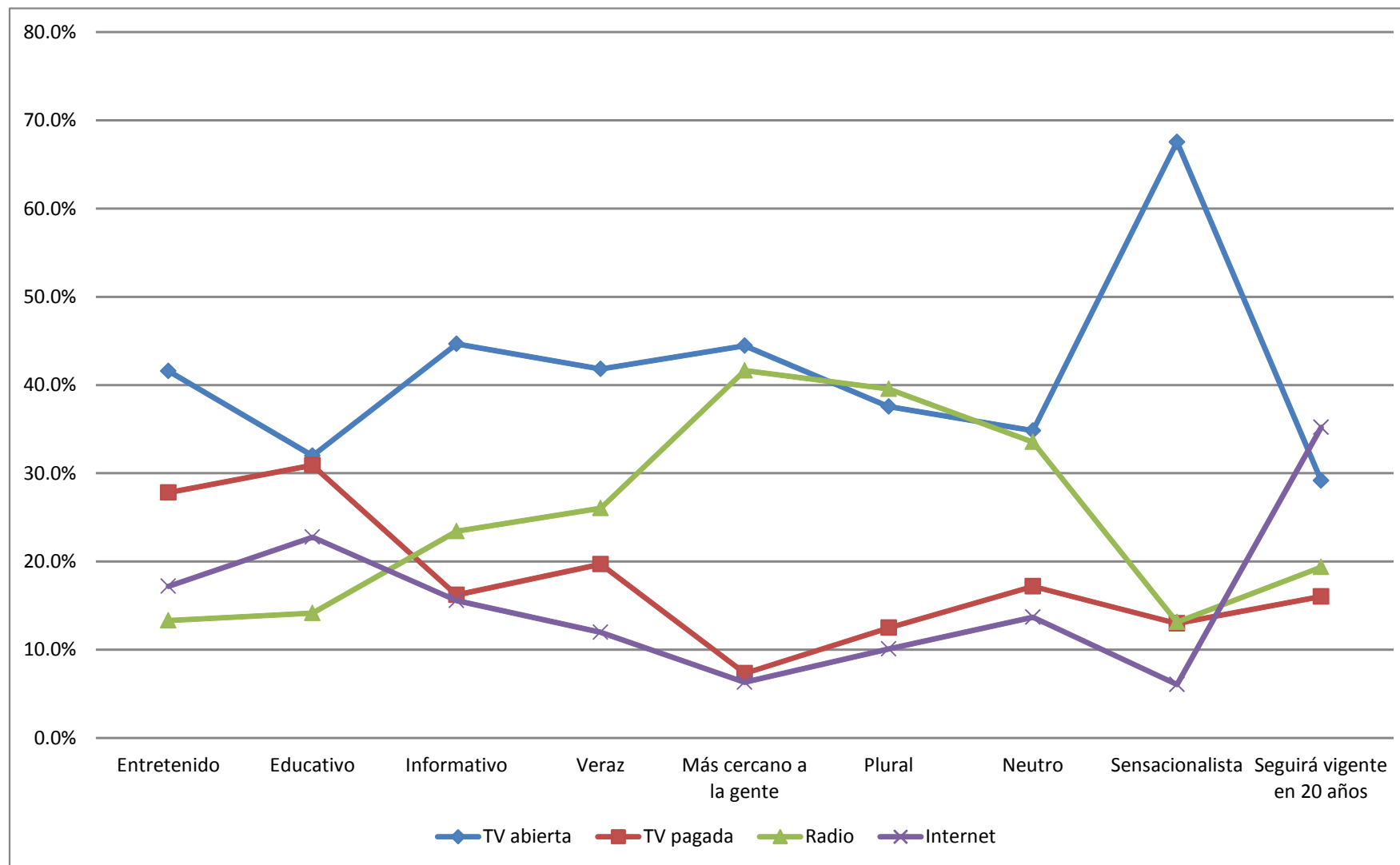
¿Tu consumo de radio ha disminuido por la aparición de nuevas tecnologías?



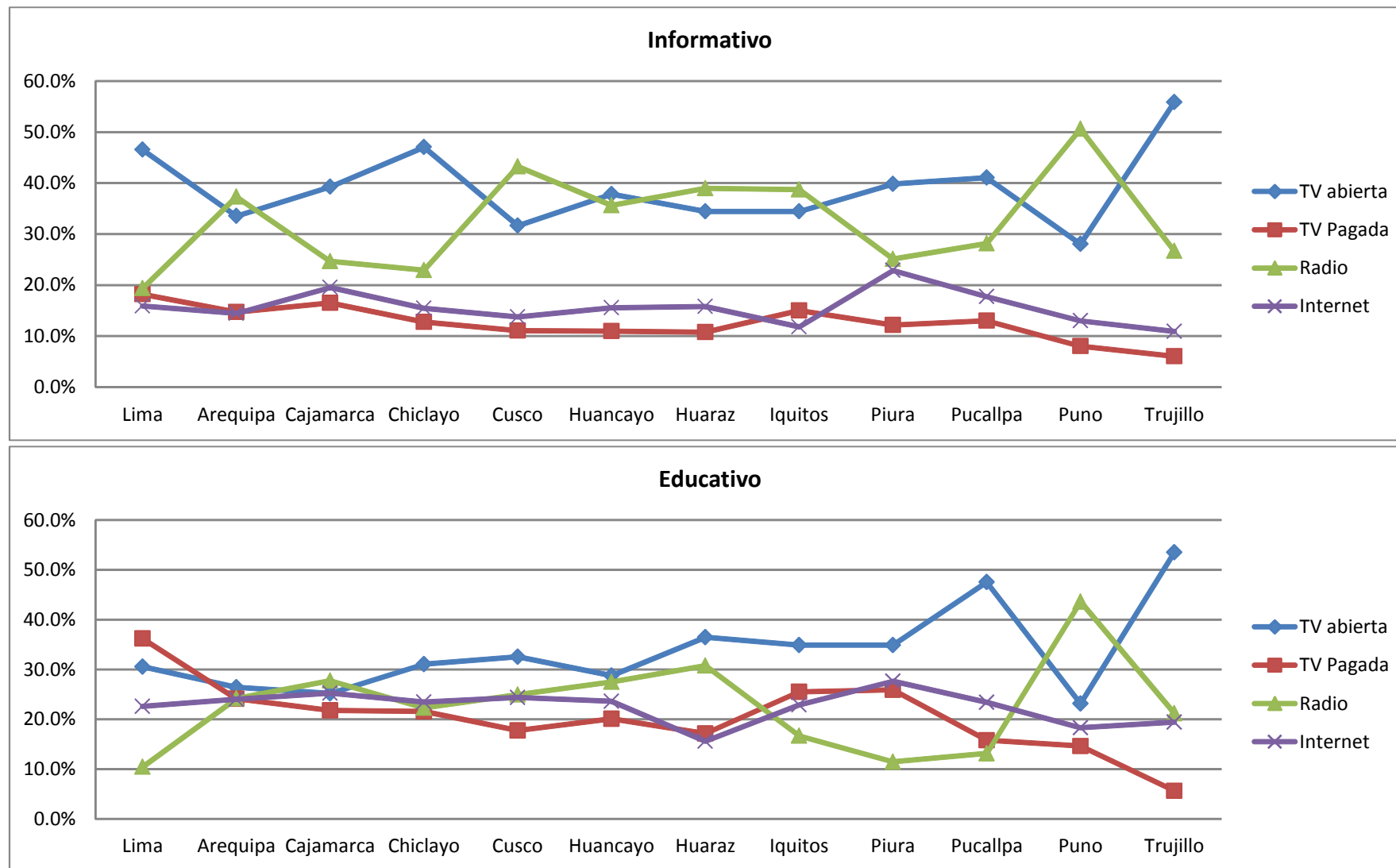
Respecto de los que escuchan radio.

Evaluación y grado de satisfacción con los medios

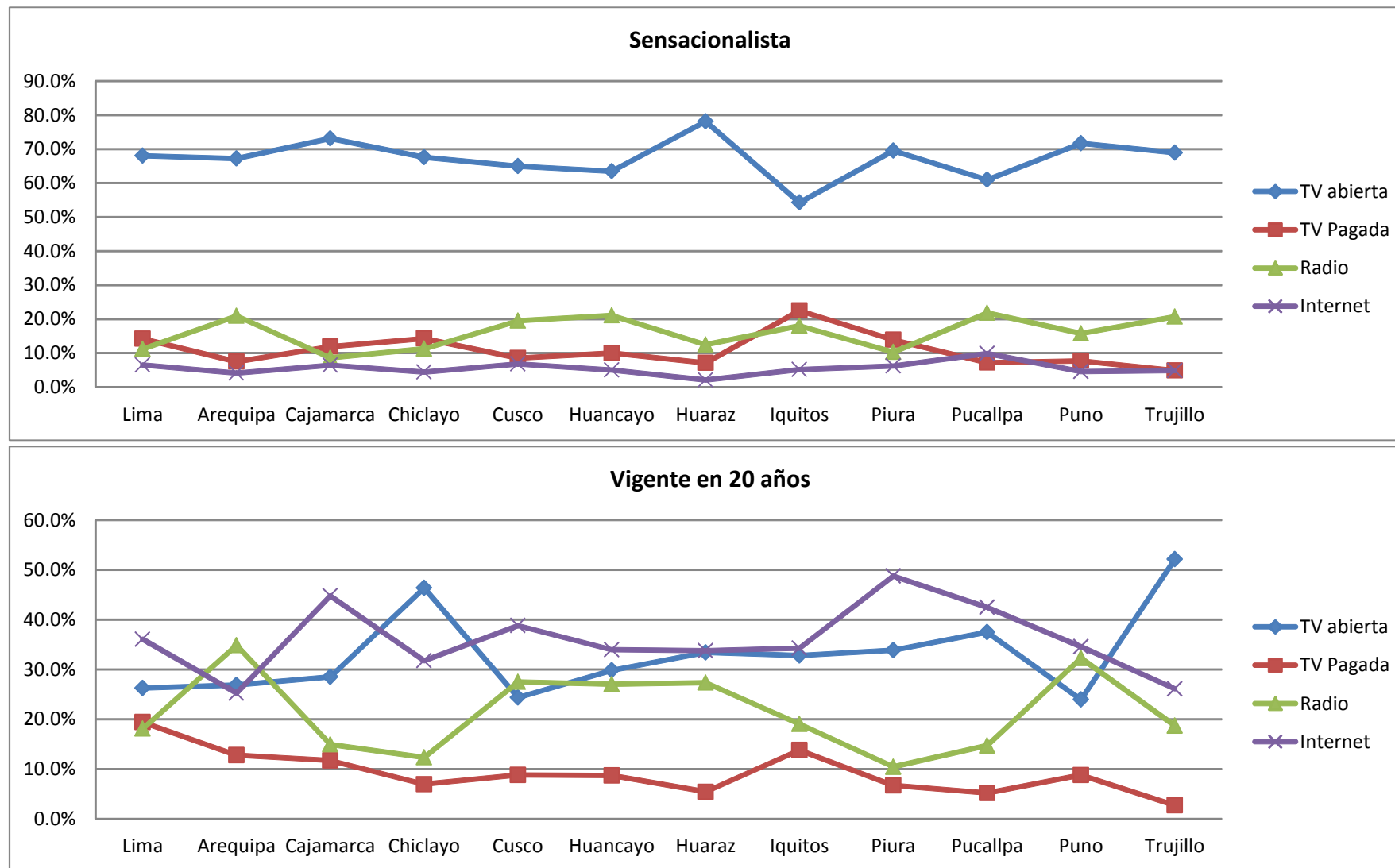
¿Cuál es el medio más ...?



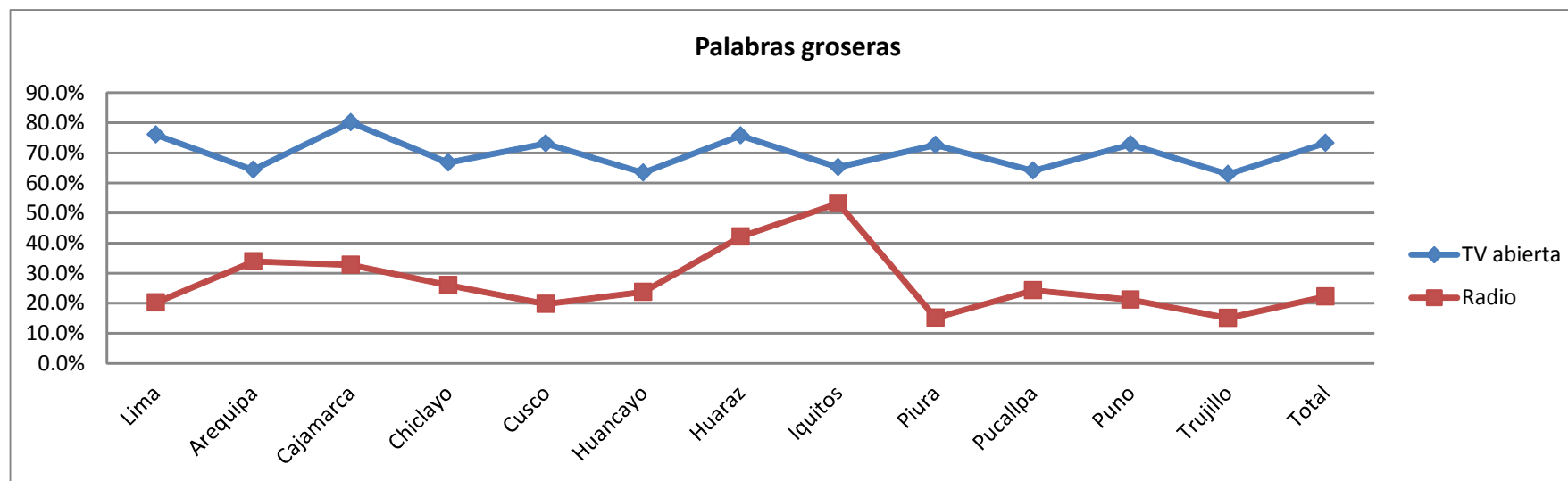
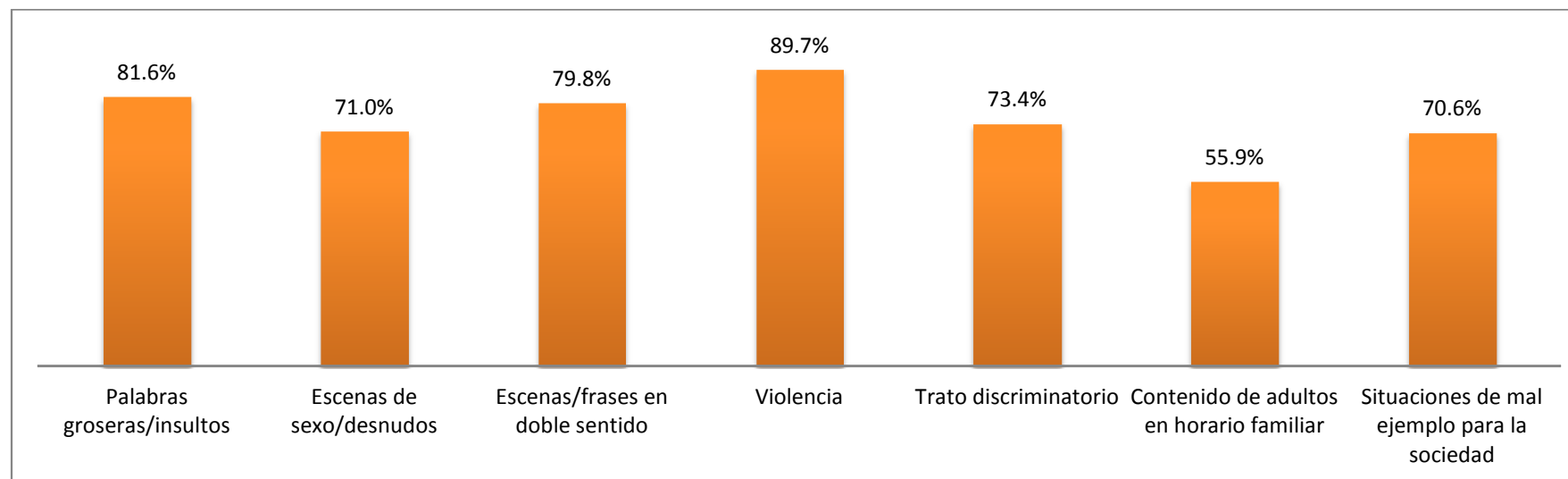
¿Cuál es el medio más ...?



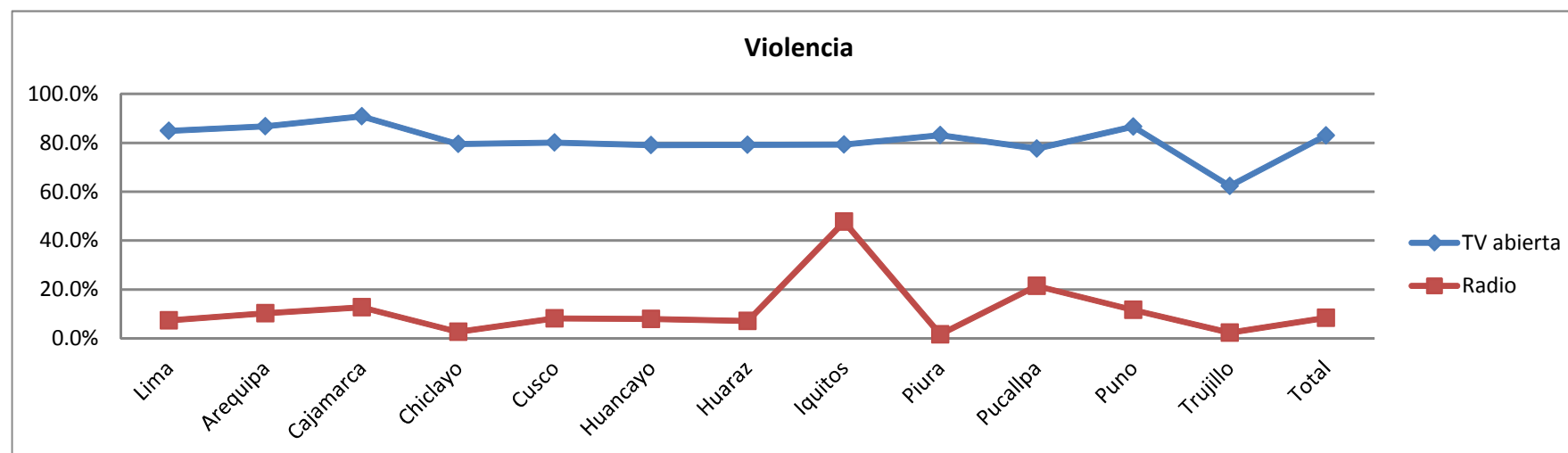
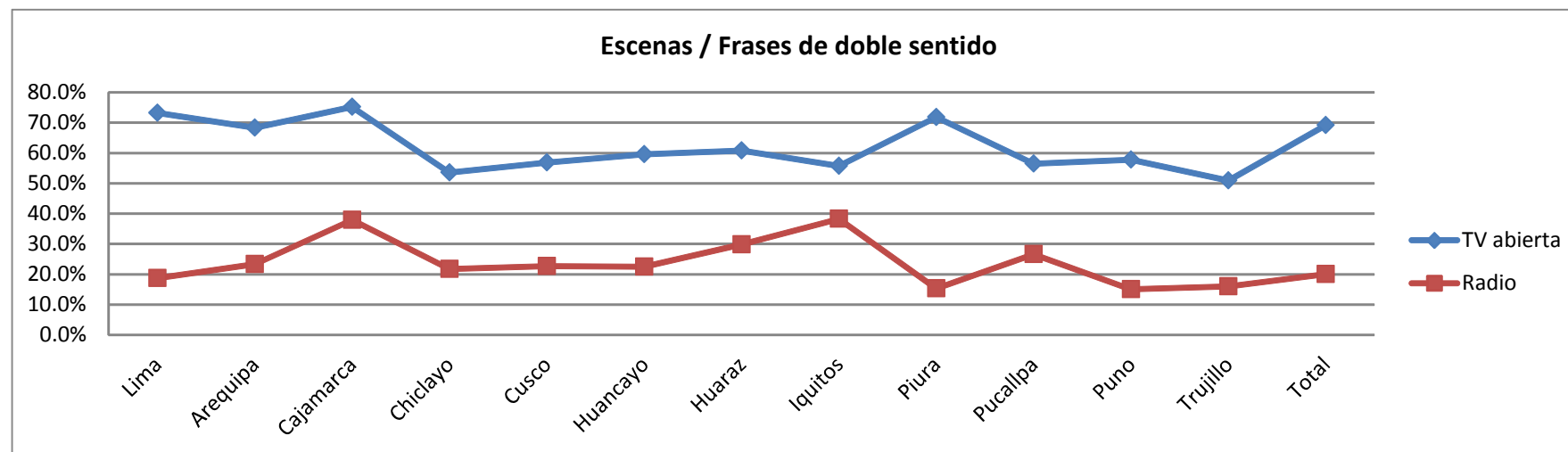
¿Cuál es el medio más ...?



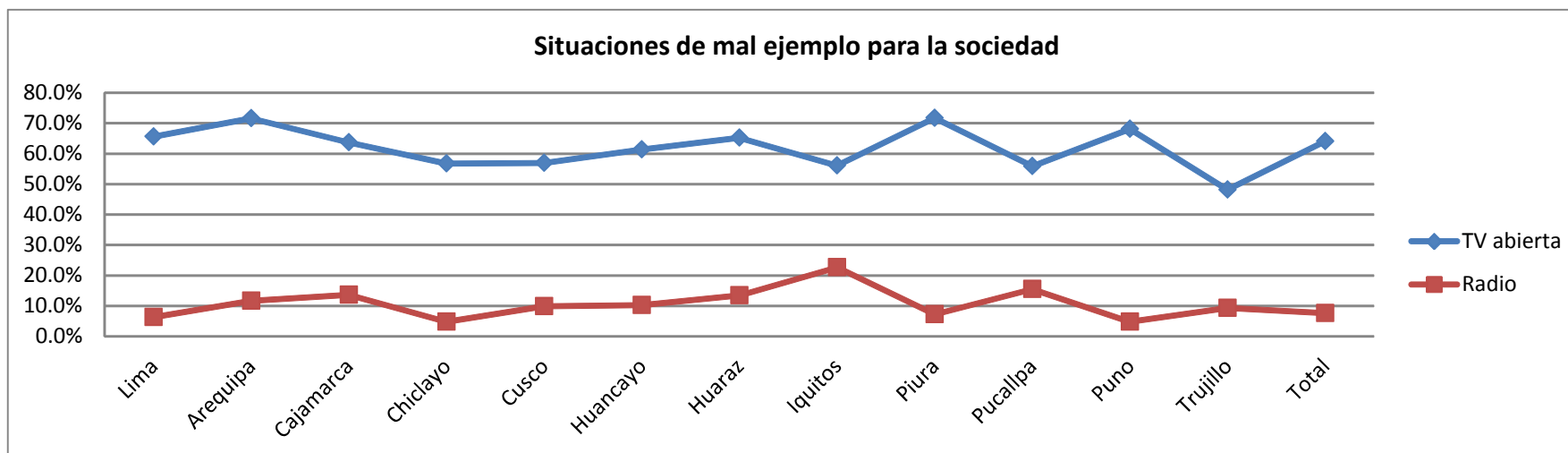
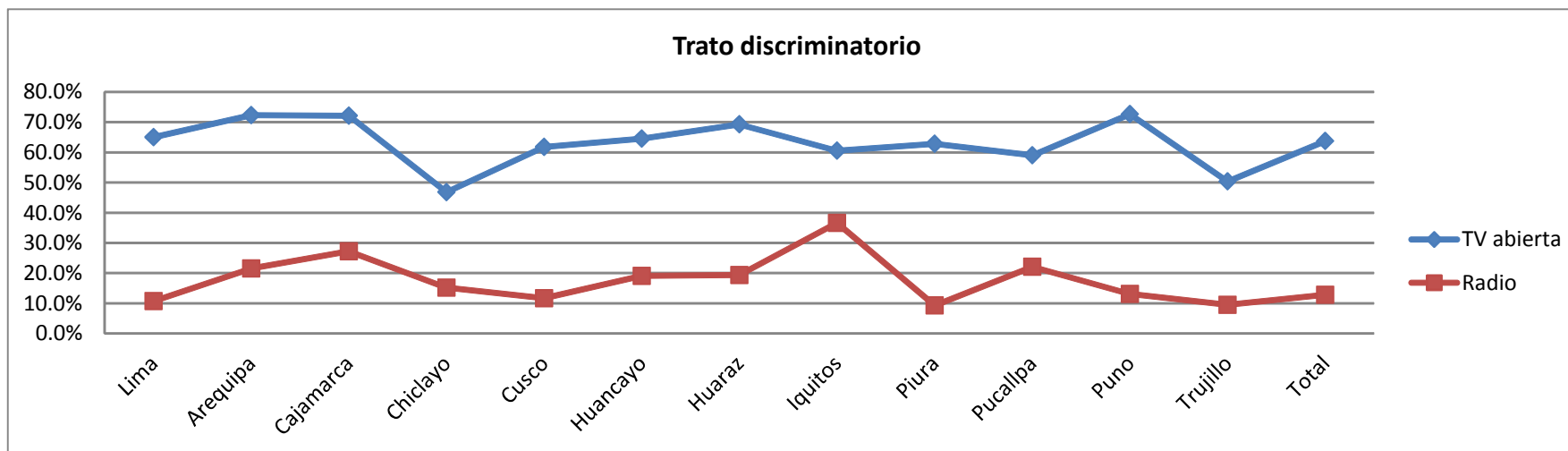
Presencia de contenidos inadecuados o que hayan molestado en radio y TV



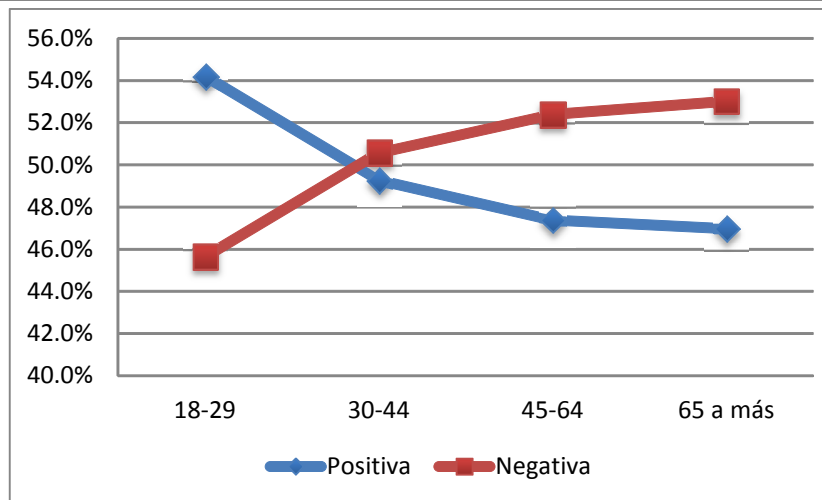
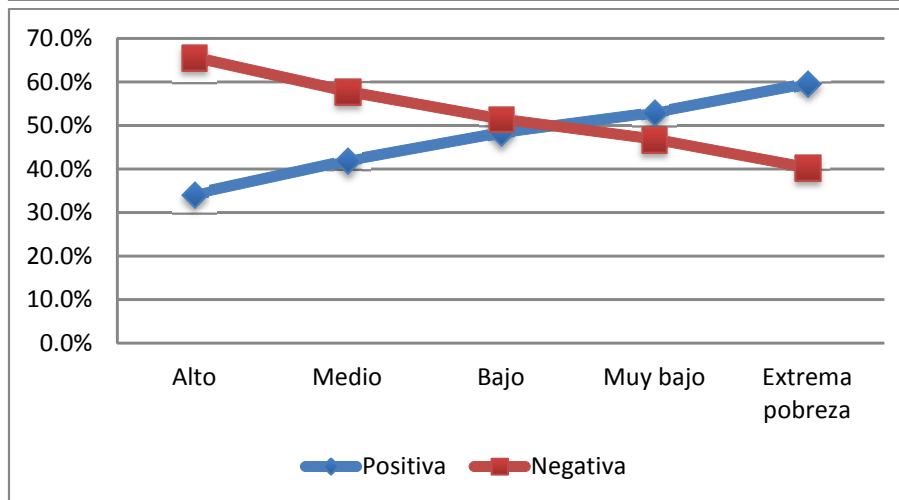
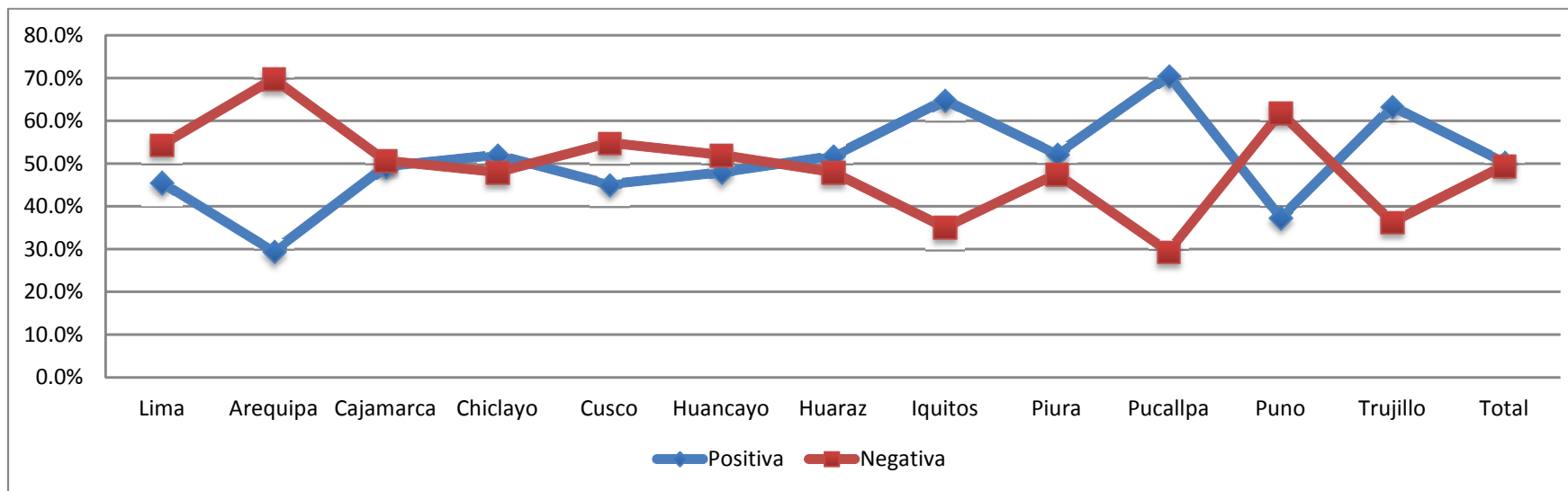
Presencia de contenidos inadecuados o que hayan molestado en radio y TV



Presencia de contenidos inadecuados o que hayan molestado en radio y TV

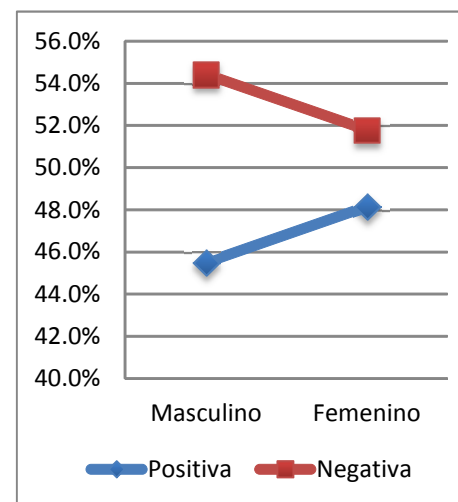
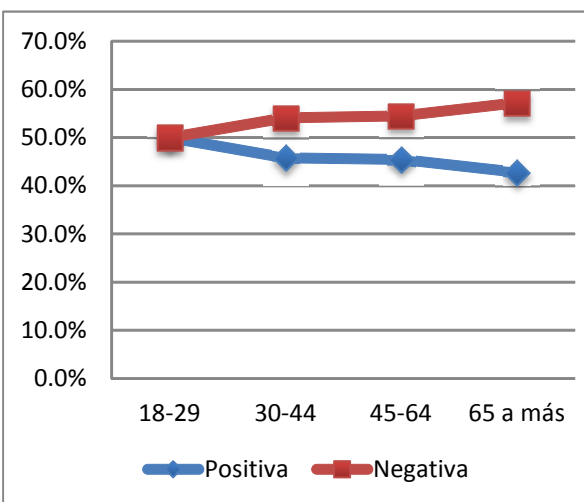
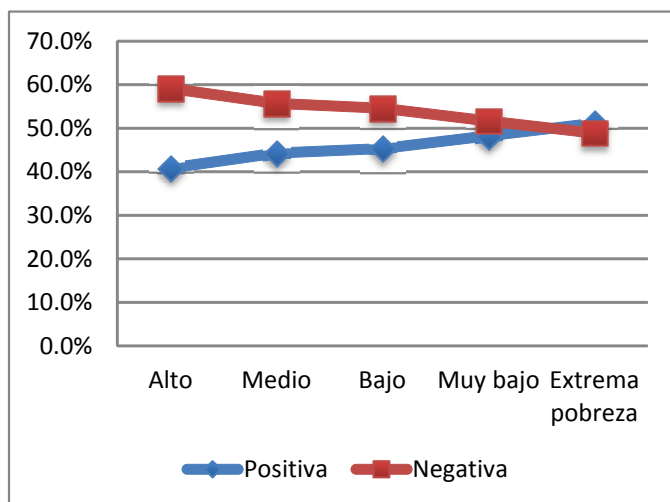
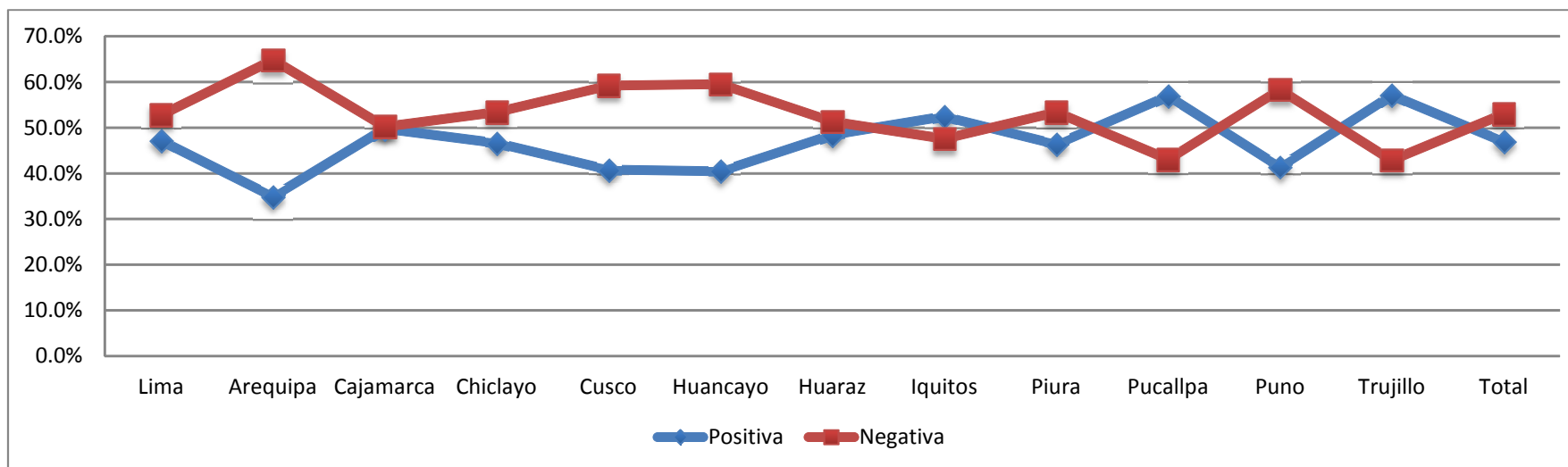


¿Cómo muestra la televisión a las personas adultas mayores?



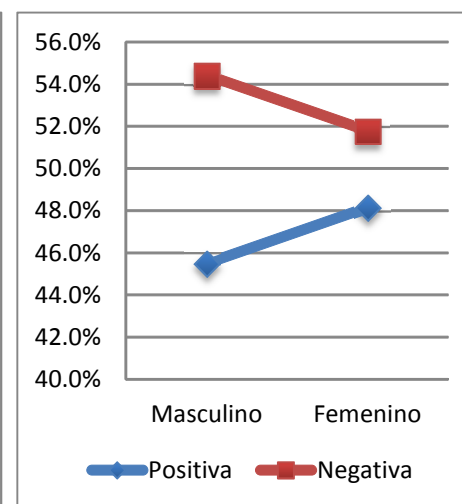
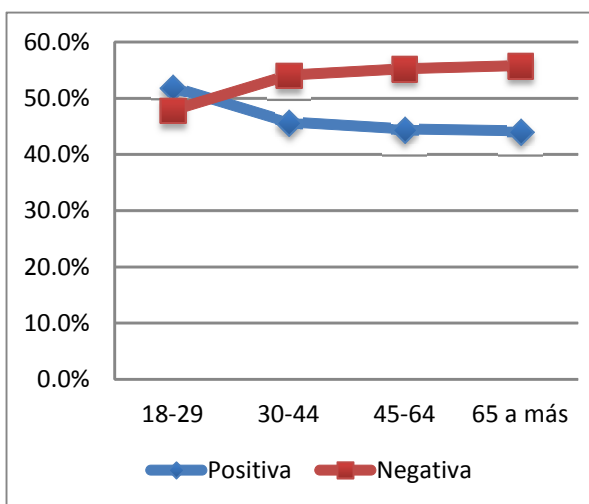
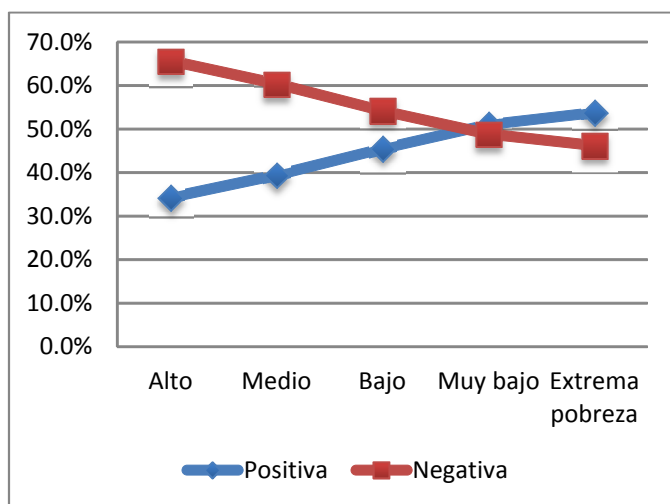
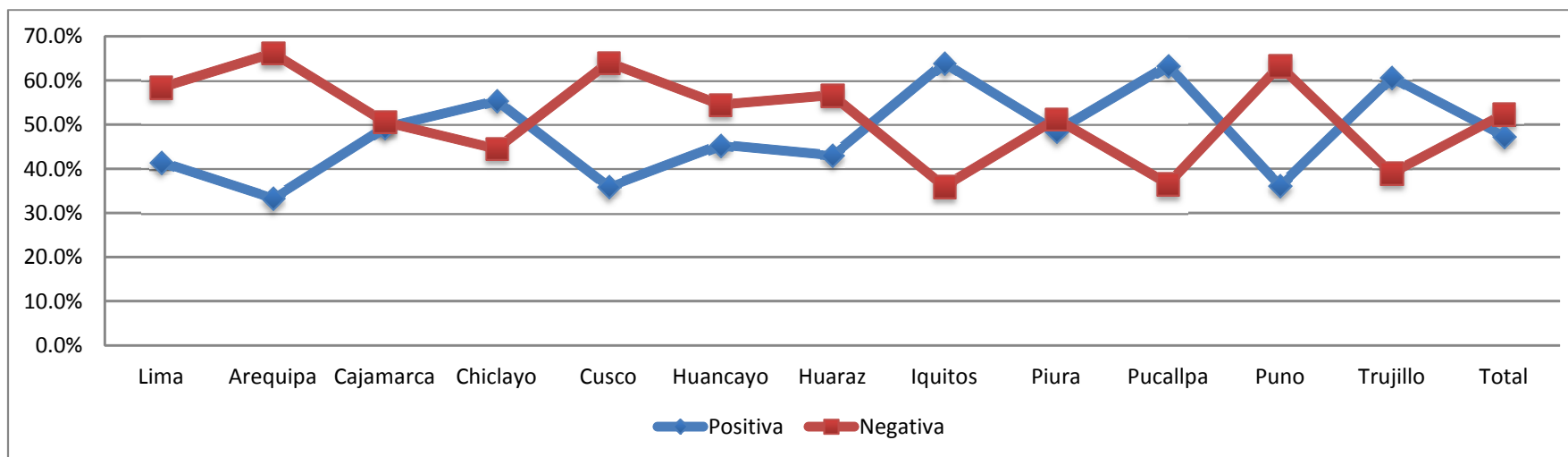
Respecto de los que ven TV.

¿Cómo muestra la televisión a los niños y niñas?



Respecto de los que escuchan radio.

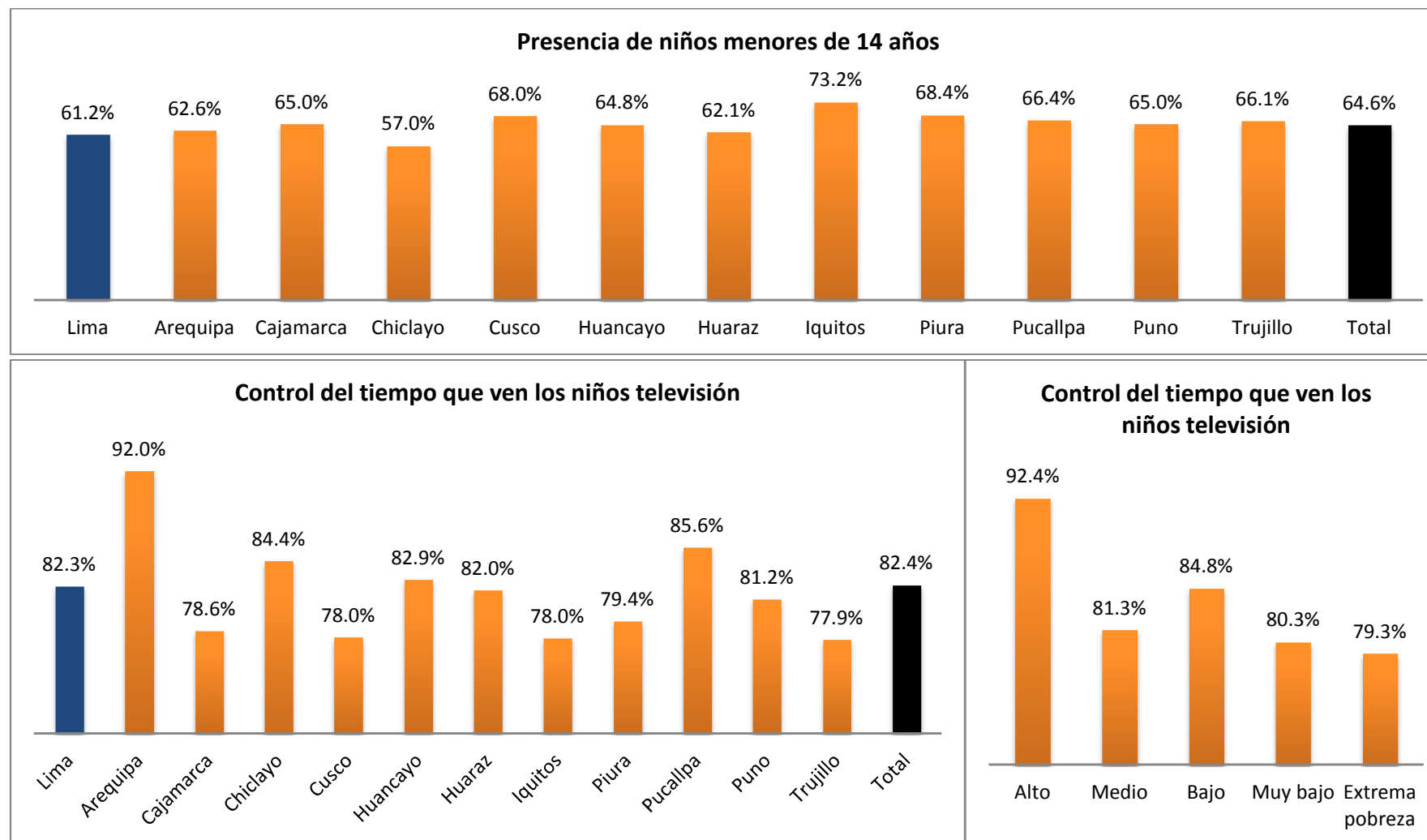
¿Cómo muestra la televisión a la mujer?



Respecto de los que escuchan radio.

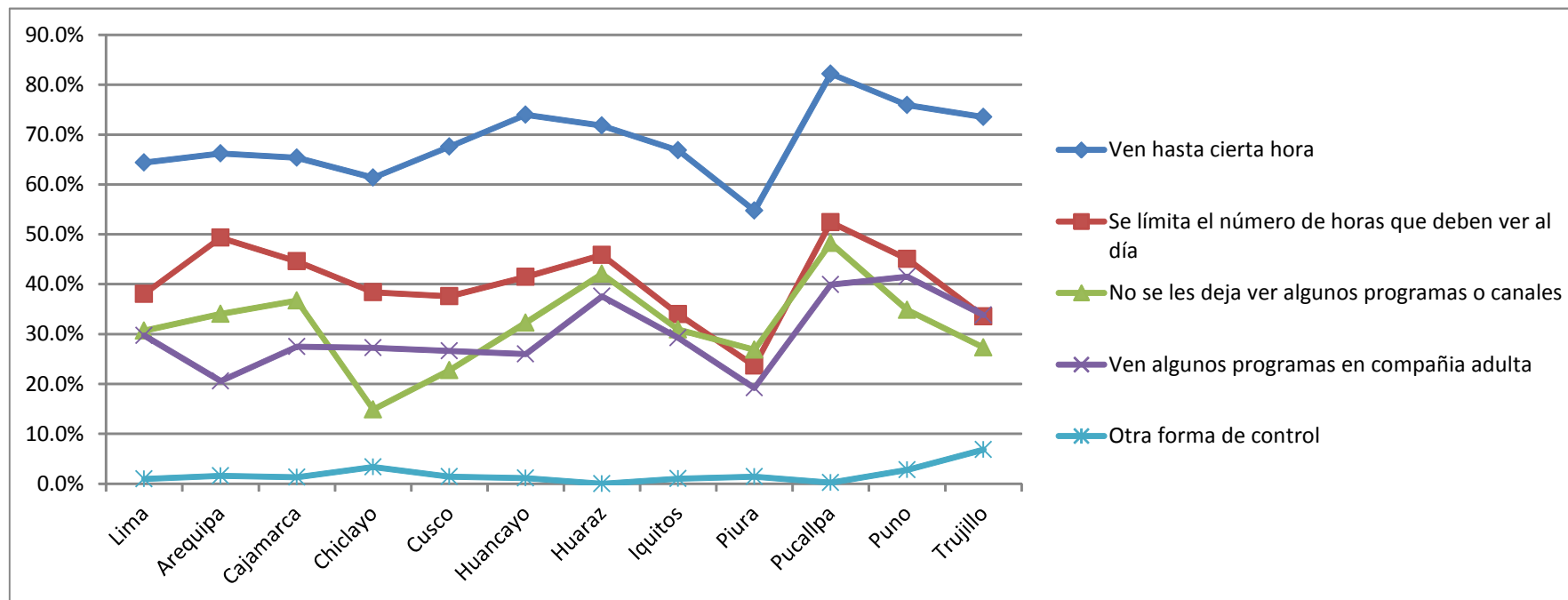
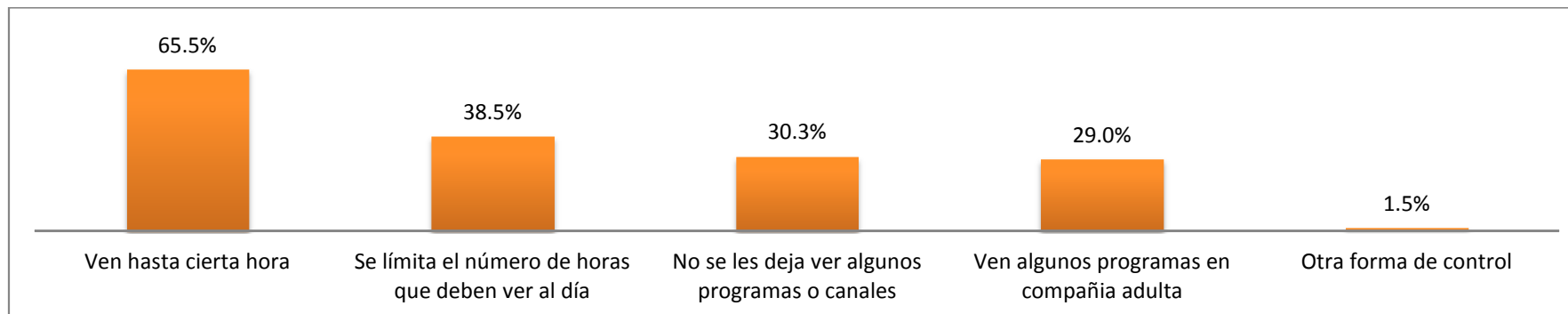
Control parental

Existencia de control del tiempo que los niños ven televisión



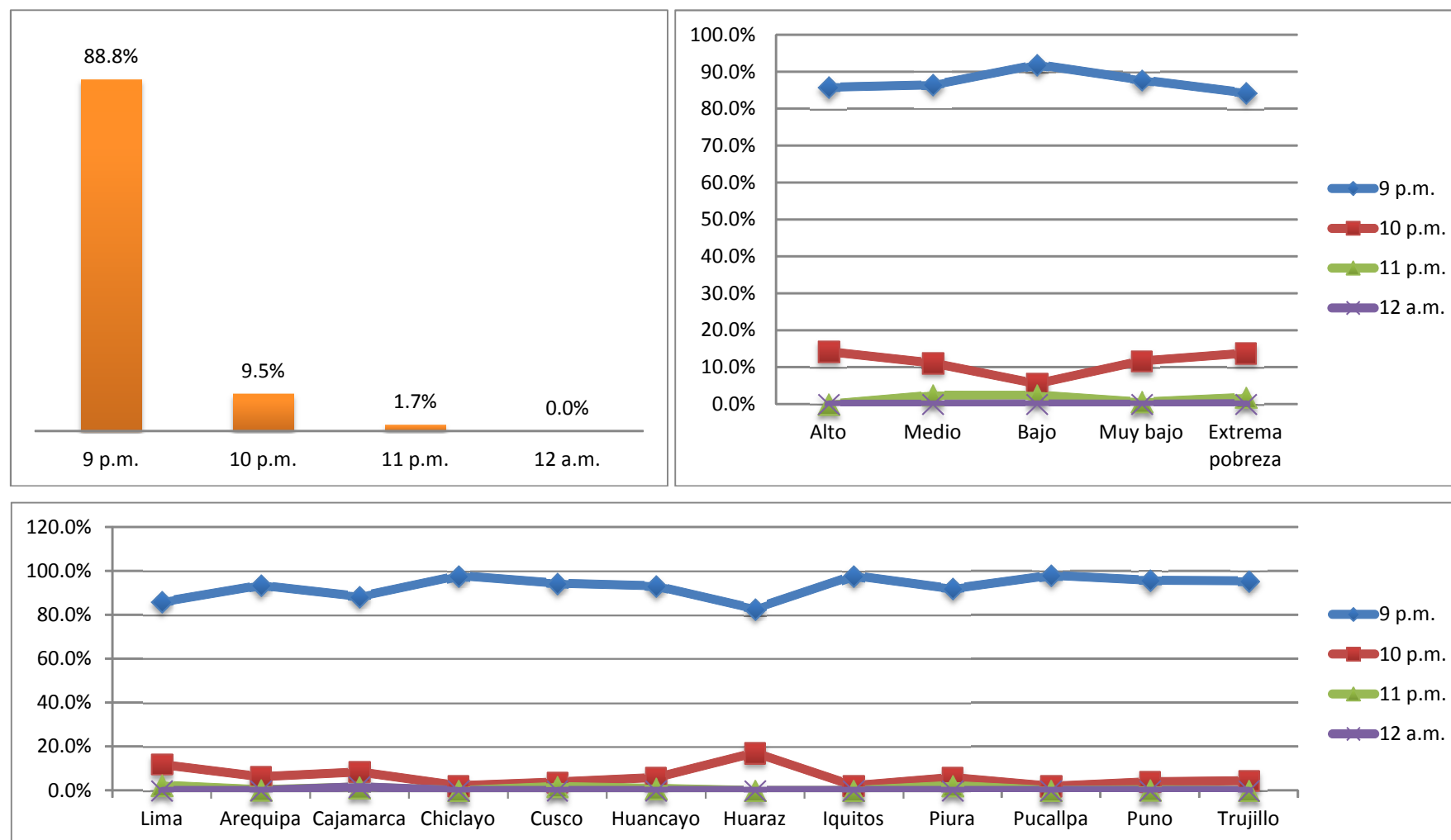
Respecto de los que ven TV.

Forma de control utilizada



Respecto de los que ven TV.

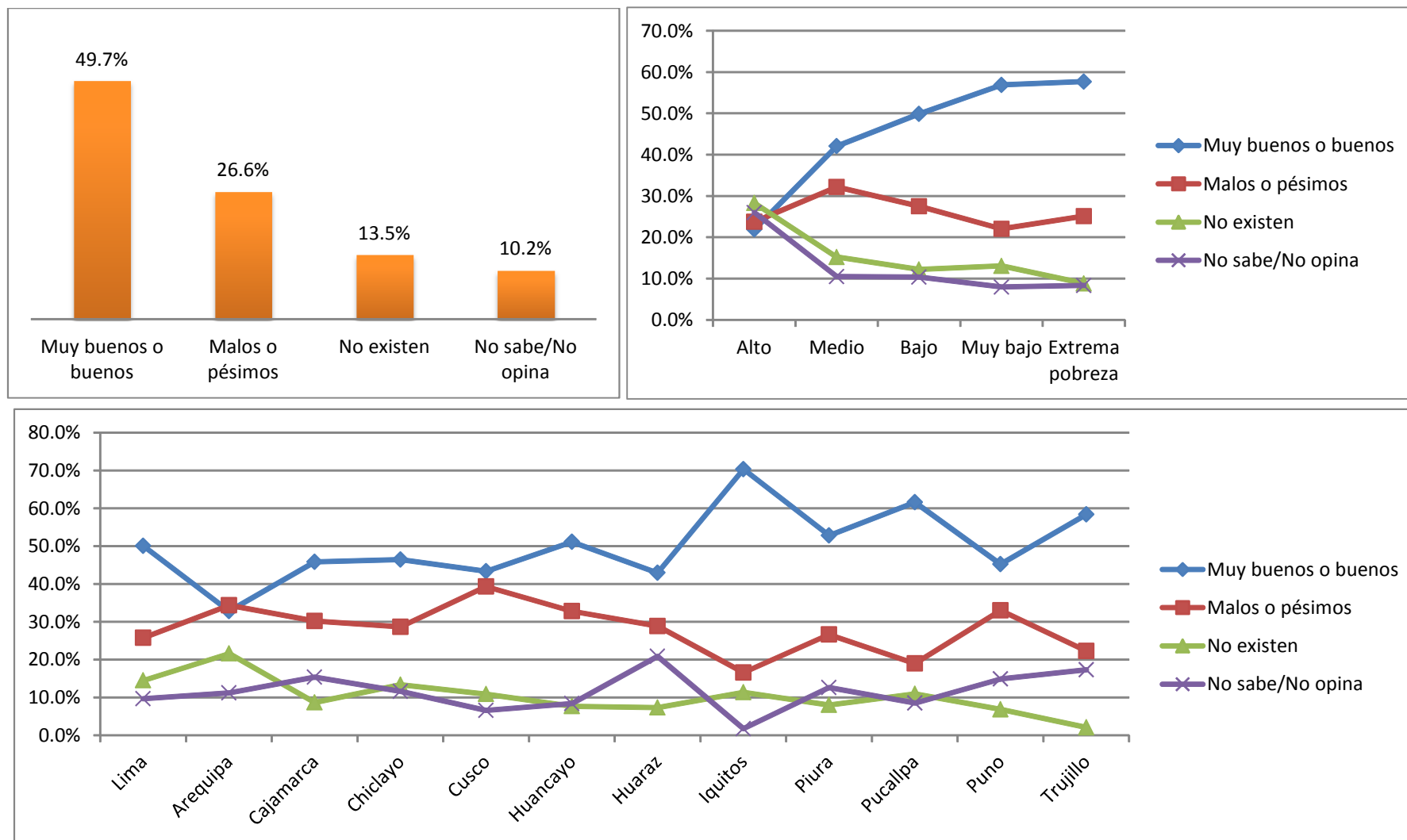
Hora límite para que los niños vean televisión



Respecto de los que dejan ver hasta cierta hora como forma de control.

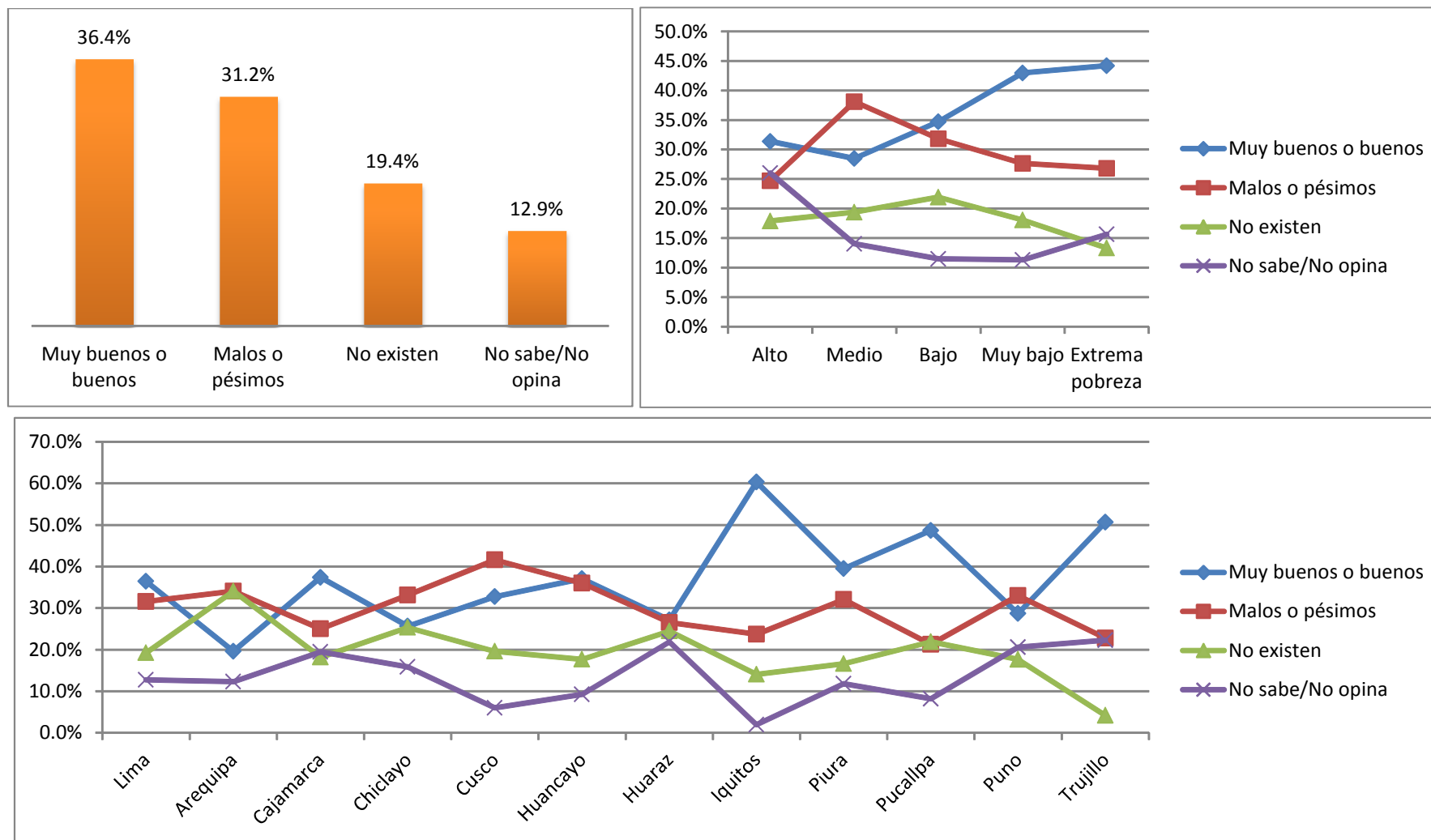
Programación infantil

Evaluación sobre los programas de TV de producción nacional para niños



Respecto de los que ven TV.

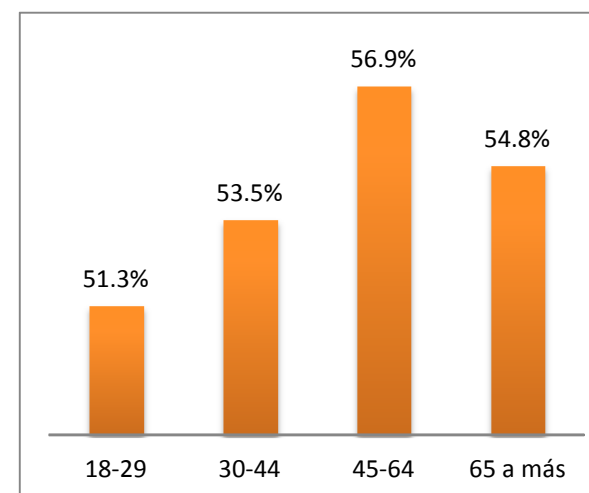
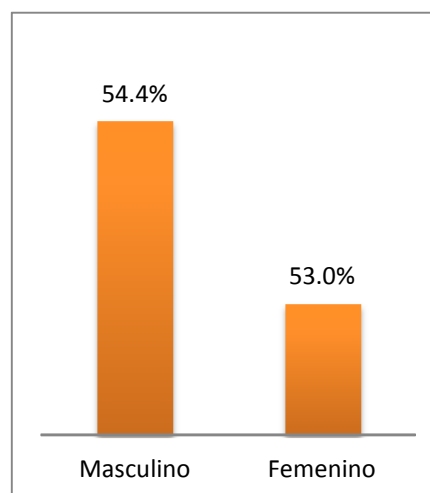
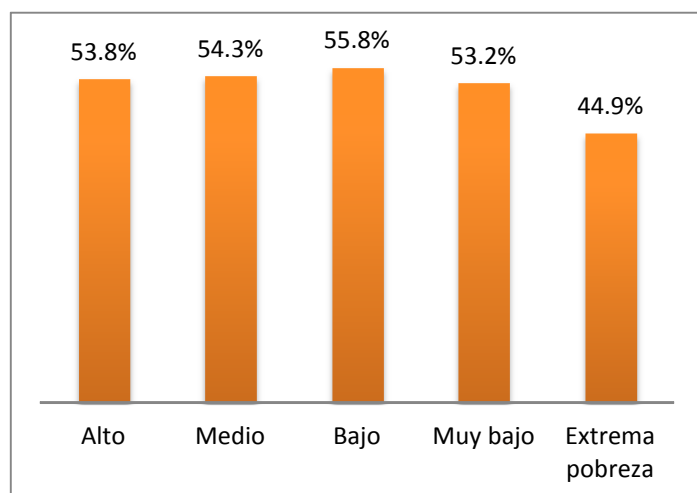
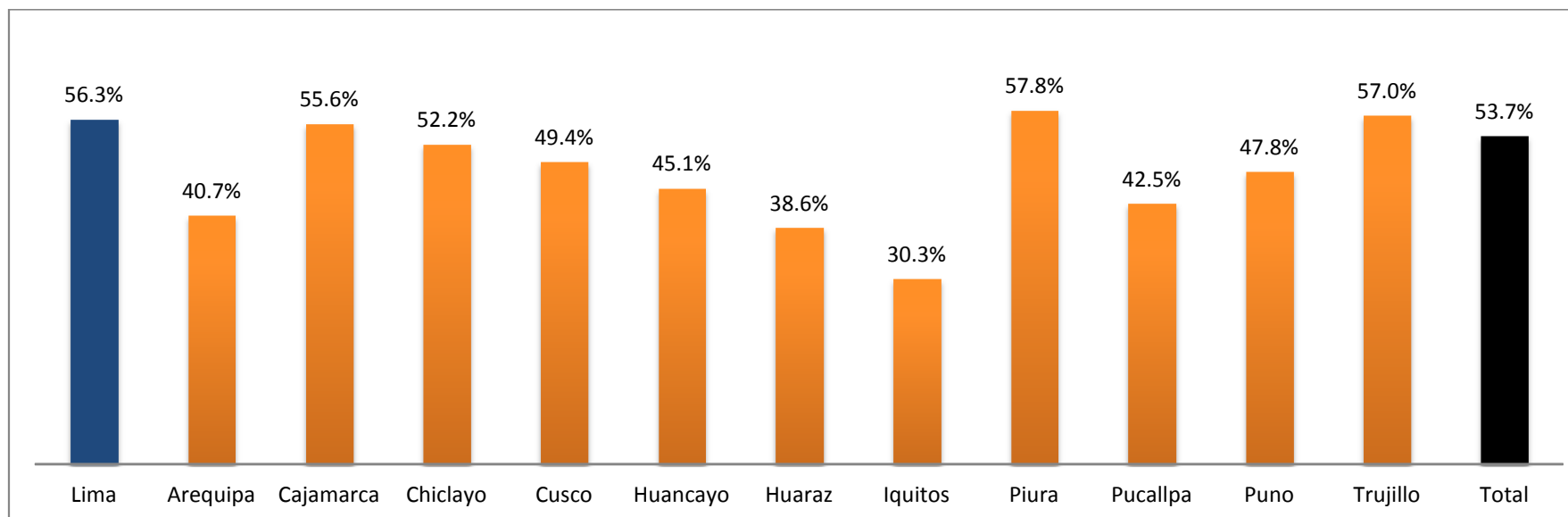
Evaluación sobre los programas de TV de producción nacional para adolescentes



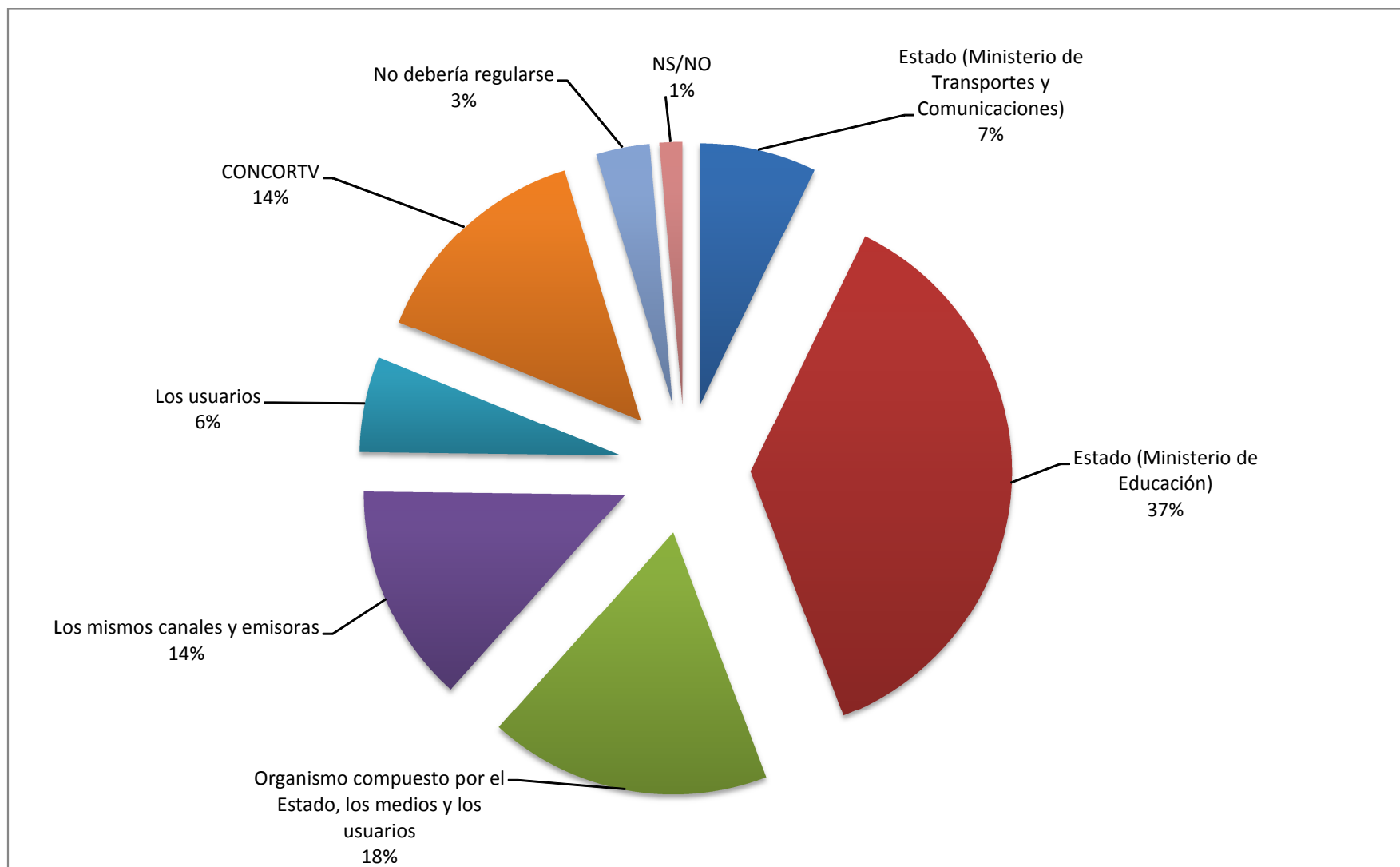
Respecto de los que ven TV.

Regulación en medios

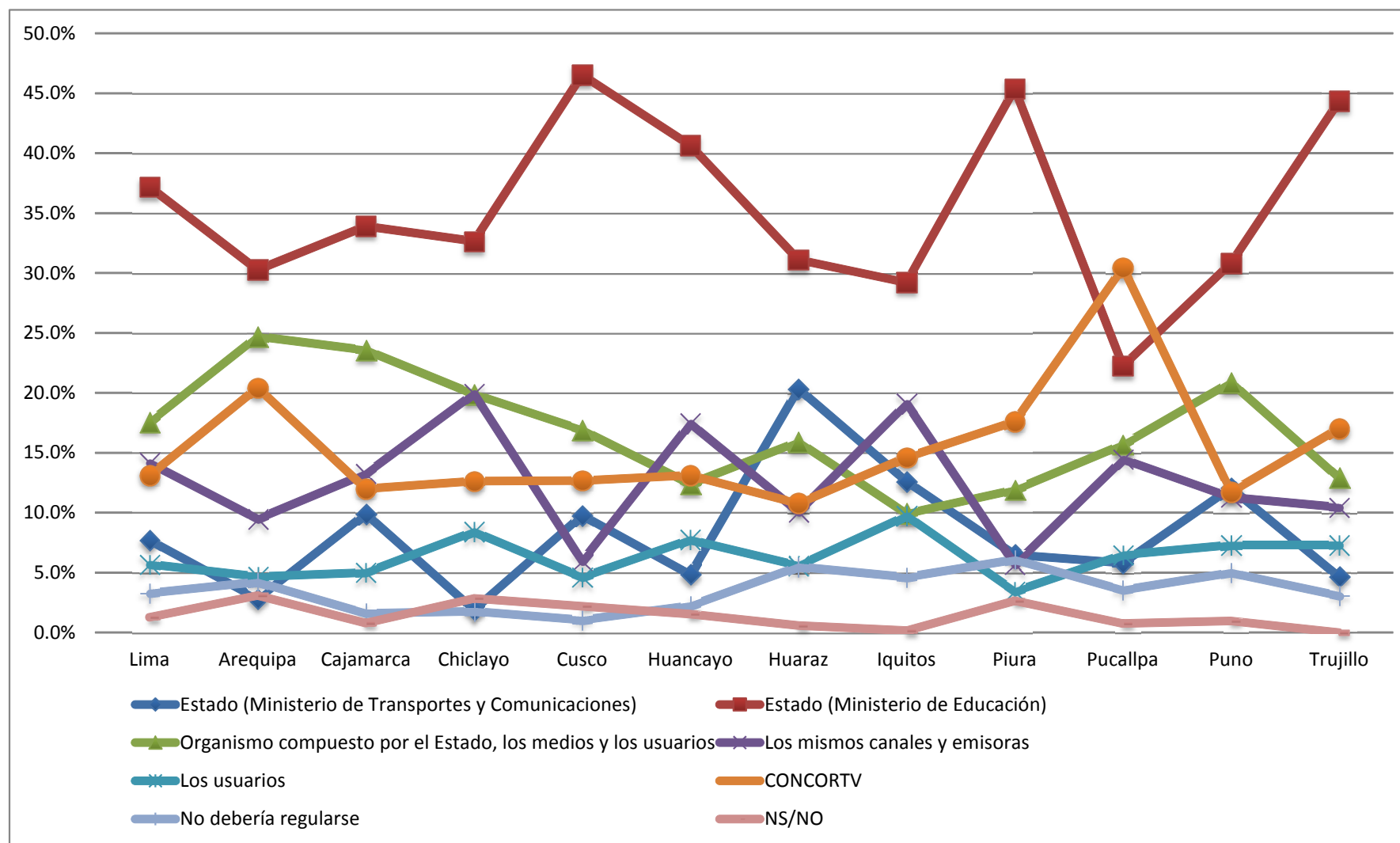
Existencia de una regulación en medios



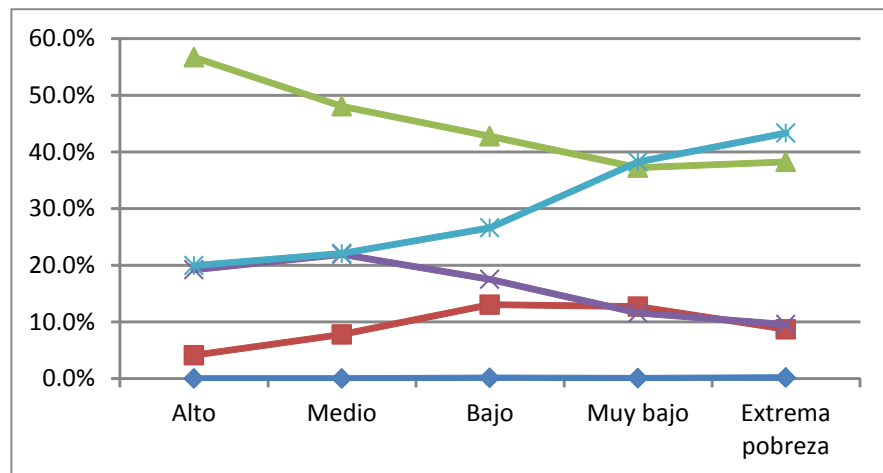
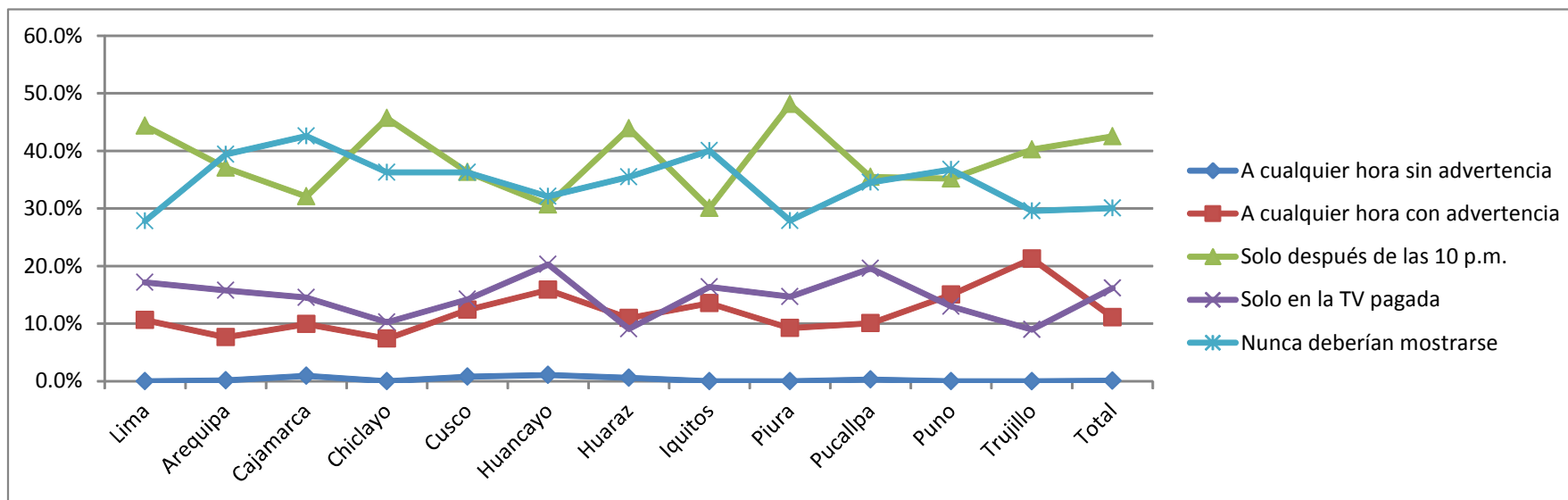
¿Quién debería regular la radio y televisión?



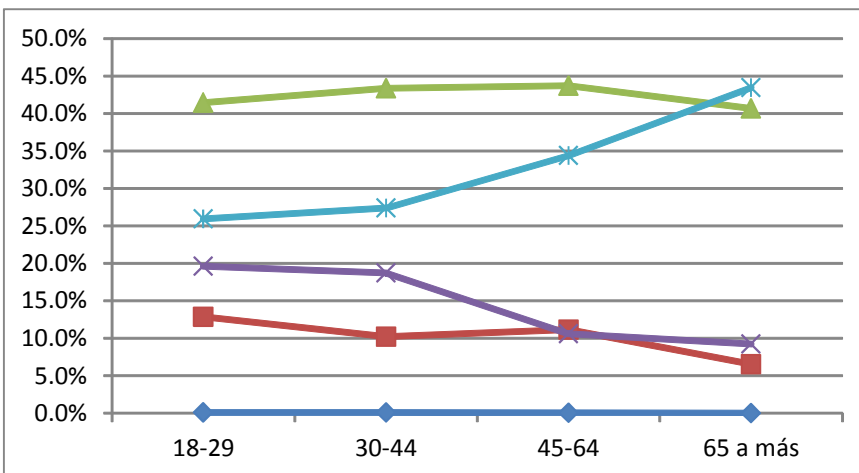
¿Quién debería regular la radio y televisión?



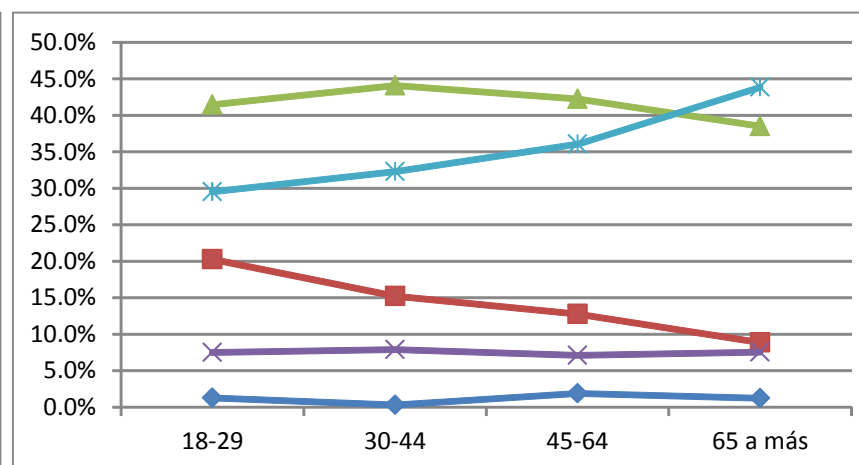
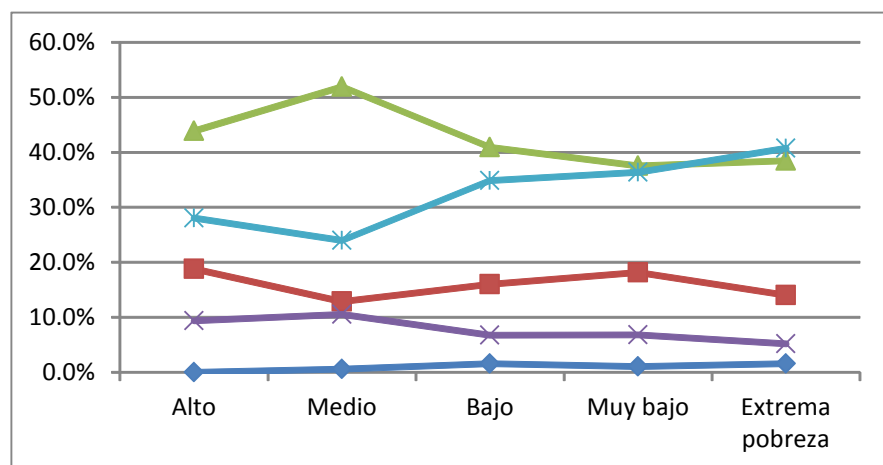
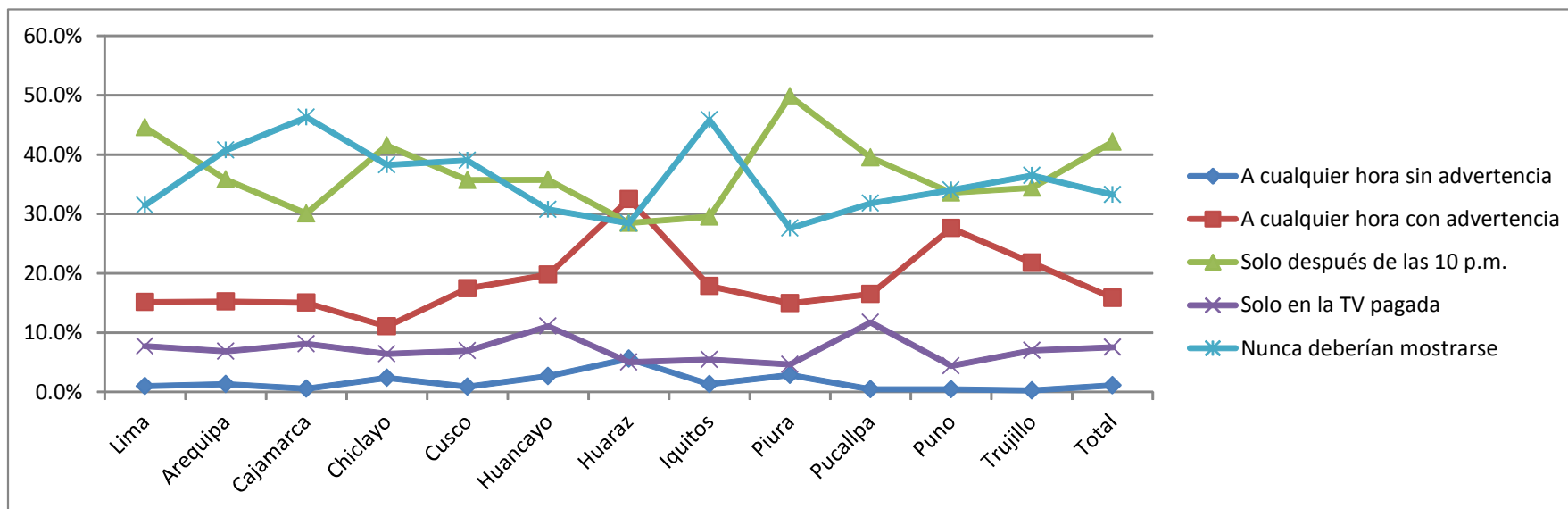
Posición respecto a la exhibición de escenas de sexo en televisión



Respecto de los que ven TV.

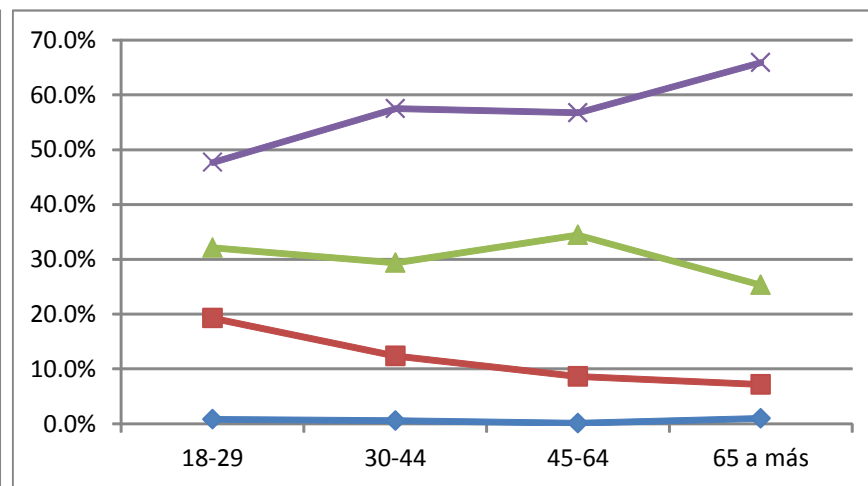
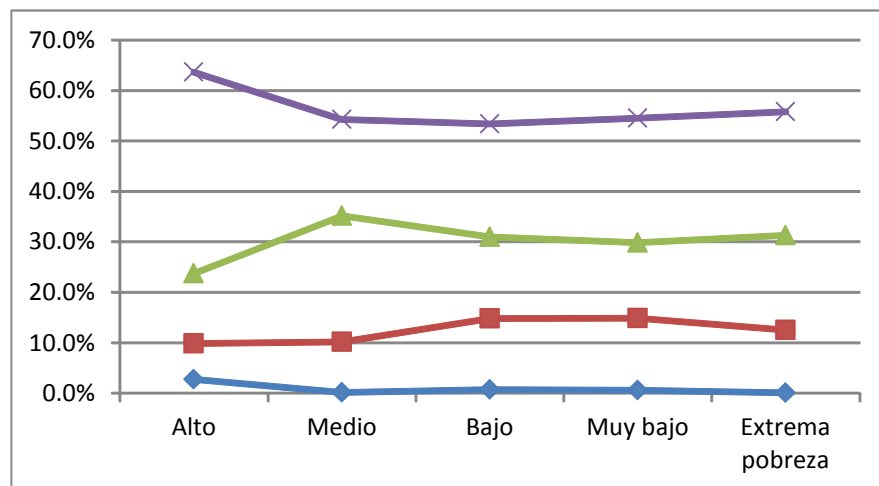
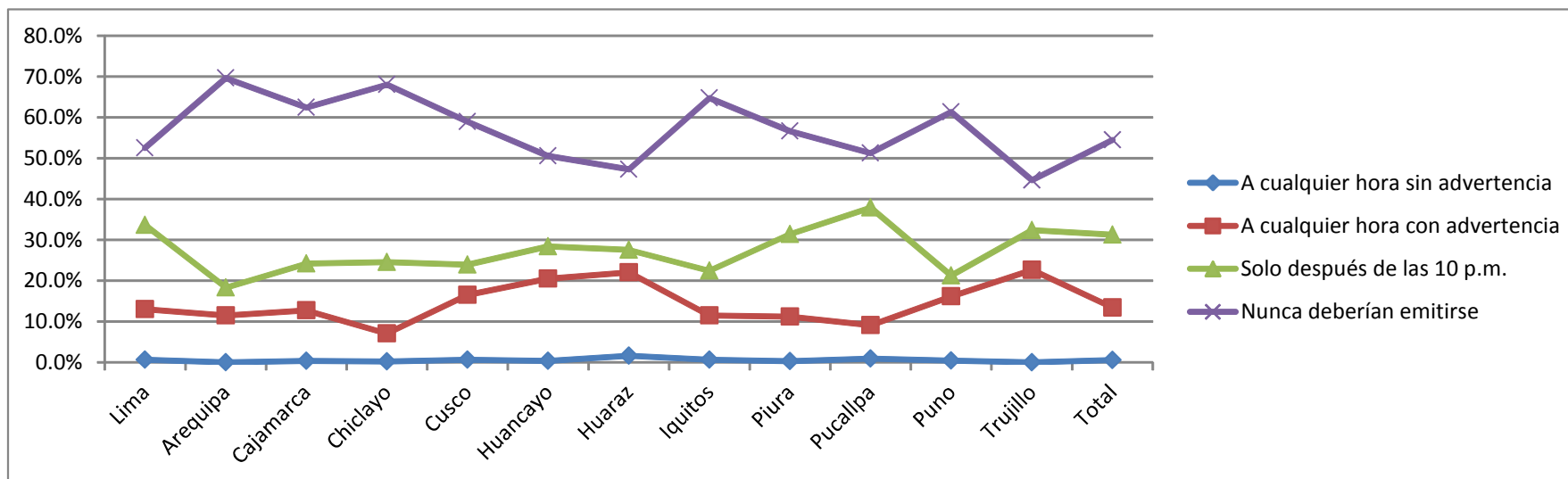


Posición respecto a la exhibición de escenas de violencia en televisión



Respecto de los que ven TV.

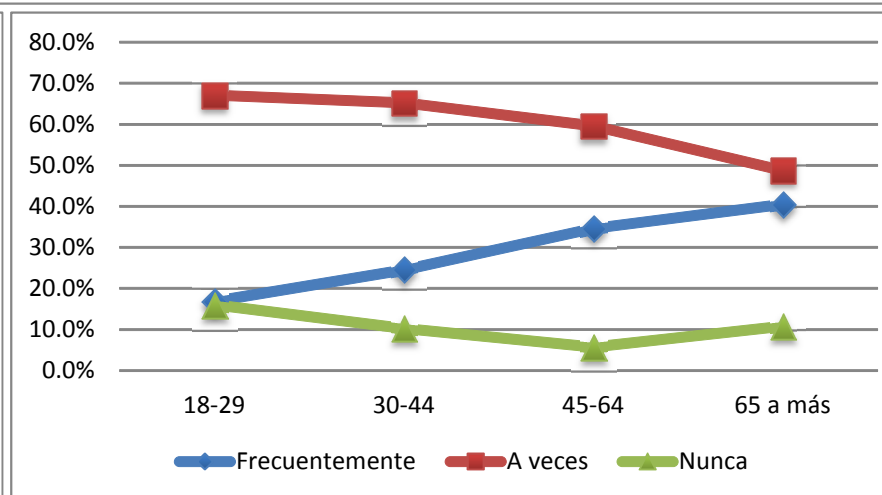
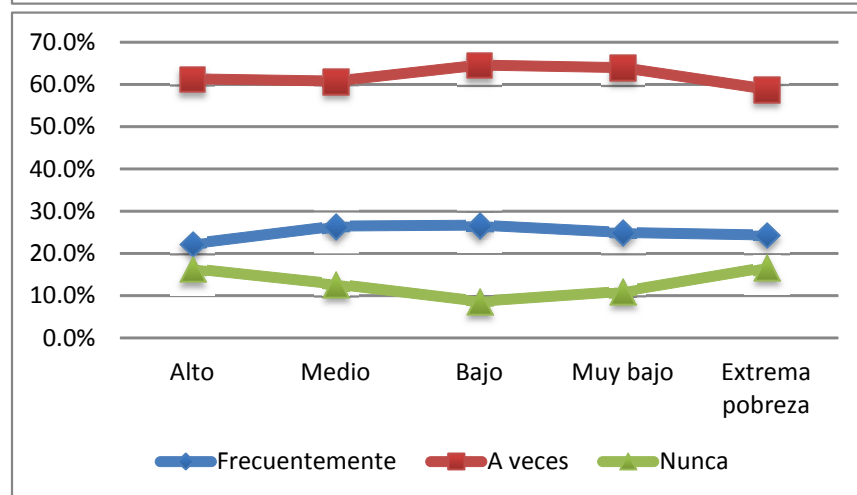
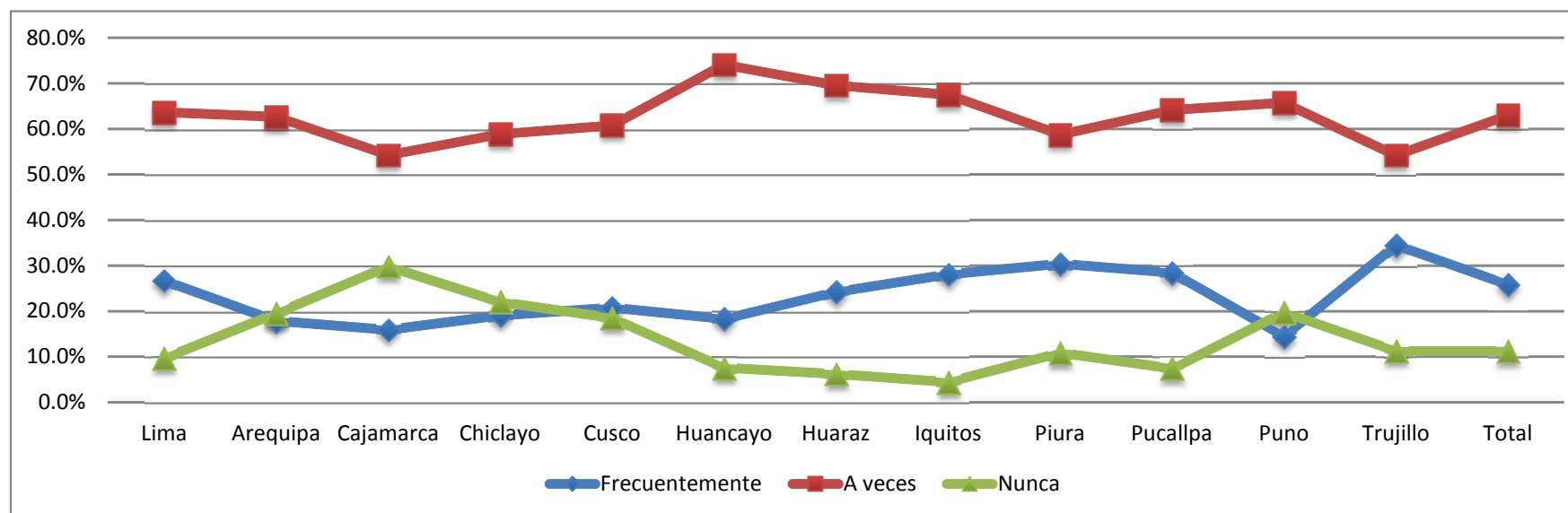
Posición respecto a la emisión de palabras soeces, insultos o frases de connotación sexual en la radio



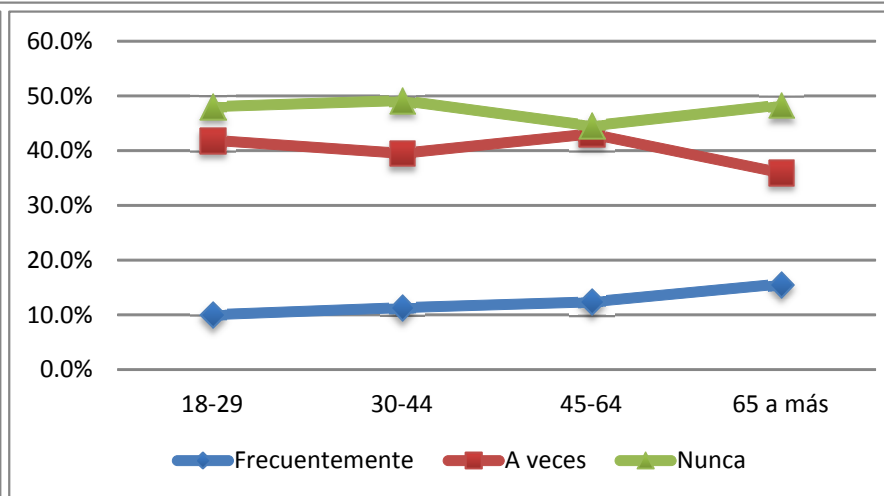
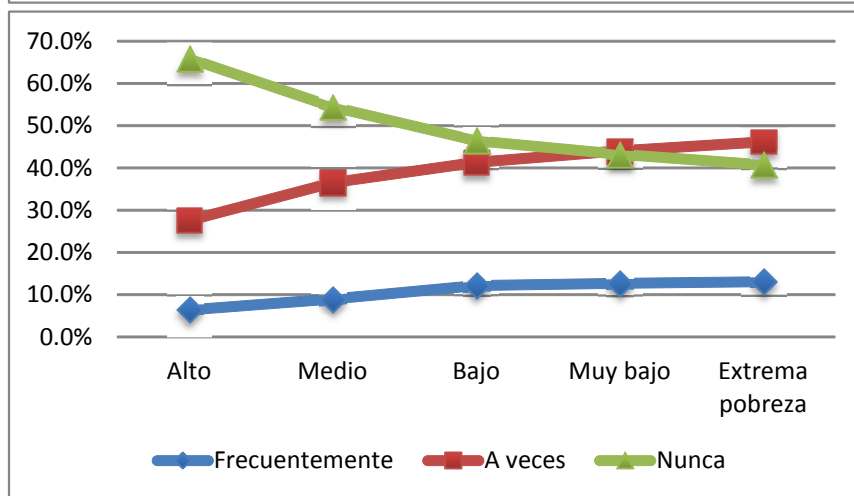
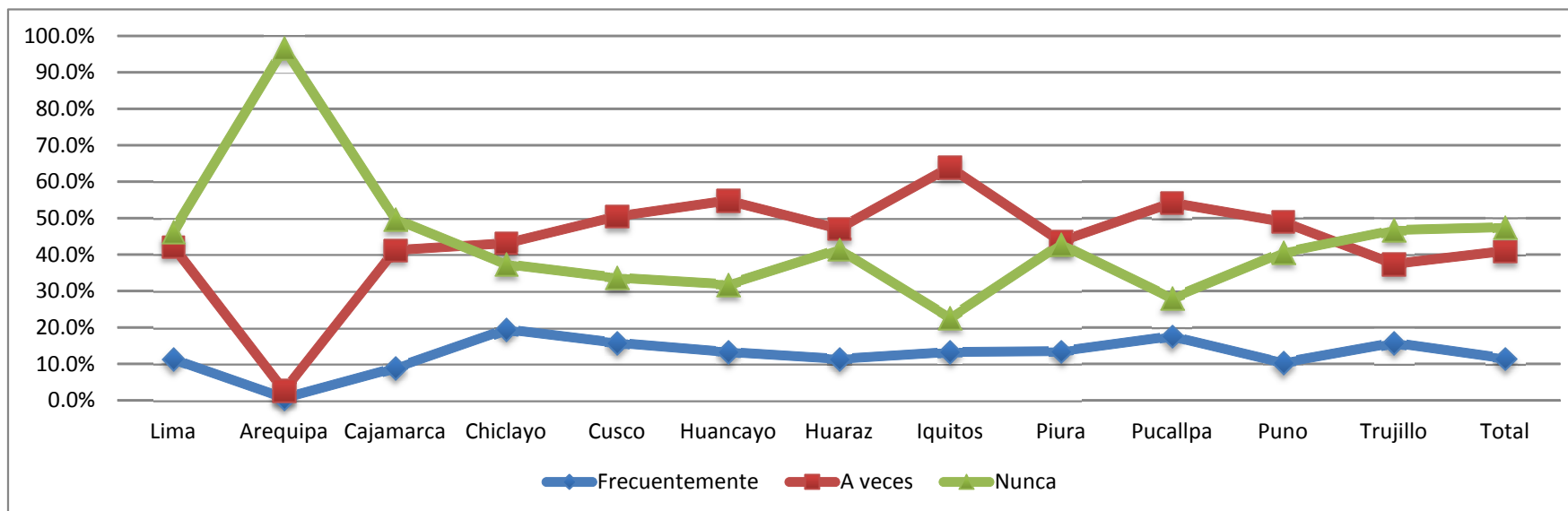
Respecto de los que escuchan radio.

Radio y televisión estatal

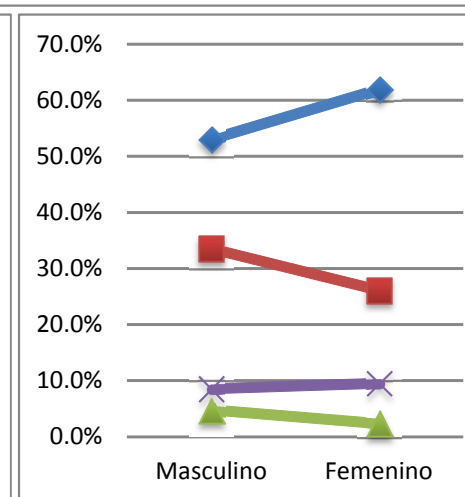
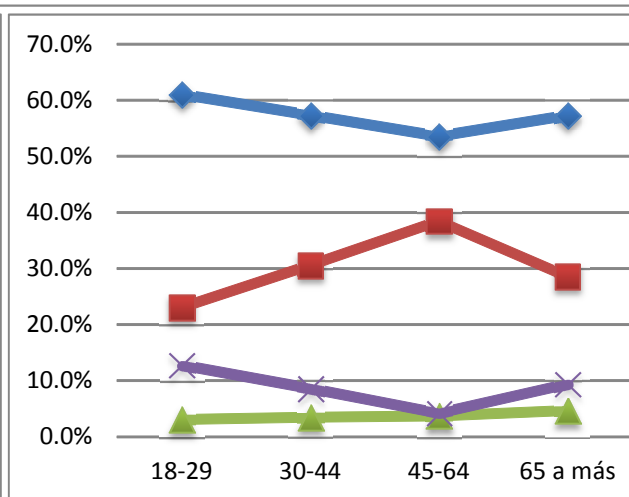
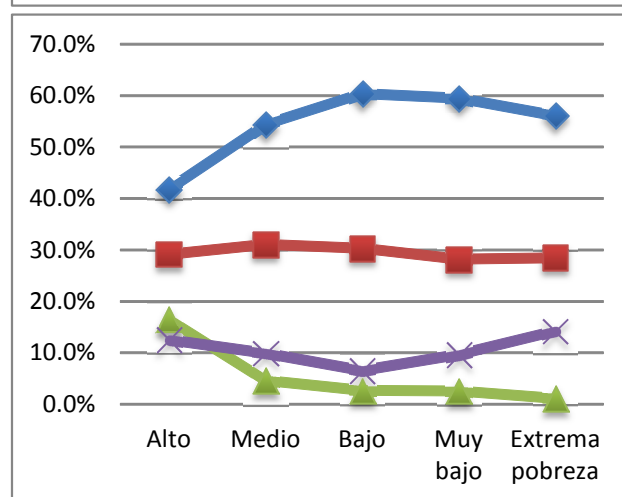
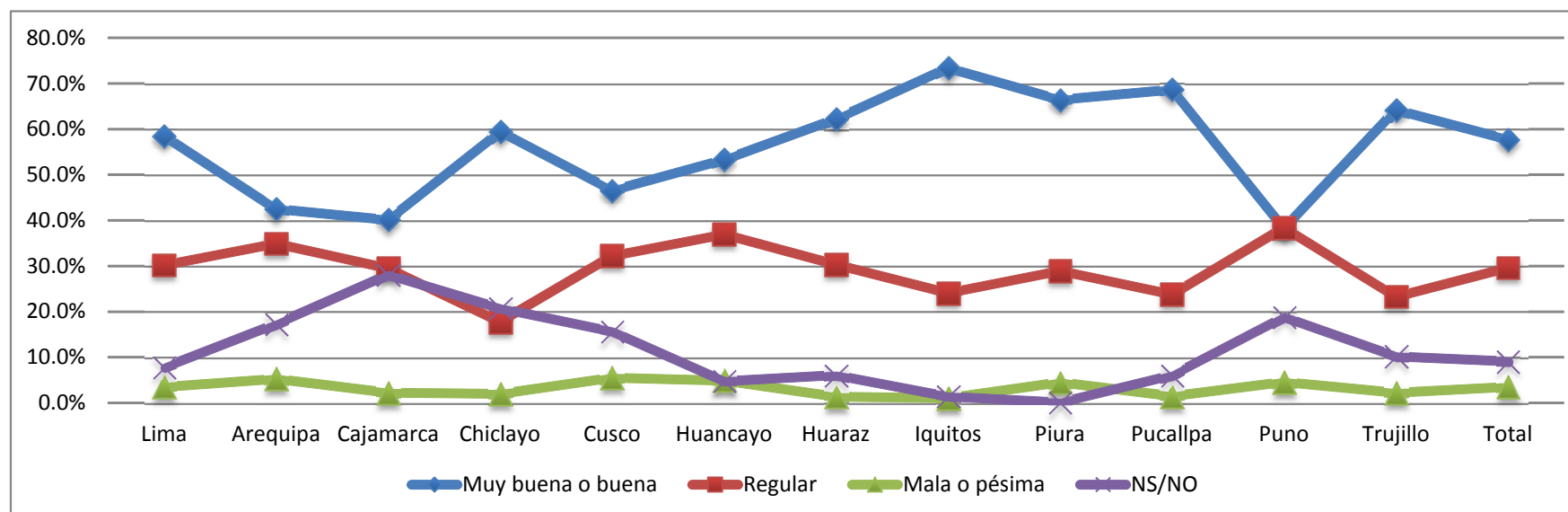
Frecuencia con la que ven TV Perú



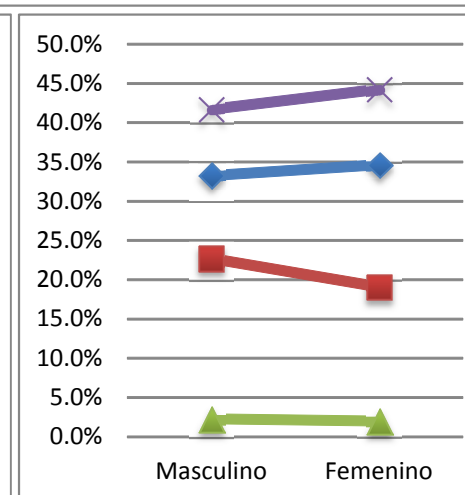
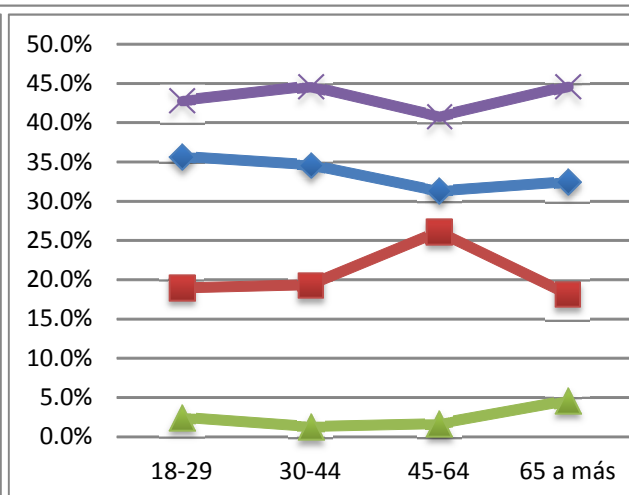
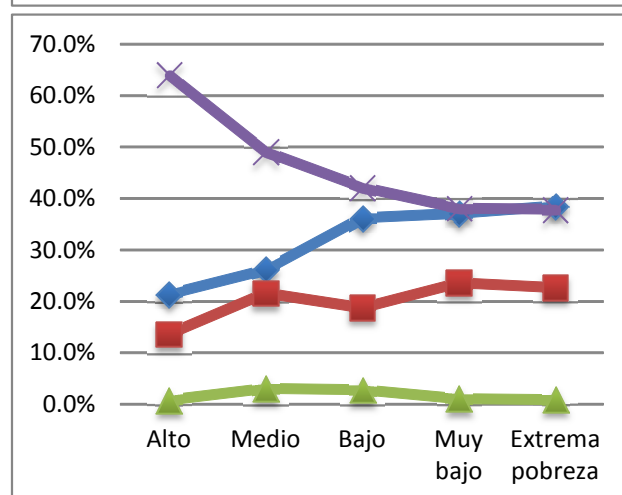
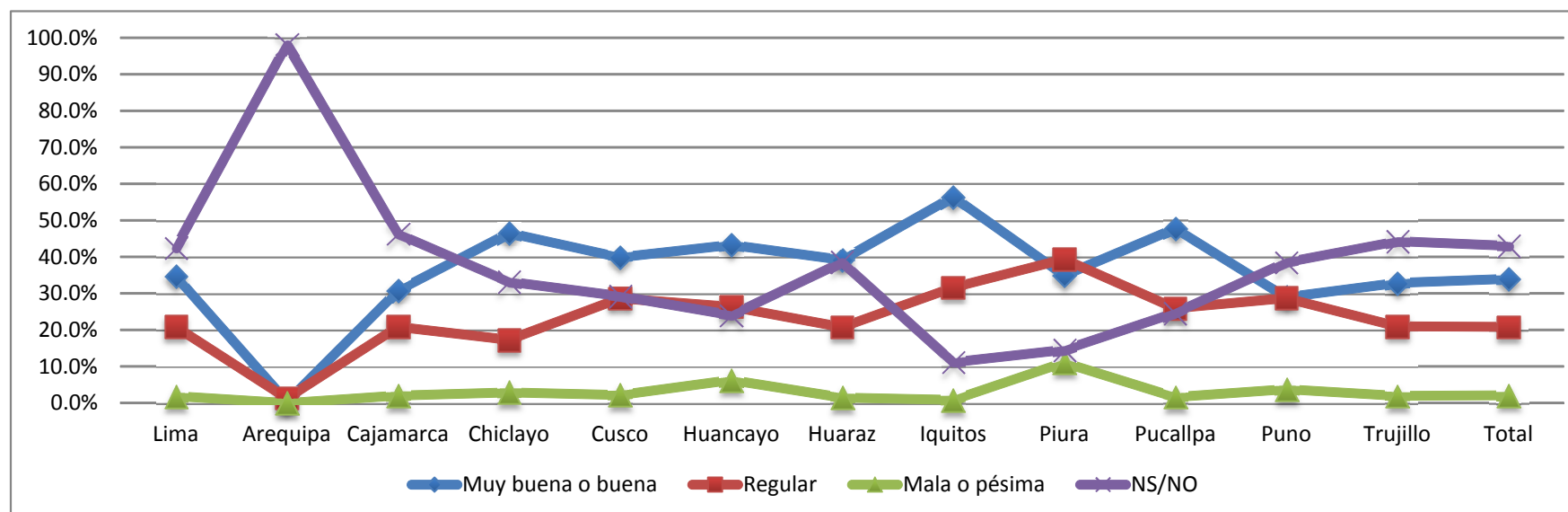
Frecuencia con la que escuchan Radio Nacional



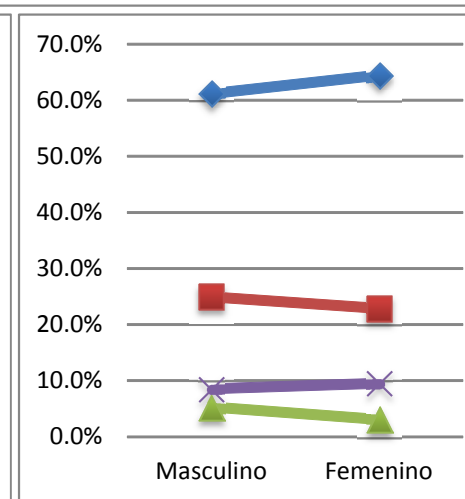
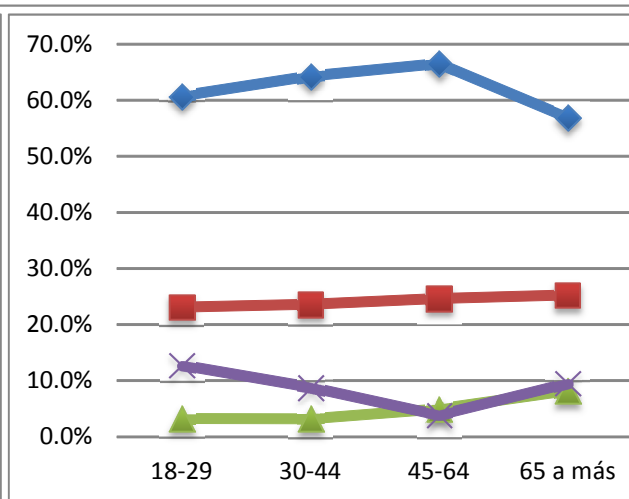
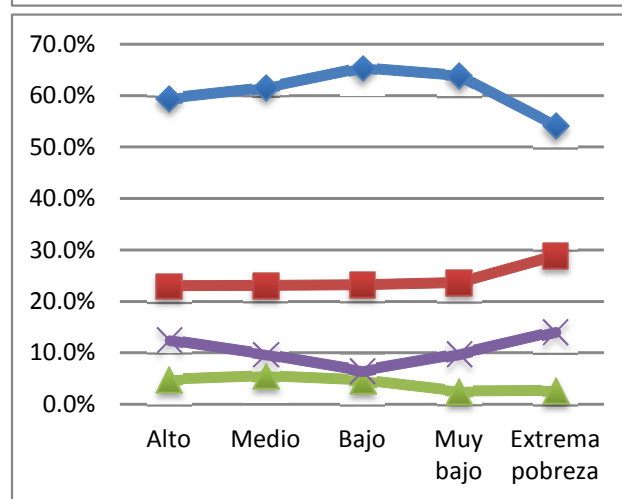
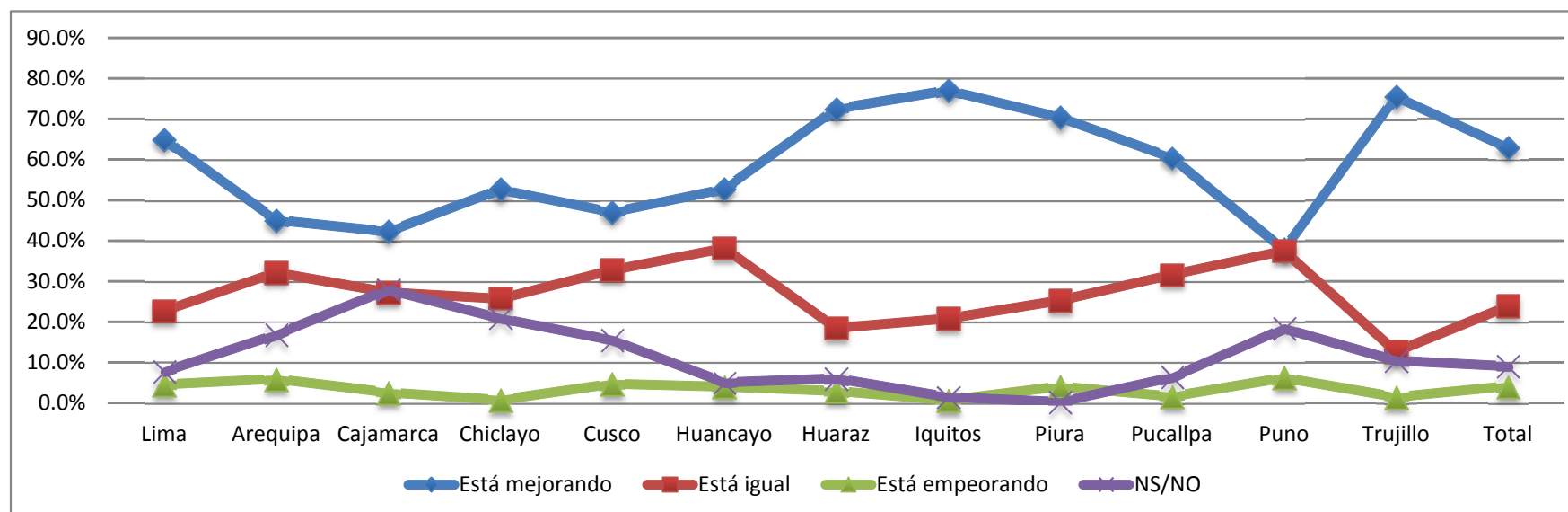
Calificación de la programación de TV Perú



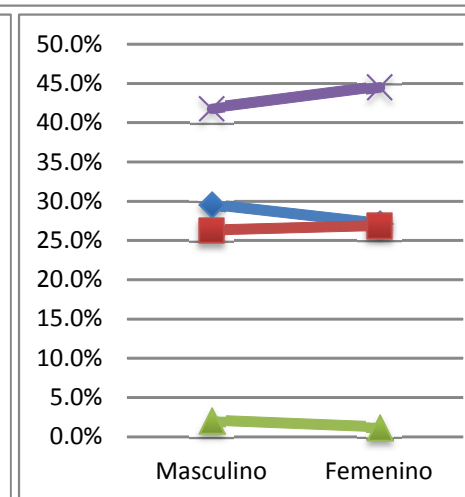
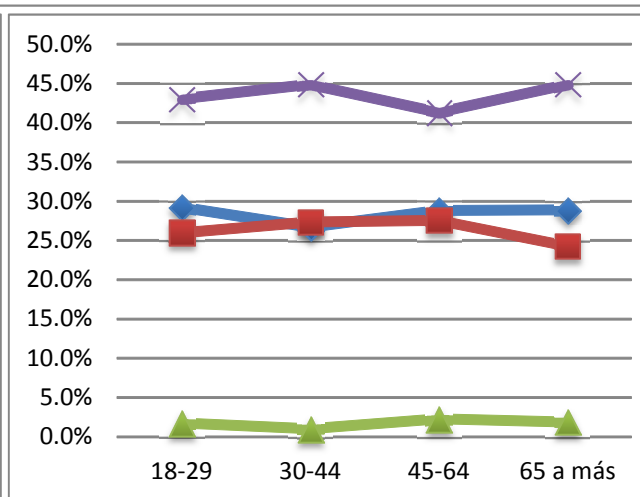
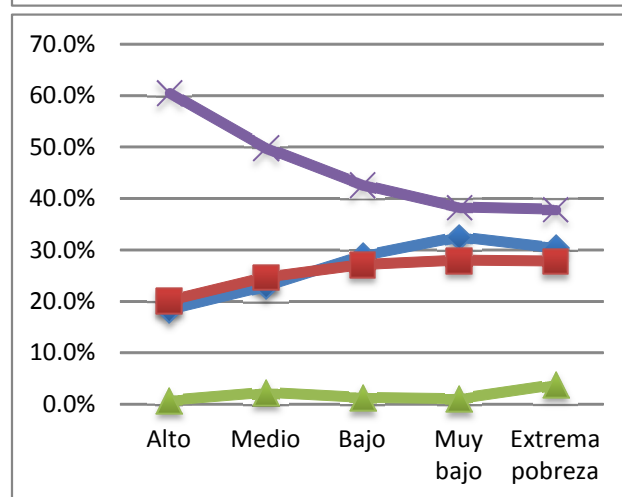
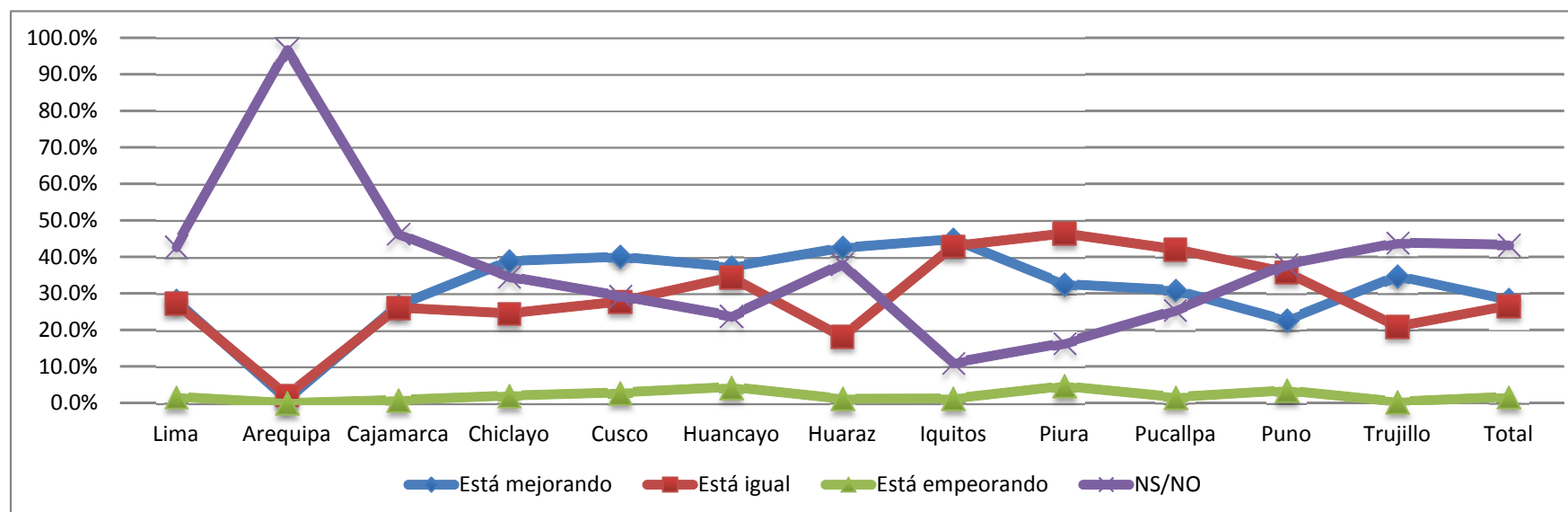
Calificación de la programación de Radio Nacional



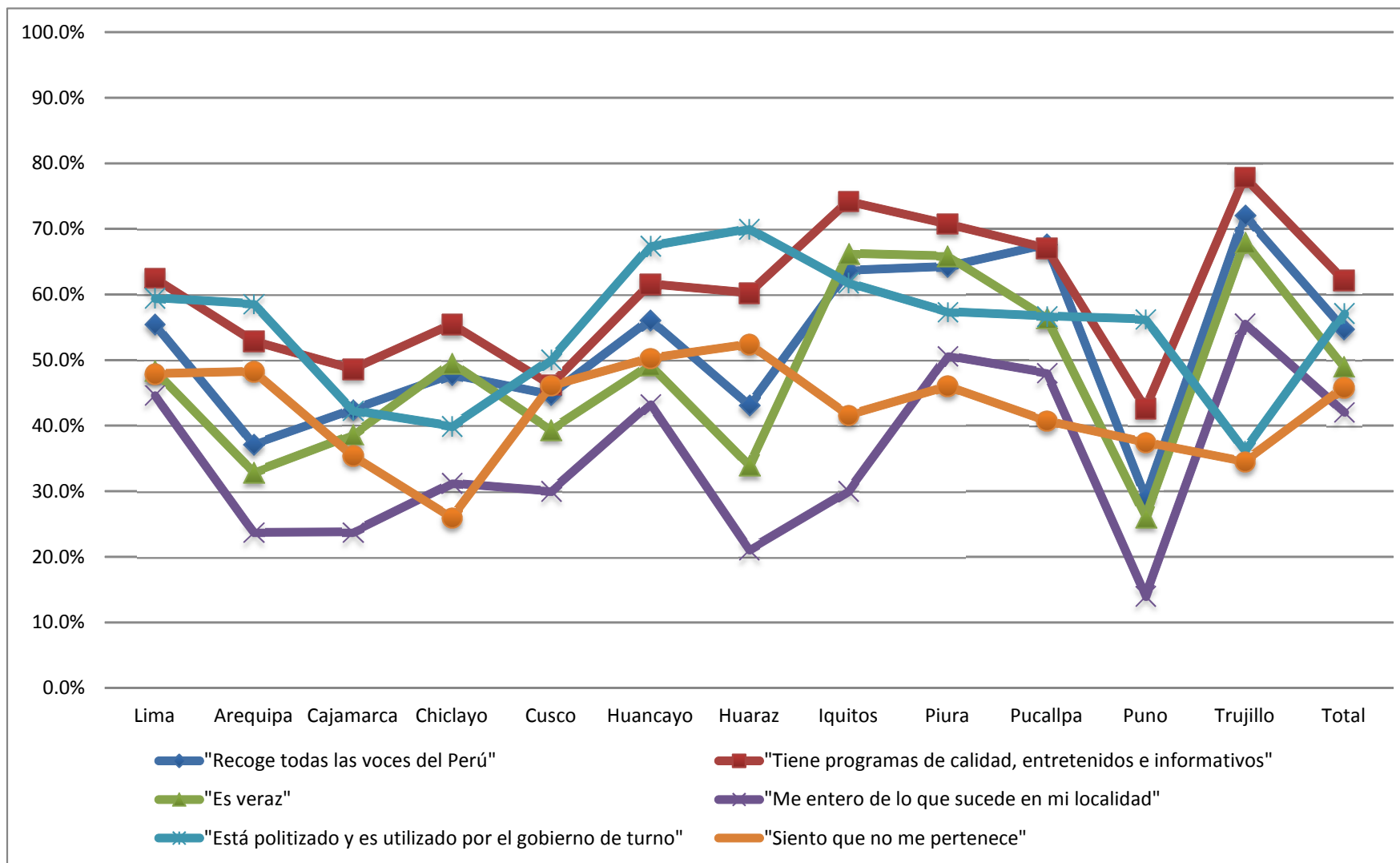
Percepción respecto de TV Perú



Percepción respecto de Radio Nacional

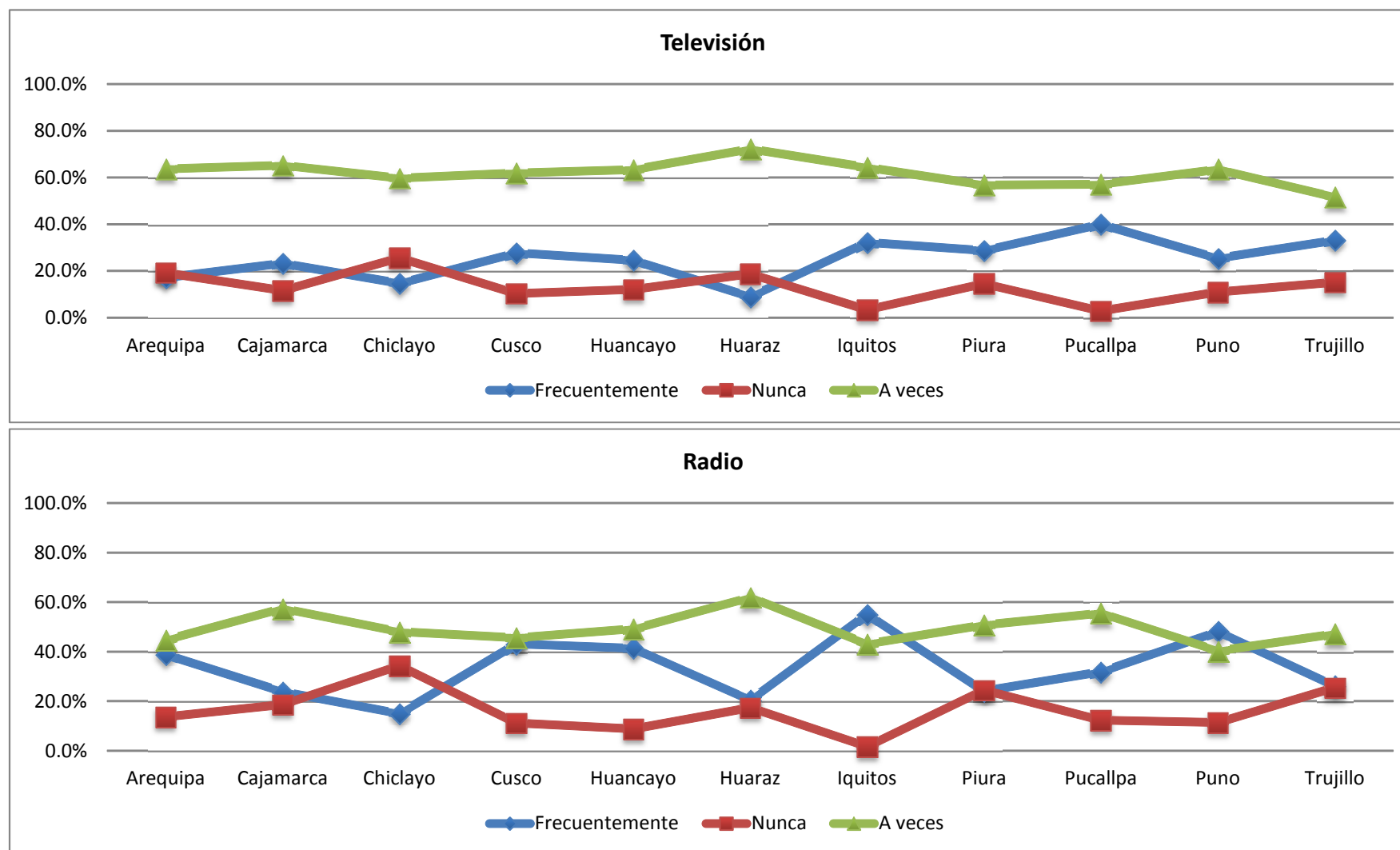


¿Con qué frases se encuentra 'totalmente de acuerdo' o 'de acuerdo' respecto de TV Perú?

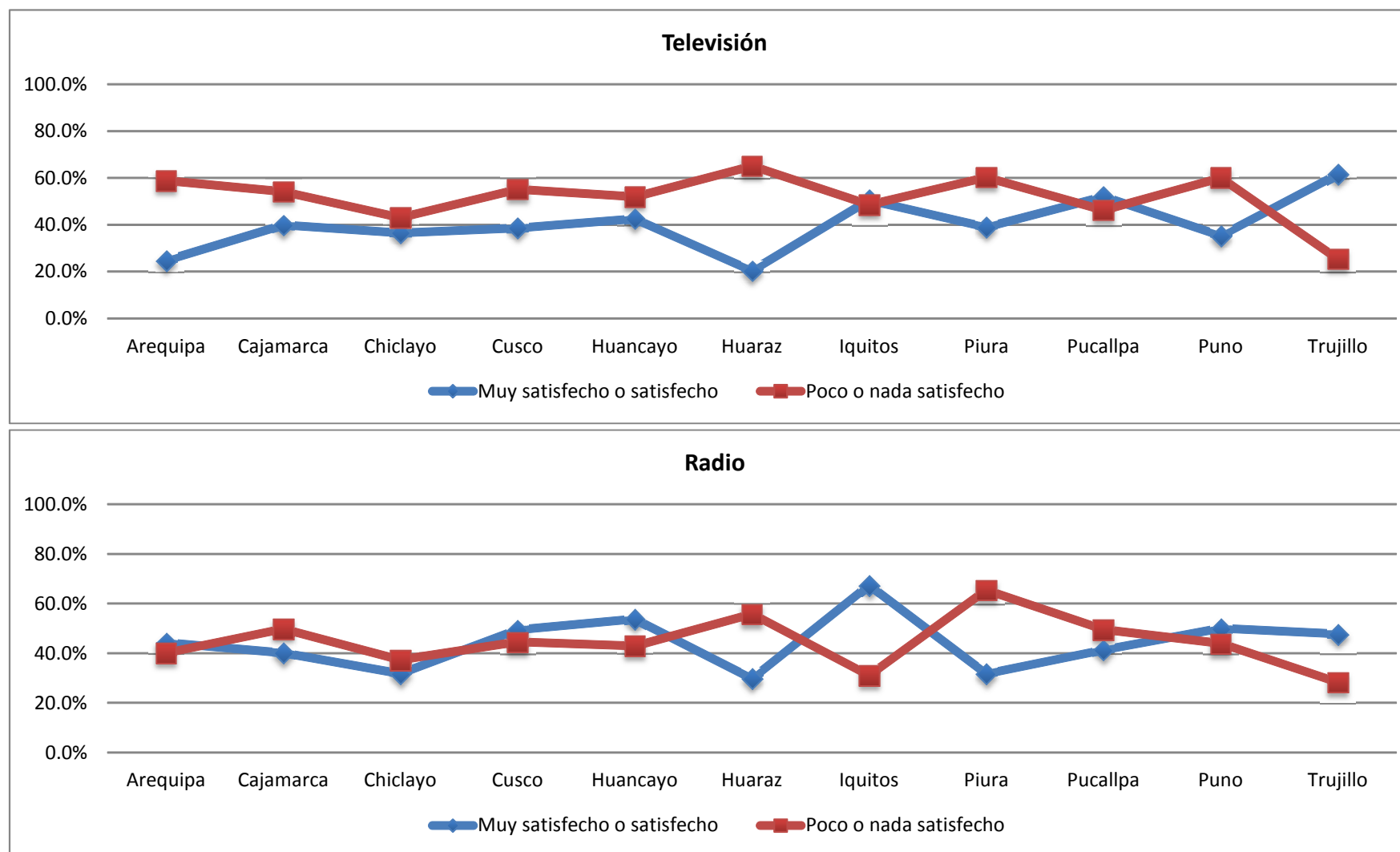


Radio y televisión local

Frecuencia con la que consumen radio y televisión de su localidad

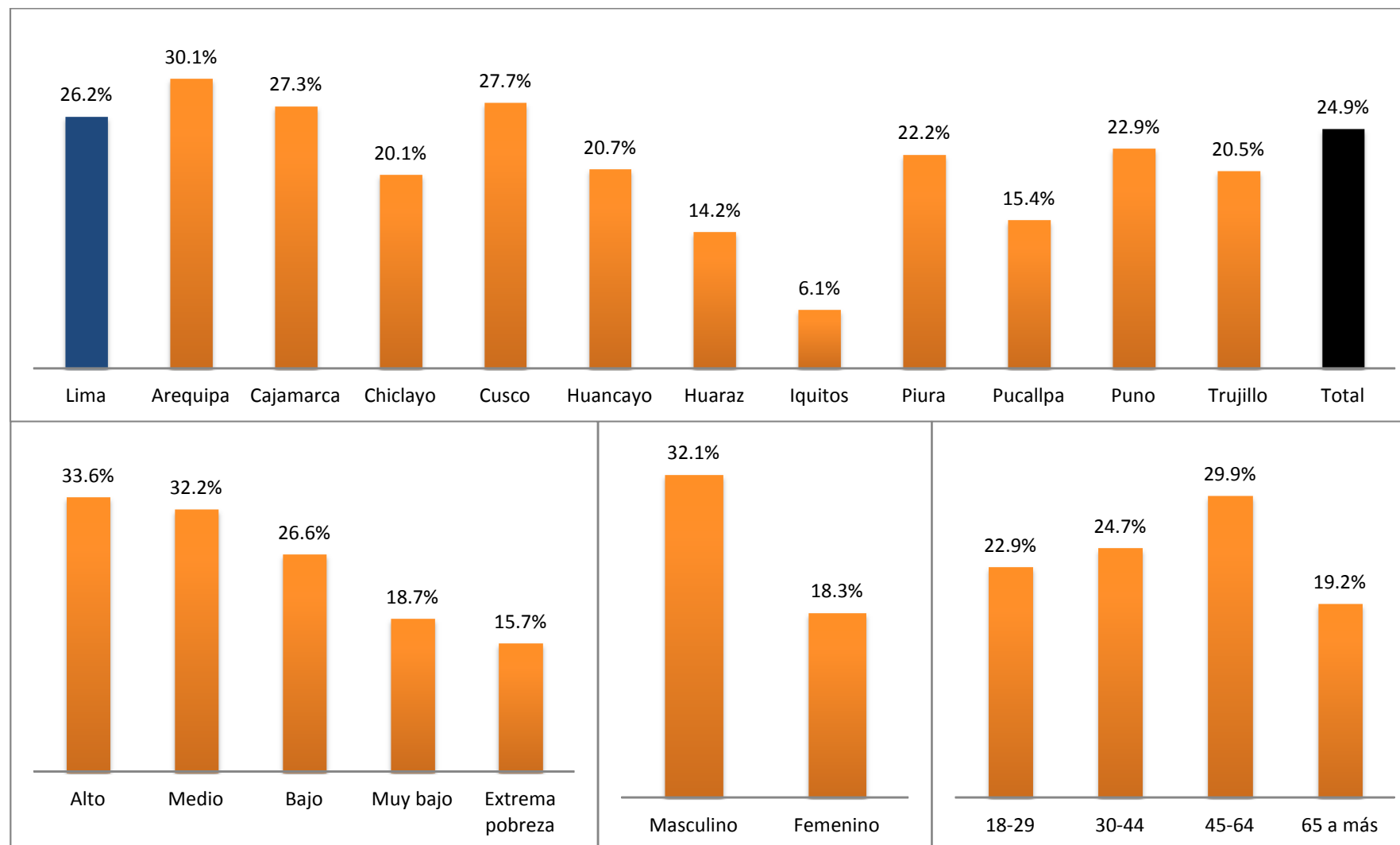


Grado de satisfacción con la radio y televisión de su localidad

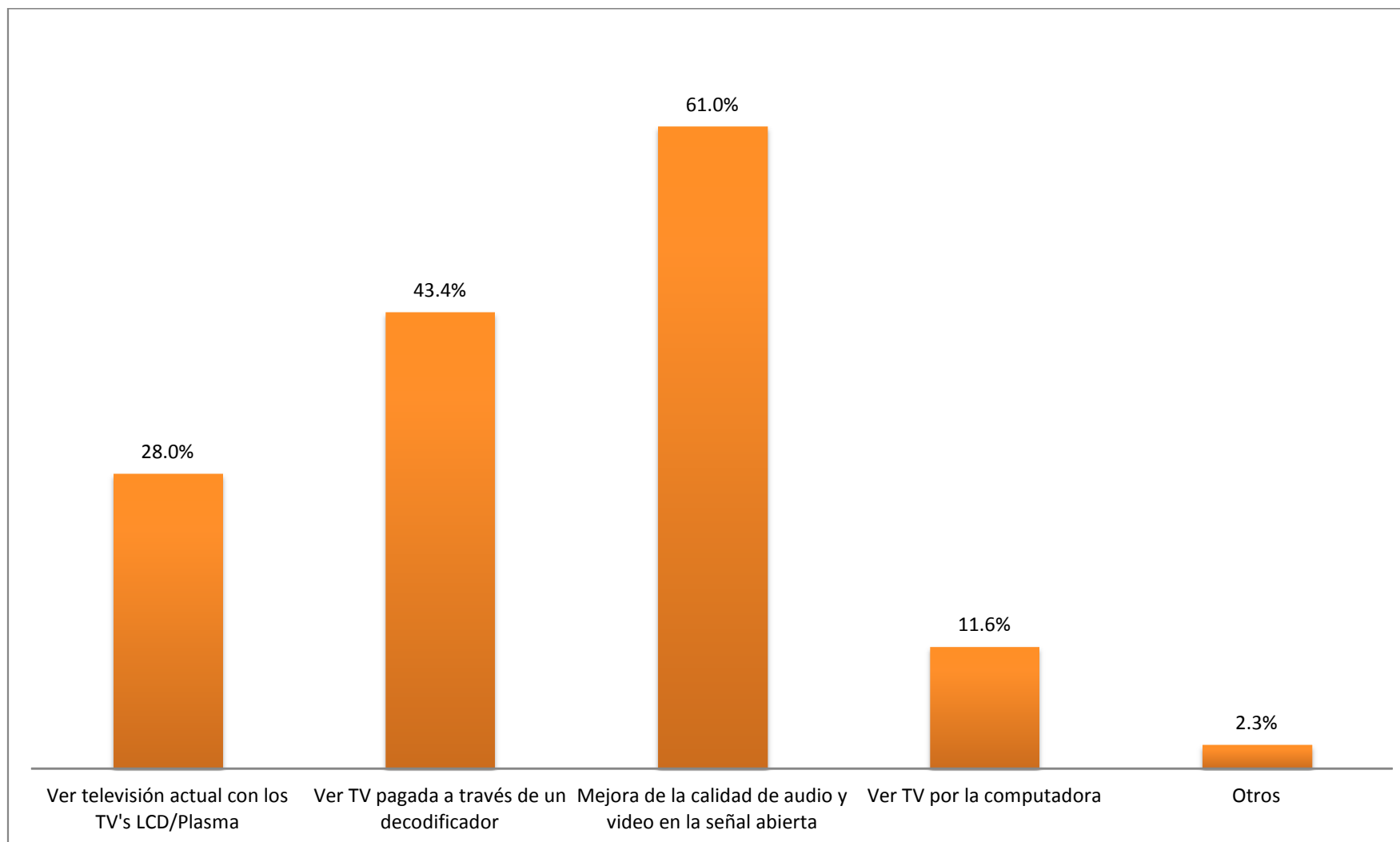


Televisión Digital Terrestre (TDT)

Ha escuchado sobre la Televisión Digital Terrestre (TDT)

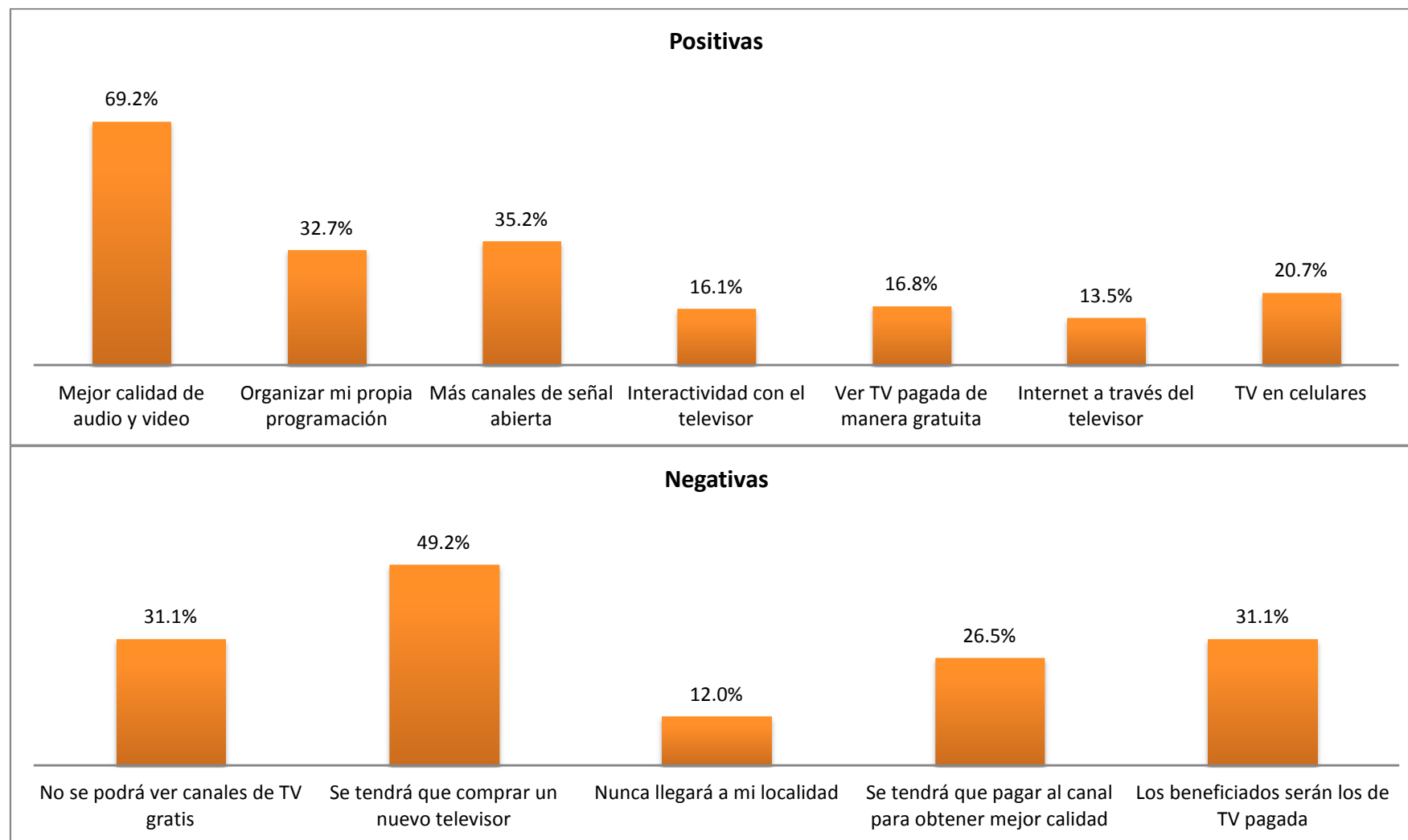


¿Qué entiende por Televisión Digital Terrestre?



Sobre los que escucharon hablar de TDT.

Consecuencias de la Televisión Digital Terrestre



Sobre los que escucharon hablar de TDT.



DOCUMENTO ELABORADO POR EL ÁREA DE COMUNICACIONES E IMAGEN DEL

CONSEJO CONSULTIVO DE RADIO Y TELEVISIÓN

LIMA - PERÚ | MARZO DE 2010

WWW.CONCORTV.GOB.PE