



**CONSUMO RADIAL Y TELEVISIVO
2015**

FICHA TÉCNICA

Estudio realizado por Lima Consulting a pedido del CONCORTV.

Periodo de campo: Lima (mayo y junio de 2015), Provincia (junio y julio de 2015).

Cobertura: 21 ciudades del Perú (Lima y Callao, Arequipa, Ayacucho, Cajamarca, Chiclayo, Chimbote, Cusco, Huancayo, Huánuco, Huaraz, Ica, Iquitos, Juliaca, Moquegua, Piura, Pucallpa, Puno, Tacna, Tarapoto, Trujillo y Tumbes).

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

Muestra: 9.266 personas: 1.121 en Lima y Callao y aproximadamente 407 en cada una de las 20 ciudades restantes.

Margen de error: $\pm 1.01\%$, asumiendo la máxima dispersión en los resultados ($p=q=0.5$) y una confiabilidad del 95%.

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

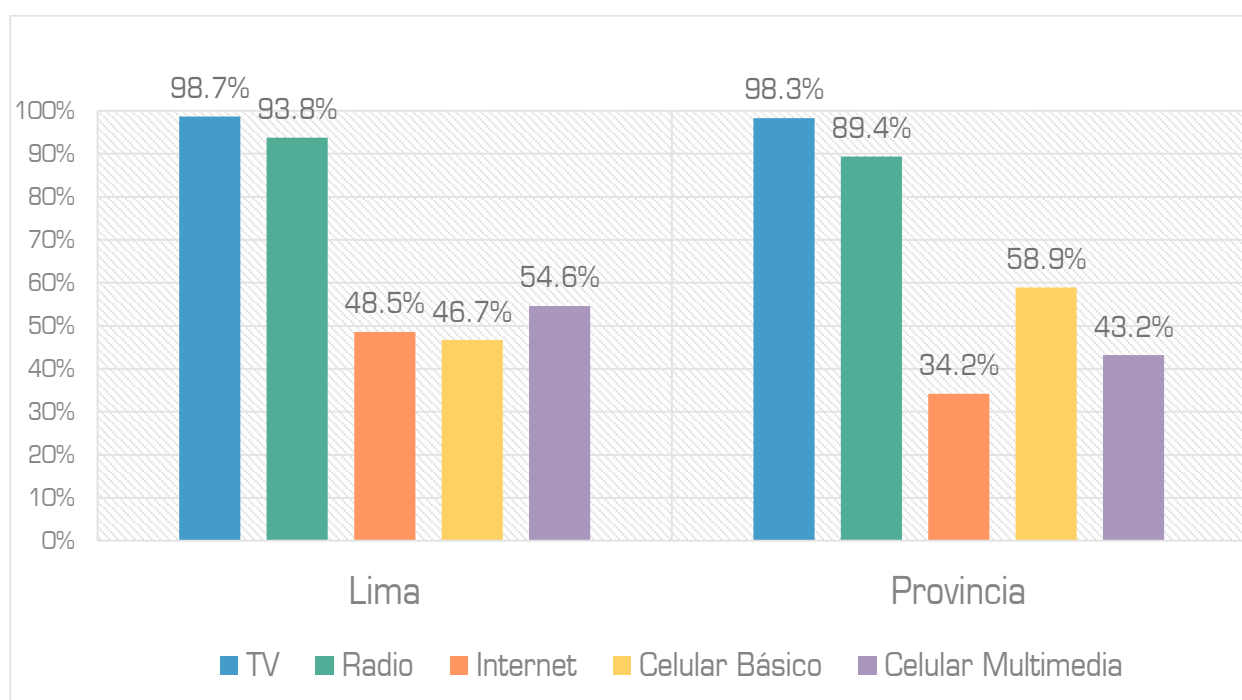
Las referencias a un estudio anterior corresponden al Estudio de actitudes, hábitos y opinión sobre la radio y televisión en el Perú realizado en el 2013 por Ad Rem S.A.C a pedido del CONCORTV. Más información en www.concortv.gob.pe.

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

1. TENENCIA DE EQUIPOS Y SERVICIOS

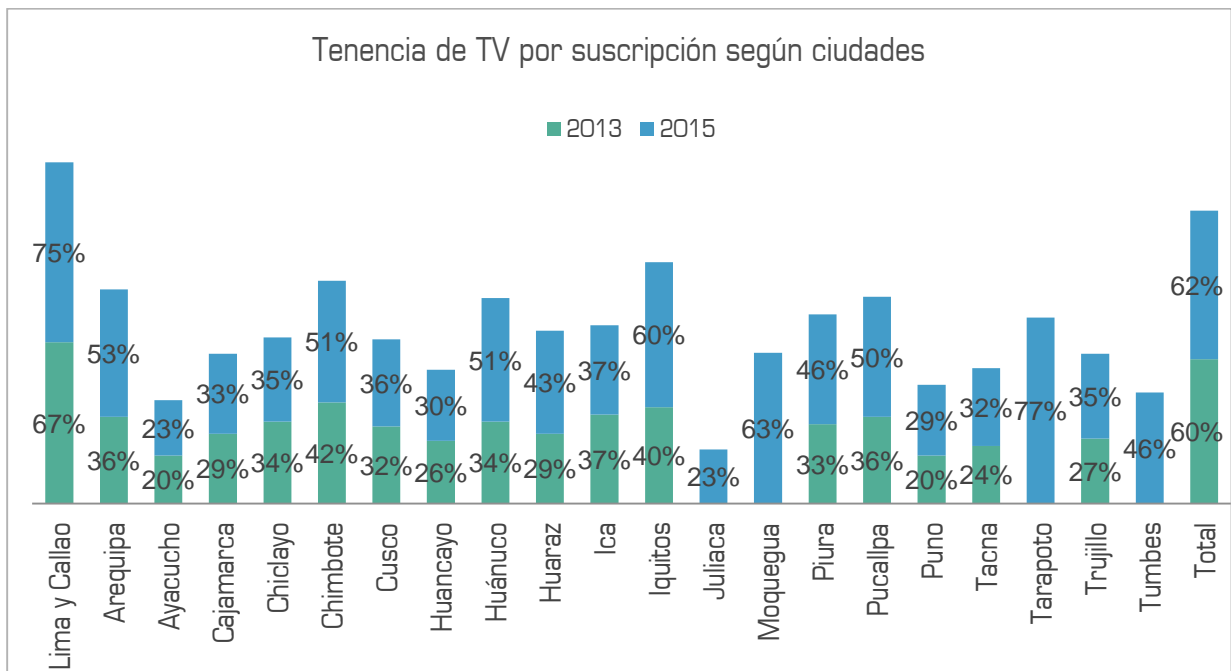
A nivel nacional, el televisor (98.5%), el celular (93.2%) y la radio (92%) son los equipos más presentes en los hogares peruanos. Entre Lima y provincia, la mayor diferencia se da respecto a la tenencia de Internet, siendo mayor en la ciudad de Lima (48.5%).

“En el Perú, el equipo más presente en los hogares, después de la cocina, es el televisor: Lima (98.7%) Provincia (98.3%)”

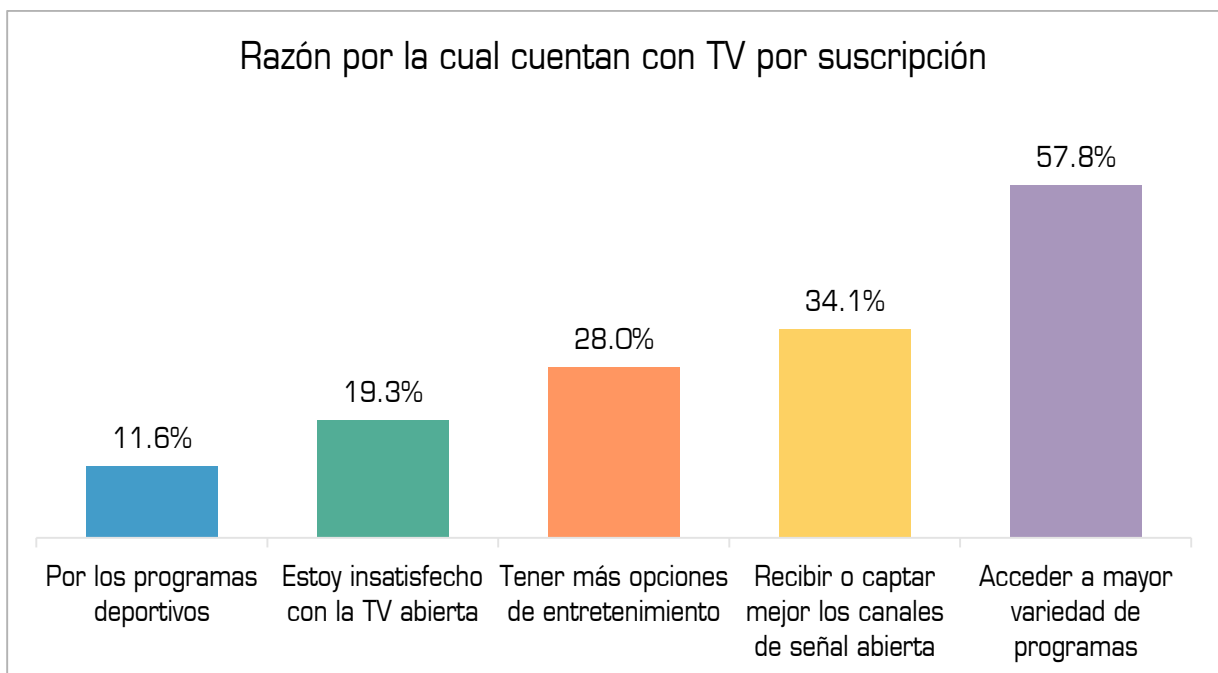


La tenencia de la televisión por suscripción se incrementó en 2% a comparación de hace dos años, siendo Iquitos (+20.3%), Arequipa (+17.4%), Huánuco (+17.4%) y Pucallpa (+14%) las ciudades con mayor crecimiento. Las principales razones por las que cuentan con este servicio son: la variedad de programas (58%), mejor captación de los canales (34%), el entretenimiento (28%) y porque están insatisfechos con la programación nacional (19%).

“El 62% de los encuestados cuenta con TV pagada en su hogar, principalmente para tener una programación más variada (58%)”



En el estudio de 2013 en referencia no se investigaron las ciudades de Juliaca, Moquegua, Tarapoto y Tumbes.

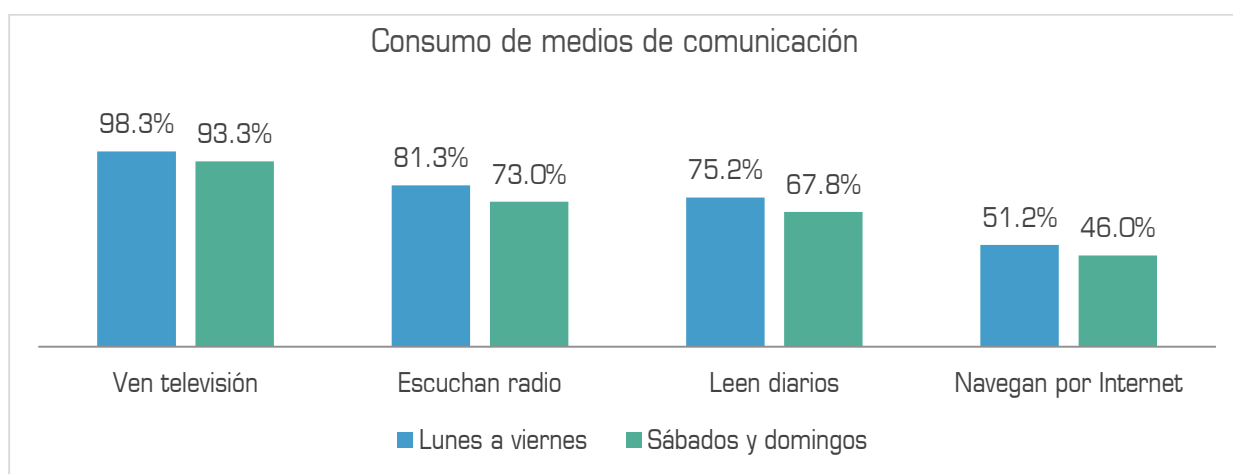


Respecto de los que tienen TV pagada.

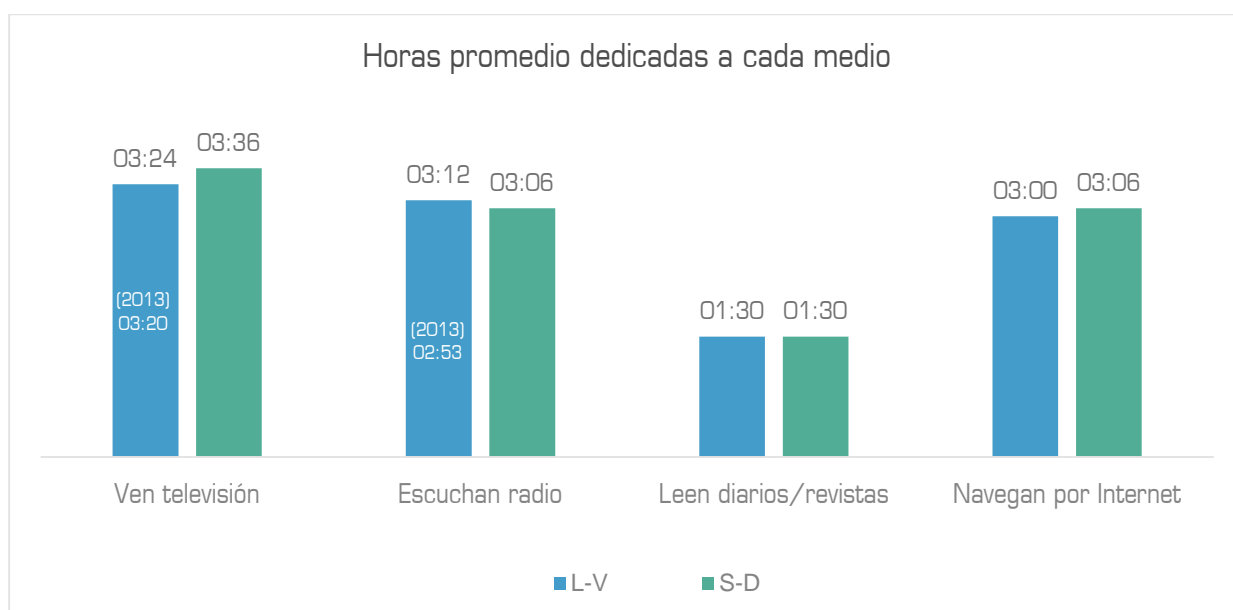
2. HÁBITOS DE CONSUMO DE MEDIOS

A nivel nacional, la televisión es el medio de comunicación de mayor consumo, llegando a alcanzar el 100% en ciudades como Piura, Trujillo y Pucallpa. A comparación de 2013, el uso de Internet ha crecido en 7% (de lunes a viernes) y en 6% (sábados y domingos), mientras que el consumo de radio disminuyó en 4% (de lunes a viernes) y en 8% (sábados y domingos).

“El consumo de Internet (de lunes a viernes) ha crecido en 7% a comparación de 2013”



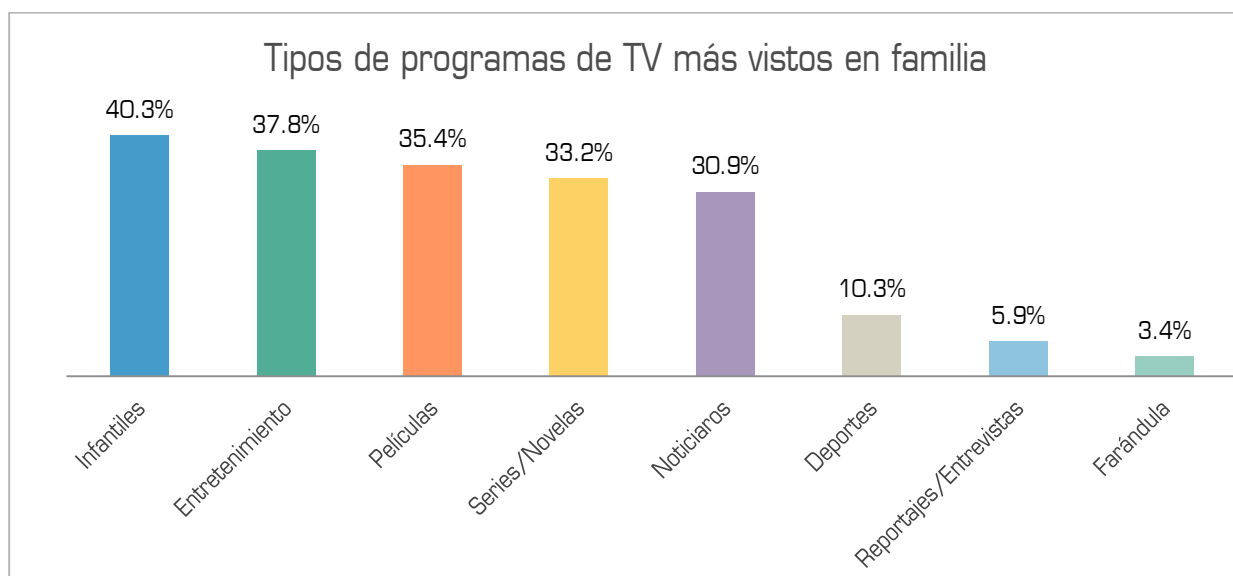
En el caso de los fines de semana, las ciudades con mayor consumo de televisión son Huaraz (97%), Ica (97%) y Pucallpa (95.4%) y las de menor consumo son Puno (78.5%), Cusco (87%) y Juliaca (87.3%).



Entre ver televisión, escuchar radio, leer diarios/revistas y navegar por Internet, los peruanos dedican alrededor de 10 horas diarias al consumo de medios de comunicación.

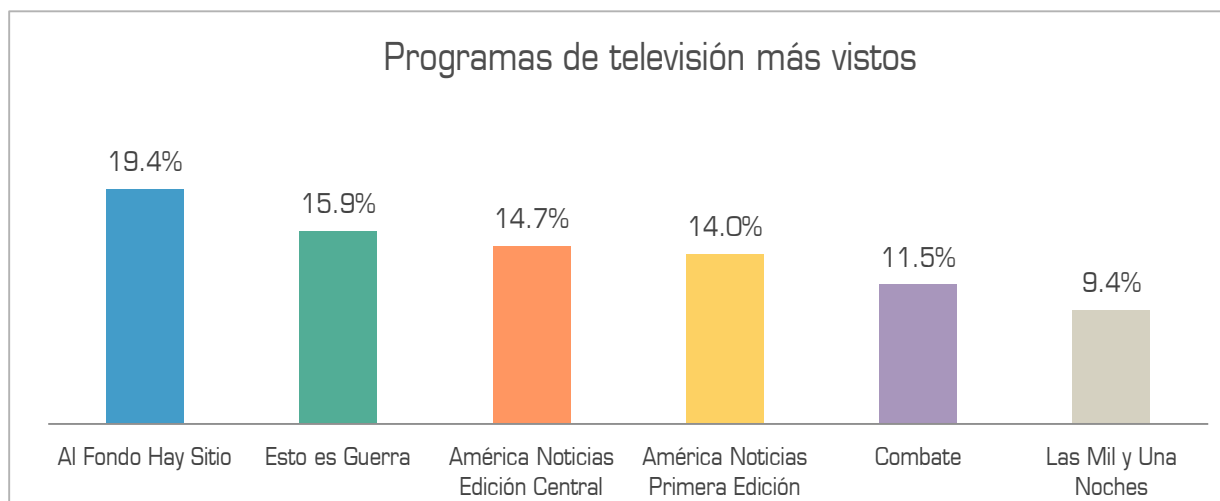
“Los peruanos le dedican más de 10 horas diarias al consumo de medios de comunicación”

Los principales tipos de programas de TV que se ven en familia son los infantiles (40.3%), de entretenimiento (37.8%), películas (35.4%), series/miniseries/novelas (33.2%) y noticiarios (30.9%).



Respecto a los que ven TV en familia. Entrevistados que tienen niños menores de 14 años.

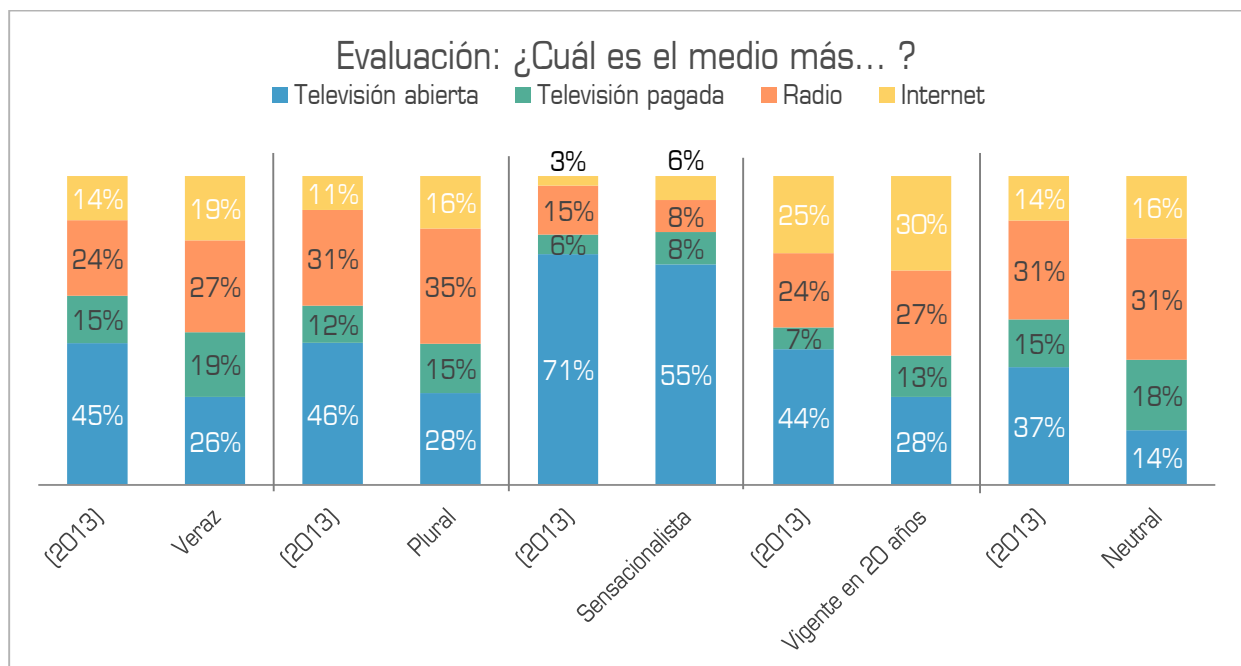
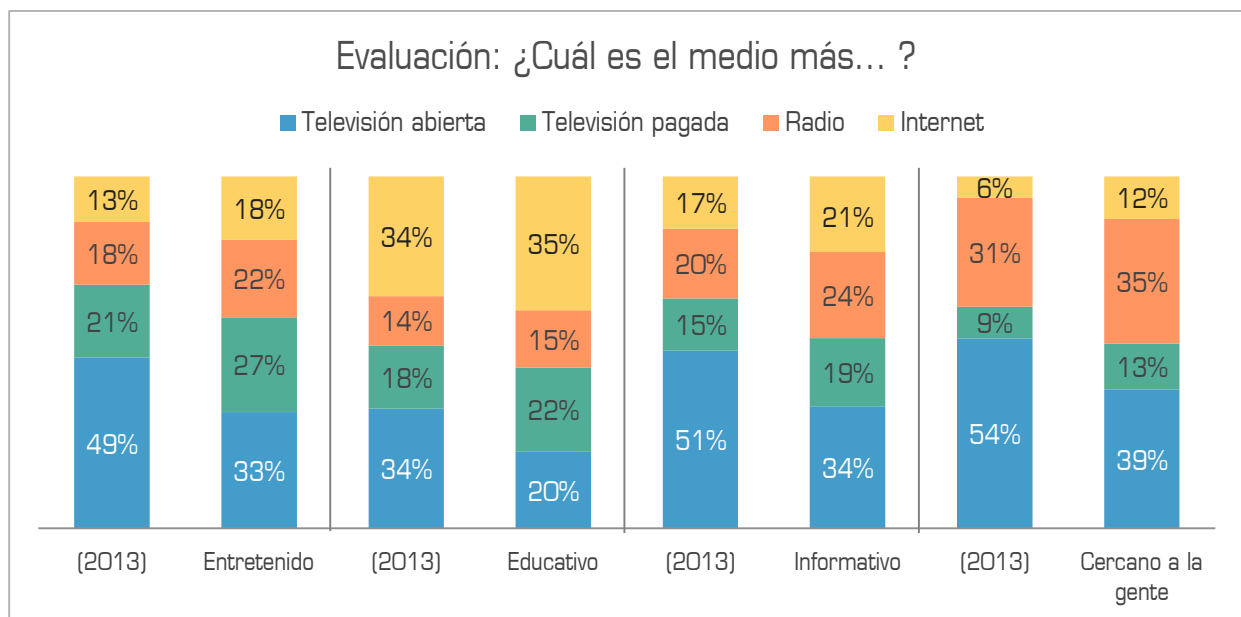
Al preguntar a los entrevistados por los programas de televisión más vistos, mencionaron en primer lugar a “Al Fondo Hay Sitio” (19%), seguido de “Esto es Guerra” (16%), América Noticias Edición Central (15%), y América Noticias Primera Edición (14%).



En la radio, los programas más escuchados en familia son los musicales (85%), noticiarios (51%) y programas de entretenimiento (7%); existen casos puntuales donde los noticiarios obtuvieron un porcentaje más alto que los programas musicales, por ejemplo, en las ciudades de Iquitos (60%) y Puno (73%).

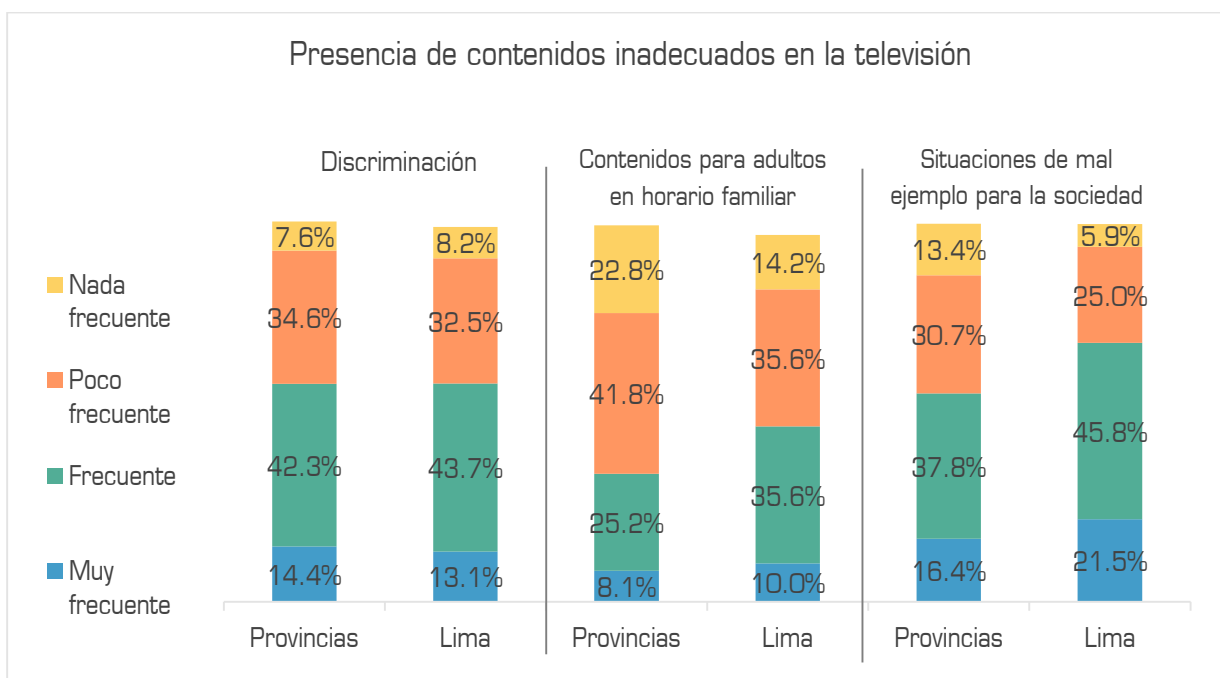
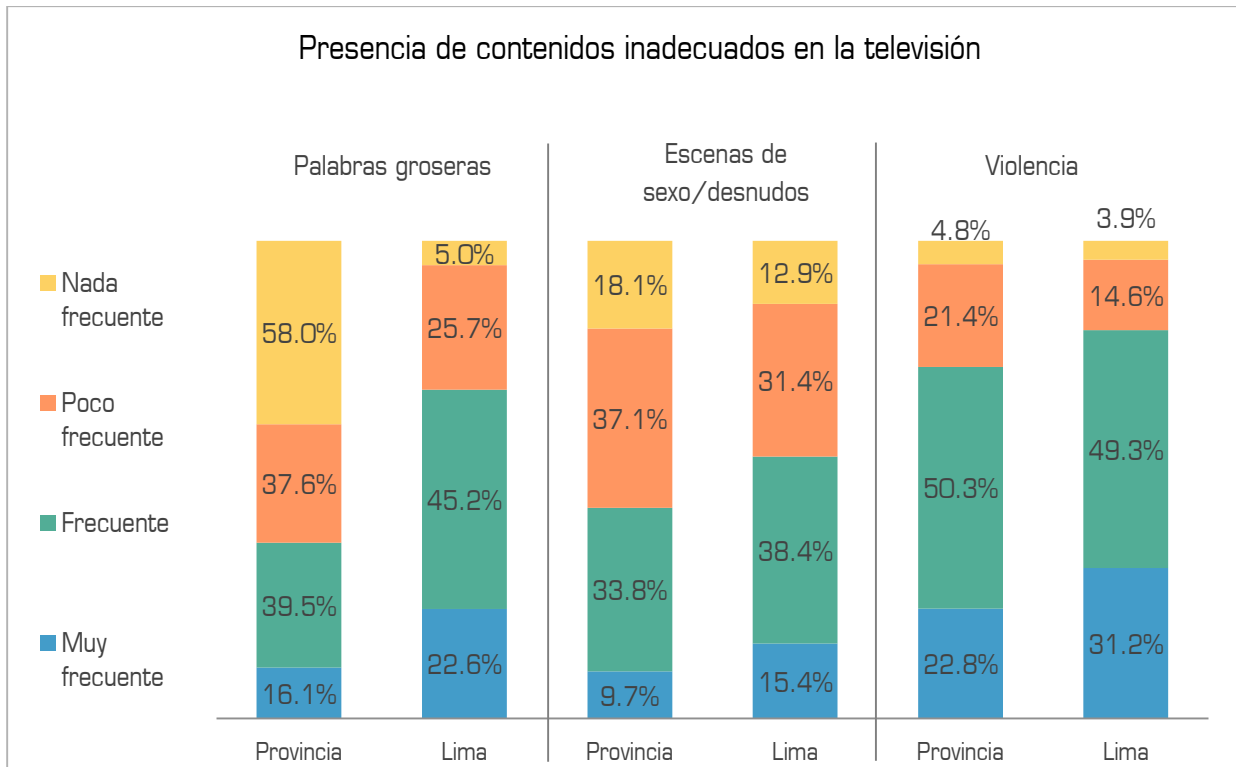
3. EVALUACIÓN DE MEDIOS

Existen significativos cambios respecto a la evaluación de la TV a comparación de los resultados de 2013, presentando un decrecimiento considerado en cuanto a valoraciones positivas como “el medio más neutral” (-23%), veraz (-19%), plural (-18%), “el más informativo” (-17%), “el que seguirá vigente en 20 años” (-16%), “el más entretenido” (-16%), “cercano a la gente” (-15%), y “el más educativo” (-14%).



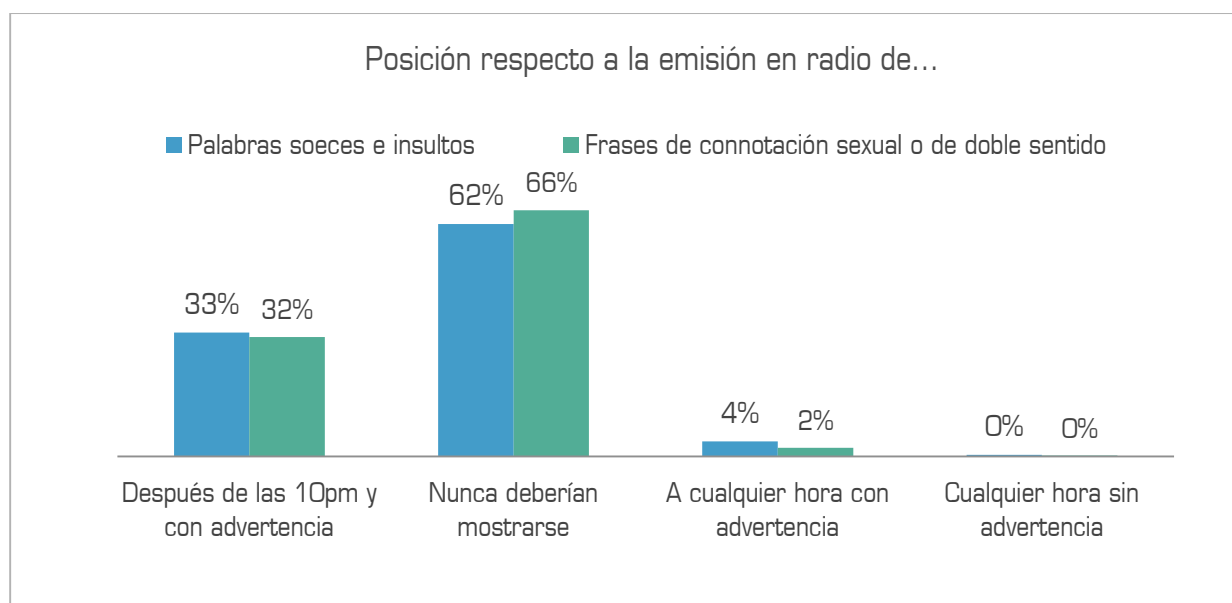
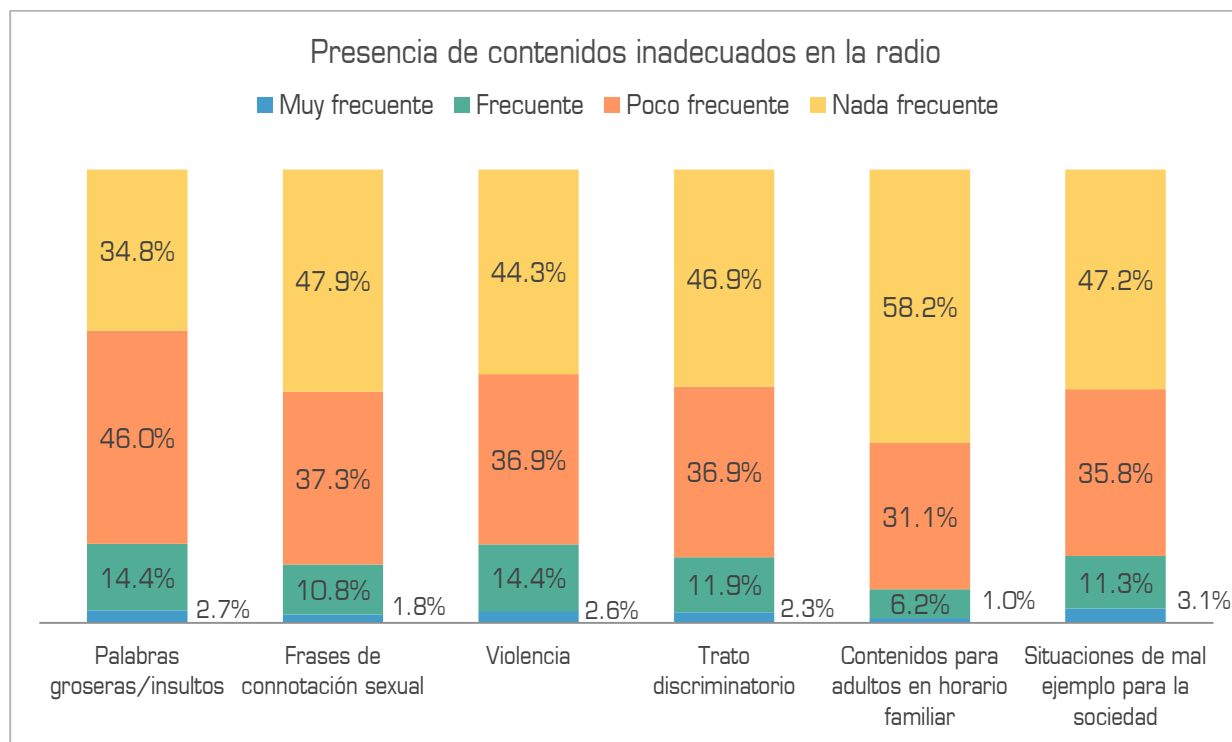
“La televisión es considerada el medio más entretenido y sensacionalista, Internet, el medio más educativo, y la radio, el más cercano”

A nivel nacional, son vistos de manera frecuente y muy frecuente en la TV los siguientes contenidos: violencia (78%), palabras groseras/insultos (63%), situaciones de mal ejemplo para la sociedad (62%), trato discriminatorio (57%), escenas de sexo/desnudos (50%) y contenidos para adultos en horario familiar (40%).



Respecto a la violencia, para el 60% de los encuestados solamente debería difundirse después de las 10 p.m. y con advertencia, mientras que para el 31% nunca debería emitirse en televisión, este porcentaje se eleva en ciudades como Cajamarca (65%), Ayacucho (62%), y Juliaca (50%).

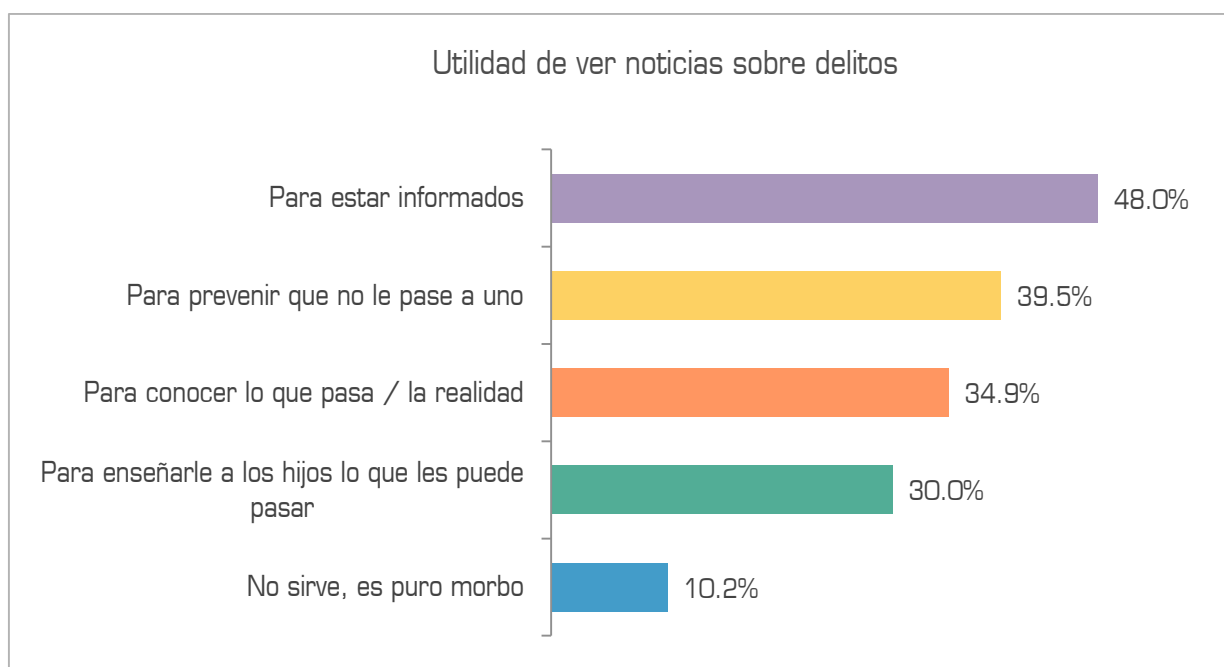
En la radio, los contenidos inadecuados con mayor presencia son las palabras groseras/insultos (17%), violencia (17%), situaciones de mal ejemplo para la sociedad (14%), trato discriminatorio (14%), y frases de connotación sexual (13%).



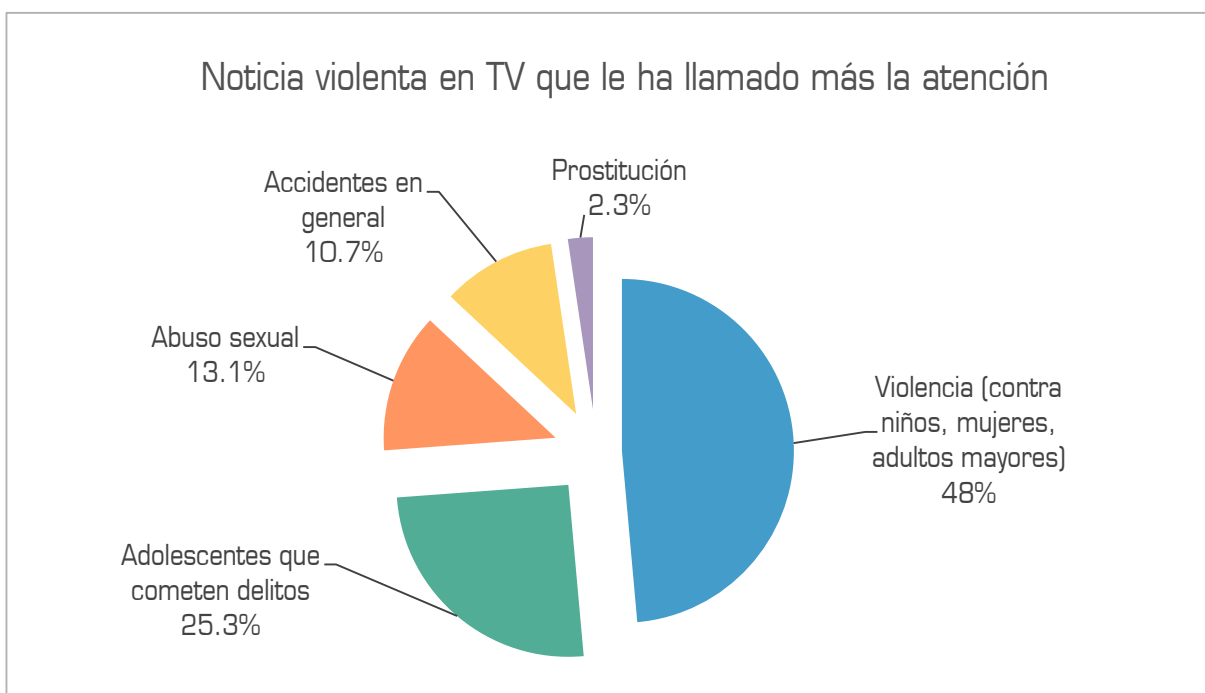
Para el 62% de los encuestados las palabras soeces e insultos nunca deberían emitirse en la radio, siendo más pronunciado en ciudades como Piura (78%) y Tumbes (76%), en los niveles socioeconómicos A (68%) y B (66%), en las mujeres (69%) y en las personas adultas mayores (75%).

“El 66% de peruanos considera que nunca deberían emitirse frases en doble sentido en la radio”

Del mismo modo, el 66% de los encuestados considera que las frases de connotación sexual o de doble sentido nunca deberían emitirse en la radio. Dicha cifra se incrementa en ciudades como Ayacucho (91%) y Huancayo (83%), en los niveles socioeconómicos D (71%) y E (65%), en las mujeres (73%) y en las personas adultas mayores (78%).

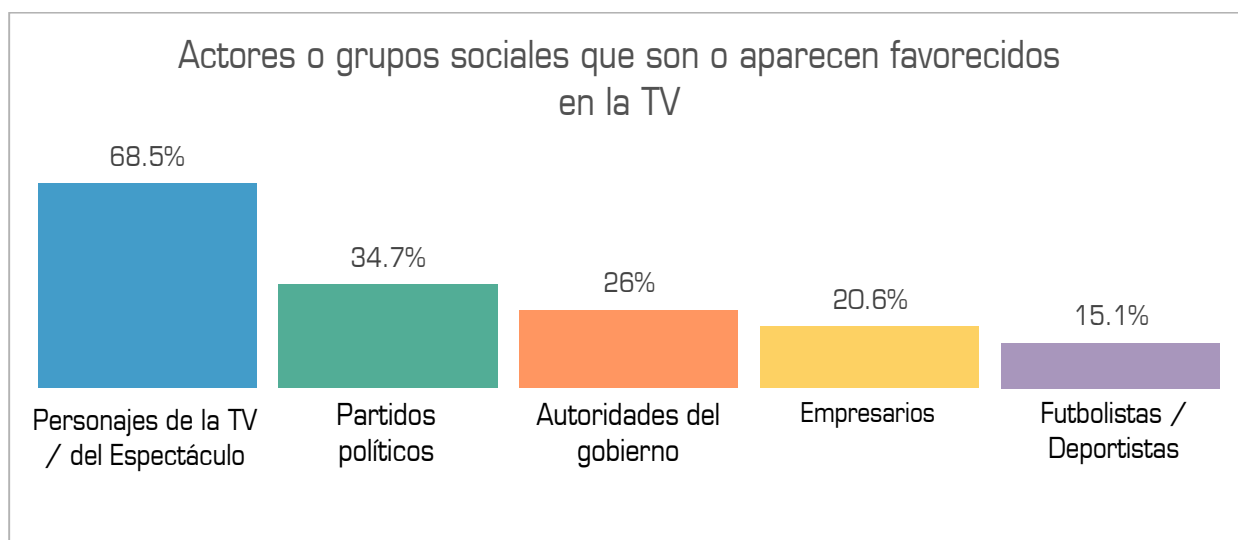


El 48% de peruanos opina que ver noticias sobre delitos contra las personas sirve para estar informados. Esta cifra se incrementa en ciudades como Cajamarca (67%), Ayacucho (66%), y Chiclayo (64%); en los niveles socioeconómicos A (53%) y E (49%), en los hombres (49%) y en los adultos mayores (54%). El 10% de la población peruana no le encuentra utilidad a las noticias sobre delitos, calificándolas de morbosas.

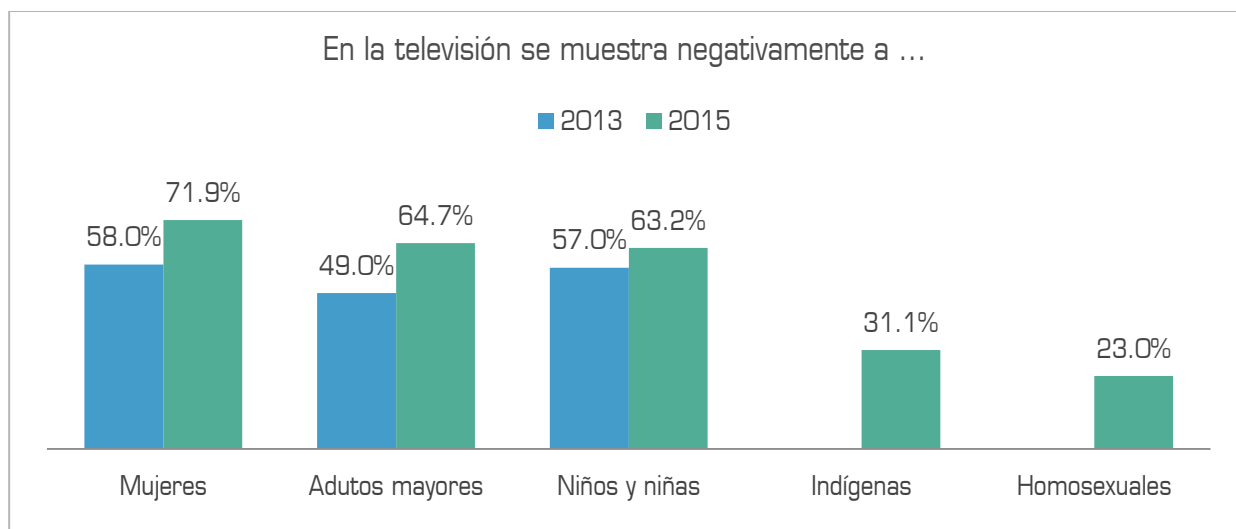


Las noticias sobre violencia que han llamado más la atención de los ciudadanos son sobre casos de violencia contra niños, mujeres y adultos mayores (48%), y las noticias sobre adolescentes que cometen delitos (25%).

“El 69% de peruanos considera que los personajes del espectáculo aparecen favorecidos en la TV”



Para el 69% de encuestados los personajes de la TV o del espectáculo son quienes aparecen más favorecidos en la televisión. Dicha cifra se incrementa en ciudades como Ayacucho (78%), Iquitos y Piura (77%).

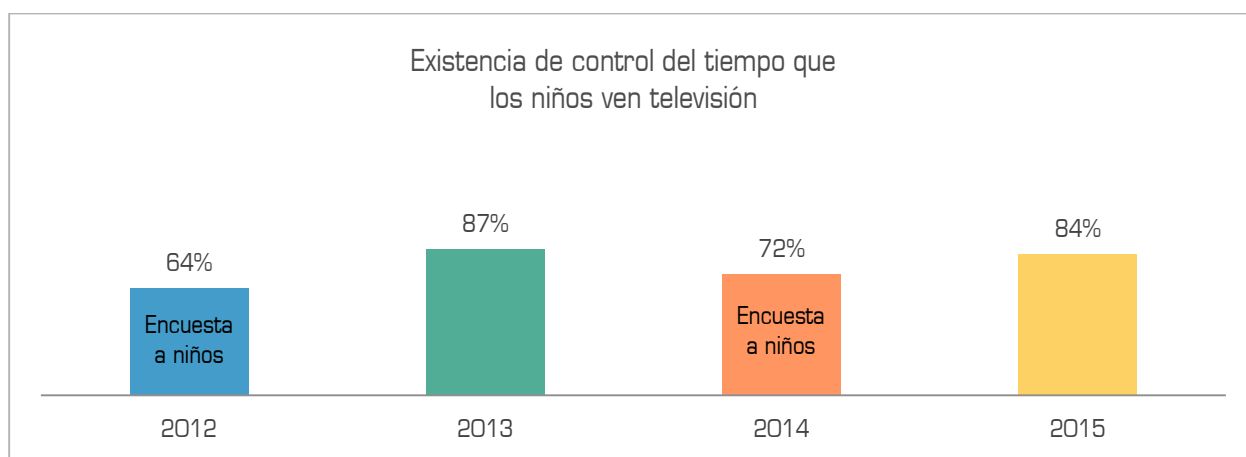


La percepción negativa de cómo la televisión muestra a los grupos sociales de mujeres, personas adultas mayores, y niños y niñas ha aumentado en comparación al 2013. En cuanto a los grupos de personas indígenas y homosexuales, esta percepción negativa se da en un 31% y 23%, respectivamente.

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

4. CONTROL PARENTAL

Del total de hogares que cuentan con menores de 14 años a nivel nacional, el 84% de los encuestados afirma que existe control en el hogar sobre el tiempo que los niños y adolescentes ven la televisión, una disminución del 3% a comparación de hace dos años. Este resultado contrasta con las respuestas de la misma pregunta formulada a los niños y adolescentes, quienes en una encuesta realizada en el 2014, solo el 72% afirmó que les habían puesto reglas o condiciones para ver televisión.

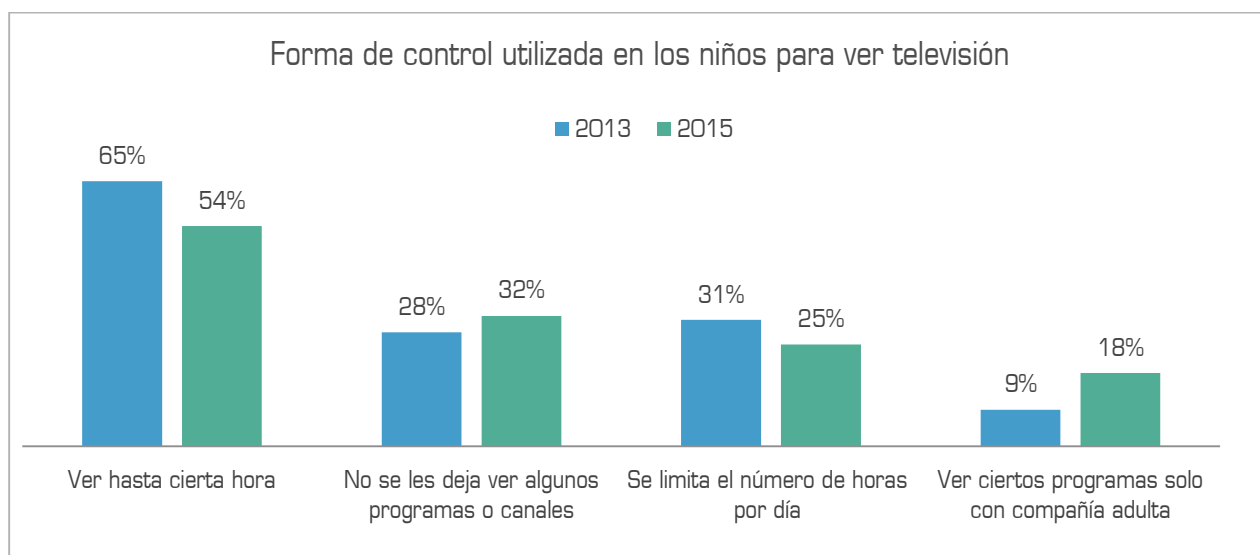


Respecto de los que tienen niños y adolescentes menores de 14 años en el hogar, equivalente al 63% del total de encuestados. *2012: Encuesta a niños y adolescentes sobre la radio y televisión realizada por Ad-Rem a pedido del CONCORDTV. *2014: Encuesta a niños (de 7 a 11 años) y adolescentes (de 12 a 16 años) sobre la radio y televisión realizada por Ad-Rem a pedido del CONCORDTV. Más información en www.concordtv.gob.pe.

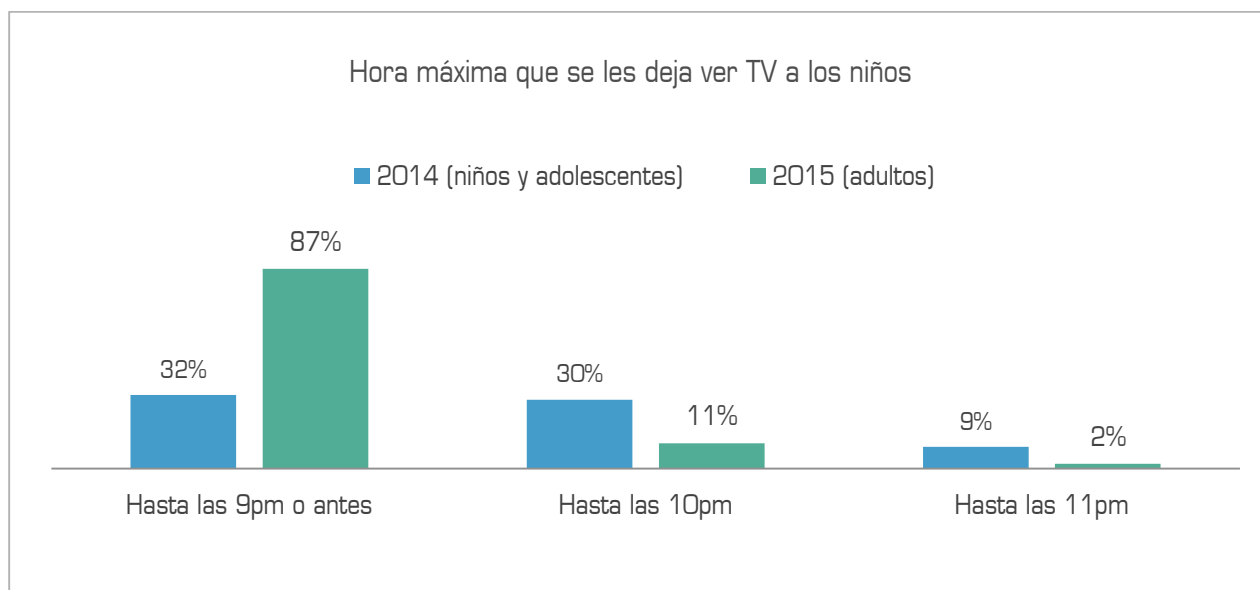
“El 84% de adultos afirma que existe control parental sobre el tiempo para ver la TV, pero solo el 72% de niños y adolescentes lo confirma”

Del total de hogares que cuentan con menores de 14 años a nivel nacional, el 64% de los encuestados afirma que existe control en el hogar sobre los tipos de programas que los niños y adolescentes ven en televisión.

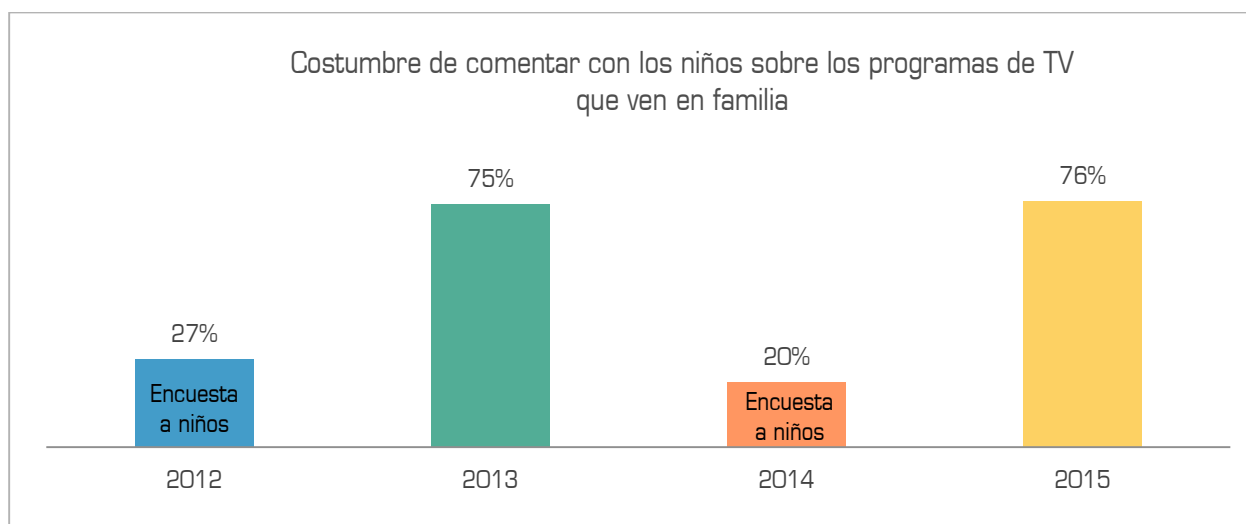
La principal forma de control utilizada en los niños y adolescentes es dejarlos ver la televisión hasta cierta hora (54%), principalmente hasta las nueve de la noche o antes (87%), aunque dicha cifra disminuye considerablemente cuando se les consulta a los propios niños y adolescentes (32%). El tipo de control a través del visionado de programas con compañía adulta ha aumentado de 9% a 18% en dos años.



Respecto de los que tienen menores de 14 años en el hogar y en los que existe algún tipo de control. En el estudio de 2013 en referencia no se consideró la alternativa “solo ver programas infantiles/dibujos animados”.



El 76% de los encuestados asegura que tiene la costumbre de comentar con los niños sobre los programas de televisión que ven en familia, una disminución del 1% a comparación de hace dos años. Este resultado contrasta con las respuestas de la misma pregunta formulada a los niños y adolescentes, quienes en una encuesta realizada en el 2014, solo el 20% afirmó que sus padres comentan con ellos sobre lo que ven en la televisión.



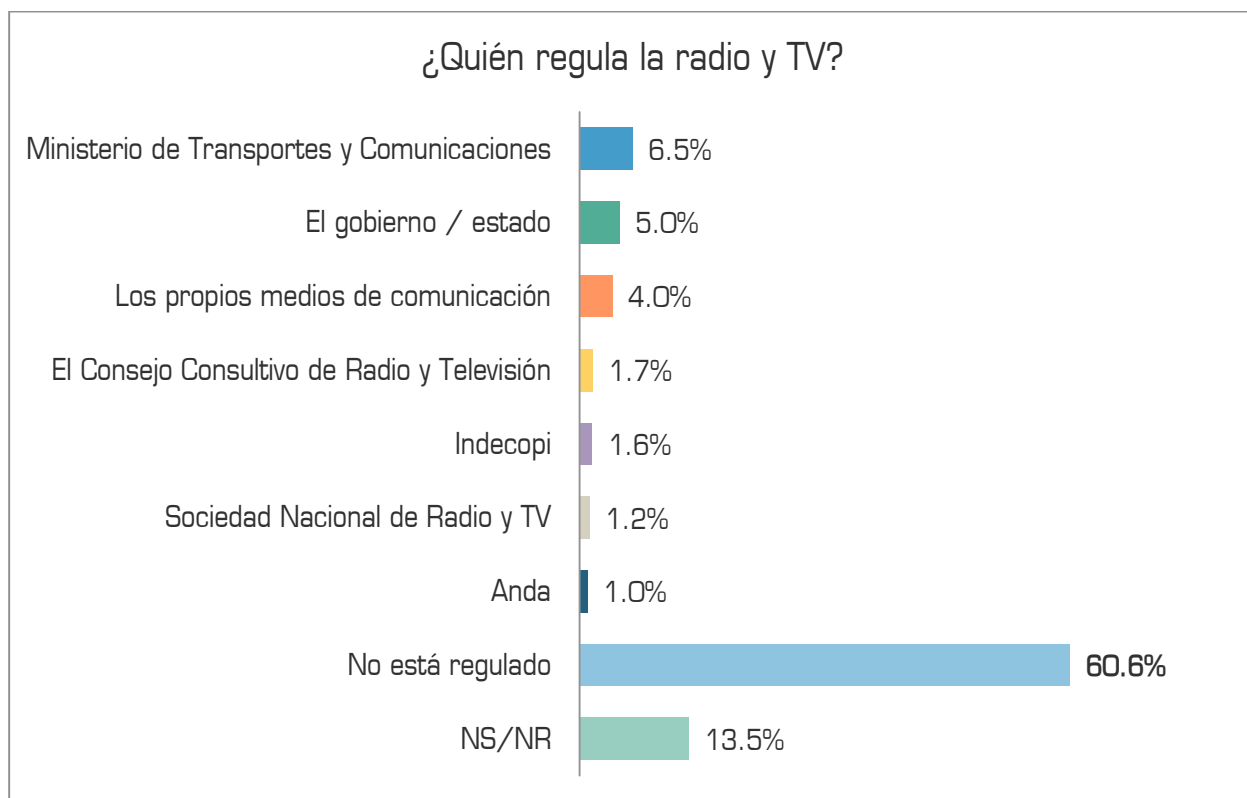
Respecto de los que tienen niños y adolescentes menores de 14 años en el hogar. **2012:** Encuesta a niños y adolescentes sobre la radio y televisión realizada por Ad-Rem a pedido del CONCERTV. **2014:** Encuesta a niños (de 7 a 11 años) y adolescentes (de 12 a 16 años) sobre la radio y televisión realizada por Ad-Rem a pedido del CONCERTV. Más información en www.concertv.gob.pe.

5. REGULACIÓN EN MEDIOS

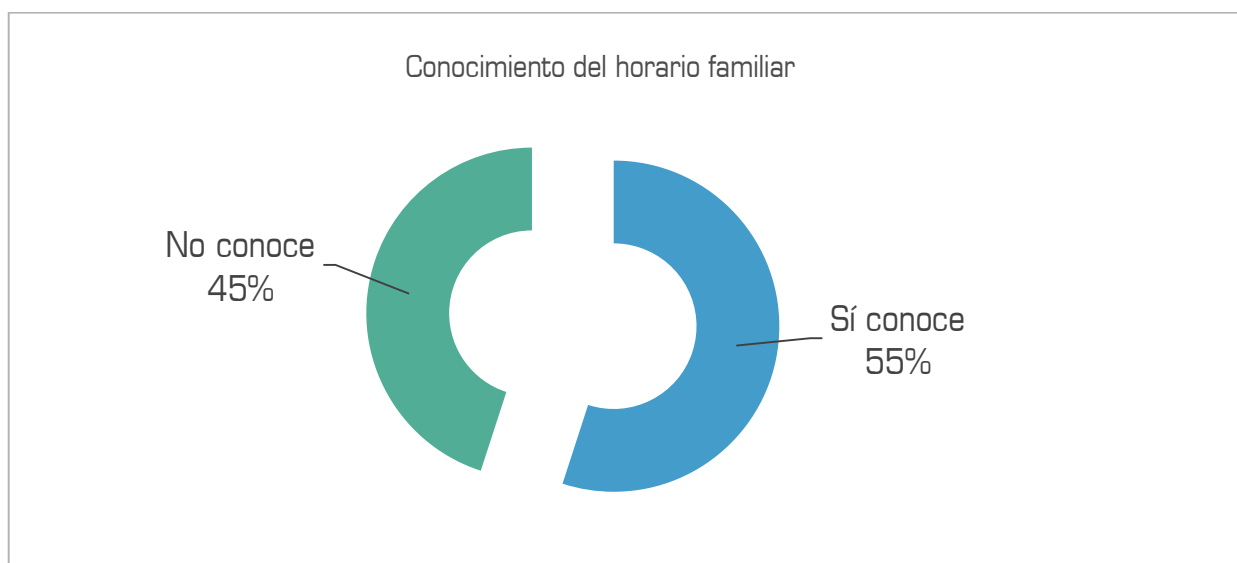
El 61% de peruanos cree que la radio y TV no son reguladas, solo el 6.5% afirmó que son reguladas por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC).

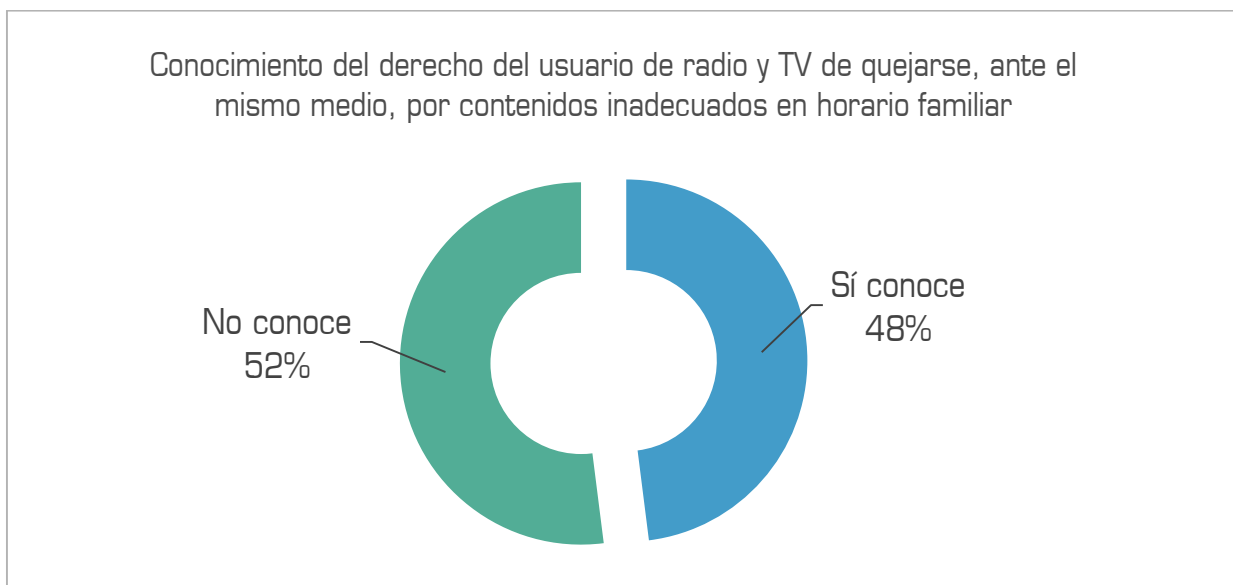
“El 61% de peruanos cree que la radio y TV peruana no son reguladas”

El 55% de los peruanos tiene conocimiento del horario familiar que va de las 6:00 a las 22:00 horas, donde se prohíbe la transmisión de contenidos violentos y obscenos. Las ciudades en las que dicha cifra asciende son Arequipa (66%), Moquegua (63%) y Huaraz (62%). Mientras que las ciudades con mayor porcentaje de desconocimiento del horario familiar son Ayacucho (63%), Tumbes, Juliaca (61%) y Piura (60%).



“El 55% de peruanos tiene conocimiento del horario familiar, pero solo el 48% sabe de su derecho a quejarse por contenidos inadecuados”

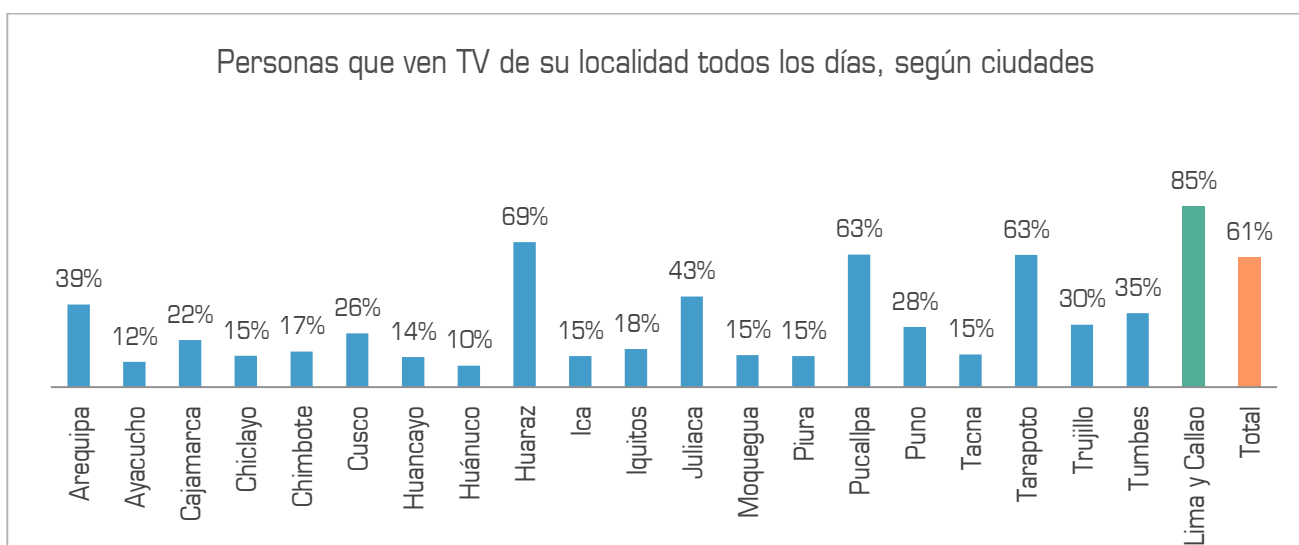




Solo el 48% de peruanos sabe que puede quejarse ante los propios medios de comunicación por los contenidos que atenten contra el horario familiar. Esta cifra asciende en Chiclayo (67%) y Pucallpa (59%).

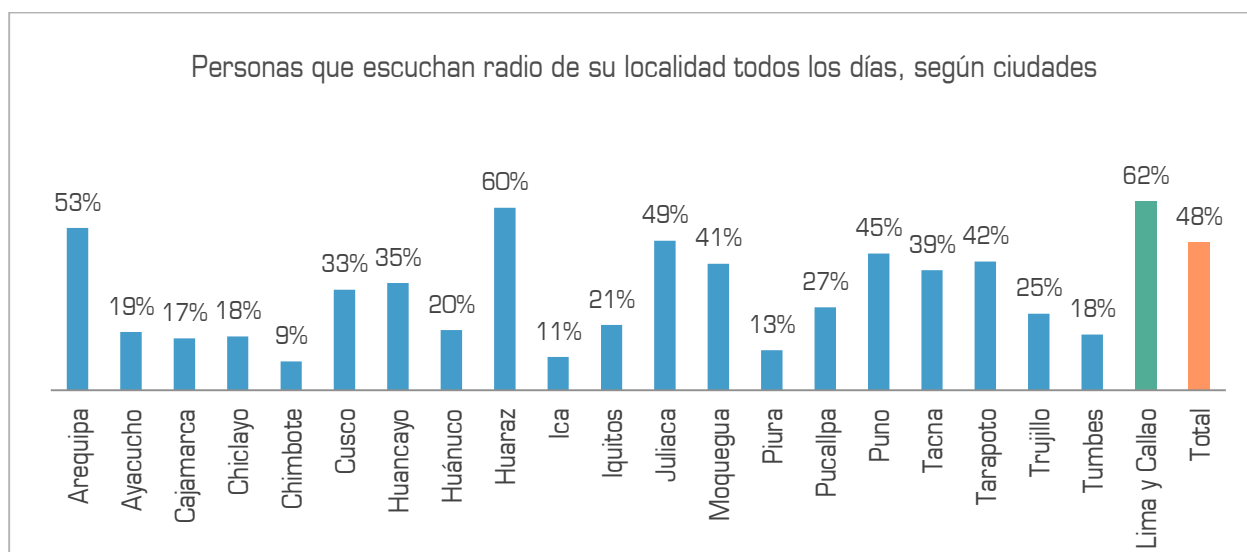
6. RADIO Y TELEVISIÓN LOCAL

El porcentaje de consumo diario de la televisión local es dispar, dependiendo de las ciudades encuestadas. Los mayores consumidores diarios de televisión local (sin incluir Lima y Callao) se encuentran en Huaraz (69), Pucallpa (63%) y Tarapoto (63%), mientras que en Huánuco (10%), Ayacucho (12%) y Huancayo (14%) el consumo diario es bajo.



Respecto de los que ven TV de su localidad

En cuanto a la radio local, el 48% afirma escuchar radio de su localidad todos los días. Sin incluir Lima y Callao, la cifra se incrementa considerablemente en ciudades como Huaraz (60%) y Arequipa (53%), mientras que en Chimbote (9%), Ica (11%) y Piura (13%) el consumo diario es bajo.



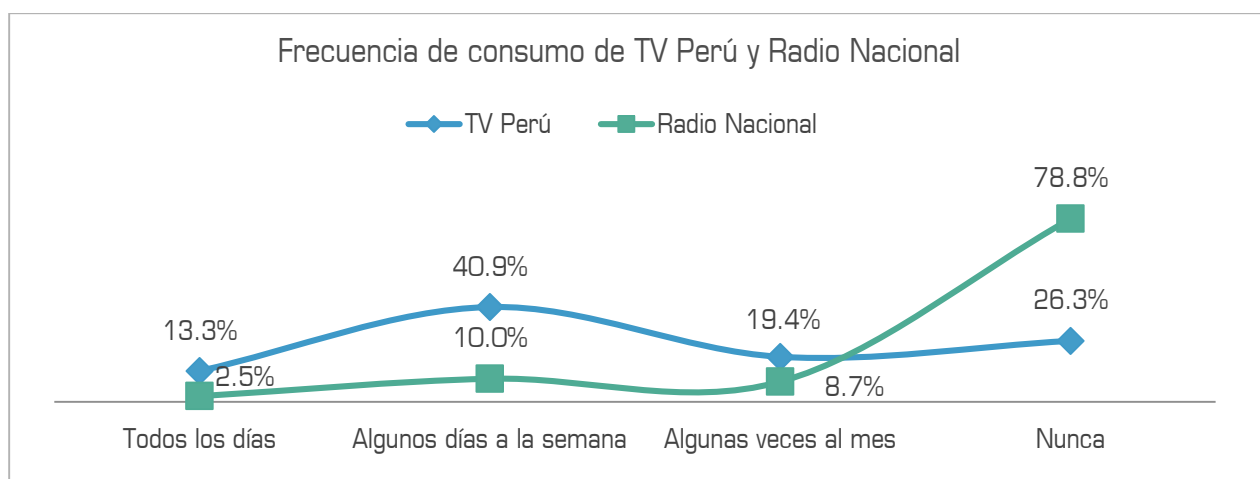
Respecto de los que escuchan radio de su localidad.

A nivel nacional, el porcentaje de satisfacción de los encuestados con los canales locales es de 33%. El mayor grado de satisfacción se encuentra en Trujillo (76%), Tarapoto (52%) y Cusco (49%).

En el caso de las radios locales, el porcentaje de satisfacción es de 64%, lo cual representa una disminución del 11% en comparación al 2013. El mayor grado de satisfacción se encuentra en Trujillo (77%), Lima y Callao (69%) y Tarapoto (67%).

7. RADIO Y TELEVISIÓN ESTATAL

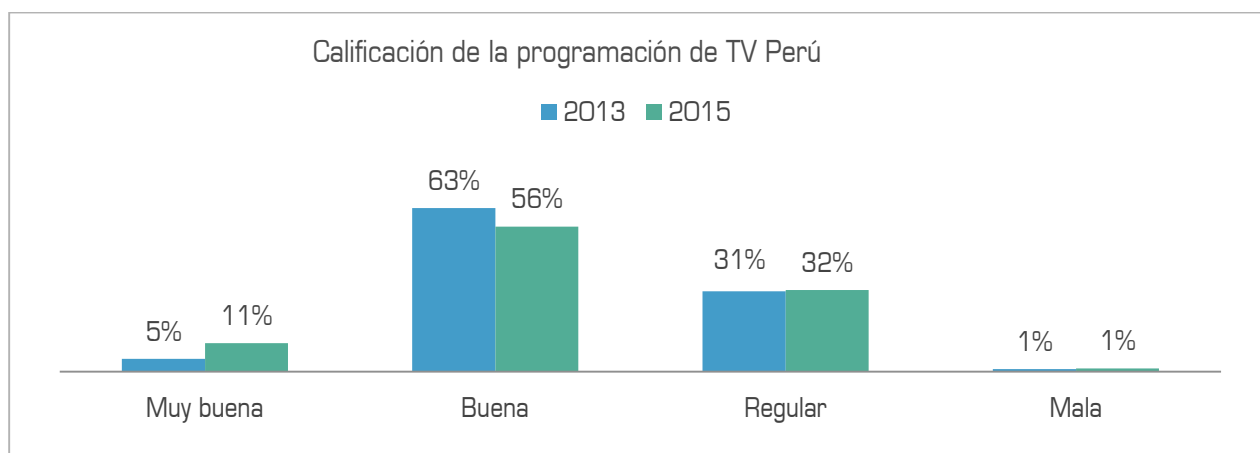
El porcentaje de personas que ven TV Perú al menos una vez al mes alcanza el 74%, mientras que en el caso de Radio Nacional la cifra es menor (21%).



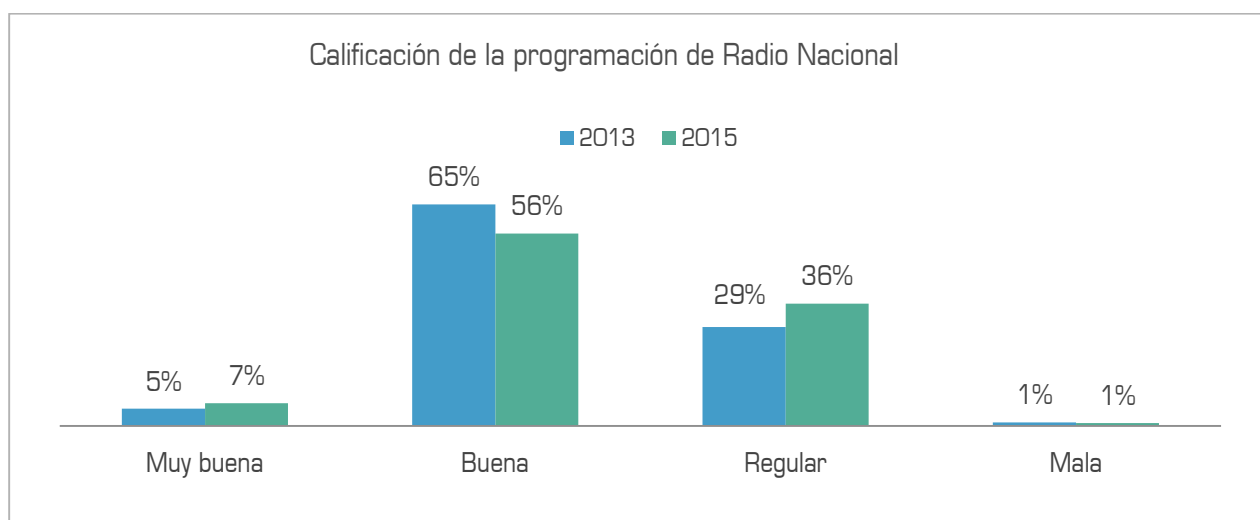
Las personas que ven en mayor porcentaje TV Perú (diariamente) viven en Juliaca (20%), Tarapoto (20%) y Pucallpa (19%).

“El 79% de peruanos nunca escucha Radio Nacional y el 67% considera que TV Perú tiene una buena programación”

TV Perú es considerado por la mayoría de los encuestados como un canal entretenido, informativo y de calidad (91%) que recoge todas las voces del Perú (77%), y en el que uno se entera de lo que sucede en su localidad (70%). Asimismo, es considerado como un canal vocero del gobierno de turno (69%).



Respecto de los que ven TV Perú.



Respecto de los que escuchan Radio Nacional.

8. TELEVISIÓN DIGITAL TERRESTRE

La Televisión Digital Terrestre (TDT) sigue siendo un tema desconocido para la mayoría de los encuestados. En dos años, el conocimiento de este tema bajó en un 5%. Las menores cifras de conocimiento se dan en Ayacucho (5%), Cajamarca (6%), Chiclayo, Huancayo e Iquitos con 8%, en los niveles socioeconómicos E (10%) y D (19%), y en las personas adultas mayores (16%).

“El 80% de peruanos no ha escuchado hablar sobre la Televisión Digital Terrestre”

Han escuchado hablar sobre Televisión Digital Terrestre,
según ciudades

Ciudad	2013	2015
Arequipa	10%	14%
Ayacucho	16%	5%
Cajamarca	10%	6%
Chiclayo	18%	20%
Chimbote	13%	8%
Cusco	13%	17%
Huancayo	25%	8%
Huánuco	24%	15%
Huaraz	23%	12%
Ica	10%	9%
Iquitos	14%	8%
Juliaca	-	16%
Moquegua	-	16%
Piura	15%	16%
Pucallpa	21%	15%
Puno	6%	22%
Tacna	8%	11%
Tarapoto	-	13%
Trujillo	21%	9%
Tumbes	-	13%
Lima y Callao	28	26%
Total	25%	20%

Para el estudio de 2013 en referencia no se investigaron las ciudades de Juliaca, Moquegua, Tarapoto y Tumbes.

Los encuestados consideran que la TDT trata, principalmente, de una mejora de la calidad de audio y video (36%), seguido por ver televisión pagada con un decodificador digital (31%) y ver televisión con televisores LCD/Plasma/LED (24%).