

Para uso confidencial de:







	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
E	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	Conclusiones y Recomendaciones







1 Ficha Técnica



Objetivos

Identificar las características del consumo televisivo y radial considerando:

- Perfil de la muestra estudiada
- Tenencia y uso de medios
- Hábitos de uso de medios y actividades cotidianas

- Hábitos de consumo de televisión y radio
- Evaluación de los medios locales
- · Conocimiento del horario familiar
- Conocimiento del procedimiento de queja
- Análisis de TV Perú y Radio Nacional
- Conocimiento sobre Televisión Digital Terrestre

Ámbito Geográfico

Ciudad de Arequipa.

Universo

Hombres y Mujeres de 18 años a más, de los niveles socioeconómicos A, B, C, D y E

Tipo de Estudio

Estudio Cuantitativo

Técnica

Aplicación de encuestas personales en hogares

Instrumento

Cuestionario estructurado y estandarizado, que contiene los objetivos del estudio; el cual fue aprobado por el cliente

Muestra

444 encuestas.

Margen de Error

Para un nivel de confianza del 95%, con p=q=0.5 y el tamaño de muestra de 444, el margen de error es de \pm 1-4.65%.

Fecha de Campo

Del 24 de noviembre al 18 de diciembre del 2017





Resumen Ejecutivo



En la ciudad de Arequipa se trabajó con una muestra es de 444 casos. La información se obtuvo de manera directa en el hogar del entrevistado con la aplicación de un cuestionario.

Entre los principales resultados se tienen los siguientes:

❖ Tenencia y uso de medios:

Tenencia y uso de medios 2017							
	TV	Radio	Internet	Celular básico	Celular multimedia		
Total	99%	93%	48%	35%	63%		

- La mayoría (85%) accede a contenido audiovisual a través de la televisión tradicional de señal abierta. Un 53% accede a través del servicio de televisión por cable; la mayoría indica que las razones para contar con este servicio es para acceder a una mayor variedad de programas.
- El uso de celulares multimedia asciende a 63%.

❖ Hábitos de uso de medios y actividades cotidianas:

03 horas en promedio dedican a ver tv de lunes a viernes (similar tiempo los fines de semana)

03 horas
en promedio dedican a
escuchar radio de lunes a
viernes (similar tiempo los
fines de semana

03 horas en promedio dedican a navegar por internet de lunes a viernes (los fines de semana son 03 horas y media)

02 horas es el promedio de lectura de diarios y revistas (de lunes a domingo) accede a contenido audiovisual a través de plataformas OTT 2

Resumen Ejecutivo



❖ Hábitos de consumo de TV y radio:

- Además de los programas de corte informativo, los entrevistados indicaron que ven: Esto es guerra, La Rosa de Guadalupe, América deportes y Yo soy Kids.
- En relación a la radio el tipo de programa más escuchado es el musical.

Evaluación de medios

- Los entrevistados consideran que: El internet es el medio que más entretiene, educa, informa y el más veraz. La radio es el medio más cercano, plural y que seguirá vigente. Asimismo indican que ningún medio es neutral y el más sensacionalista es la televisión.
- Los contenidos que les ha parecido inadecuados o les ha molestado y que han visto con mas frecuencia tanto en televisión como en radio son: Violencia, discriminación y palabras groseras.
- La mayoría considera que la mujer es mostrada de manera negativa o muy negativa en la televisión peruana.

❖ Control sobre el consumo de TV en el hogar

- La forma de control más utilizada por los padres de familia es "ver televisión hasta cierta hora" y esta es en su mayorías hasta las 09:00 pm o antes.
- El 75% menciona que mantiene la costumbre de comentar con los niños lo que se está viendo.
- Los dibujos animados son el tipo de programas que suelen ver en compañía de menores de 14 años.

Regulación de medios

• La mayoría considera que la radio y la televisión no se encuentran regulados. Se evidencia un desconocimiento sobre el horario familiar y el procedimiento de quejarse ante el mismo medio por contenidos inadecuados.

*Radio y TV local

• Hay un mayor consumo de radio que de televisión, la mayoría se encuentra satisfecha con los canales y emisoras de su ciudad/región. Aquellos que no lo están indican como principal motivo de insatisfacción la programación poco variada.

❖ Radio y TV estatal

• Respecto a la televisión estatal, la mayoría ve algunos días de la semana TV Perú y califican la programación como buena. Asimismo, sobre radio nacional y canal IP la mayoría nunca la escucha o ve.

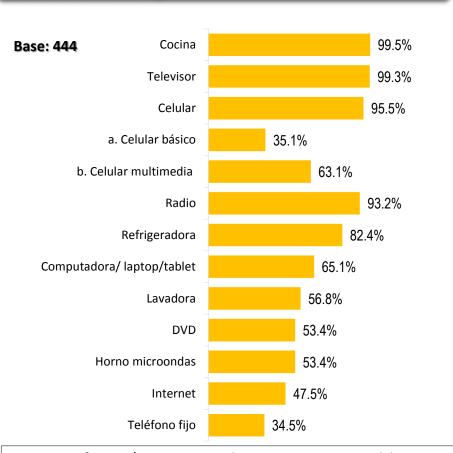




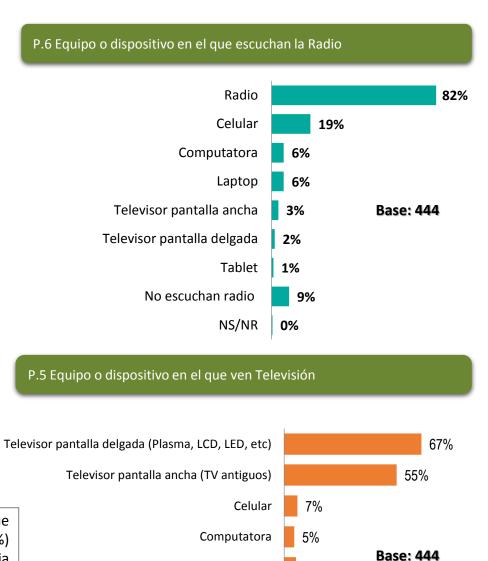
Perfil del entrevistado y característica del hogar







- Los artefactos / equipos con los que cuentan en el hogar y que están en funcionamiento son: la cocina (99.5%), el televisor (99.3%) y el celular (95.5%). Quienes cuentan con celular multimedia representan el 63.1% y los que cuentan con celular básico son el 35.1%.
- La radio (82%) sigue siendo el equipo con el que suelen escuchar los programas de radio.



6%

9

2%

1%

Laptop

Tablet

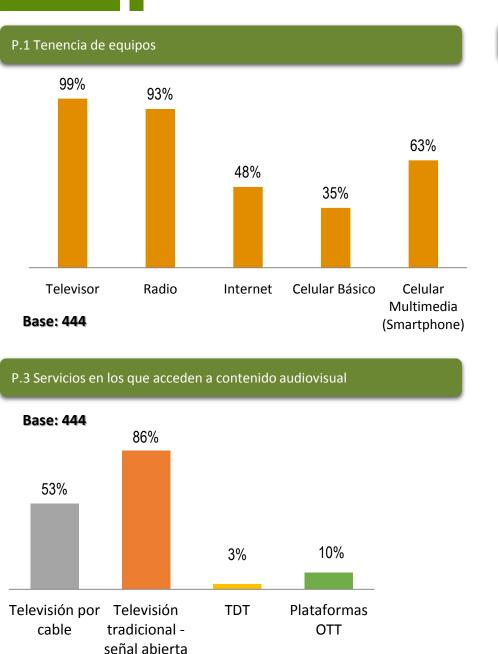
No ven television

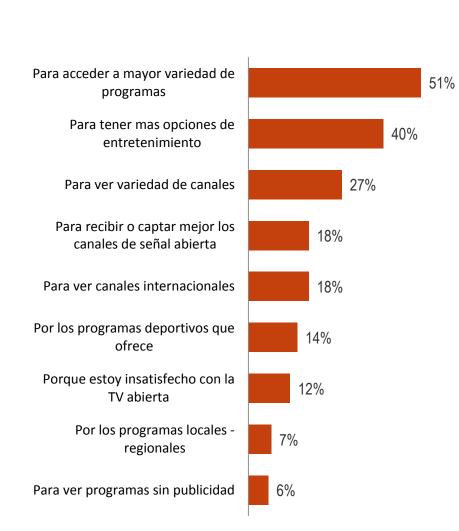




Tenencia de equipos / medios en el hogar







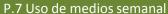
P.4 Razón por la que tienen televisión por suscripción

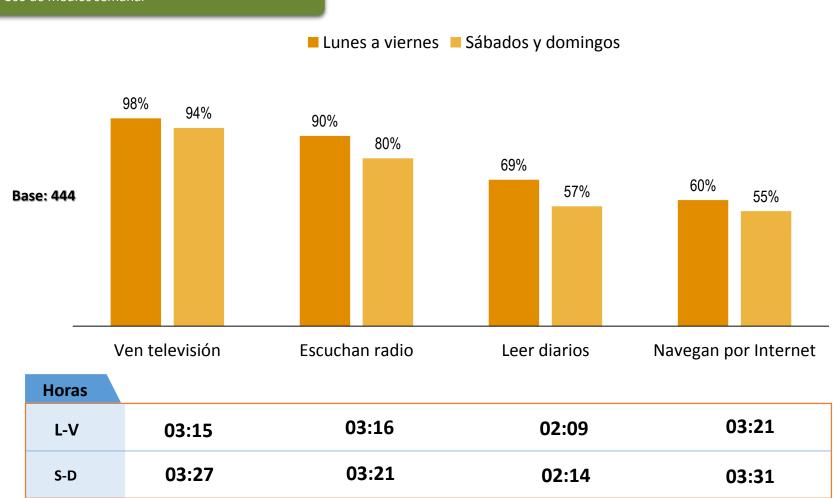




Hábitos de uso de medios y actividades cotidianas : Consumo de medios







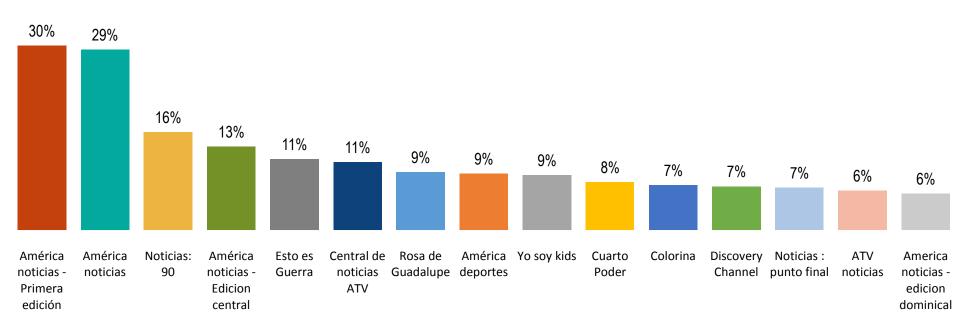




Consumo de televisión: Programas más vistos



P.9 Programas de TV más vistos











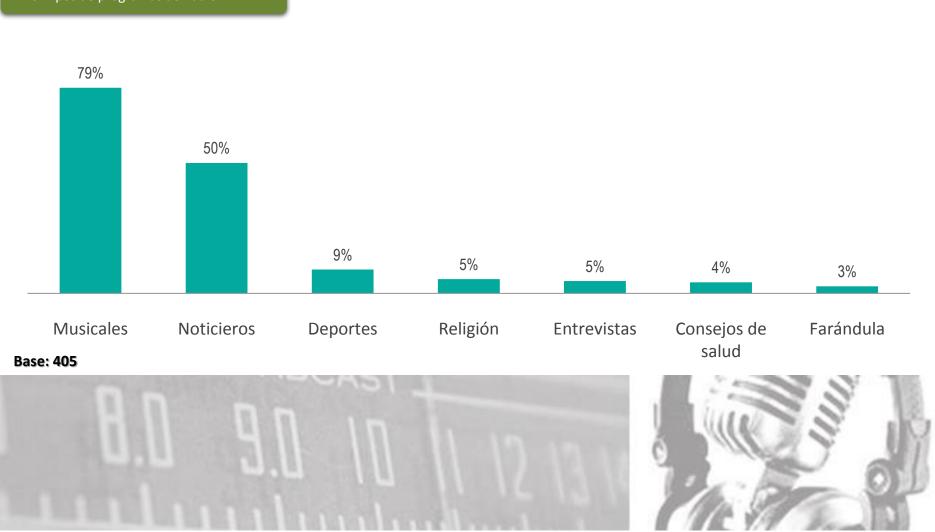




Consumo de radio: Tipos de programas que acostumbra escuchar











Entretiene

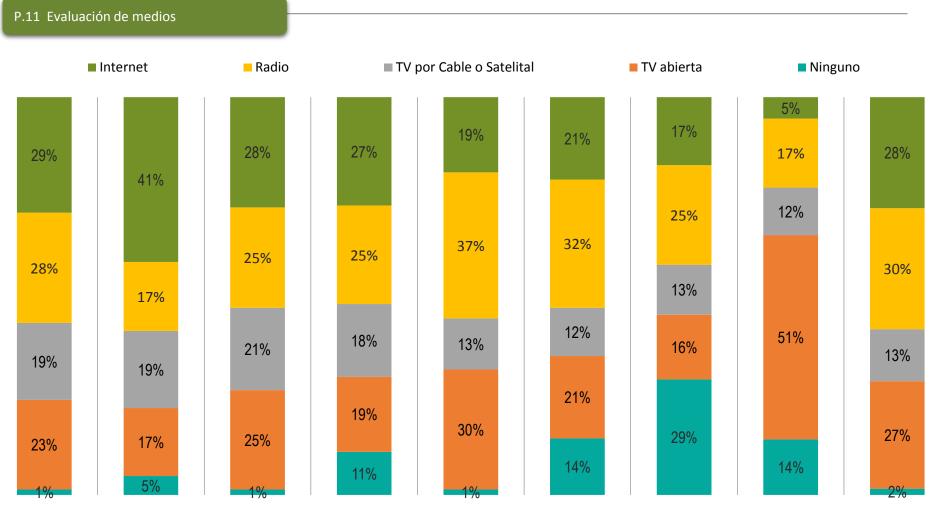
Educa

Informa

Evaluación de los medios de comunicación



¿Cuál es el medio que más...?



18 Base: 444

Cercano

Veraz

Plural

Neutral

Seguirá

vigente

Sensacio-

nalista

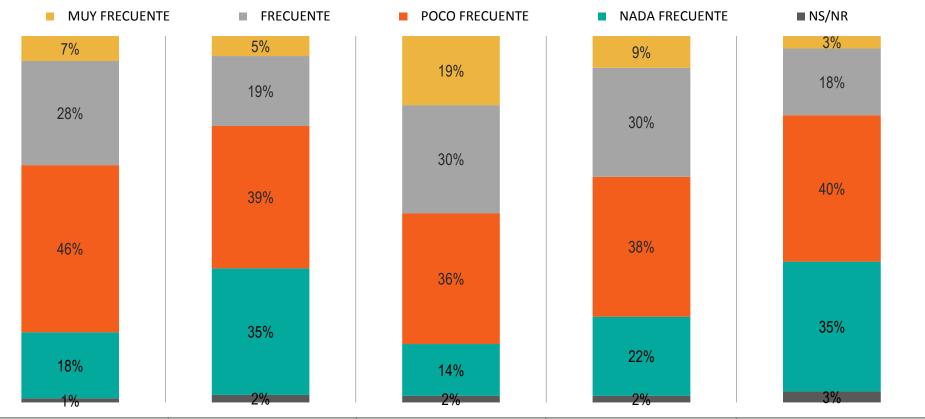
Evaluación de los medios de comunicación



19

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





Palabras groseras	Escenas de sexo/desnudos	Violencia	Discriminación	Contenido para adultos en horario familiar					
T2B									
35%	25%	48%	38%	22%					

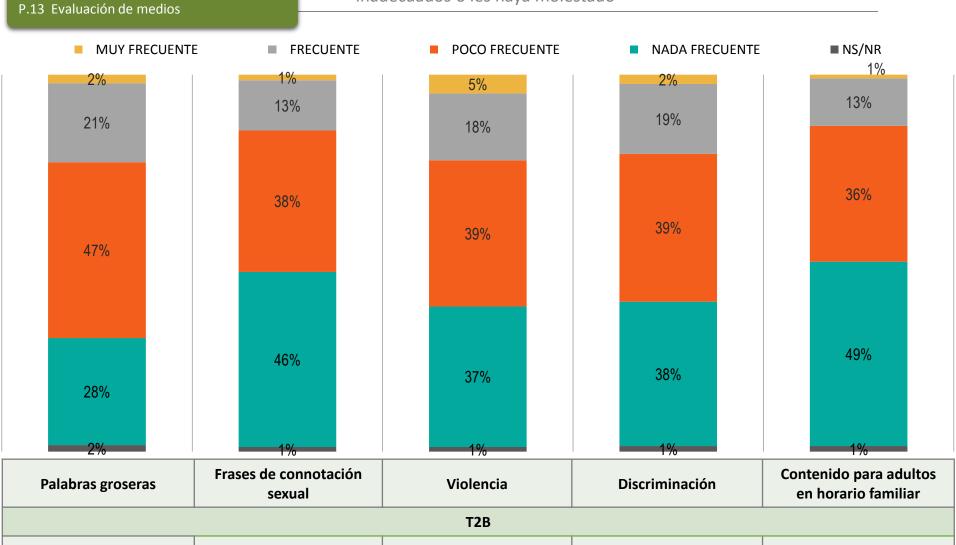
Evaluación de los medios de comunicación



14%

20

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



23%

21%

Base: 405

23%

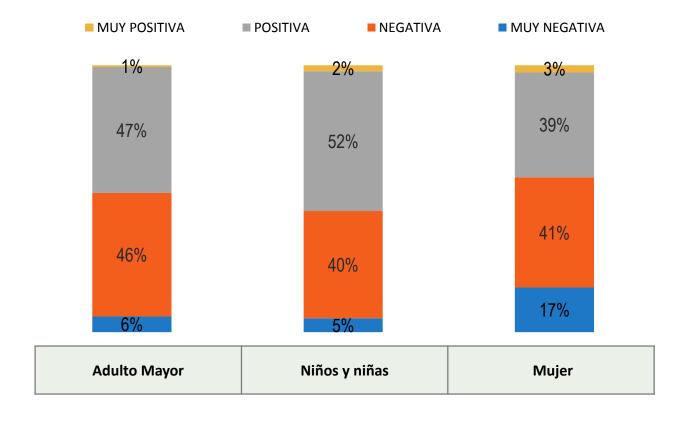
15%

Evaluación de los medios de comunicación



¿De qué manera considera que la televisión muestra a...?

P.14 Forma en la que la televisión muestra a:



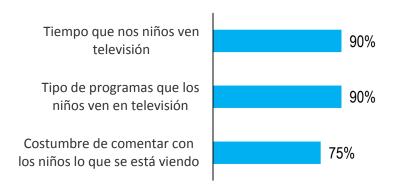




Control sobre el consumo de televisión en el hogar







Base: 241

P.19 Horario

¿Hasta qué hora se les deja ver TV a los niños menores de 14 años?

84% Hasta las 09 PM o antes10% Hasta las 10 PM

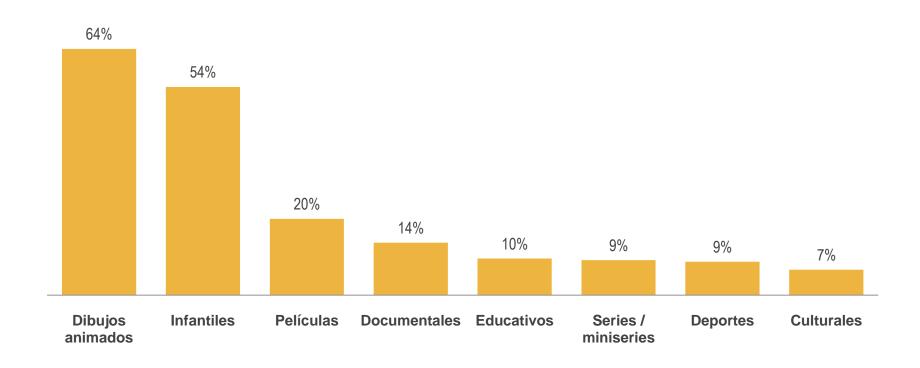
Base: 241



Control sobre el consumo de televisión en el hogar



P.20 Tipo de programas vistos en compañía de menores de 14 años

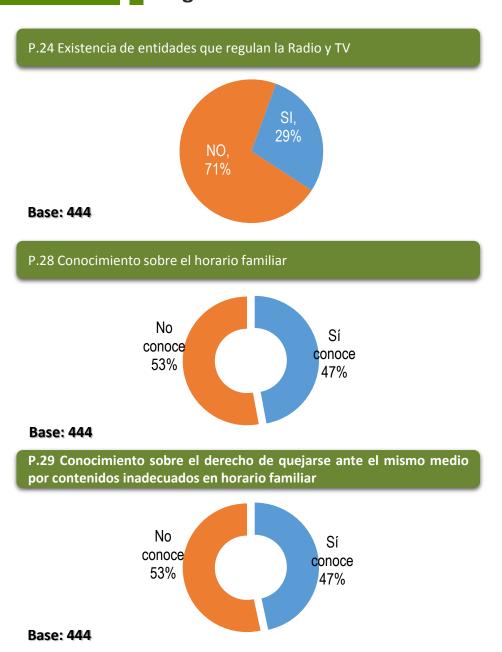


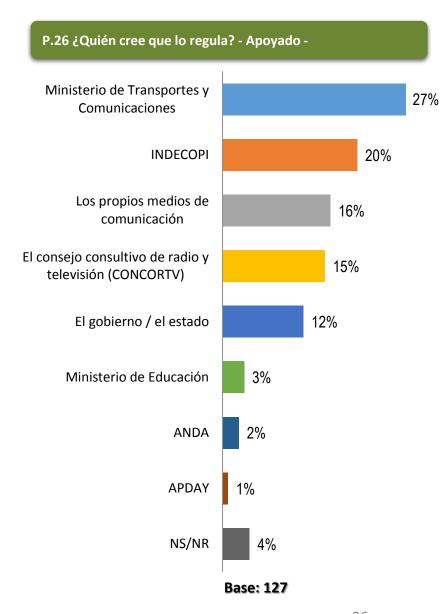




Regulación de medios: Opinión respecto a que si alguna entidad regula actualmente la televisión







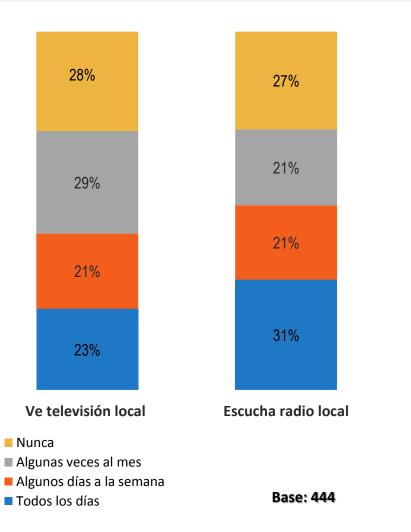




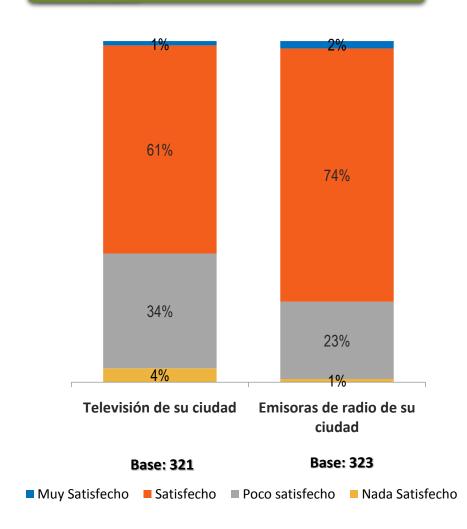
Frecuencia en la que ven radio y televisión local



P.40 y P. 41 Frecuencia con la que ve y escucha radio de su ciudad/región







Frecuencia en la que ven radio y televisión local









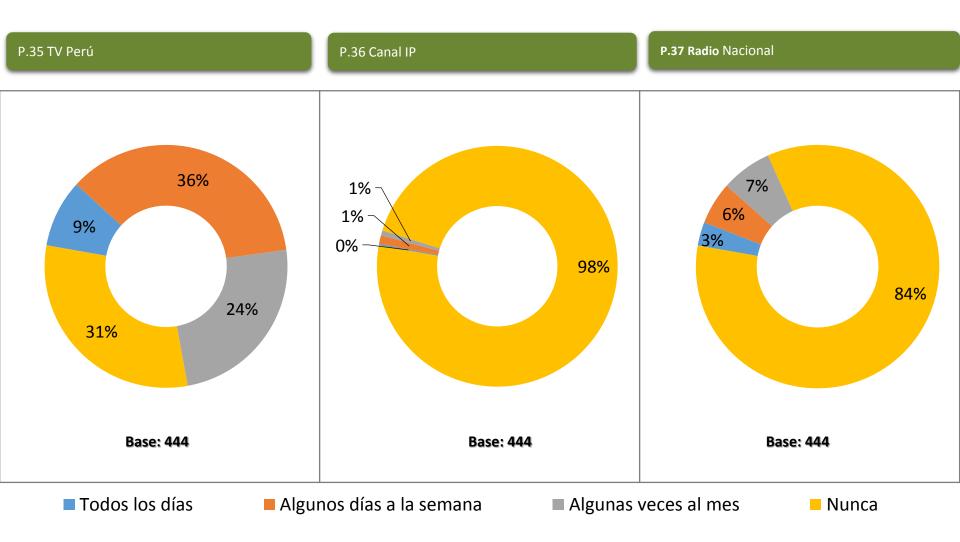
Base: 121 Base: 76 29





Radio y televisión estatal: Frecuencia de consumo









12 Conclusiones



Tenencia y uso de medios:

- La cocina(100%), el televisor (99%), el celular (95%) y la radio (93%); son los equipos que tienen mayor presencia en los hogares arequipeños.
- El tipo de celular más utilizado es el smartphone.
- La tenencia de internet asciende a 48%.
- El servicio a través del cual accede la mayoría de entrevistados a contenido audiovisual es la televisión de señal abierta, seguida de la televisión por cable. La principal razón por la que tienen televisión por suscripción es para acceder a mayor variedad de programas.
- Se evidencia un 10% que accede a contenido audiovisual a través de plataformas OTT.

Hábitos de uso de medios y actividades cotidianas:

- La televisión sigue siendo el medio más consumido, el promedio de horas que le dedican de lunes a viernes es 03:15 hrs y los fines de semana es de 03:27 hrs.
- Los entrevistados dedican 03:16 hrs a escuchar radio de lunes a viernes, los fines de semana es 03:21 Hrs.
- El promedio de horas que dedican a leer diarios y revistas de lunes a viernes es de 2:09 hrs, los sábados y domingos es de 02:14 hrs.
- El tiempo que dedican de lunes a viernes a navegar por internet es de 03:21 hrs, similar cantidad utilizan los fines de semana.

Hábitos de consumo de televisión y radio

- La mayoría de programas más vistos son de tipo informativo, sin embargo también destacan Esto es guerra, La Rosa de Guadalupe, América deportes y Yo soy Kids.
- Los tipos de programas más escuchados en radio son los musicales

12 Conclusiones



Evaluación de los medios

- Los entrevistados consideran que:
 - El internet es el medio que más entretiene, educa, informa y el más veraz.
 - La radio es el medio más cercano, plural y que seguirá vigente.
 - Ningún medio es neutral .
 - El más sensacionalista es la televisión.
 - Los contenidos que les ha parecido inadecuados o les ha molestado y que han visto con mas frecuencia tanto en televisión como en radio son: Violencia, discriminación y palabras groseras.
 - La mayoría considera que la mujer es mostrada de manera negativa o muy negativa en la televisión peruana.

Control sobre el consumo de televisión en el hogar

- La forma de control parental es que los menores vean televisión hasta cierta hora y esta es en su mayorías hasta las 09:00 pm.
- Los programas que acostumbran a ver en compañía de los menores de 14 años son dibujos animados
- Los entrevistados mencionan que acostumbran a comentar con los niños sobre los programas que ven en televisión.

Regulación de medios

- La mayoría considera que la radio y la televisión no se encuentran regulados.
- La mayoría no tiene conocimiento sobre la existencia de un horario familiar así como desconoce sobre los derechos del usuario de radio y televisión para quejarse ante el mismo medio de comunicación.

12 Conclusiones



Radio y televisión local

• Hay un mayor consumo de radio que de televisión, la mayoría se encuentra satisfecha con los canales y emisoras de su ciudad/región. Aquellos que no lo están indican como principal motivo de insatisfacción la programación poco variada.

Radio y Televisión Estatal

- Respecto a la televisión estatal, la mayoría ve algunos días de la semana TV Perú y califican la programación como buena.
- Sobre radio nacional y canal IP la mayoría nunca la escucha o ve y los que lo hacen califican la programación como buena.

Recomendaciones



- Se sugiere profundizar en posteriores investigaciones sobre el creciente uso de plataformas OTT para acceder a contenido audiovisual, es importante conocer y entender el uso que le dan los ciudadanos a las plataformas, equipos desde los cuales acceden, horas así como el tipo de contenido que suelen consumir.
- Se debe reiterar a los usuarios de medios la forma como deben hacer uso de su derecho de quejarse ante el propio medio de comunicación sobre los contenidos que atenten contra el horario familiar. Actualmente, hay poca participación de público en estos temas, a pesar de que se evidencia un descontento, sobre todo con el medio televisivo.
- Difundir al CONCORTV, funciones, ámbitos y demás conceptos relacionados a su quehacer. Se puede iniciar el trabajo con el segmento joven que hace uso de redes sociales y demás tecnología para informase y expresarse sobre los temas que consideren de su interés.
- Aprovechar el incremento en el uso de internet y en la tenencia de celulares multimedia para considerarlos dentro de un plan de medios que permita comunicar las acciones y estudios realizados por CONCORTV.
- Difundir a la colectividad el significado y beneficios de la Televisión Digital Terrestre a fin de que las personas se preparen para el cambio tecnológico relacionado al consumo de televisión abierta.
- Promover que las emisoras utilicen géneros audibles que atraigan la atención de las personas, de esta manera se brindará variedad a un medio que exige creatividad para mantenerse en el mercado.

www.limaconsulting.com.pe