

Te Veo bien



Por: Javier Álvarez P. / Gerente de Ipsos Observer
Walter Tenorio G. / Asistente de Investigación

Ipsos Apoyo Opinión y Mercado ha realizado el estudio "Hábitos y actitudes hacia la televisión 2008", cuyo trabajo de campo se llevó a cabo entre la segunda quincena de abril y la primera semana de mayo del presente año. El universo está compuesto por televidentes, hombres y mujeres entre los 12 y 70 años de edad de todos los niveles socioeconómicos de Lima Metropolitana. A continuación los principales hallazgos.

Hábitos de uso

Ante la pregunta "¿Con qué frecuencia ve televisión?", aproximadamente cuatro de cada cinco televidentes respondieron que la ven todos los días y en promedio lo hacen 6.2 veces a la semana; cabe destacar que las personas entre 55 y 70 años son más frecuentes en el uso del medio. Normalmente, los lugares preferidos del hogar para ver televisión son tanto el dormitorio como la sala, aunque es necesario aclarar que los del NSE A son los que ven menos en la sala (sólo uno de cada cuatro) a diferencia del resto donde más del 50% lo hace en este ambiente del hogar.

La tercera parte de los entrevistados ve televisión sin compañía, y los que acostumbran estar acompañados lo hacen nor-

malmente con sus hijos o esposo (a). Un dato resaltante es que al parecer los televidentes de NSE B son los más "solitarios", ya que el 51% de ellos acostumbra ver televisión a solas. Mientras la ven, las tres actividades más realizadas por los entrevistados son comer, limpiar y cocinar; sin embargo, alrededor de dos de cada cinco de ellos mencionaron no hacer ninguna actividad. (VER GRAFICO 1)

Los noticieros continúan siendo el género televisivo más visto y preferido por los televidentes, seguido por las telenovelas (principalmente entre las mujeres) y las películas. Un dato llamativo es que mientras el 24% del NSE E ve telenovelas, sólo el 1% del NSE A ve este género. En cuanto a los programas culturales, la proporción de televidentes de NSE A que ve este tipo de programas es mayor al resto; por el contrario, los de NSE D y E son los que menos observan este género (2% y 3%, respectivamente). Definitivamente, esta diferencia entre los géneros televisivos preferidos por los del NSE A y los del NSE D y E se explicaría, en parte, por la tenencia de cable.

Televisión de señal abierta

Casi todos los televidentes (98%) mencionaron que ven televisión de señal abierta al menos una vez por semana, con un promedio de 6.1 veces por semana; cabe recalcar que la fre-

GRAFICO 1

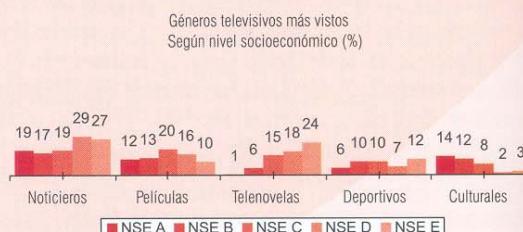
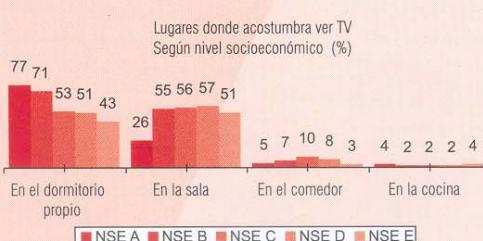
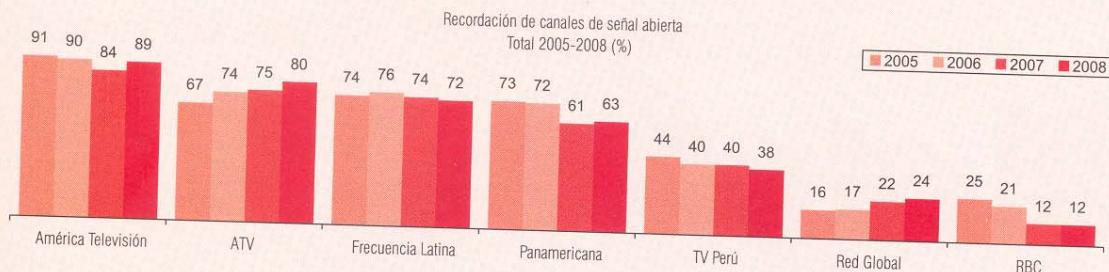


GRAFICO 2



cuencia más alta se da en el NSE C, y la más baja, en el NSE A (6.2 y 5.4 veces por semana, respectivamente). Asimismo, el horario en que la gran mayoría está frente al televisor es de 8 a 10 de la noche, de lunes a domingo. Un dato que llama la atención es que en promedio se consume más señal abierta entre lunes y viernes (3.4 horas diarias). (VER GRAFICO 2)

Con referencia a la recordación espontánea, América Televisión mantiene el primer lugar del *Top of mind* seguido por ATV y Frecuencia Latina, aunque se debe destacar que Frecuencia Latina ocupa el primer lugar en el NSE A (37%). Además, es importante precisar que la recordación de ATV ha mostrado una tendencia creciente en los últimos tres años, lo que ha ido a la par con el aumento de su preferencia por parte de los televidentes; por el contrario, la recordación de Frecuencia Latina ha ido disminuyendo. (VER GRAFICO 3)

En cuanto a los canales de señal abierta que los encuestados acostumbran ver, los tres primeros son América Televisión, ATV y Frecuencia Latina. Vale la pena resaltar que tanto los televidentes de América Televisión y de ATV están compuestos mayoritariamente por mujeres, mientras que los del resto de canales de señal abierta son principalmente hombres. Asimismo, se observa cierta desigualdad en la composición por nivel socioeconómico de los televidentes de ATV y Panamericana Televisión; en el caso de ATV la proporción de los NSE A y B es relativamente menor al resto de niveles socioeconómicos, y en el caso de Panamericana Televisión la proporción de su NSE A es sensiblemente menor.

Aproximadamente dos de cada cinco televidentes de señal abierta afirman haber visto más en los últimos tres meses América Televisión ocupando el primer lugar, le siguen ATV y Frecuencia. Se debe añadir que los encuestados del rango de 55 a 70 años han visto más ATV en los últimos tres meses. Por otro lado, el 43% de los televidentes de señal abierta considera a América Televisión como el mejor de la señal abierta.

Televisión por cable

Desde hace unos años la tenencia de cable en el hogar ha experimentado un crecimiento sostenido y hoy en día un poco más de la mitad de los televidentes afirma contar con este servicio; así, por un lado tenemos que el 89% del NSE E posee este servicio y, del otro lado, que el 24% del NSE E también.

En cuestión de proveedores del servicio de televisión por cable, hasta hace un tiempo atrás Cable Mágico dominaba ampliamente el mercado; sin embargo, en la medición de

este año se puede apreciar que las empresas de la competencia han crecido sensiblemente. Cabe precisar que los clientes de las empresas competidoras de Cable Mágico son básicamente de los NSE C, D y E; además, se ha detectado el surgimiento de la empresa proveedora Best Cable.

El principal proveedor de este servicio continúa siendo Cable Mágico (75%); le sigue Cable Express, que ha aumentado su participación fuertemente respecto del año pasado (de 4% a 9%). Por otro lado, el 54% de los entrevistados mencionó que ve televisión por cable al menos una vez por semana, con un promedio de 5.2 veces por semana. Al igual que en la señal abierta, el horario en que la mayoría de televidentes ve este tipo de televisión es de 8 a 10 de la noche.

En cuanto a la recordación espontánea de canales, TNT se mantiene encabezando el *Top of mind*, seguido por Discovery Channel y TL Novelas. Por otro lado, los tres primeros puestos en la recordación total son para TNT, Discovery Channel y Canal N; asimismo, estos últimos son los tres principales canales que los televidentes acostumbran ver. Vale la pena resaltar el gran salto que ha dado Canal N al desplazar a canales posicionados como HBO y Fox; de igual manera, es válido destacar que Discovery Channel lidera el *Top of mind* en el NSE A y que también es el principal canal que ven las personas de este segmento.

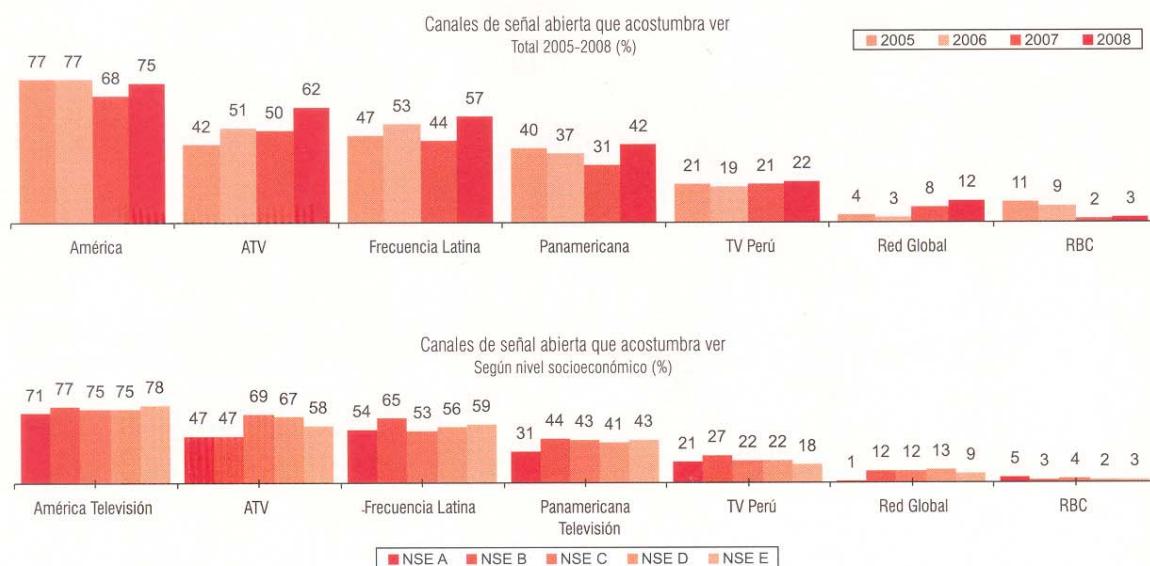
El canal de cable más visto en los últimos tres meses ha sido TNT seguido por TL Novelas. Además, los televidentes consideran a Discovery Channel como el mejor del cable en general y a Canal N como el mejor canal de cable peruano. Al consultar a los televidentes que cuentan con este servicio si preferían la televisión de señal abierta o por cable, el 43% respondió que prefería esta última, en tanto que, un porcentaje similar indicó ambos.

Imagen de los canales de televisión

Para evaluar la imagen de los canales se utilizaron atributos que toman en cuenta a periodistas, artistas y programación; en todos ellos América Televisión aparece en primer lugar, lo que confirma su claro liderazgo en la señal abierta. Así, por ejemplo, la mayoría de televidentes considera que América Televisión tiene los mejores periodistas e informa objetivamente; en ambos atributos el segundo lugar pertenece a ATV.

Con referencia a tener los mejores artistas, los primeros lugares son para América Televisión y Frecuencia Latina. El contar con los mejores programas nacionales es un atributo vinculado fuertemente a América Televisión y TV Perú. Aproximadamente un tercio de los televidentes se identifica

GRAFICO 3



con América Televisión y una proporción similar lo considera como el canal líder.

Por otro lado, la percepción que tienen los televidentes de la televisión en general es muy positiva, ya que la mitad de ellos consideran que ésta ha mejorado respecto del año pasado y sólo un 13% opina que ha empeorado.

Programas y personajes de la TV nacional

Un poco menos de la mitad de televidentes (44%) considera que América Noticias es el mejor noticiero; seguido de ATV noticias con un 12%. Si hablamos del mejor programa periodístico, los televidentes otorgan a Cuarto Poder el primer lugar y a Día D la posición siguiente. En cuanto al mejor programa deportivo, El Deportivo (ATV) ocupa el primer lugar, seguido de cerca por Fútbol en América.

En el rubro de programas de entretenimiento Magaly TV ocupa el primer lugar con un 15% y en el segundo lugar aparece "Habacilar" con 13%. Es importante destacar que los televidentes de los NSE A y B consideran a Magaly TV como el tercer mejor programa de entretenimiento, mientras que "El especial del humor" y "Habacilar" son considerados por este mismo segmento como el primero y el segundo, respectivamente.

A pesar de mantener el primer lugar como el mejor narrador de noticias, Federico Salazar presenta una notoria disminución respecto del año pasado aunque mantiene una ventaja abismal con el segundo lugar. Y si se trata de deportes, Eddie Fleischmann sigue siendo considerado el mejor comentarista deportivo aunque con una leve disminución en comparación con el 2007; además, en el segundo lugar aparece Phillip Butters quien viene mostrando una tendencia creciente en la preferencia de los televidentes desde el 2006.

Al igual que los últimos tres años, Raúl Romero continúa liderando la categoría "mejor conductor de programas de

entretenimiento" y en el segundo lugar aparece Laura Huarcayo, quien viene en ascenso desde el 2006. Por otro lado, Carlos Álvarez se ha consolidado como el mejor cómico nacional al liderar esta categoría durante los últimos tres años y manteniendo una ventaja notoria sobre su más cercano competidor; además, llama la atención encontrar a Miguel Barraza en el segundo lugar tomando en cuenta que durante el último año no ha tenido continuidad en la pantalla chica. Finalmente, Jaime Bayly aparece encabezando la lista del mejor entrevistador de temas de actualidad nacional con una marcada diferencia sobre Rosa María Palacios (segundo lugar).

Publicidad en televisión

Alrededor de dos de cada cinco entrevistados afirman que cambian de canal cuando empieza la tanda de comerciales. El atributo que gusta más en un comercial es el humor y el 32% cree que la publicidad influye mucho en sus decisiones de compra de productos o servicios.

En relación con la costumbre de hacer *zapping* (cambiar de canal constantemente), aproximadamente siete de cada 10 televidentes (tanto de señal abierta como de televisión por cable) afirmaron hacerlo. Es importante señalar que ha habido un aumento significativo de este hábito con respecto a años anteriores, tal vez el incremento de la tenencia de cable en el hogar y el consecuente aumento de la oferta televisiva hace que el televidente esté interesado en más de un programa a la vez. ●

