
PROCESAMIENTO Y ANALISIS ENCUESTA DE CALIDAD DE VIDA DANE 2003 – CAPITULO TELEVISION

COMISION NACIONAL DE TELEVISION
CENTRO DE INVESTIGACIONES PARA
EL DESARROLLO - CID

RESUMEN

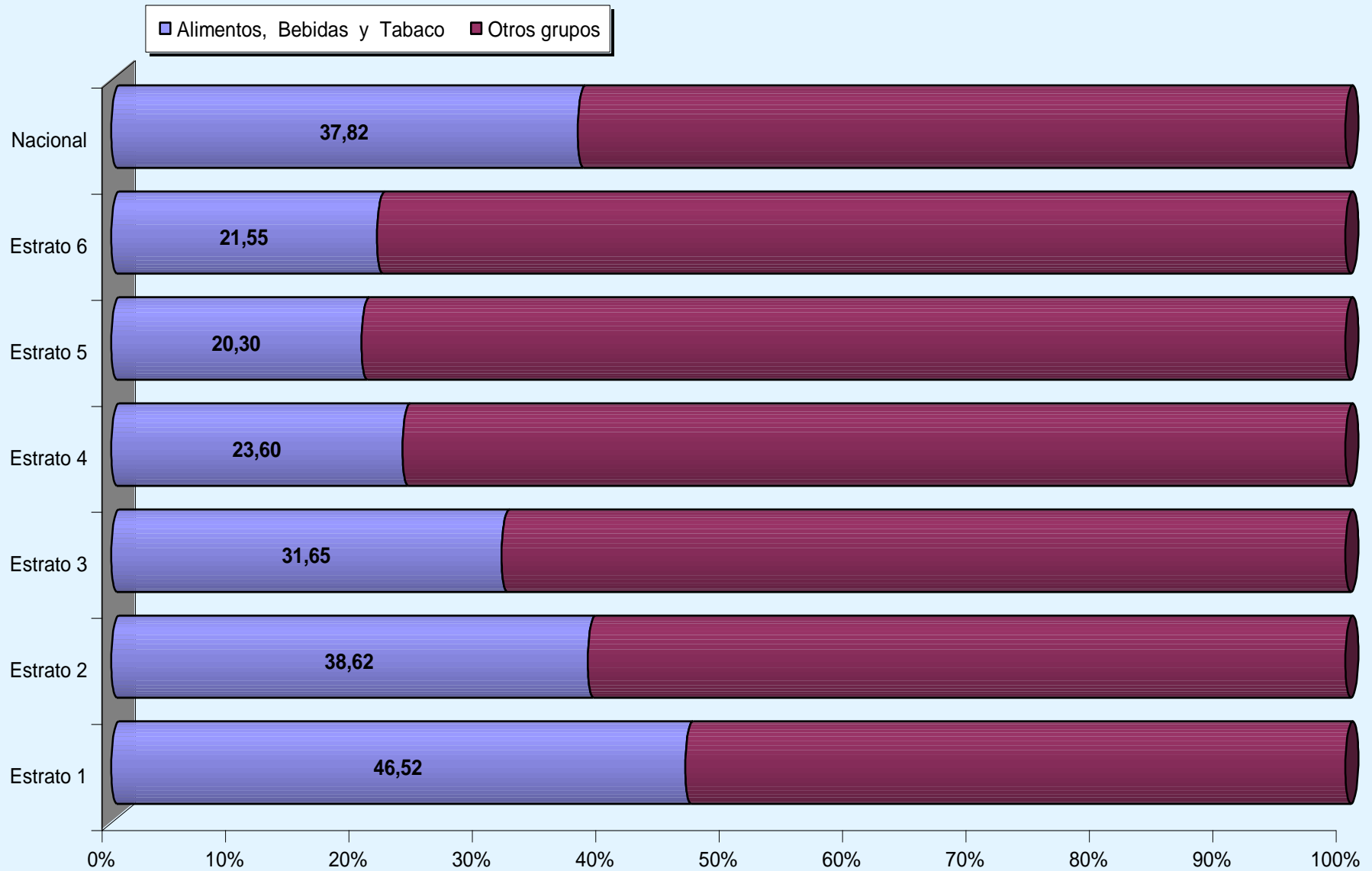
- La TV es un bien necesario.
- La tenencia y el consumo de la TV están altamente relacionados con el poder adquisitivo del hogar.
- El nivel de cubrimiento de los canales privados superan significativamente los canales públicos.
- El Perfil del televidente se diferencia por tipo de canal, franja horaria y tipo de programación, así:
 - Canales Públicos: Adultos y menor estrato. Sin embargo, Señal Colombia rompe con este esquema.
 - Canales Privados: Su penetración es tan alta que cubre todos los segmentos de la población.
- A nivel de franja:
 - Mañana: Estrato bajo y gente joven
 - Medio Día: Edad superiores a 25 años
 - Tarde: Estrato bajo y gente joven
 - Noche: Estrato
 - Franja de la tarde del Fin de Semana: Familiar
- Programación
 - Informativos: Estrato alto y adultos
 - Entretenimiento: Estrato bajo y jóvenes
 - Canales de Operación Nacional: Preferencia por noticieros y telenovelas
 - Canales de Operación Internacional: Preferencia por Películas, Documentales y Opinión

PLAN DE TRABAJO

1. ESTRUCTURA DE GASTOS DEL HOGAR Y SU RELACION CON EL SERVICIO DE TELEVISION
2. TENENCIA, CLASE Y USOS
3. CUBRIMIENTO
4. PERFIL DEL TELEVIDENTE
5. CALIDAD DE LA SEÑAL
6. HABITOS DE CONSUMO DE TELEVISION

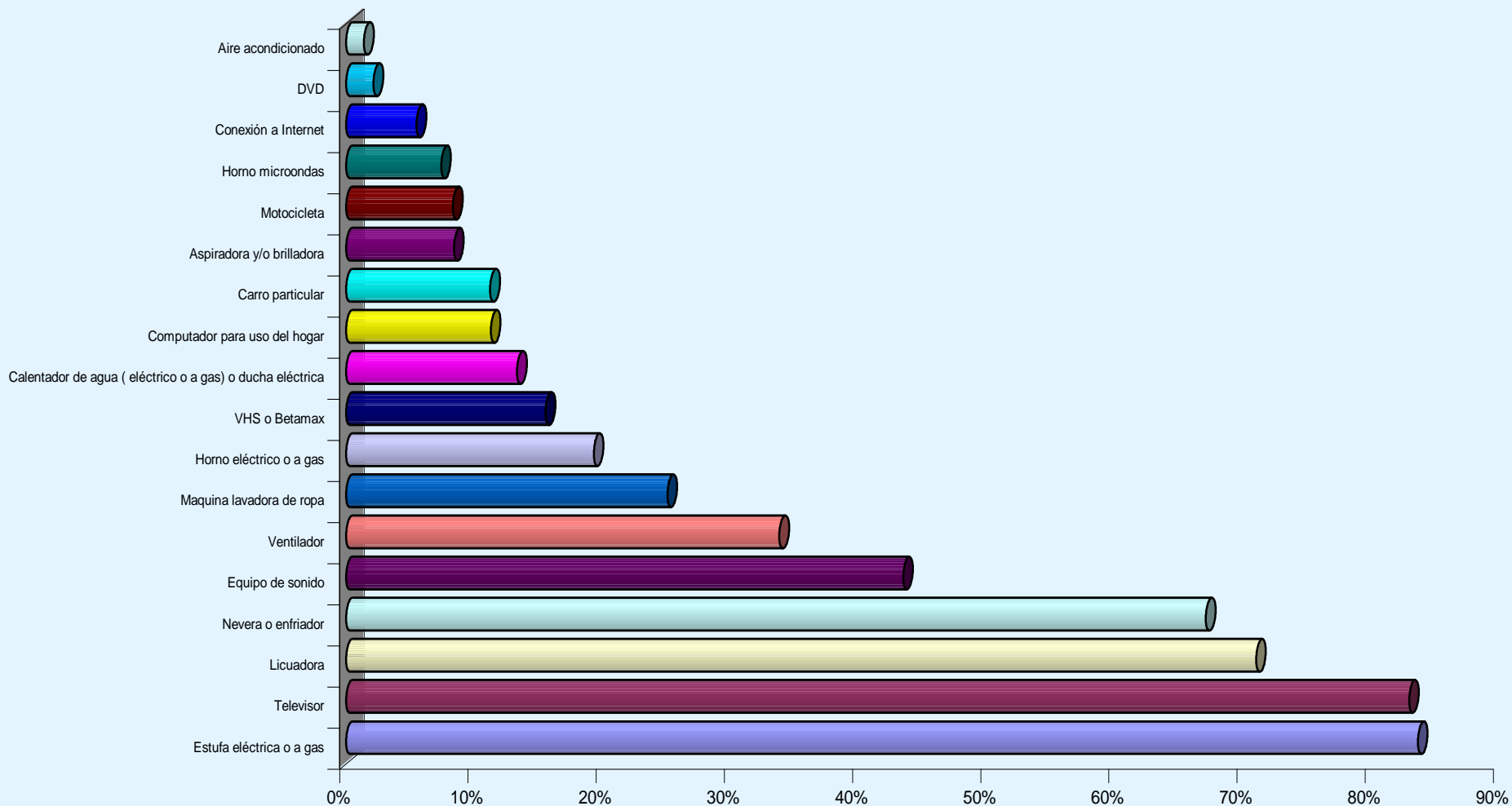
ESTRUCTURA DE GASTOS DEL HOGAR Y SU RELACION CON EL SERVICIO DE TELEVISION

GASTO MENSUAL GRUPO ALIMENTOS FRENTE A OTROS GRUPOS



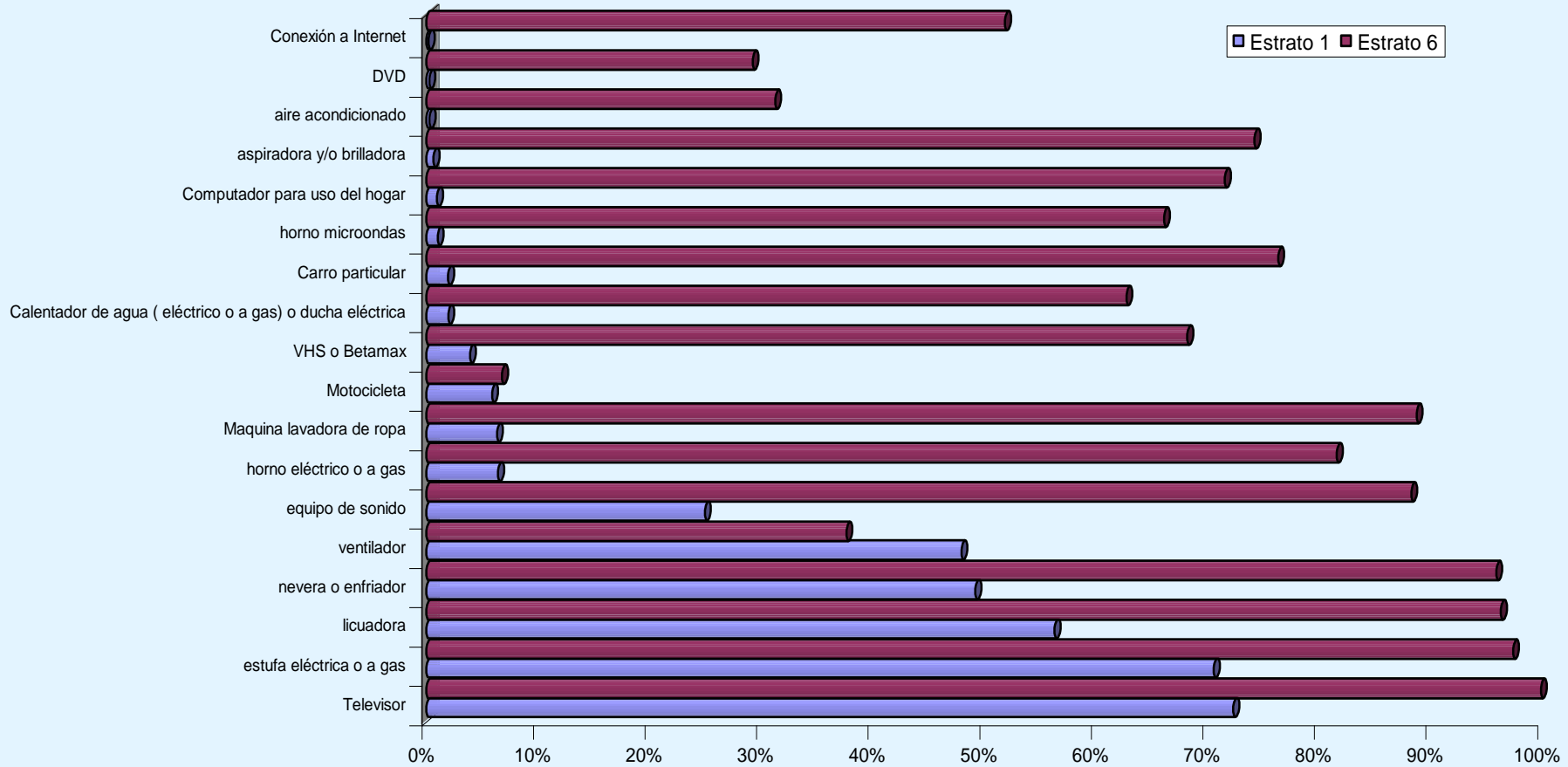
TENENCIA DE TELEVISOR FRENTE A OTROS ELECTRODOMESTICOS

PORCENTAJE DE HOGARES SEGÚN LOS ELECTRODOMESTICOS QUE POSEE



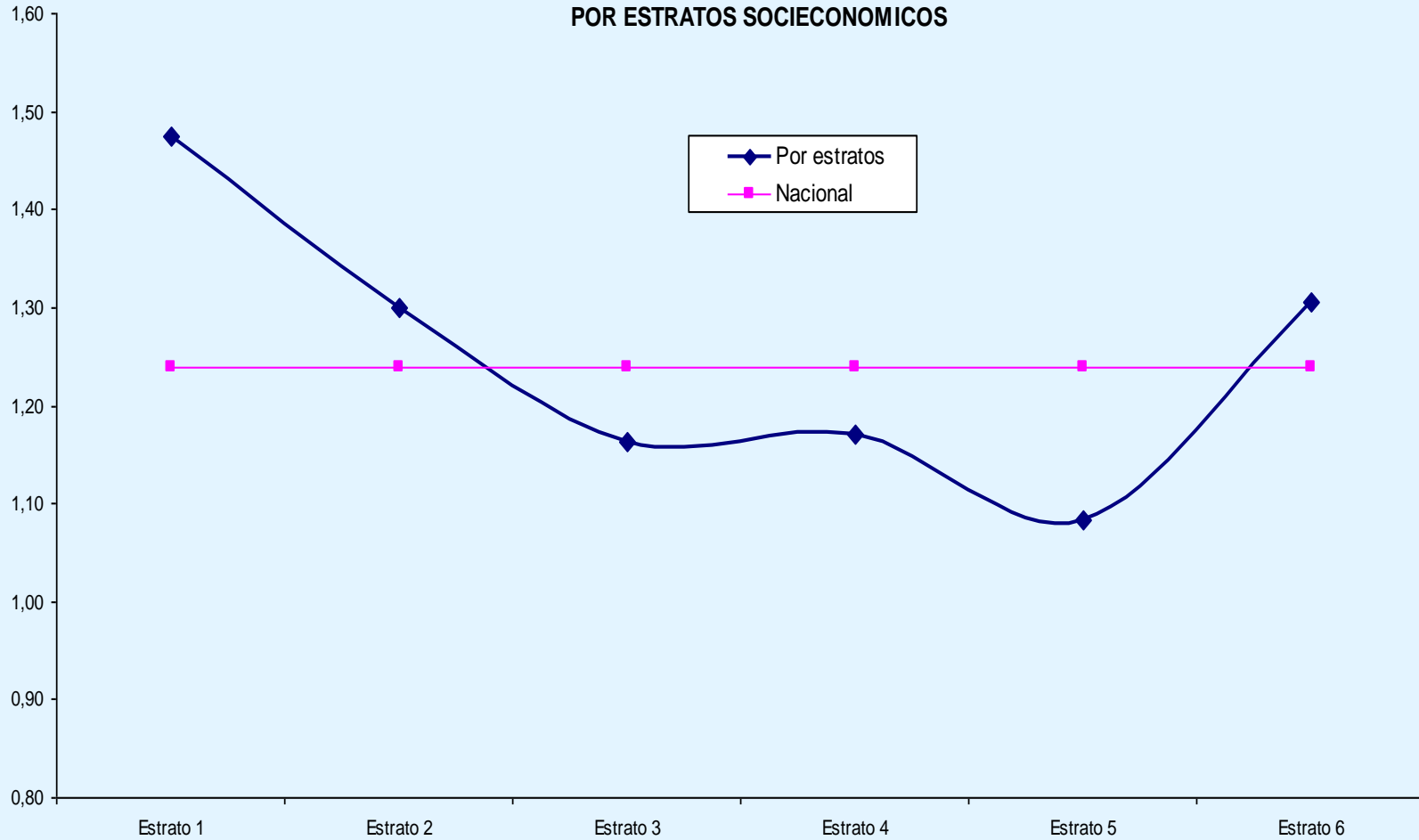
PORCENTAJE DE HOGARES SEGÚN LOS ELECTRODOMESTICOS QUE POSEE

PORCENTAJE DE HOGARES SEGÚN LOS ELECTRODOMESTICOS QUE POSEE ESTRATO 1 - ESTRATO 6



RELACION GASTOS MENSUAL DE TELEVISION ESTRATOS

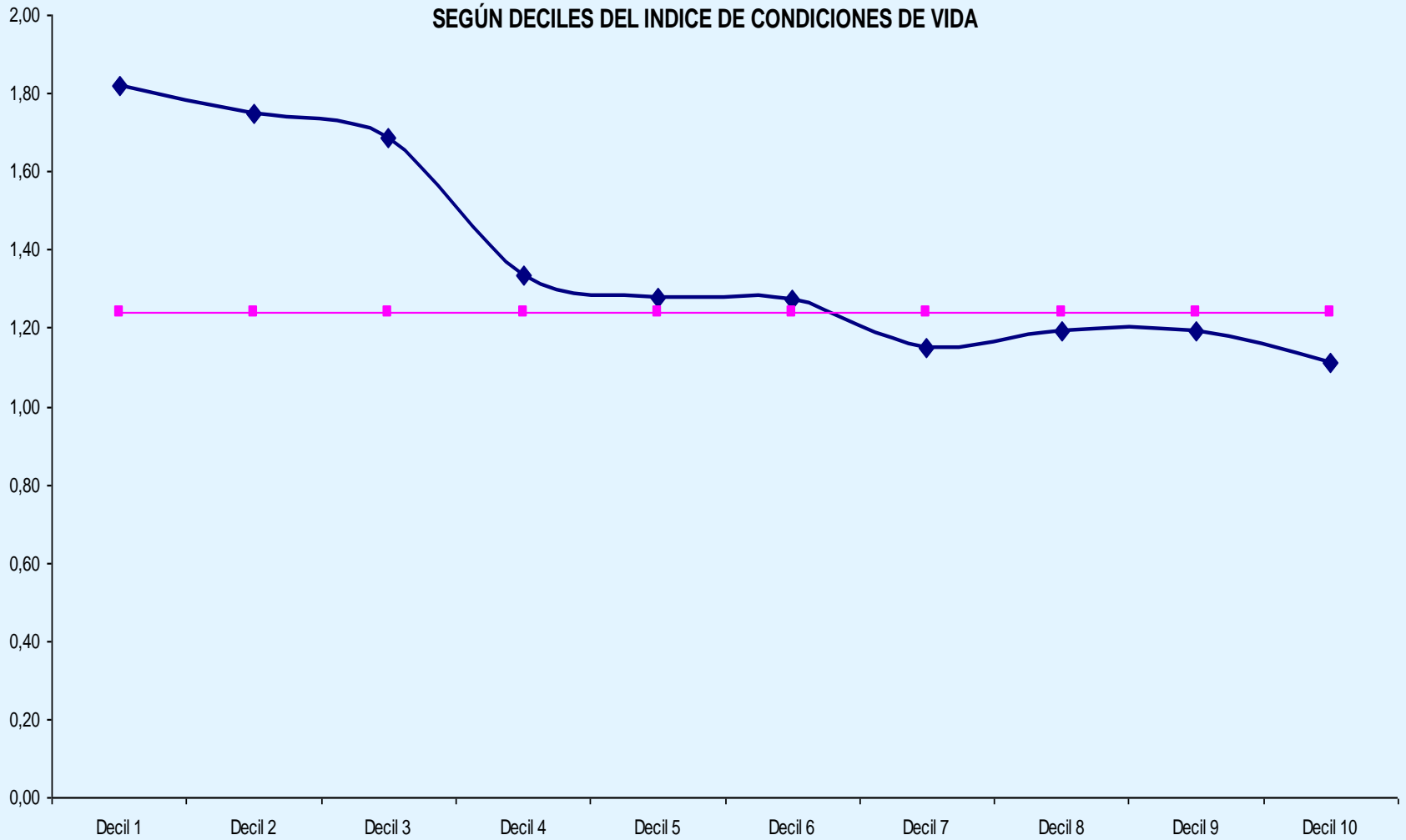
RELACION DEL GASTO EN TELEVISION RESPECTO AL GASTO TOTAL DEL HOGAR POR ESTRATOS SOCIECONOMICOS



(*) Relacion= Gasto en Television / Gasto total

RELACION GASTOS MENSUAL DE TELEVISION DECILES ICV

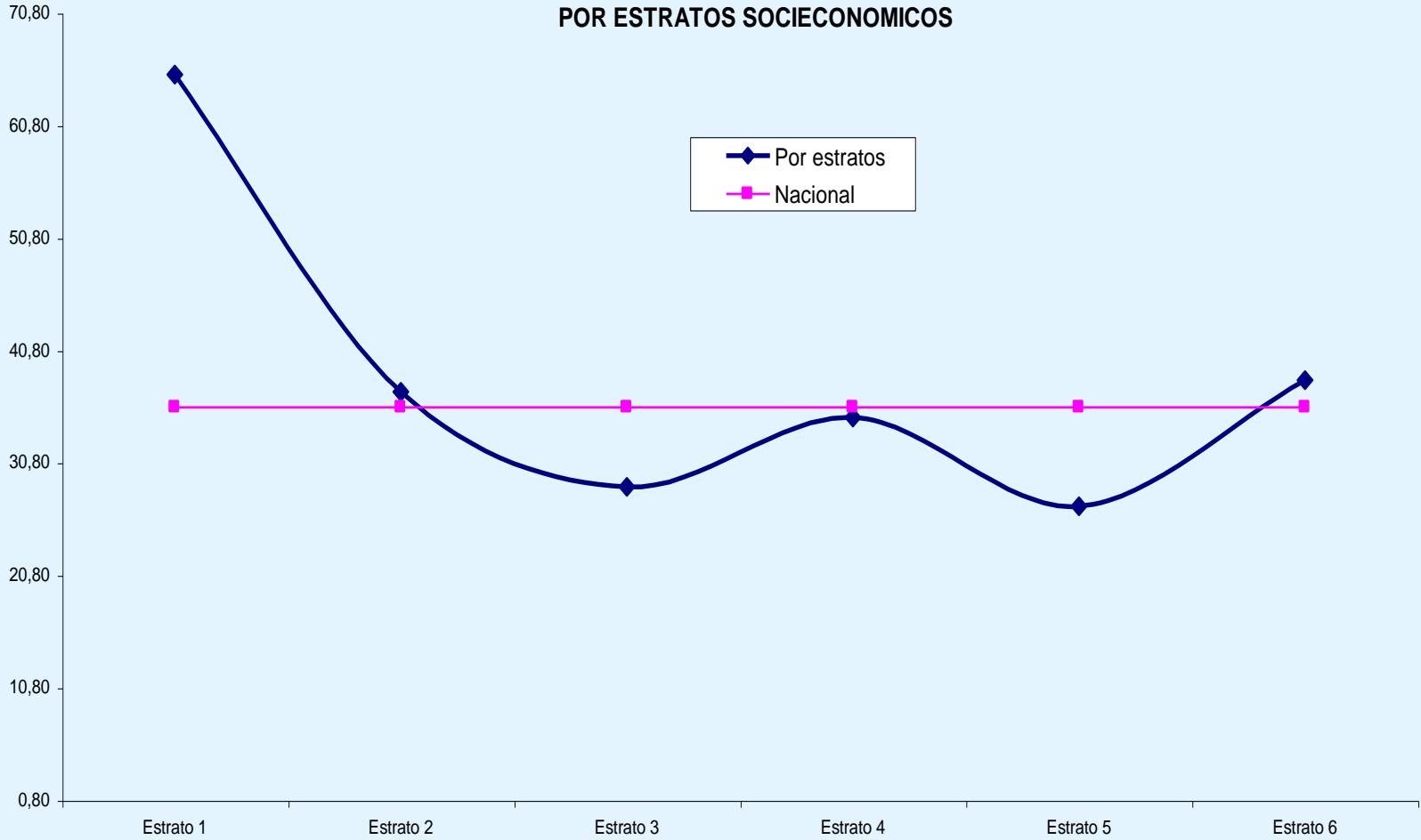
RELACION DEL GASTO EN TELEVISION RESPECTO AL GASTO TOTAL DEL HOGAR
SEGÚN DECILES DEL INDICE DE CONDICIONES DE VIDA



(*) Relacion= Gasto en Television / Gasto total

GASTOS MENSUAL DE TELEVISION SOBRE GASTO SERVICIOS PUBLICO -ESTRATOS

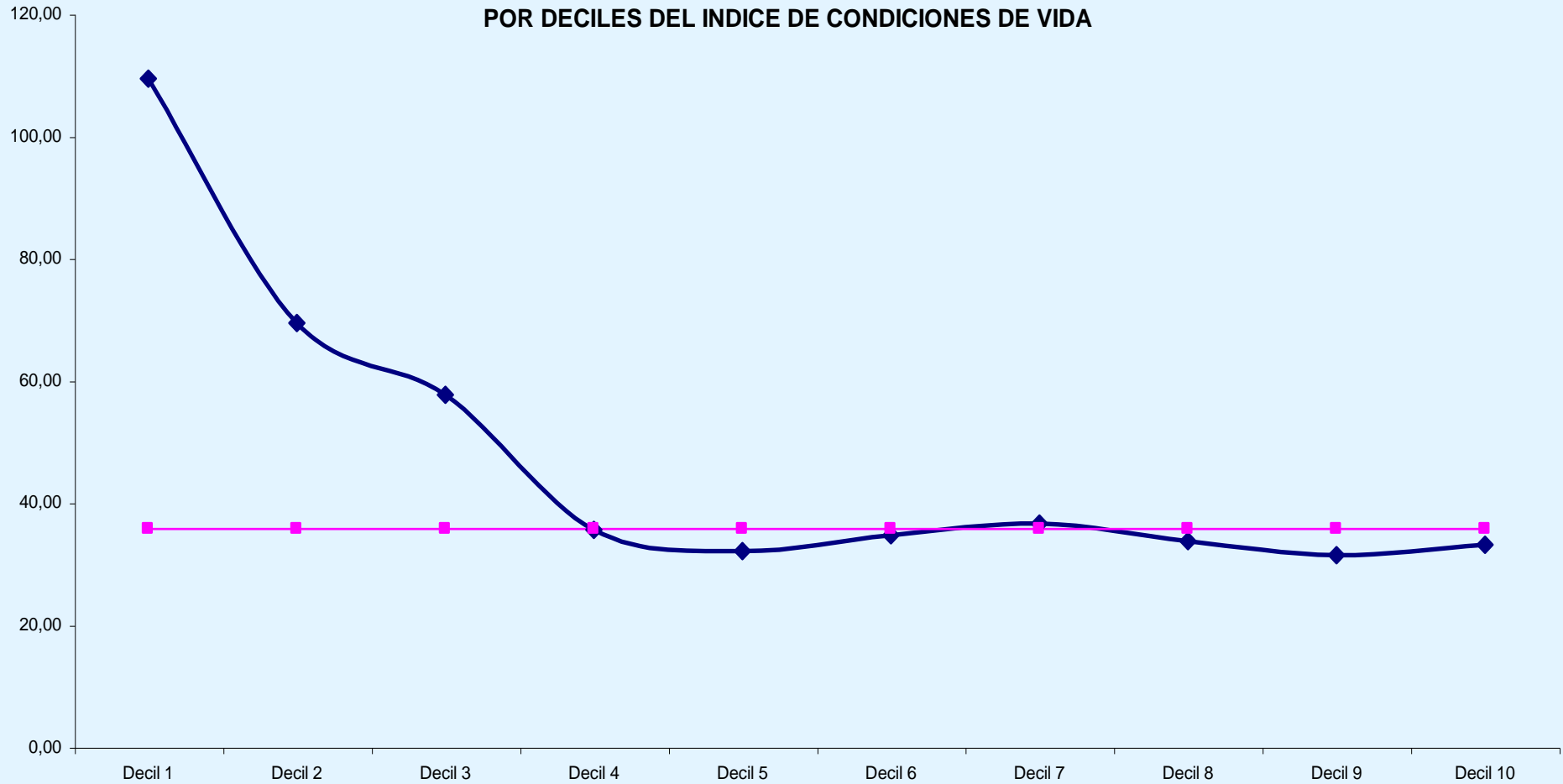
RELACION DEL GASTO EN TELEVISION RESPECTO AL GASTO EN SERVICIOS PUBLICOS POR ESTRATOS SOCIECONOMICOS



(*) Relacion= Gasto en Television / Gasto en servicios publicos

RELACION GASTOS MENSUAL DE TELEVISION/GASTO SERVICIOS PUBLICOS–DECILES ICV

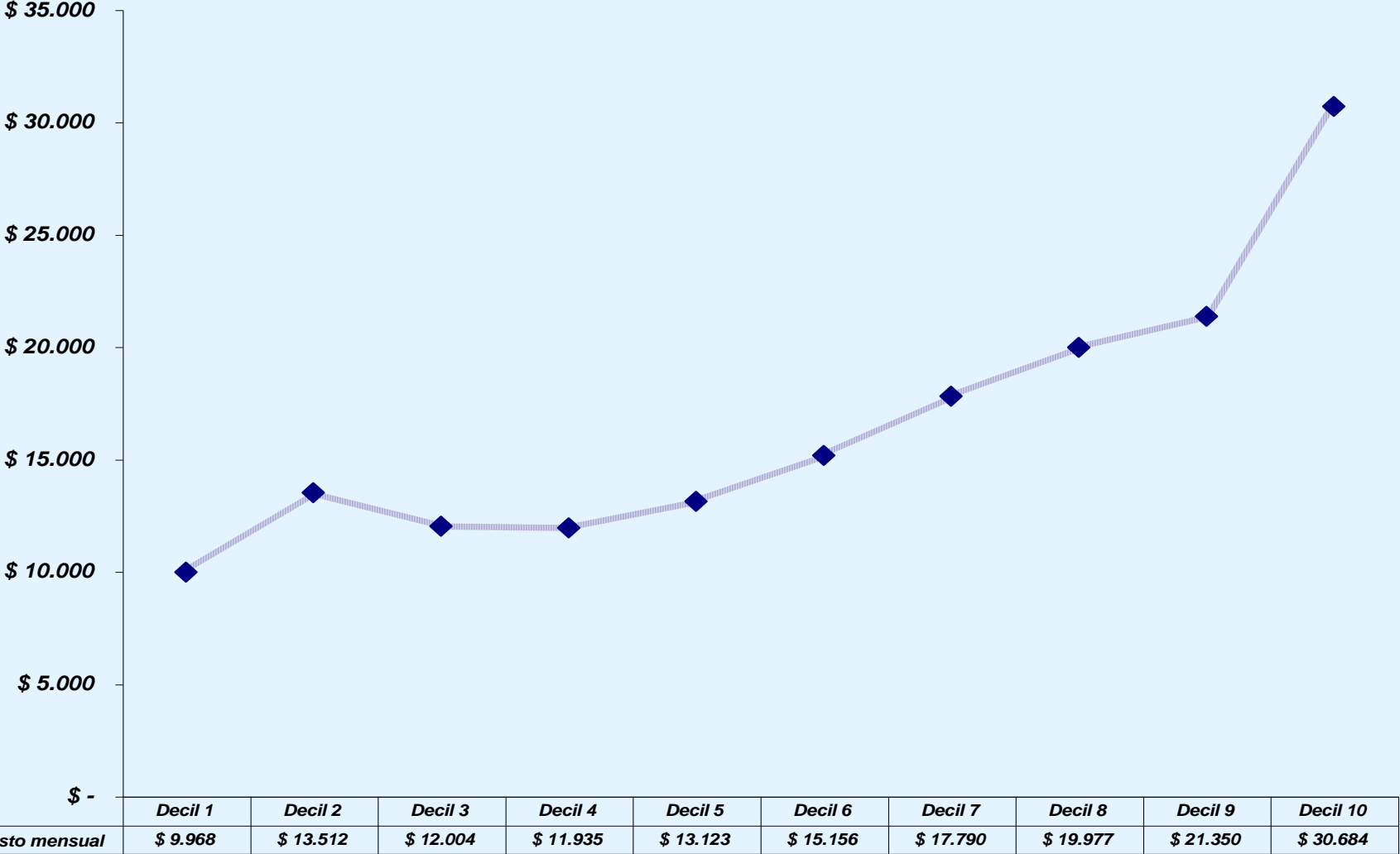
RELACION DEL GASTO EN TELEVISION RESPECTO AL GASTO EN SERVICIOS PUBLICOS POR DECILES DEL INDICE DE CONDICIONES DE VIDA



(*) Relacion= Gasto en Television / Gasto total

GASTOS MENSUAL DE TELEVISION DECILES ICV

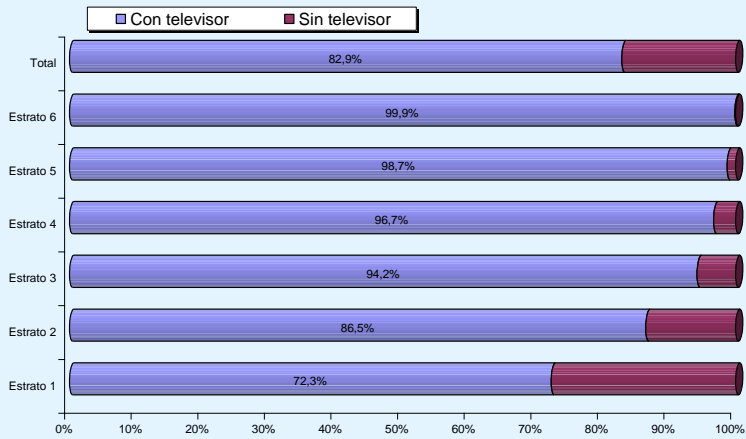
GASTO MENSUAL POR SERVICIO DE TELEVISIÓN SATELITAL, POR CABLE Y/O PARABÒLICA POR DECILES DE INDICE DE CONDICIONES DE VIDA



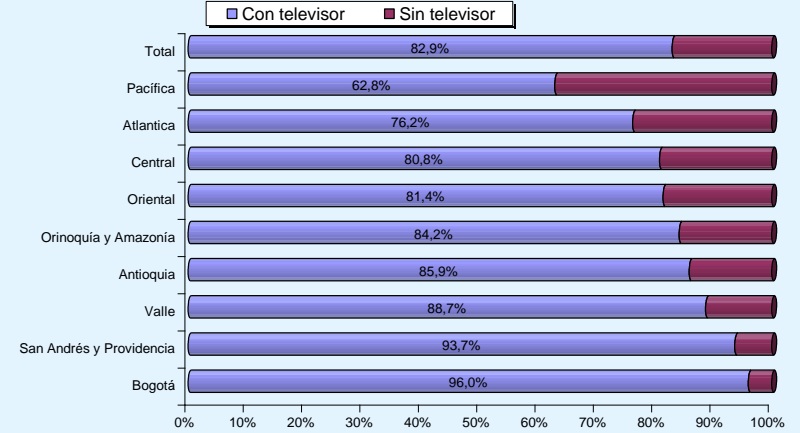
TENENCIA, CLASE Y USOS DEL TELEVISOR

TENENCIA DE TELEVISOR

TENENCIA DE TELEVISOR POR ESTRATO SOCIECONOMICO

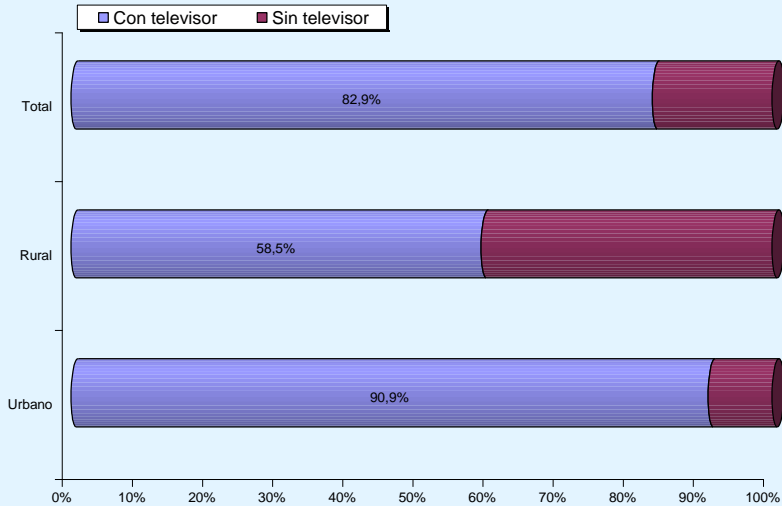


TENENCIA DE TELEVISOR POR REGIONES

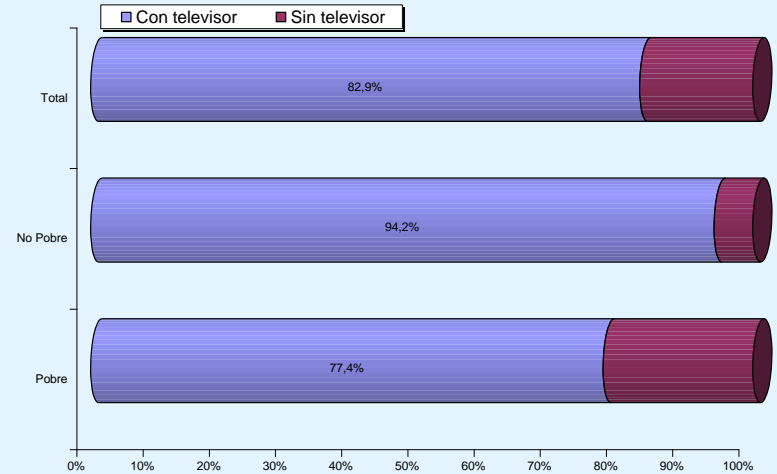


La tenencia de aparato de televisión está altamente asociado al poder adquisitivo del hogar

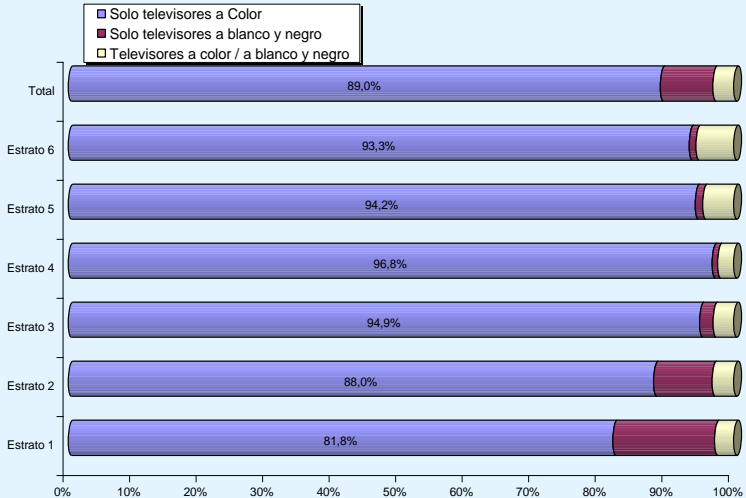
TENENCIA DE TELEVISOR POR ZONA



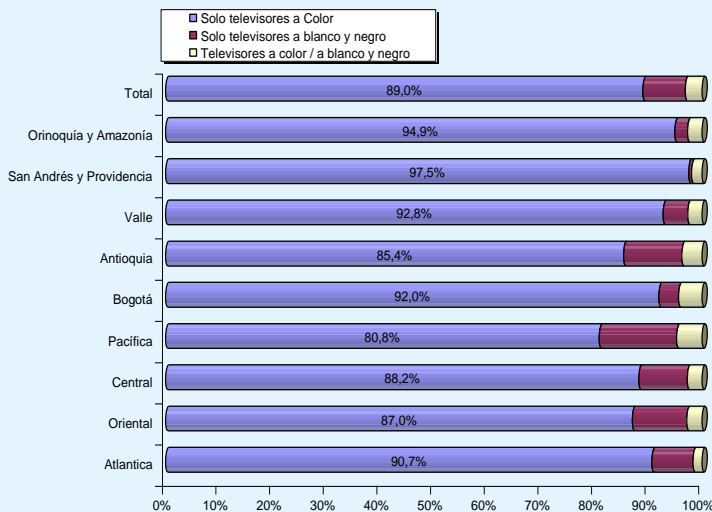
TENENCIA DE TELEVISOR POR PERCEPCIÓN DE LA POBREZA DEL HOGAR



CLASE DE TELEVISOR POR ESTRATO SOCIECONOMICO

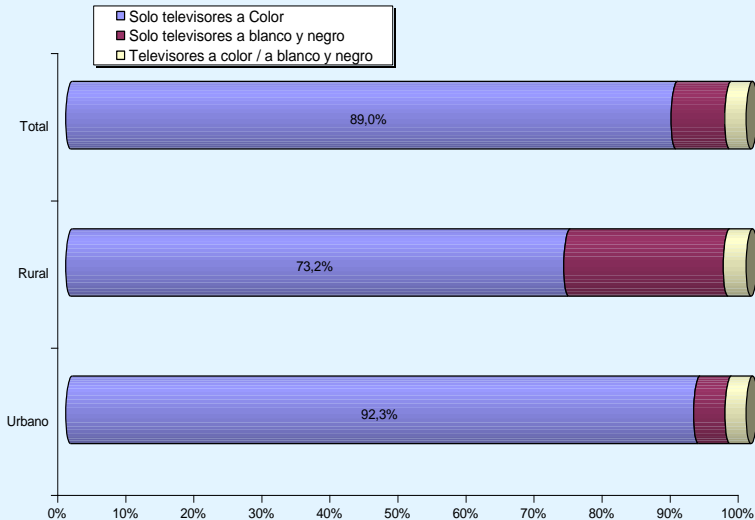


CLASE DE TELEVISOR POR REGIONES

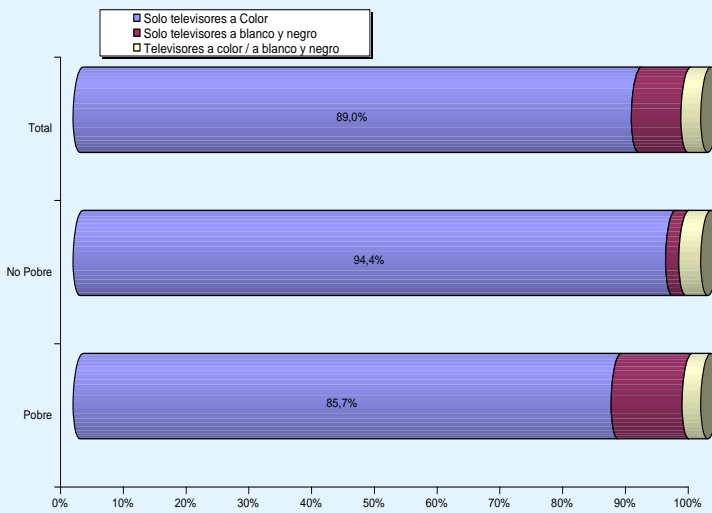


La tenencia de televisor en blanco y negro aún es importante en los hogares de escasos ingresos

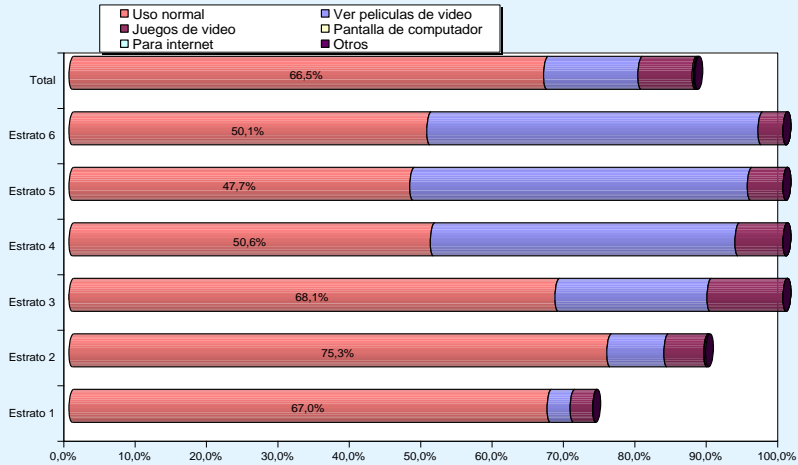
CLASE DE TELEVISOR POR ZONA



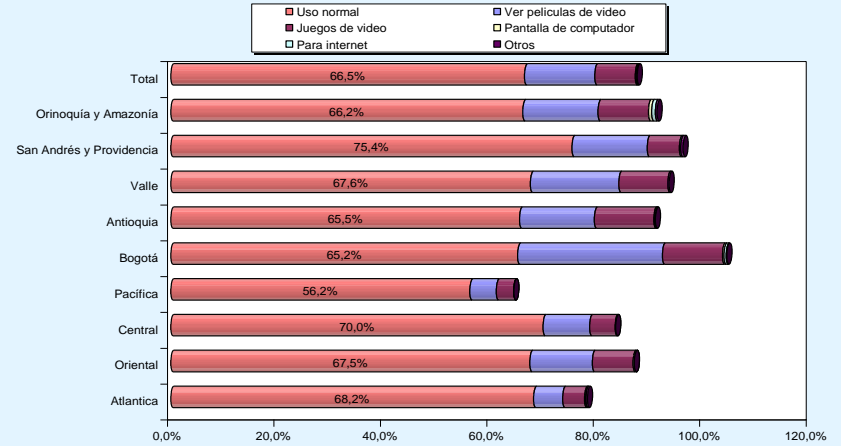
CLASE DE TELEVISOR POR PERCEPCIÓN DE LA POBREZA DEL HOGAR



USOS DEL TELEVISOR POR ESTRATO SOCIOECONOMICO

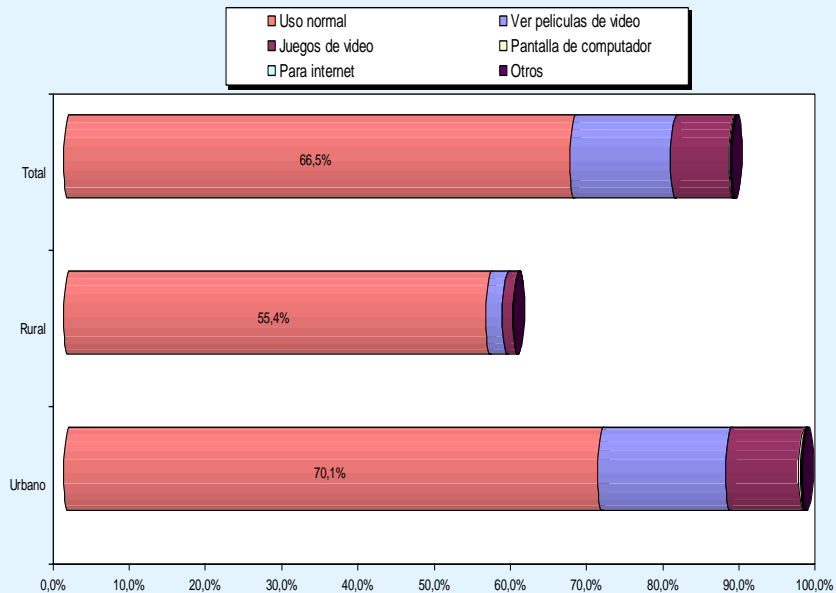


USOS DEL TELEVISOR POR REGIONES

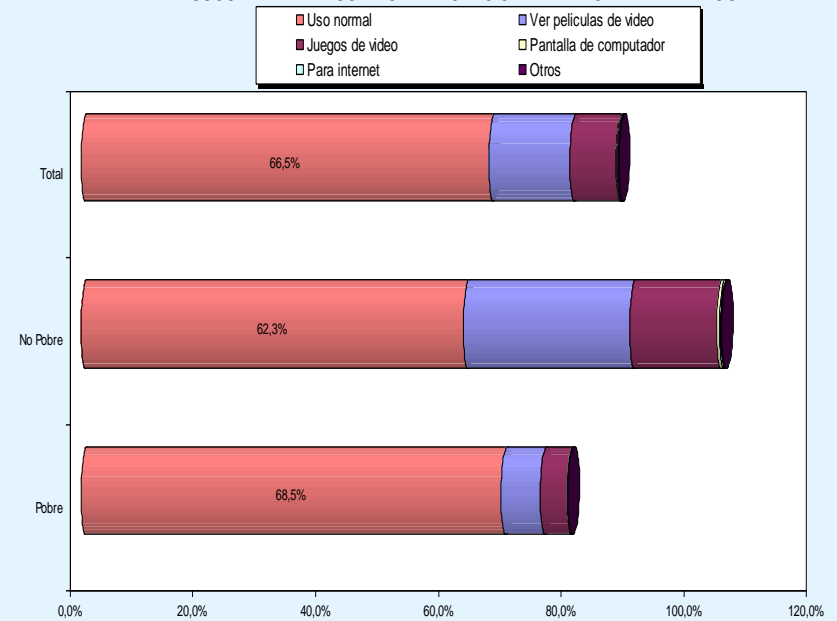


Los usos adicionales del televisor están asociados a los hogares de nivel social alto

USOS DEL TELEVISOR POR ZONA



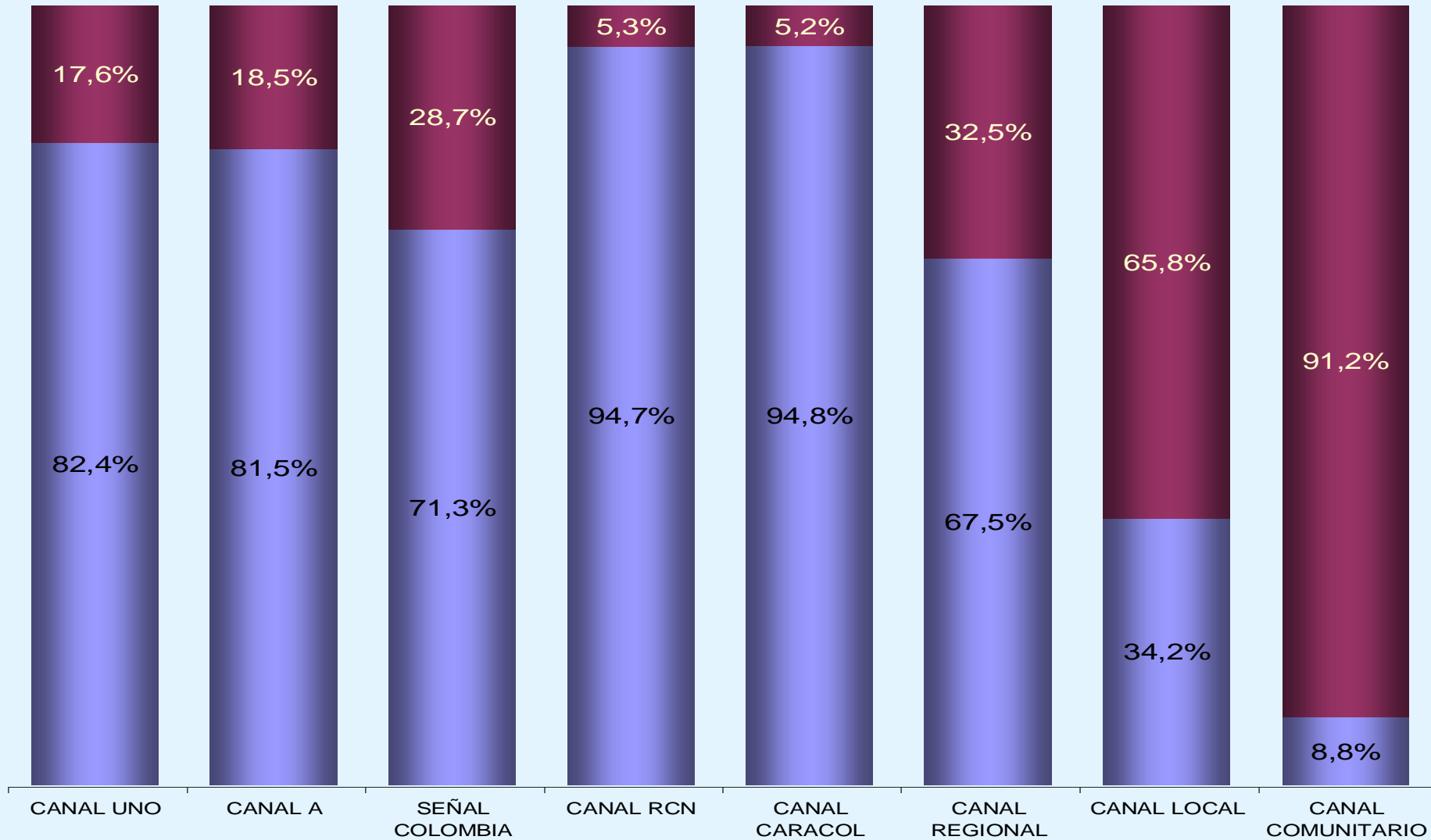
USOS DEL TELEVISOR POR PERCEPCIÓN DE LA POBREZA DEL HOGAR



CUBRIMIENTO

CUBRIMIENTO OPERADORES NACIONALES

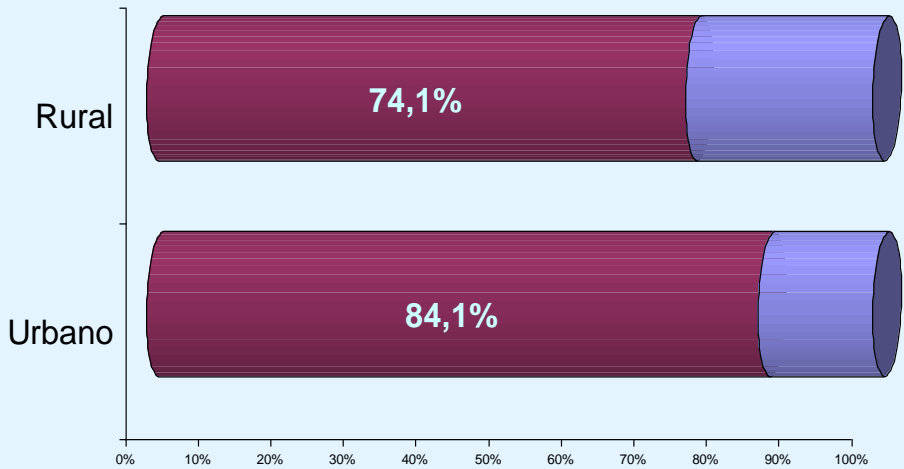
■ con cobertura ■ sin cobertura



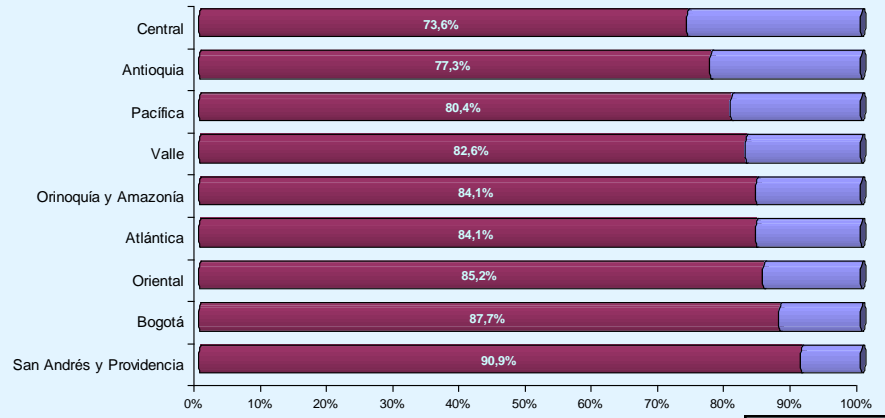
CUBRIMIENTO OPERADORES NACIONALES – CANAL UNO

Zona

CON CUBRIMIENTO SIN CUBRIMIENTO



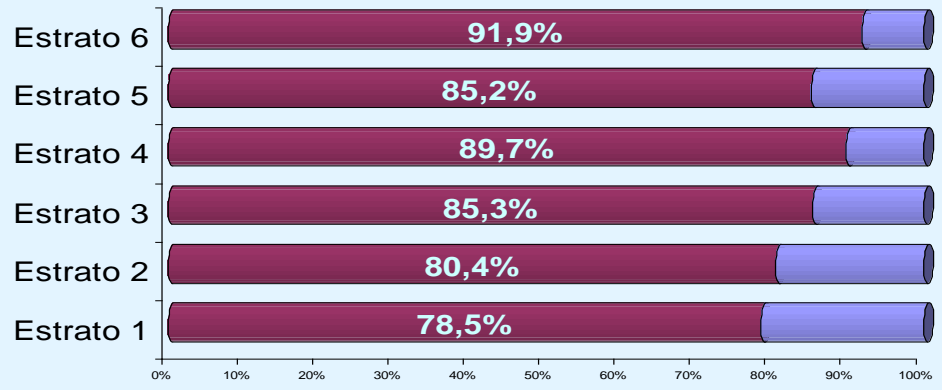
CON CUBRIMIENTO SIN CUBRIMIENTO



Región

El cubrimiento del Canal UNO muestra diferencias por zonas y regiones

CON CUBRIMIENTO SIN CUBRIMIENTO

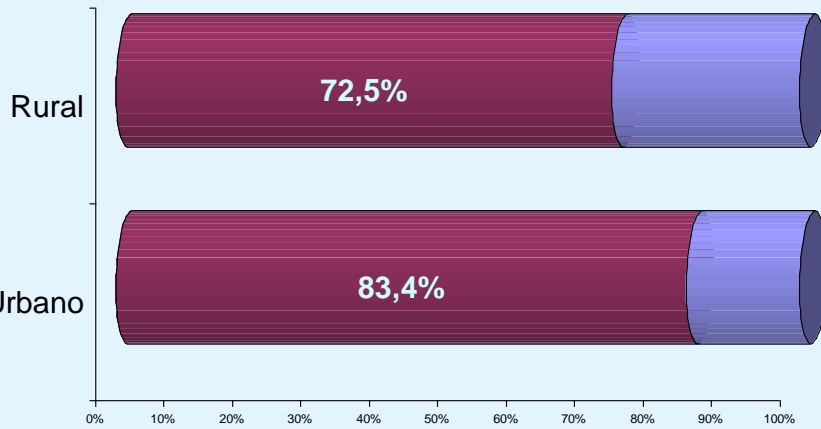


Nivel Socioeconómico

CUBRIMIENTO OPERADORES NACIONALES – CANAL A

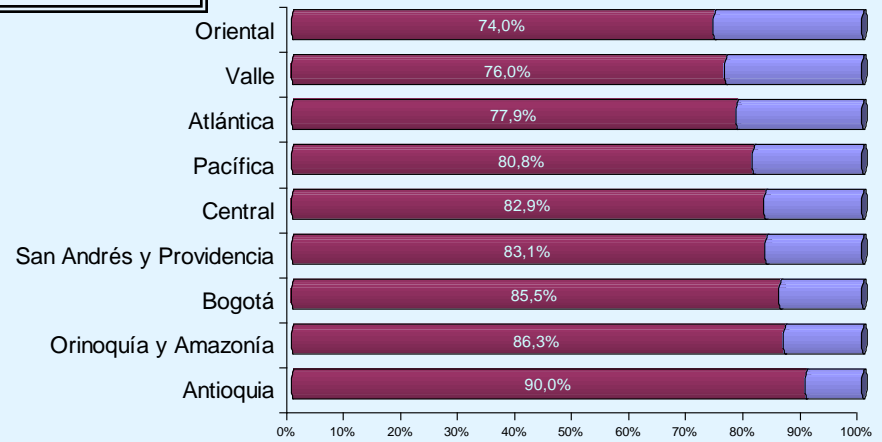
Zona

■ CON CUBRIMIENTO ■ SIN CUBRIMIENTO



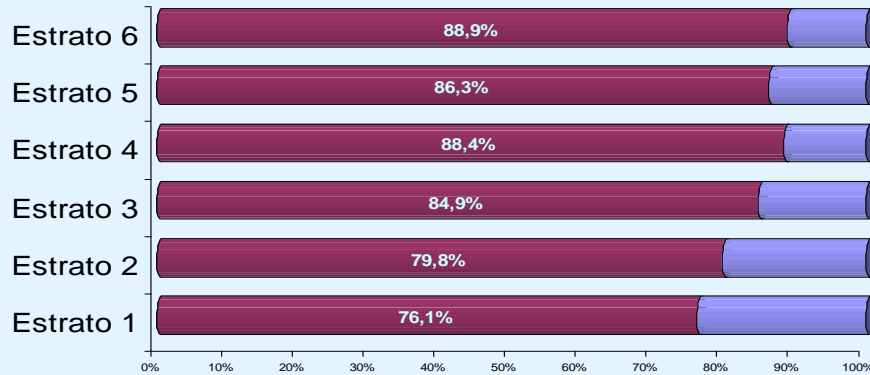
Región

■ CON CUBRIMIENTO ■ SIN CUBRIMIENTO



El cubrimiento del Canal A muestra diferencias por zonas y regiones

■ CON CUBRIMIENTO ■ SIN CUBRIMIENTO

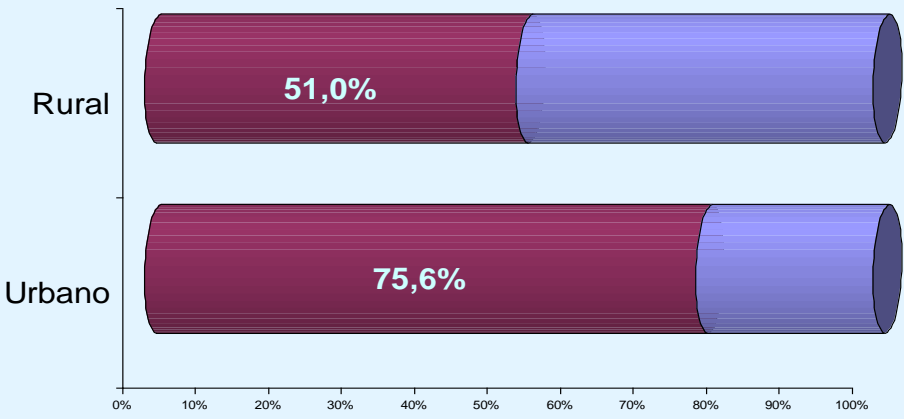


Nivel Socioeconómico

CUBRIMIENTO OPERADORES NACIONALES – SEÑAL COLOMBIA

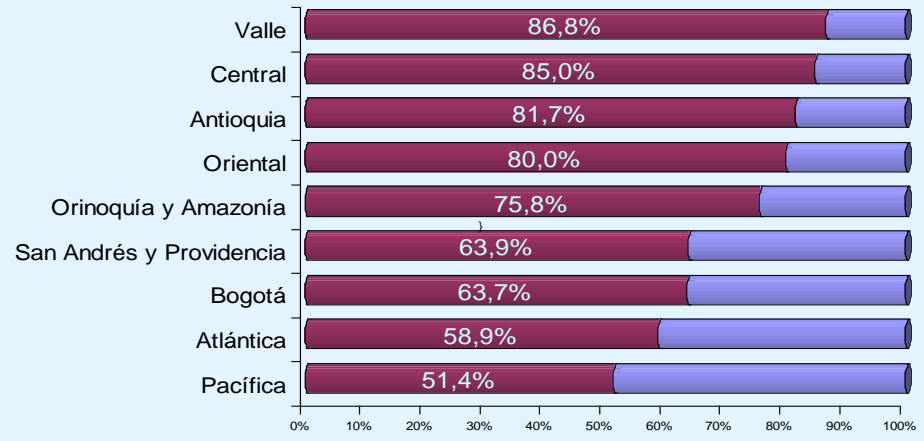
Zona

■ CON CUBRIMIENTO ■ SIN CUBRIMIENTO



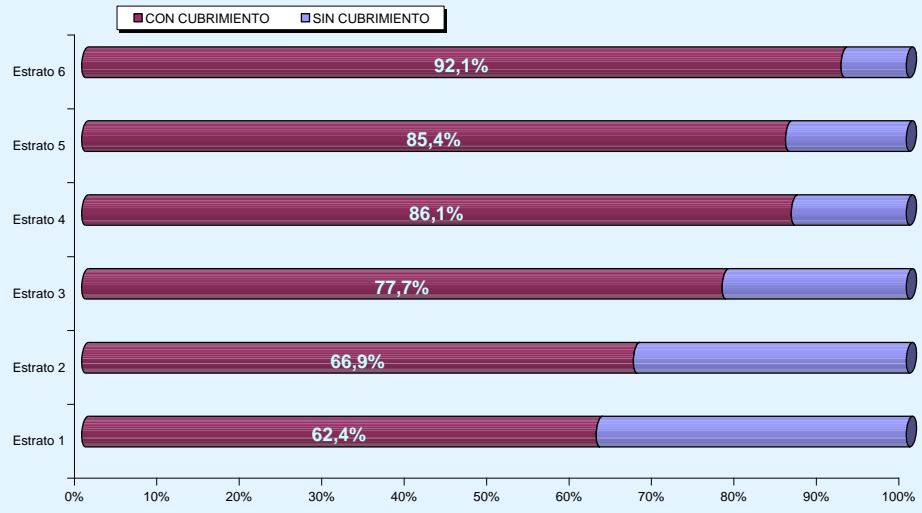
Región

■ CON CUBRIMIENTO ■ SIN CUBRIMIENTO



El cubrimiento Señal Colombia esta altamente concentrado en la zona urbana y los estratos altos

CUBRIMIENTO POR ESTRATO - CANAL SEÑAL COLOMBIA

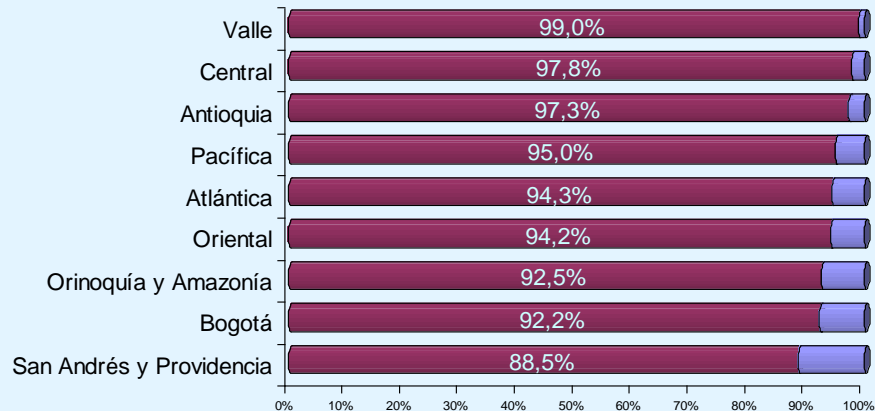
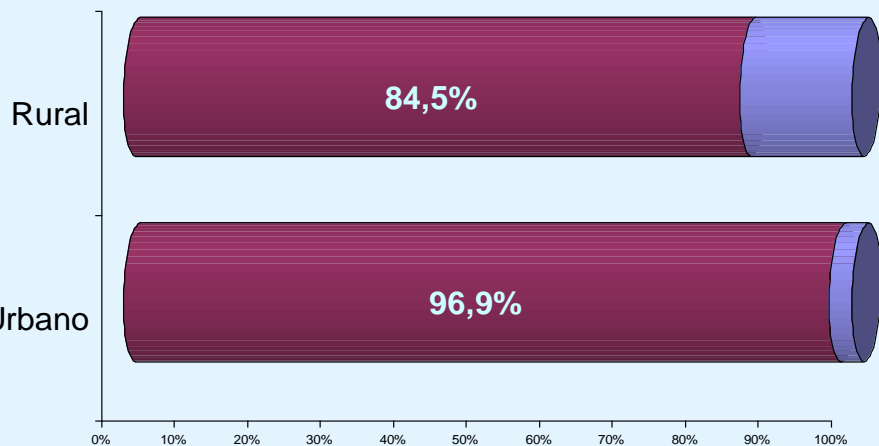


Nivel Socioeconómico

■ CON CUBRIMIENTO ■ SIN CUBRIMIENTO

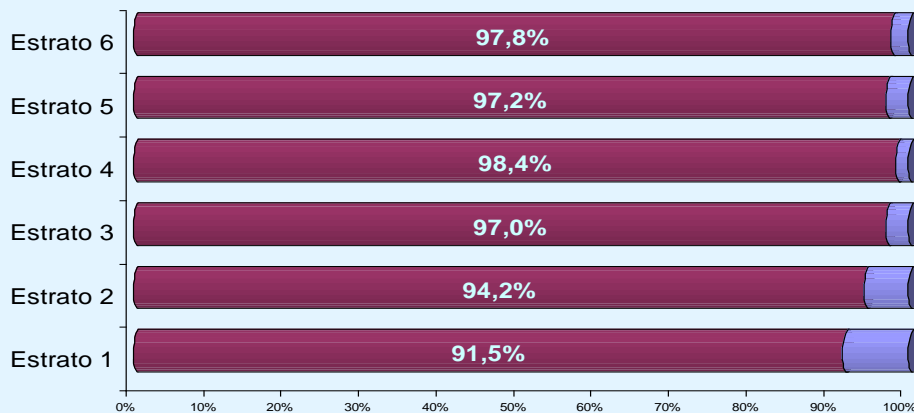
Región

■ CON CUBRIMIENTO ■ SIN CUBRIMIENTO



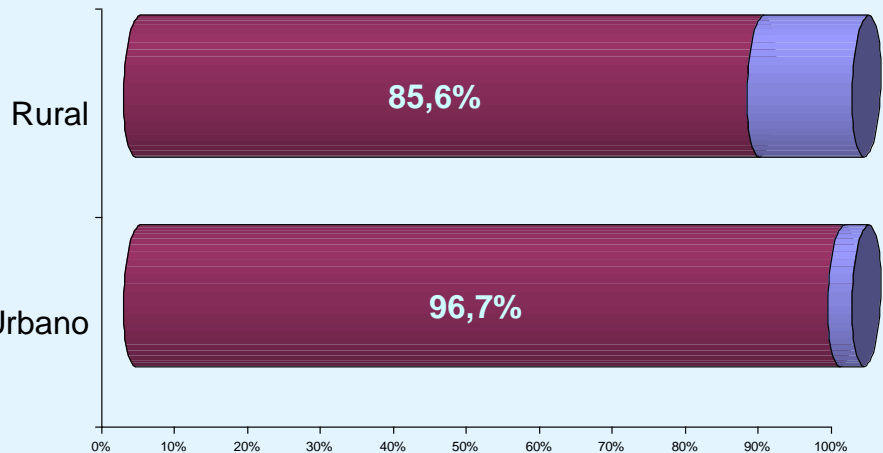
El cubrimiento del Canal RCN muestra presencia del mismo en todos los segmento de la población

■ CON CUBRIMIENTO ■ SIN CUBRIMIENTO

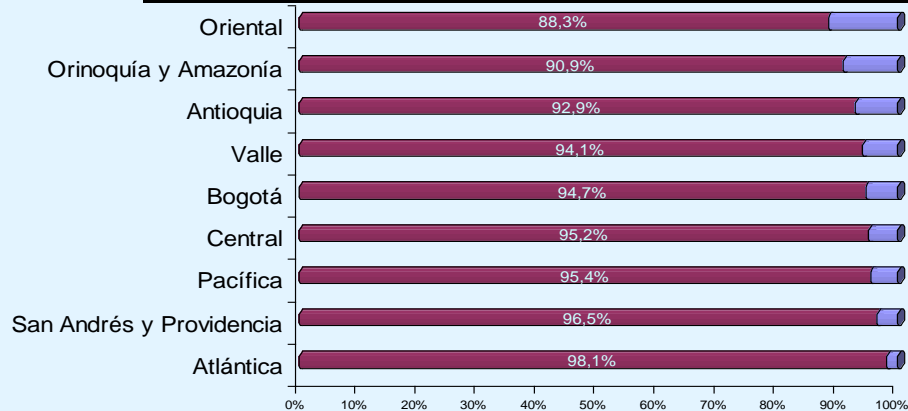


Nivel Socioeconómico

■ CON CUBRIMIENTO ■ SIN CUBRIMIENTO



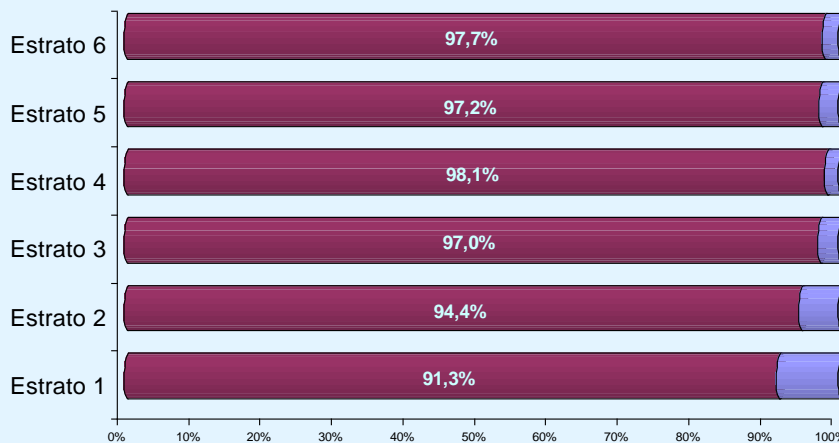
■ CON CUBRIMIENTO ■ SIN CUBRIMIENTO



Región

El Canal Caracol se diferencia en cobertura con respecto al canal RCN en su comportamiento por región

■ CON CUBRIMIENTO ■ SIN CUBRIMIENTO

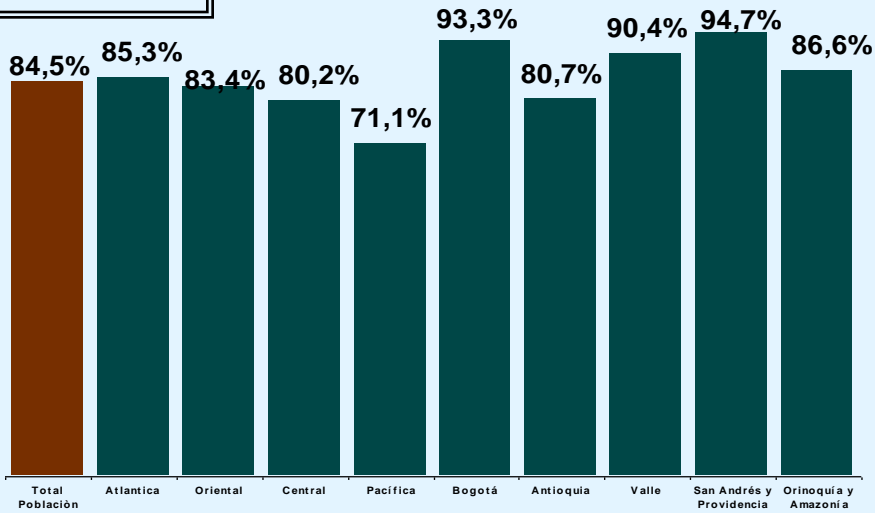


Nivel Socioeconómico

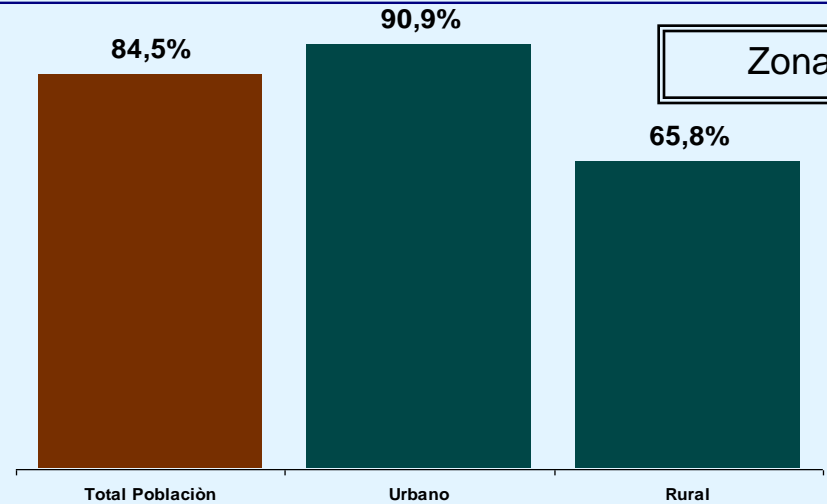
PERFIL DEL TELEVIDENTE

PERFIL GENERAL DEL TELEVIDENTE

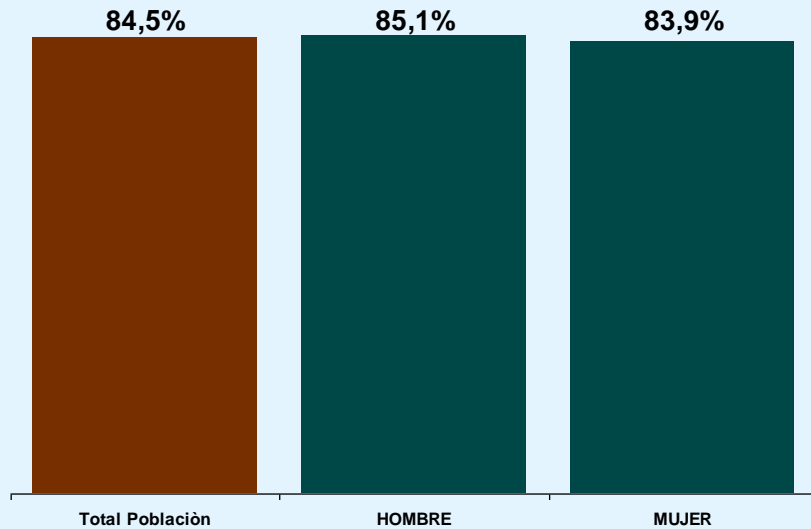
Región



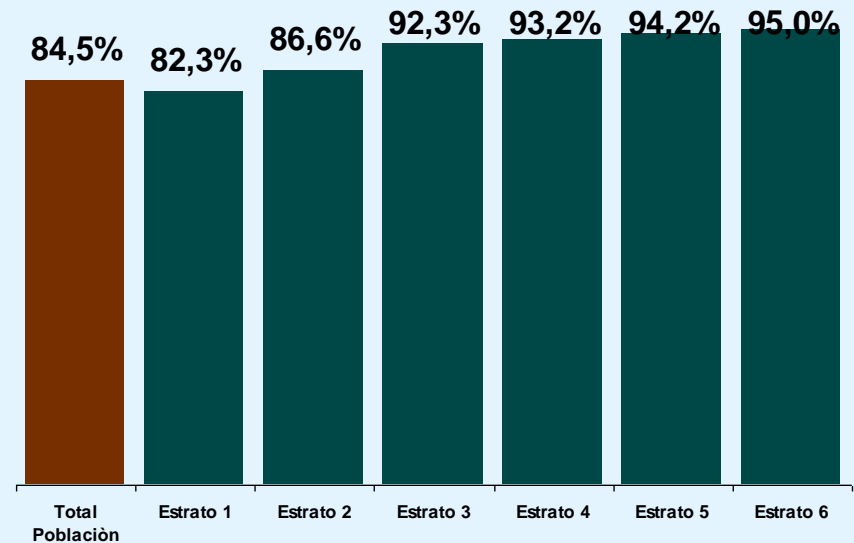
Zona



A mejores condiciones socioeconómicas hay un consumo mayor de televisión



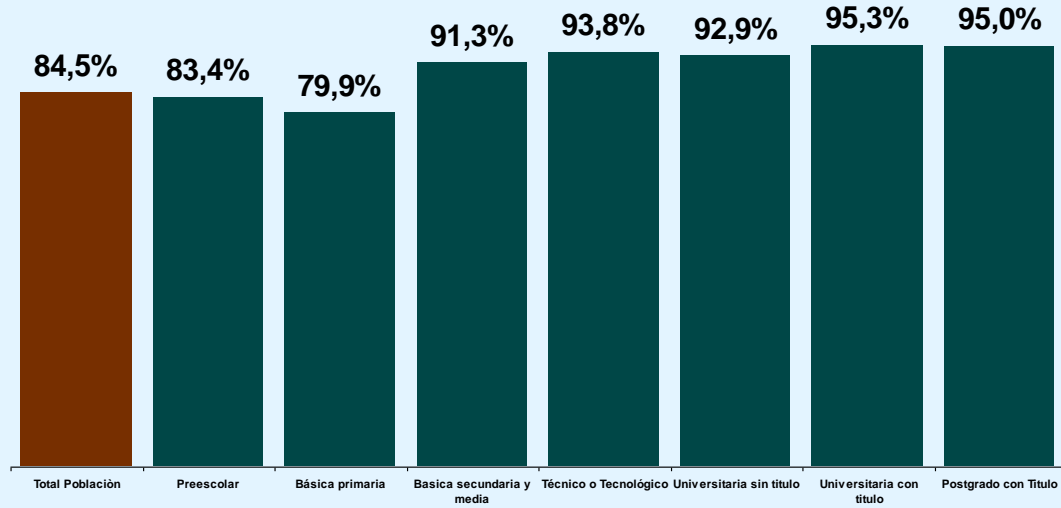
Género



Nivel Socioeconómico

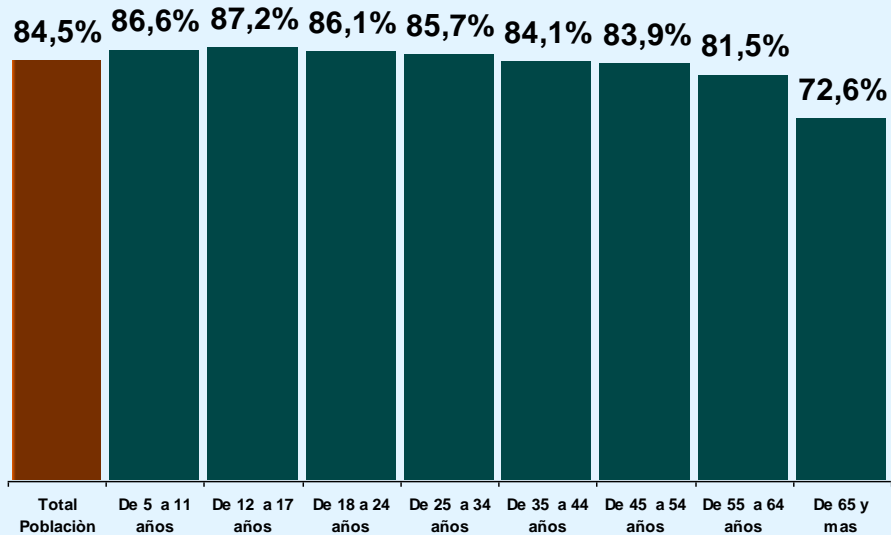
PERFIL GENERAL DEL TELEVIDENTE

Escolaridad



Los jóvenes son más televidentes que los adultos

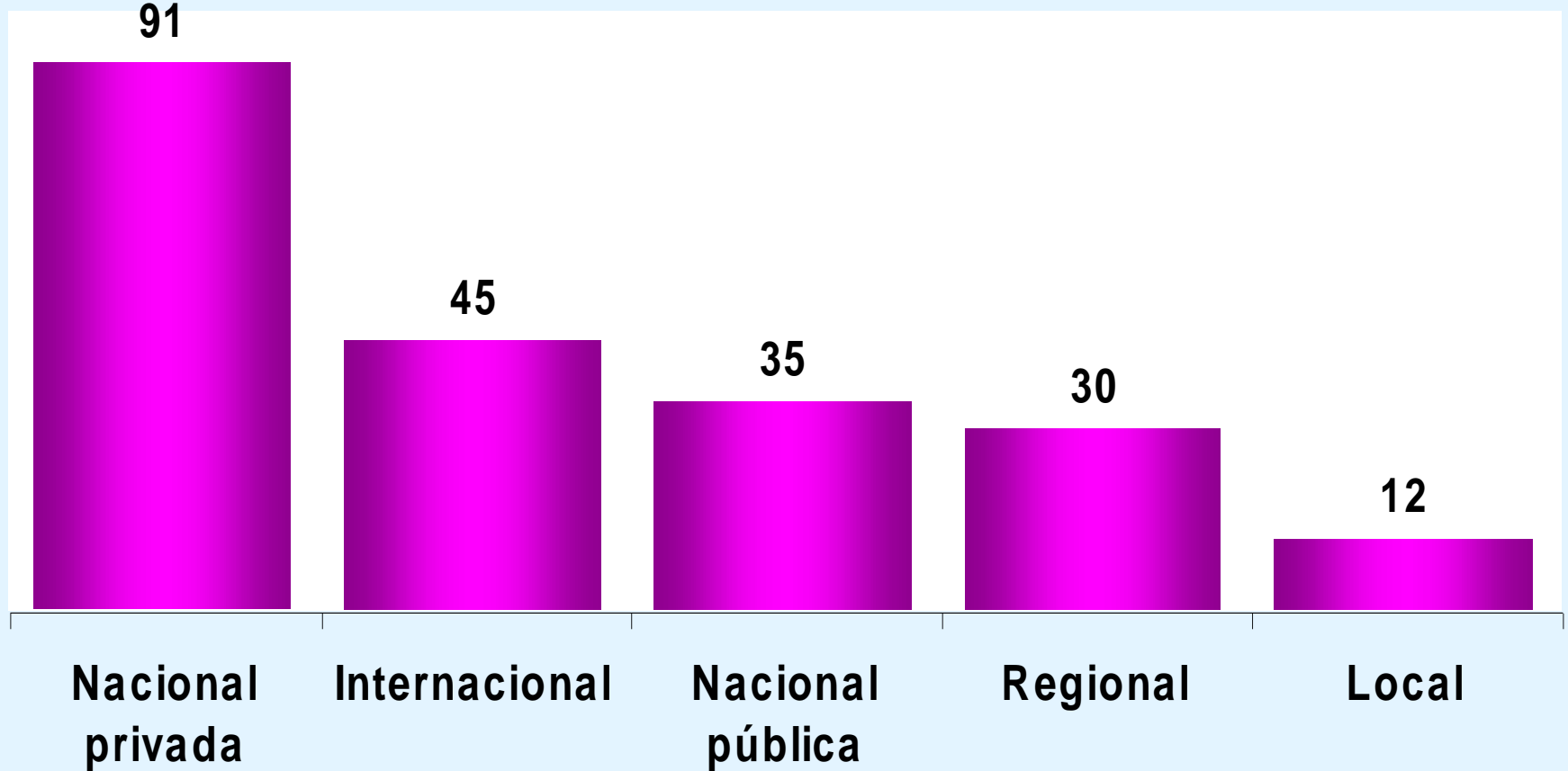
Edad



PERFIL DEL TELEVIDENTE

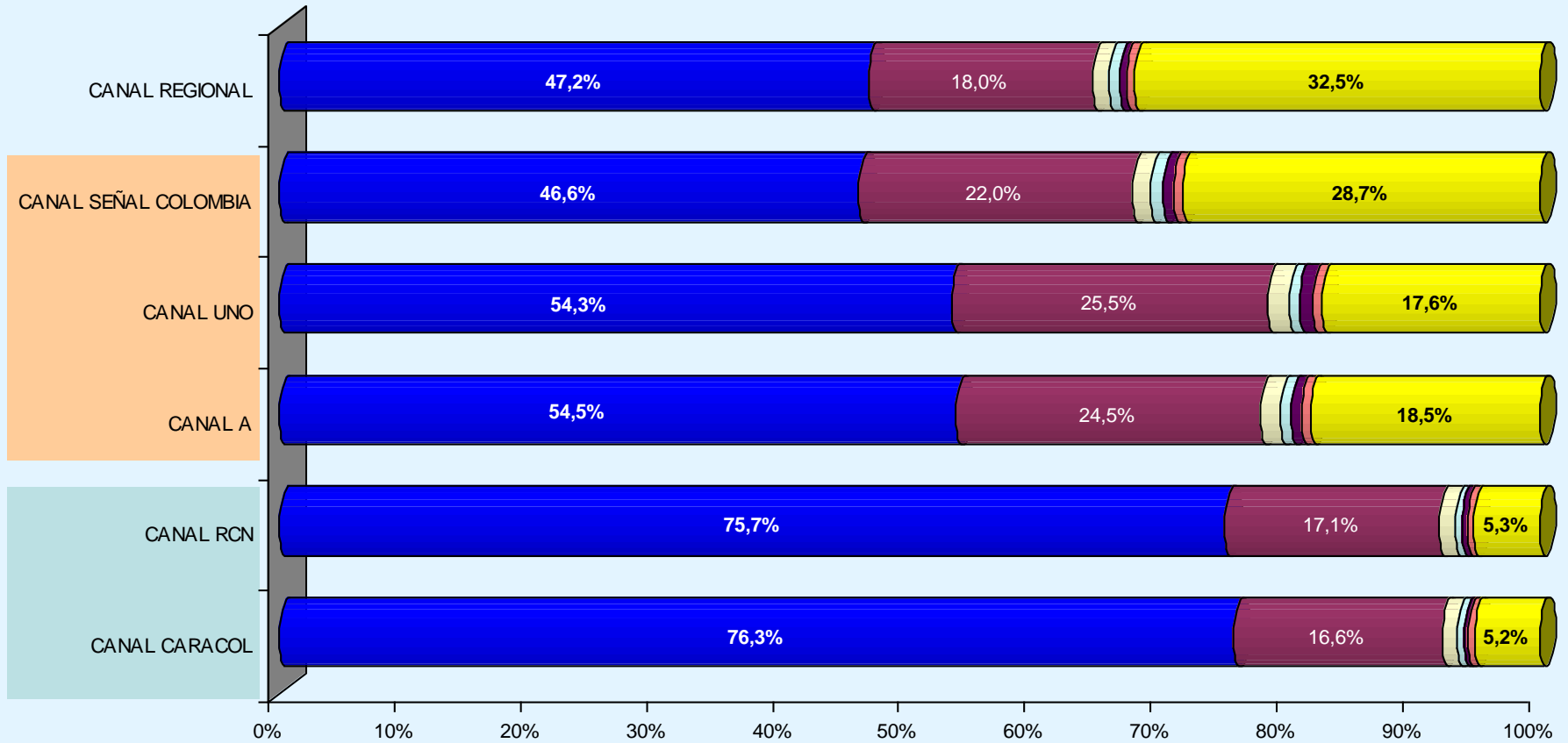
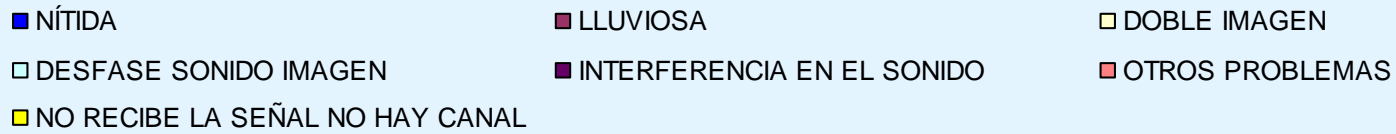
PENETRACIÓN POR TIPO DE TELEVISIÓN EGM 2003

■ I-2003



CALIDAD DE LA SEÑAL

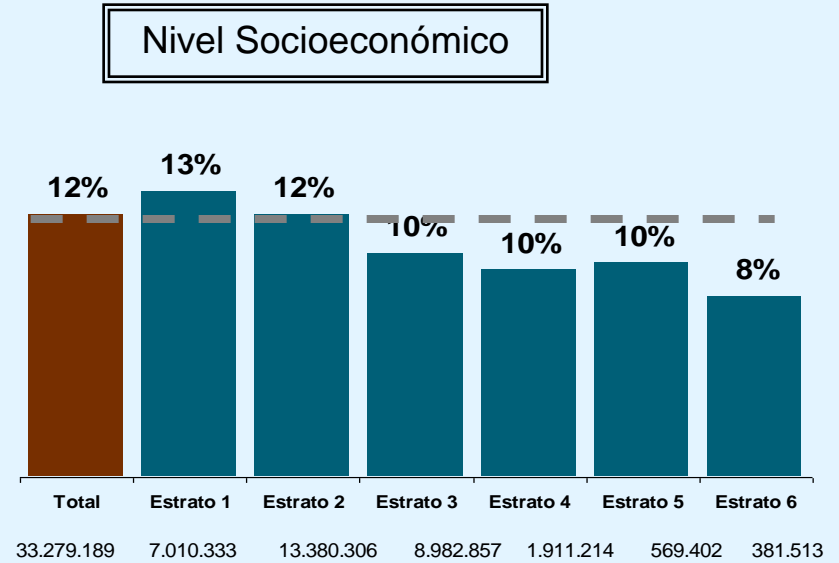
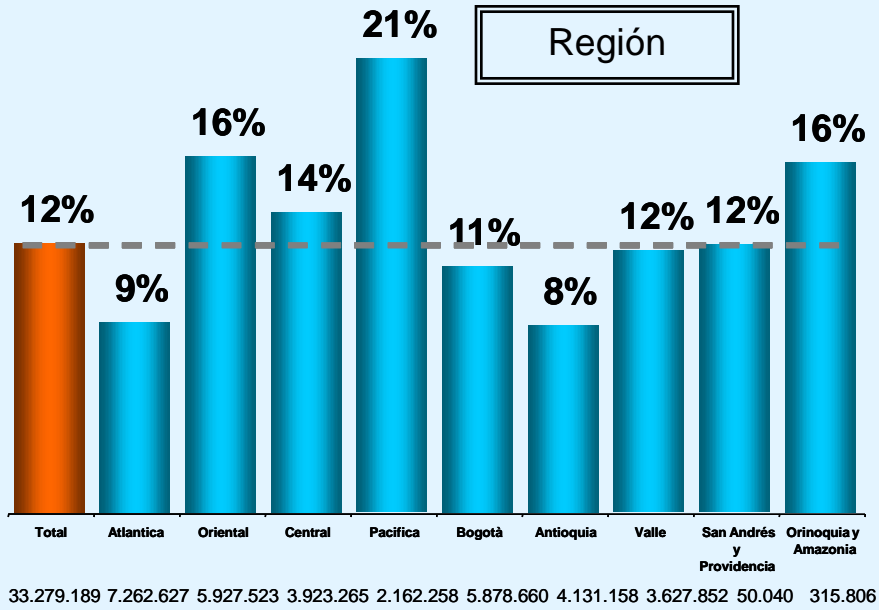
CALIDAD DE LA SEÑAL POR OPERADORES



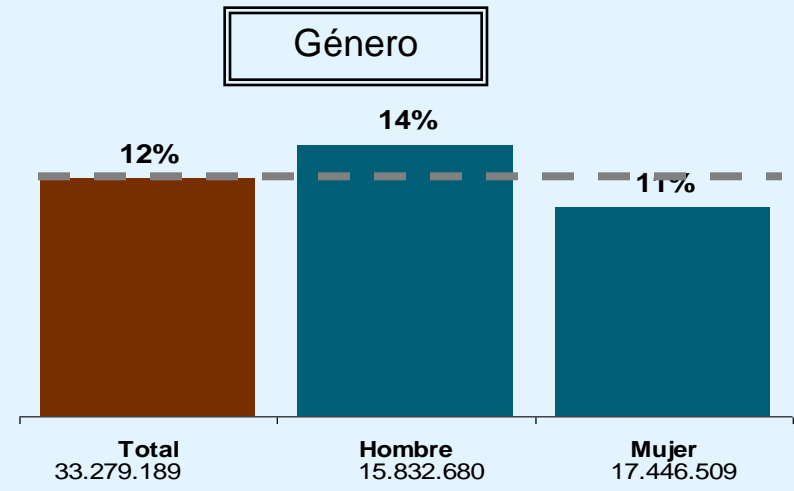
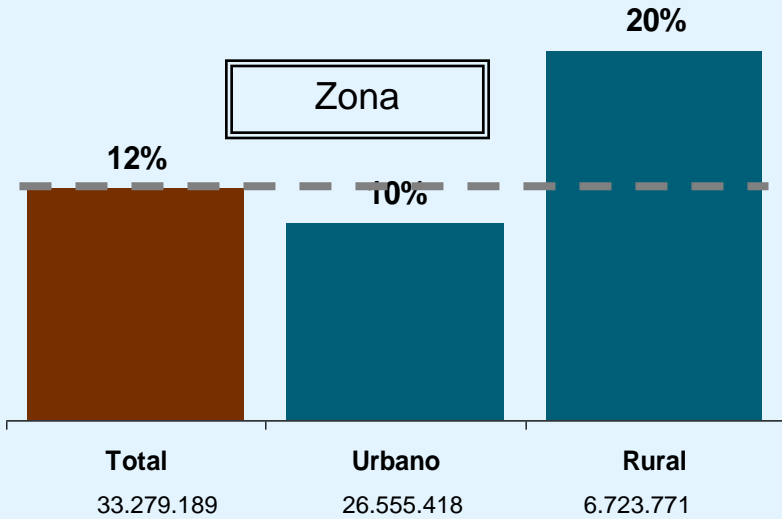
HABITOS DE CONSUMO DE TELEVISION

- Canales de Operación Nacional
- Franjas Horarias
- Preferencias por tipo de programación

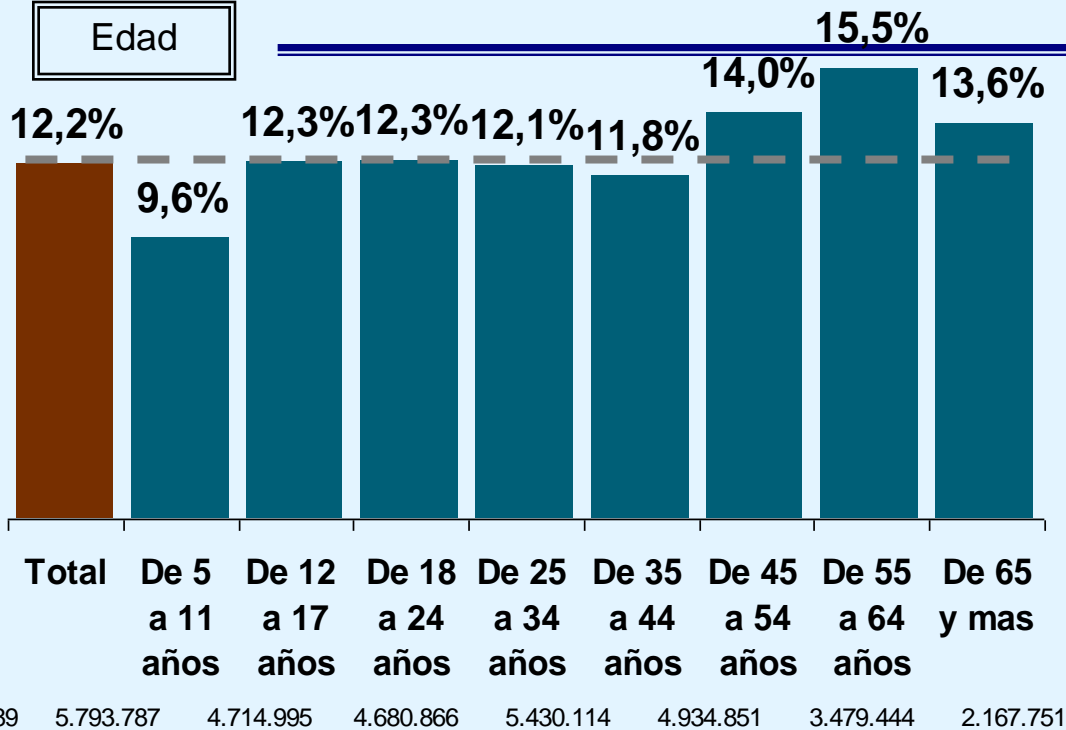
HABITOS DE CONSUMO DE TELEVISION – CANAL UNO



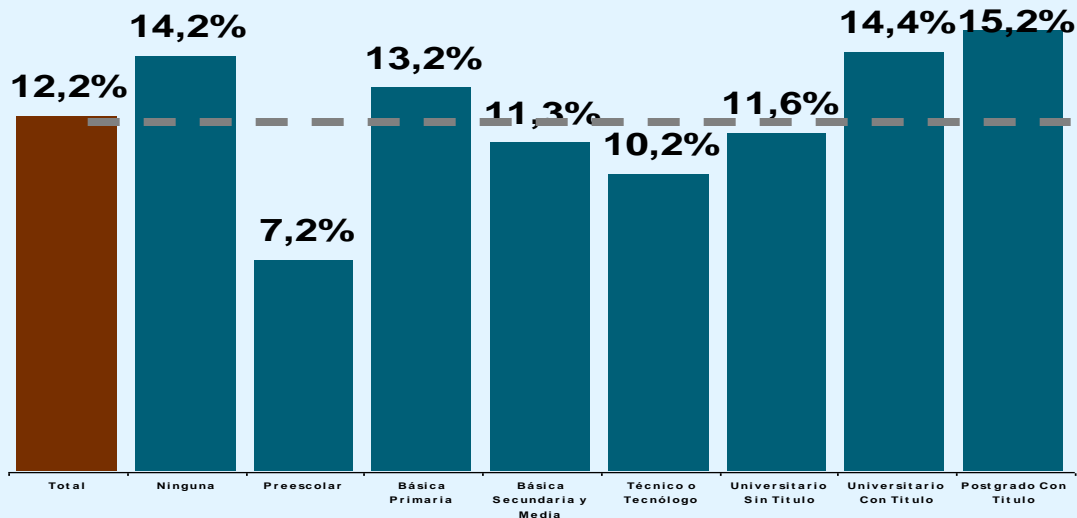
El canal UNO es visto por las regiones y estratos de menores condiciones socioeconómicas



Edad



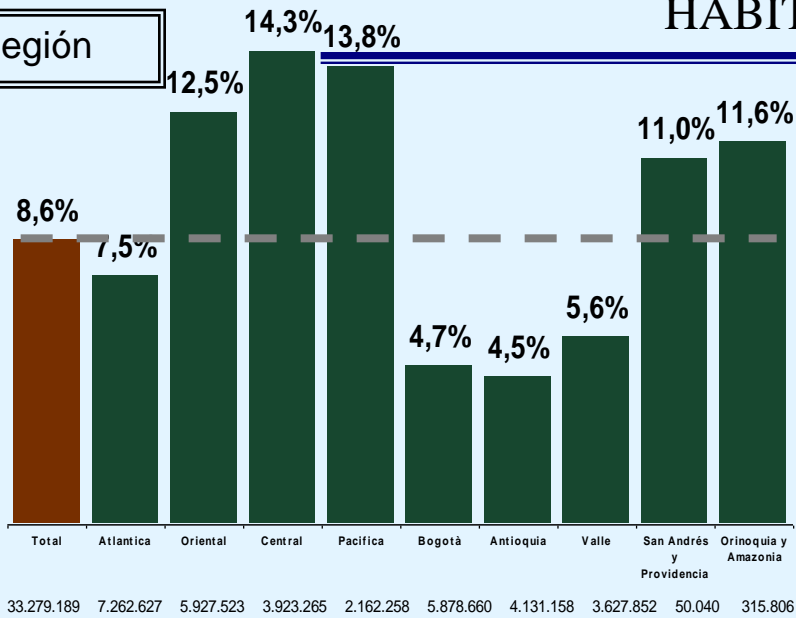
Son las personas de edades superiores a 45 años los más afines al canal UNO



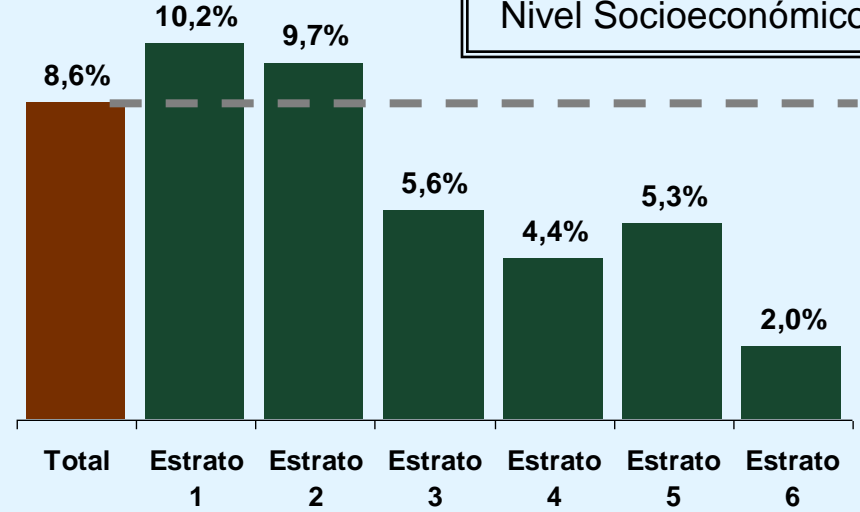
HABITOS DE CONSUMO DE TELEVISION – CANAL UNO

HABITOS DE CONSUMO DE TELEVISION – CANAL A

Región

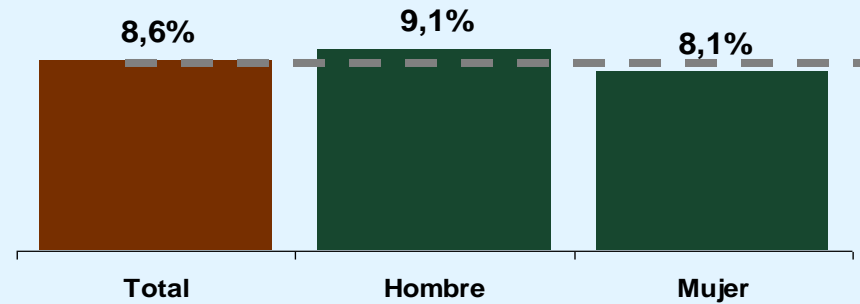
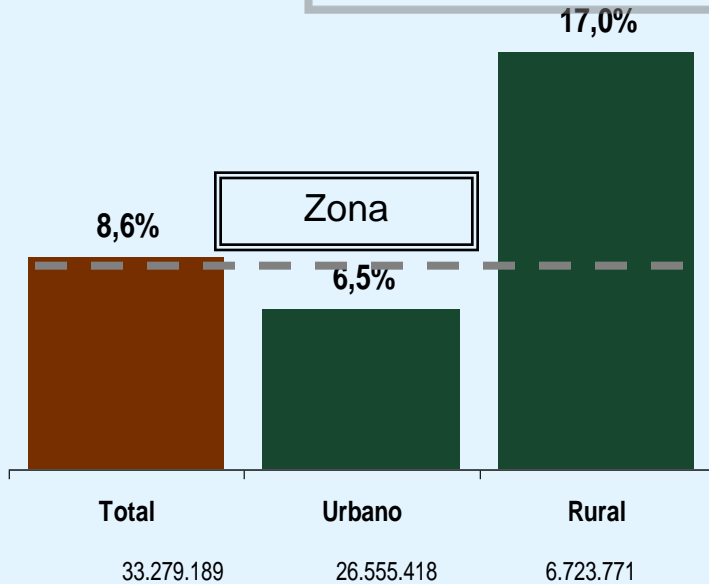


Nivel Socioeconómico

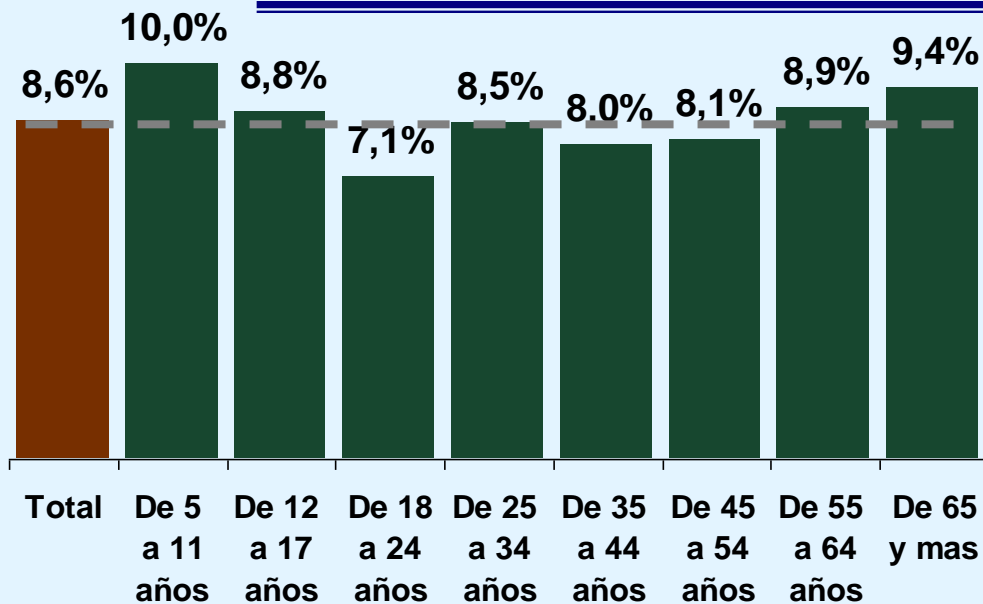


El Canal A es visto por los Estratos bajos de la población

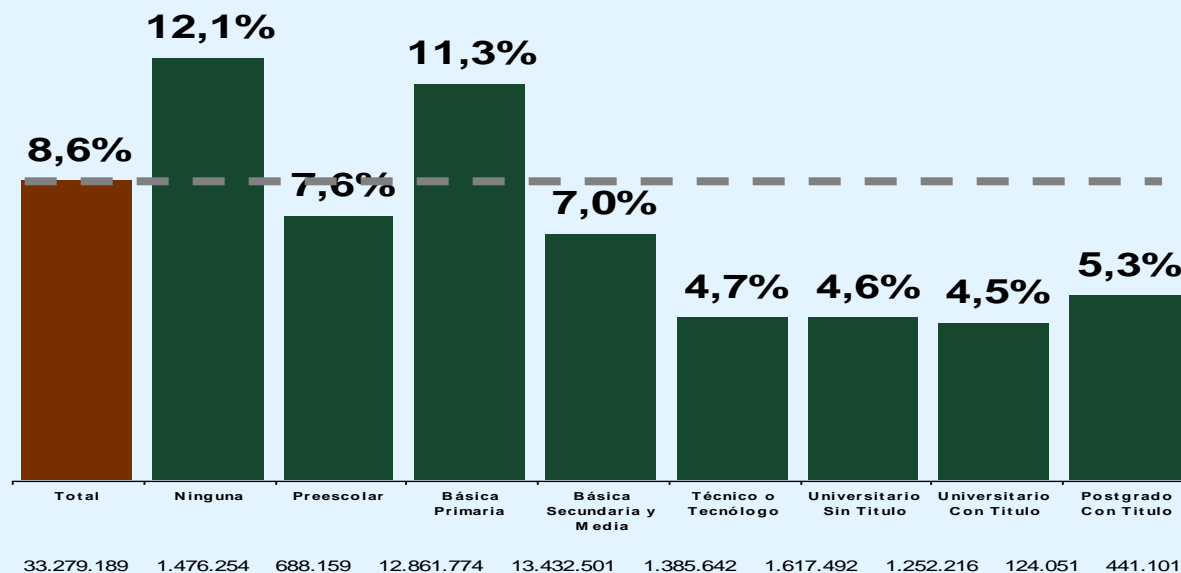
Género



HABITOS DE CONSUMO DE TELEVISION – CANAL A



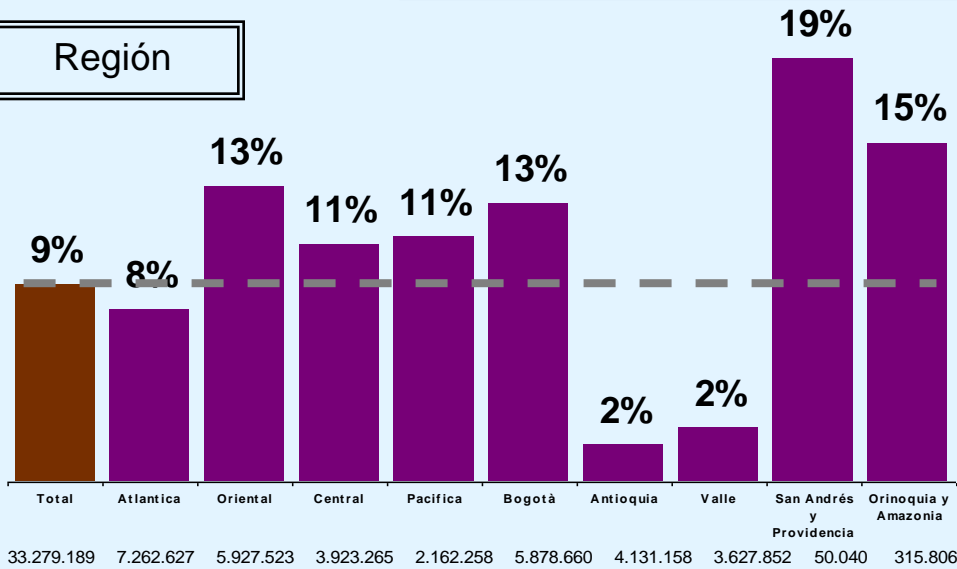
Edad



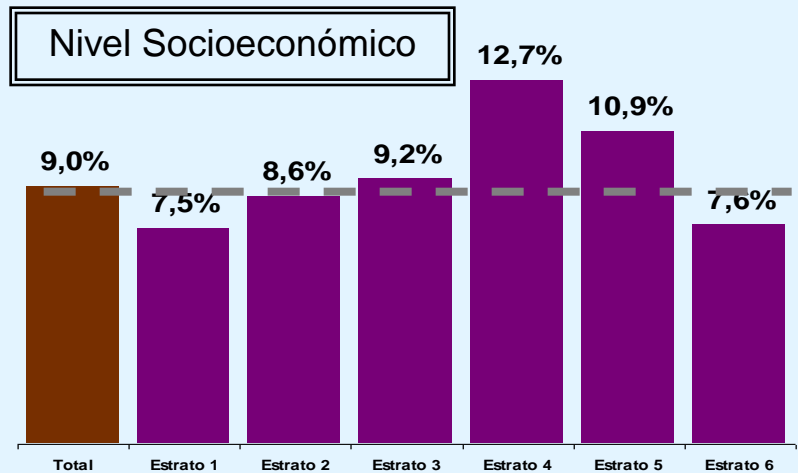
Escolaridad

HABITOS DE CONSUMO DE TELEVISION – SEÑAL COLOMBIA

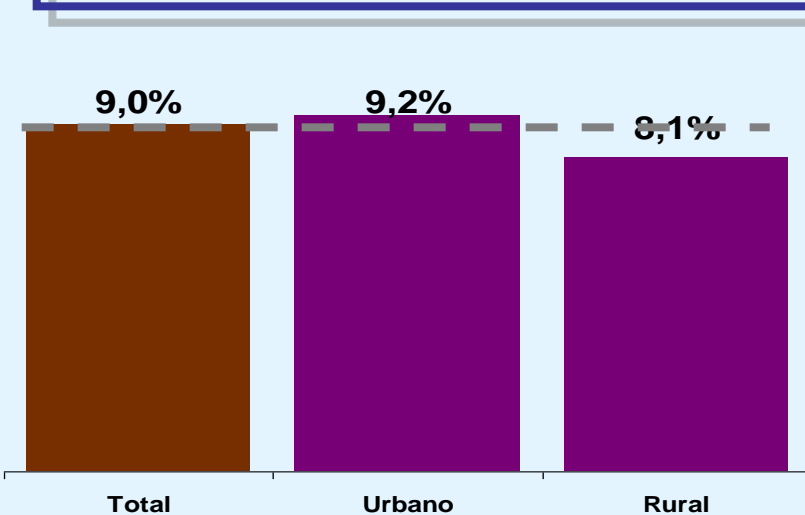
Región



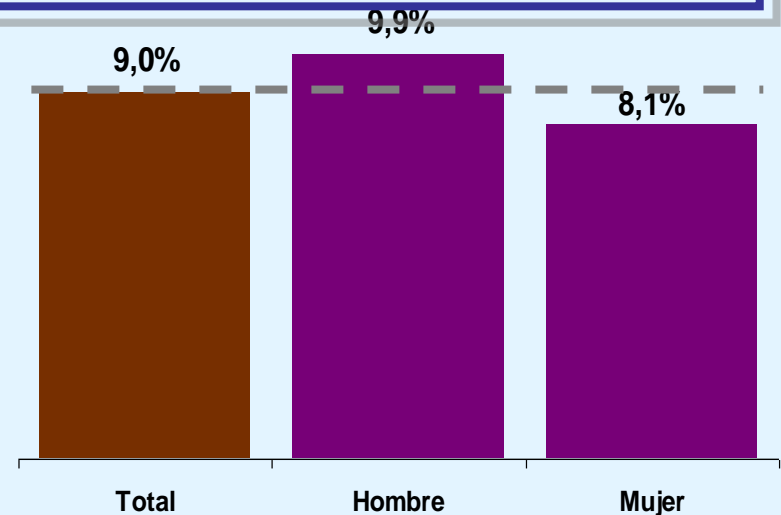
Nivel Socioeconómico



Señal Colombia es el canal público de mayor afinidad entre los estratos medio y altos de la población

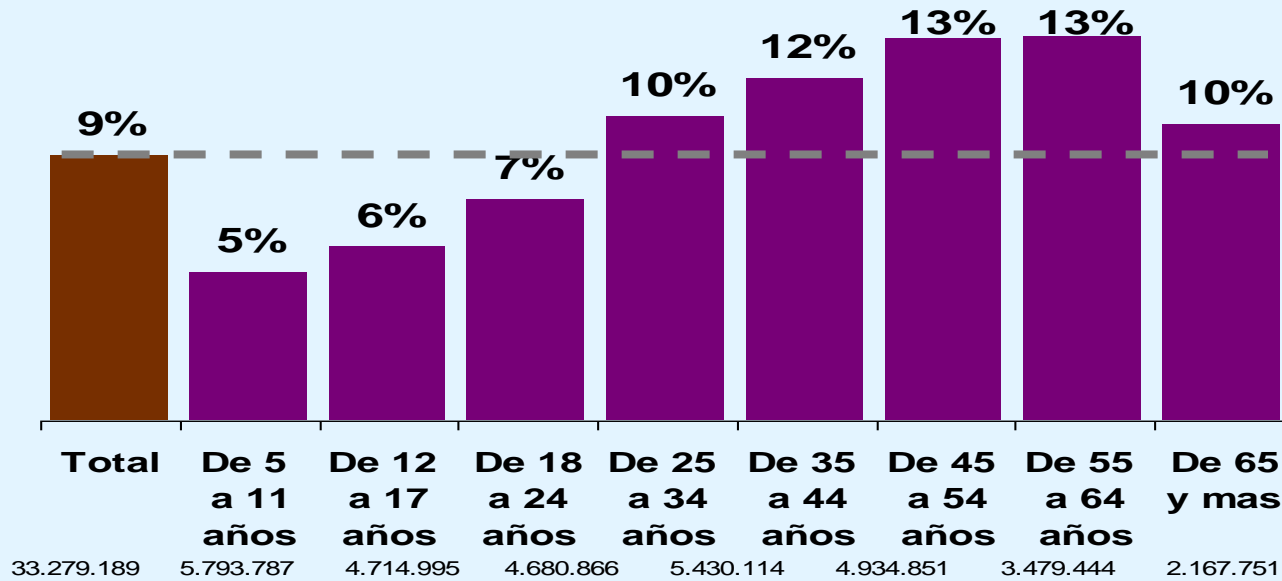


Zona

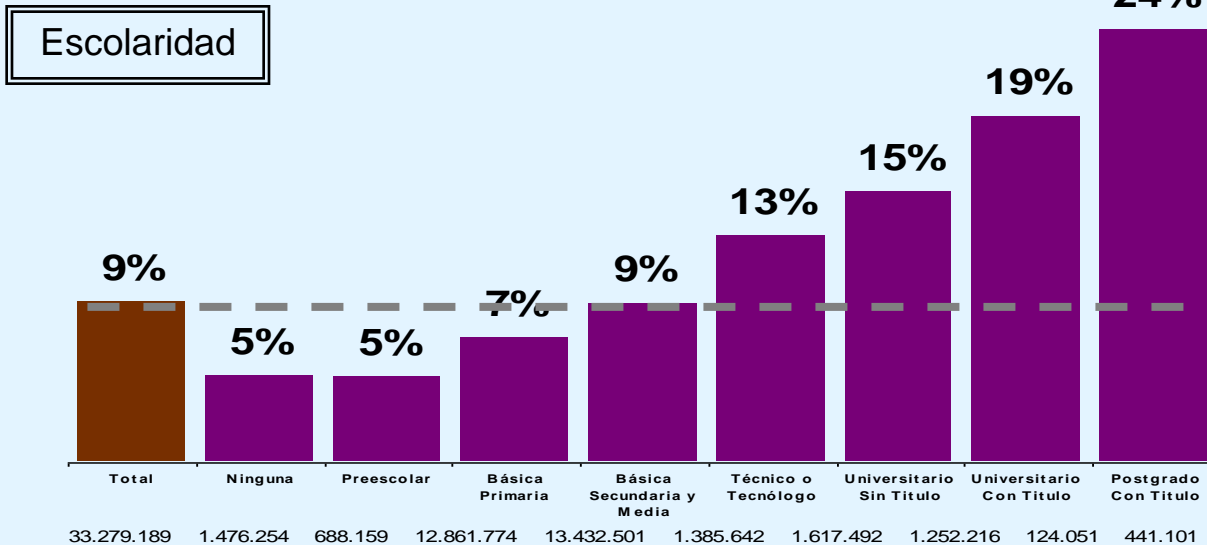


Género

HABITOS DE CONSUMO DE TELEVISION – SEÑAL COLOMBIA

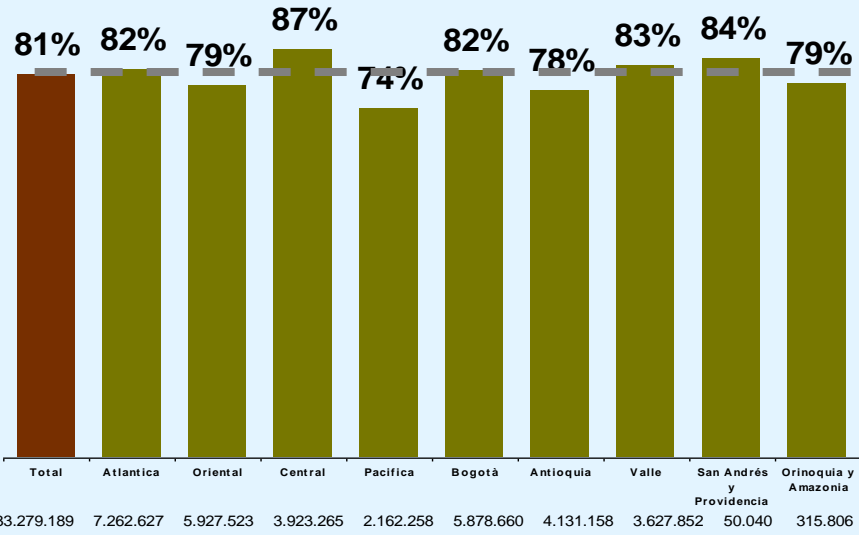


Señal Colombia es asociado a personas de edades entre 25 y 64 años de edad y preferiblemente de alto nivel de escolaridad

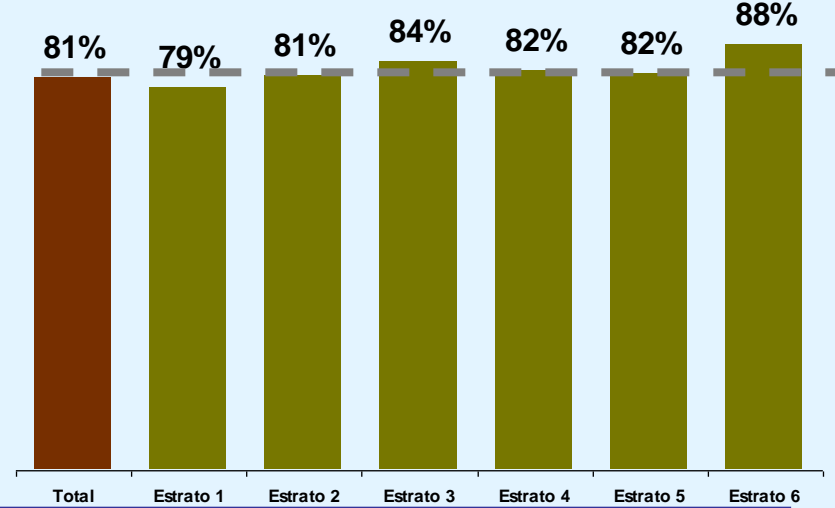


HABITOS DE CONSUMO DE TELEVISION – CANAL RCN

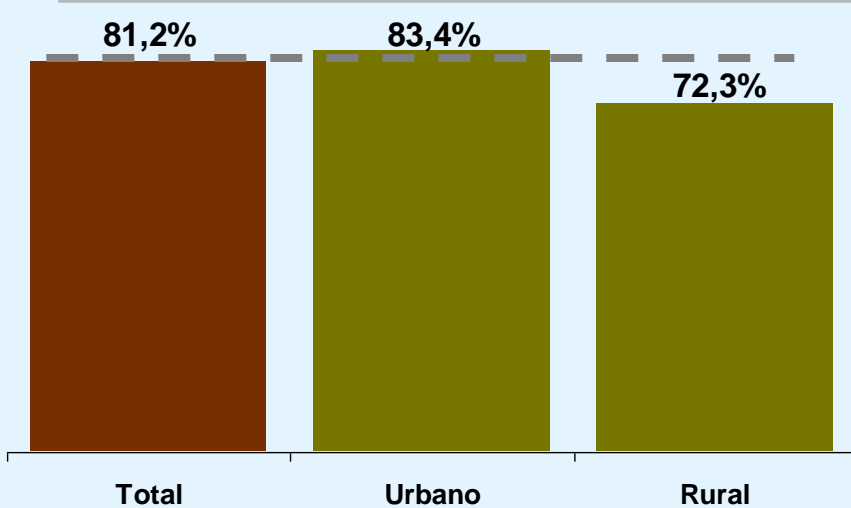
Región



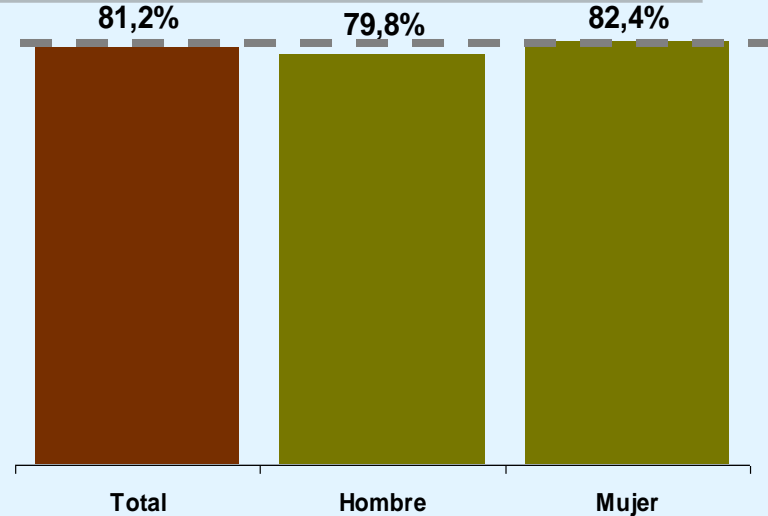
Nivel Socioeconómico



A pesar de llegar el canal RCN a todos los segmentos, muestra una asociación mayor en los estratos altos

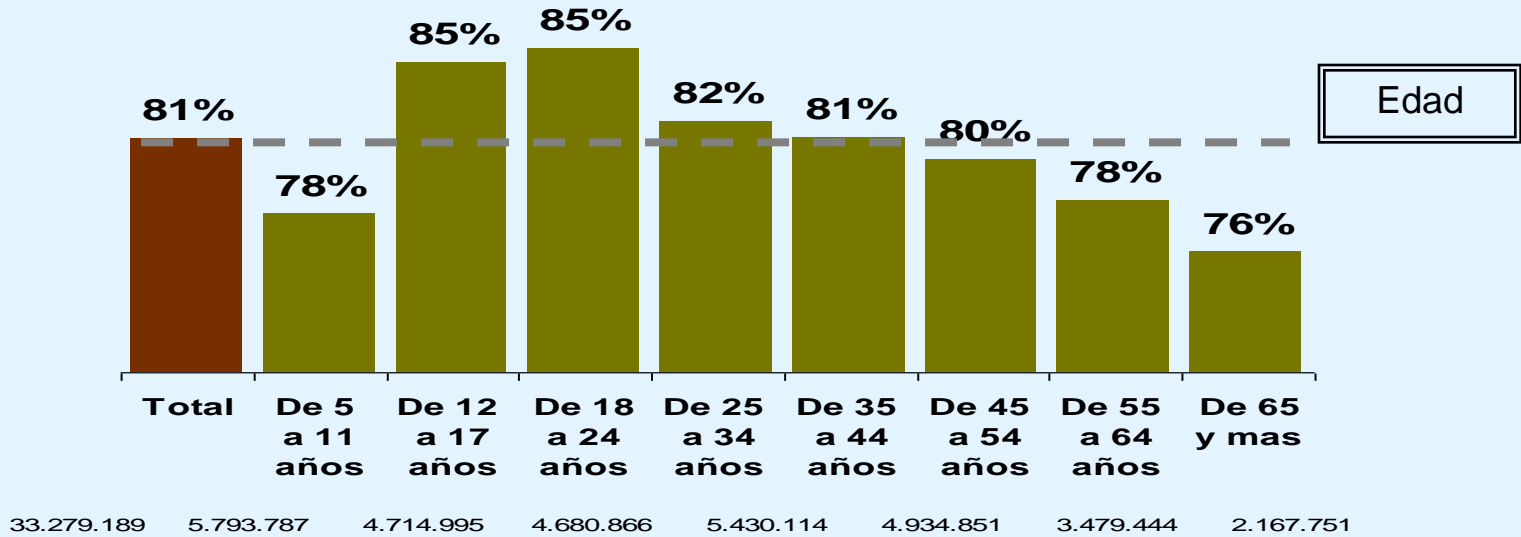


Zona

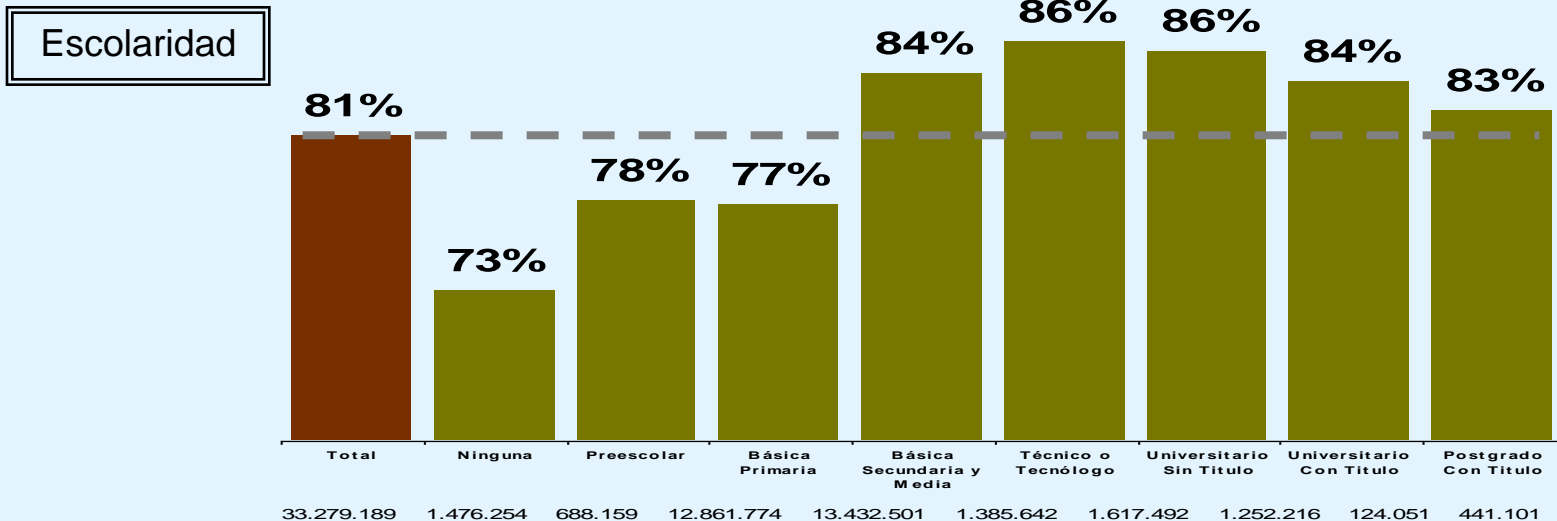


Género

HABITOS DE CONSUMO DE TELEVISION – CANAL RCN



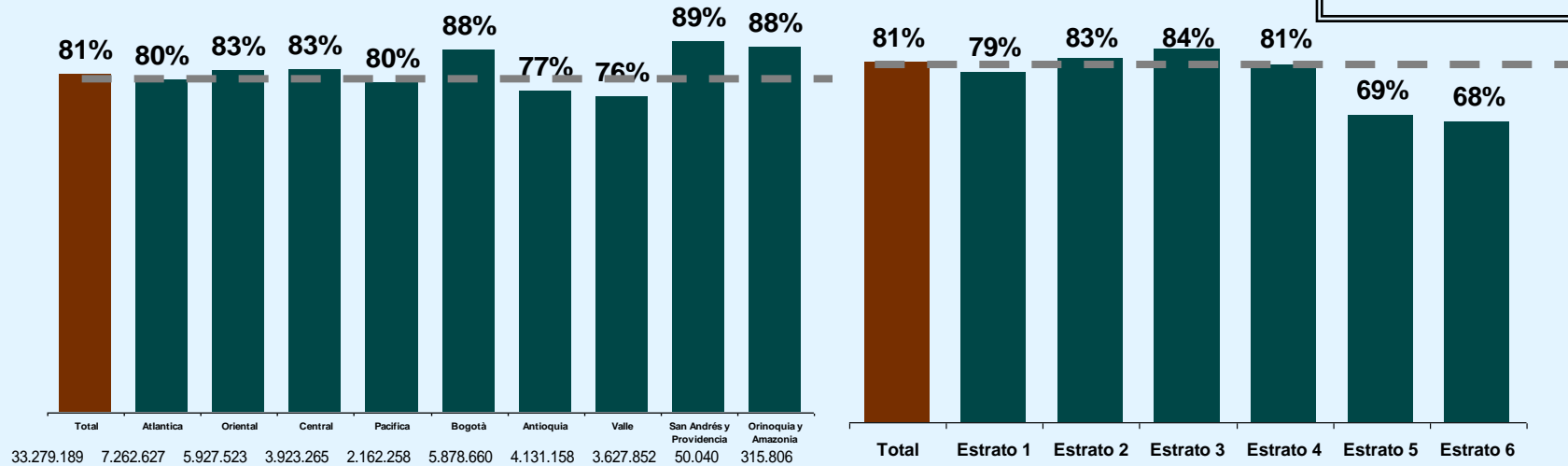
Son las personas entre 12 y 34 años los que en mayor medida se identifican con el Canal RCN



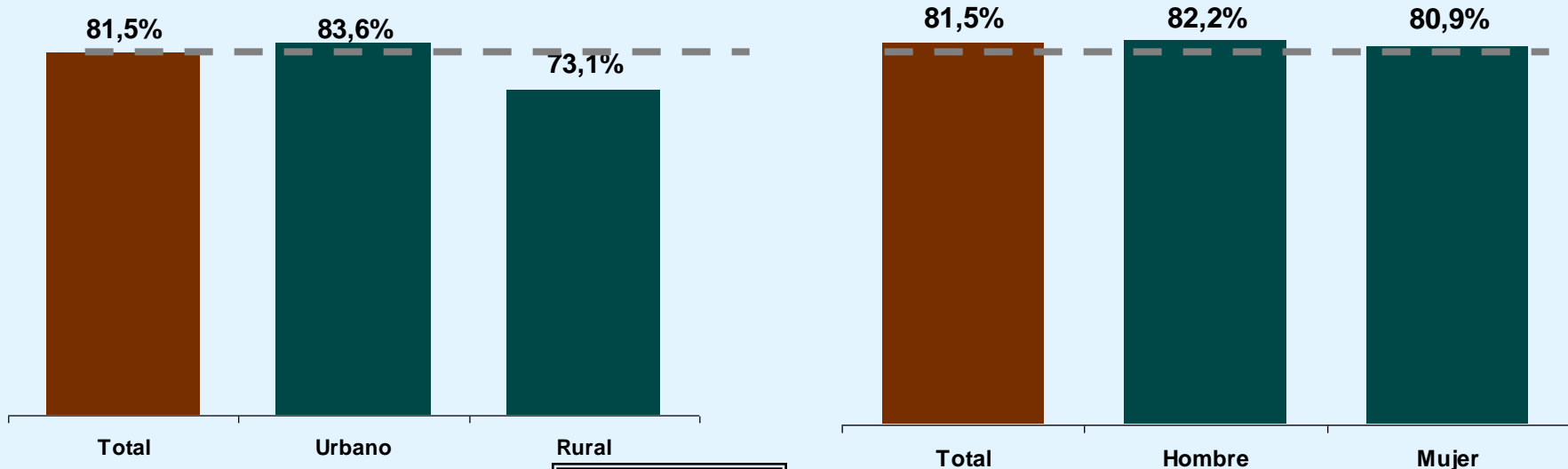
HABITOS DE CONSUMO DE TELEVISION – CANAL CARACOL

Región

Nivel Socioeconómico



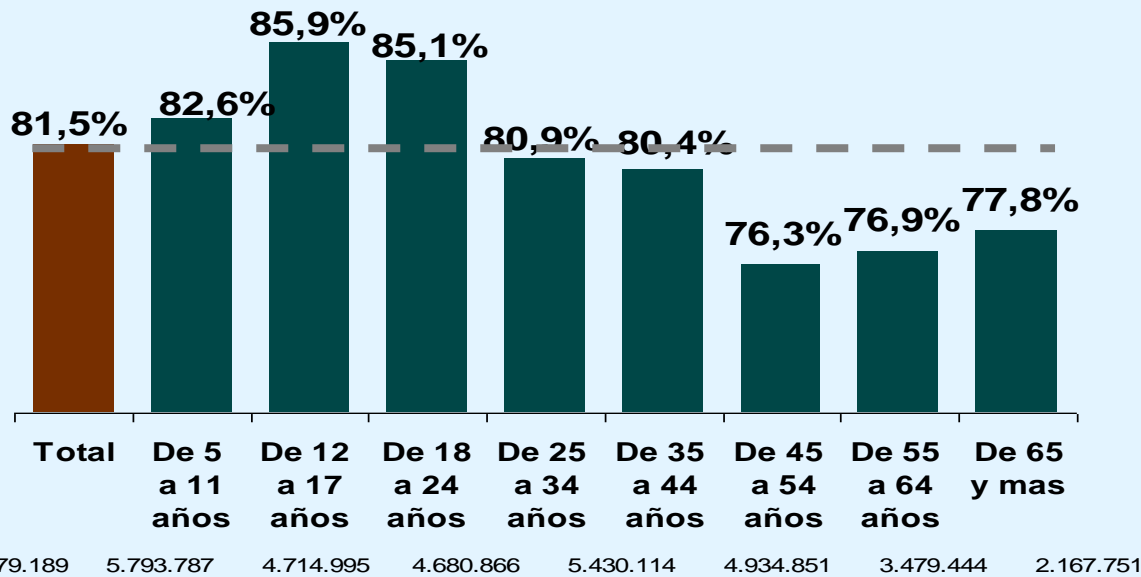
Las mayores diferencias entre el perfil del canal RCN y Caracol son las regiones y una mayor afinidad de Caracol con los niveles medios y bajos de la población



Zona

Género

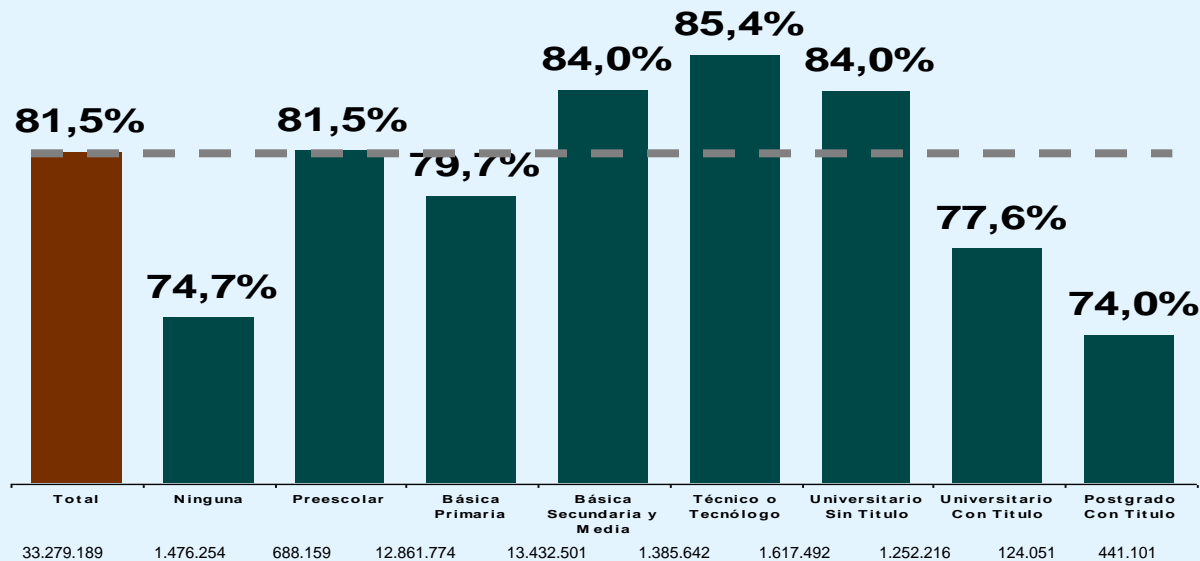
HABITOS DE CONSUMO DE TELEVISION – CANAL CARACOL



Edad

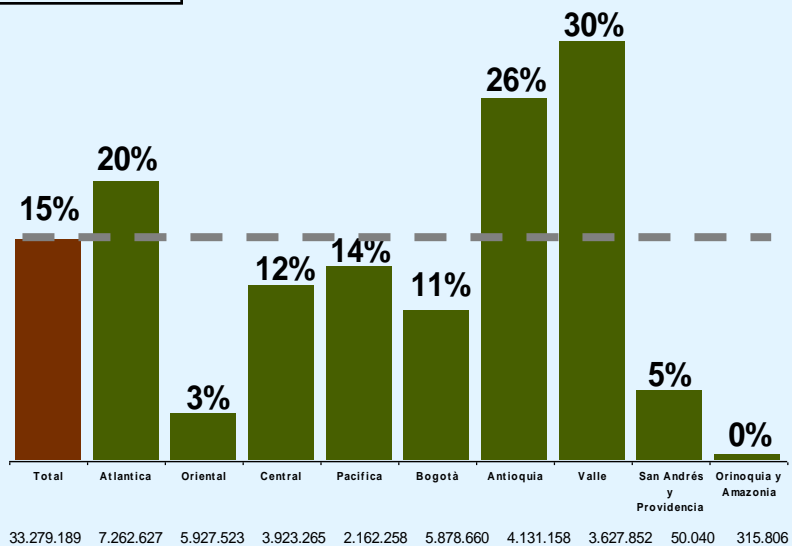
El televidente del canal Caracol está entre 12 y 24 años.

Escolaridad

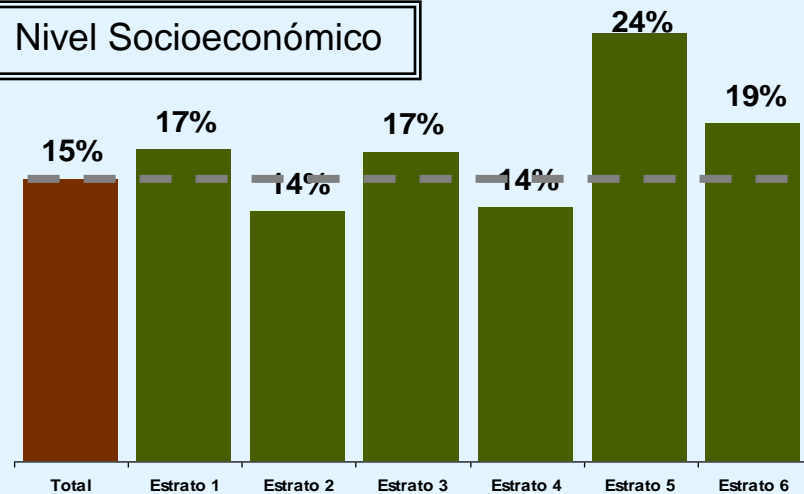


HABITOS DE CONSUMO DE TELEVISION – CANALES REGIONALES

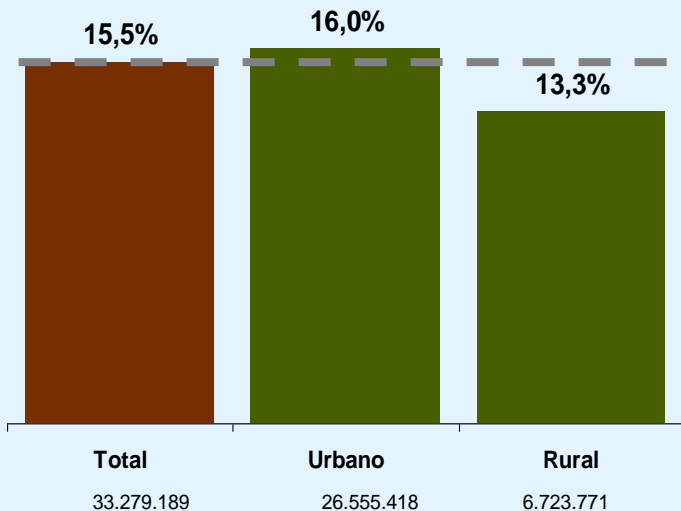
Región



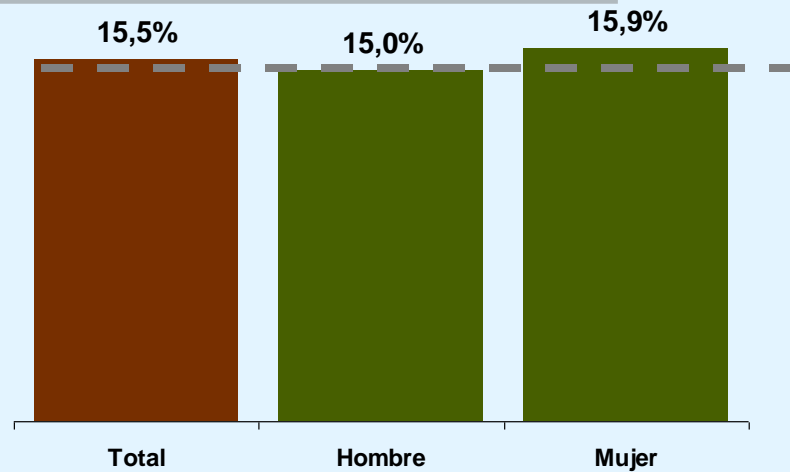
Nivel Socioeconómico



Los canales regionales concentran su audiencia en las regiones Antioquia y Valle

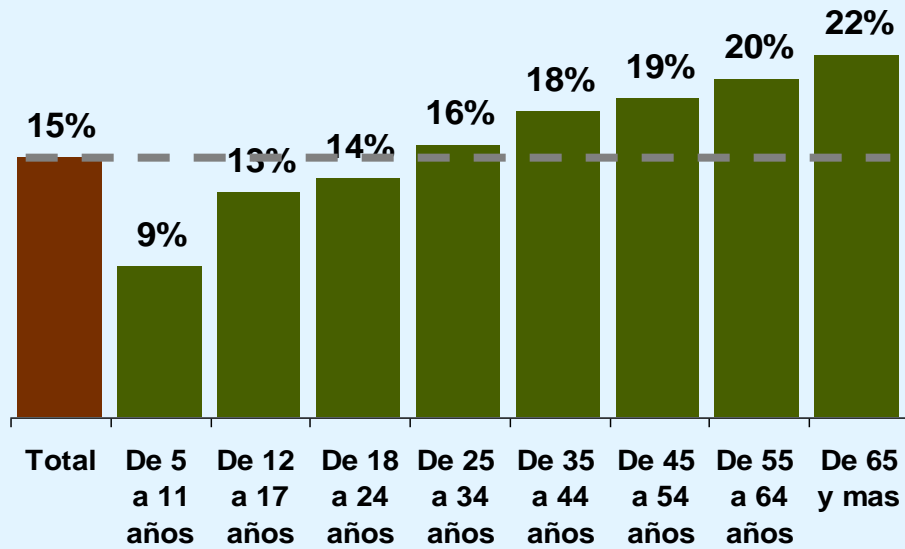


Zona



Género

HABITOS DE CONSUMO DE TELEVISION – CANALES REGIONALES

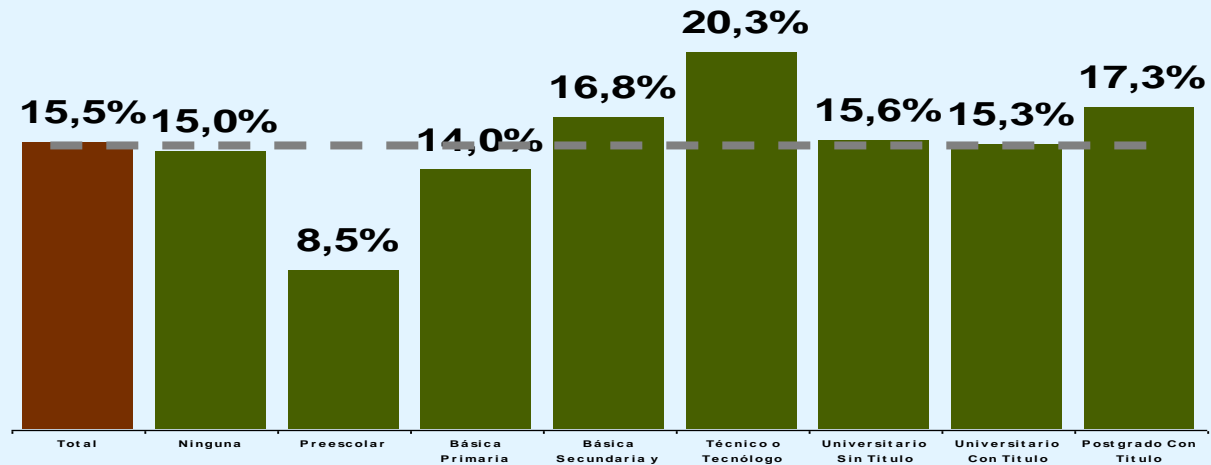


Edad

Los canales regionales son aceptados en mayor medida por las personas mayores

33.279.189 5.793.787 4.714.995 4.680.866 5.430.114 4.934.851 3.479.444 2.167.751

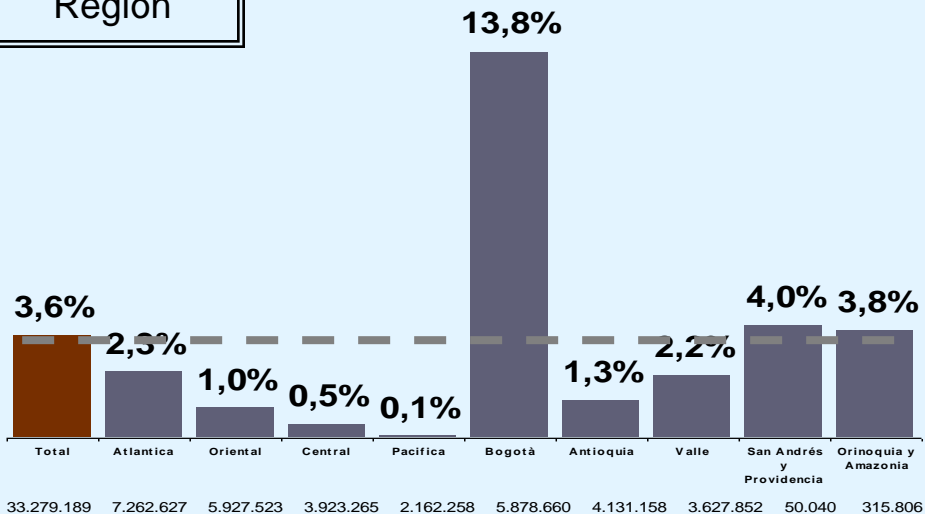
Escolaridad



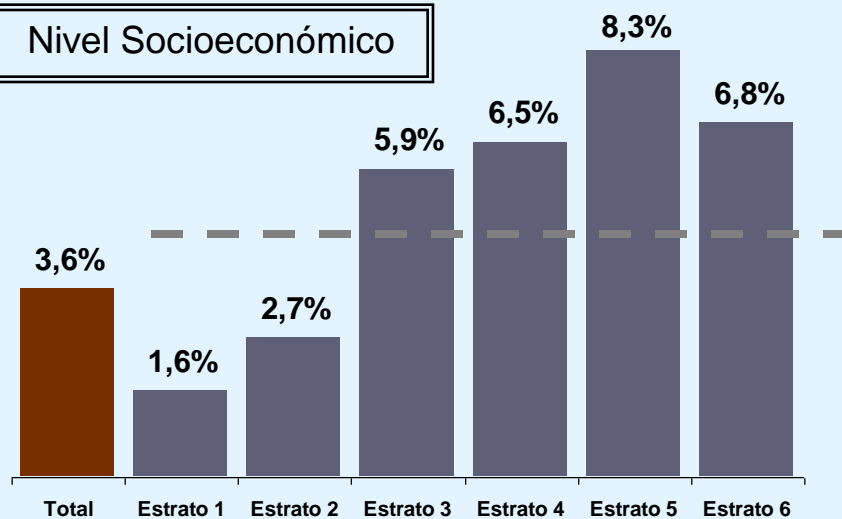
33.279.189 1.476.254 688.159 12.861.774 13.432.501 1.385.642 1.617.492 1.252.216 124.051 441.101

HABITOS DE CONSUMO DE TELEVISION – CANALES LOCALES

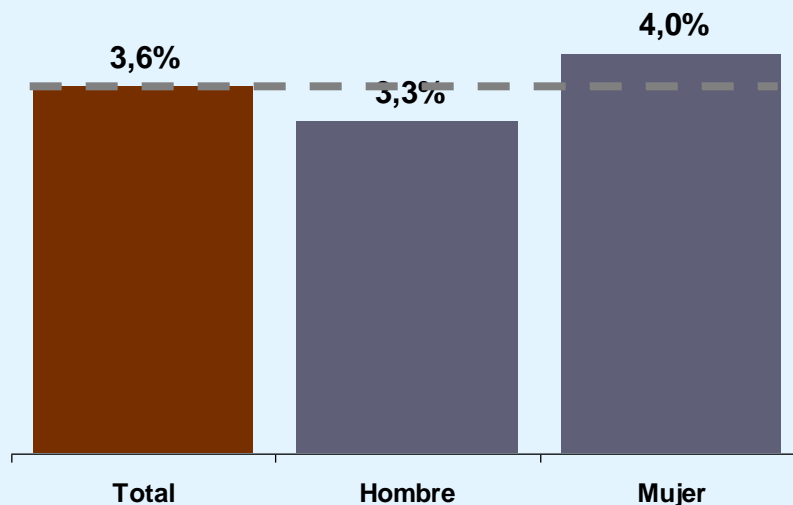
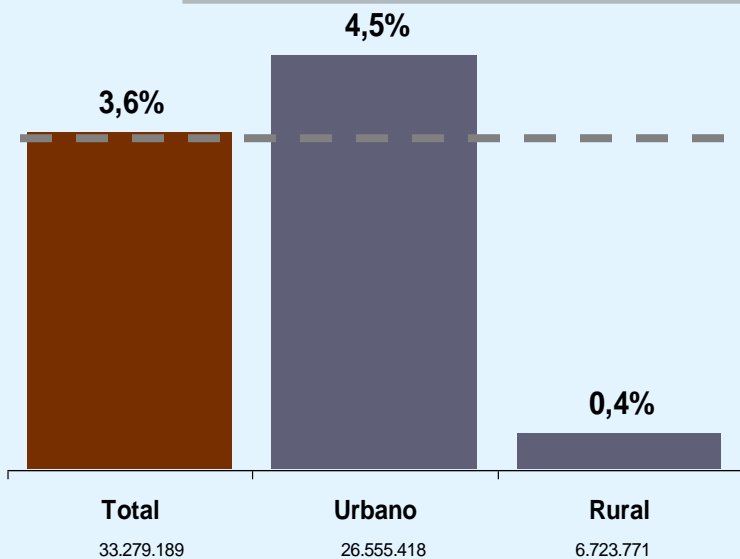
Región



Nivel Socioeconómico



CITY TV tiene mayor penetración en los estratos medios y altos en Bogotá

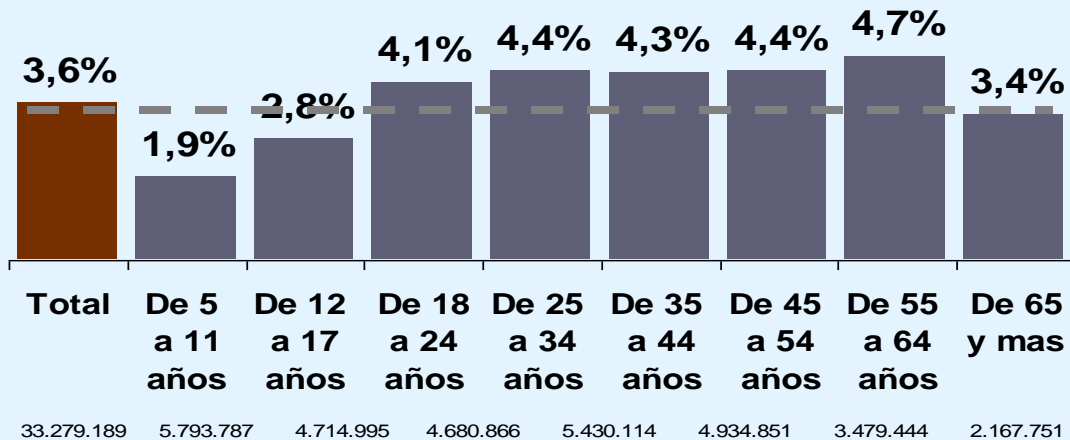


Zona

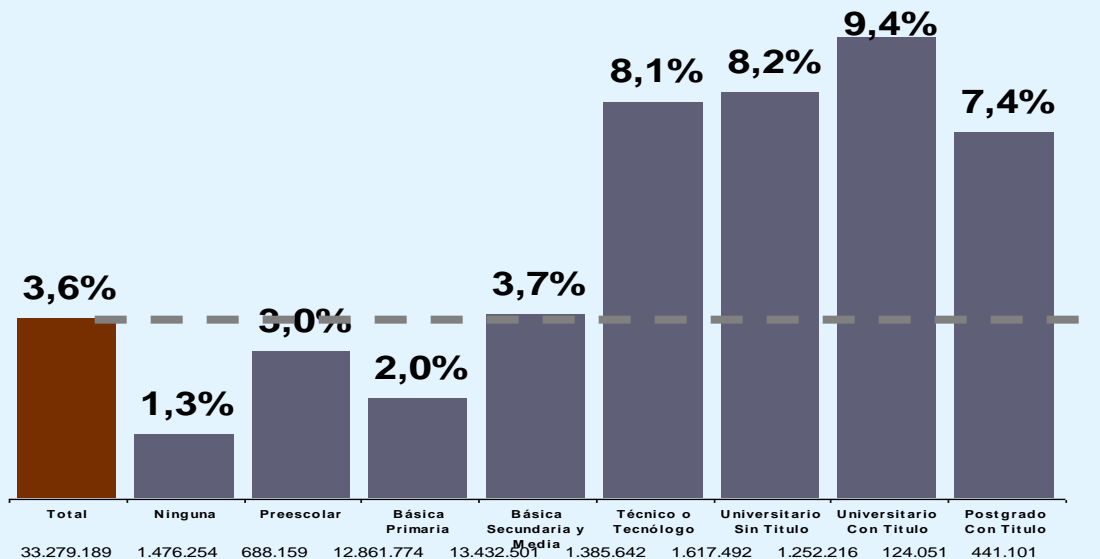
Género

HABITOS DE CONSUMO DE TELEVISION – CANALES LOCALES

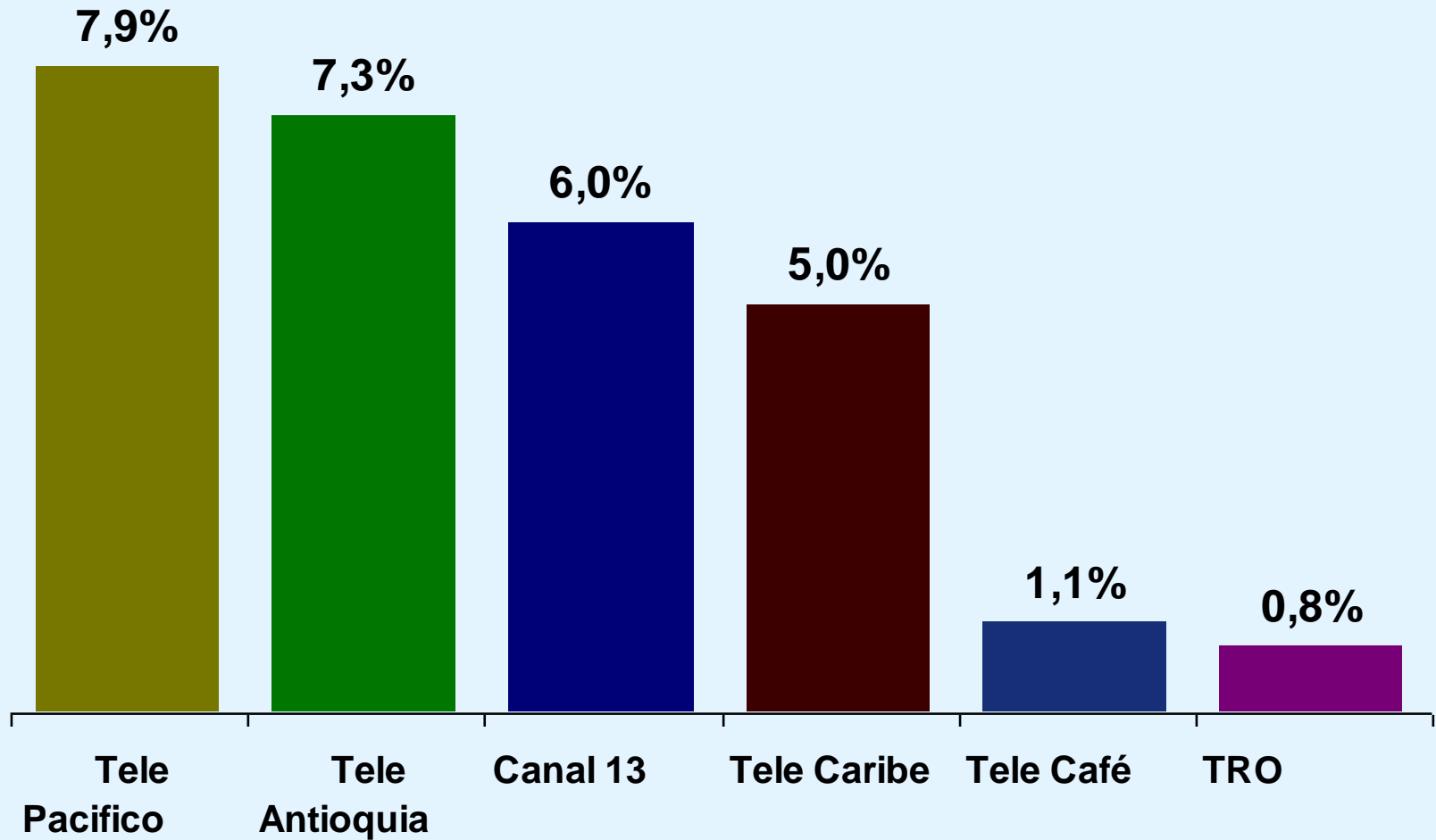
Edad



Escolaridad



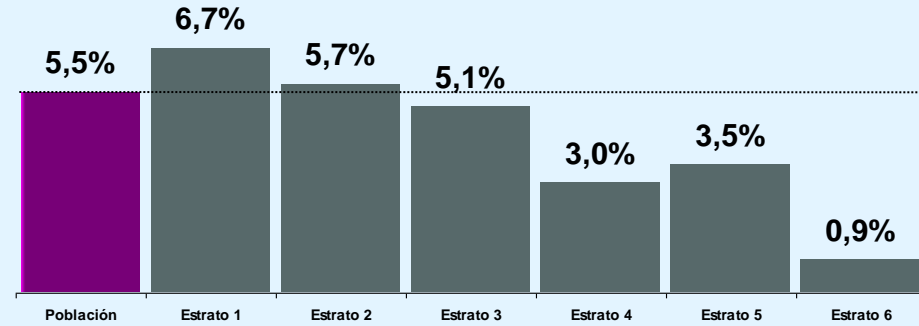
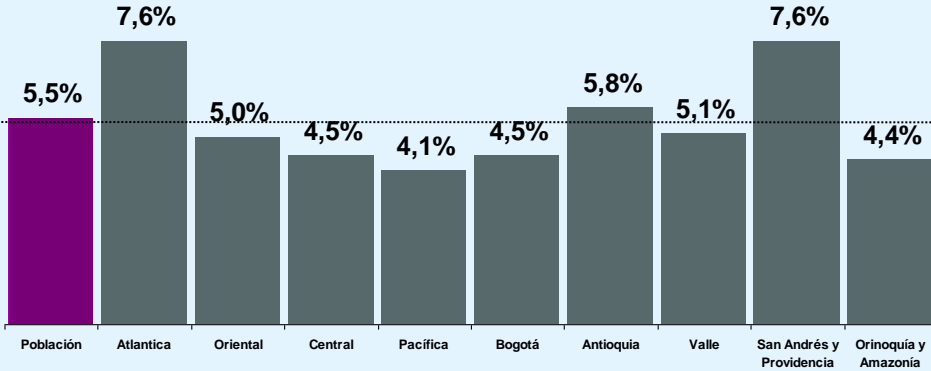
PENETRACIÓN DE LOS CANALES REGIONALES – SEGÚN EGM



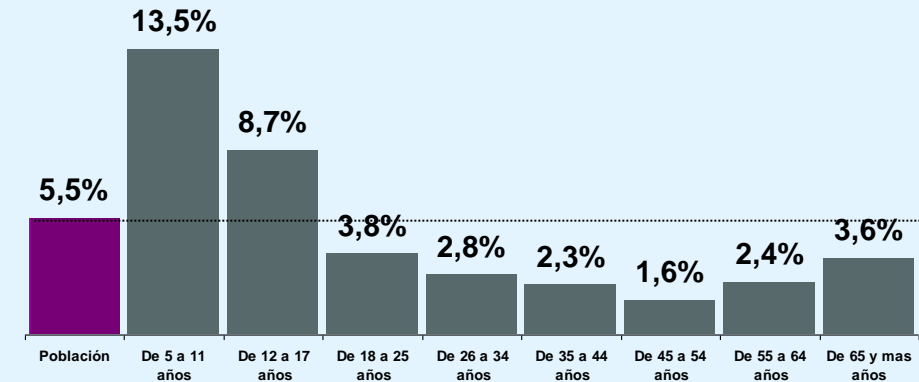
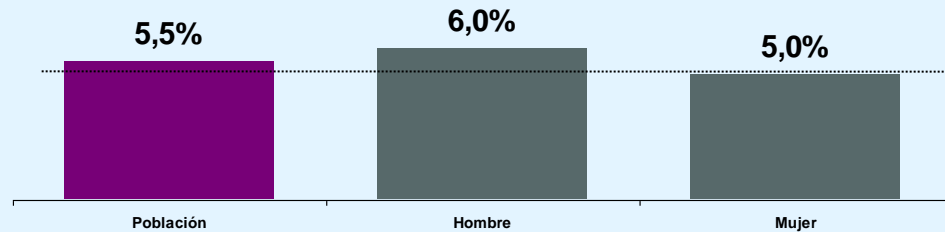
FRANJA DE LA MAÑANA LUNES A VIERNES

Región

Nivel Socioeconómico



Las franja de la mañana tiene mayor consumo en gente joven y de estratos bajos

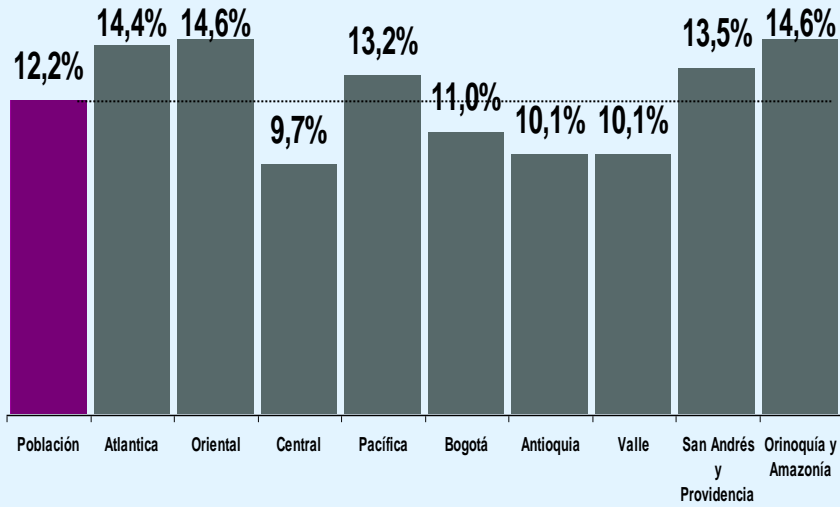


Género

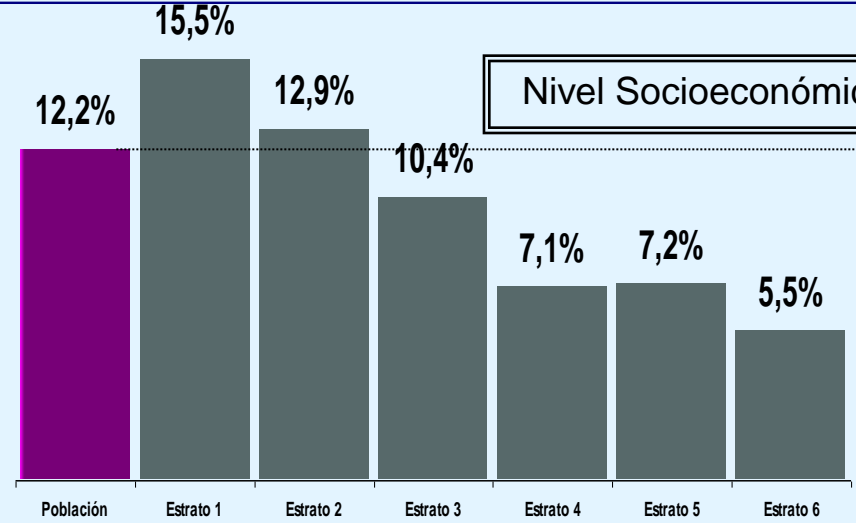
Edad

FRANJA DE LA MAÑANA FIN DE SEMANA

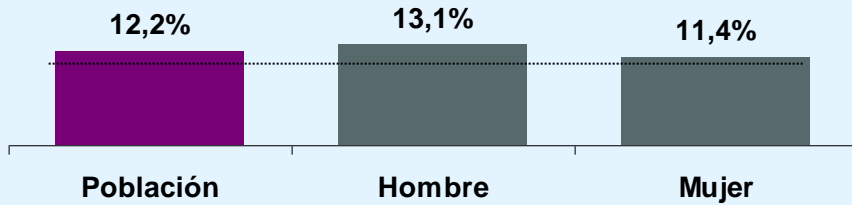
Región



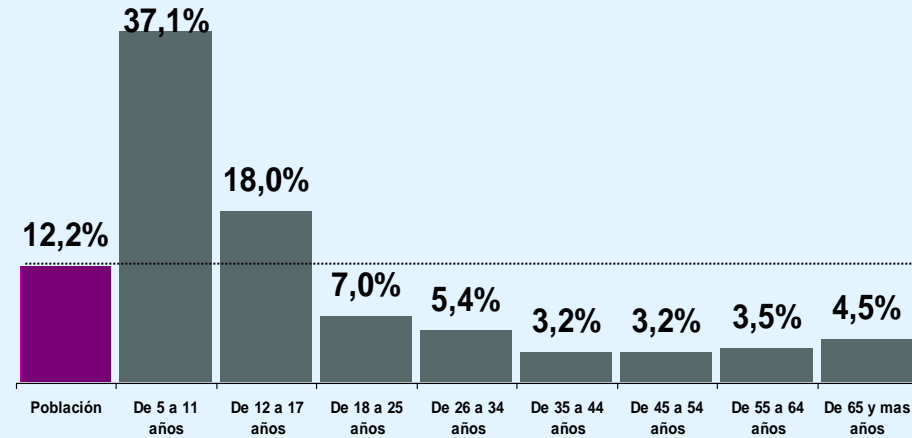
Nivel Socioeconómico



Las franja de la mañana tiene mayor consumo en gente joven y de estratos bajos



Género

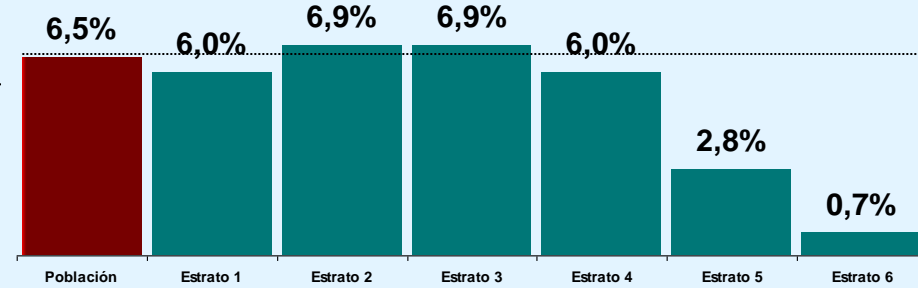
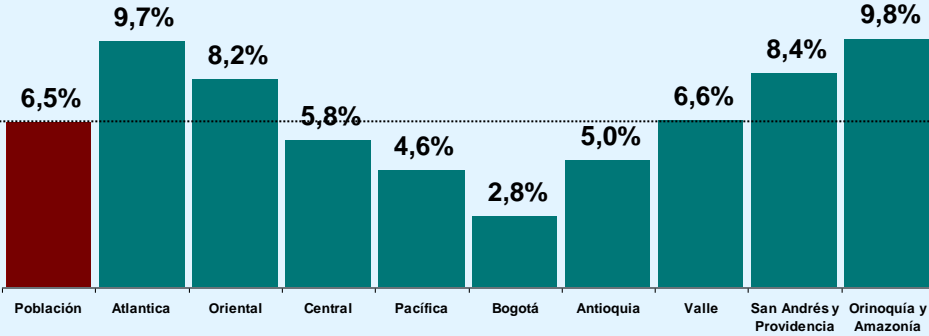


Edad

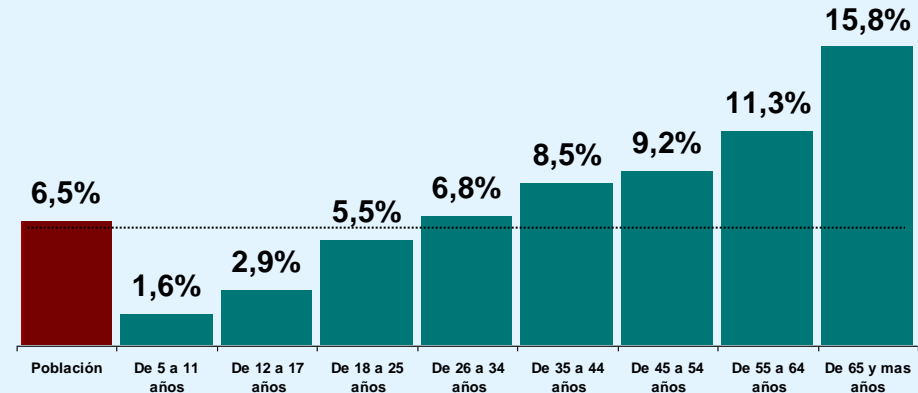
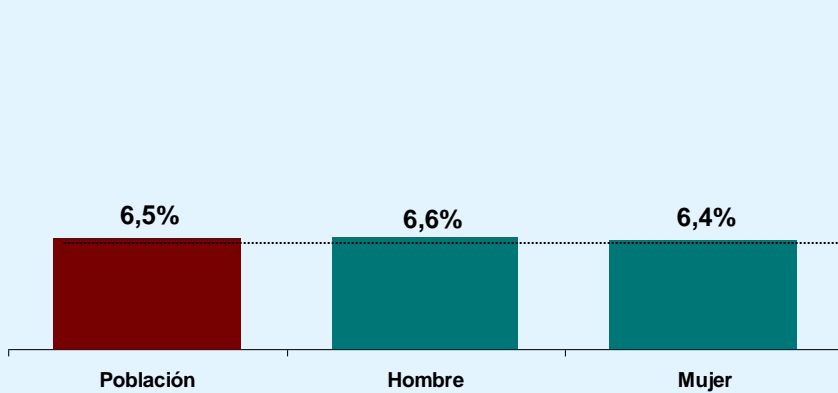
FRANJA DEL MEDIO DIA LUNES A VIERNES

Región

Nivel Socioeconómico



Las franja del medio día esta asociada a los televidentes de edades superiores a 25 años y de estratos medios



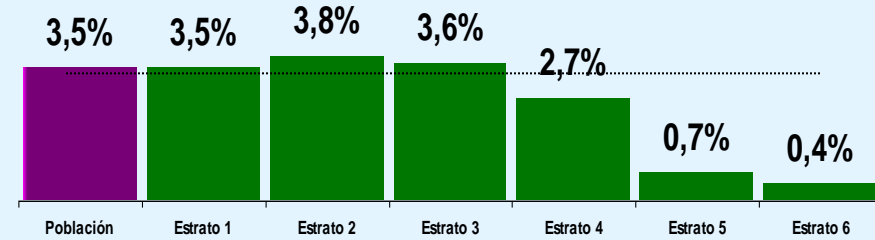
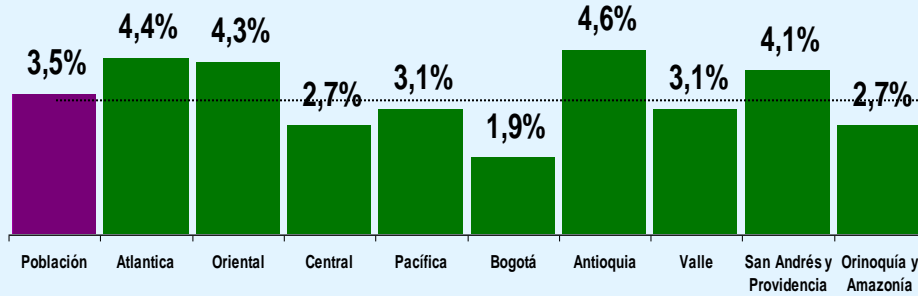
Género

Edad

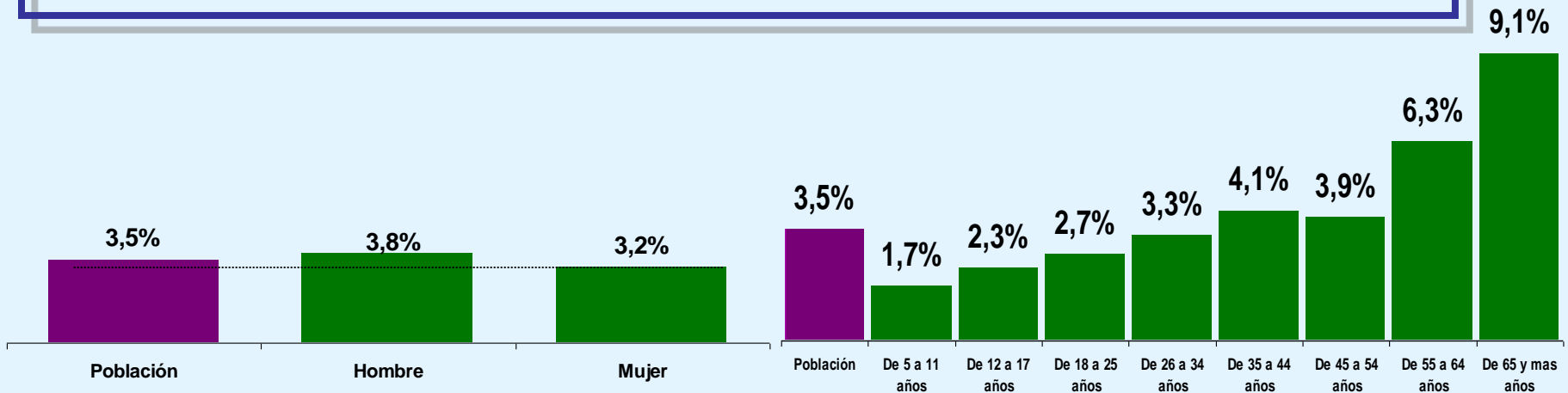
FRANJA DEL MEDIO DIA FIN DE SEMANA

Región

Nivel Socioeconómico



Las franja del medio día esta asociada a los televidentes de edades superiores a 25 años y de estratos medios

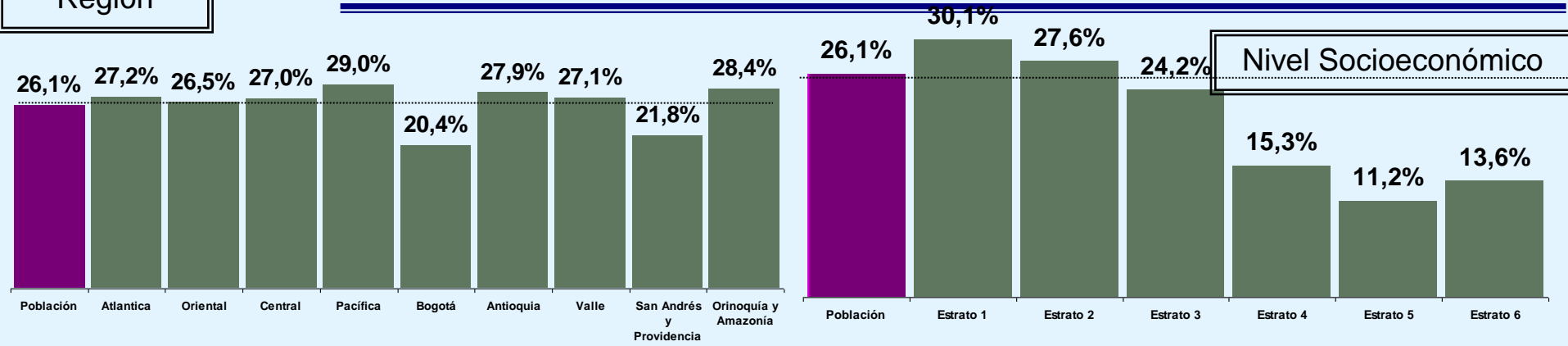


Género

Edad

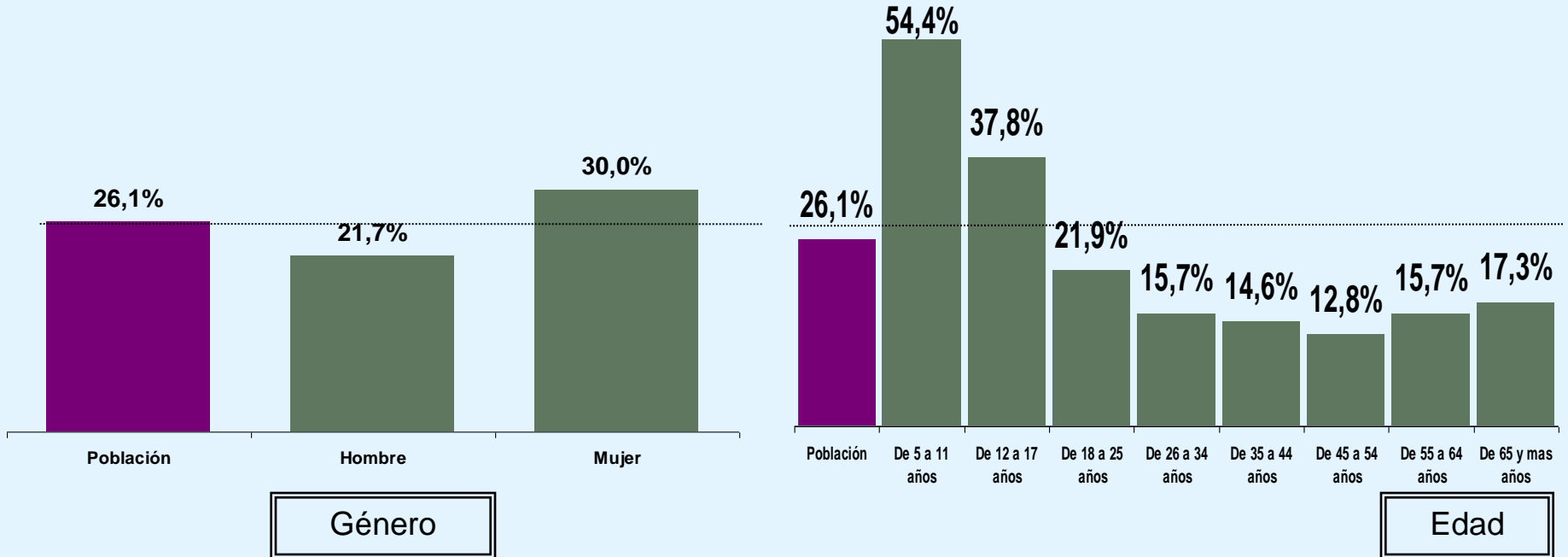
FRANJA DE LA TARDE LUNES A VIERNES

Región



Nivel Socioeconómico

En la franja de la tarde los televidentes se concentran en los niños y de estratos bajos

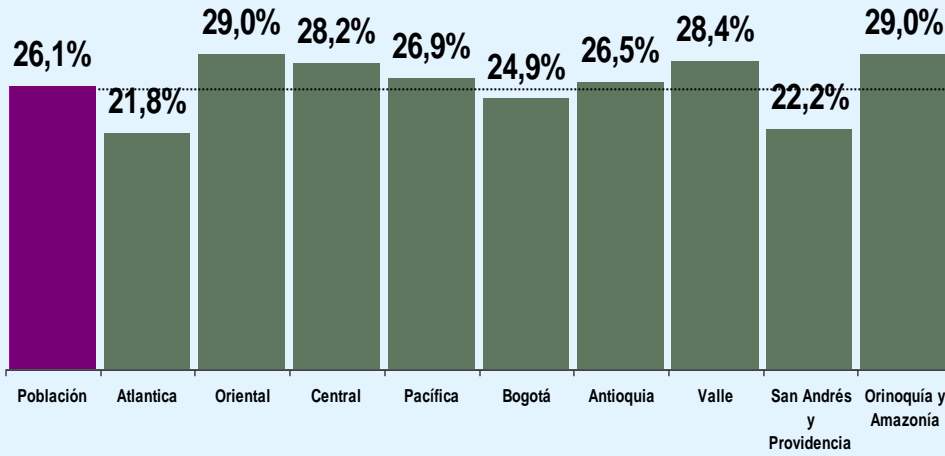


Género

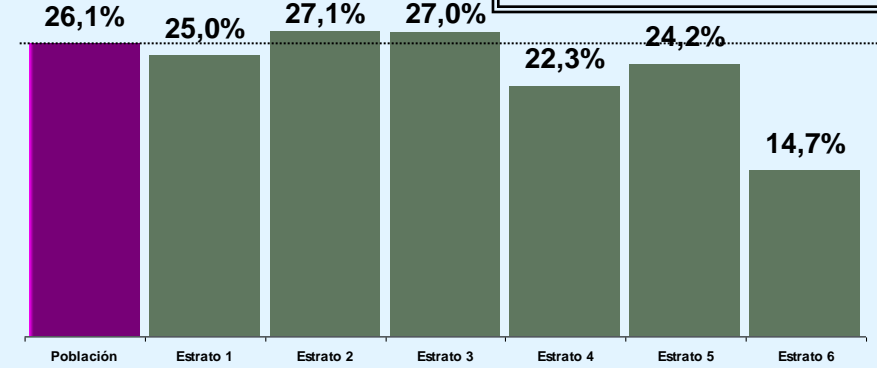
Edad

FRANJA DE LA TARDE FIN DE SEMANA

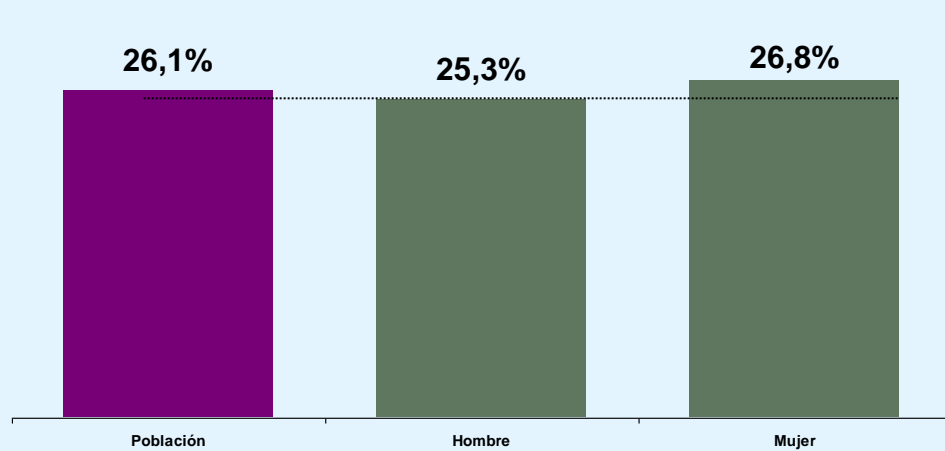
Región



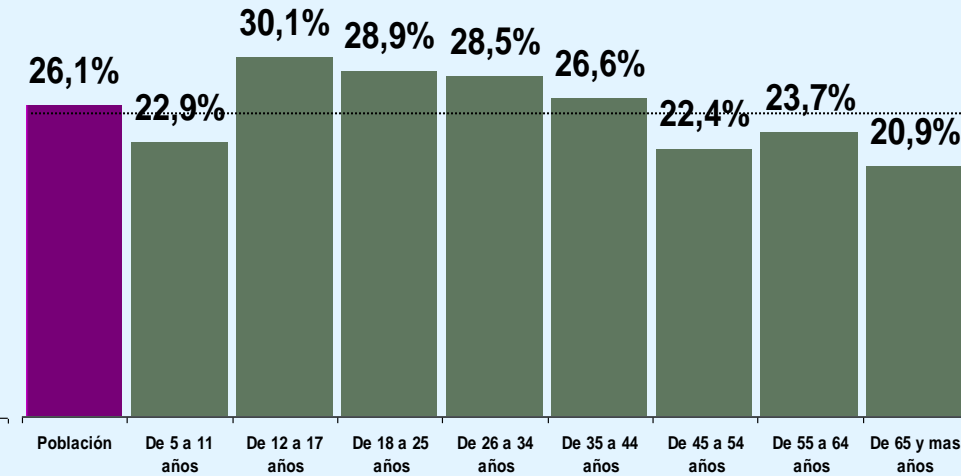
Nivel Socioeconómico



Las franja de la tarde el público objetivo es familiar



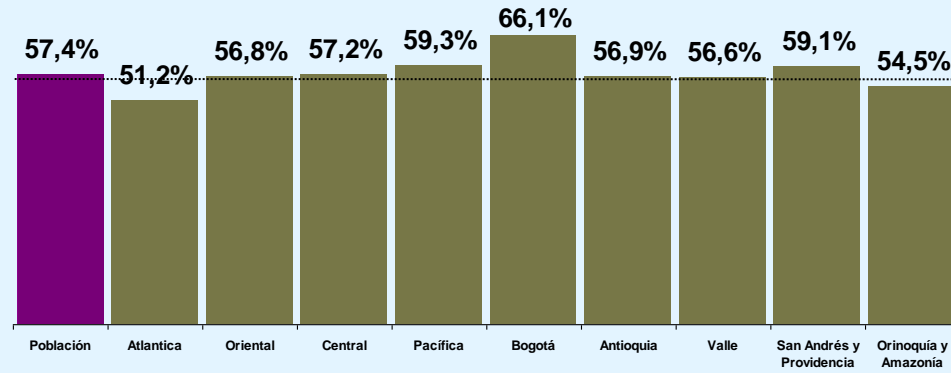
Género



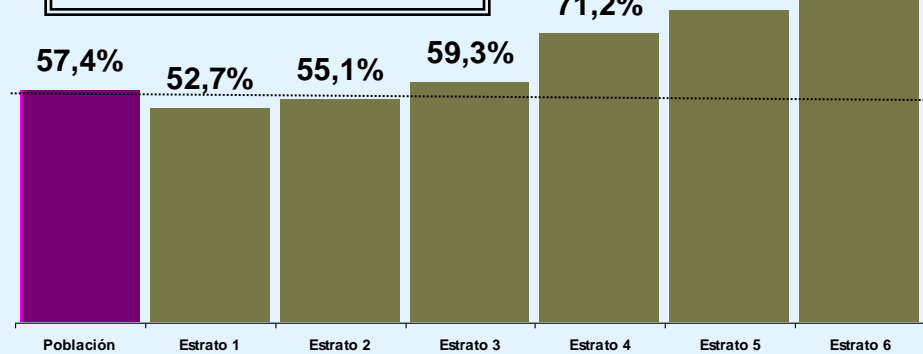
Edad

FRANJA DE LA NOCHE LUNES A VIERNES

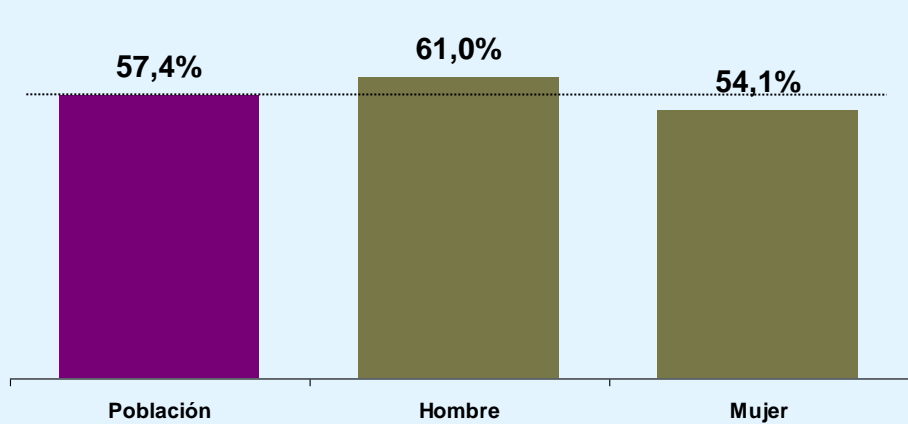
Región



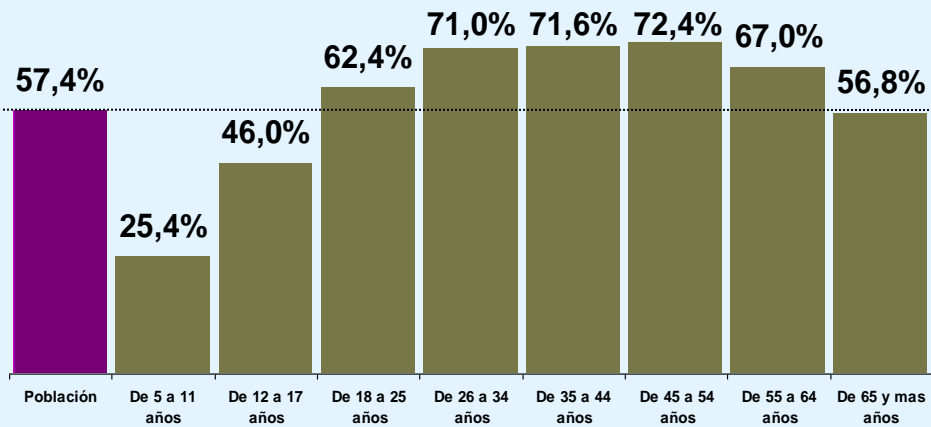
Nivel Socioeconómico



La franja de la noche esta asociada con los niveles socioeconómicos altos y de edades entre 18 a 64 años



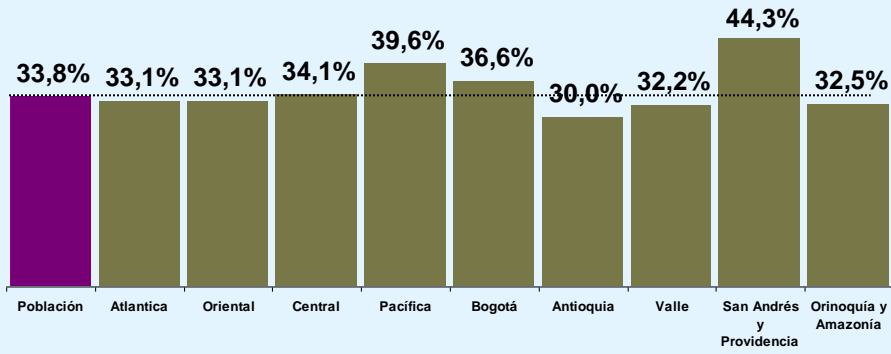
Género



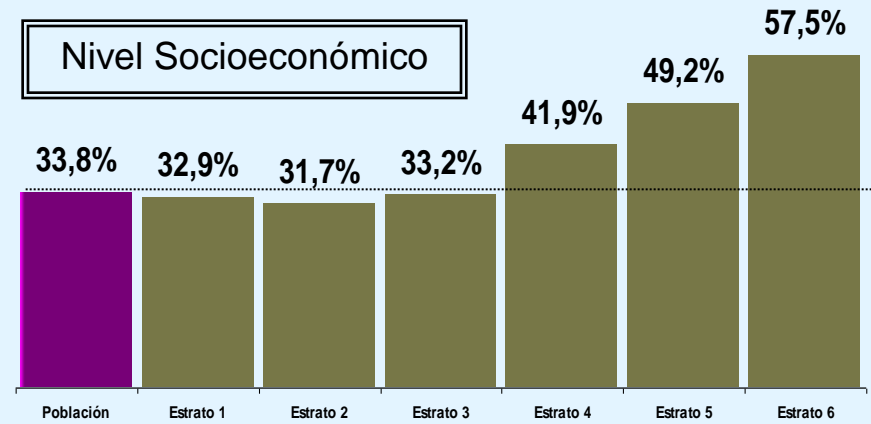
Edad

FRANJA DE LA NOCHE FIN DE SEMANA

Región



Nivel Socioeconómico

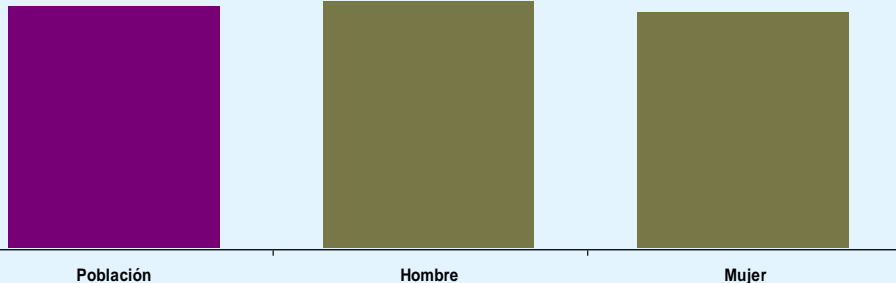


La franja de la noche esta asociada con los niveles socioeconómicos altos y de edades superiores a los 18 años

33,8%

34,6%

33,1%



Género

33,8%

9,4%

22,4%

37,0%

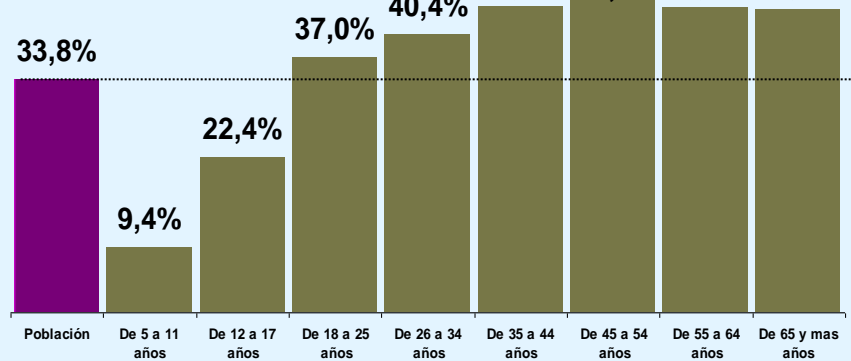
40,4%

44,5%

47,4%

44,2%

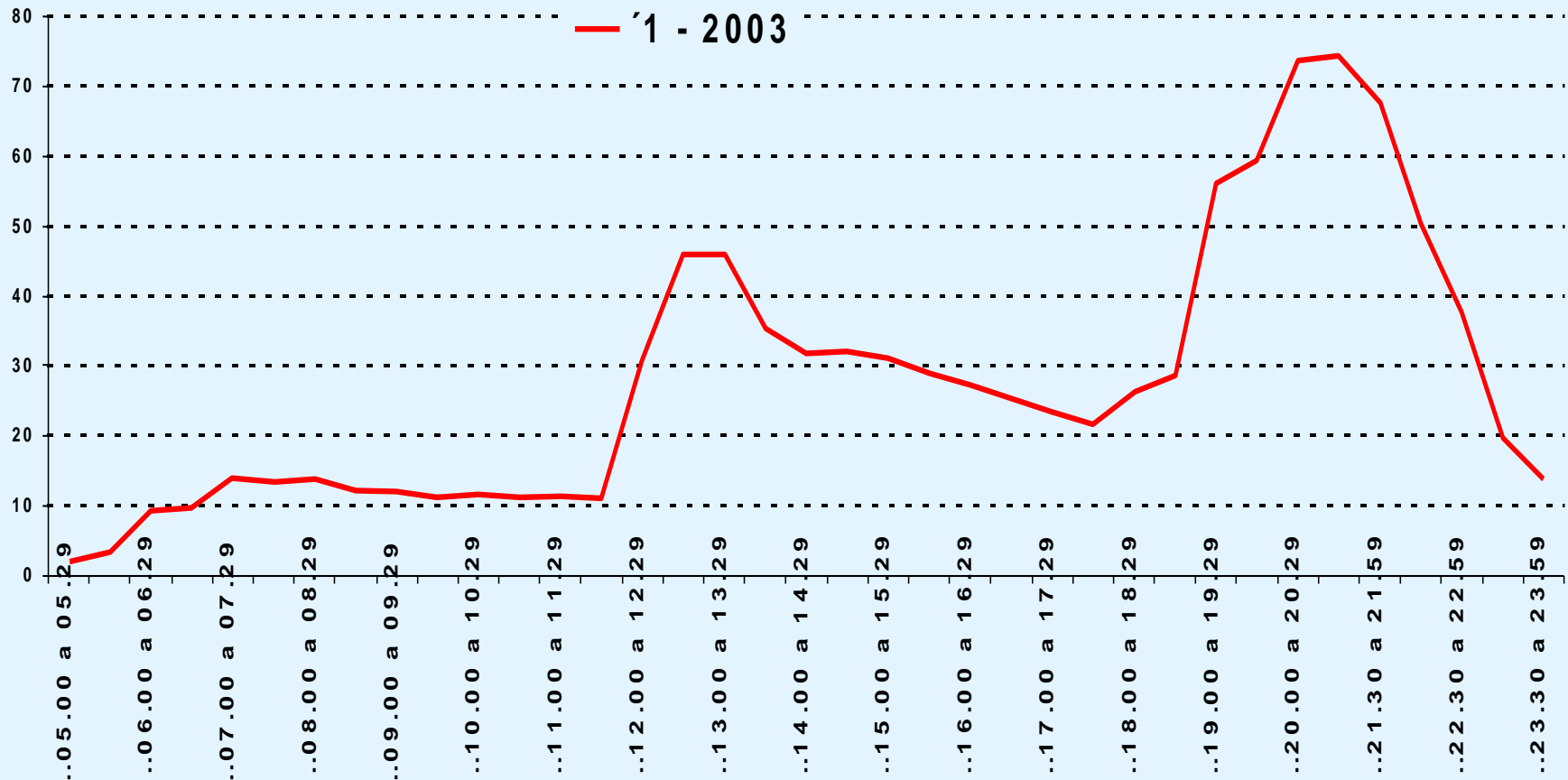
44,1%



Edad

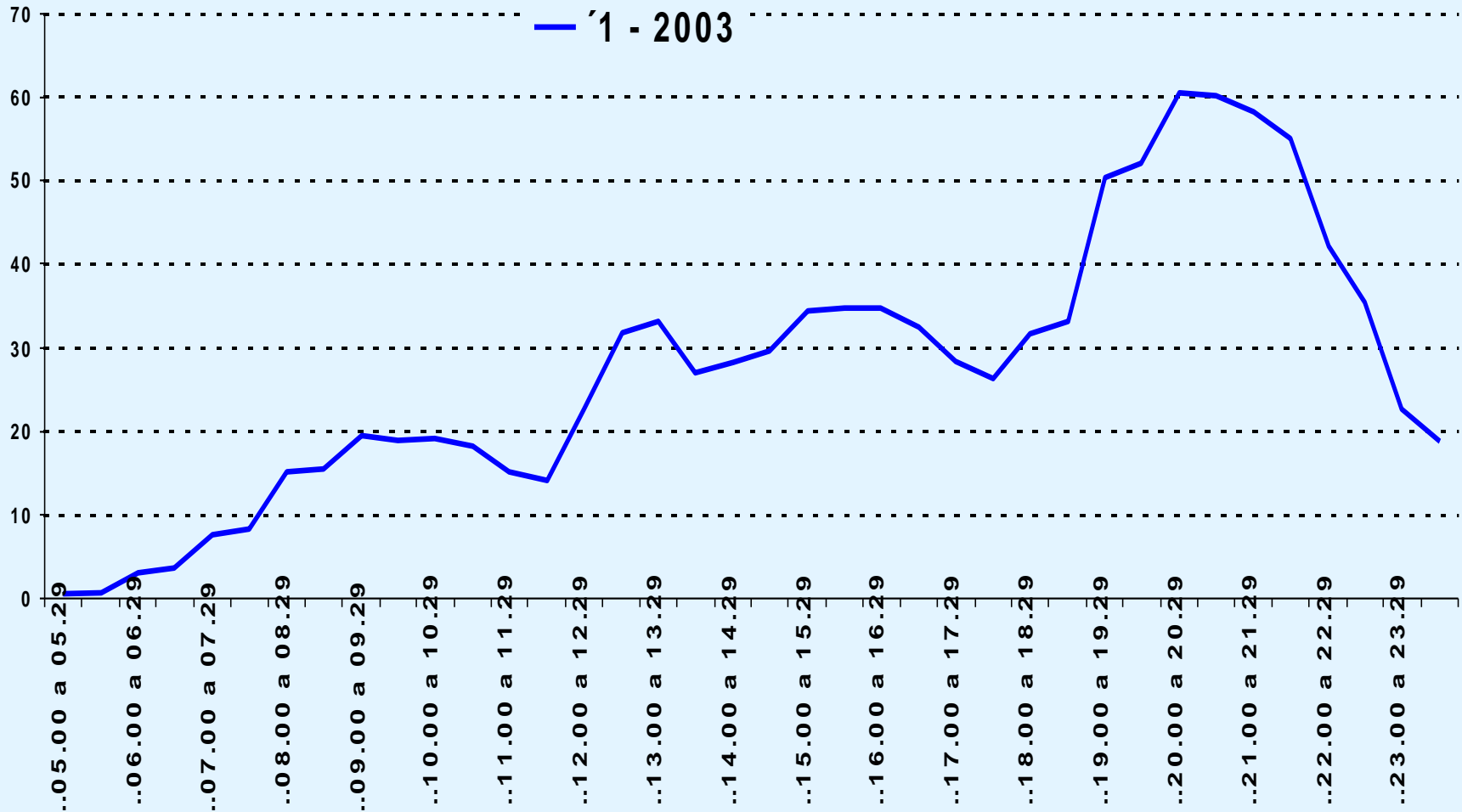
HABITOS DE CONSUMO DE TELEVISION

ANALISIS CONTINUO SEGÚN E.G.M.



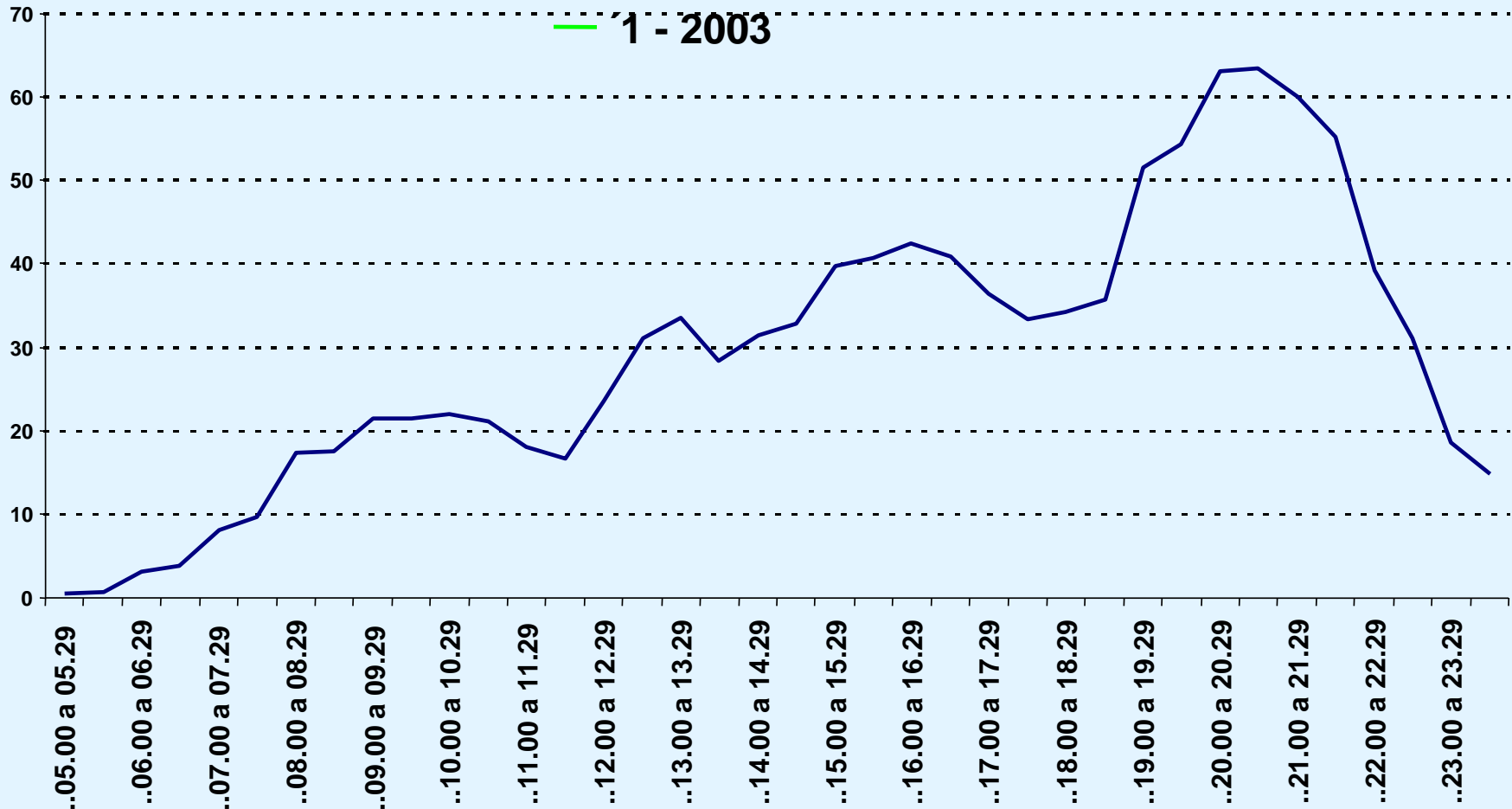
HABITOS DE CONSUMO DE TELEVISION

ANALISIS CONTINUO SEGÚN E.G.M.

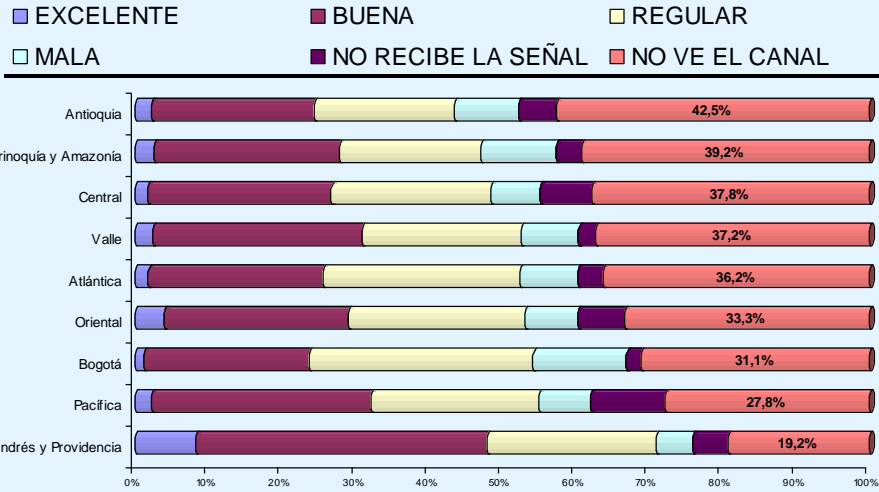


HABITOS DE CONSUMO DE TELEVISION

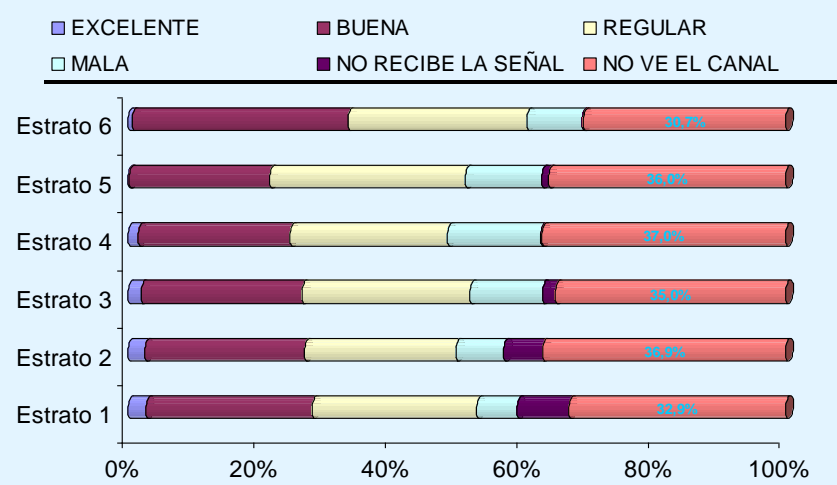
ANALISIS CONTINUO SEGÚN E.G.M.



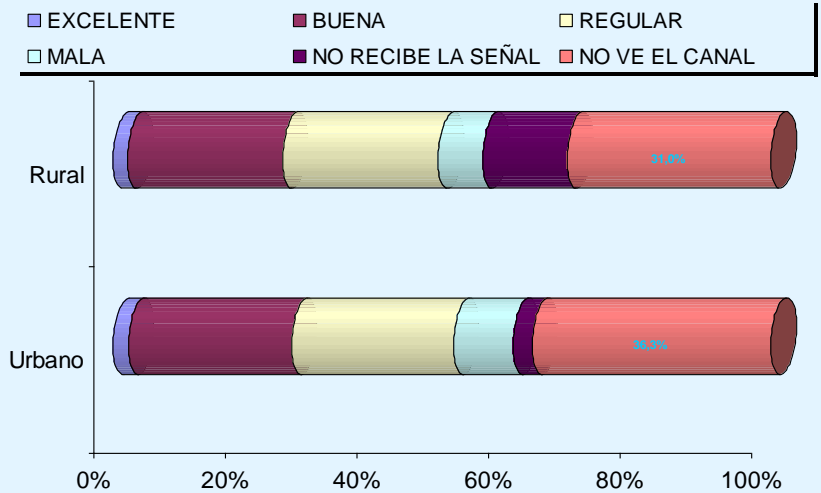
PERCEPCION CALIDAD DE PROGRAMACION – CANAL UNO



Región



Nivel Socioeconómico

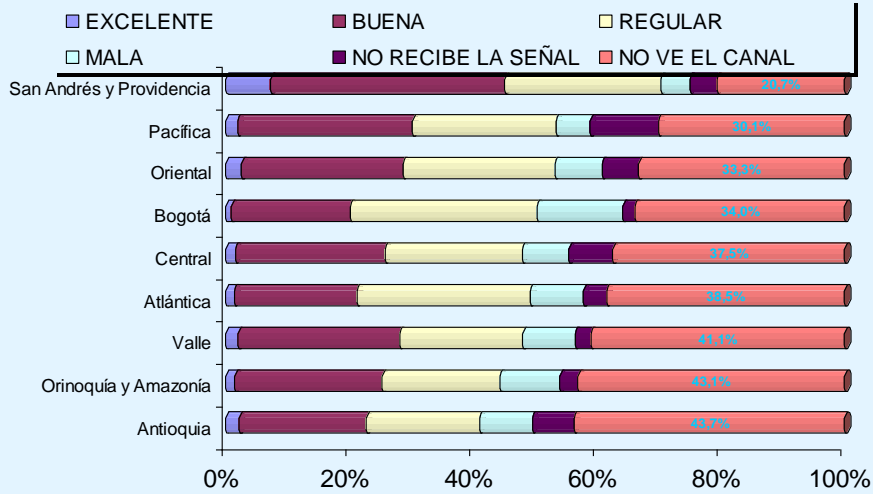


Zona

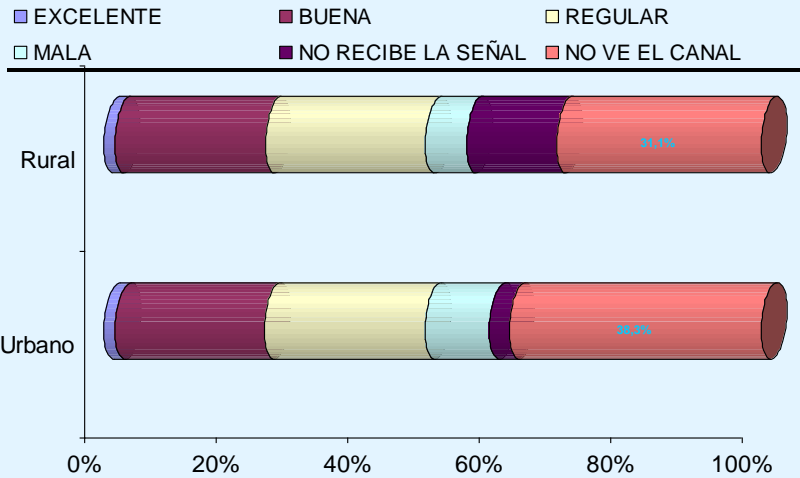
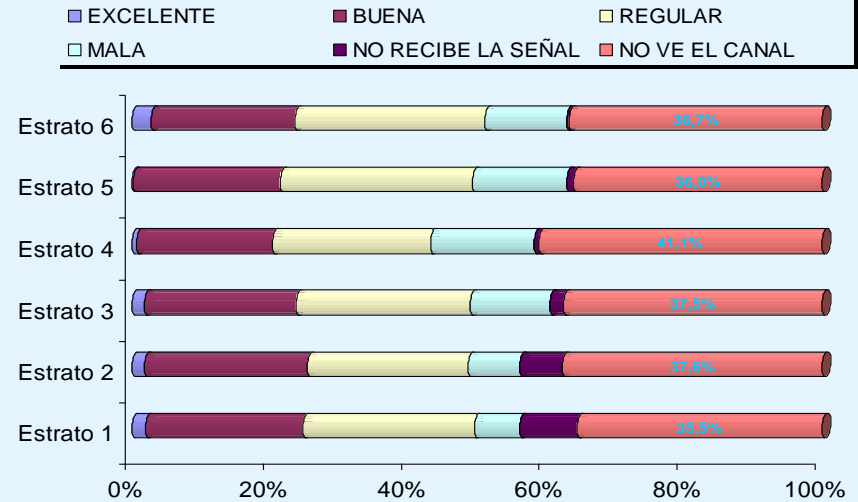
La gran mayoría de los televidentes del canal Uno califican la programación como regular o buena

PERCEPCION CALIDAD DE PROGRAMACION CANAL A

Región



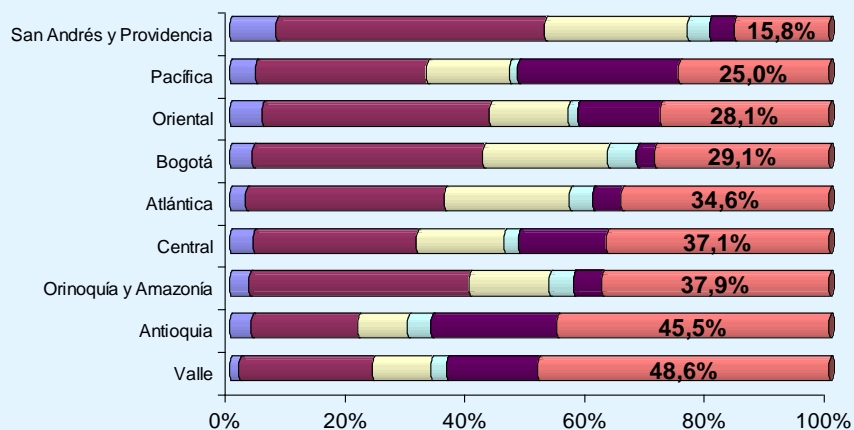
Nivel Socioeconómico



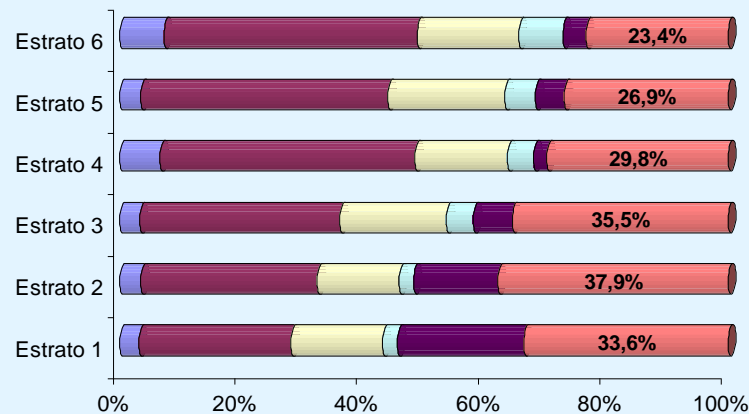
La gran mayoría de los televidentes del canal A califican la programación como regular o buena, sin embargo, es importante el porcentaje de televidentes que evalúan como mala la programación de este canal

Zona

■ EXCELENTE ■ BUENA ■ REGULAR
■ MALA ■ NO RECIBE LA SEÑAL ■ NO VE EL CANAL



■ EXCELENTE ■ BUENA ■ REGULAR
■ MALA ■ NO RECIBE LA SEÑAL ■ NO VE EL CANAL

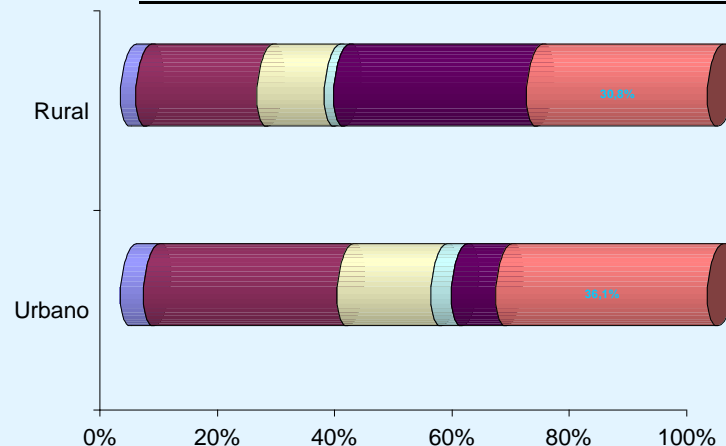


Nivel Socioeconómico

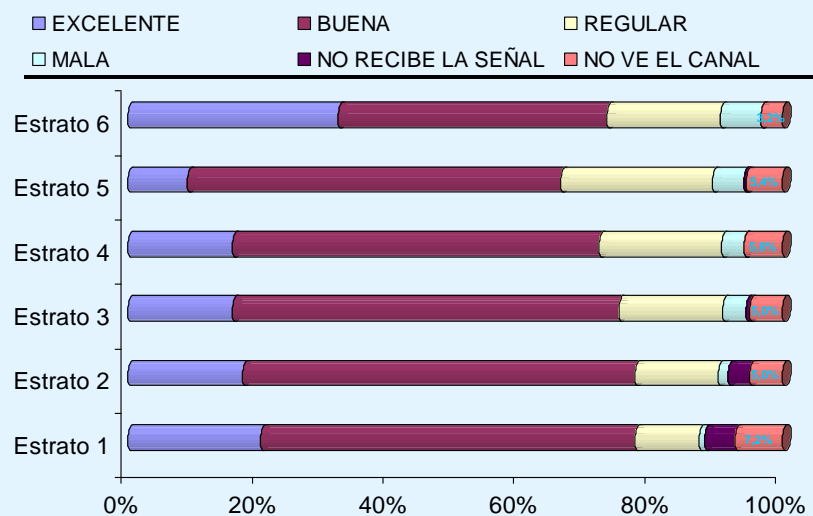
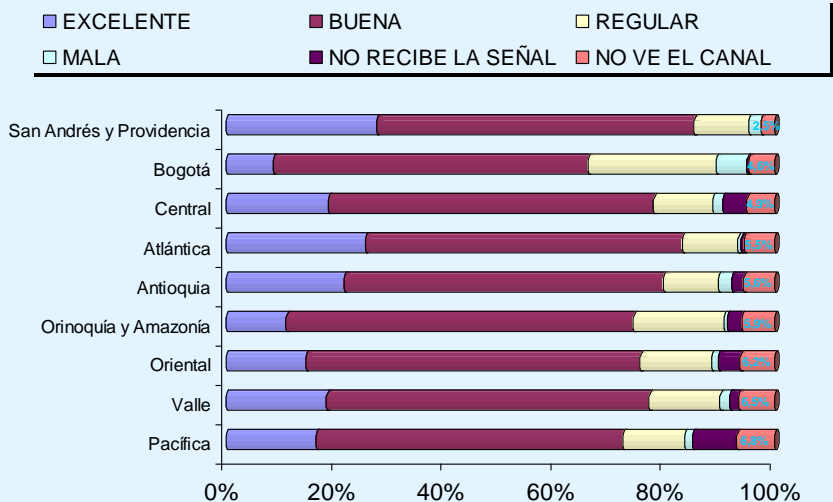
La percepción de la calidad de la programación del Canal Señal Colombia está altamente ligada a la cobertura del canal.

Lo anterior se confirma en la mejor aceptación de su programación en los estratos altos

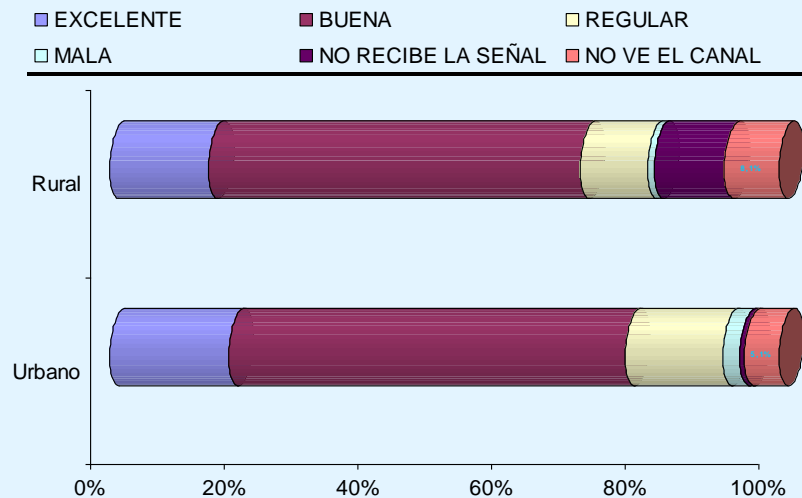
■ EXCELENTE ■ BUENA ■ REGULAR
■ MALA ■ NO RECIBE LA SEÑAL ■ NO VE EL CANAL



Zona



Nivel Socioeconómico



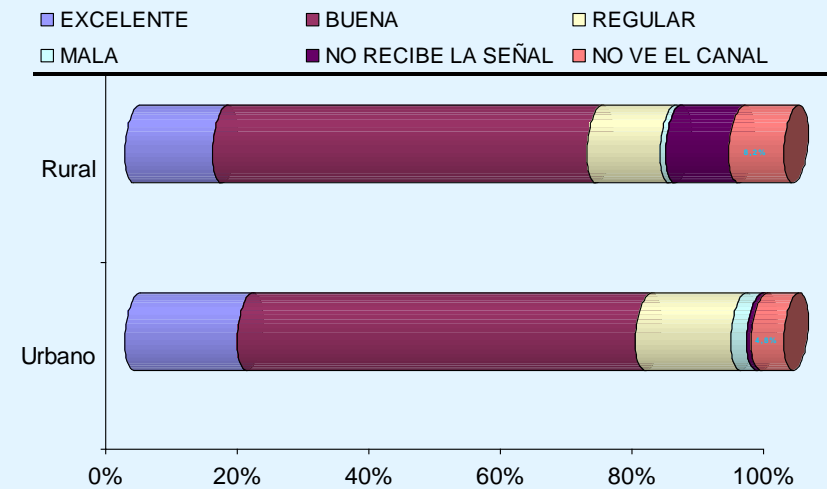
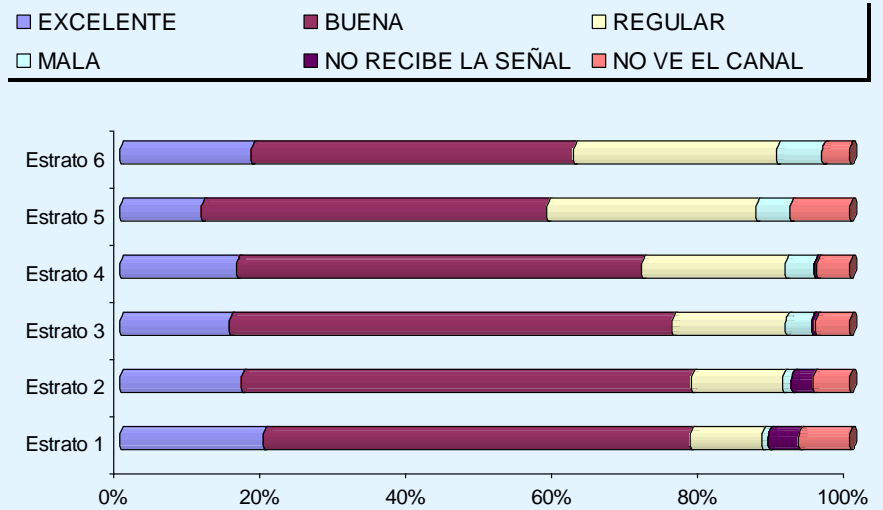
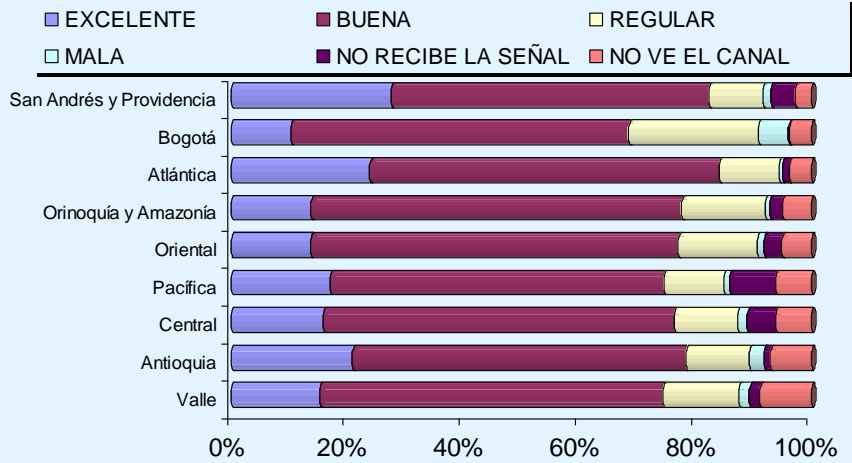
Zona

Los canales privados es evaluados como excelentes o buenos por la gran mayoría de los televidentes

PERCEPCION CALIDAD DE PROGRAMACION

Región

Nivel Socioeconómico

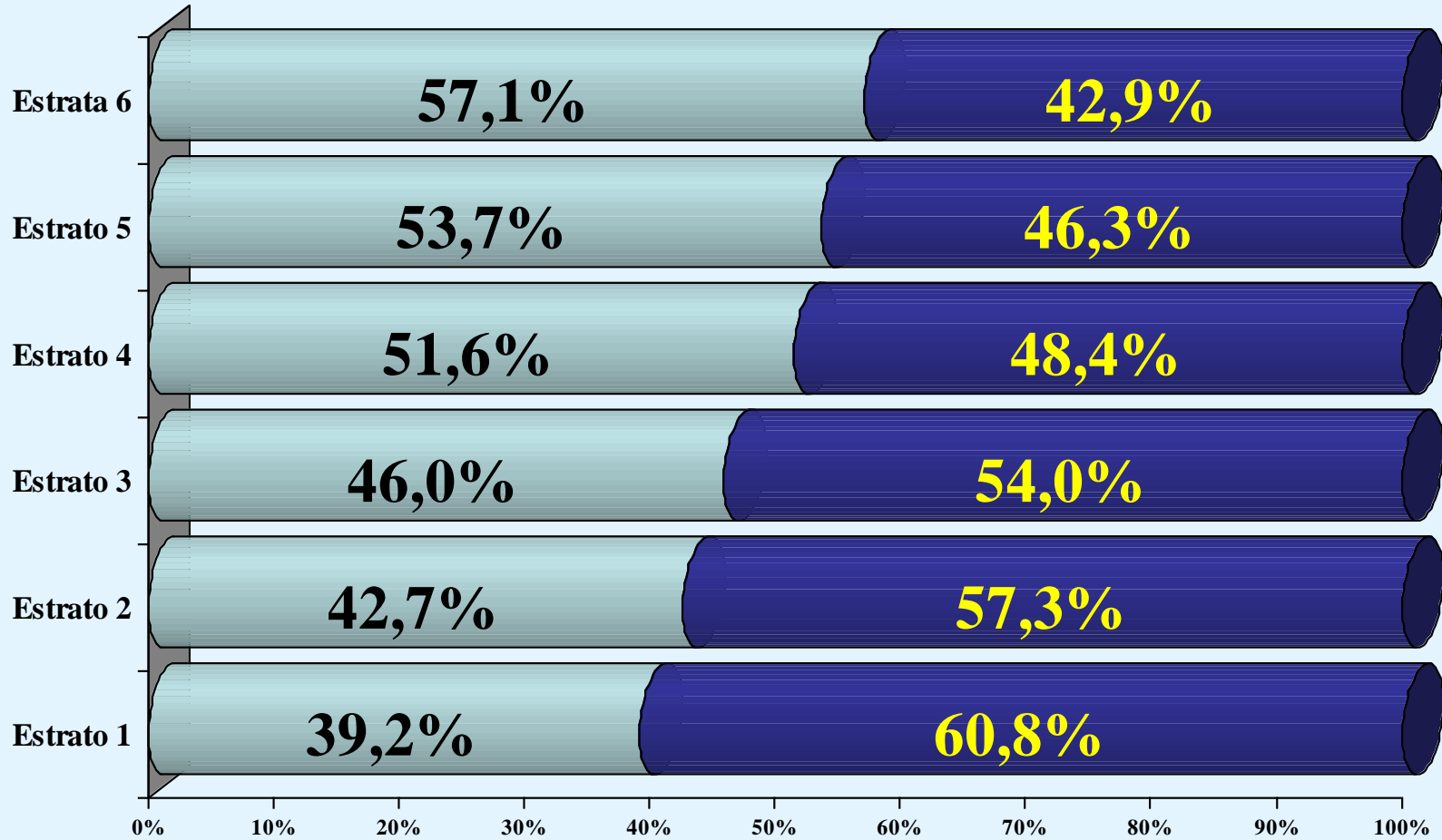


Los canales privados es evaluados como excelentes o buenos por la gran mayoría de los televidentes

Zona

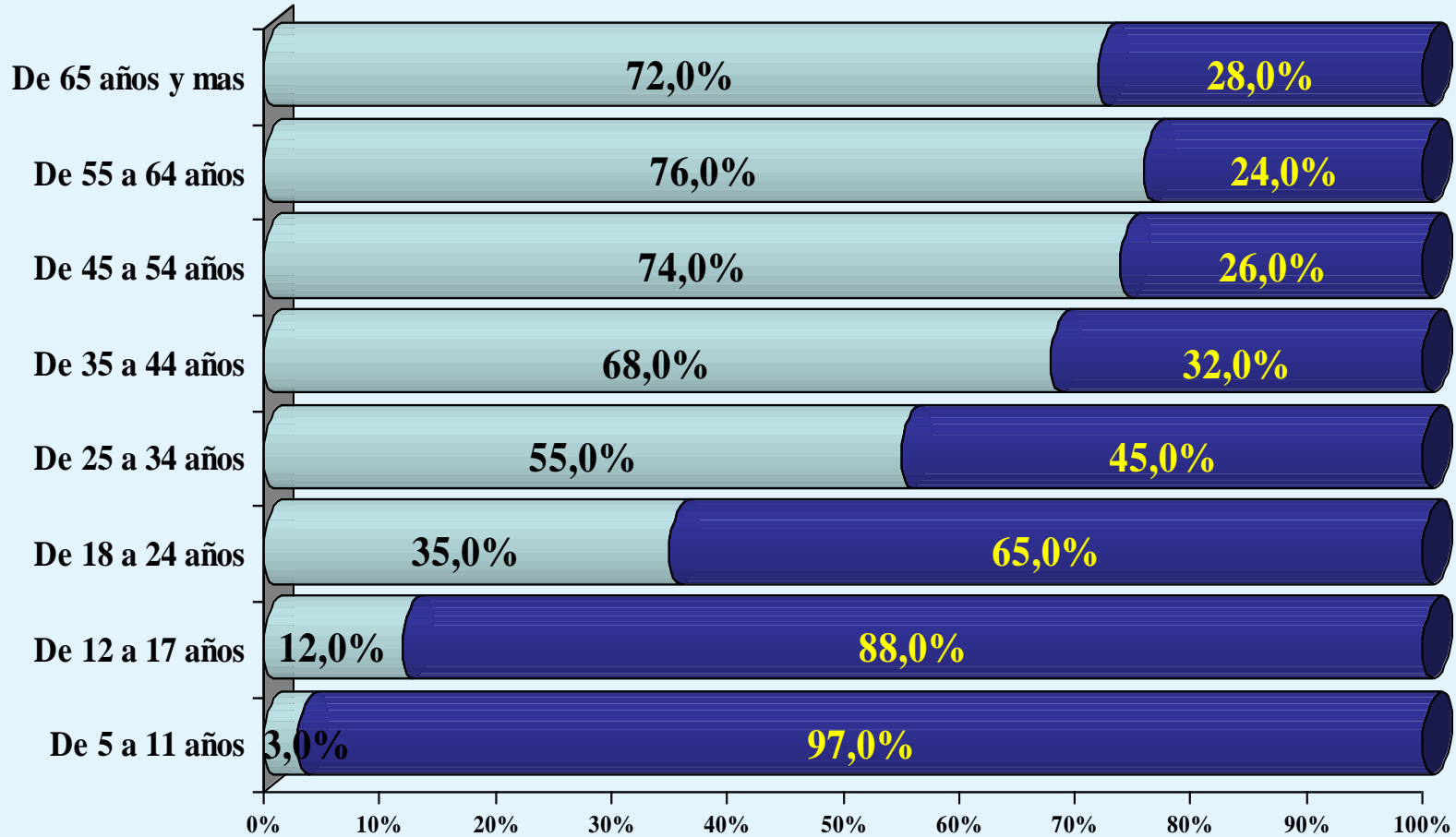
PREFERENCIAS POR TIPO DE PROGRAMACION

informativo Entretenimiento



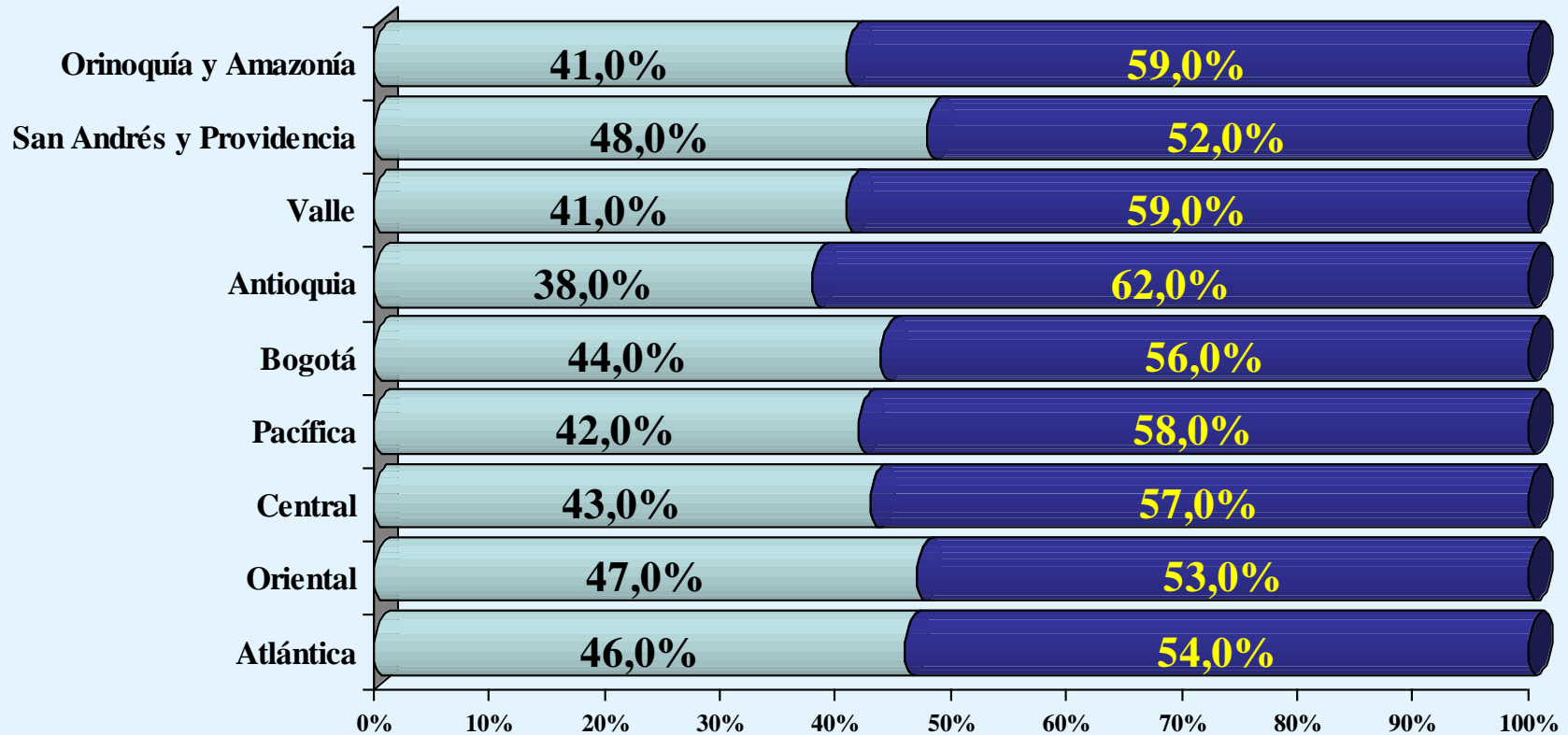
PREFERENCIAS POR TIPO DE PROGRAMACION

informativo Entretenimiento



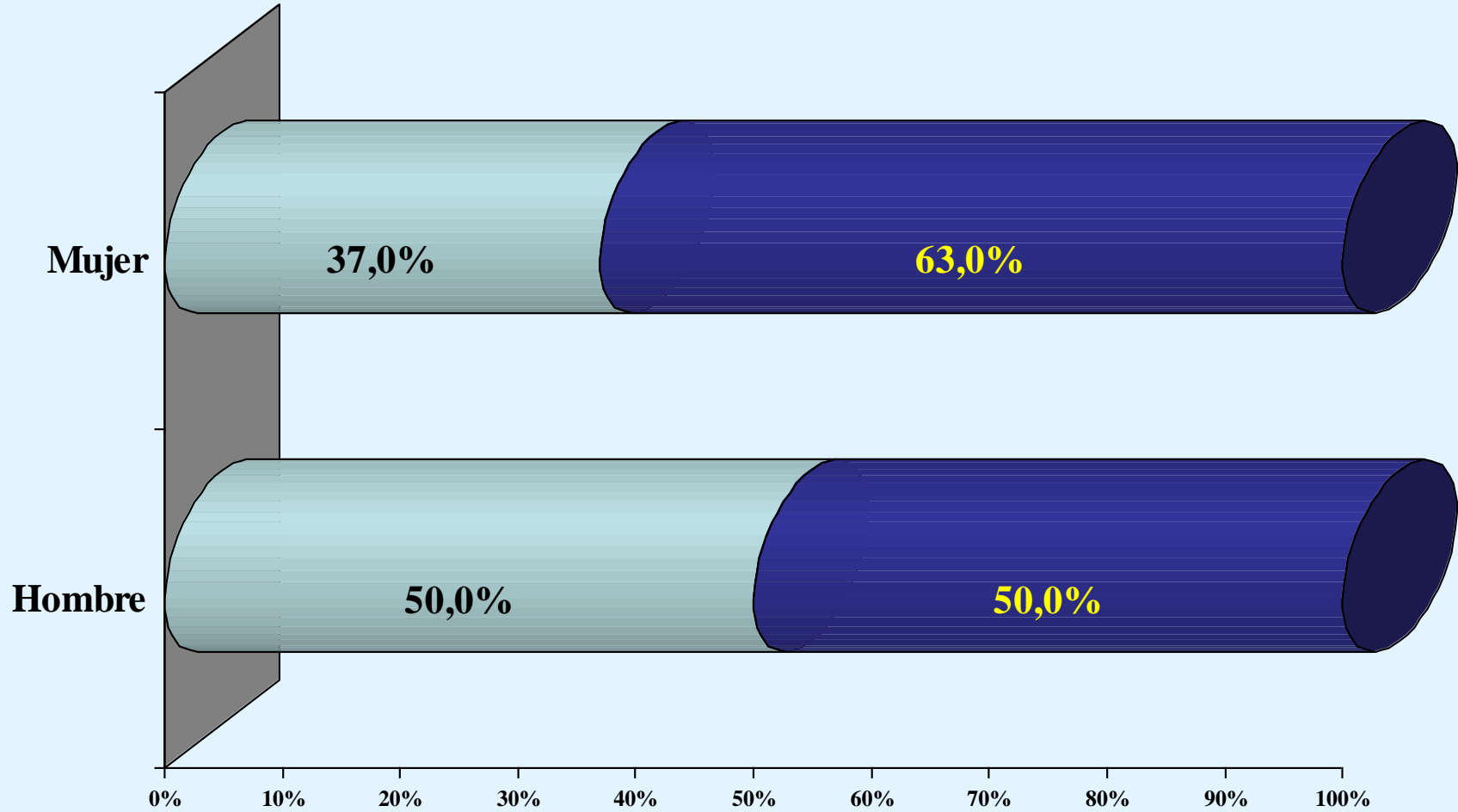
PREFERENCIAS POR TIPO DE PROGRAMACION

informativo Entretenimiento



PREFERENCIAS POR TIPO DE PROGRAMACION

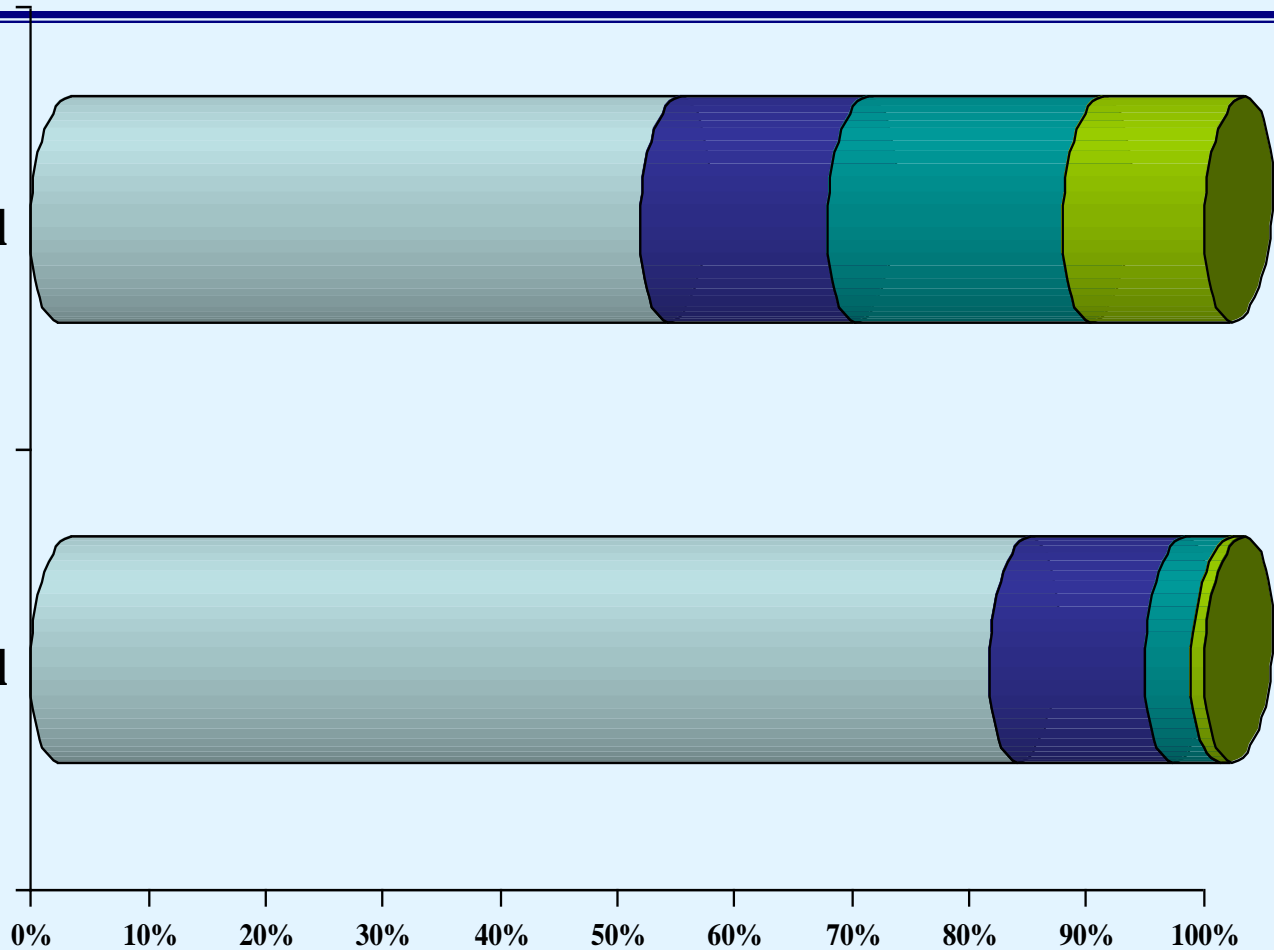
informativo Entretenimiento



PREFERENCIAS POR TIPO DE PROGRAMACION

Internacional

Nacional



0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

	Nacional	Internacional
■ Otro	1%	12%
■ Entrevistas u opinión	4%	20%
■ Documentales	13%	16%
■ Noticieros	81%	52%

PREFERENCIAS POR TIPO DE PROGRAMACION

□ Telenovelas □ Infantiles □ Deportivas □ Peliculas □ Magazines □ Comedias □ Concursos □ Series □ Otros

