

Módulo de Televisión

Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH)

Enero – Marzo 2009

Oficina de Planeación CNTV



Contenido

1. Antecedentes
2. Características sociodemográficas
3. Hogares
4. Personas que ven televisión
5. Audiencia

Contenido

1. Antecedentes
2. Características sociodemográficas
3. Hogares
4. Personas que ven televisión
5. Audiencia

Antecedentes

- ✓ En 2003, la CNTV se asoció al proceso de realización de la Encuesta de Calidad de Vida-ECV DANE – 2003, en la cual adicionó un módulo de televisión.
- ✓ En 2004, la Comisión evaluó la posibilidad de continuar con los módulos de televisión realizados por el DANE, pues es la única entidad que certifica la **total imparcialidad** en los resultados y además, el número de hogares entrevistados supera ampliamente cualquier otro estudio realizado en el país, lo que garantiza una mayor confiabilidad de la información.
- ✓ En 2005, la CNTV y el DANE elaboraron el módulo de televisión que se incluyó en la Encuesta Continua de Hogares (ECH) del tercer trimestre de 2005, con el cual se realizó el primer Anuario de la Televisión.
- ✓ En 2007 y 2008 se desarrolló el proyecto para realizar un módulo de televisión en la Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH), en 24 capitales de departamento, resto cabeceras y área rural.

Antecedentes – uso de la información

- ✓ Construir series-historia de carácter oficial, que permitan observar el comportamiento del sector de la televisión en el tiempo y con respecto a otros medios de comunicación.
- ✓ Insumo para cumplir con los lineamientos de la CNTV, en cuanto al monitoreo y control del servicio de la televisión nacional y de garantizar la calidad en los servicios de televisión, crear condiciones institucionales para la competitividad de la industria de la televisión, además de promover el desarrollo de la televisión educativa y cultural.
- ✓ Identificar los hábitos televisivos de los hogares colombianos, el establecimiento de las relaciones entre el consumo televisivo y el entorno económico y social del país de los hogares con y sin televisión por suscripción.
- ✓ Permitir a los canales públicos conocer los hábitos televisivos de los hogares que reciben televisión y medir el impacto generado en la audiencia nacional por el auge de los canales internacionales.
- ✓ Revisar cómo debe darse el tratamiento de los recursos del **Fondo para el Desarrollo** de la Televisión.
- ✓ Redireccionar los proyectos de las parrillas de la TV pública.
- ✓ Fijar políticas de televisión infantil de acuerdo con los hábitos de consumo encontrados.
- ✓ Realizar seguimiento al comportamiento del consumo de los hogares respecto al servicio de televisión por suscripción.

Antecedentes - Ficha técnica

Universo	Está constituido por la población civil, no institucional. Hombres y mujeres entre 0 y 100 años. De hogares de las áreas urbano-rural de 24 capitales de departamento, incluyendo sus áreas metropolitanas, resto de cabeceras y área rural.
Universo Estimado	11.852.293 de hogares y 43.563.156 de personas.
Diseño Muestral	Probabilístico, estratificado, multietápico, de conglomerados.
Técnica	Entrevista personal a todas las personas del hogar mayores a 5 años.
Muestra	55.055 de hogares y 204.327 personas.
Error de muestreo	2,5% - Nivel de confiabilidad del 98%
Fecha trabajo de campo	Enero a marzo de 2009

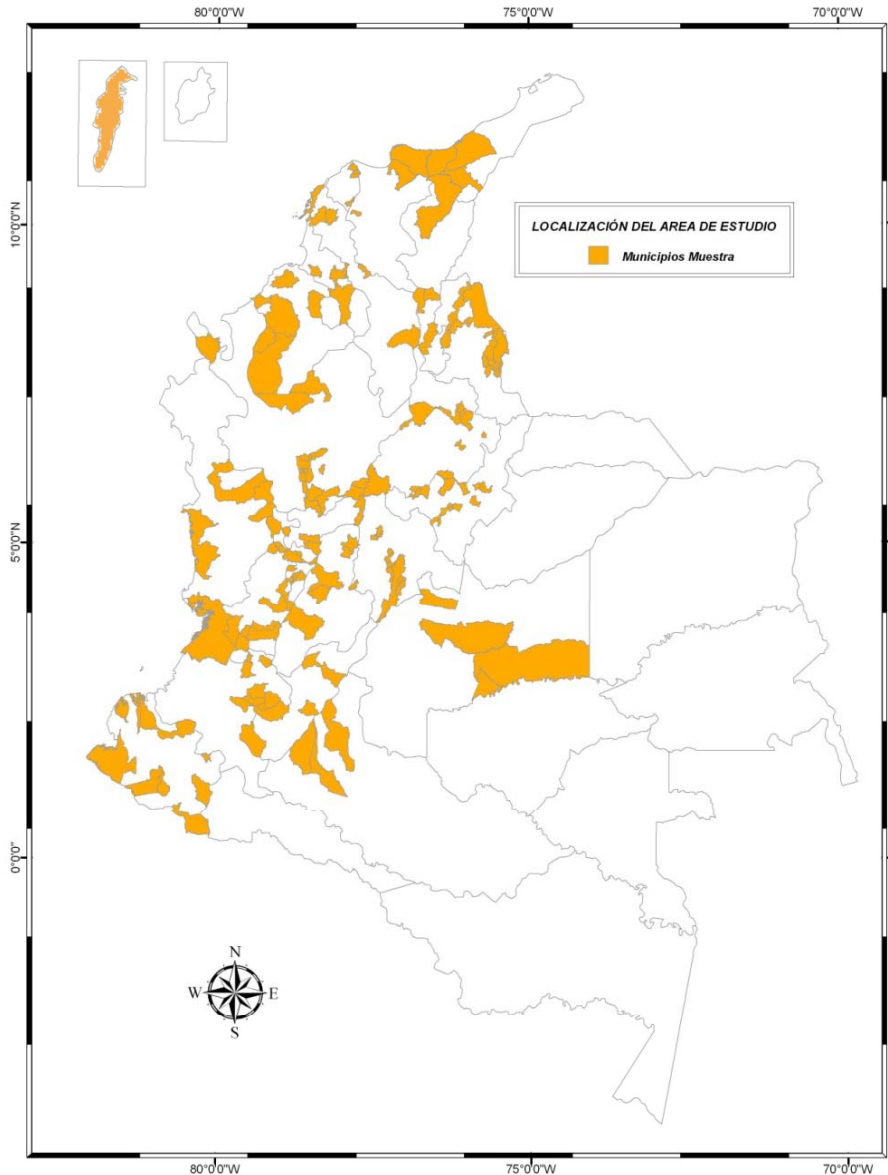
- ✓ De acuerdo con el Dane, toda variable cuya frecuencia de ocurrencia en la población de referencia es inferior al 10%, tiene un error relativo superior al 5%.
- ✓ La variable estrato que se utilizó para el análisis, corresponde al estrato para la tarifa de la energía eléctrica, consultado a los hogares en la pregunta ¿Con cuáles de los siguientes servicios cuenta la vivienda?.
- ✓ La audiencia se calcula con la pregunta “En los últimos 30 días cuáles de los siguientes canales de televisión ha visto..”

Contenido

1. Antecedentes
2. Características sociodemográficas
3. Hogares
4. Personas que ven televisión
5. Audiencia

Características sociodemográficas

Localización de municipios de la muestra (%)



Es el mayor estudio que se ha realizado para el sector de televisión, con una muestra de **55.055** hogares, **204.327** personas, en 154 municipios; que estiman a una población de **11'852.293** de hogares y **43'563.156** personas.

El **77%** de la población de estudio se encuentra en las áreas urbanas del país.

Características sociodemográficas

Población Estimada y Muestra por Área (%)

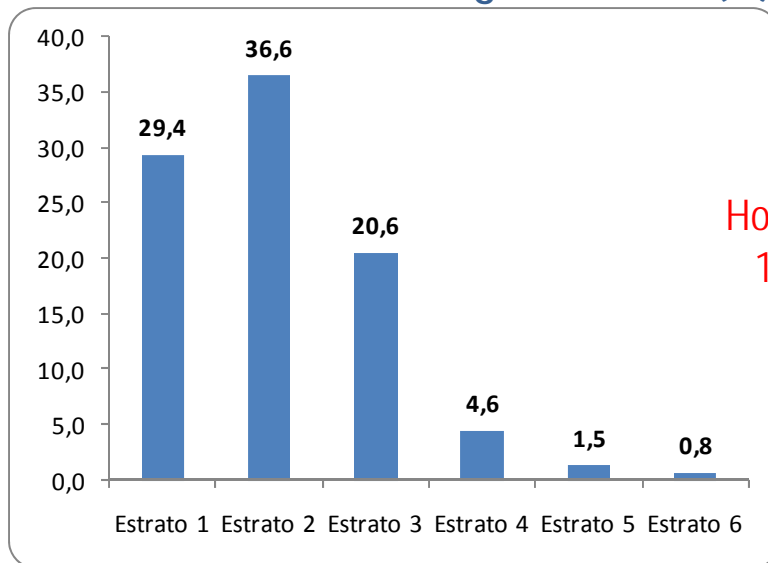
ÁREA	Hogares Estimados	Hogares Muestra	Personas Estimadas	Personas Muestra
05 Medellín A. M.	965.627	2.799	3.298.304	9.702
08 Barranquilla A.M.	383.290	2.001	1.686.056	8.790
11 Bogotá D.C.	2.100.146	2.374	7.204.542	8.252
13 Cartagena	213.860	1.684	883.625	7.039
15 Tunja	46.910	1.622	159.444	5.576
17 Manizales	115.799	1.972	399.502	6.718
18 Florencia	35.543	1.710	131.561	6.328
19 Popayán	65.960	1.928	234.966	6.909
20 Valledupar	82.039	1.818	335.060	7.416
23 Montería	75.895	1.597	306.093	6.428
27 Quibdó	25.981	1.325	104.834	5.058
41 Neiva	88.012	2.067	306.505	7.245
44 Riohacha	39.209	1.711	164.932	6.954
47 Santa Marta	100.030	1.821	414.505	7.447
50 Villavicencio	110.755	1.755	393.643	6.332
52 Pasto	88.152	1.642	331.172	6.087
54 Cúcuta A.M.	201.864	1.615	751.131	6.035
63 Armenia	81.710	1.813	278.904	6.158
66 Pereira A.M.	167.798	1.801	588.661	6.400
68 Bucaramanga A.M.	292.849	1.776	1.000.711	6.091
70 Sincelejo	54.256	1.656	233.464	7.162
73 Ibagué	141.872	1.678	489.012	5.714
76 Cali	648.746	2.049	2.262.055	7.136
88 San Andrés	15.246	1.415	49.897	4.537
Resto Cabeceras	3.013.427	5.991	11.043.816	21.828
Rural	2.697.317	5.435	10.510.761	20.985
Total	11.852.293	55.055	43.563.156	204.327

El estudio desagrega la información por 24 capitales de departamento, incluyendo sus áreas metropolitanas. Resto de cabeceras y área rural.

No estima a los antiguos territorios nacionales.

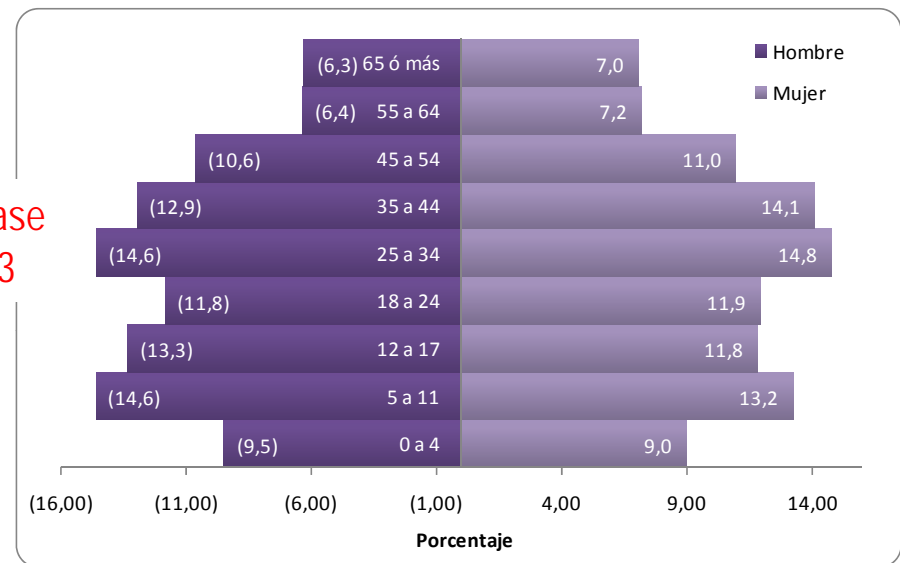
Características sociodemográficas

Estrato de tarifa de energía eléctrica (%)



Hogares Base
11.852.293

Pirámide poblacional (%)



Nota: Se toma para estratificar, la variable "estrato para tarifa".
El restante 6,6% de hogares corresponden a el estrato 0, no informa, no se encuentran estratificados.

De acuerdo con la variable utilizada para estratificar (estrato de tarifa de energía eléctrica), la población del país pertenece principalmente a los estratos 2, con un **36,6%** y al estrato 1, con un **29,4%**.

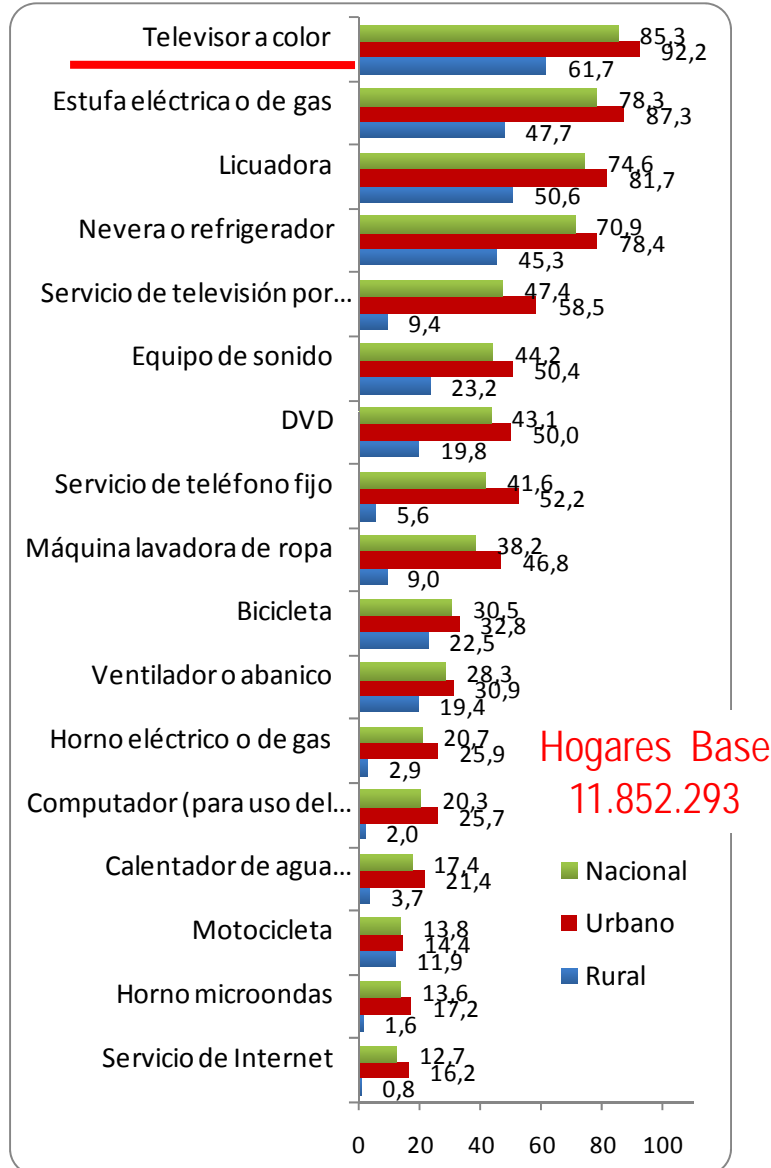
El **90,8%** de la población es mayor o igual a 5 años, de los cuales el **51%** es mujer.

Contenido

1. Antecedentes
2. Características demográficas
3. Hogares
4. Personas que ven televisión
5. Audiencia

Hogares - Penetración Televisor

Bienes y servicios por urbano - rural (%)



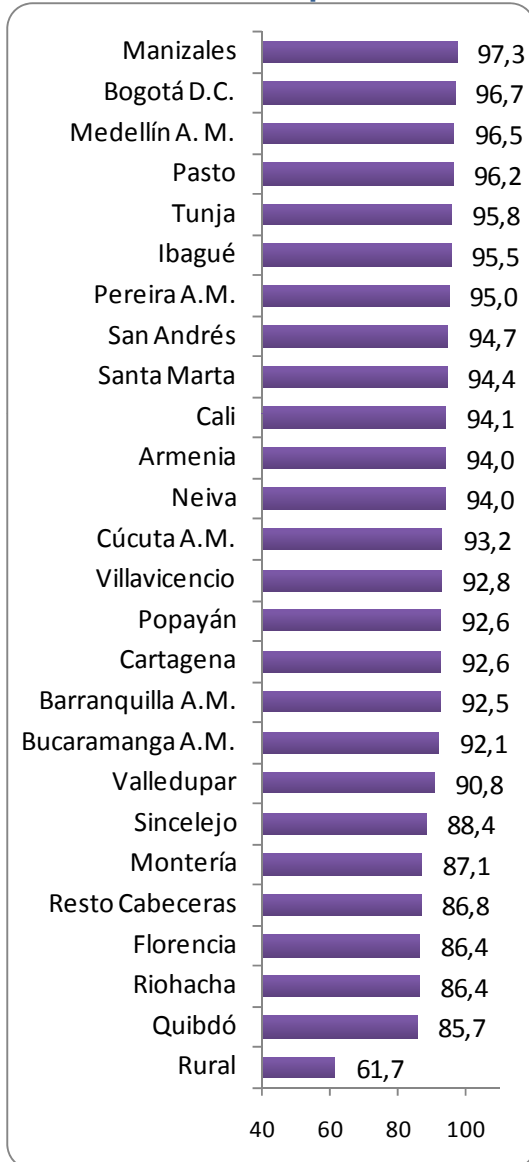
El televisor es el bien o servicio que se posee en los hogares Colombianos.

85,3% de los hogares tienen TV a color. El 92,2% de los hogares en el área urbana (en el año 2005 era de 90,9%) y el 61,7% de los hogares en el área rural tienen TV a color.

Se estima en 15'000.331 el número de televisores que existen en el país, de los cuales, 566.639 son de pantalla plasma o líquida.

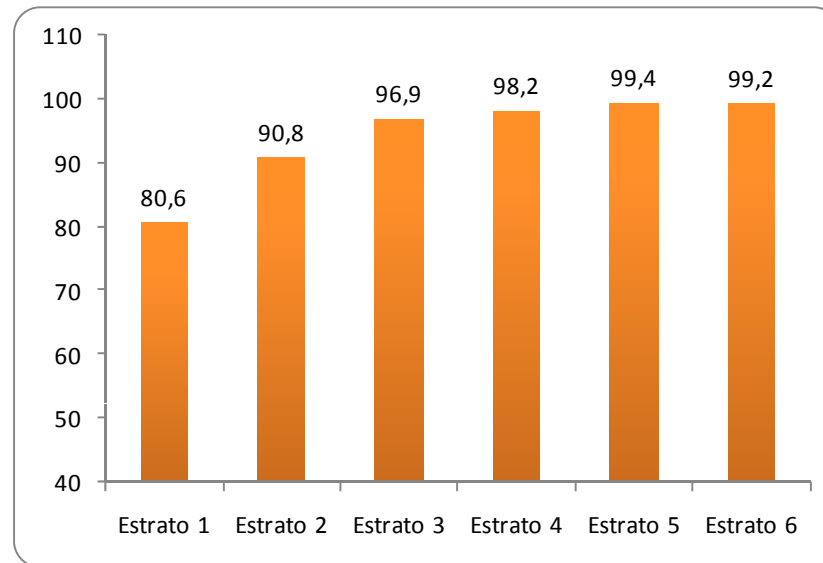
Hogares - Penetración Televisor

Tiene TV a color por área (%)



Hogares Base
 11.852.293

Tiene TV a color por estrato (%)

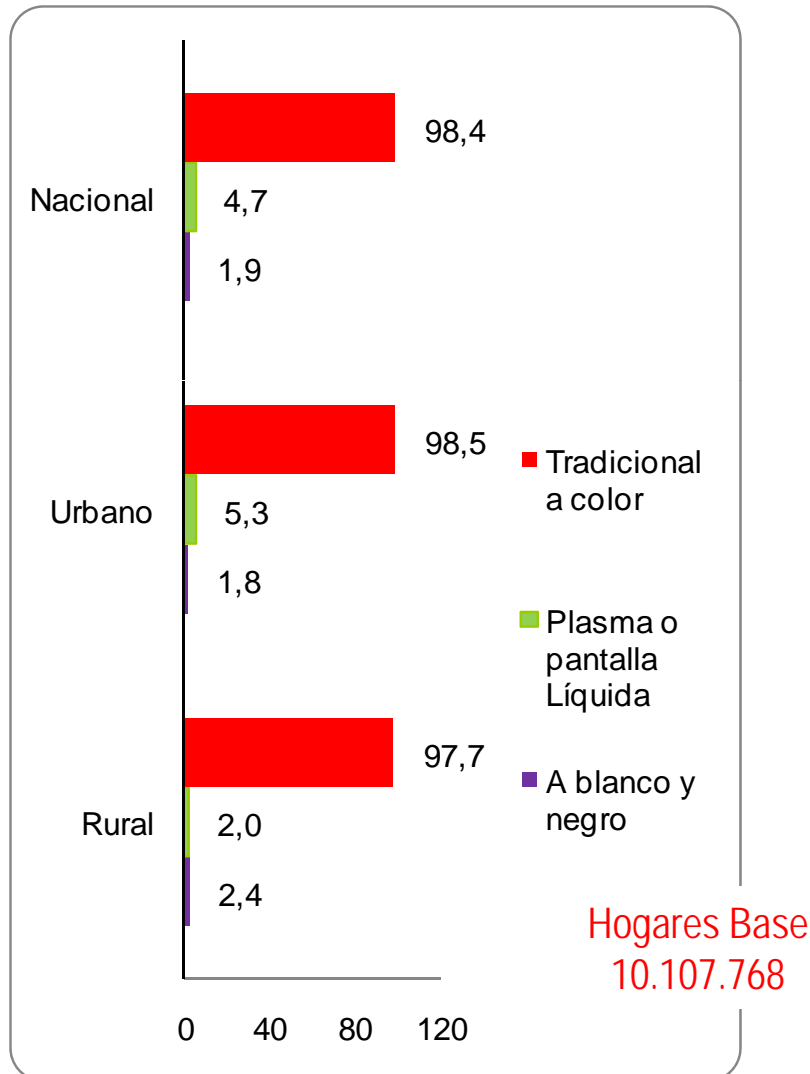


Manizales, con el **97,3%**, es la población con el mayor número de hogares con TV a color.

El **99,4%** y el **99,2%** de los hogares de estrato 5 y 6, respectivamente, tienen TV a color.

Hogares - Penetración Televisor

Hogares que poseen TV por urbano - rural (%)

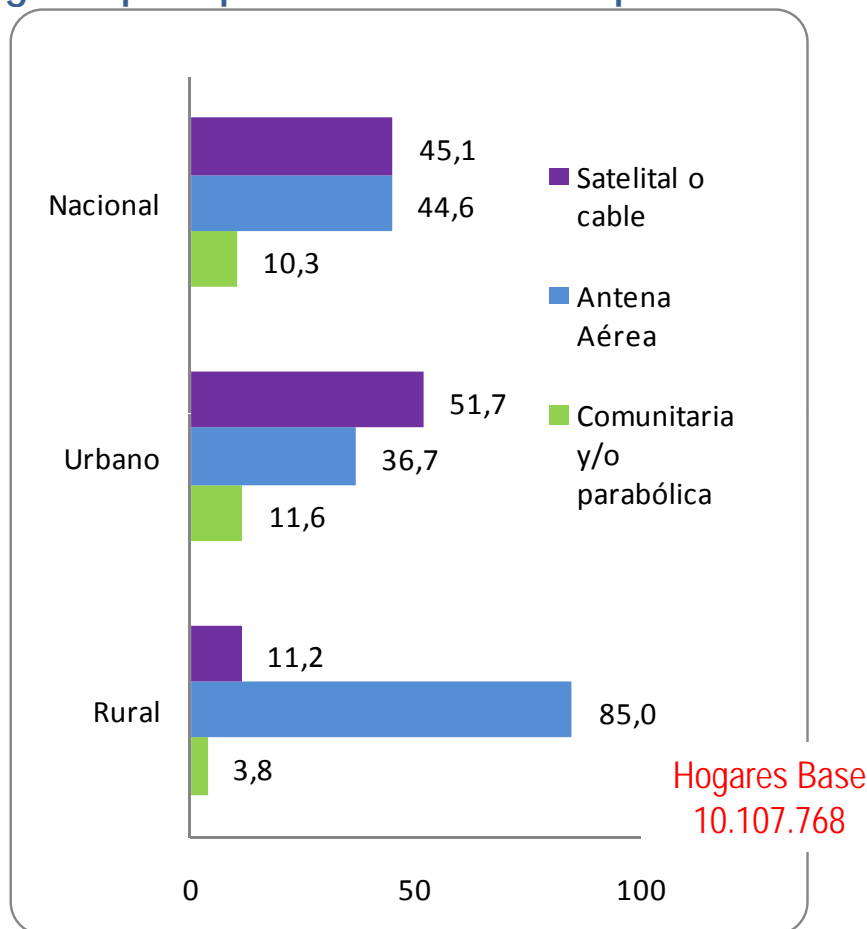


98,4% de los hogares tiene TV a color tradicional.

5,3% de los hogares en el área urbana y 2,0% de los hogares en el área rural ya poseen TV de pantalla plasma o líquida.

Bienes y Servicios - Penetración Televisión

Hogares por tipo de servicio de TV por urbano - rural (%)



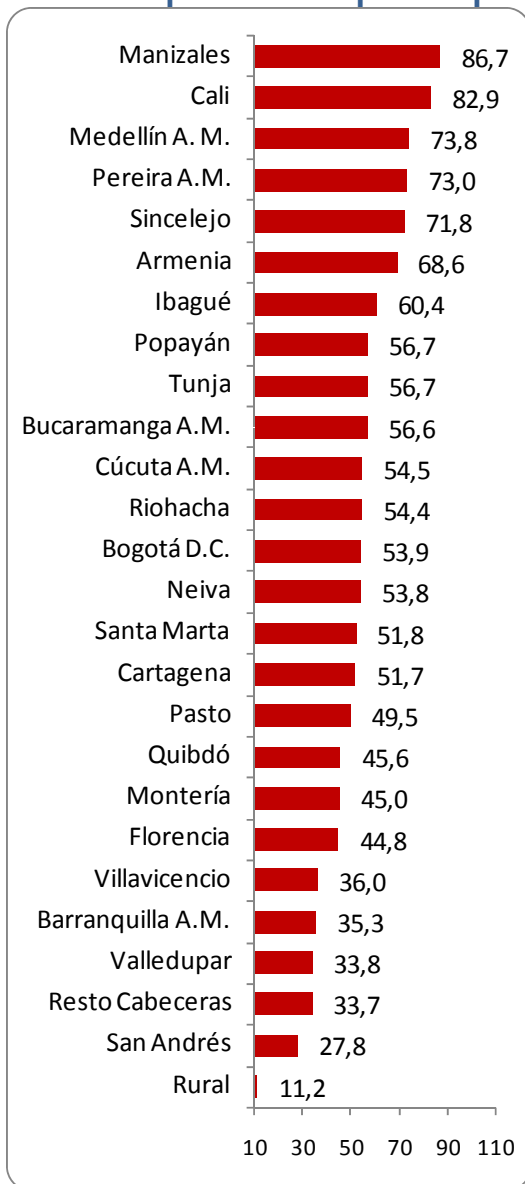
✓ Televisión Abierta: El 44,6% de los hogares con TV recibe la señal por antena aérea. El 85% de los hogares del área rural y el 36,7% del área urbana recibe la señal por antena aérea.

✓ Televisión Cerrada: El 55,4% de los hogares reciben señal por TV cerrada; de los cuales el 45,1% recibe la señal por servicio de TV suscripción satelital o cable y el 10,3% por TV comunitaria.

63,3% de los hogares en el área urbana reciben la señal por TV cerrada. En el año 2005 esta cifra se estimó en 51,2%.

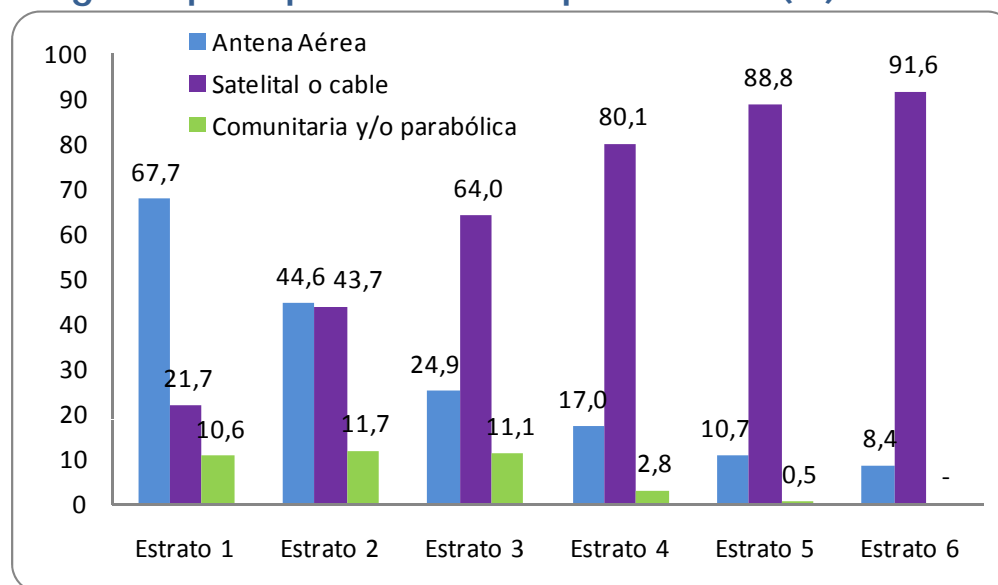
Hogares - Penetración Televisión

Tienen TV por suscripción por área (%)



Hogares Base
10.107.768

Hogares por tipo de servicio por estrato (%)

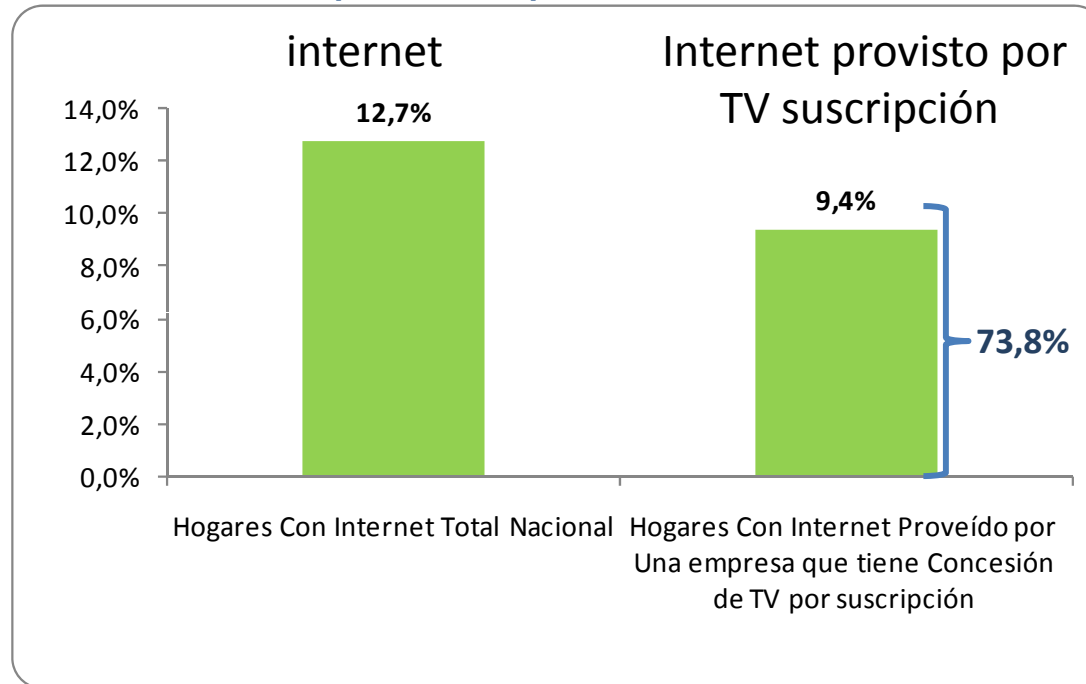


Manizales, con el **86,7%**, es el municipio con el mayor número de hogares con TV por suscripción, San Andrés Islas es el de menor penetración con un **27,8%**. Bogotá tiene el **53,9%** de penetración (en 2005 era de **34,5%**).

El **67,7%** de los hogares de estrato 1, el **44,6%** de los hogares de estrato 2 y el **24,9%** de los hogares de estrato 3 reciben la señal por antena aérea.

Hogares - Convergencia

Convergencia de Servicios: Mercado de Internet y TV por Suscripción, 2009



El 73,8% de los hogares que tiene Internet, lo reciben a través de una empresa que tiene concesión de TV por suscripción.

Hogares – Gastos en TV e Internet

Ingreso hogar y gasto en servicios de televisión e internet, por estrato (miles)

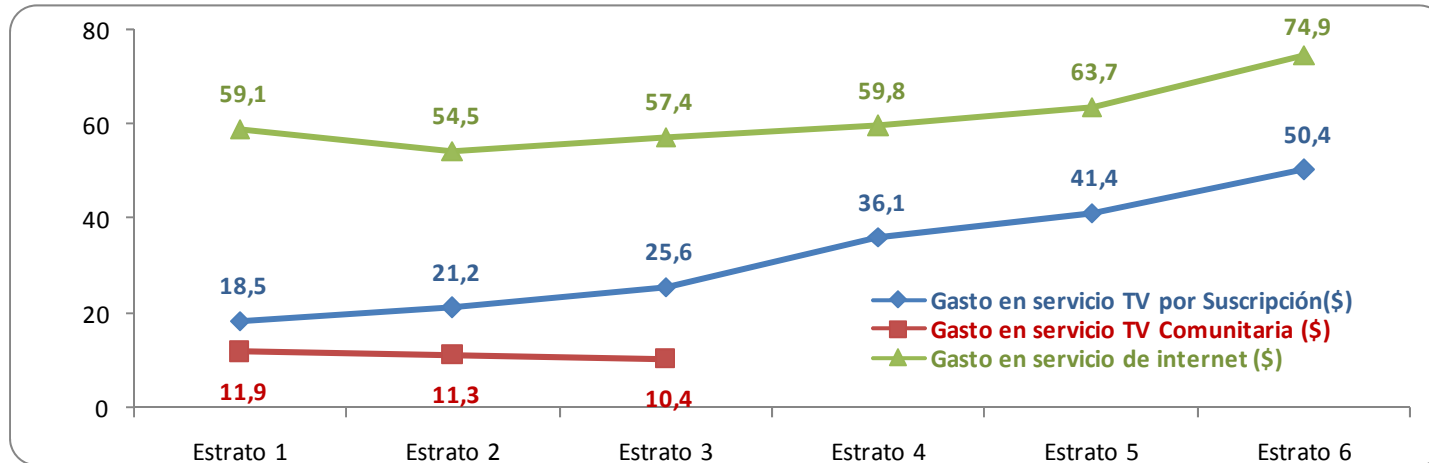
Ingreso – gasto (promedio)	Estrato 1	Estrato 2	Estrato 3	Estrato 4	Estrato 5	Estrato 6	Total (Estrato 1 al 6)
Ingresos promedio por hogar (1) (\$)	729,4	1.089,5	1.796,7	3.406,6	4.507,8	7.945,1	1.345,3
Gasto en servicio TV por Suscripción(\$)	18,5	21,2	25,6	36,1	41,4	50,4	24,6
Gasto en servicio TV Comunitaria (\$)	11,9	11,3	10,4				11,4
Gasto en servicio de internet (\$)	59,1	54,5	57,4	59,8	63,7	74,9	58,5
Gasto en servicio de TV por Suscripción / Ingreso promedio (%)	2,53	1,95	1,42	1,06	0,92	0,63	1,83
Gasto en servicio de TV Comunitaria / Ingreso promedio (%)	1,63	1,03	0,58				0,85
Gasto en servicio de Internet / Ingreso promedio (%)	8,10	5,01	3,19	1,75	1,41	0,94	4,35

1) Suma de los ingresos, sin imputación, percibidos por una personas por: empleado, trabajador por cuenta propia, segundo trabajo, pensiones o jubilaciones.

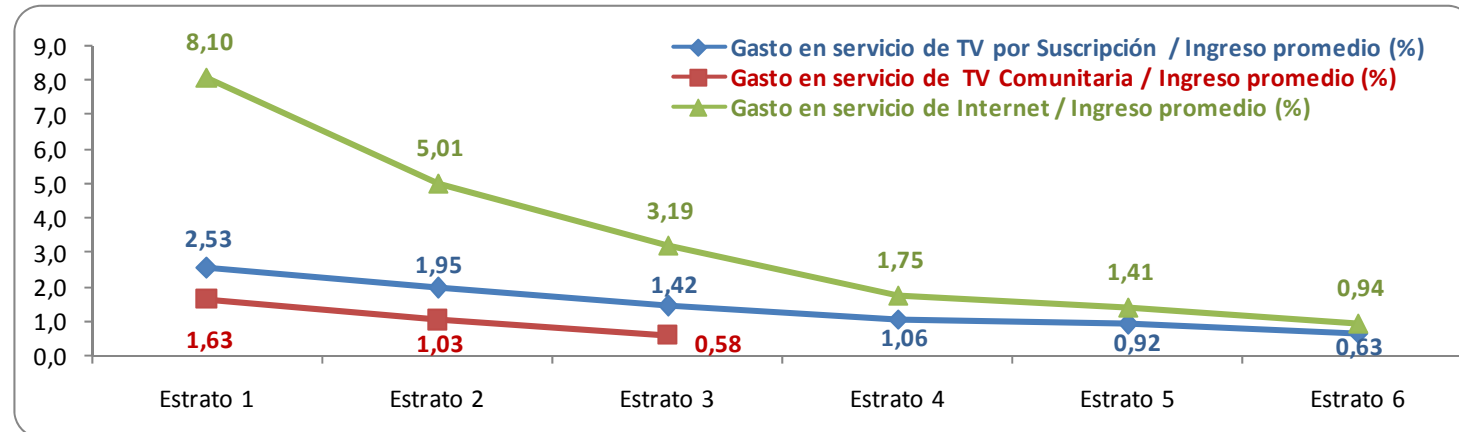
La relación entre el gasto en servicios de TV por suscripción, internet y TV comunitaria es inversa al estrato en el que se encuentra el hogar. Es decir, a los más pobres les cuesta proporcionalmente más adquirir estos servicios.

Hogares – Gastos TV e Internet

Gastos en servicios de televisión e internet, por estrato (miles)



Relación gastos sobre ingreso por estrato (%)



La relación entre el gasto en servicios de TV por suscripción, internet y TV comunitaria es inversa al estrato en el que se encuentra el hogar.

Hogares – Gastos en TV e Internet

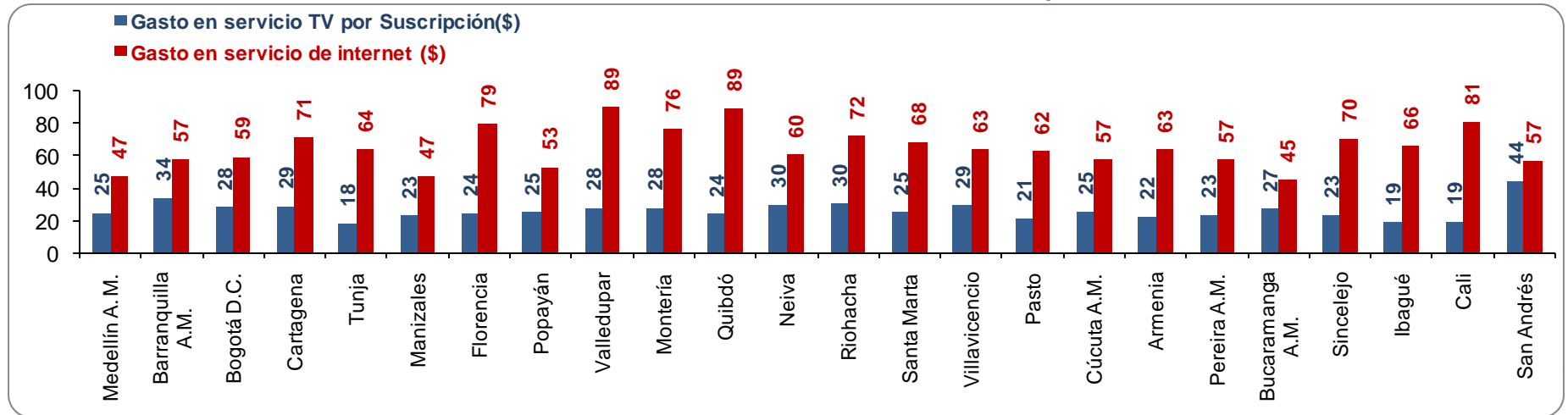
Ingreso hogar y gasto en servicios de televisión e internet, por área (miles)

ÁREA	Ingresos promedio por hogar (1) (\$)	Gasto en servicio TV por Suscripción(\$)	Gasto en servicio TV Comunitaria (\$)	Gasto en servicio de internet (\$)	Gasto en servicio de TV por Suscripción / Ingreso promedio (%)	Gasto en servicio de TV Comunitaria / Ingreso promedio (%)	Gasto en servicio de Internet / Ingreso promedio (%)
Medellín A. M.	1.846,5	24,6	11,0	47,1	1,3	0,6	2,6
Barranquilla A.M.	1.311,6	33,9	15,9	57,4	2,6	1,2	4,4
Bogotá D.C.	1.925,6	27,9	10,3	59,1	1,5	0,5	3,1
Cartagena	1.573,9	28,6		71,4	1,8	0,0	4,5
Tunja	1.571,3	17,9	7,0	63,6	1,1	0,4	4,0
Manizales	1.502,6	22,7	13,5	47,3	1,5	0,9	3,2
Florencia	1.355,7	24,2	16,2	79,0	1,8	1,2	5,8
Popayán	1.218,4	25,0		52,8	2,0	0,0	4,3
Valledupar	1.161,7	27,8		89,4	2,4	0,0	7,7
Montería	1.463,1	27,7		76,2	1,9	0,0	5,2
Quibdó	1.015,4	23,8		88,7	2,3	0,0	8,7
Neiva	1.657,4	29,7		60,2	1,8	0,0	3,6
Riohacha	1.132,3	30,1		71,8	2,7	0,0	6,3
Santa Marta	1.264,8	25,0	10,2	68,1	2,0	0,8	5,4
Villavicencio	1.364,8	29,0		63,4	2,1	0,0	4,6
Pasto	1.449,5	21,3		62,5	1,5	0,0	4,3
Cúcuta A.M.	1.443,1	25,3	15,4	57,1	1,8	1,1	4,0
Armenia	1.329,0	22,1		63,3	1,7	0,0	4,8
Pereira A.M.	1.428,2	23,4		57,2	1,6	0,0	4,0
Bucaramanga A.M.	1.924,8	26,8		45,1	1,4	0,0	2,3
Sincelejo	1.371,3	23,0		70,1	1,7	0,0	5,1
Ibagué	1.509,0	18,7		65,5	1,2	0,0	4,3
Cali	1.533,2	18,9	9,9	80,7	1,2	0,6	5,3
San Andrés	1.643,8	43,9		56,8	2,7	0,0	3,5
Resto Cabeceras	974,7	21,0	11,3	57,9	2,2	1,2	5,9
Rural	769,9	27,6	7,6	61,7	3,6	1,0	8,0

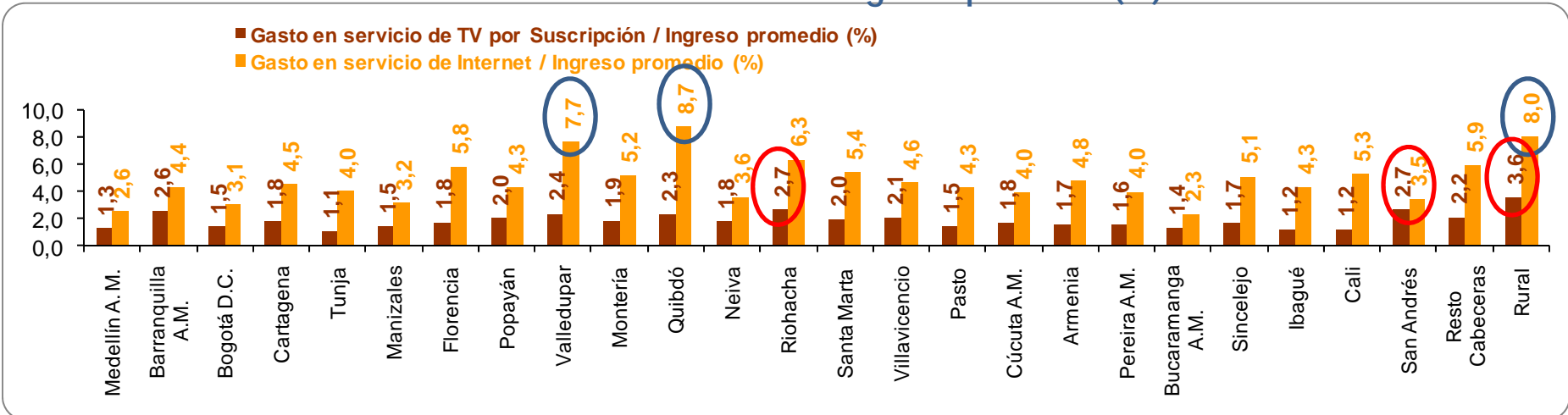
1) Suma de los ingresos, sin imputación, percibidos por una personas por ser :empleado, trabajador por cuenta propia, segundo trabajo, pensiones o jubilaciones.

Hogares – Gastos en TV e Internet

Gastos en servicios de televisión e internet, por área (miles)



Relación Gastos sobre Ingreso por Área (%)



El área rural, Riohacha, San Andrés, Barranquilla A.M. y Quibdó son los lugares en los que el servicio de TV por suscripción es más costoso. Para internet son el área rural, Quibdó, y Valledupar.

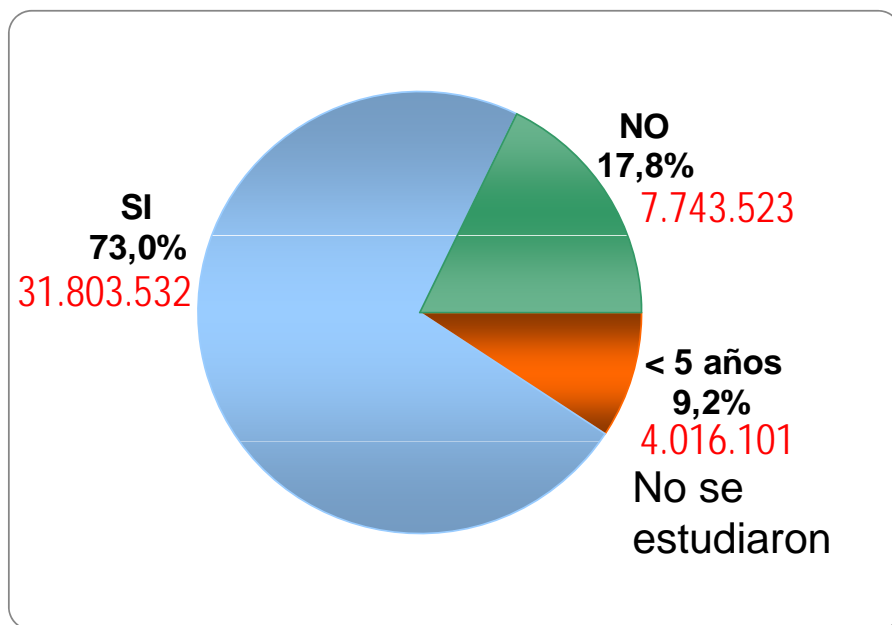
Contenido

1. Antecedentes
2. Características sociodemográficas
3. Hogares
4. Personas que ven televisión
5. Audiencia

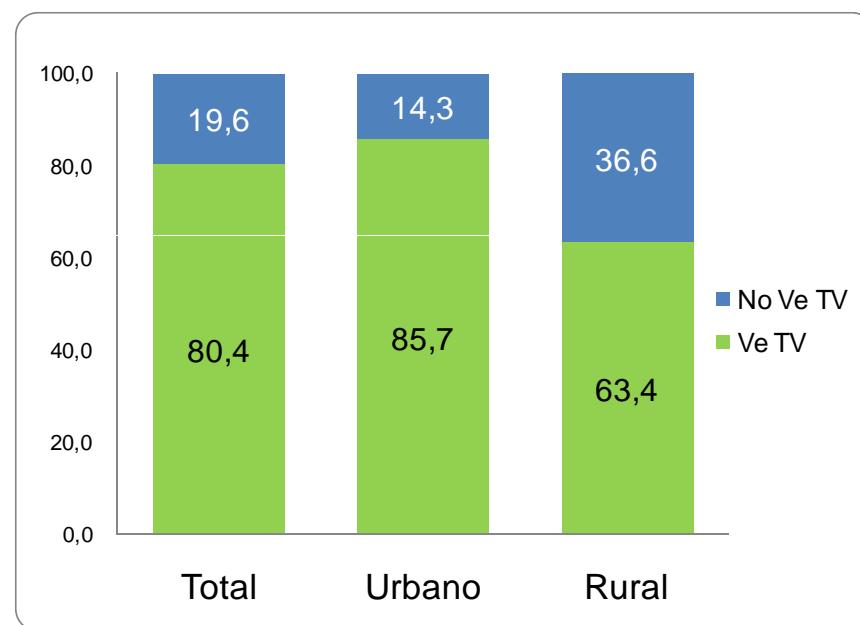
Personas que ven televisión

Ven Televisión (%)

Personas Base
43.563.156



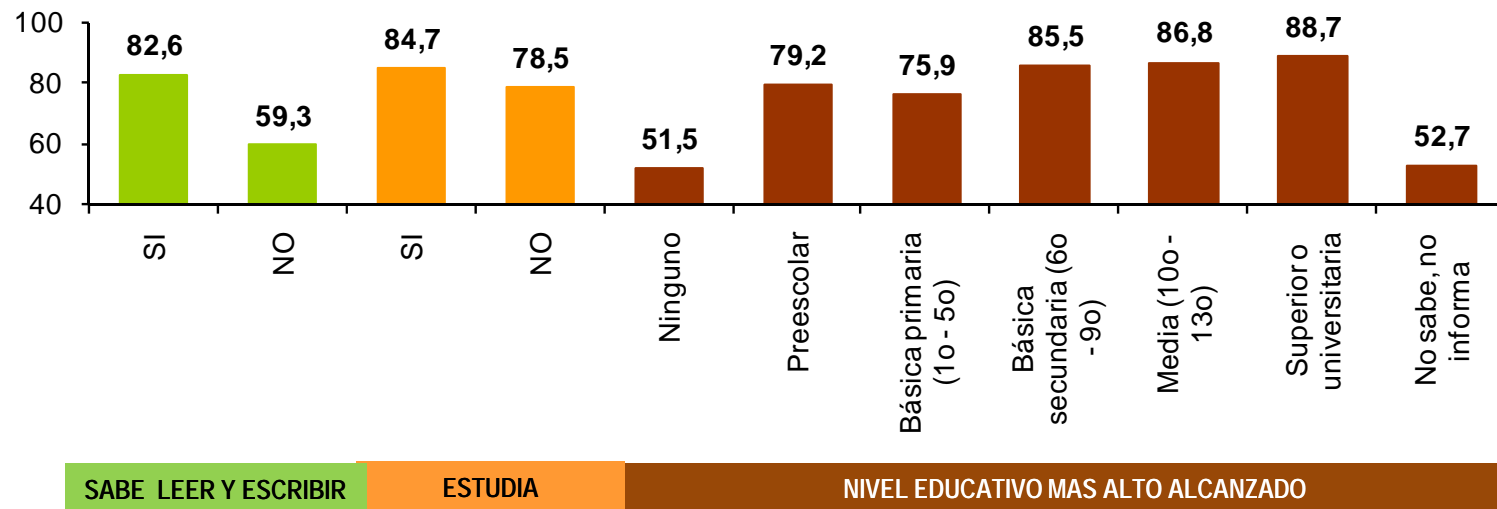
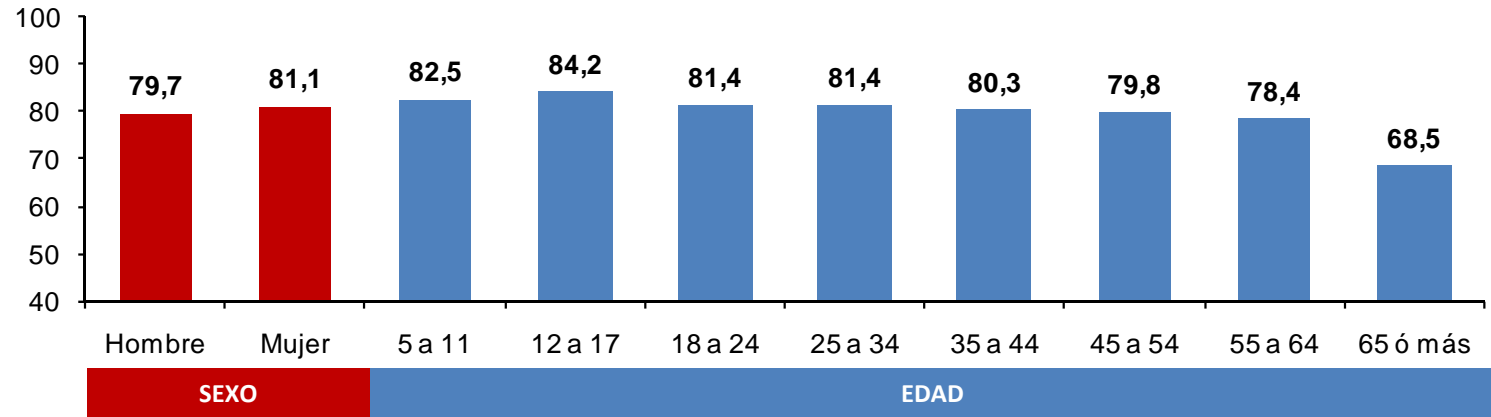
Personas Base \geq 5 años
39.547.055



El 80,4% de las personas consultadas, mayores o iguales a 5 años, dijo que ve televisión. En el área urbana ven TV un 85,7% de las personas y en el área rural, un 63,4%.

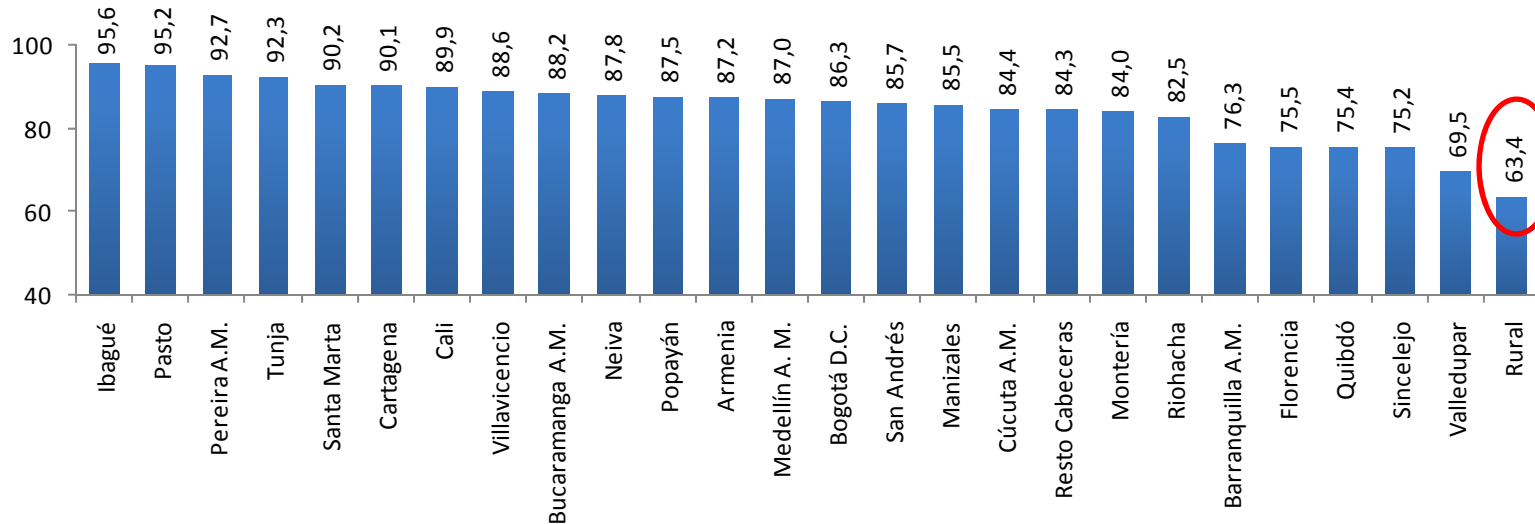
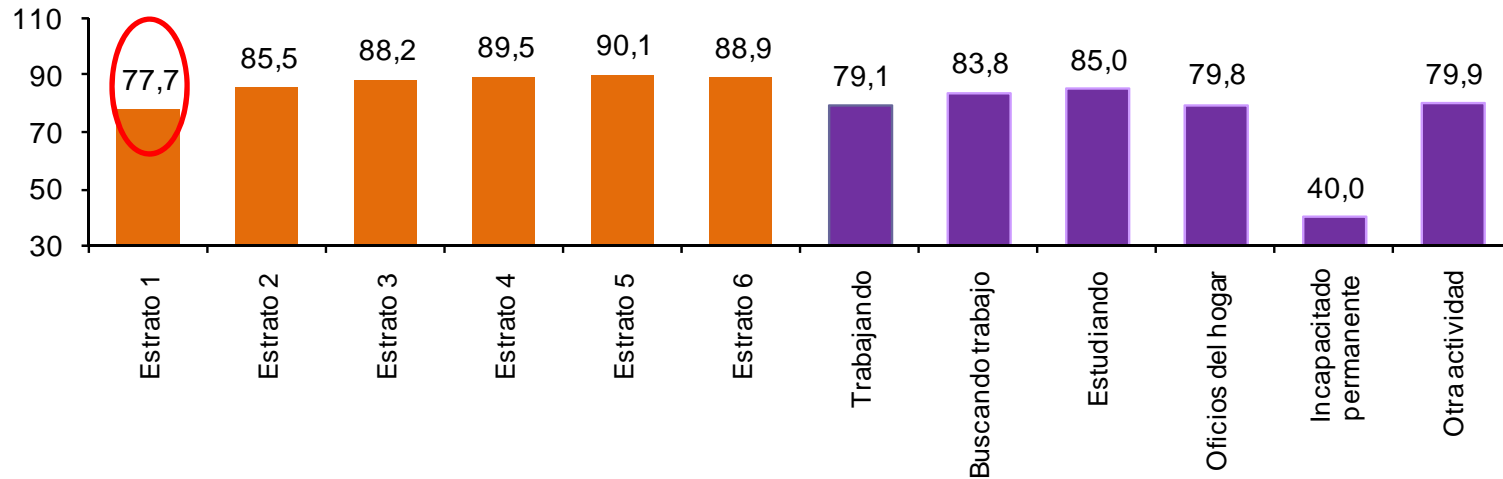
Personas que ven televisión

Ven Televisión por Variables Sociodemográficas (%)



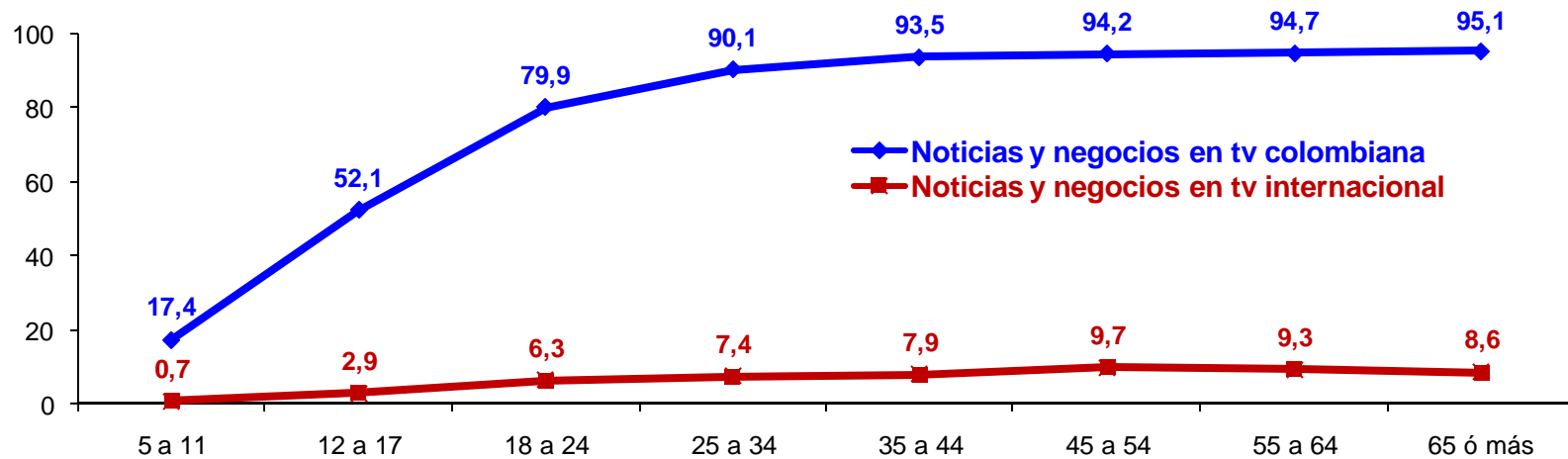
Personas que ven televisión

Ven Televisión por variables sociodemográficas (%)

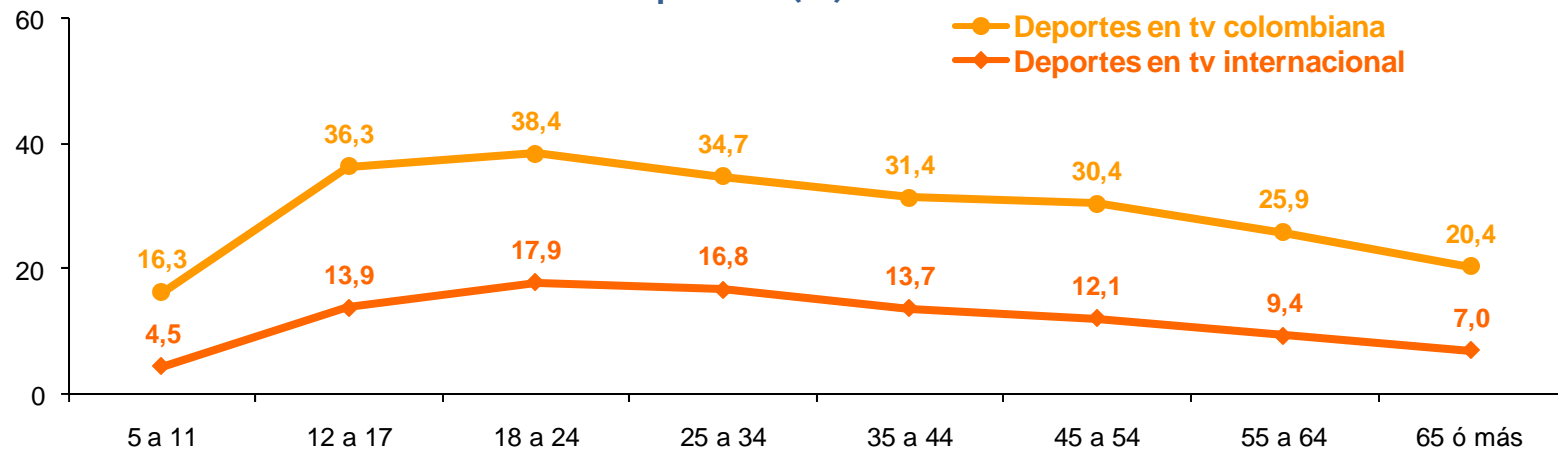


Personas que ven televisión – Tipo de Programa

Noticias y Negocios (%)

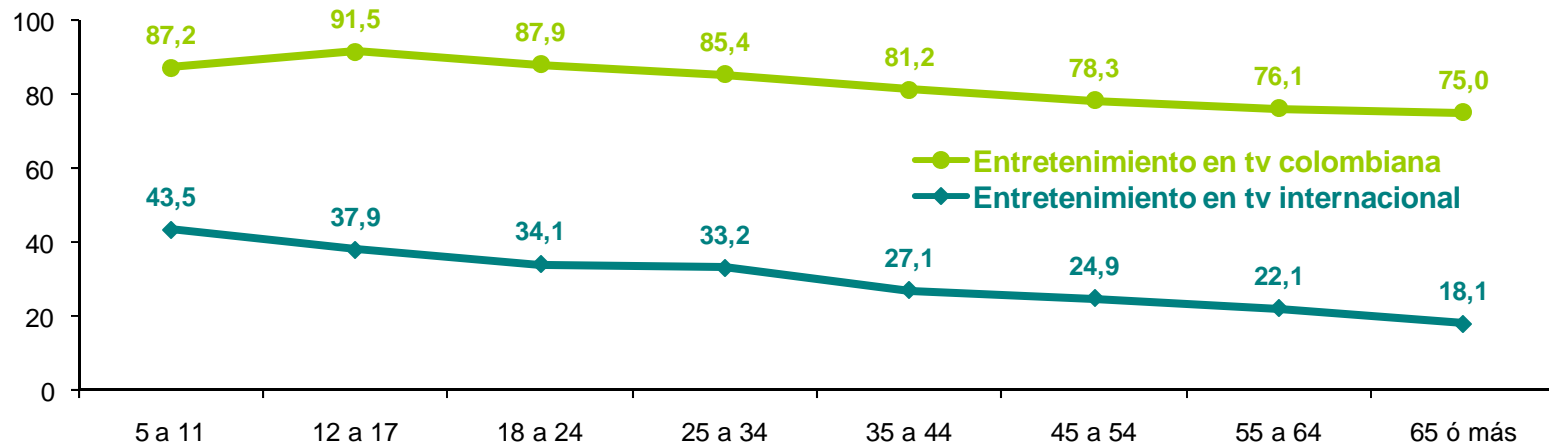


Deportes (%)

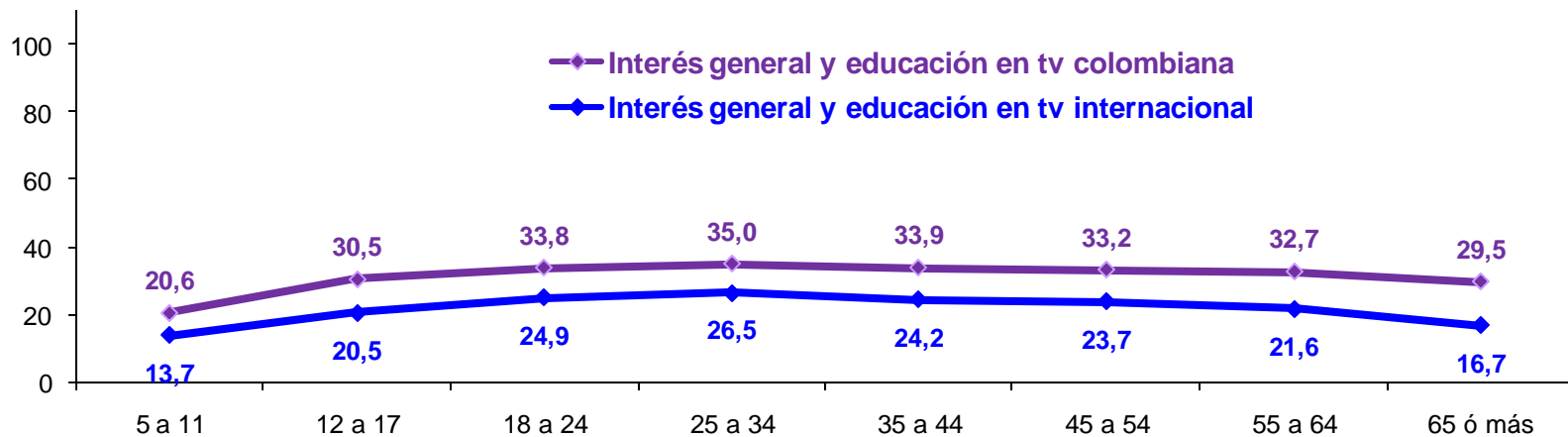


Personas que ven televisión – Tipo de Programa

Entretenimiento (%)

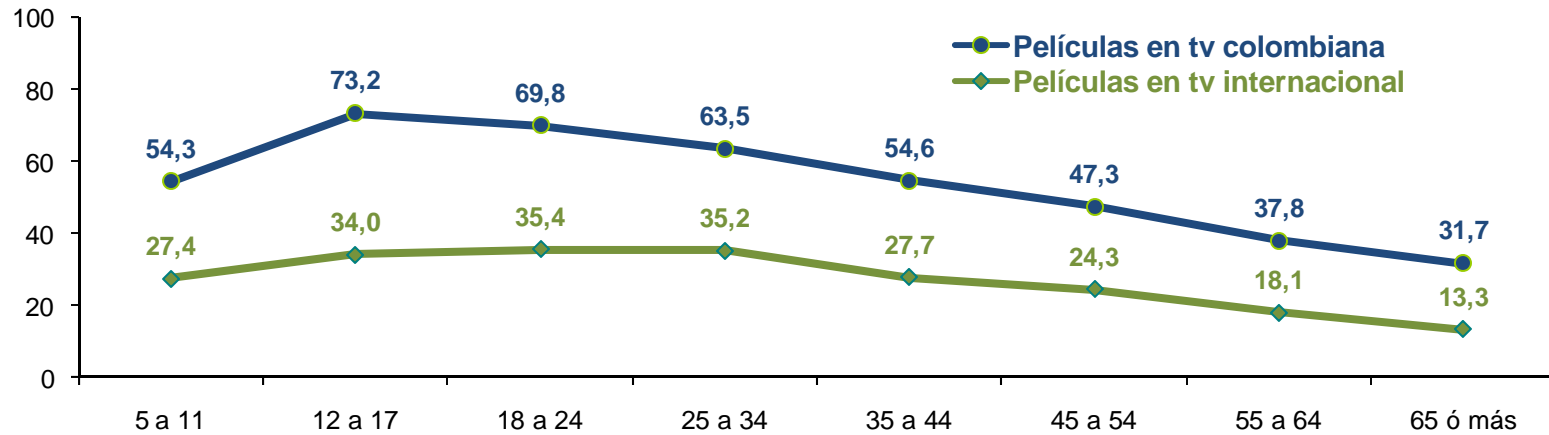


Interés General y Educación (%)

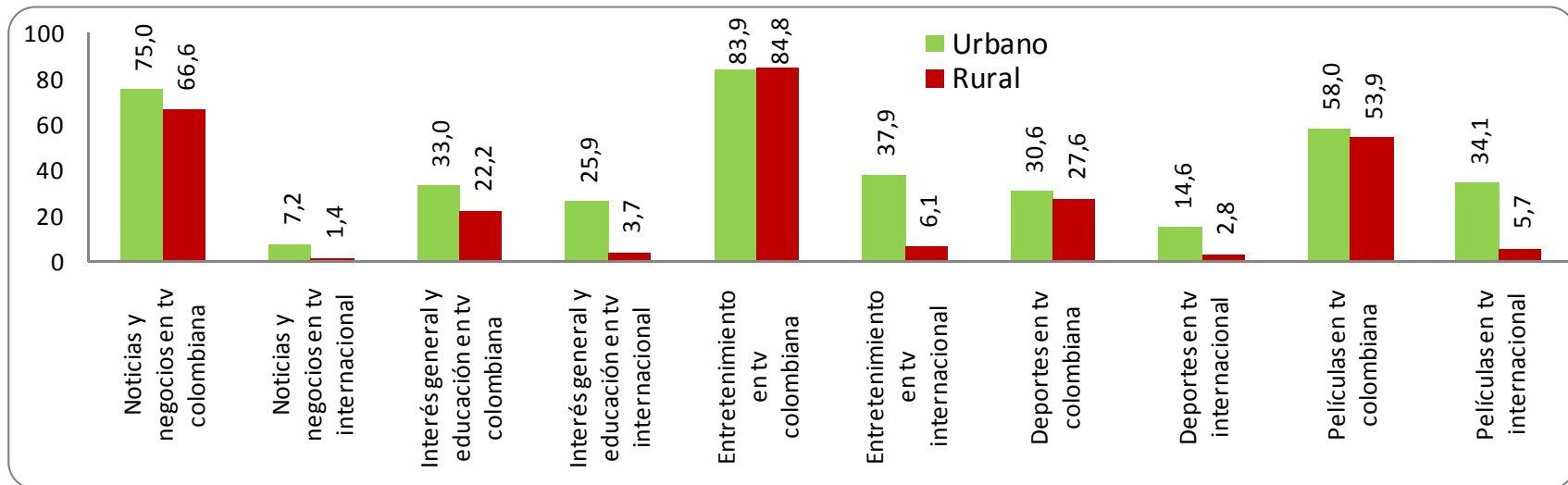


Personas que ven televisión – Tipo de Programa

Películas (%)

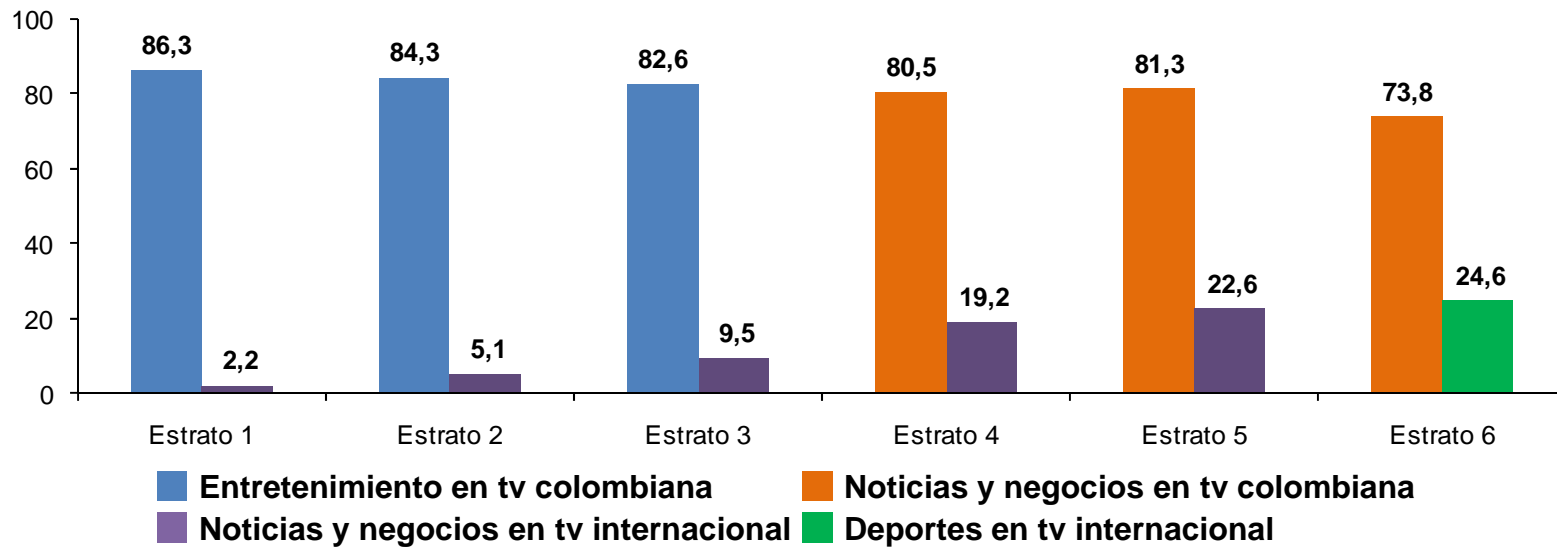


Tipo de Programas por Urbano - rural (%)



Personas que ven televisión – Tipo de Programa

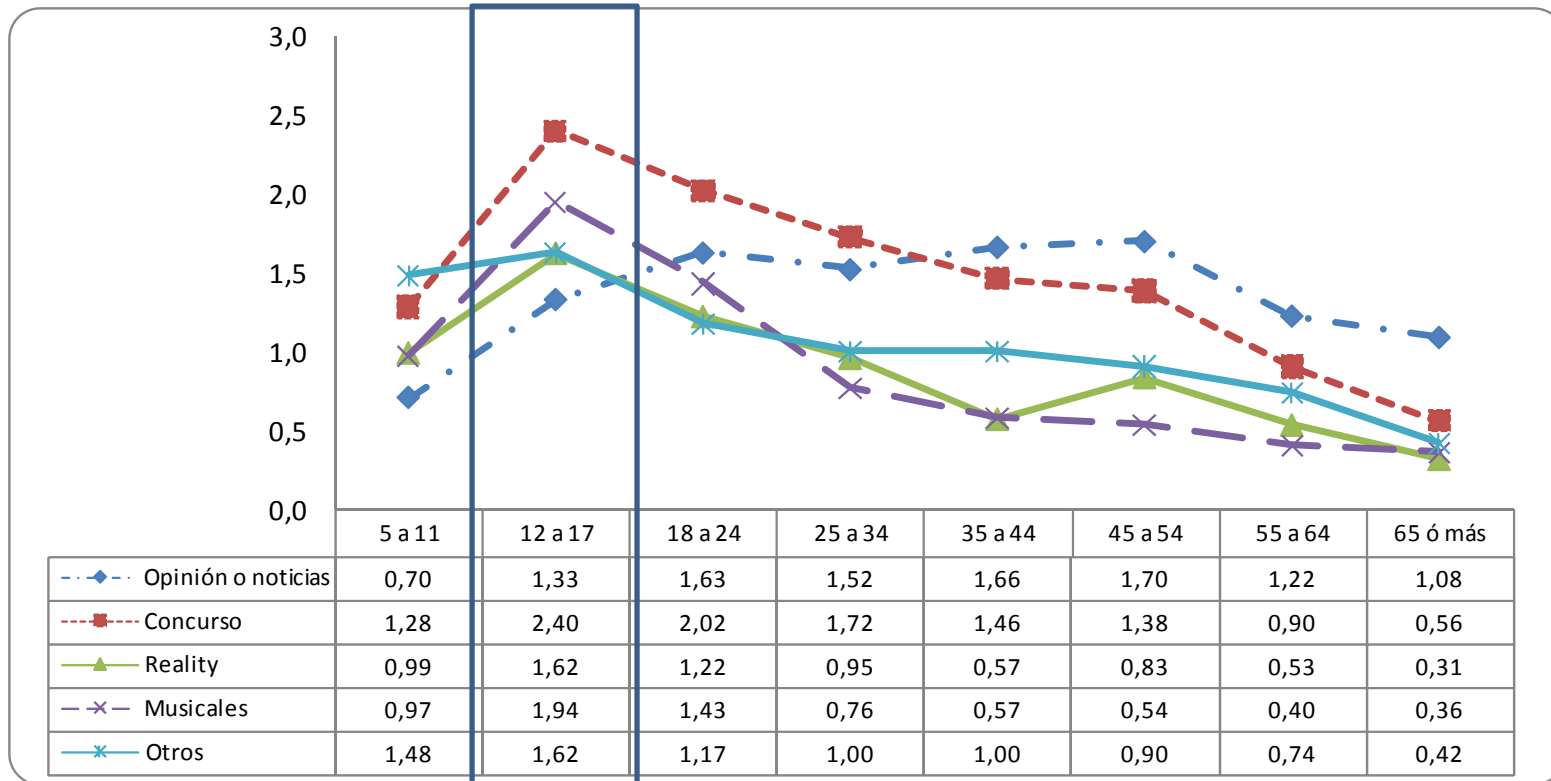
Lo que más y lo que menos ven los Colombianos por Estrato(%)



Las personas que viven en estrato del 1 al 3, ven en mayor medida programas de entretenimiento en tv colombiana. Las que viven el estratos del 4 al 6, se interesan principalmente por los programas de noticias y negocios en tv colombiana.

Personas que ven televisión

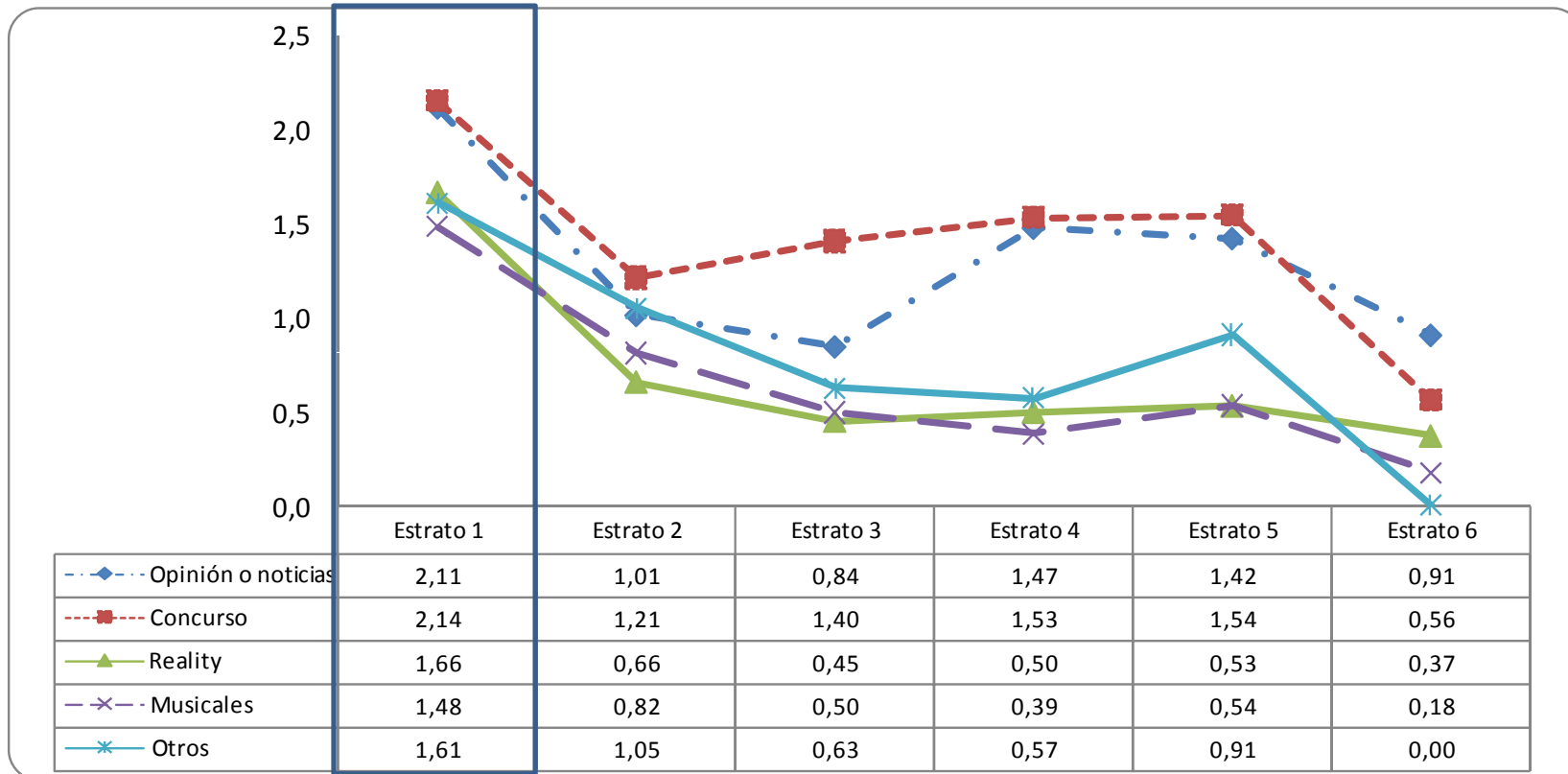
Los últimos seis meses...ha llamado o enviado mensajes a programas por edad (%)



Los jóvenes entre 12 a 17 años son los que más llaman o envían mensajes a programas de concursos, musicales y reality. Las personas entre 35 y 54 años participan en mayor medida en programas de opinión o noticias.

Personas que ven televisión

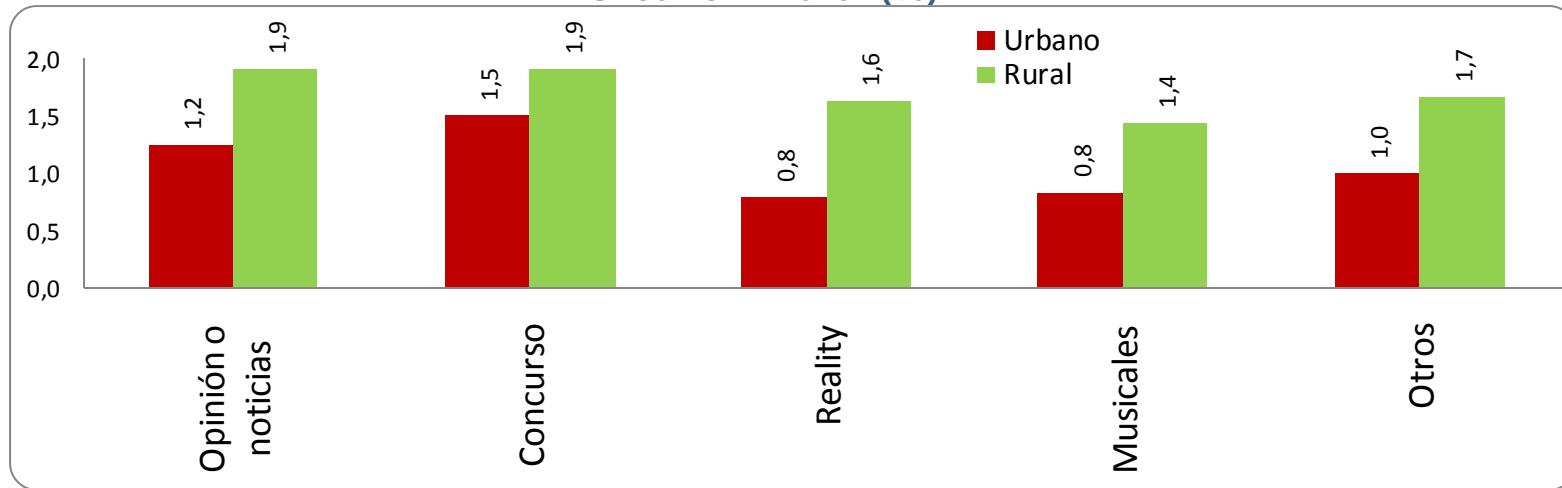
Los últimos seis meses...ha llamado o enviado mensajes a programas por estrato (%)



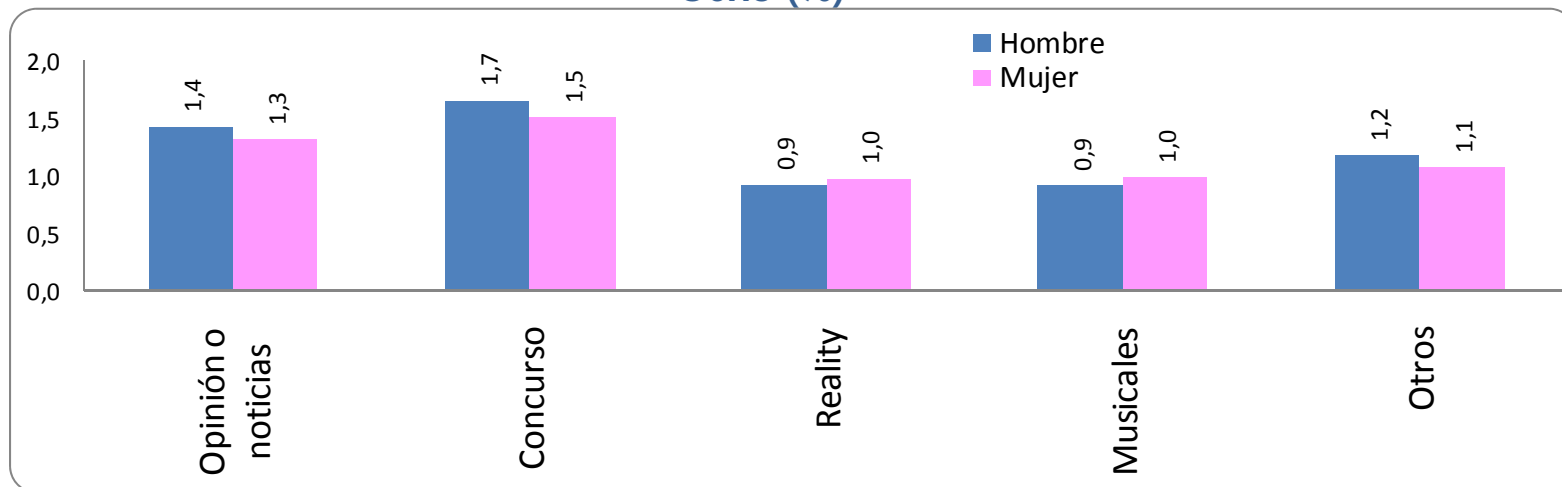
Las personas de estrato 1 son las que más participan llamando o enviando mensajes a programas de televisión.

Personas que ven televisión

Los últimos seis meses...ha llamado o enviado mensajes a programas por
Urbano - Rural (%)



Sexo (%)

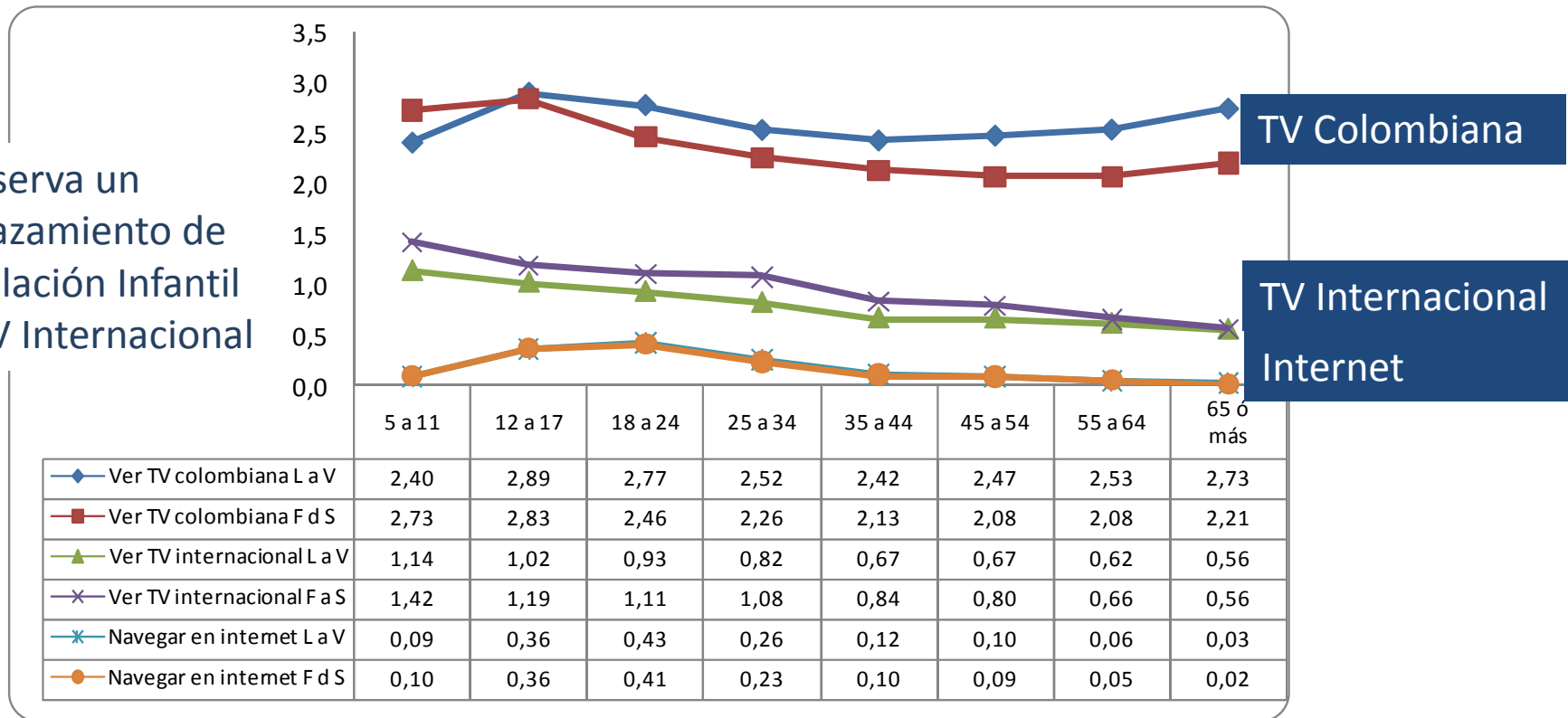


Las personas del área rural participan proporcionalmente más que las personas de las áreas urbanas.

Personas que ven televisión

Horas Dedicadas a Entretenimiento, 2009

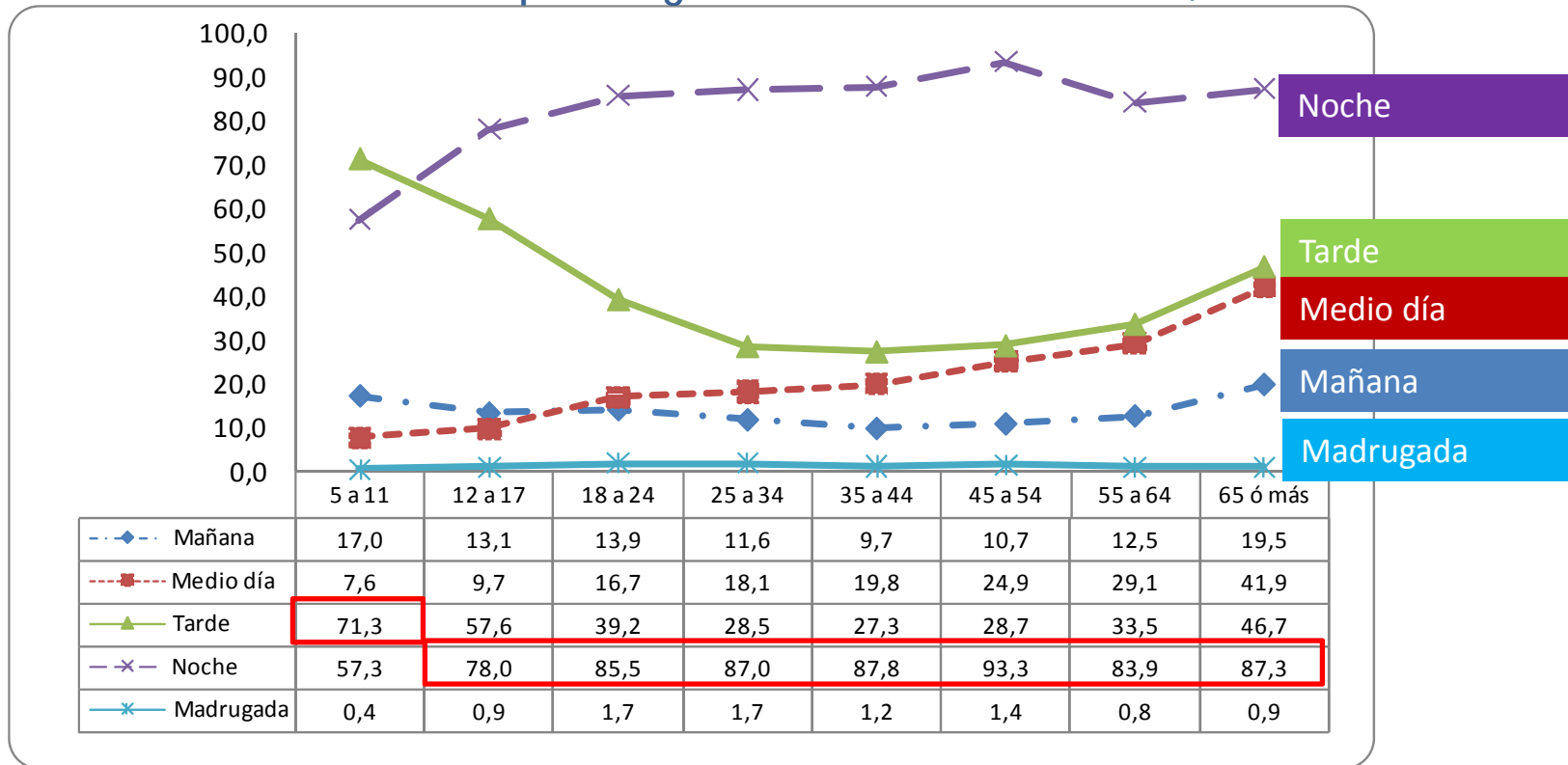
Se observa un desplazamiento de la Población Infantil a la TV Internacional



La población Infantil (5 a 17 años), es la que dedica más tiempo a ver TV; en promedio dedican entre 3,5 y 3,9 horas diarias de lunes a viernes y entre 4,0 y 4,1 horas los fines de semana a ver TV. La población mayor a 18 años ve entre 3,1 y 3,7 horas entre semana y entre 2,7 y 3,6 horas los fines de semana.

Personas que ven televisión

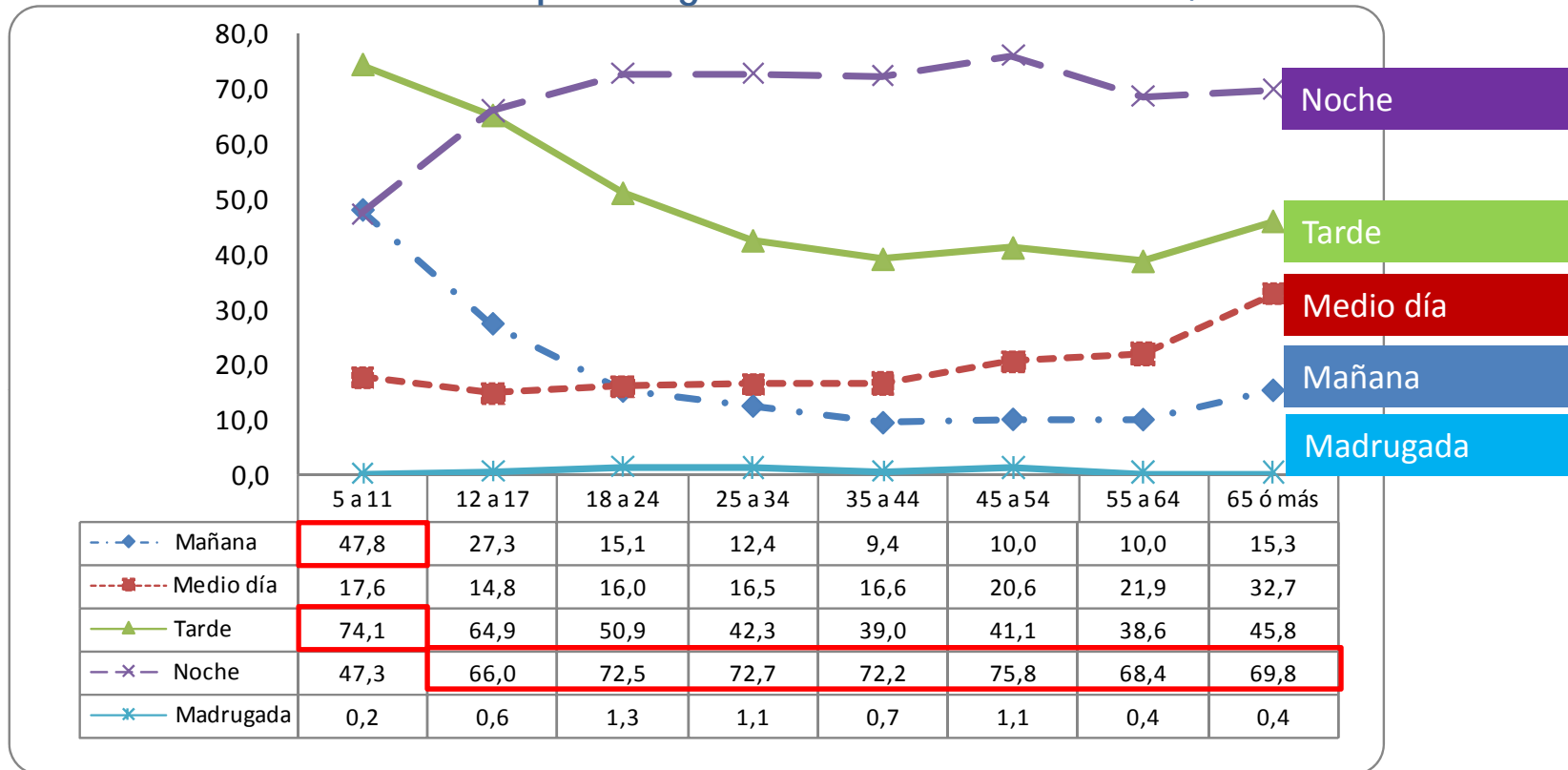
Jornada del Día Ve TV por Rango de Edad – lunes a Viernes, 2009



Los niños entre 5 y 11 años ven TV, de lunes a viernes, en mayor porcentaje, en la jornada de la tarde **71,3%**. La noche es la jornada del día en que más se ve TV. El **93,3%** de las personas de 45 a 54 años ven TV en la jornada nocturna.

Personas que ven televisión

Jornada del Día Ve TV por Rango de Edad – Fin de Semana, 2008

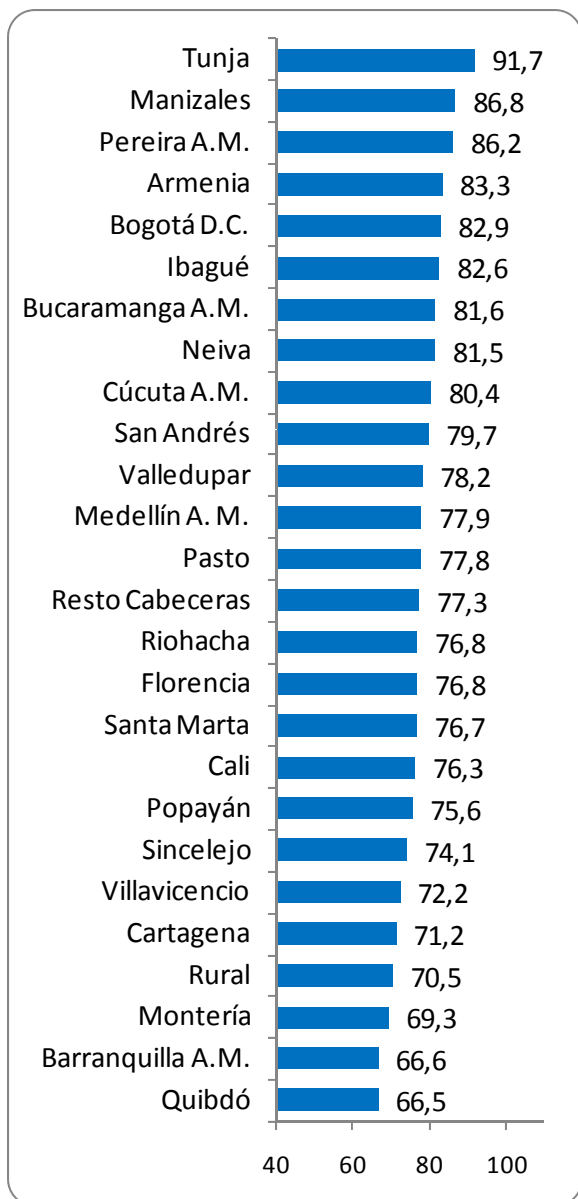


Los niños entre 5 y 11 años ven TV los fines de semana, en mayor porcentaje, en la jornada de la tarde **74,1%**.

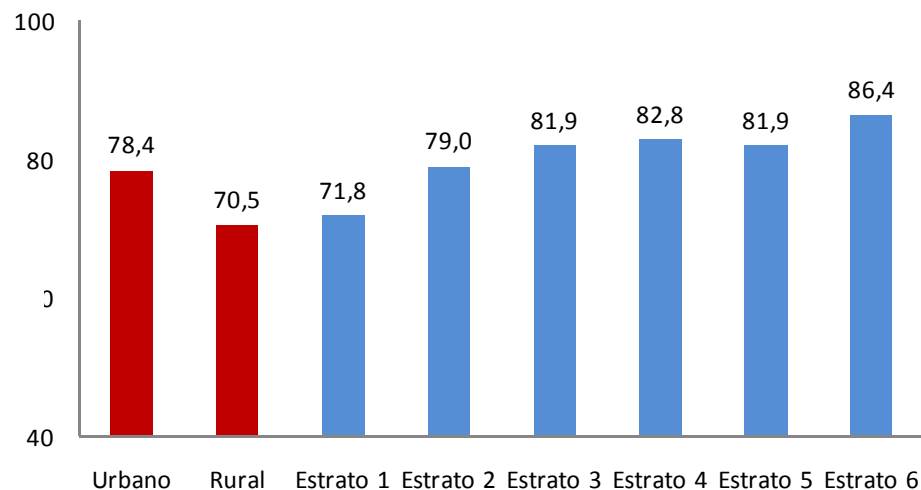
Los fines de semana, las jornadas de la mañana y tarde aumenta su audiencia.

Personas que ven televisión

Supervisa... los programas de televisión que ven sus hijos o hijastros?



Personas Base
 8.729.026



Tunja es el municipio en donde los padres supervisan en mayor medida los programas que ven sus hijos (91,7%), frente a Quibdó en donde sólo el 66,6% de los padres realizan la supervisión.

Los padres del área urbana supervisan en mayor media que los de las áreas rurales.

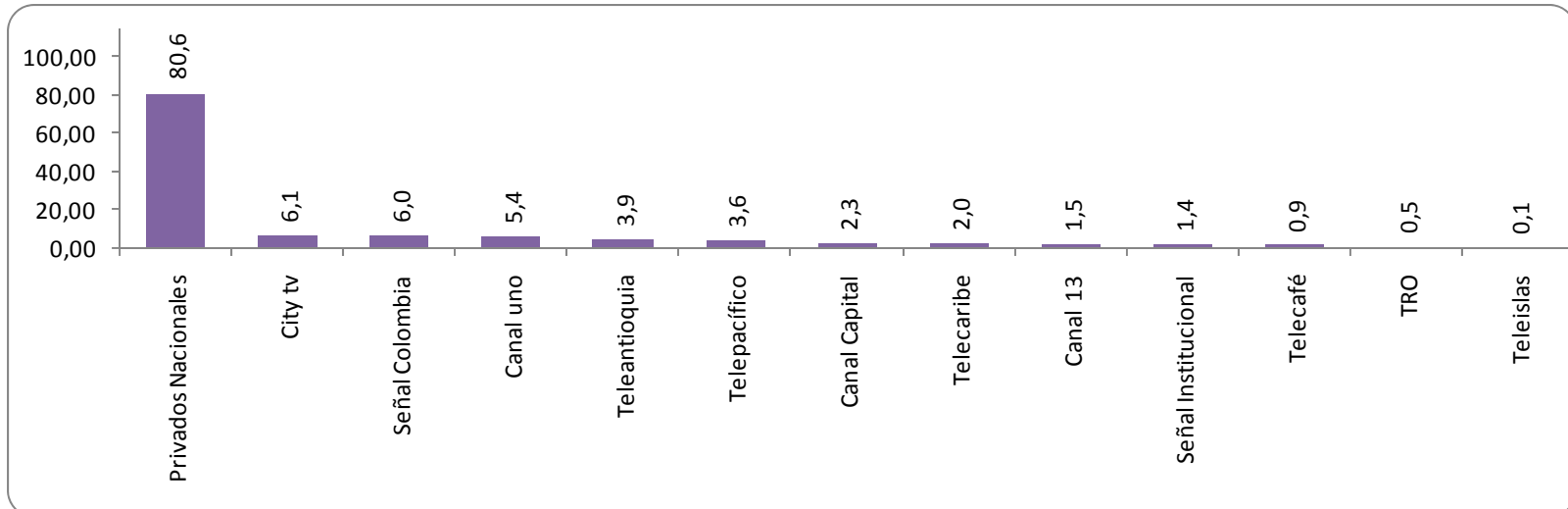
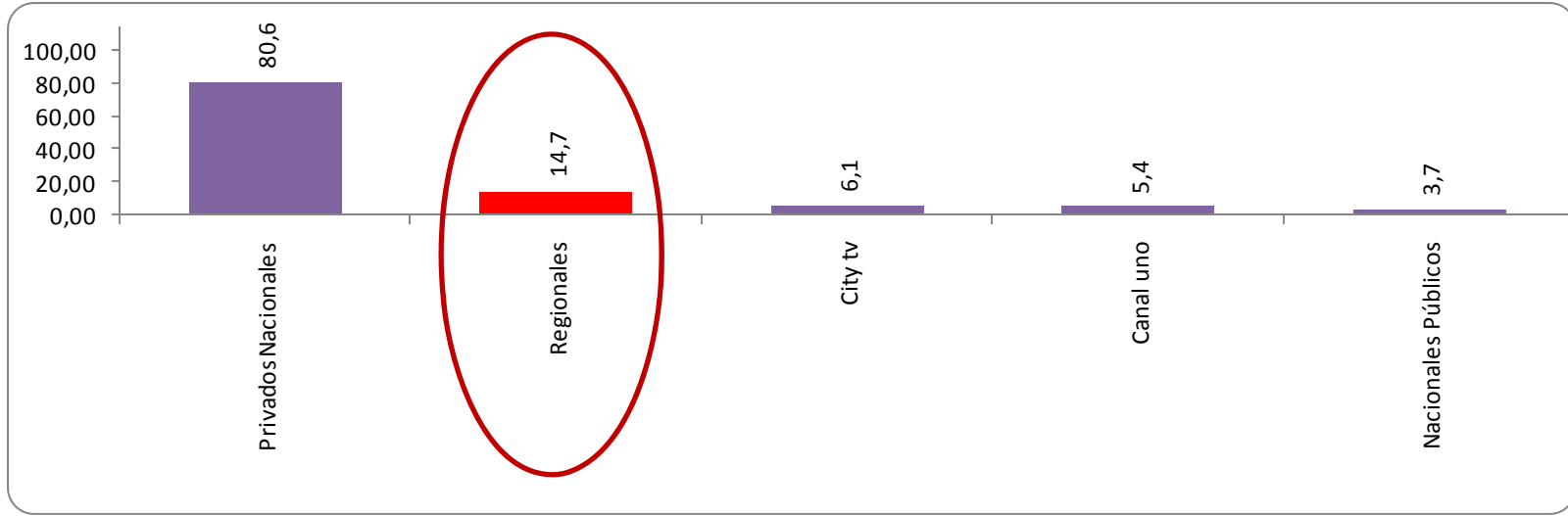
La supervisión tiene una relación directa al nivel de estratificación.

Contenido

1. Antecedentes
2. Características sociodemográficas
3. Hogares
4. Personas que ven televisión
5. Audiencia

Audiencia

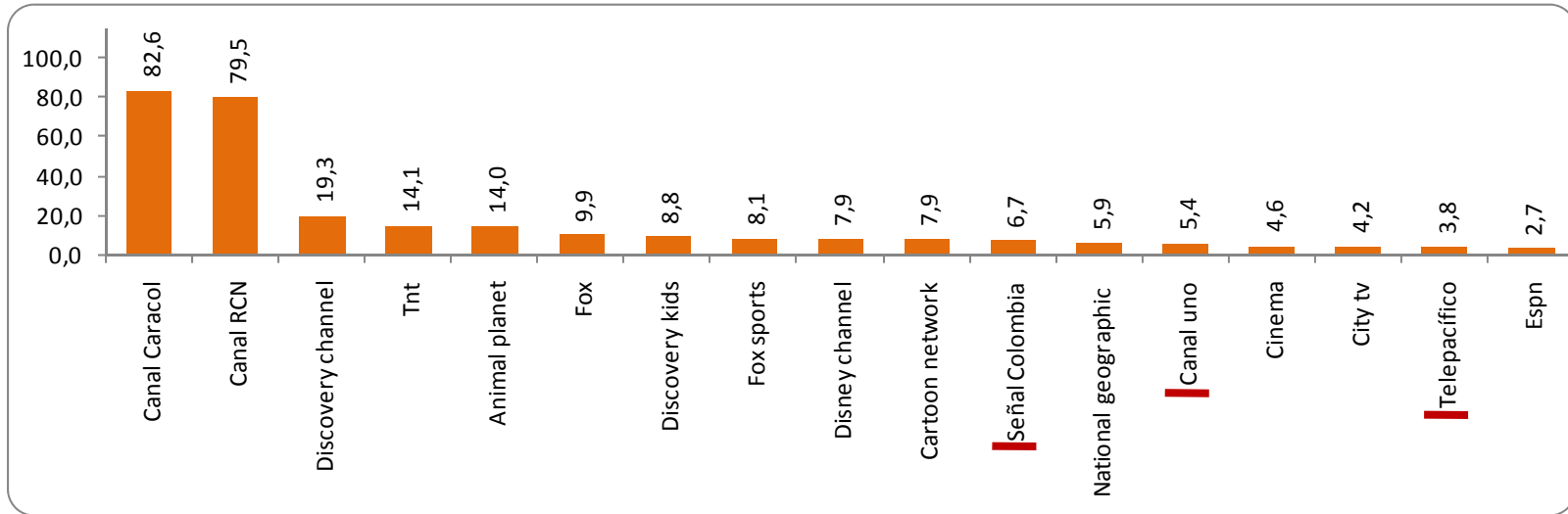
Audiencia Canales Nacional – Total Nacional



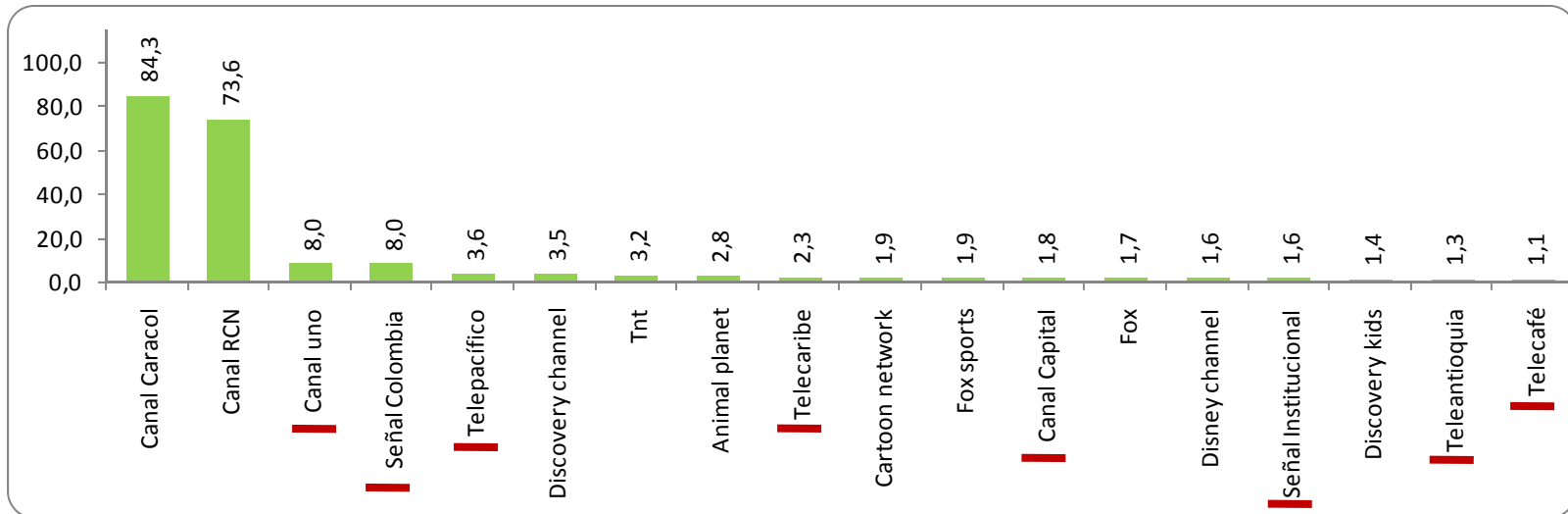
Nota: La audiencia se calcula con la pregunta "En los últimos 30 días cuáles de los siguientes canales de televisión ha visto.."

Audiencia

Audiencia Resto Cabeceras Total



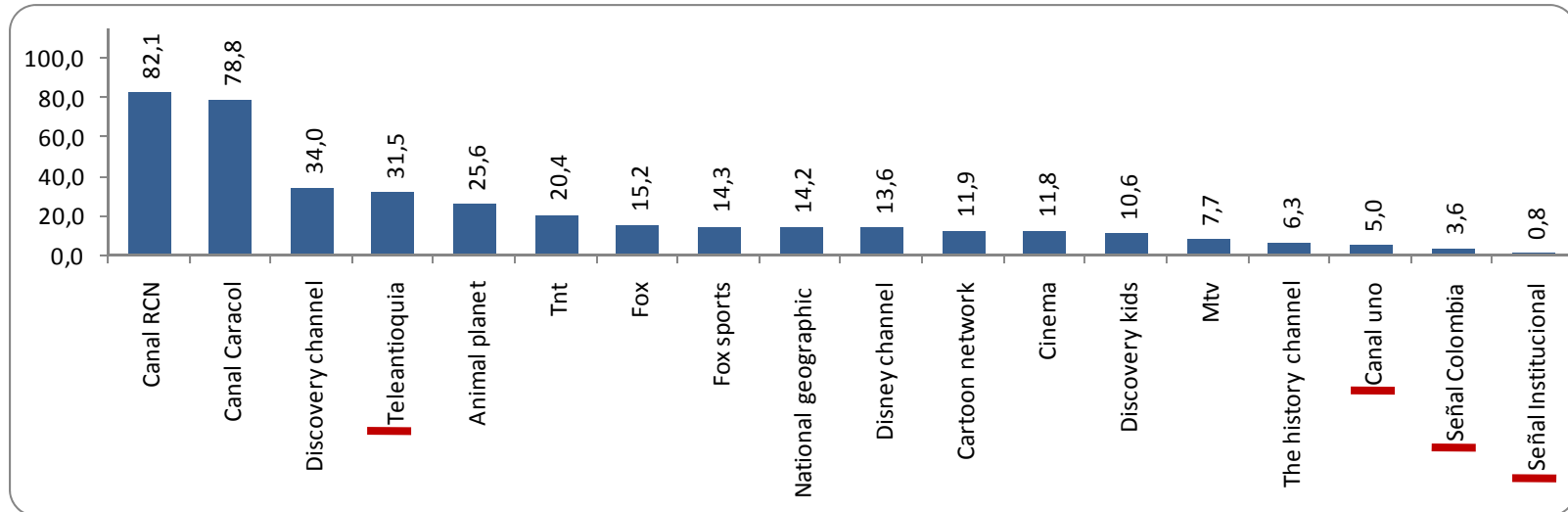
Audiencia Rural Total



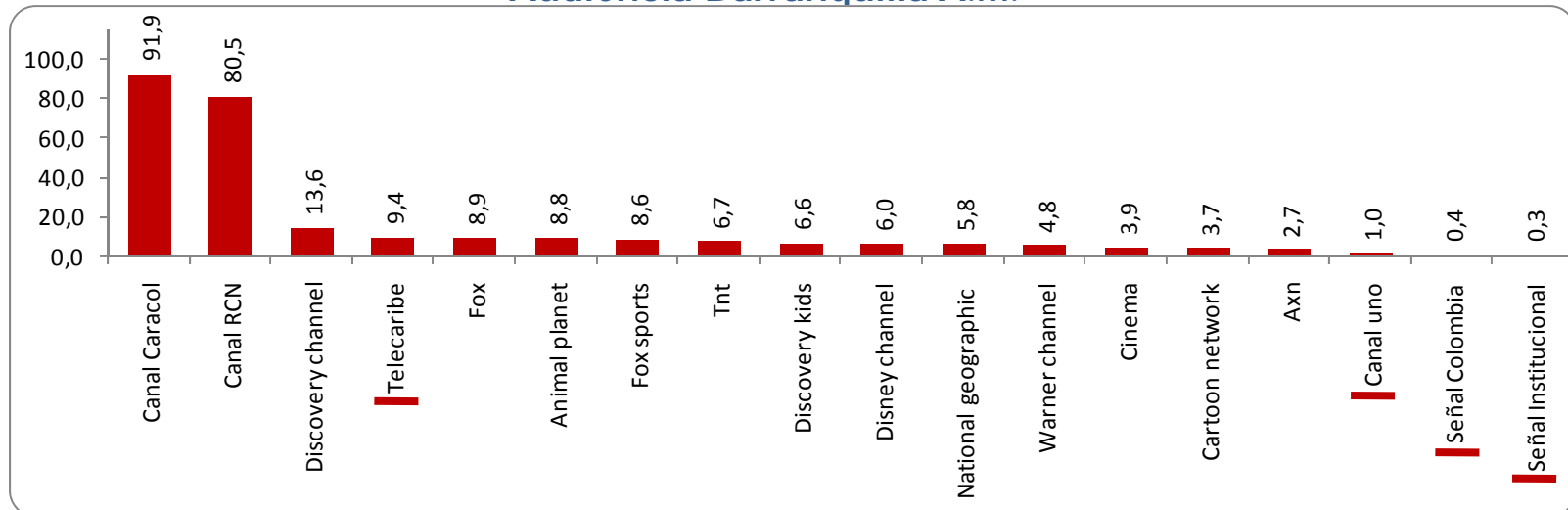
Los canales nacionales y regionales son fuertes en el área rural 39

Audiencia

Audiencia Medellín A. M.



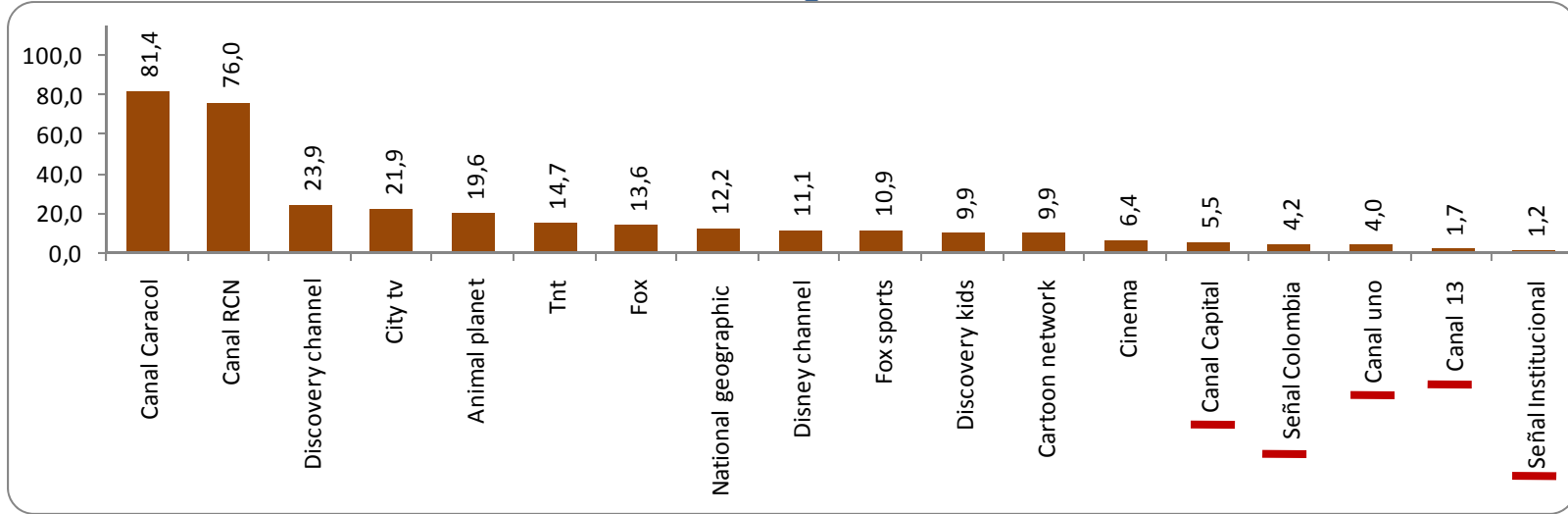
Audiencia Barranquilla A.M.



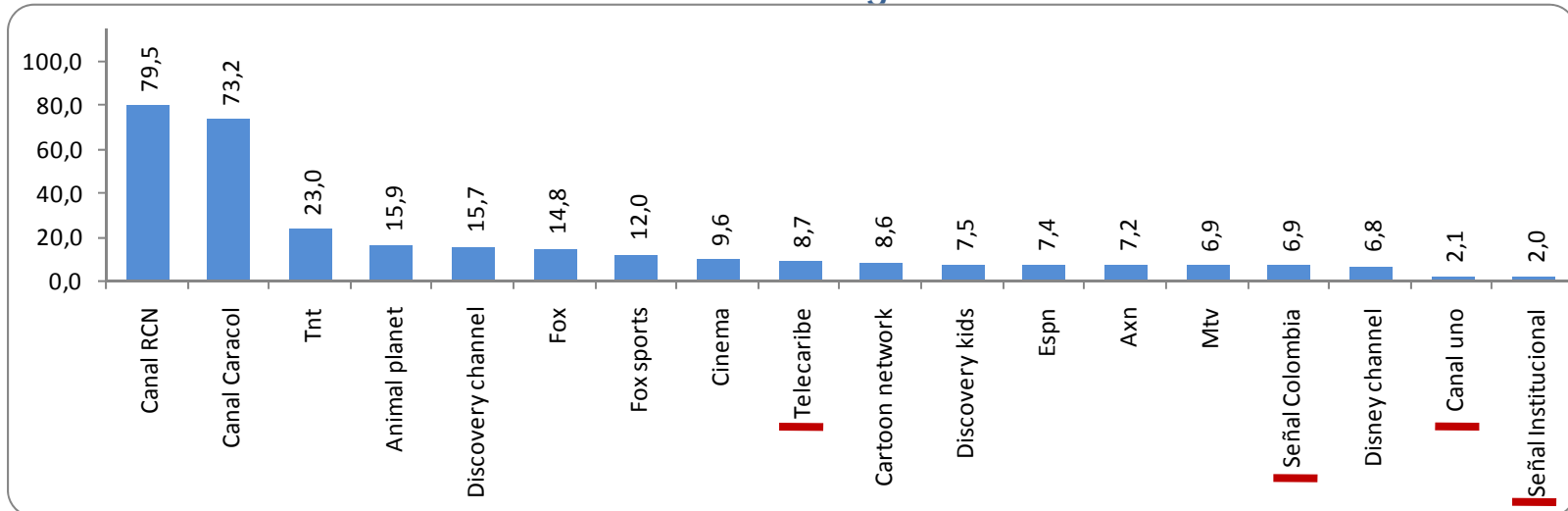
* Nota: Los canales nacionales y regionales al final de la gráfica, no se encuentran en el estricto orden descendiente, pues son ubicados ahí para que sea de conocimiento de los interesados.

Audiencia

Audiencia Bogotá D.C.



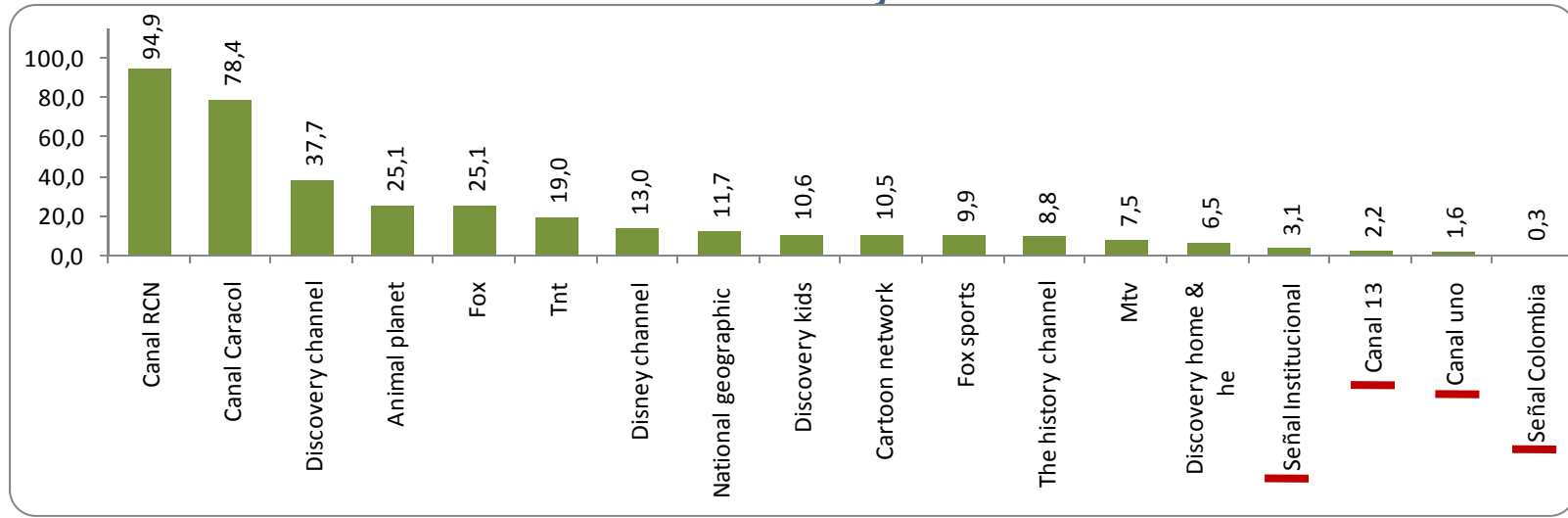
Audiencia Cartagena



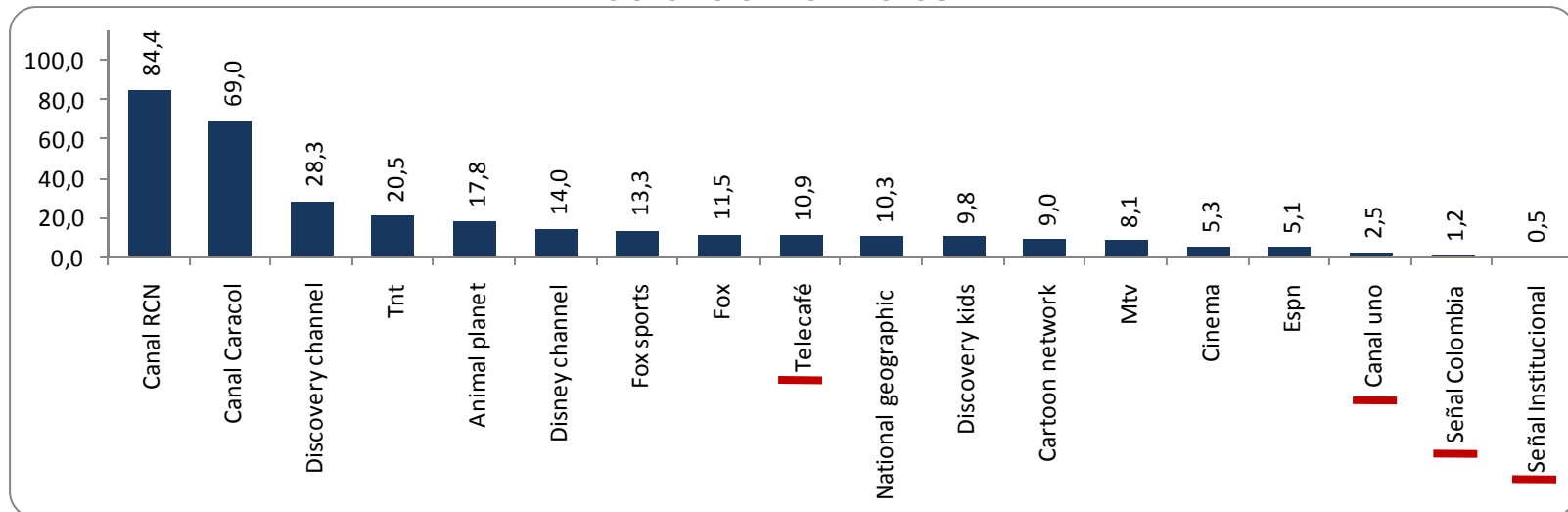
* Nota: Los canales nacionales y regionales al final de la gráfica, no se encuentran en el estricto orden descendiente, pues son ubicados ahí para que sea de conocimiento de los interesados.

Audiencia

Audiencia Tunja



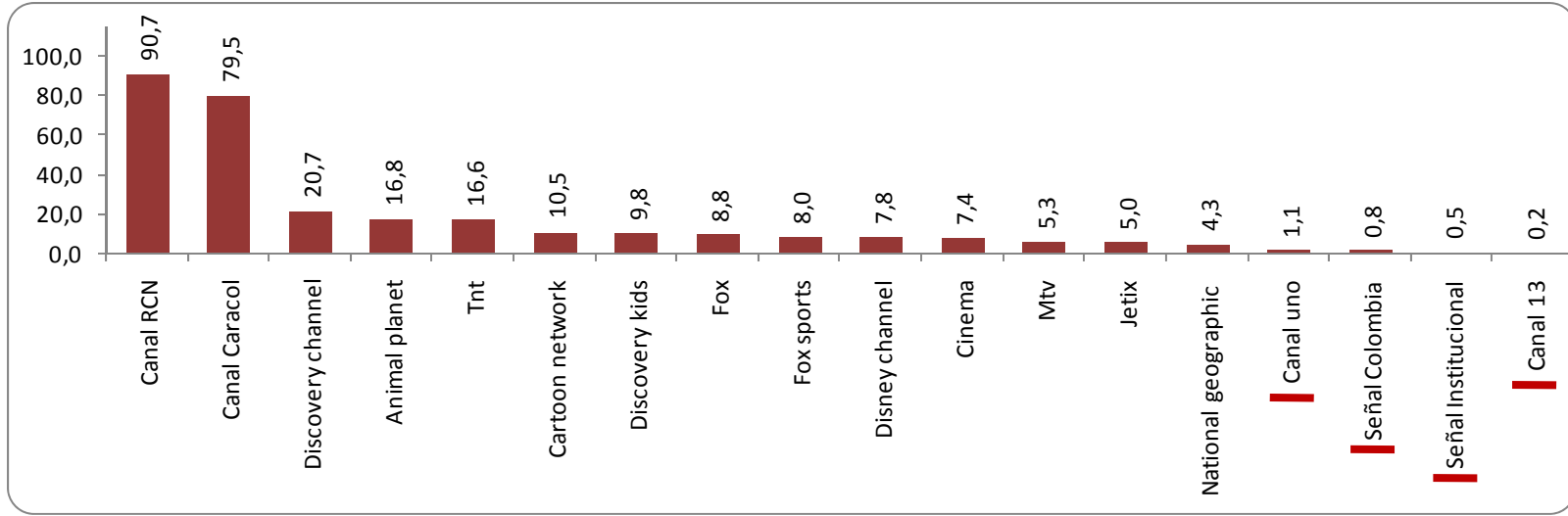
Audiencia Manizales



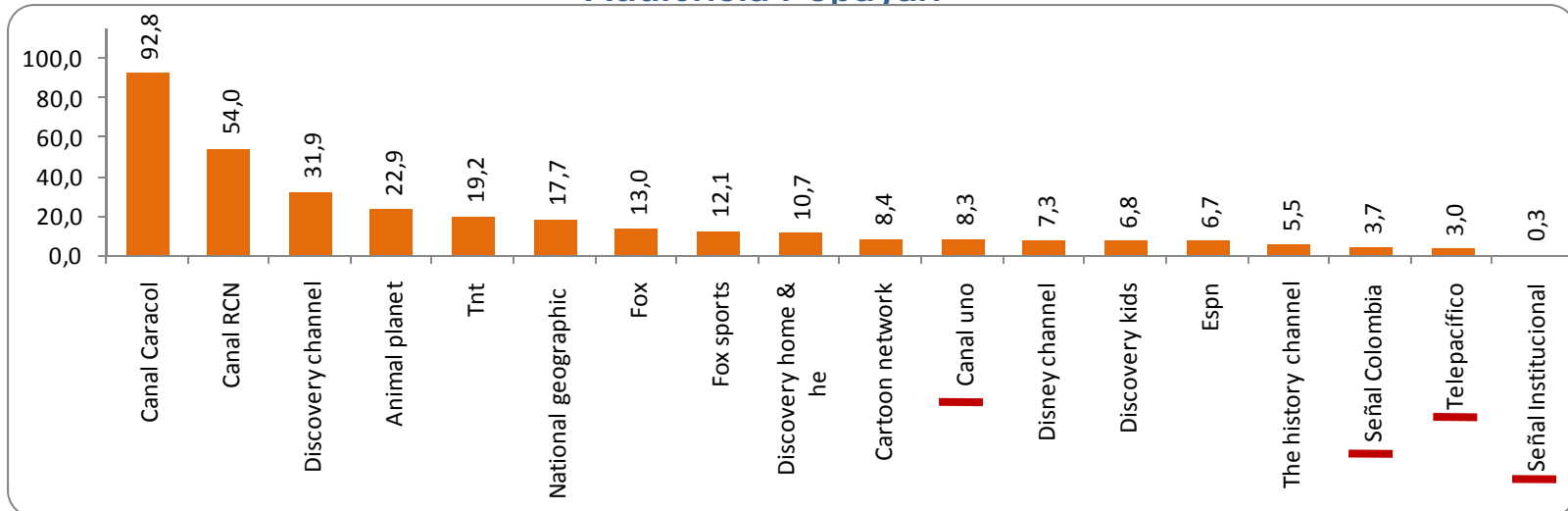
* Nota: Los canales nacionales y regionales al final de la gráfica, no se encuentran en el estricto orden descendiente, pues son ubicados ahí para que sea de conocimiento de los interesados.

Audiencia

Audiencia Florencia



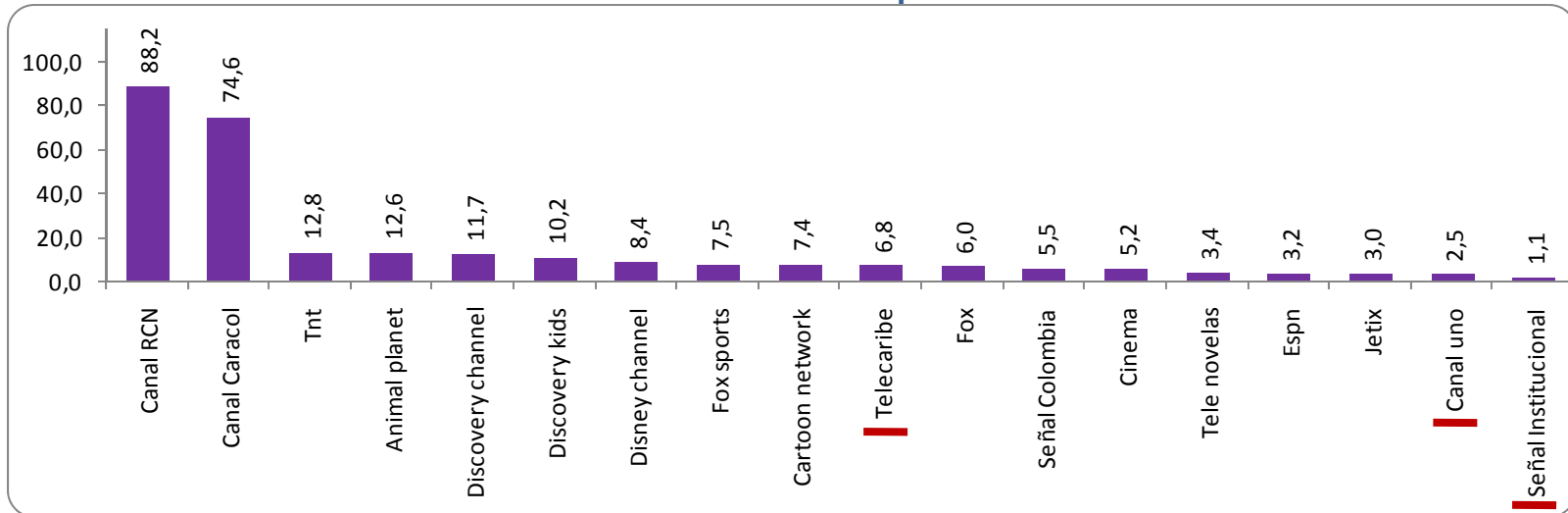
Audiencia Popayán



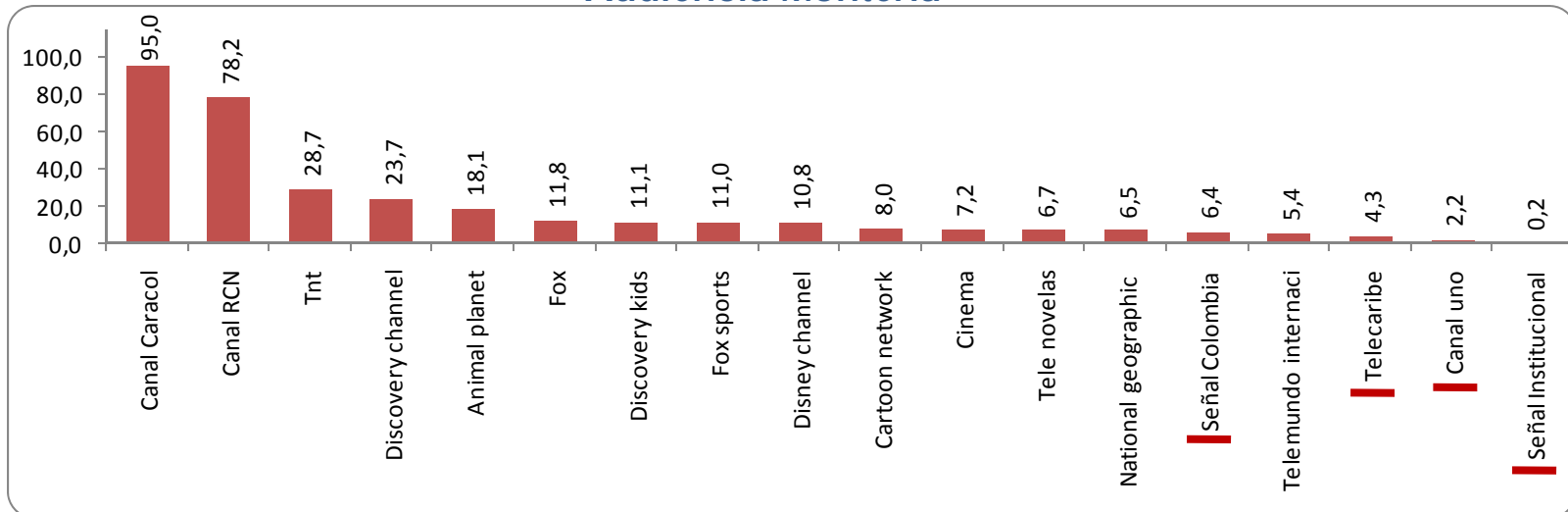
* Nota: Los canales nacionales y regionales al final de la gráfica, no se encuentran en el estricto orden descendiente, pues son ubicados ahí para que sea de conocimiento de los interesados.

Audiencia

Audiencia Valledupar



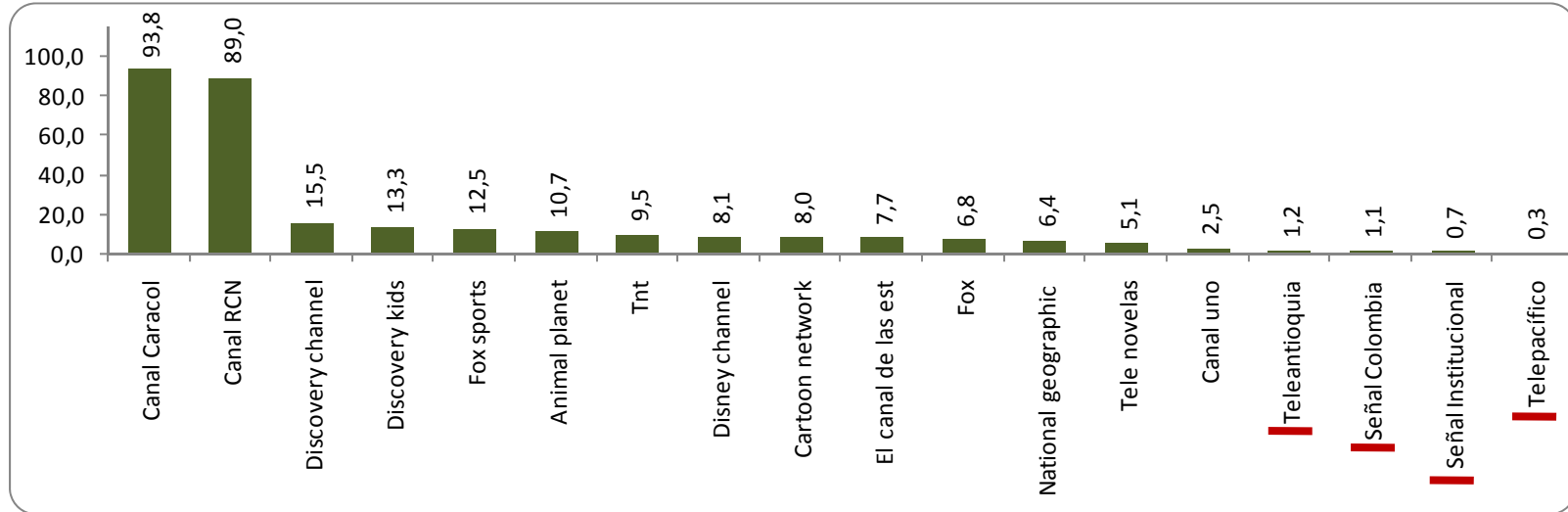
Audiencia Montería



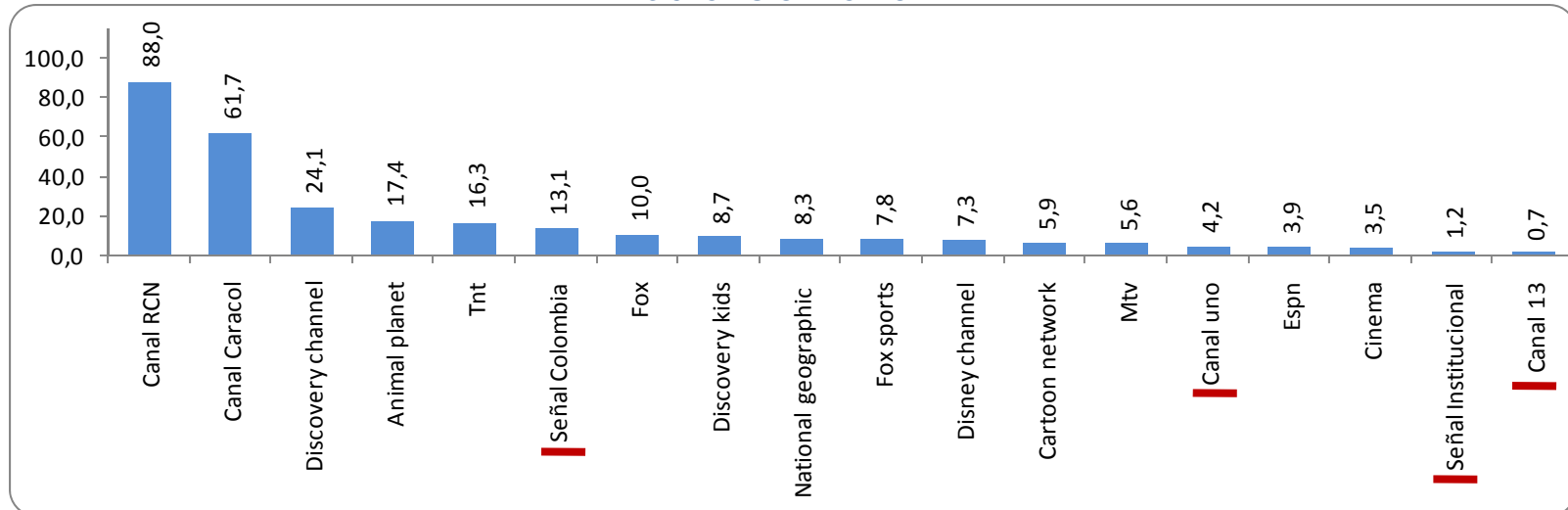
* Nota: Los canales nacionales y regionales al final de la gráfica, no se encuentran en el estricto orden descendiente, pues son ubicados ahí para que sea de conocimiento de los interesados.

Audiencia

Audiencia Quibdó



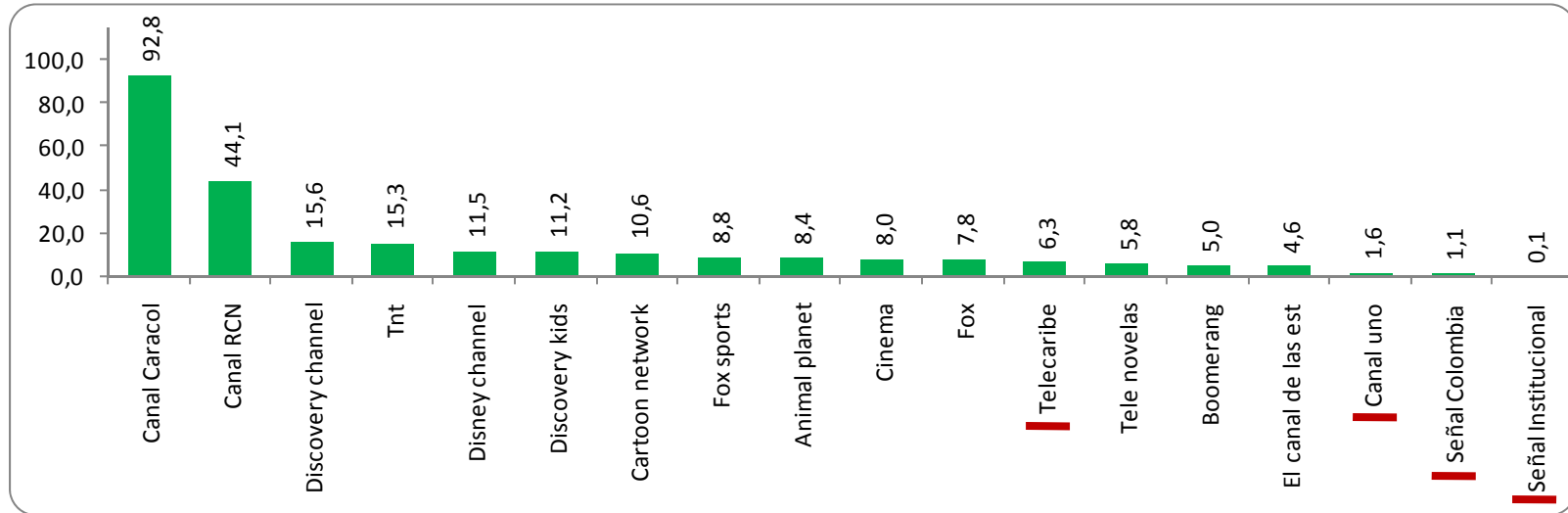
Audiencia Neiva



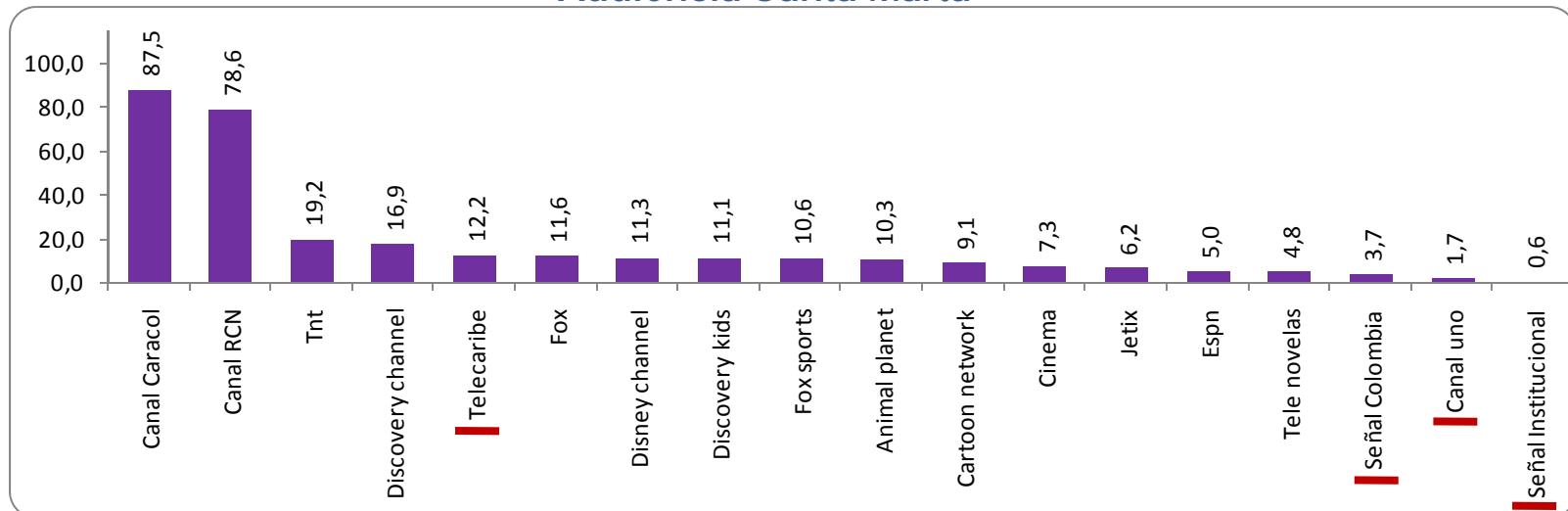
* Nota: Los canales nacionales y regionales al final de la gráfica, no se encuentran en el estricto orden descendiente, pues son ubicados ahí para que sea de conocimiento de los interesados.

Audiencia

Audiencia Riohacha



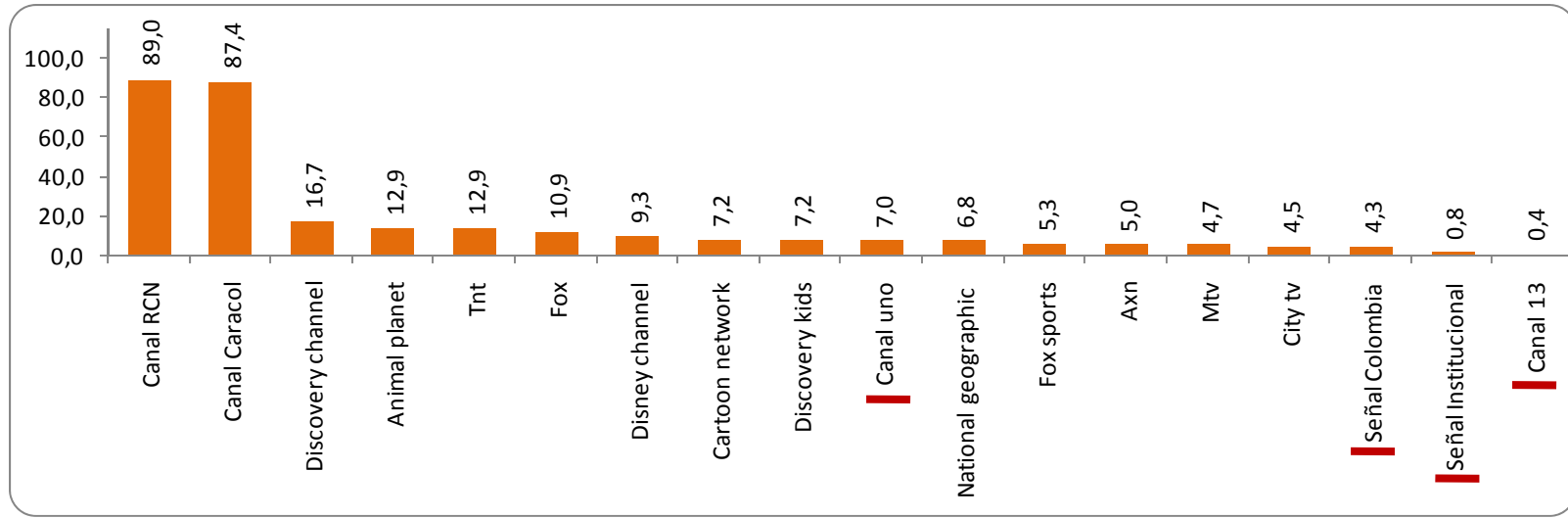
Audiencia Santa Marta



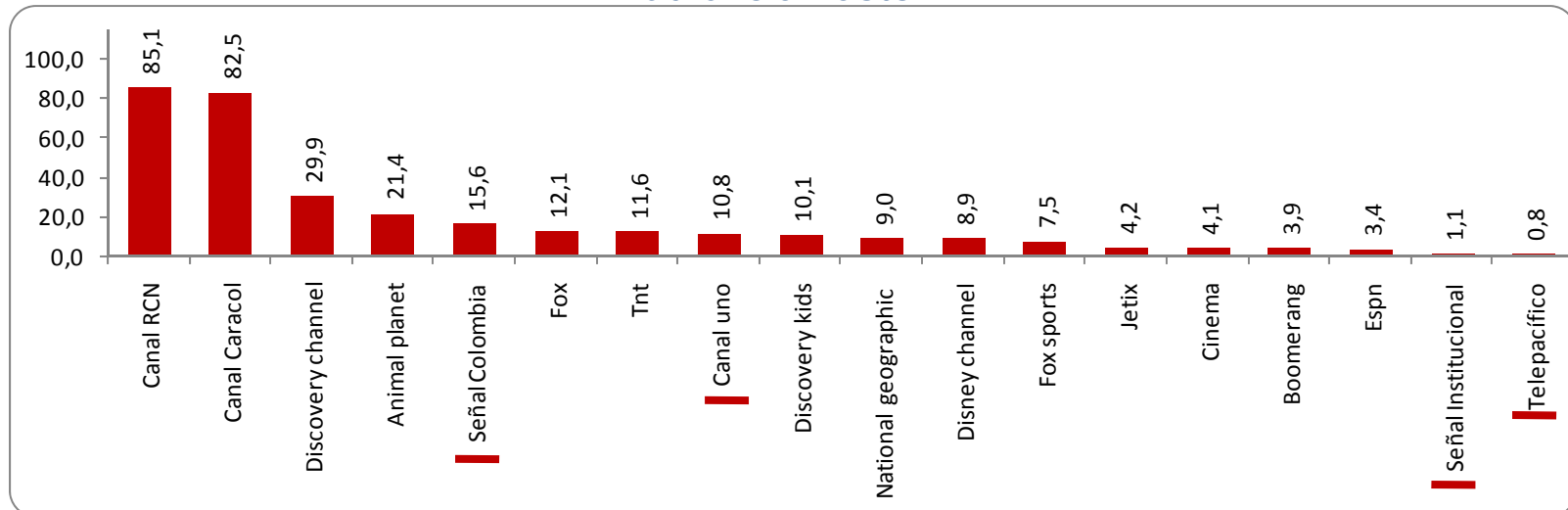
* Nota: Los canales nacionales y regionales al final de la gráfica, no se encuentran en el estricto orden descendiente, pues son ubicados ahí para que sea de conocimiento de los interesados.

Audiencia

Audiencia Villavicencio



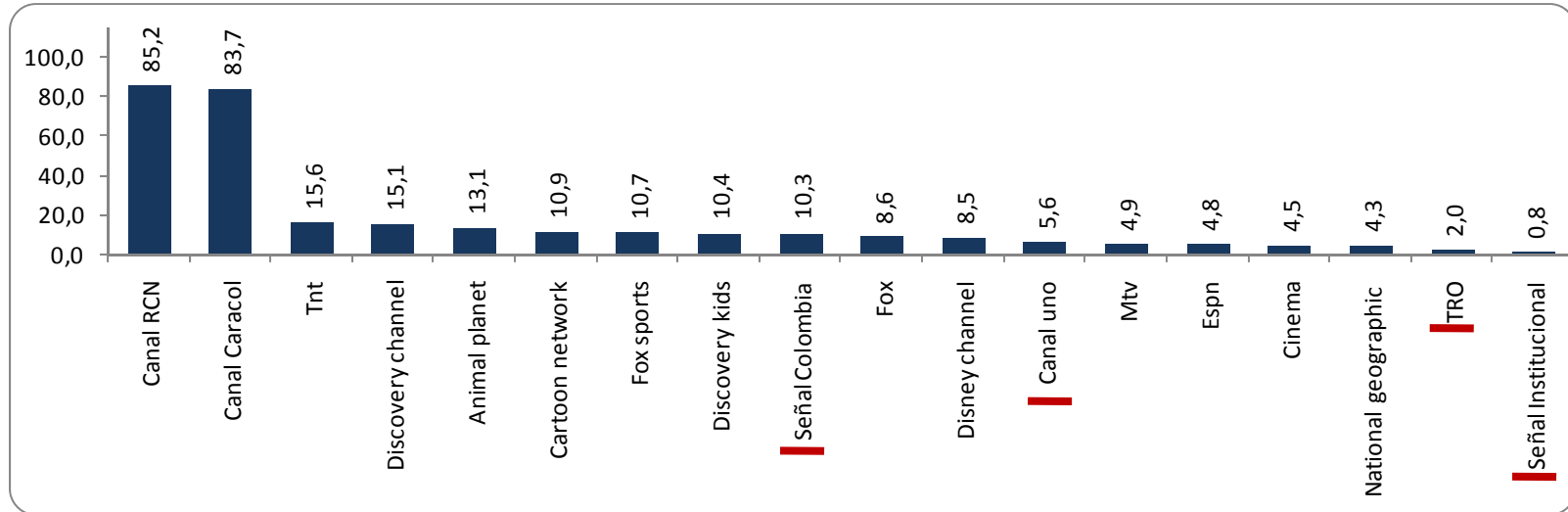
Audiencia Pasto



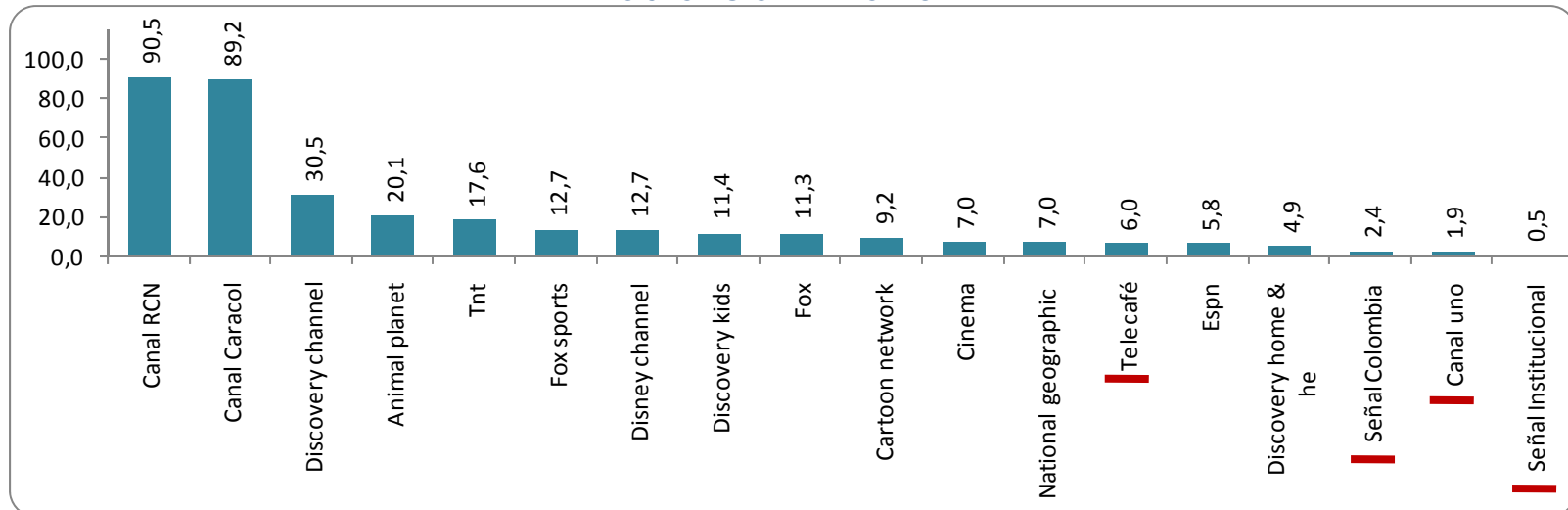
* Nota: Los canales nacionales y regionales al final de la gráfica, no se encuentran en el estricto orden descendiente, pues son ubicados ahí para que sea de conocimiento de los interesados.

Audiencia

Audiencia Cúcuta A.M.



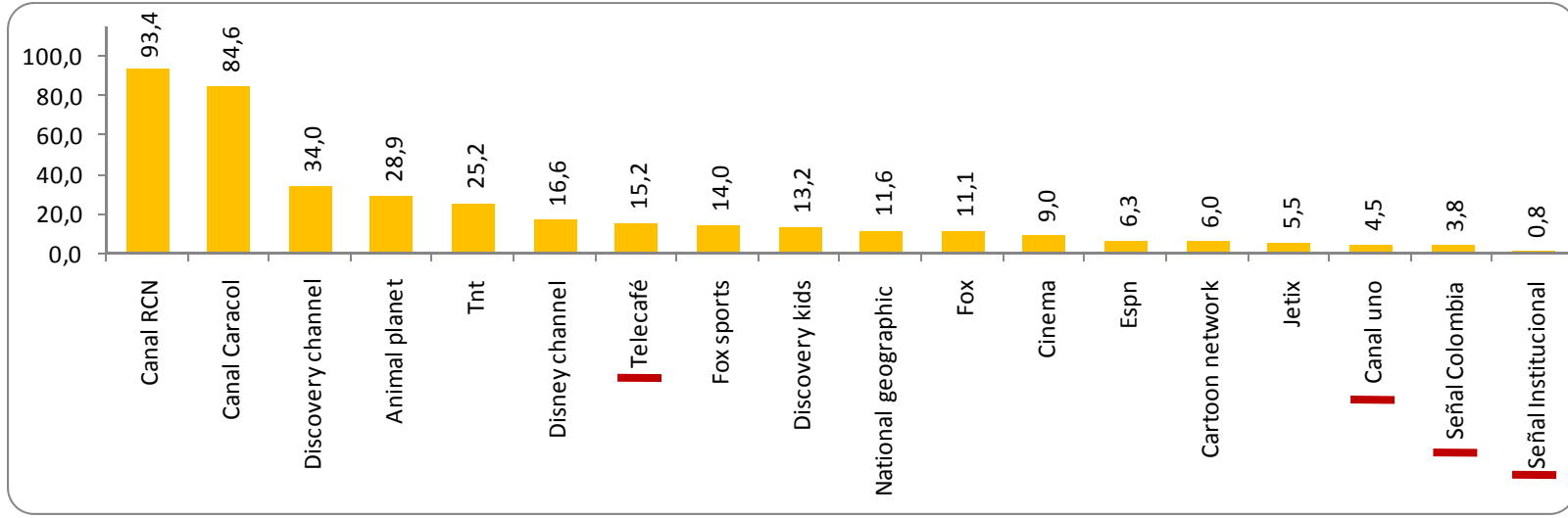
Audiencia Armenia



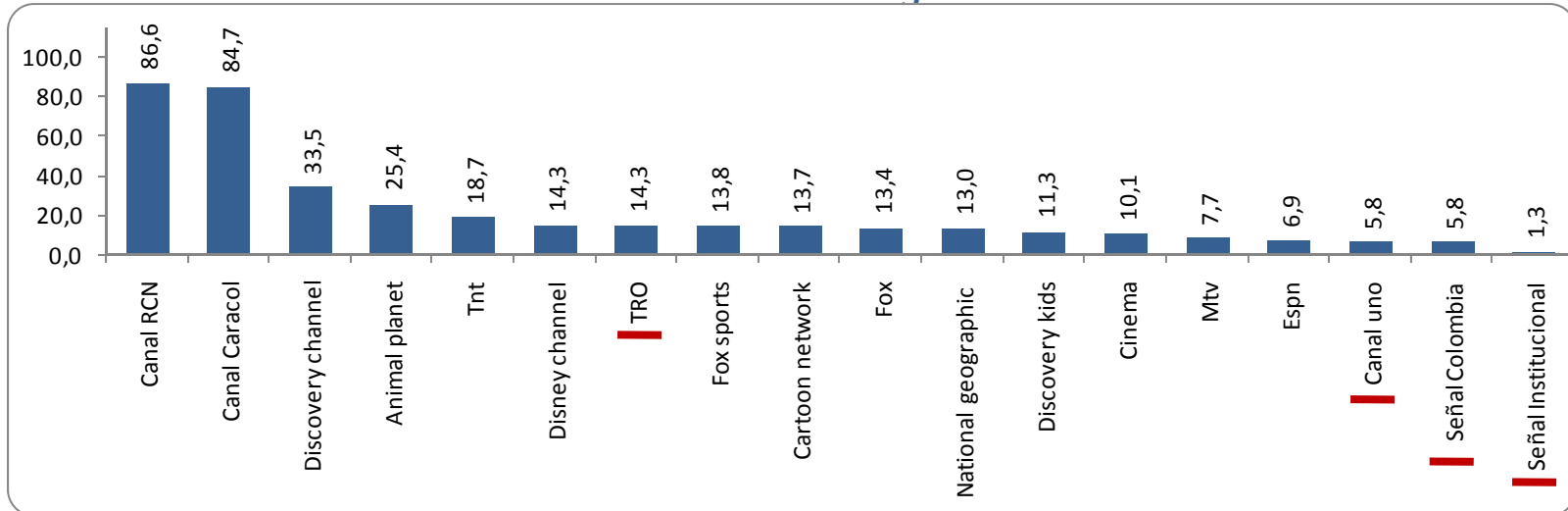
* Nota: Los canales nacionales y regionales al final de la gráfica, no se encuentran en el estricto orden descendiente, pues son ubicados ahí para que sea de conocimiento de los interesados.

Audiencia

Audiencia Pereira A.M.



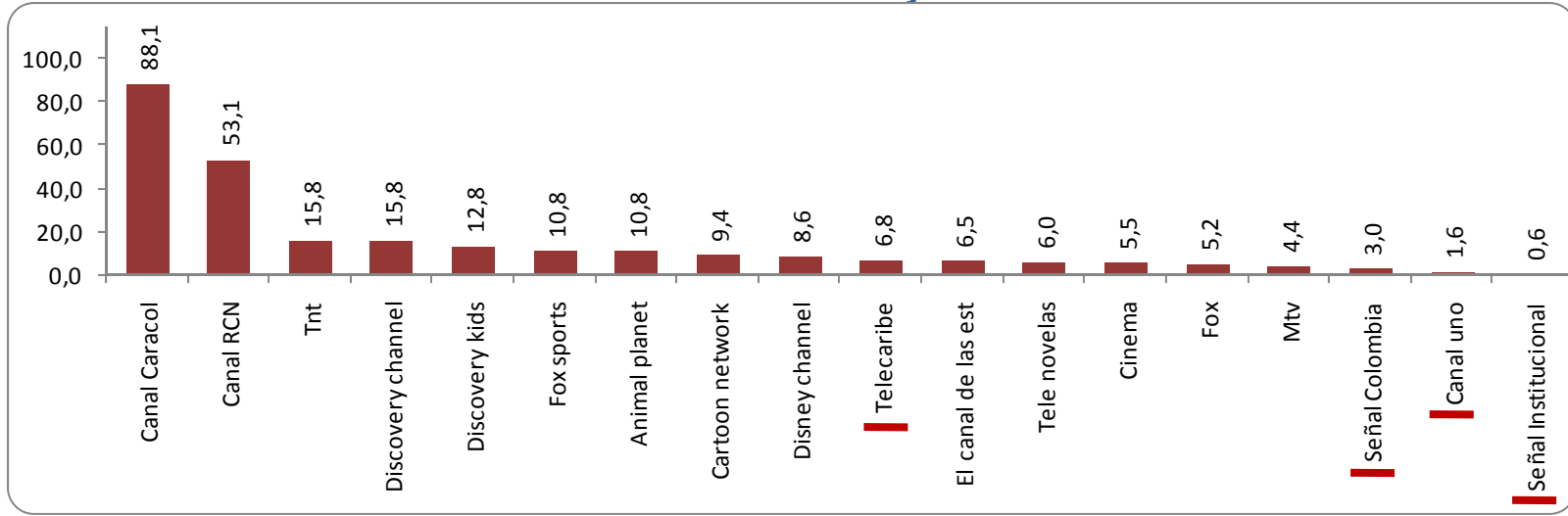
Audiencia Bucaramanga A.M.



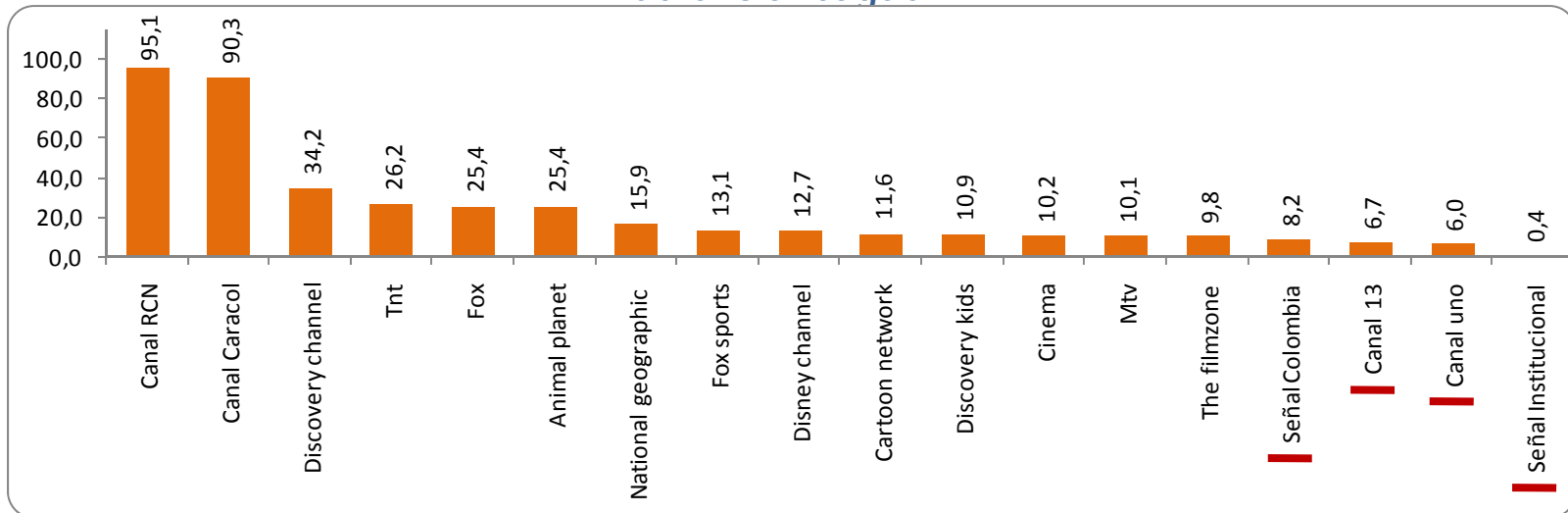
* Nota: Los canales nacionales y regionales al final de la gráfica, no se encuentran en el estricto orden descendiente, pues son ubicados ahí para que sea de conocimiento de los interesados.

Audiencia

Audiencia Sincelejo



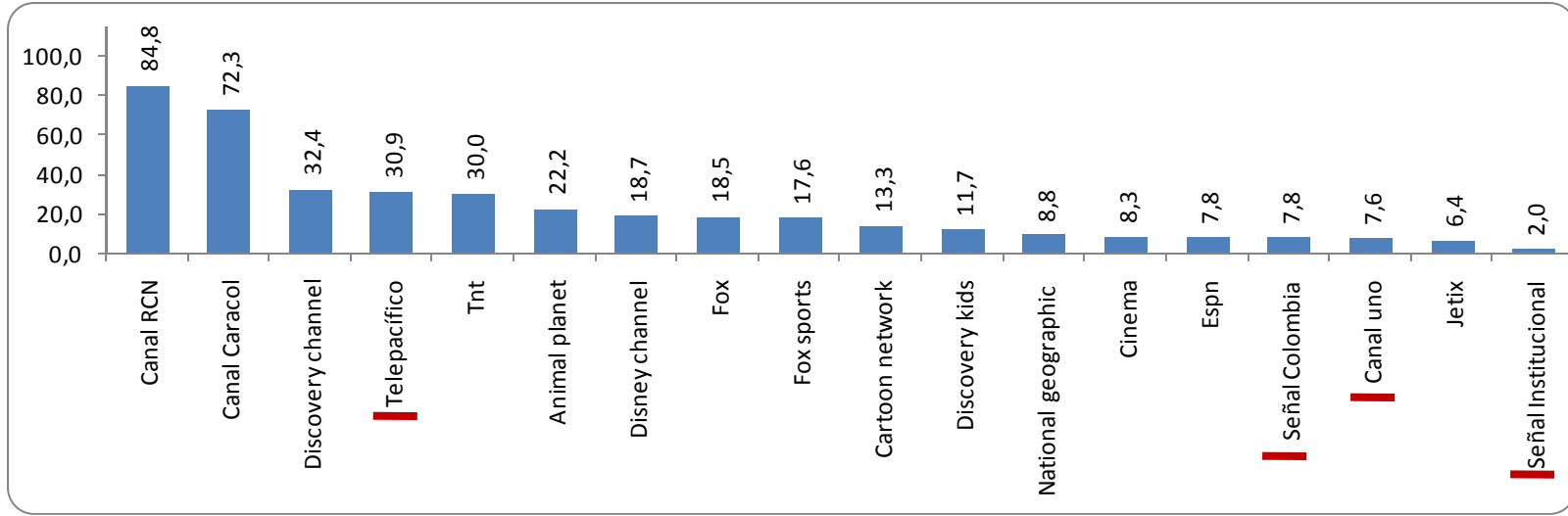
Audiencia Ibaqué



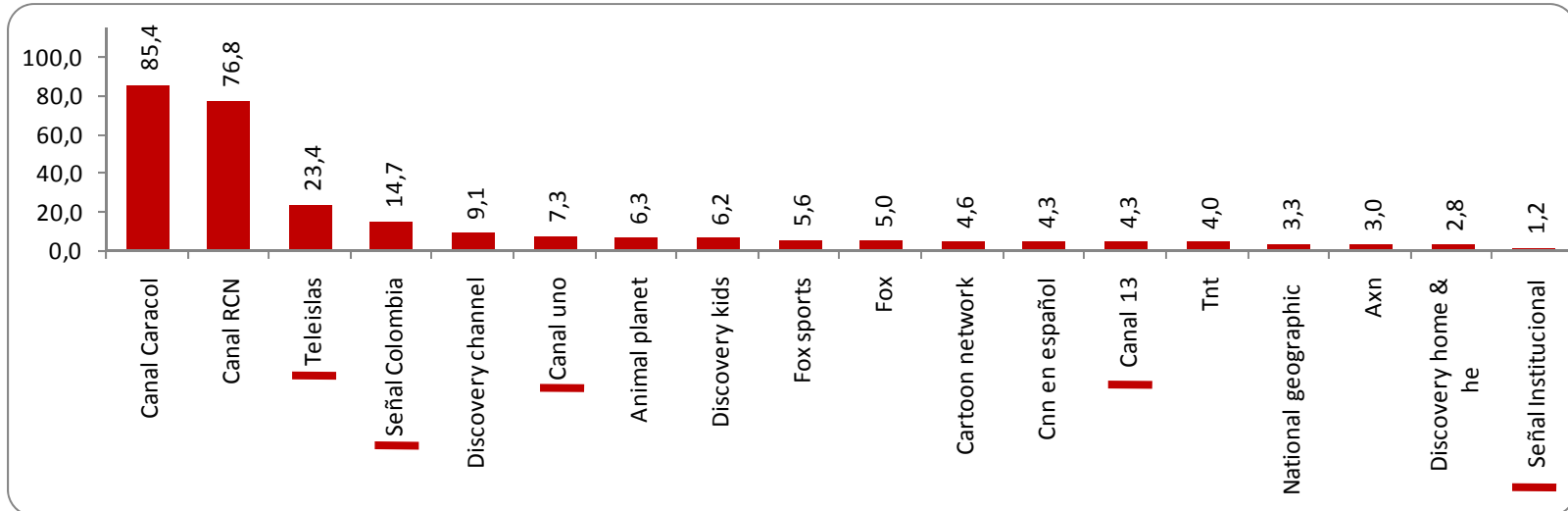
* Nota: Los canales nacionales y regionales al final de la gráfica, no se encuentran en el estricto orden descendiente, pues son ubicados ahí para que sea de conocimiento de los interesados.

Audiencia

Audiencia Cali



Audiencia San Andrés



* Nota: Los canales nacionales y regionales al final de la gráfica, no se encuentran en el estricto orden descendiente, pues son ubicados ahí para que sea de conocimiento de los interesados.

Próximamente.....

la CNTV presentará el Anuario Estadístico 2009, el cual ampliará la información contenida en esta presentación.



¡Gracias!