



VII ENCUESTA NACIONAL DE TELEVISIÓN 2011

Presentación Ejecutivos
de Canales de Televisión

Departamento de Estudios
Enero, 2011

Presentación ENTV



El Departamento de Estudios del Consejo Nacional de Televisión busca desarrollar y fomentar la investigación y discusión sobre el impacto de la televisión en la sociedad chilena.

Las encuestas nacionales de televisión realizadas cada tres años a partir de 1993, dan cuenta del estado de la opinión pública en torno a la televisión en Chile.

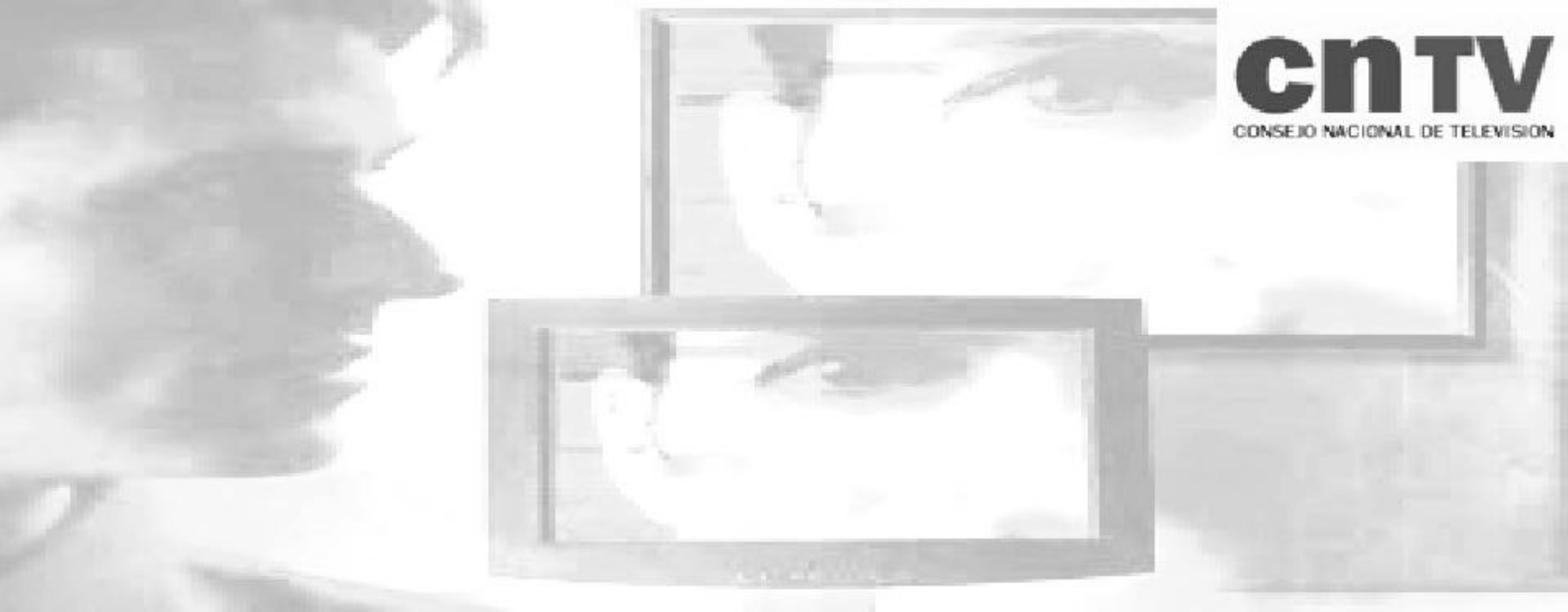
Presentación ENTV



Constituye una de las investigaciones sobre TV más grandes e importantes del país

Tiene por objeto proveer información y promover el debate en la opinión pública, la industria y la academia

Detecta nuevos focos de interés y preocupación de las audiencias



METODOLOGIA

Metodología

ESTUDIO: Cuantitativo, mediante encuestas personales **CARA A CARA en HOGARES**

GRUPO OBJETIVO:

Hombres y Mujeres, entre 16 y 80 años.

Pertenecientes a los niveles socioeconómicos ABC1, C2, C3, D y E.

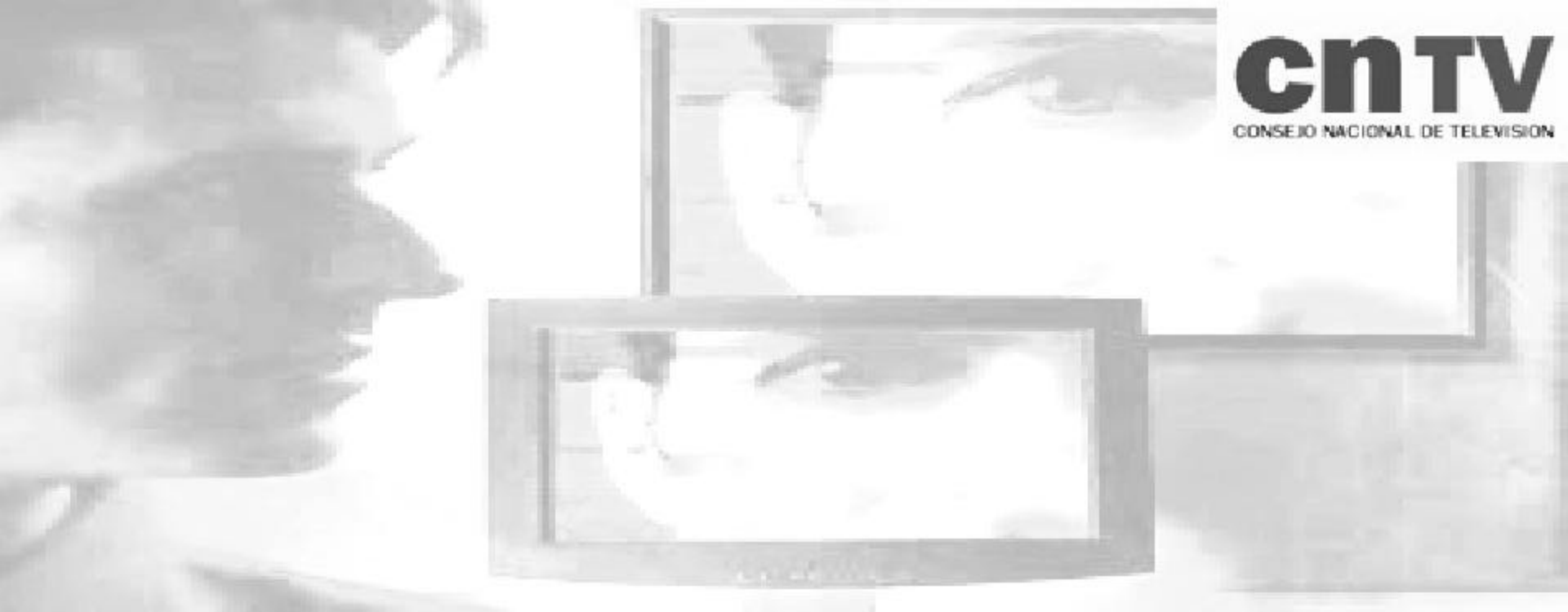
Residentes de los principales centros urbanos del país (Gran Santiago, Arica, Iquique/Alto Hospicio, Antofagasta, Copiapó, Coquimbo/ La Serena, Valparaíso/Viña del Mar, Rancagua, Talca, Concepción/ Talcahuano y Temuco/Padre de las Casas, Valdivia, Puerto Montt, Coyhaique, Punta Arenas).

Que dispongan de al menos un televisor funcionando en el hogar

TAMAÑO DE LA MUESTRA 2008: Se realizaron un total de **5.008 casos** distribuidos de la siguiente manera:

TOTAL	Hom	Muj	ABC1	C2	C3	D	E	16-25	26-45	46-55	56-65	66-80
5008	2283	2725	814	904	1408	1345	537	1057	1948	856	596	551

TOTAL	Stgo.	Región	TV Pagada	Sin TV Pagada	Niños >13	Niños <13
5008	1473	3535	1473	3535	2026	2982



HISTORIA

Un poco de historia

Encuesta que se aplica hace casi 20 años

En 1993 contaba con cerca de 2.000 encuestados desde Antofagasta hasta Temuco

A partir de 2005 la encuesta se extiende a personas hasta los 80 años

Desde la ENTV 2008 el número de encuestados prácticamente se duplica y crece a 5.000 casos

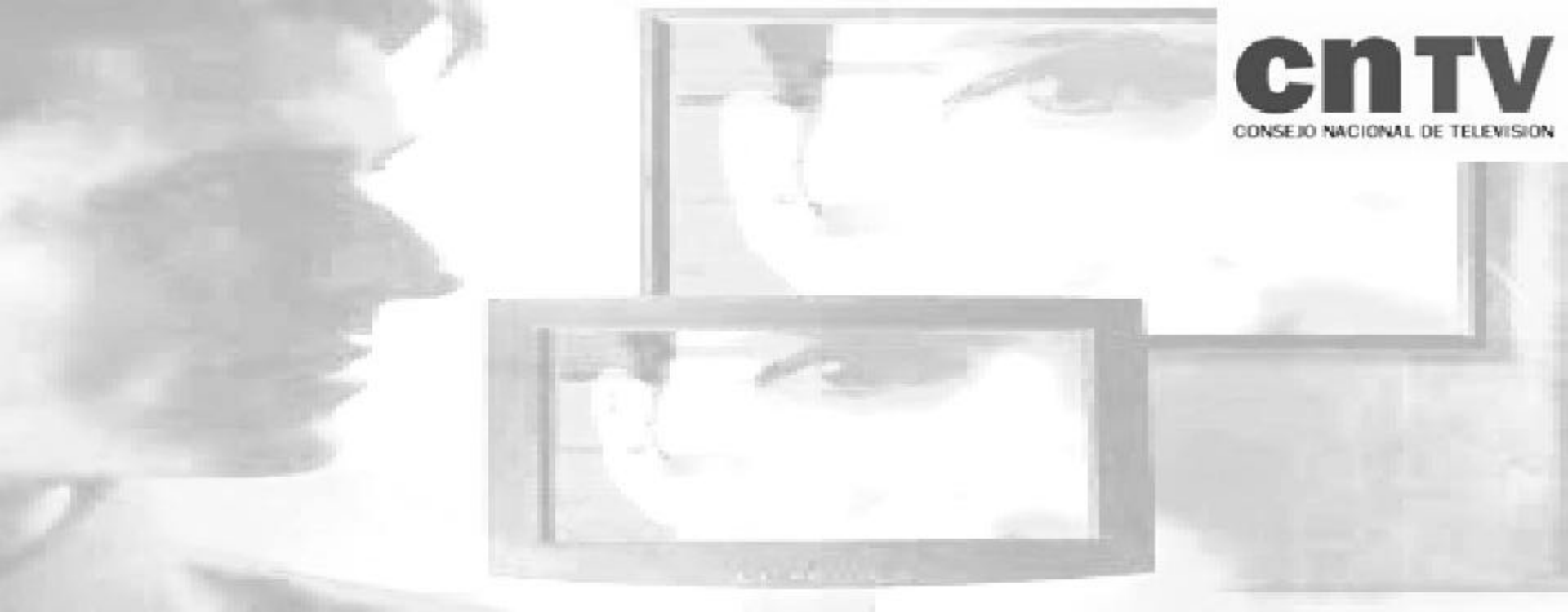
En el 2008 la encuesta abarca de Arica a Punta Arenas, incorporando nuevos centros urbanos como Iquique/Alto Hospicio, Copiapó, Rancagua, Talca, Padre de las Casas, Valdivia, Puerto Montt y Coyhaique.

DIMENSIONES DE ANALISIS

Dimensiones de Análisis

Estado de la opinión pública acerca de la televisión:

- Evaluación, preferencias y niveles de satisfacción con la programación en general y géneros televisivos en particular
- Niveles de equipamiento de diversas tecnologías de información y comunicación
- Hábitos de consumo de TV y otros medios
- Opinión sobre programación infantil y consumo de TV de menores de 13 años
- Opiniones sobre regulación televisiva



ESCENARIO ACTUAL

Escenario actual

Escenario de cambios en el sector de las comunicaciones en Chile e industria televisiva en particular

Transformaciones e innovaciones de los medios tradicionales y nuevos están afectando las percepciones, comportamientos y hábitos de consumo de la población frente a los contenidos mediales

Cambios en la propiedad de los medios televisivos

Cambios de la pantalla televisiva (2008-2011)

Escenario actual

Contexto del Sistema Televisivo

92 canales TV abierta

98% de los chilenos tiene acceso a TV abierta

8,5 millones de televisores, deben reconvertirse al sistema de TDT para lograr acceso universal gratuito

¿Cuáles son las expectativas de las audiencias en torno a los cambios a nivel técnico y de contenido?

Escenario actual

Contexto Consumo Medial

2,4

televisores en los hogares

42%

de los niños entre 2 y 5 años tiene un televisor

3

horas promedio de consumo Infantil de televisión

96%

de los chilenos está de acuerdo con regular la TV abierta y el **88%** TV pagada (ENTV 2008)

Escenario actual

Apropiación de Nuevas Tecnologías

Nuevo lenguaje digital modifica la concepción sobre la que se construyó la industria

Inversión ciudadana en NTICs

43% de la población urbana cuenta con acceso a TV pagada

53% tiene computador y un 34% internet en el hogar

8 millones de personas tienen un teléfono celular

DESAFÍOS Y NUEVOS TEMAS

Desafíos y Nuevos temas

Convergencia Digital

La digitalización abre un espacio de expectativas, oportunidades e incertidumbre

Variables tecnológicas, económicas y regulatorias pueden transformar la lógica sobre la cual opera la industria y el Estado

Desafíos y Nuevos temas

- 1) Horizonte de transformación tecnológica: expectativas de las audiencias
- 1) Uso convergente y hábitos de consumo de tecnologías de la comunicación y redes sociales
- 3) Dilemas regulatorios para el Estado, la industria y las audiencias