

**ENCUESTA NACIONAL
DE TELEVISIÓN**

REGIONAL

Principales resultados

2 DE DICIEMBRE 2021

DESUC
Dirección de Estudios
Sociales

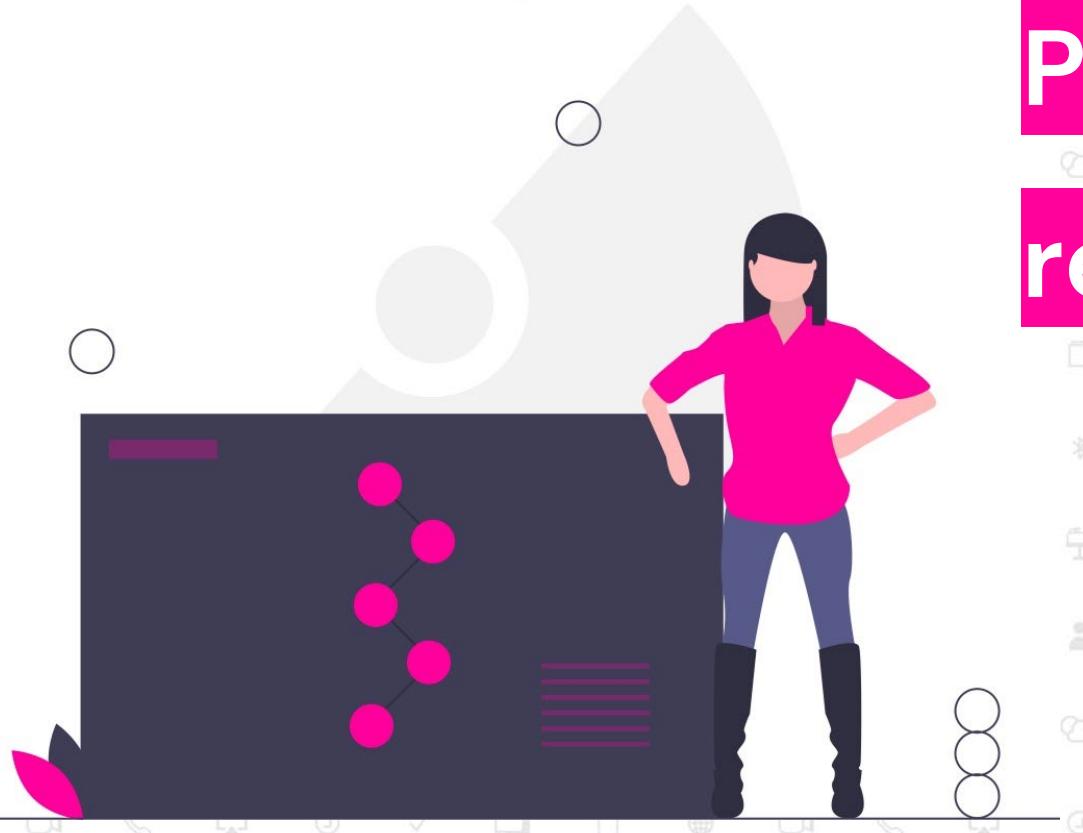
Objetivo del estudio



Objetivo

**Contar con información que dé cuenta
del acceso y estado de la opinión pública
sobre la televisión abierta y pagada en Chile.**

Principales resultados



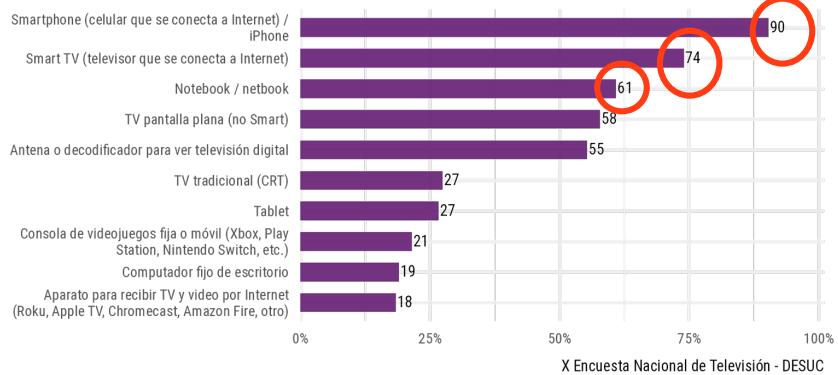
Equipamiento y consumo audiovisual



Dispositivos tecnológicos en hogar

De los dispositivos tecnológicos que aparecen en esta tarjeta, ¿cuáles hay en su hogar?

% Sí



Norte 90%
Centro 91%
Sur 91%



Norte 71%
Centro 67% 
Sur 73%



Norte 65%
Centro 61% 
Sur 65%

Según **cifras regionales**, los **Smartphones** tienen gran presencias en todo el país.

Smart TV, Notebooks y Netbooks presentan cifras más bajas en la zona centro.

A nivel país, los dispositivos más presentes en el hogar, **comparados con las cifras de 2017**, fueron:

Smartphone sube de 82% (2017) a 90% (2021)

Smart TV también de 35% (2017) a 74% (2021)

Notebooks/Netbooks de 52% (2017) a 61% (2021)

Evolución número de televisores en hogar

Equipamiento en el hogar
Número de televisores promedio por hogar

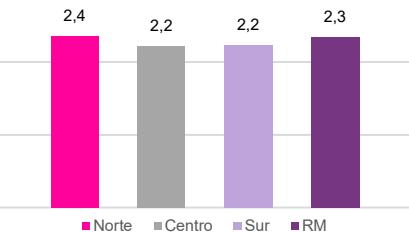


En **2021**, los hogares tienen un **promedio de 2,3 televisores**, dato que se ha mantenido entre **2 y 3 aparatos desde 1999**.

En la **zona norte**, el valor **sigue subiendo** 0,1% en comparación al promedio nacional, y en las **zonas centro y sur**, **baja un 0,1%**.

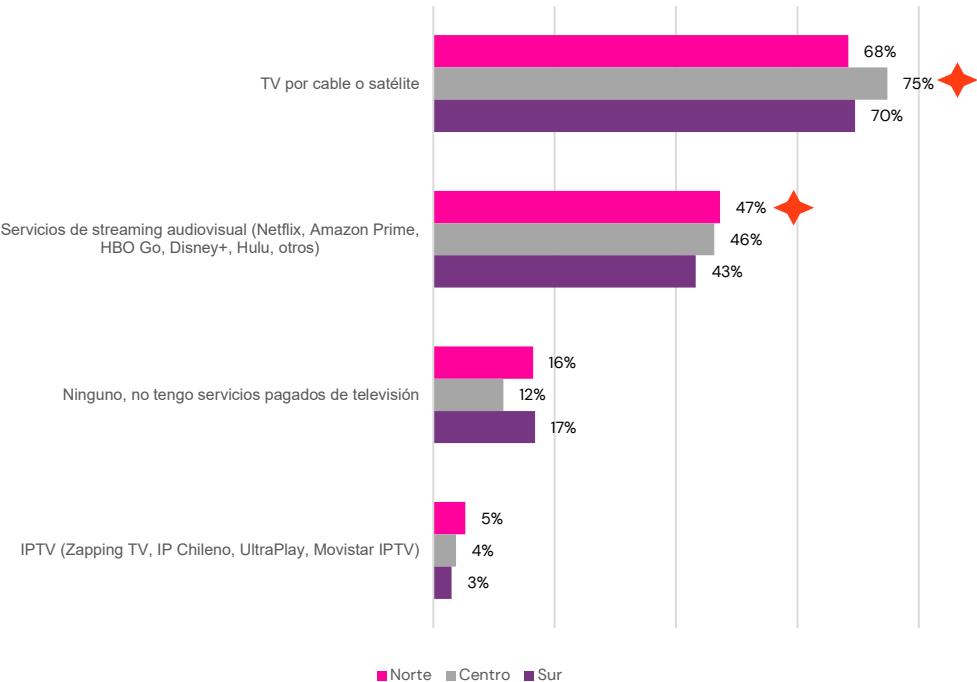
Equipamiento promedio de televisores en el hogar

Por macrozona



Tenencia servicios pagados de TV

En su hogar ¿tiene alguno de los siguientes servicios pagados de TV?
% personas que menciona. Respuesta múltiple.



La televisión por cable es el servicio pagado más presente en los hogares chilenos.

Respecto al dato regional, la zona centro presenta cifras levemente más altas que sur y norte.

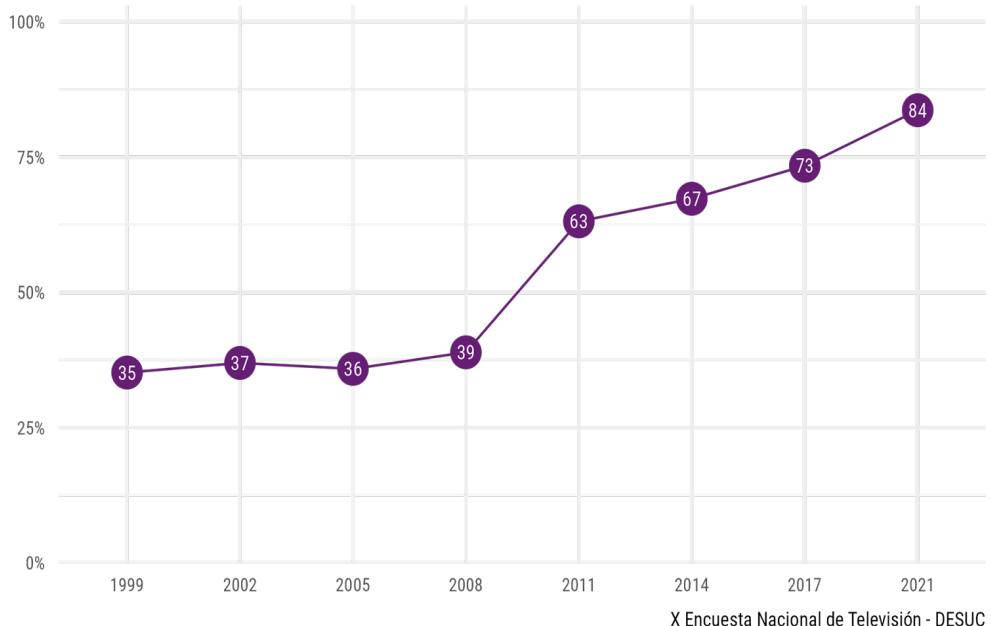
En segundo lugar se encuentran los servicios de streaming.

La zona norte y centro presentan una leve alza frente al promedio nacional en tenencia de streaming.

Evolución tenencia televisión de pago

Equipamiento en el hogar

% de personas con televisión de pago



Desde una perspectiva histórica, el porcentaje de personas que declara acceder a **algún tipo de televisión de pago ha aumentado sosteniblemente**, pasando de un **35%** en 1999 a **84%** en 2021.



84% Zona Norte

88% Zona Centro

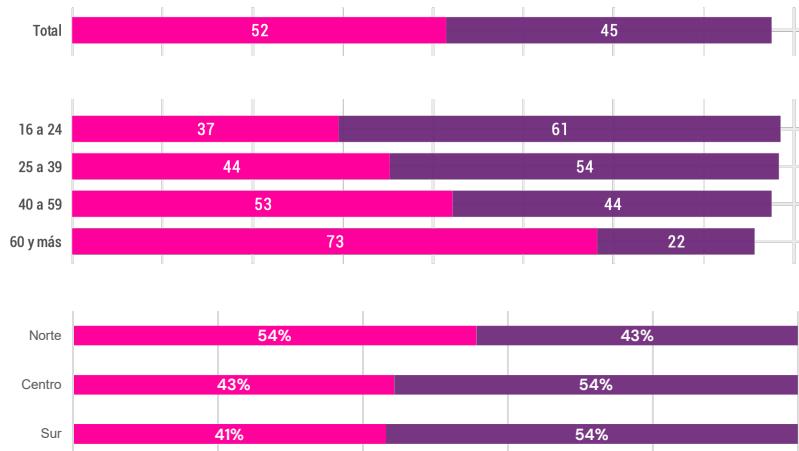
83% Zona Sur

Acceso a contenido audiovisual gratuito por internet

Además de los servicios contratados, ¿usted accede a plataformas de contenido audiovisual por Internet gratuitos?

% respuesta

No Sí



- El **45%** de las personas declara acceder a plataformas de contenido audiovisual gratuitas.
- Este acceso está fuertemente mediado por la edad, siendo los más jóvenes quienes acceden mayormente a estas plataformas.
- **Zonas centro y sur presentan más acceso a estos contenidos**, y la zona norte se mantiene similar al promedio nacional.

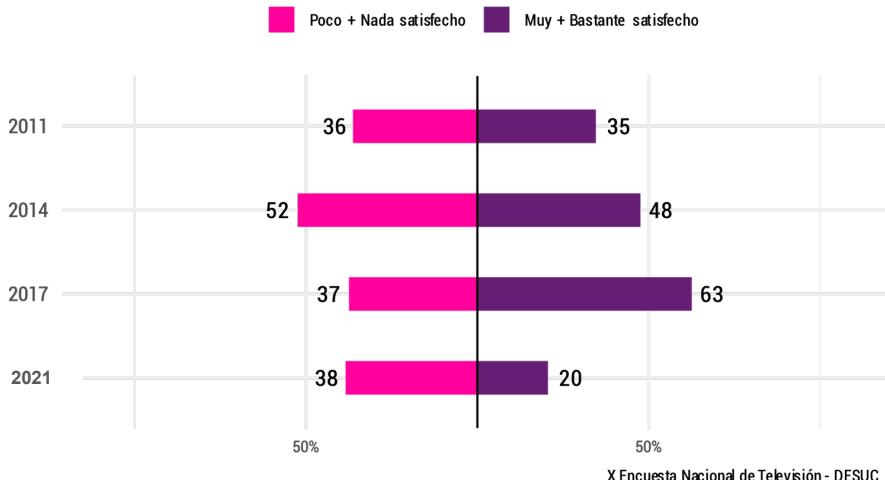
Evaluación de la televisión regional



Evolución satisfacción con TV regional

En general, y pensando sólo en los canales y señales de su región o ciudad, ¿cuán satisfecho está usted con estos canales de televisión?

% respuestas.



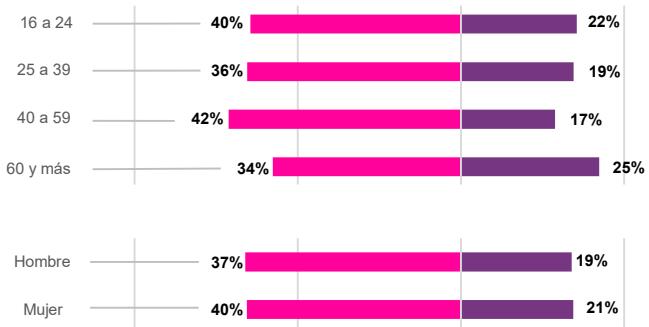
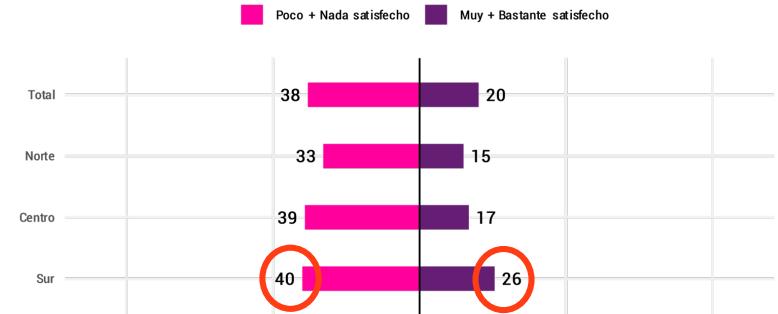
- A pesar de que en años anteriores el **nivel de satisfacción con canales regionales** fue en aumento, **el 2021 mostró un descenso importante.**

- Cabe destacar que una parte importante de las personas de regiones **declaró no saber o no responder la pregunta**, lo que podría insinuar una baja penetración de estos canales.

Satisfacción con TV regional

En general, y pensando sólo en los canales y señales de su región o ciudad, ¿cuán satisfecho está usted con estos canales de televisión?

% respuesta de quienes viven en regiones.



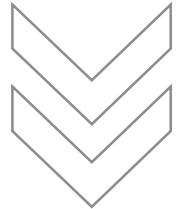
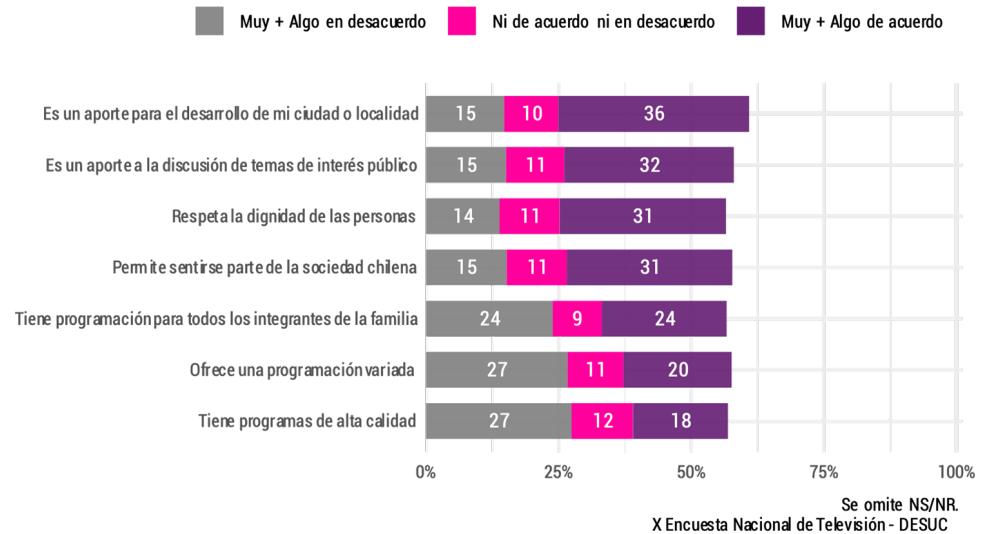
En específico, personas de la **macrozona sur** mostraron levemente un **mayor nivel de satisfacción (26%)**, y también son las más **insatisfechas (40%)**.

Según edad, se ve **mayor satisfacción de adultos mayores**, y **mayor insatisfacción** en el rango de **40 a 59 años**.

Percepciones sobre TV regional

Pensando en la televisión regional o de su ciudad,
¿qué tan de acuerdo está usted con las siguientes frases?

% respuesta. Solo en regiones

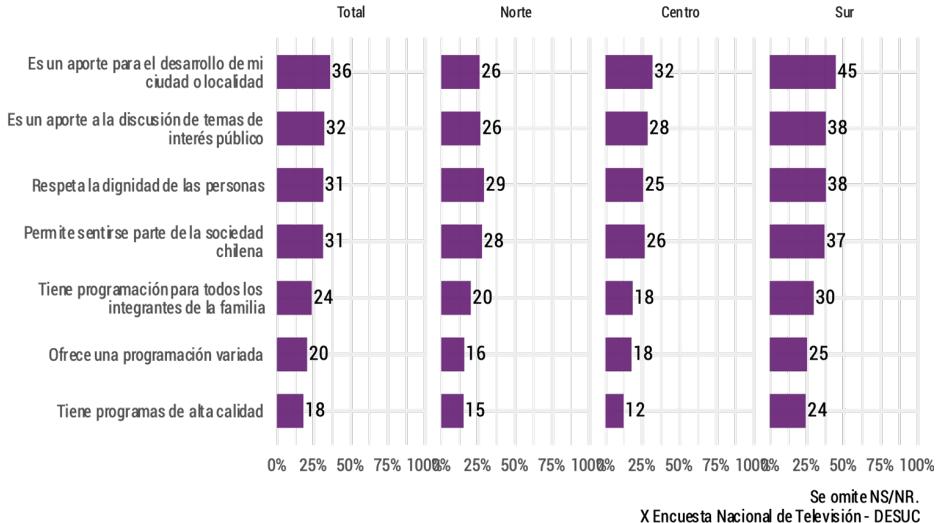


Lo más valorado de los canales se relaciona con **aspectos subjetivos sobre el aporte de los canales al desarrollo de las localidades**, a la discusión pública y al **sentirse parte de la sociedad chilena**.

Percepciones sobre TV regional

Pensando en la televisión regional o de su ciudad,
¿qué tan de acuerdo está usted con las siguientes frases?

% Muy + Algo de acuerdo. Solo en regiones



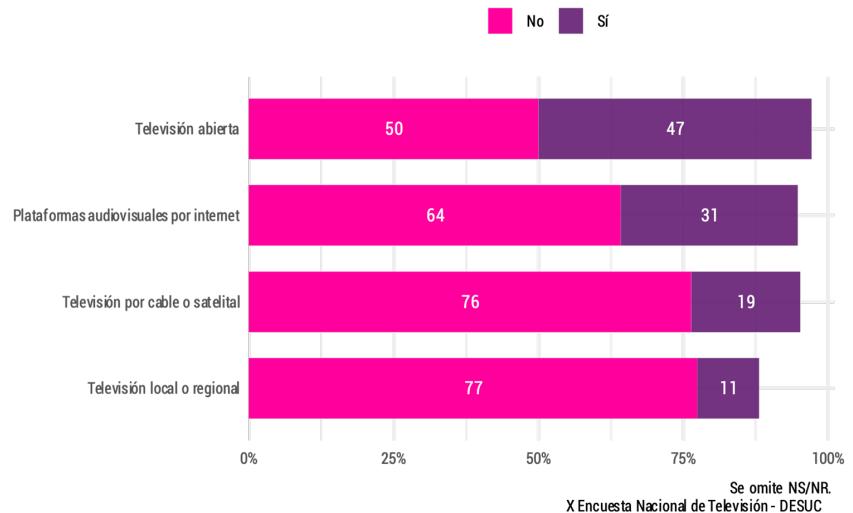
Las personas de la macrozona sur tienen una mirada más positiva sobre los canales regionales.

Mientras un 26% de las personas del norte declara estar de acuerdo con que el canal regional es un aporte para el desarrollo de la ciudad/localidad, este porcentaje es de un 45% en personas de la zona sur.

Declaración ver contenidos molestos en medios

En lo que va del año, ¿usted ha visto contenidos que le hayan molestado en...?

% respuesta



Respecto a contenidos inadecuados, el **47%** señala **haber visto un contenido que le molestó en la televisión abierta**, un **31%** en **plataformas audiovisuales por internet**, un **19%** en **televisión por cable o satelital**, y un **11% en televisión local o regional**.

Evolución de ver contenidos molestos en medios

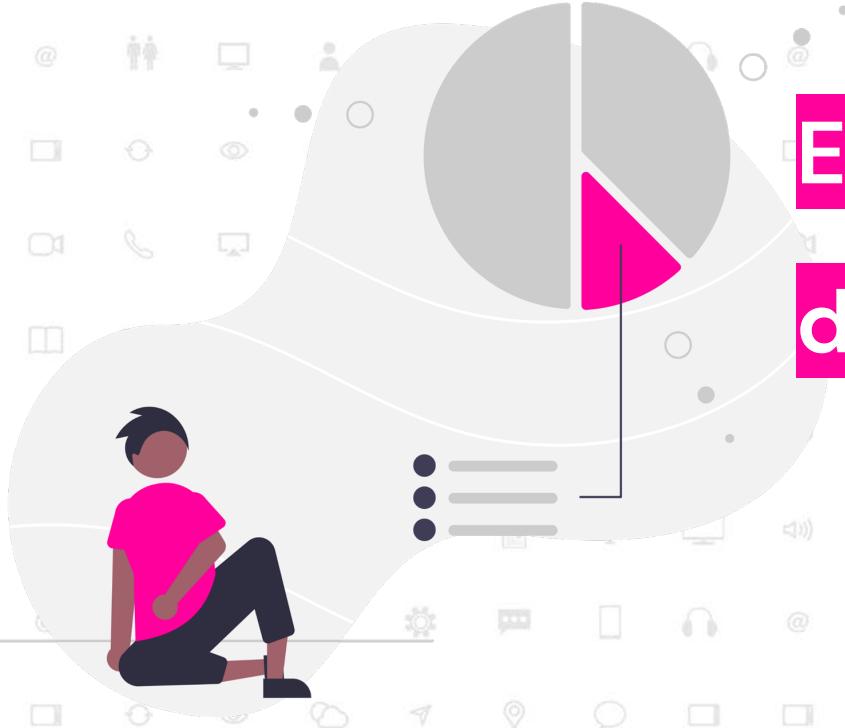
En lo que va del año 2021, ¿usted ha visto contenidos que le hayan molestado en...?

% Sí.



- Las cuatro plataformas presentaron un aumento en el contenido molesto en relación a la medición del 2017.
- Si bien la TV regional es el medio que presenta cifras más bajas, ha ido en alza desde el 2014 (1%) hasta el 2021 (11%).

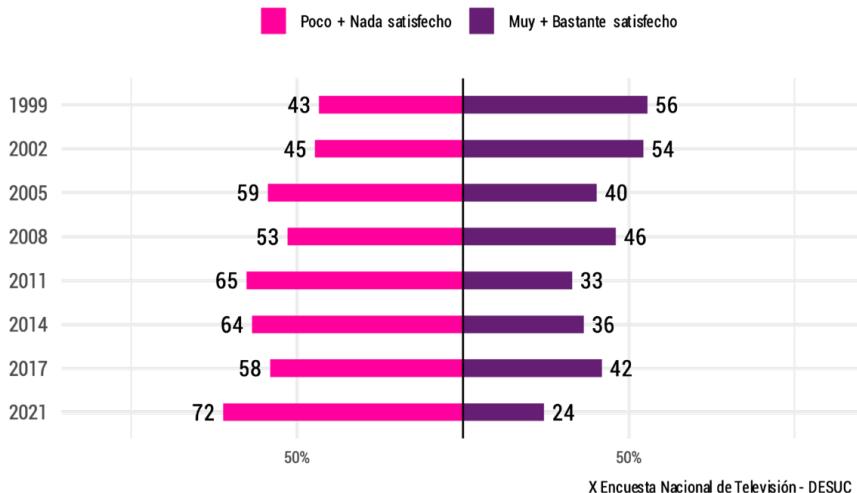
Evaluación general de la televisión abierta



Resumen Satisfacción con TV abierta

En general, ¿cuán satisfecho está usted con la televisión abierta chilena de cobertura nacional?

% respuestas.



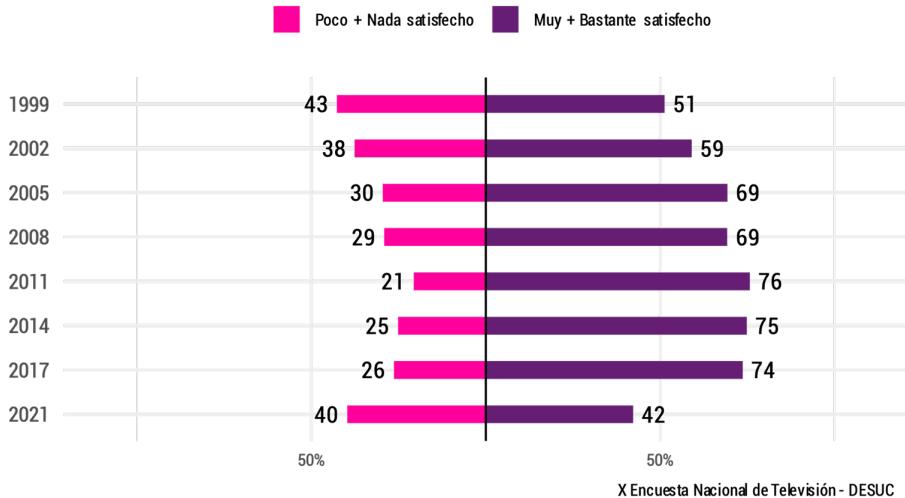
En escala de 1 a 7, la media es 3,96

- A través de los años, se ha visto un **descenso en el nivel de satisfacción** con la TV abierta.
- **El rol informativo y el entretenimiento** son los principales motivos de satisfacción.
- **La mala y poca programación, general y cultural,** son los principales motivos de insatisfacción.

Resumen satisfacción con TV pagada

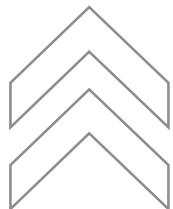
En general, ¿cuán satisfecho está usted con la televisión pagada (cable o satelital) a la cual tiene acceso en su hogar?

% respuestas.



Pasando a la evaluación histórica de la **televisión por pago** se observa un **descenso claro en los niveles de satisfacción**.

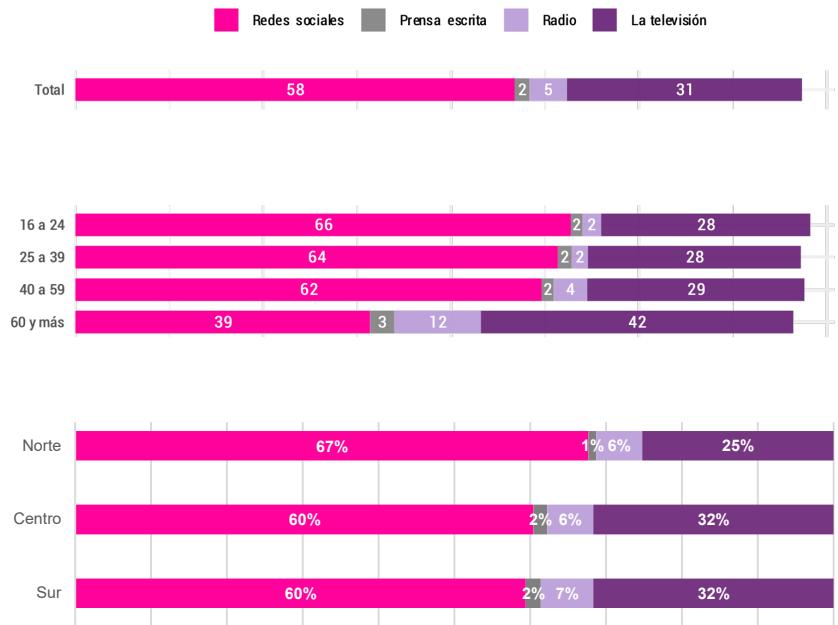
Así, los resultados actuales muestran una **satisfacción media**.



Medio con influencia en opinión pública

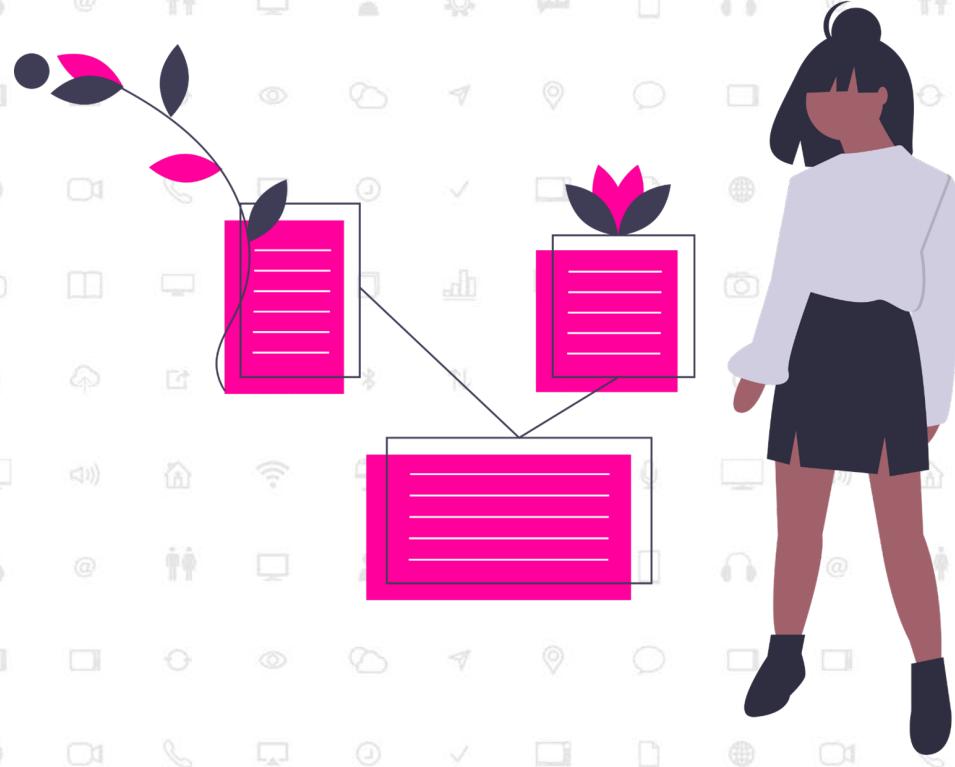
Según lo que usted piensa, ¿qué medio tiene más influencia sobre lo que piensa la gente? ¿la televisión, la radio, la prensa escrita, o las redes sociales?

% respuesta



- Respecto a influencia en opinión pública, las **redes sociales muestran una gran presencia**, con **58%**, desplazando a la TV con **31%**.
- Personas de mayor edad** continúan otorgándole un **rol importante a la televisión**.
- La zona norte** prioriza la influencia de las **redes sociales** por sobre las otras zonas.
- La zona centro y sur** relevan en **segundo lugar a la TV**, con un mayor porcentaje que la zona norte.

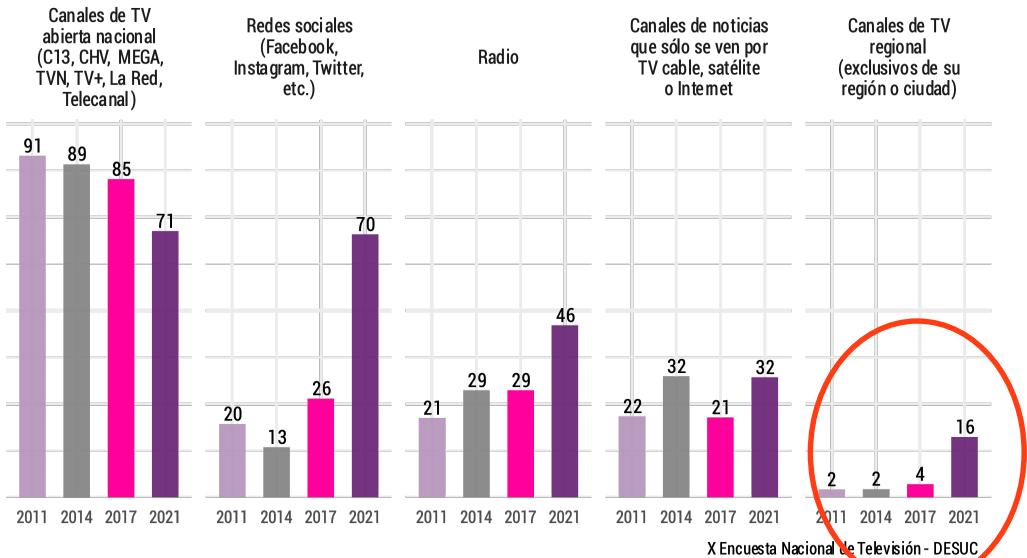
Medios de información y noticiarios



Evolución medios utilizados para informarse

¿Podría decirme cuáles de estos medios utiliza para informarse?

% Sí. Respuesta múltiple.



- Los canales regionales, como fuente de información tiene alza significativa:

2011: 2%

2021: 16%

- En general, se observa una dispersión de las preferencias y uso de fuentes de información.

Las redes sociales

muestran un gran avance.

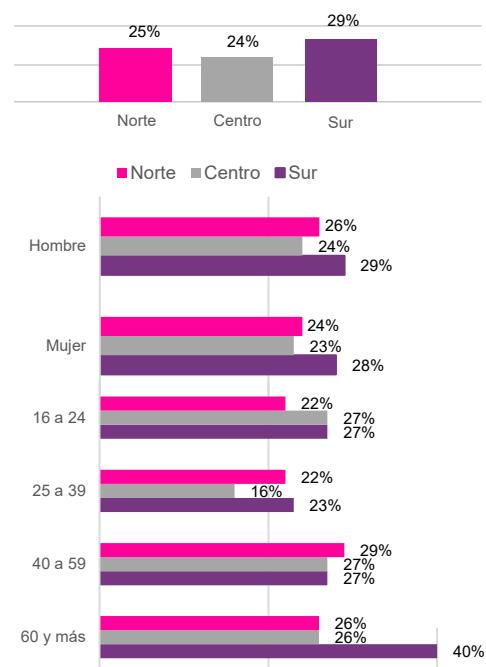
La **demandas por inmediatez** también parece estar impulsando esta tendencia.

Medios utilizados para informarse:

Canales de TV regional

¿Qué medio utiliza para informarse?

Respuesta "Canales de TV Regional"



La zona sur declara más uso de los canales regionales con el propósito de obtener información.



Público Zona Norte:

Hombres y mujeres por igual
Mayoritariamente de 40 años o más.



Público Zona Centro:

Hombres y mujeres por igual
Con menor consumo en personas de 25 a 39 años.



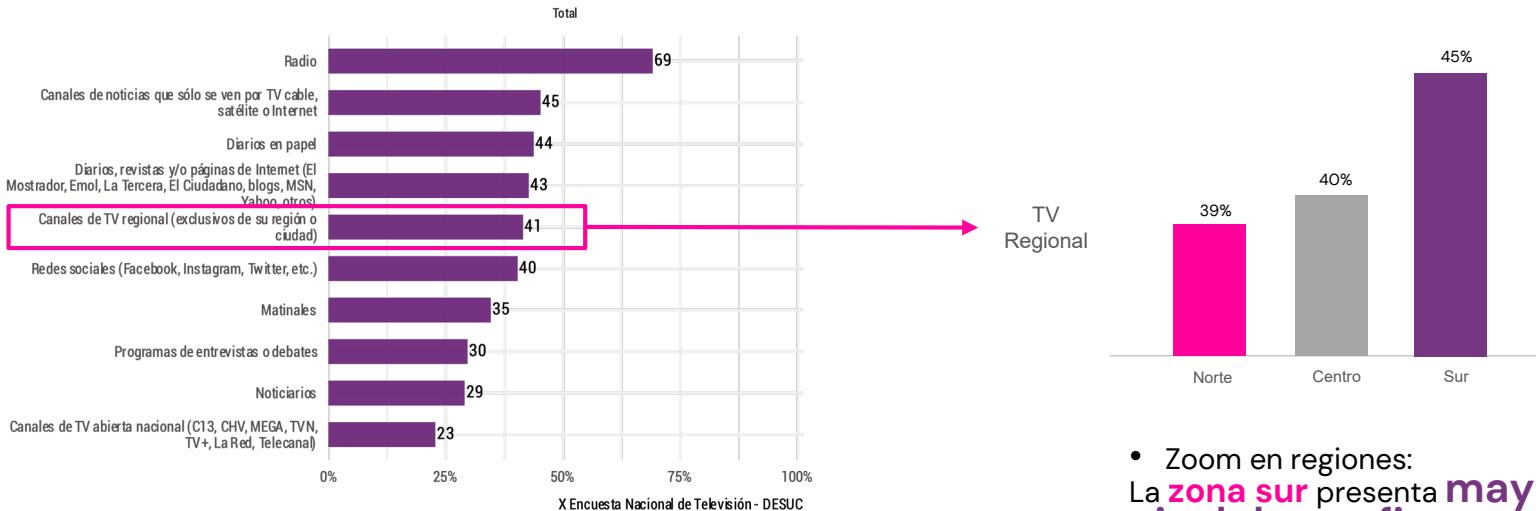
Público Zona Sur:

Hombres y mujeres por igual
Mayoritariamente de 60 años o más.

Confianza en medios utilizados para informarse

En una escala de 1 a 7, donde 1 es "nada" y 7 es "totalmente", ¿cuánto confía en la información que recibe a través de estos medios?

% de respuestas 6 a 7. Sólo si utiliza el medio para informarse.



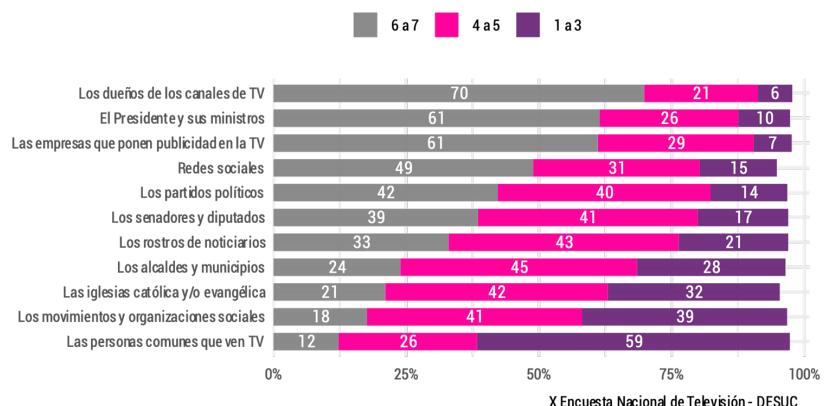
- Si bien los canales de TV nacional son los más mencionados para informarse, **muestran bajos niveles de confianza, ya que solo 23% confía en ellos.**

- Zoom en regiones:
La **zona sur** presenta **mayor nivel de confianza** en canales locales, que las zonas norte y centro.

Percepción poder de influencia de medios de comunicación

En su opinión, ¿cuánto poder para influir sobre la información o los temas que tratan los noticiarios de televisión abierta, tienen las siguientes instituciones o grupos de personas? Use una escala de 1 a 7, donde 1 es "muy poco poder para influir" y 7 es "mucho poder para influir".

% de respuestas. Sólo quienes se informan con noticiarios de la TV abierta.

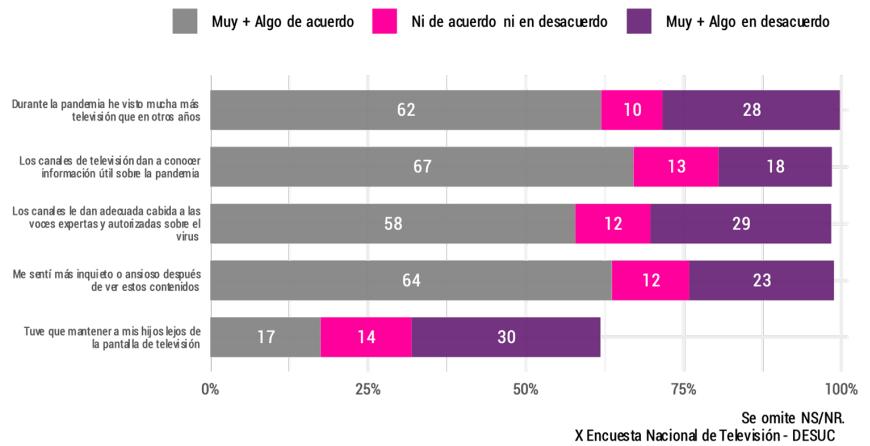


- Los tres grupos o actores que consideran con mayor influencia son **los dueños de los canales de televisión (70%), las empresas que ponen publicidad en televisión y el presidente y sus ministros, ambos con 61%**.

Percepciones rol de TV abierta en contexto de pandemia

En relación a la pandemia, los canales de televisión abierta han realizado diversas coberturas y/o modificado su programación habitual. Respecto a esto, ¿qué tan de acuerdo está usted con cada una de las siguientes frases?

% respuesta. Sólo quienes ven televisión abierta algunos o todos los días de la semana.



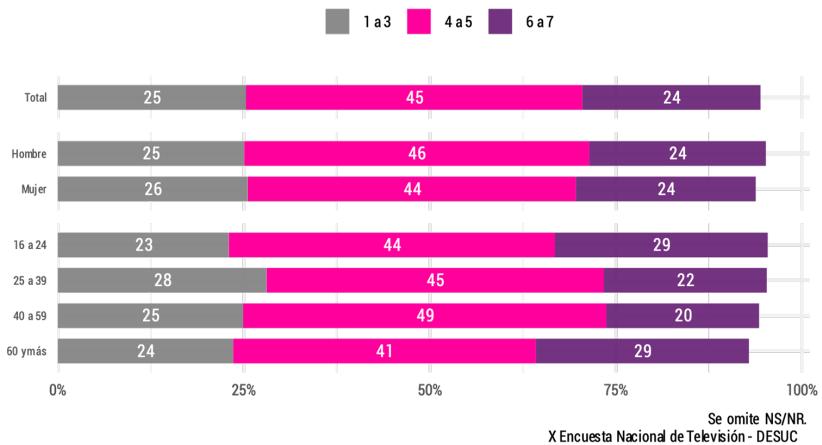
- Entre quienes declaran ver televisión abierta, un **67%** dice estar de acuerdo con que los canales de televisión **dan a conocer información útil sobre la pandemia**.

Evaluación TV en información

del proceso constituyente

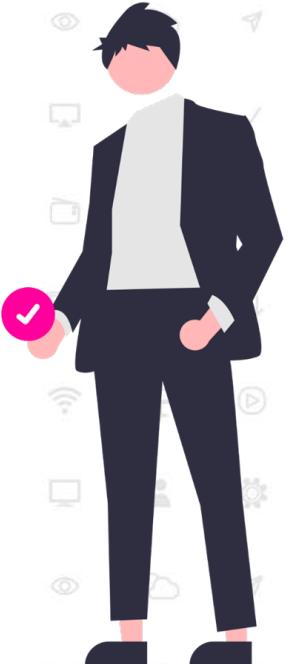
En una escala de 1 a 7, como en el colegio, donde 1 es "muy malo" y 7 es "muy bueno", evalúe el rol que ha cumplido la televisión al informar sobre el proceso constituyente en que se encuentra el país.

% respuesta



- El **24%** de las personas evalúa con **notas 6 y 7** el rol que ha tenido la televisión informando sobre el proceso constituyente.
- Un **45%** le pone notas **4 a 5** y un **25%** “repreueba” o **encuentra que la televisión ha tenido un mal rol informativo.**
- *No hay diferencias por sexo*

Síntesis



Síntesis

CONCLUSIONES GENERALES

1. Consumo audiovisual extendido, con rol particular de internet:

Consumo audiovisual es **transversal en Chile**, dándose tanto por medios pagados y gratuitos. Internet se posiciona como vía de consumo con fuerte componente etario y socioeconómico, donde especialmente personas jóvenes y de estratos altos son quienes utilizan este canal para el consumo audiovisual.

2. Mirada crítica respecto a la televisión abierta nacional:

Los datos relevaron importantes **niveles de insatisfacción con la televisión abierta**, siendo los aspectos más criticados los relativos a la oferta programática. Esta percepción se encuentra mediada por edad y NSE. Por otro lado, **personas de estratos bajos y de mayor edad** presentan mayor satisfacción que otros grupos.

3. Redes sociales consolidándose como fuente informativa:

Los resultados comparativos permitieron ver con claridad el **enorme avance que han tenido las redes sociales como fuente informativa**. Además, algo de validación respecto a su poder de influencia en la opinión pública, lo que se ve trasversalmente en la población encuestada.

CONCLUSIONES PARTICULARES – REGIONAL

1. Brechas entre consumo informativo y confianza:

Si bien esta brecha se ve mayormente determinada en TV abierta nacional, los canales regionales muestran la misma tendencia. **Hay un aumento en el consumo de dichos canales para satisfacer la necesidad de información**, pero a su vez, esto no se ve reflejado con la misma intensidad, en cifras de confianza.



2. Macrozona sur con mayor cercanía a canales regionales:

Si bien no se aprecia una alta penetración de los canales regionales, el sector sur del país posiciona de mejor manera este medio, desde **porcentajes de satisfacción hasta cifras de confianza**. Mejor posicionados en **adultos mayores**, lo que indica una posible relación de los canales regionales con la tradición y cultura local.



3. Percepciones positivas de la televisión regional:

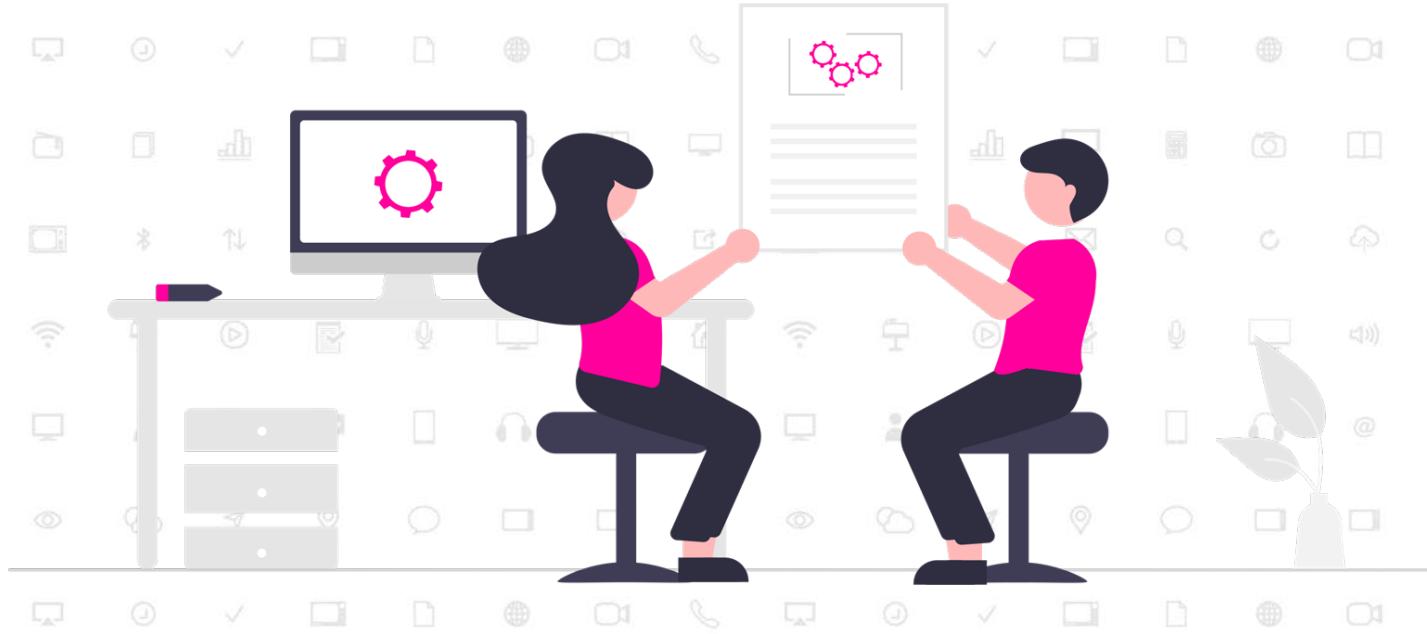
Si bien los datos marcan una falta de variedad en parrilla programática, los encuestados destacan positivas percepciones de la TV local, considerándola un aporte local y factor de inclusión con las temáticas nacionales. De igual manera, la penetración de contenidos audiovisuales gratis por plataformas de Internet, supera el consumo de canales regionales. Posiblemente es ahí donde los encuestados encuentran la variedad programática.

4. Patrones de consumo, percepciones y opiniones heterogéneas:

Los patrones de consumo, como las percepciones y opiniones de las personas difieren especialmente por edad y nivel socioeconómico. La tendencia muestra que la zona sur presenta consumo más tradicional, similar al que se aprecia en personas de mayor edad, mientras que jóvenes amplían sus canales de consumo. Dado ello, las percepciones de estos últimos tienden a ser más críticos sobre la oferta programática de los medios tradicionales. Si bien esto se replica en niveles socioeconómicos más altos, vemos también esta visión más en la zona norte.

Ficha

metodológica



Ficha metodológica

Población Objetivo:

Personas de **16 años y más**, chilenas o residentes en Chile, que habitan en viviendas particulares ocupadas localizadas **en zonas urbanas de las dieciséis regiones** de Chile.

Diseño muestral:

De áreas **probabilístico, estratificado geográficamente y multietápico**. (1) etapa: comunas, (2) etapa: manzanas o entidades rurales, (3) etapa: viviendas, y (4) etapa: personas.

Modo de aplicación:

- En hogares, **cara a cara**, a través de **encuestador**.

Periodo de levantamiento de datos:

- 17 de mayo a 28 de septiembre de 2021.

Tamaño muestral:

- 5.582** encuestas completas.

Ficha metodológica

Error muestral:

Error absoluto de **±1,3 a nivel nacional**,
bajo supuesto de Muestreo Aleatorio Simple
(MAS), para una proporción de 50% a nivel de
confianza de 95%

Factor de expansión:

- Calculado considerando las **probabilidades desiguales de selección**, con **ajuste explícito de no respuesta** y postestratificación por sexo, edad, macrozona y nivel educacional del encuestado.
- El factor permite que los resultados de la encuesta representen a las **13.744.440** personas mayores de 16 años en áreas urbanas de Chile.



**ENCUESTA NACIONAL
DE TELEVISIÓN**

REGIONAL

Principales resultados

1 DE DICIEMBRE 2021

DESUC
Dirección de Estudios
Sociales