

"Investigación de mercados sobre la percepción de los beneficios que esperan recibir los televidentes del barrio Villaluz con la implementación de la televisión digital en Colombia"

TALLER DE GRADO I

Presentado por:
BLANCA ROCIO OSTOS RUIZ

Tutor:
ROBERTO EDUARDO REYES LEAL



PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
BOGOTA, Noviembre de 2009

INTRODUCCION

La enseñanza de la Pontificia Universidad Javeriana en el programa de Administración de Empresas, como tema primordial es que tengamos una mentalidad emprendedora para poder demostrarlo no solo como estudiante sino como egresado, es así como nos aporta un altísimo valor profesional para poder alcanzar un nivel profesional muy alto dentro de la sociedad.

Es así como este programa nos lleva a tener un espíritu empresarial para poder arriesgarnos y alcanzar lo que queremos, además de adquirir habilidades como son las de identificar oportunidades, crear e innovar siempre para poder alcanzar nuestras metas.

TABLA DE CONTENIDO

1.1. TITULO

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1. Antecedentes

1.2.1.1. Generales

1.2.1.2. Colombia

1.2.2 Problemas Identificados

1.2.3. Formulación

1.3. JUSTIFICACION DEL PROYECTO

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. OBJETIVO GENERAL

1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1.5. MARCO CONCEPTUAL Y/O TEORICO

1.5.1. Marco Conceptual

1.5.2. Marco Teórico

1.5.3.1 Marco Metodológico

1.5.3.2 Recopilación de información

1.5.3.3 Análisis de la información

1.5.3.4 Elaboración de la encuesta

1.5.3.5 Prueba de la encuesta

1.5.3.6 Desarrollo de la encuesta

1.5.3.7 Tabulación de los resultados

1.5.3.8 Análisis de los resultados

1.5.5.9 Conclusiones

1.7. RESTRICCIONES

1.8. TABLA DE CONTENIDO PROPUESTA DEL TRABAJO FINAL

1.9. RECURSO

1.9.1. Técnico

1.9.2. Dinero

1.9.3. Ubicación

1.10. CRONOGRAMA

1.11. BIBLIOGRAFIA

1.12. ANEXOS

1. ANTEPROYECTO

1.1. TITULO:

Investigación de mercados sobre la percepción de los beneficios que esperan recibir los televidentes del barrio Villaluz con la implementación de la Televisión Digital Terrestre.

1. 2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

1.2.1 Antecedentes

1.2.1.1 Generales

La implementación de la televisión digital es un acontecimiento muy importante, el cual está llegando a todos los países del mundo de una manera innovadora y dinámica. En los últimos 20 años la televisión ha sido uno de los canales de comunicación mediante el cual se transmite actualidad y noticias de interés general.

Con este desarrollo de la tecnología de la información y la comunicación, las entidades encargadas de su regulación han desarrollado estudios del tema y han implementado este servicio en varios países.¹

En el año de 1982, se desarrolló el estándar internacional de Televisión Digital. Este estudio tuvo como fin digitalizar la señal análoga para mejorar su imagen y sonido, así como también que se pudieran ver más canales de televisión y tener posibilidades de interactuar con los televidentes².

Se habla de mejorar la imagen y el sonido, por cuanto los desarrollos tecnológicos permiten que las señales se encuentren

¹ WWW.CNTV.ORG.CO

² WIHTAKER, Jerry, DTV Handbook The Revolution in Digital Video, Third Edition New York: McGraw-Hill 2001

libres de ruido. Los sistemas utilizados hacen que el video que se observe en los televisores sea de una altísima calidad al mejorar las resoluciones de las pantallas de televisión y al mejorar los medios de grabación.³

En cuanto a tener más canales de televisión se debe a que en el mismo espacio por donde la televisión analógica transmite un canal de televisión, con la televisión digital se logrará en ese mismo espacio transmitir más programas.

Con la interactividad, los televidentes podrán tener acceso a información adicional a la que han estado acostumbrados; podrán interactuar con los contenidos, podrán participar en actividades recreativas, de concurso, o acceder a información del estado del tiempo, deportes, educación, noticias, publicidad, o información sobre procesos de pagos de impuestos, citas médicas y en fin, todo lo que los innovadores desarrollen.⁴

Adicionalmente, la Televisión Digital Terrestre permitirá a los televidentes tener acceso a internet, telefonía, video, datos y multimedia, por ahora los más conocidos.

Con los beneficios citados anteriormente, se están generando nuevos negocios en las diferentes etapas de la cadena de valor: los generadores de contenidos tendrán opciones adicionales, la industria de la televisión se renovará con los nuevos diseños de los televisores, la interactividad permitirá generar un nuevo tipo de contenidos, así como desplegar la publicidad generando ingresos por estos conceptos.

Con todo esto podemos decir que la TELEVISION DIGITAL TERRESTRE es uno de los acontecimientos más importantes en tecnología del nuevo siglo.

³ SIMONETTA, José, Televisión Digital Avanzada, 1ra edición Buenos Aires: Editorial Imagine,2002

⁴ www.cntv.org.co

Este cambio que nos espera de la televisión análoga a la digital está impactando más que lo registrado con el cambio de televisión de blanco y negro a la llegada del color.

De lo anterior se vislumbran nuevas oportunidades de negocio que permitirán dinamizar la generación de empleo para un sector que se ha visto golpeado por la recesión económica.

Colombia a su vez, está avanzando en el tema de Televisión Digital, de tal manera que le permita estar a la par con las grandes economías.

1.2.1.2. Colombia

El 13 de junio de 1954 llegó la televisión a Colombia con el General Gustavo Rojas Pinilla.

Fue a través de la entidad llamada Radiodifusora Nacional se puso en marcha el servicio de televisión pública en Colombia. Luego fue manejada por la entidad Televisora Nacional y años después, más exactamente desde 1955, por INRAVISION, ente que se convirtió en una entidad mixta debido a que prestaba servicio público y privado.⁵

En los años 1974-1979 los colombianos pudimos avanzar en tecnología y con ello llegó la televisión a color.

La Constitución de 1991 ve la necesidad que haya un ente autónomo para que regule, vigile y controle la televisión en Colombia y mediante la Ley 182 de 1995 se crea la Comisión Nacional de Televisión como un ente autónomo que viene a regular la televisión en los diferentes modelos públicos nacionales, regionales y privados.

Este Entidad elaboró un plan de implementación de la televisión digital. El Plan incluyó la conformación de un consejo asesor donde

⁵ www.cntv.org.co

confluyeron distintos ministerios, asociaciones de ingenieros, y expertos del sector de la televisión. Así mismo, incluyó el plan un análisis socioeconómico de la implementación de la TDT, la realización de pruebas técnicas, la identificación de usos, hábitos y preferencias de los televidentes así como la cooperación internacional que brindara el estándar escogido.

El estudio socioeconómico analizó la incidencia de los tres estándares más conocidos a nivel mundial sobre la economía de los hogares colombianos⁶.

A partir del mes de junio de 2006, se dio inicio de manera oficial, desde la estación de televisión denominada Calatrava, a las pruebas técnicas de los estándares más conocidos a nivel mundial (Americano – ATSC y Europeo – DVB-T), posteriormente se incluyó al estándar Japonés (ISDB-T) y finalmente se analizó el estándar Chino. Estas pruebas se iniciaron con la colaboración de los canales privados (RCN y CARACOL) a quienes la Junta Directiva de la CNTV les autorizó la utilización temporal de frecuencias de televisión en la Ciudad de Bogotá.

De manera alterna, se contrató la realización de una encuesta de los hábitos, usos y preferencias de los televidentes frente a la llegada de la TDT, donde los televidentes conocieron las ventajas de lo digital y presentaron la percepción de lo que ven y de lo que esperan recibir con la llegada de esta nueva tecnología.⁷

Luego de analizar los anteriores aspectos, sumado a la propuesta de cooperación internacional que cada estándar le presentó a la CNTV, el 28 de agosto de 2008 la Junta Directiva de la Comisión Nacional de Televisión tomó la decisión de implementar en Colombia el estándar de televisión digital terrestre desarrollado por Europa (DVB-T).

1.2.2. Problemas identificados.

⁶ www.cntv.org.co

⁷ Resultado Gran Encuesta realizado por la CNTV y Napoleón Franco

Con los antecedentes expuestos anteriormente se desprenden una serie de problemas:

A la televisión analógica se le ha asignado un espacio para transmitir su señal a través del espectro radioeléctrico (aire). Por ese espacio asignado solo puede transitar una señal de televisión (es decir un solo canal de programación). Con la televisión digital terrestre, en ese mismo espacio asignado pueden transitar más señales (es decir más canales de programación). Los televidentes que no cuentan con suscripción a un operador de cable o satelital se ven restringidos a recibir un número de canales limitado (canales públicos y privados). Al querer obtener más opciones deben solicitar la suscripción con un operador, lo que les genera un costo que en muchos de los casos no están dispuestos a asumir.

La señal de televisión que llega a los televidentes de manera radiodifundida (es decir utilizando el aire) en muchos sitios llega de manera deficiente, por varias razones: obstáculos que impiden que la señal de televisión llegue a los hogares, o si llega esta se observa con ruido y las imágenes en muchos de los casos no es la mejor.

El hecho de cambiar la tecnología de analógico a digital, genera resistencia por parte de los televidentes, al considerar que deben invertir dinero para adquirir un nuevo televisor o un decodificador que se instale en los televisores actuales.

Los distintos desarrollos tecnológicos que se presentan día a día hacen que la televisión análoga se esté quedando rezagada de otros medios como el internet, celulares, iphone, ipod, palm, y los usuarios están exigiendo obtener mayor información, de manera ágil, rápida e inmediata de lo que acontece en el mundo, adicional a la que está recibiendo.

El gobierno nacional y los distintos operadores tendrán que invertir sumas importantes de dinero para cambiar las redes analógicas en

digitales. No obstante lo anterior, no se percibe a primera vista que los televidentes estén interesados en acceder a ella a pesar de los esfuerzos en divulgación que se hacen. O esa baja aceptación se deba al poco conocimiento que perciben de las ventajas que trae consigo esta tecnología.

Los casos arriba enunciados, son el sentir general de los colombianos y es por ello que consideramos necesario adelantar una investigación de mercados con el fin de conocer que tanto saben los televidentes acerca de los beneficios que le proporcionará la Televisión Digital Terrestre.

Para ello, se realizará esta investigación tomando una muestra en el Barrio Villaluz de la ciudad de Bogotá.

Por lo anteriormente expuesto se hace necesario responder a la siguiente pregunta:

1.2.3 Formulación

¿Cuál es la percepción de los beneficios que esperan recibir de la Televisión Digital Terrestre los televidentes del Barrio Villaluz de la ciudad de Bogotá?

1.3 JUSTIFICACION DEL PROYECTO

La televisión se ha convertido en un medio de vital importancia para la sociedad. Los resultados arrojados en la Gran encuesta realizada por Napoleón Franco y la Comisión Nacional de Televisión (CNTV) en el año 2007, indican que el 67% de los colombianos ven televisión todos los días independiente del lugar en que se encuentren.⁸ Adicionalmente, el resultado de la encuesta afirma que el 99% de la población colombiana cuenta por lo menos con un televisor, superando incluso la presencia de otros electrodomésticos como por ejemplo la nevera.

⁸ www.cntv.org.co. La Gran encuesta, p. 71 (Anexo 1.1)

En la misma encuesta se refleja la importancia para la población colombiana de la televisión en su vida diaria.⁹ Esta importancia se confirma con un estudio realizado por el DANE en el año 2008 donde indagó acerca de la frecuencia de consumo de televisión en personas mayores de 12 años y cuyo resultado se presenta a continuación:

“

Colombia cabeceras municipales. Total de personas de 12 años y más que vieron televisión en la última semana por sexo según frecuencia de consumo

Frecuencia de consumo de televisión	Total		Hombre		Mujer	
	Personas	Proporción %	Personas	Proporción %	Personas	Proporción %
Total	25.084.394	100,00	11.351.493	45,25	13.732.901	54,75
c.v.e.%	0,47	0,00	0,91	0,84	0,88	0,69
Todos los días	20.426.123	81,43	9.080.636	36,20	11.345.487	45,23
c.v.e.%	0,55	0,30	1,09	1,04	1,01	0,84
Casi todos los días de la semana	2.644.528	10,54	1.272.878	5,07	1.371.651	5,47
c.v.e.%	1,75	1,75	2,47	2,48	2,36	2,36
Varias veces a la semana	1.579.043	6,29	779.550	3,11	799.493	3,19
c.v.e.%	2,42	2,28	3,48	3,41	3,30	3,19
Una vez a la semana	434.700	1,73	218.429	0,87	216.271	0,86
c.v.e.%	4,89	4,84	6,95	6,87	6,72	6,73

Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008”

Teniendo en cuenta esta gran audiencia de televisión, la CNTV ha querido contribuir a mejorar tanto la señal de televisión como los contenidos que por ella transitan, implementando nuevas tecnologías como lo es la Televisión Digital Terrestre.

Desde hace más de tres años, la CNTV ha venido analizando el tema de la implementación de la Televisión Digital Terrestre en Colombia, así como los beneficios que traerá consigo esta tecnología; ha realizado encuestas a los habitantes del país en diferentes ciudades y ha desplegado una serie de anuncios publicitarios para generar una expectativa en los televidentes.

⁹ Ibid. p. 11 (Anexo 1.2)

Se quiere con este trabajo identificar en una muestra que se realizará a los televidentes que habitan en el barrio Villaluz, si la información que han recibido por diferentes medios, acerca de la implementación de la televisión digital, ha sido clara y suficiente o si por el contrario se requiere de mayor información u otro tipo de campañas publicitarias para generar en los televidentes la conciencia de la importancia de implementar este nuevo tipo de tecnología.

El resultado de este estudio será de gran importancia para la CNTV, y para todos los integrantes de la cadena de valor del sector de televisión, entre los cuales resaltamos los operadores, los programadores y las empresas que pautan, por cuanto les servirá para medir el resultado de las labores realizadas en materia publicitaria, así como los esfuerzos que deben hacer para que los hogares colombianos se interesen por adquirir los equipos necesarios para que la televisión digital se expanda en todo el territorio colombiano.

También les servirá para identificar los modelos de negocio a fortalecer, de acuerdo con las preferencias que manifiesten los encuestados.

De igual forma, las empresas que pautan podrán hacer sus análisis respectivos implementando estrategias de mercadeo para posicionar sus productos en los diferentes hogares.

Los desarrolladores de programas de interactividad podrán tener algunos indicios de la expectativa que se está generando frente a este aspecto y los modelos de negocio que se pueden generar de acuerdo con las preferencias de los televidentes.¹⁰

Finalmente, los fabricantes y comercializadores de televisores y cajas decodificadoras podrán darse una idea de las preferencias de los televidentes a la hora de hacer inversiones para adquirir un televisor o un decodificador y así proyectar los inventarios que traerán al país para la venta.

¹⁰ www.cntv.org.co, La Gran Encuesta, p. 28

Al implementarse la TDT, los televidentes que se van a beneficiar inicialmente, son los que tienen el servicio de televisión abierta o radiodifundida, esto quiere decir que no poseen un servicio de televisión cerrada por cable o por satélite.

La ciudad de Bogotá cuenta con señal de televisión radiodifundida pública y privada en las 19 localidades.

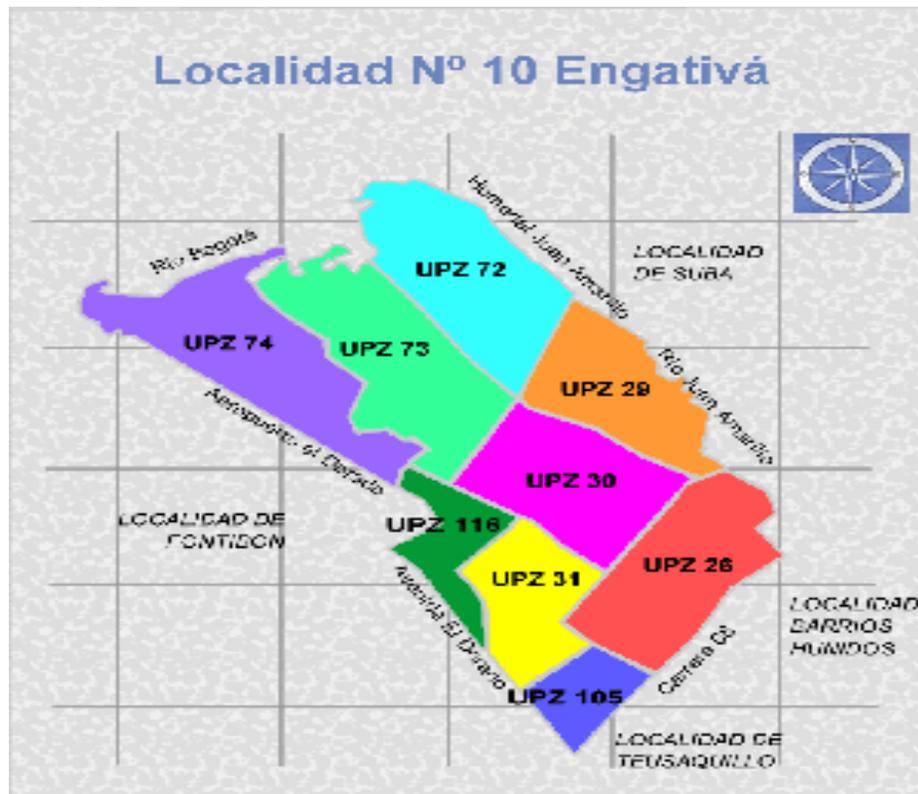
Una de esas localidades es la No. 10 Engativá, que de acuerdo a su demografía, cuenta en la actualidad con una población de 755.00 personas, según el dato de población para el año de 2005 publicado por el DANE¹¹. Esta porción corresponde al 12.3% dentro del total de los habitantes de la ciudad de Bogotá, ocupando el segundo puesto dentro de las 19 localidades.¹²

El crecimiento que se espera para el año 2009 es de 800.000 habitantes, de acuerdo con los estimativos del DANE, crecimiento importante en su población y que la sitúa como la novena en tasa de crecimiento en la capital¹³.

¹¹ www.dane.gov.co

¹² www.gobiernobogota.gov.co

¹³ www.alcaldiaengativa.gov.co



La zona de Engativá está ubicada al noroccidente de la ciudad y limita al norte con el Río Juan Amarillo, al oriente con la Avenida 68, al sur con la Avenida el Dorado y al occidente con el Río Bogotá. Entre otros barrios encontramos el de Las Ferias, Quirigua, Ciudadela Colsubsidio y Villaluz. Tiene una extensión territorial de 3.612 hectáreas.¹⁴

Engativa es una localidad densa, que cuenta con una alta proporción del estrato 3 (la primera de la ciudad).

En esta zona se encuentra el Barrio Villaluz, que para el caso de estudio que se pretende realizar, es un sector de fácil acceso con un alto índice residencial, con señal de televisión radiodifundida y con un gran número de antenas de televisión instaladas en los techos de las residencias.

¹⁴ www.dane.gov.co

Es por ello que se pretende realizar una encuesta a los televidentes del barrio Villaluz ubicados en la carrera 77 entre las calles a la 57 a la 65 para determinar cuántas casas tienen servicio de televisión abierta, que beneficios esperan de la Televisión Digital Terrestre y si cambiarían de televisor o comprarían el decodificador.

Esta Investigación de mercados trae muchos beneficios como lo son el de aplicar todos los conocimientos adquiridos durante la carrera a un trabajo real y enriquecedor, para avanzar en mi desarrollo profesional y acercarme al cumplimiento de mis proyectos futuros.

Para la Universidad, desde el punto de vista académico, por cuanto servirá de base para que otros estudiantes retomen y/o profundicen en temas de televisión.

De igual manera, servirá para la identificación de políticas públicas que debe implementar la Comisión Nacional de Televisión dentro de las estrategias de comunicación y divulgación.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo General

Elaborar una investigación de mercados para determinar la percepción que tienen los televidentes del Barrio Villaluz de la ciudad de Bogotá de los beneficios que esperan recibir de la Televisión Digital Terrestre.

1.4.2. Objetivos Específicos

1. Identificar si los televidentes del barrio Villaluz de la ciudad de Bogotá conocen o han escuchado hablar acerca de lo que es la televisión digital terrestre.

2. Identificar cuáles son los beneficios que perciben de la Televisión Digital Terrestre.
3. Evaluar si lo beneficios que esperan recibir son los que ofrece realmente la televisión digital terrestre.

1.5. MARCO CONCEPTUAL Y/O TEORICO

1.5.1. Marco Conceptual

Percepción

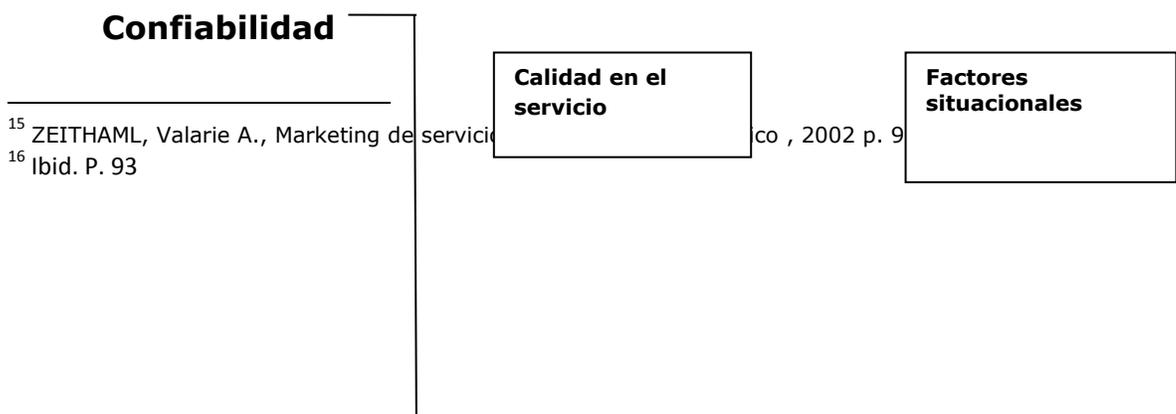
Es la interpretación de las sensaciones dándoles significados y organización, pueden ser de de actividad o del cerebro.

Se tiene en cuenta que las percepciones siempre son consideradas con las expectativas, lo anterior, teniendo en cuenta que las expectativas son dinámicas y giran alrededor de la calidad y de la satisfacción de las personas, es por esto que muchas compañías ahora tienen en cuenta estos aspectos para poder competir con eficiencia.

Es bien importante resaltar que la Satisfacción se aprecia como un concepto más amplio e importante y el servicio de la calidad se centra en las dimensiones del servicio.¹⁵

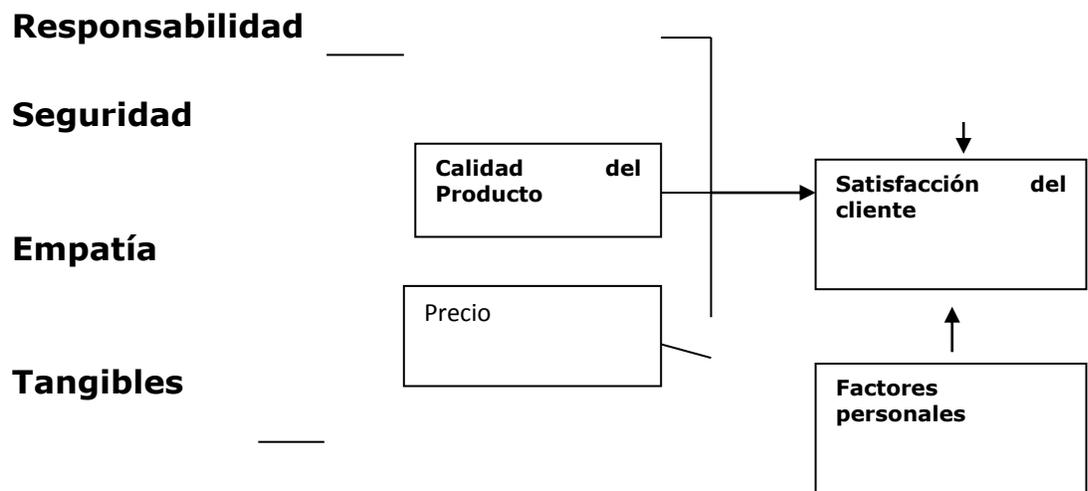
Es por esto que se dice que la percepción de la calidad en el servicio es un componente de la satisfacción del cliente. Ahora bien sabiendo esto se puede afirmar que en una evaluación dirigida las percepciones que se tienen en cuenta de un cliente son: confiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía y tangibles.¹⁶

Confiabilidad



¹⁵ ZEITHAML, Valarie A., Marketing de servicios, Thomson, 2002 p. 9

¹⁶ Ibid. P. 93



Percepción de la calidad y satisfacción del cliente.

Emociones de los clientes

Podemos decir que los clientes se pueden ver afectadas sus percepciones de satisfacción sobre los productos y servicios por sus emociones. Están relacionadas con el estado de ánimo o como ha sido su vida, dependiendo como se encuentre la persona en ese momento si está alegre o triste o de mal humor, así mismo se tendrá el resultado.¹⁷

En las percepciones del cliente interno y el cliente externo, se puede confirmar que independiente de si es interno o externo, la evaluación es semejante.

Cliente Externo: Se entiende como las personas o negocios que compran bienes y/o servicios a una organización.¹⁸

Cliente Interno: son los empelados de una organización.¹⁹

Se puede decir entonces que el servicio es una cuestión de percepciones y se debe tener claro que debemos investigar cual es la percepción del cliente interno y el externo.²⁰

¹⁷ Ibid. P 96

¹⁸ ZEITHAML, Valarie A., Marketing de servicios Ed. MacGrawhill, Mexico , 2002 p. 92

¹⁹ Ibid. P. 93

Las percepciones de equidad y de justicia se ven influidas en un cliente teniendo en cuenta como fue el trato hacia él, como fue la atención y siempre el cliente buscará un mejor servicio, una mejor calidad y un mejor precio.

Expectativas del Cliente

Para poder obtener buenos resultados debemos tener en cuenta que esperan los clientes acerca de un servicio o de un bien y es así como con una Investigación de Mercados se puede lograr a llegar a este objetivo.

Es así como ahora las compañías de servicios están realizando un sin número de investigación de mercados para poder desarrollar un producto o servicio²¹

En una investigación de mercados se debe centrar en características especiales, en saber que esperan, que piensan y que debería ser un producto o servicio para su utilización.

Los objetivos de una Investigación de mercado son:

“

- Identificar a los clientes
- Descubrir los requerimientos o expectativas del cliente acerca del servicio
- Supervisar y dar seguimiento al desempeño del servicio
- Valorar el desempeño general
- Evaluar las brechas que existen entre las expectativas y las percepciones del cliente
- Calibrar la efectividad de los cambios en la prestación del servicio
- Valorar el desempeño de los individuos y de los equipos de trabajo

²⁰ MAZO MEJIA, Ivan, Hablemos Claro sobre Servicio, Ivan Mazo Mejia,2003

²¹ ZEITHAML, Valarie A., Marketing de servicios Ed. MacGrawhill, Mexico , 2002 p. 135

- Determinar las expectativas de los clientes
- Vigilar los cambios de las expectativas
- Pronosticar las expectativas²²

Esta investigación debe vigilar y hacer seguimiento de cómo se presta el servicio. Además las expectativas pueden ser puntos de referencia para los clientes.

Televisión

La palabra televisión se compone de un híbrido de la voz griega "Tele" (distancia) y la latina "Visio" (visión). El Término televisión se refiere a todos los aspectos de transmisión y programación de televisión. A veces se abrevia como "TV".

Televisor

Es un aparato electrónico destinado a la recepción y reproducción de señales de televisión.

Televisión análoga terrestre

Consiste en la radiodifusión unilateral de programas de televisión destinados a ser recibidos por el público en general a partir de una estación ubicada en la tierra.

Televisión radiodifundida. Es aquella en la que la señal de televisión llega al usuario desde la estación transmisora por medio del espectro radioeléctrico.²³

Televisión cableada

Es aquella en la que la señal de televisión llega al usuario a través de un medio físico de distribución destinado exclusivamente a esta

²² ZEITHAML, Valarie A., Marketing de servicios Ed. MacGrawhill, Mexico , 2002 p. 136

²³ www.cntv.org.co

transmisión, o compartido para la prestación de otros servicios de telecomunicaciones de conformidad con las respectivas concesiones y las normas especiales que regulan la materia.²⁴

Televisión satelital

Es aquella en la que la señal de televisión llega al usuario desde un satélite de distribución directa.²⁵

Televisión abierta

Es aquella en la que la señal puede ser recibida libremente por cualquier persona ubicada en el área de servicio de la estación.²⁶

Televisión por suscripción

Es aquella en la que la señal, independientemente de la tecnología de transmisión es destinada a ser recibida únicamente por personas autorizadas para la recepción.²⁷

Televisión nacional de operación pública

Se refiere a las señales de televisión operadas por una entidad pública, autorizadas para cubrir todo el territorio nacional.²⁸

Televisión nacional de operación privada

Es aquella autorizada como alternativa privada y abierta al público para cubrir de manera permanente las necesidades del servicio y la prestación eficiente y competitiva del mismo en todo el territorio nacional.²⁹

Conversor /Decodificador

²⁴ Ibid.

²⁵ Ibid

²⁶ Ibid

²⁷ www.cntv.org.co

²⁸ Ibid

Es un dispositivo que convierte una señal de video compuesta a una señal digital.

Comisión Nacional de Televisión –CNTV

Los artículos 76 y 77 de la Constitución Política de Colombia indican que debe existir un ente autónomo que vigile, regule y controle el espectro electromagnético.

Posteriormente⁴, en los artículos 3 y 4 de la Ley 182 de 1995, se creó el ente Autónomo llamado COMISION NACIONAL DE TELEVISION, *“cuyo objetivo General es el de garantizar los derechos de los televidentes y usuarios, promover audiencias críticas bajo esquemas participativos, dirigir la incorporación exitosa de la televisión colombiana en la era digital (TDT) y de la IPTV e impulsar un servicio público de televisión comprometido con el desarrollo del Estado Social de Derecho, la libertad, la paz, la equidad social y el reconocimiento de la diversidad”*.³⁰

Decodificador (Set Top Box)

“Un decodificador o descodificador es un circuito combinacional, cuya función es inversa a la del codificador, esto es, convierte un código binario de entrada (natural, BCD, etc.) de N bits de entrada y M líneas de salida (N puede ser cualquier entero y M es un entero menor o igual a 2^N), tales que cada línea de salida será activada para una sola de las combinaciones posibles de entrada. Estos circuitos, normalmente, se suelen encontrar como decodificador / demultiplexor. Esto es debido a que un demultiplexor puede comportarse como un decodificador”³¹.

²⁹ Ibid

³⁰ www.cntv.org.co

³¹ wikipedia

Televisión digital terrestre

Es la transmisión de imágenes en movimiento y su sonido asociado (televisión) mediante una señal digital (codificación binaria) y a través de una red de repetidores terrestres.

Broadcasters

Es un término inglés que designa generalmente la emisión de señales de radio y televisión para uso público generalizado o muy amplio. No existe un término español de uso generalizado que permita traducir esta expresión y aunque a veces se usa *radiodifusión* esta palabra está asociada generalmente a las emisiones de radio; y por otra parte el *broadcasting* puede hacerse por medios técnicos distintos a las radiofrecuencias, como por ejemplo Internet o cable.

Espectro Radioeléctrico

Conjunto de ondas electromagnéticas, cuya frecuencia se fija convencionalmente por debajo de 3 000 GHz, que se propagan por el espacio sin guía artificial". Según definición del Reglamento de Radiocomunicaciones de la Unión Internacional de Telecomunicaciones UIT. (...) Por espectro radioeléctrico, la Unión Internacional de Radiocomunicaciones (U.I.T.) define las frecuencias del espectro electromagnético usadas para los servicios de difusión, servicios móviles, de policía, bomberos, radioastronomía, meteorología y fijos."³²

Estándar de Televisión Digital Europeo DVB-T

En Europa se conformó un grupo denominado DVB (Digital Video Broadcasting). Este grupo está conformado por más de 300 miembros entre fabricantes y Broadcaster de más de 30 países, quienes han desarrollado más de 50 estándares para distintas

³² www.cntv.org.co

aplicaciones entre los cuales figura lo relacionado a televisión para sistemas digitales de satélite, cable, televisión terrestre, redes de microondas, ATM y otras aplicaciones³³.

Cuando el estándar se refiere a sistemas de satélite se agrega a las siglas DVB la letra "S", cuando se refiere a sistemas de cable se agrega la letra "C" y cuando se refiere a sistemas de televisión terrestre utilizando el espectro radioeléctrico se agrega la letra "T".

1.5.2. Marco Teórico

La televisión es un sistema para la transmisión y recepción de imágenes en movimiento y sonido a distancia. Esta transmisión puede ser efectuada mediante ondas de radio o redes especializadas de televisión por cable.

La televisión está clasificada en la normatividad vigente para Colombia³⁴ en función de la tecnología de transmisión como televisión radiodifundida, televisión cableada y televisión satelital.

Adicionalmente, la ley clasifica la televisión en función de los usuarios como televisión abierta y televisión por suscripción.

De igual manera, la televisión se clasifica de acuerdo al nivel de cubrimiento territorial como televisión nacional de operación pública o privada.

Para televisión radiodifundida en la actualidad Colombia cuenta con un operador público nacional que es Radio Televisión Nacional de Colombia RTVC, con dos operadores nacionales privados: RCN Televisión SA y CARACOL Televisión SA, con ocho canales regionales: Teleantioquia, Telecaribe, Telepacífico, Canal Capital, Teveandina, Teleislas, Televisión Regional de Oriente y Telecafé,

³³Simoneta, José, Televisión Digital Avanzada, Ed. H.A.S.A, Buenos Aires, Ar, 2002

con un canal local con ánimo de lucro (Citytv) y con 46 operadores locales sin ánimo de lucro.

Para Televisión Cableada se cuenta con 52 operadores de televisión por suscripción en todo el país, siendo los más grandes Telmex, Cableunión y UNE. De igual manera se encuentran autorizados más de 685 operadores de televisión comunitaria.

Y para televisión satelital están autorizados Directv y Colombia Telecomunicaciones-Telefónica.

TELEVISIÓN RADIODIFUNDIDA ANALÓGICA

Este sistema de televisión ha sido el más usado a lo largo de la historia por cuanto su recepción es libre y no requiere ningún pago por el disfrute de los contenidos que le llegan al televisor.

Para disfrutar de las señales se debe instalar en los techos de las residencias una antena de televisión que se encuentra en el mercado con el nombre de "multibanda", la cual debe ir conectada al televisor mediante un cable apropiado para ello.

Desventajas del sistema analógico

La señal analógica presenta debilidades frente a fenómenos externos los cuales se traducen en afectación de la imagen y sonido como a continuación se señala:

- Susceptibilidad a fluctuaciones de tono
- Degradación de la señal
- Degradación de la calidad de video
- Deficiencia de cobertura
- Interferencias³⁵

³⁴ Ley 182 de 1995.

• ³⁵ SIMONETTA, José, Televisión Digital Avanzada, 1ra edición Buenos Aires: Editorial Imagine

Los investigadores en el sector de la televisión han buscado superar los anteriores y muchos más inconvenientes, logrando establecer que digitalizar la señal analógica permite tener mayor información en menos espacio y es cuando se comienza a hablar de televisión digital terrestre.

TELEVISION DIGITAL TERRESTRE

La televisión digital terrestre permitirá a cada operador emitir imágenes más fieles y sonido más nítido debido a que su formato podrá permitir que tengan mejores contenidos de información con capacidad de interactividad.³⁶

La digitalización de una señal analógica se realizará utilizando equipos (conversor analógico / digital) y otros aditamentos, para comprimir la señal, almacenarla y transportarla con un mínimo uso de recursos, proceso que aunque complejo, no degradará la calidad del video ni del audio.

Ventajas de la Televisión Digital

- **Imagen con definición de calidad o alta definición**

En el concepto de digital la imagen se verá más nítida a la imagen analógica. Las imágenes no tendrán la lluvia o parpadeo sino serán más eficientes, ya no se presentarán las rayas o márgenes negras que se presentan en la televisión analógica.

- **Mayor oferta de señales en un mismo canal**

Con esta tecnología se podrá contar con más programas en el mismo ancho de banda que ocupa un canal de televisión analógica.

• ³⁶ Ibid.

- **Mejor calidad de sonido**

El sonido será mucho más real sin interferencias, esto por el sistema que se implementará debido a que el digital es libre de ruido. El sonido utilizado es un sonido envolvente como el utilizado en los Home Theater (teatro en casa).

- **Interactividad**

Información que será incluida en los programas para permitir al televidente tener un mayor número de contenidos distintos a los que actualmente disfruta con la televisión analógica. Podrá tener acceso a internet, teléfono y multimedia.

Los cuatro estándares creados fueron el americano – ATSC, el Europeo-DVB, el Japonés-ISDB y el Chino-DMB. Cada uno de estos estándares hizo su presentación oficial en Colombia y luego de un proceso que duró más de dos años, con el acompañamiento de un Consejo Asesor³⁷, donde se analizaron aspectos técnicos, socioeconómicos, de usos y hábitos de los televidentes así como la cooperación internacional, la CNTV decidió escoger el 28 de agosto de 2008 el estándar de televisión digital Terrestre Europeo DVB-T.

ESTANDAR DE TELEVISIÓN DIGITAL EUROPEO DVB-T

Es el estándar que ha escogido la CNTV para que en un periodo no mayor a 10 años sea implementado en Colombia. Este estándar fue originalmente diseñado para un ancho de banda de 8 MHz, que es el espacio asignado en Europa para cada canal de televisión.

Fue desarrollado con el objeto de optimizar su funcionamiento en Europa, y poder hacer transmisiones en canales adyacentes,

³⁷ El Consejo Asesor que conformó la CNTV estuvo acompañado por los Ministerios de Comunicaciones, Cultura, Educación, los canales públicos, nacionales y regionales, asociaciones de ingenieros, Congreso de la República, universidades públicas y privadas, Asomedios y expertos en televisión.

situación de transmisión que no es fácil lograr en televisión analógica.

De igual manera, el estándar permite Transmisiones en pequeñas y grandes redes utilizando redes de frecuencia única. Es decir, que en el territorio nacional puedo asignar el mismo número canal a un operador de televisión.

1.5.3.1 Marco Metodológico

Se realizará un estudio de carácter descriptivo, utilizando técnicas de investigación cualitativa y cuantitativa, específicamente, encuestas, entrevistas y revisión sistemática de documentos (estudio documental).

Investigación de mercados

La investigación de mercados es el proceso de recopilación, procesamiento y análisis de la información respecto a temas específicos que se quieren analizar para la toma de decisiones³⁸.

Una investigación se hace con el fin de satisfacer necesidades del público en general, y servirá para resolver mejor una situación concreta y obtener así los elementos necesarios para luego actuar sobre éstas con un sentido más específico³⁹.

Técnicas cuantitativas del mercado

La aplicación de una investigación resulta de lo que el consumidor y los más importante conocer los aspectos cualitativos, gustos del consumidor, razones por las que prefiere un producto u otro.

³⁸ Fundamentos de Marketing, William J. Stanton, McGrawHill, 2002

Recopilación de la información

Elaboración del plan de acción que seguirá la investigación, asegura la obtención de los datos necesarios de una forma exacta, correcta y económica.

Encuesta personal

Es la realizada de manera directa y personal entre entrevistador y persona encuestada, sus desventajas son los costos y la duración. Consiste en reunir datos entrevistando a las personas, se pueden hacer persona a persona, por teléfono, por correo, o por Internet⁴⁰.

Objetivo de la encuesta

Es evaluar el ciclo del servicio de manera exhaustiva, tomando como referencia el listado de preguntas obtenido en el proceso de diseño de herramientas de medición⁴¹.

Se evidencia por ser un cuestionario elaborado, mediante el cual se evalúan unos momentos reales y que corresponden a un ciclo de servicio.⁴²

El presente trabajo de grado contemplará la realización de un estudio de mercados y para ello se iniciará con la recopilación y análisis de información, la elaboración de una encuesta y el análisis de resultados de esa encuesta.

Adicionalmente, se tendrá en cuenta la percepción del cliente, teniendo en cuenta como perciben ellos el servicio, cómo lo

³⁹ SABINO, Carlos A., El Proceso de Investigación ,Caracas 1978 P.58

⁴⁰ STANTON, William, Fundamentos del Marketing, McGraw-Hill, 2007.

⁴¹ SERNA GOMEZ, Humberto, Servicio al cliente, 3R Editores, 1999 p. 59

⁴² Ibid. p.59

valoran cuando experimentan un servicio o si se sienten satisfechos.⁴³

1.5.3.2 Recopilación de información

Se consultará la información que exista en las siguientes fuentes:

- Comisión Nacional de Televisión - CNTV⁴⁴
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones
- DANE
- Entes reguladores de Televisión Digital Terrestre

1.5.3.3 Análisis de la información

Una vez consultadas las fuentes citadas anteriormente, se procederá a realizar el análisis respectivo, el cual servirá de base para la fundamentación teórica del proyecto de grado.

1.5.3.4 Elaboración de la encuesta

Con la información recopilada y luego del análisis, se procederá a elaborar las preguntas de la encuesta.

1.5.3.5 Prueba de la encuesta

Una vez elaborada la encuesta, se realizará una prueba con el fin de realizar los ajustes respectivos y evaluar si se requiere ampliar o reducir las preguntas de la encuesta.

1.5.3.6. Desarrollo de la encuesta

Realizados los ajustes a las encuesta, se procederá a realizar la encuesta objeto del proyecto de grado.

⁴³ ZEITHAML, Valarie A., Marketing de servicios Ed. MacGrawhill, Mexico , 2002 p. 92

⁴⁴ CNTV- Comisión Nacional de Televisión

1.5.3.7 Tabulación de los resultados

Se elaborarán las tablas respectivas de tabulación de resultados.

1.5.3.8 Análisis de los resultados

Se analizarán los resultados obtenidos

1.5.3.9 Conclusiones

Se harán las conclusiones que resulten del estudio de mercados realizado.

1.6. DESARROLO DE LA INVESTIGACION

- 1.6.1 Identificar si los televidentes del barrio Villaluz de la ciudad de Bogotá conocen o han escuchado hablar acerca de lo que es la televisión digital terrestre.
- 1.6.2. Identificar cuáles son los beneficios que perciben de la Televisión Digital Terrestre.
- 1.6.3. Evaluar si lo beneficios que esperan recibir son los que ofrece realmente la televisión digital terrestre.

1.7 RESTRICCIONES

La investigación de mercados se puede afectar en su desarrollo en cuanto se dificulte obtener la información y la recopilación de los datos.

1.8. TABLA DE CONTENIDO PROPUESTA DEL TRABAJO FINAL

1.1. TITULO

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

- 1.2.1. Antecedentes
 - 1.2.1.1. Generales
 - 1.2.1.2. Colombia
- 1.2.2. Problemas Identificados
- 1.2.3. Formulación

1.3. JUSTIFICACION DEL PROYECTO

1.4. OBJETIVOS

- 1.4.1. OBJETIVO GENERAL
- 1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1.5. MARCO CONCEPTUAL Y/O TEORICO

- 1.5.1. Marco Conceptual
- 1.5.2. Marco Teórico
 - 1.5.3.1 Marco Metodológico
 - 1.5.3.2 Recopilación de información
 - 1.5.3.3 Análisis de la información
 - 1.5.3.4 Elaboración de la encuesta
 - 1.5.3.5 Prueba de la encuesta
 - 1.5.3.6 Desarrollo de la encuesta
 - 1.5.3.7 Tabulación de los resultados
 - 1.5.3.8 Análisis de los resultados
 - 1.5.3.9 Conclusiones

1.6. DESARROLLO DE LA INVESTIGACION

- 1.6.1 Identificar si los televidentes del barrio Villaluz de la ciudad de Bogotá conocen o han escuchado hablar acerca de lo que es la televisión digital terrestre.
- 1.6.4. Identificar cuáles son los beneficios que perciben de la Televisión Digital Terrestre.
- 1.6.5. Evaluar si lo beneficios que esperan recibir son los que ofrece realmente la televisión digital terrestre.

1.7. RESTRICCIONES

1.8. TABLA DE CONTENIDO PROPUESTA DEL TRABAJO FINAL

1.9. RECURSO

1.9.1. Técnico

1.9.2. Dinero

1.9.3. Ubicación

1.10. CRONOGRAMA

1.11. BIBLIOGRAFIA

1.12. ANEXOS

1.9. RECURSOS

1.9.1 Técnico

- Formularios
- Metodología : Encuesta Personal
- Diseño muestral: Muestreo no probabilístico
- Tamaño de la muestra
- Tiempo

1.9.2. Dinero

- La suma de \$5'000.000 para la elaboración de la encuesta, papelería, fotocopias, desplazamientos, refrigerios, transporte.

1.9.3. Ubicación

- En el barrio Villaluz de la ciudad de Bogotá.

1.10. CRONOGRAMA

INVESTIGACION DE MERCADOS DE LA PERCEPCIÓN QUE TIENEN LOS TELEMIEMBROS DE TELEVISION DIGITAL QUE SE IMPLEMENTARA EN COLOMBIA																													
#	ACTIVIDADES	ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1	Aspectos técnicos y metodológicos	■	■																										
	Recopilación de la información			■	■																								
	Análisis de la información					■	■	■	■																				
2	Diseño de la Encuesta									■	■	■	■																
3	Prueba de la encuesta													■	■														
	Correcciones a la encuesta														■														
4	Desarrollo de la encuesta															■	■	■	■	■	■								
5	Tabulación de la información de la encuesta																							■					
6	Análisis de la información de la encuesta																								■				
7	Conclusiones																									■	■		
8	Elaboración del trabajo escrito	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Diagrama de Gantt

1.11 BIBLIOGRAFIA

- SERNA GOMEZ, Humberto, Servicio al cliente, 3R Editores, 1999
- ZEITHAML, Valarie A., Marketing de servicios, Ed. MacGrawhill, Mexico , 2002
- MAZO MEJIA, Iván, Hablemos Claro sobre Servicio, Ideas Gráficas Ltda, 2003
- Unión Internacional de Telecomunicaciones - URT, TV Digital: Retos y Desafíos para la regulación
- Unión Internacional de Telecomunicaciones – URT, La Tv Digital en el Reino Unido
- SABINO, Carlos A., El Proceso de Investigación, Caracas 1978
- WIHTAKER, Jerry, DTV Handbook The Revolution in Digital Video, Third Edition New York: McGraw-Hill 2001
- WIHTAKER, Jerry, Video Technology News, Third Edition New York: McGraw-Hill 2001
- WIHTAKER, Jerry, Television Handbook Resource Center, Third Edition New York: McGraw-Hill 2001
- WIHTAKER, Jerry, TV Handbook Update Part, Third Edition New York: McGraw-Hill 2001
- FISCHER, Walter, Una guía práctica para la Radiodifusión Digital de Video y Audio, 2da edición Alemania, Rohde Aschwarz 2009
- SIMONETTA, José, Televisión Digital Avanzada, 1ra edición Buenos Aires: Editorial Immagine
- AL RIES y TROUT, Jac, Las 22 Leyes Inmutables del Marketing
- [En línea] www.cntv.org.co, Comisión Nacional de Televisión – CNTV, La Gran Encuesta, Bogotá, 2008

- [En línea], www.DANE.gov.co, Departamento Administrativo, Encuesta Hogares, Bogotá, 2005
- [En línea], www.mintic.gov.co, Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, Bogotá, 2009
- Fundamentos de Marketing, William J. Stanton, McGrawHill
- [En línea], www.gobiernobogota.gov.co, Alcaldía Mayor de Bogotá, Localidades en Bogotá, Bogotá, 2007
- [En línea], observatorio.dama.gov.co, departamento Técnico Administrativo del Medio Ambiente-DAMA, Bogotá

1.12 ANEXOS

- 1.12.1. Cuadro de la Expectativas frente a la televisión digital efectuado por la CNTV y Napoleón Franco, p. 71
- 1.12.2. Frecuencia de consumo de TV efectuado por la CNTV y Napoleón Franco, CNTV, P. 11
- 1.12.3. Interacción con la televisión efectuado por la CNTV y Napoleón Franco, CNTV, P. 28

***"Percepción de la calidad de la implementación de la
Televisión Digital Terrestre en Colombia en la ciudad de
Bogotá D.C."***

TALLER DE GRADO II

Presentado por: BLANCA ROCIO OSTOS RUIZ

Tutor: ROBERTO EDUARDO REYES LEAL



PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BOGOTÁ, mayo 9 de 2012

1. TÍTULO

Percepción de la calidad de la implementación de la Televisión Digital Terrestre en Colombia en la ciudad de Bogotá D.C..

2. INTRODUCCIÓN

El estudio que se va a realizar consiste en conocer si la Televisión Digital Terrestre que se está implementando en Colombia, está siendo recibida por los habitantes de la ciudad de Bogotá, así como conocer la percepción de calidad que ellos tienen frente a esta nueva tecnología.

En el desarrollo de este Taller de Grado, el primer capítulo contempla el planteamiento del problema, donde se relacionarán los antecedentes de la televisión en Colombia, los cambios tecnológicos que se han realizado y el plan de implementación de la Televisión Digital Terrestre.

Así mismo, se mostrarán los estudios realizados por la Comisión Nacional de Televisión para la escogencia e implementación del estándar de televisión y las campañas de divulgación que se han efectuado.

Teniendo en cuenta estos antecedentes se formula la pregunta de la investigación: ¿Cuál es la percepción de la calidad que recibirán los usuarios de televisión en la ciudad de Bogotá D.C., con la implementación de la Televisión Digital Terrestre?

El segundo capítulo se enuncia la justificación de la elaboración y el desarrollo de este proyecto.

En el tercer capítulo, se encuentran los objetivos y se comenzará con el objetivo principal que es determinar la percepción de calidad que esperan obtener los usuarios de televisión en la ciudad de Bogotá D.C., con la implementación de la Televisión Digital Terrestre en Colombia.

En el cuarto incluye el marco teórico y conceptual donde se trata el tema del e-marketing y de las ventajas de la televisión digital terrestre.

En el quinto capítulo se presentó la descripción del diseño, su metodología e investigación la cual está enmarcada en la investigación cualitativa principalmente, partiendo de los objetivos específicos y logrando como resultado el método de investigación aplicado.

El sexto capítulo presenta las fuentes de información y los resultados de los cuestionarios hechos como herramienta para el desarrollo de la investigación y finalmente se enuncian las conclusiones y recomendaciones sobre esta investigación.

El motivo de hacer esta investigación es conocer que percepción de calidad tienen los habitantes de la ciudad de Bogotá, sobre la implementación de la Televisión Digital Terrestre y detectar si se ha divulgado de manera oportuna y precisa esta nueva tecnología.

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

3.1.ANTECEDENTES

Para comenzar este proyecto, considero importante informar sobre la historia de la televisión en Colombia, su llegada, sus cambios de tecnología y este nuevo estándar de televisión. Es por esto que haré una breve reseña de la televisión en Colombia.

La importancia de la Televisión en Colombia es para los Colombianos una necesidad básica, es por esto que veremos cómo ha sido la campaña de la CNTV ante la población nacional acerca de la implementación de esta nueva tecnología, además conoceremos cuales son las ventajas que recibirán los habitantes de Bogotá acerca de la TDT.

Para corroborar este tema se presenta los estudios realizados por la CNTV, una entrevista al Ing. Luis Eduardo Peña, Subdirector Técnico y de Operaciones, y entrevistas a habitantes de la ciudad de Bogotá del Barrio Villaluz.

Con esta información es posible detectar si las campañas realizadas por la CNTV para que los habitantes de la ciudad de Bogotá conozcan sobre la implementación de la Televisión Digital Terrestre, han sido satisfactorias y conocer lo que esperan de esta nueva tecnología en cuanto a la transformación que tendrá la televisión.

Es por esta razón que me motivó hacer esta investigación, debido a que vemos como día a día la tecnología en cuanto a televisión se viene desarrollando en el mundo entero y debemos aprovecharla como una oportunidad de negocio y como un desarrollo para el país.

3.1.1. La Televisión en Colombia

Es el 13 de junio de 1954 cuando llegó la televisión a Colombia con el entonces Presidente de Colombia el General Gustavo Rojas Pinilla.

Fue a través de la entidad llamada Radiodifusora Nacional que se puso en marcha el servicio de televisión pública en Colombia, administrada y regulada por la entidad Televisora Nacional y años después, más exactamente desde 1955, por INRAVISION, ente que se convirtió en una entidad mixta debido a que prestaba servicio público y privado.

En los años 1974-1979 los colombianos pudieron avanzar en tecnología y con ello llegó la televisión a color para todos los colombianos.

Es así, como la Constitución de 1991 ve la necesidad que haya un ente autónomo para que regule, vigile y controle la televisión en Colombia y mediante la Ley 182 de 1995 se crea la Comisión Nacional de Televisión como un ente autónomo que viene a regular la televisión en los diferentes modelos públicos nacionales, regionales y privados.

3.1.2. Creación de la Comisión Nacional de Televisión - CNTV

⁴⁵La Comisión Nacional de Televisión (CNTV) es un organismo de derecho público con personería jurídica, autonomía administrativa, patrimonial y técnica, sujeto a un régimen legal propio, para desarrollar y ejecutar los planes y programas del estado en el servicio público de televisión, así como también dirigir la política que en materia de televisión determine la ley, sin menoscabo de las libertades consagradas en la Constitución Nacional (Art 76 y 77).

La Comisión Nacional de Televisión es la entidad del Estado que en materia de televisión, planea, dirige y desarrolla las políticas; regula el servicio; gestiona el uso del espectro electromagnético; garantiza los derechos de televidentes y usuarios y los fines y principios del servicio, y promueve la competencia y la eficiencia en el sector.

⁴⁵ www.cntv.org.co

La Comisión Nacional de Televisión será reconocida como la entidad del Estado que impulsa el uso consciente y responsable de la televisión y sus contenidos, el acceso universal, el desarrollo tecnológico y la calidad del servicio público de televisión, garantiza los derechos de los televidentes y usuarios y propicia la dinámica del mercado y el desarrollo de la industria con responsabilidad social.

En concordancia con el mandato de los Artículos 76 y 77 de la Constitución Nacional y con los Artículos 3 y 4 de la Ley 182 de 1995, el objetivo general del Plan Estratégico es garantizar los derechos de televidentes y usuarios, promover audiencias críticas bajo esquemas participativos, dirigir la incorporación exitosa de la televisión colombiana en la era digital (TDT) y de la IpTV e impulsar un servicio público de televisión comprometido con el desarrollo del Estado Social de Derecho, la libertad, la paz, la equidad social y el reconocimiento de la diversidad.

La CNTV ha desarrollado varios estudios a nivel internacional para traer la mejor tecnología de Televisión Digital Terrestre para el país.

La CNTV, conformó para determinar la necesidad un Consejo Asesor, el cual se encargará de proponer el estándar tecnológico apropiado y adecuado para las necesidades de este país, así como también un Comité Técnico que será el encargado de promover y desarrollar los estudios respectivos y someterlos a consideración de dicho Consejo Asesor, con el fin de dar el mejor soporte técnico y económico sobre los pros, contras, impactos, acciones a seguir, entre otras, para la toma de decisiones frente a la escogencia del estándar de TDT en Colombia.

Realizó el estudio y presentación de cuatro estándares para poder escoger el mejor sistema de TDT en el mundo para traerlo a Colombia, después de ese estudio juicioso se escogió el estándar europeo.

También se revisaron estudios como el Futuro de la Televisión Digital Terrestre en Colombia: Avances, retos y desafíos en Colombia (CNTV), así como también se

verificó los resultados de la Gran Encuesta, realizada por la CNTV a nivel nacional sobre la TDT.

A nivel nacional se realizaron Foros mediante los cuales se expusieron los motivos que llevaron a escoger dicho formato para la TDT en Colombia.

Televisión Análoga

Desde la llegada de la Televisión en Colombia su estándar es analógica que es el método tradicional, por el cual se realiza la transmisión y se sintonizan las señales de televisión, ya sea de forma radiodifundida o por cable según sea el caso o como sea suministrado al televidente final.

Para lograr esta transmisión y la mejor recepción de los contenidos con la televisión analógica, se usa en nuestro país la tecnología NTSC (National Television System Committee) entidad creada en Estados Unidos y que permite sintonizar de manera correcta las transmisiones realizadas por los diferentes operadores autorizados por la Comisión Nacional de Televisión.

Televisión Digital Terrestre

La televisión digital terrestre TDT, es la tecnología que se implementará en el país, una tecnología para la transmisión y recepción de contenidos de televisión digital que reemplazará la televisión analógica actual y se emitirá a través del satélite.

En este estándar de Televisión Digital Terrestre, se podrá ver que los contenidos, la imagen y el sonido a parte de los otros servicios que prestará vendrán en como un solo servicio de manera digital, lo que hace que sea más eficiente y de diversidad.

Ventajas de TDT

Como ventajas importantes que presenta este nuevo estándar de televisión digital terrestre son las siguientes:

Multicanalidad: Con este nuevo servicio se podrá obtener en la misma pantalla que actualmente se transmite, varios contenidos, lo que hará más atractivo este servicio de televisión, ya que no solo se podrá ver un canal sino múltiples canales con diversidad de información.

Interactividad: Todos los operadores de televisión autorizados por la Comisión Nacional de Televisión, podrán ingresar en la programación habitual aplicaciones para que el televidente pueda interactuar con los contenidos, ya no solo será un espectador que tenga que ver lo que le ofrecen sino podrá elegir y escoger que ver.

Movilidad: En cuanto a la movilidad la señal de Televisión Digital Terrestre, se podrá obtener por medio de receptores en movimiento, lo que generará que sea más atractivo y poder contar con este servicio en cualquier lugar del país.

Mejor imagen: Lo más importante y lo que espera el televidente con esta nueva implementación de Televisión Digital Terrestre, es la calidad de la imagen, debido a que será de transmisión de alta definición (HD).

Mejor sonido: Otro aspecto bien importante es la calidad del sonido que en este momento es monofónico y también el estereofónico, pero llegará con la mejor calidad en sonido el cual será envolvente.

Una de las causas para que el estándar de la televisión actual cambie al de televisión digital terrestre, es porque no se puede quedar atrás este tipo de tecnología, debido a que los fabricantes de televisión están cambiando la tecnología y ofreciendo a las personas televisores con este servicio.

Es por esta razón que se debe aprovechar de estas ventajas que también se están extendiendo a los demás equipos electrónicos en el mundo.

Con este cambio se hará más eficiente el uso del espectro radioeléctrico, y por ende que se tengan más canales con mayores y mejores contenidos para que todos los colombianos puedan disfrutar de una mejor televisión.

La definición que todos los prestadores de televisión ofrecerán es de alta definición, y esto dependerá de los equipos actualizados y de las políticas que cada operador pueda ofrecer al televidente, siempre con la vigilancia de los entes de gobierno establecidos para este servicio.

Es por esto que los operadores de televisión de las modalidades de suscripción por cable o satelital y asociaciones de televisión comunitaria, continuaran prestando el servicio tal y como lo están haciendo, lo que cambia es que esta señal vendrá por vía aérea.

Los usuarios del servicio de televisión por suscripción, por cable o satelital, o de televisión comunitaria podrán ver los canales de la TDT en la medida que se instalan las estaciones y en las cuales cada operador implemente esta tecnología y sean incluidos en las parrillas de los canales ofrecidos al televidente.

Para poder obtener este servicio el usuario, asociado o suscriptor, deberá comprar un decodificador adicional y una antena para que pueda tomar la señal y disfrutar de este estándar de Televisión Digital Terrestre.

Teniendo como base la implementación de la televisión digital en Colombia, y como está llegando a todos los países del mundo de una manera innovadora y dinámica, contaré como ha sido la evolución de la televisión en Colombia, sus inicios, sus desarrollos y la implementación de la televisión digital terrestre.

En los últimos 20 años la televisión ha sido uno de los canales de comunicación mediante el cual se transmite información de interés general para la población.

Con este desarrollo de la tecnología de la información y la comunicación, las entidades encargadas de su regulación han desarrollado estudios del tema y han implementado este servicio en varios países.⁴⁶

En el año de 1982, se desarrolló el estándar internacional de Televisión Digital. Este estudio tuvo como fin digitalizar la señal análoga para mejorar su imagen y sonido, así como también que se pudieran ver más canales de televisión y tener posibilidades de interactuar con los televidentes⁴⁷.

Se habla de mejorar la imagen y el sonido, por cuanto los desarrollos tecnológicos permiten que las señales se encuentren libres de ruido. Los sistemas utilizados hacen que el video que se observe en los televisores sea de una altísima calidad al mejorar las resoluciones de las pantallas de televisión y al mejorar los medios de grabación.⁴⁸

En cuanto a tener más canales de televisión se debe a que en el mismo espacio por donde la televisión analógica transmite un canal de televisión, con la televisión digital se logrará en ese mismo espacio transmitir más programas.

⁴⁶ WWW.CNTV.ORG.CO

⁴⁷ WIHTAKER, Jerry, DTV Handbook The Revolution in Digital Video, Third Edition New York: McGraw-Hill 2001

⁴⁸ SIMONETTA, José, Televisión Digital Avanzada, 1ra edición Buenos Aires: Editorial Imagine, 2002

Es con esta interactividad, que los televidentes podrán tener acceso a la mejor información adicional a la que están disfrutando en este momento, podrán interactuar con cada contenido ofrecido por el operador de televisión, así como participar en actividades recreativas, de concursos, a información, económica, política de estado del tiempo, de publicidad de pagos, citas médicas, en fin todo lo que los operadores pongan al servicio del televidente.

Adicionalmente, la Televisión Digital Terrestre permitirá a los televidentes tener acceso a internet, telefonía, video, datos y multimedia, por ahora los más conocidos.

Colombia a su vez, está avanzando en el tema de Televisión Digital, de tal manera que le permita estar a la par con las grandes economías.

La CNTV, elaboró un plan de implementación de la televisión digital, como inicio incluyó la conformación de un consejo asesor donde confluyeron distintos ministerios, asociaciones de ingenieros, y expertos del sector de la televisión. Así como también incluyó el plan un análisis socioeconómico de la implementación de la TDT, efectuó la realización de pruebas técnicas, como su identificación de usos, los hábitos y las preferencias de los televidentes así como la cooperación internacional que brindara el estándar escogido.

En estos estudios socioeconómicos la CNTV analizó como podría intervenir cada uno de los tres estándares más conocidos a nivel mundial sobre la economía de los hogares colombianos.

Fue a partir del mes de junio de 2006, cuando se dio inicio de manera oficial, desde la estación de televisión denominada Calatrava, a las pruebas técnicas de los estándares más conocidos a nivel mundial (Americano – ATSC y Europeo – DVB-T), posteriormente se incluyó al estándar Japonés (ISDB-T) y finalmente se

analizó el estándar Chino. Estas pruebas se iniciaron con la colaboración de los canales privados (RCN y CARACOL) a quienes la Junta Directiva de la CNTV les autorizó la utilización temporal de frecuencias de televisión en la Ciudad de Bogotá.

De manera alterna, se contrató la realización de una encuesta de los hábitos, usos y preferencias de los televidentes frente a la llegada de la TDT, donde los televidentes conocieron las ventajas de lo digital y presentaron la percepción de lo que ven y de lo que esperan recibir con la llegada de esta nueva tecnología.⁴⁹

Luego de analizar los anteriores aspectos, sumado a la propuesta de cooperación internacional que cada estándar le presentó a la CNTV, el 28 de agosto de 2008 la Junta Directiva de la Comisión Nacional de Televisión tomó la decisión de implementar en Colombia el estándar de televisión digital terrestre desarrollado por Europa (DVB-T).

Los resultados arrojados en la Gran encuesta realizada por Napoleón Franco y la Comisión Nacional de Televisión (CNTV) en el año 2007, indican que el 67% de los colombianos ven televisión todos los días independiente del lugar en que se encuentren.⁵⁰ Adicionalmente, el resultado de la encuesta afirma que el 99% de la población colombiana cuenta por lo menos con un televisor, superando incluso la presencia de otros electrodomésticos como por ejemplo la nevera.

En la misma encuesta se refleja la importancia para la población colombiana de la televisión en su vida diaria.⁵¹ Esta importancia se confirma con un estudio realizado por el DANE en el año 2008 donde indagó acerca de la frecuencia de consumo de televisión en personas mayores de 12 años y cuyo resultado se presenta a continuación:

⁴⁹www.cntv.org.co - Resultado Gran Encuesta realizado por la CNTV y Napoleón Franco

⁵⁰www.cntv.org.co. La Gran encuesta, p. 71(Anexo 1.1)

“Colombia cabeceras municipales. Total de personas de 12 años y más que vieron televisión en la última semana por sexo según frecuencia de consumo

Frecuencia de consumo de televisión	Total		Hombre		Mujer	
	Personas	Proporción %	Personas	Proporción %	Personas	Proporción %
Total	25.084.394	100,00	11.351.493	45,25	13.732.901	54,75
c.v.e.%	0,47	0,00	0,91	0,84	0,88	0,69
Todos los días	20.426.123	81,43	9.080.636	36,20	11.345.487	45,23
c.v.e.%	0,55	0,30	1,09	1,04	1,01	0,84
Casi todos los días de la semana	2.644.528	10,54	1.272.878	5,07	1.371.651	5,47
c.v.e.%	1,75	1,75	2,47	2,48	2,36	2,36
Varias veces a la semana	1.579.043	6,29	779.550	3,11	799.493	3,19
c.v.e.%	2,42	2,28	3,48	3,41	3,30	3,19
Una vez a la	434.700	1,73	218.429	0,87	216.271	0,86

⁵¹Ibid. p. J

semana						
c.v.e.%	4,89	4,84	6,95	6,87	6,72	6,73

Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008”

Teniendo en cuenta esta gran audiencia de televisión, la CNTV ha querido contribuir a mejorar tanto la señal de televisión como los contenidos que por ella transitan, implementando nuevas tecnologías como lo es la Televisión Digital Terrestre.

Desde hace más de tres años, la CNTV ha venido analizando el tema de la implementación de la Televisión Digital Terrestre en Colombia, así como los beneficios que traerá consigo esta tecnología; ha realizado encuestas a los habitantes del país en diferentes ciudades y ha desplegado una serie de anuncios publicitarios para generar una expectativa en los televidentes.

Se quiere con este trabajo identificar en una muestreo no pro balístico por criterio y un muestreo cualitativo descriptivo con técnicas de teoría fundada, si la información que han recibido por diferentes medios, acerca de la implementación de la televisión digital, ha sido clara y suficiente y si es realmente lo que están recibiendo en cada uno de sus hogares.

El resultado de este estudio será de gran importancia para la CNTV, y para todos los integrantes de la cadena de valor del sector de televisión, entre los cuales resaltamos los operadores, los programadores y las empresas que pautan, por cuanto les servirá para medir el resultado de las labores realizadas en materia publicitaria, así como los esfuerzos que deben hacer para que los hogares colombianos se interesen por adquirir los equipos necesarios para que la televisión digital se expanda en todo el territorio colombiano.

También les servirá para identificar los modelos de negocio a fortalecer, de acuerdo con las preferencias que manifiesten los encuestados.

De igual forma, las empresas que pautan podrán hacer sus análisis respectivos implementando estrategias de mercadeo para posicionar sus productos en los diferentes hogares.

Los desarrolladores de programas de interactividad podrán tener algunos indicios de la expectativa que se está generando frente a este aspecto y los modelos de negocio que se pueden generar de acuerdo con las preferencias de los televidentes.⁵²

Problemas identificados.

Con los antecedentes expuestos anteriormente se desprenden una serie de problemas, como son:

A la televisión analógica se le ha asignado un espacio para transmitir su señal a través del espectro radioeléctrico (aire). Por ese espacio asignado solo puede transitar una señal de televisión (es decir un solo canal de programación). Con la televisión digital terrestre, en ese mismo espacio asignado pueden transitar más señales (es decir más canales de programación). Los televidentes que no cuentan con suscripción a un operador de cable o satelital se ven restringidos a recibir un número de canales limitado (canales públicos y privados). Al querer obtener más opciones deben solicitar la suscripción con un operador, lo que les genera un costo que en muchos de los casos no están dispuestos a asumir.

La señal de televisión que llega a los televidentes de manera radiodifundida (es decir utilizando el aire) en muchos sitios llega de manera deficiente, por varias razones: obstáculos que impiden que la señal de televisión llegue a los hogares, o si llega esta se observa con ruido y las imágenes en muchos de los casos no es la mejor.

El hecho de cambiar la tecnología de analógico a digital, genera resistencia por parte de los televidentes, al considerar que deben invertir dinero para adquirir un nuevo televisor o un decodificador que se instale en los televisores actuales.

Los distintos desarrollos tecnológicos que se presentan día a día hacen que la televisión analógica se esté quedando rezagada de otros medios como el internet, celulares, iphone, ipod, palm, y los usuarios están exigiendo obtener mayor información, de manera ágil, rápida e inmediata de lo que acontece en el mundo, adicional a la que está recibiendo.

El gobierno nacional y los distintos operadores tendrán que invertir sumas importantes de dinero para cambiar las redes analógicas en digitales. No obstante lo anterior, no se percibe a primera vista que los televidentes estén interesados en acceder a ella a pesar de los esfuerzos en divulgación que se hacen. O esa baja aceptación se deba al poco conocimiento que perciben de las ventajas que trae consigo esta tecnología.

Los casos arriba enunciados, se basan en la Gran encuesta que se hizo a través de la Comisión Nacional de Televisión sobre la televisión en Colombia a nivel nacional y es por ello que consideramos necesario adelantar una investigación de mercados con el fin de conocer que tanto saben los televidentes acerca de los beneficios que le proporcionará la Televisión Digital Terrestre.

Para ello, se realizará entrevistas a funcionarios expertos de la Comisión Nacional de Televisión con un muestreo cualitativo descriptivo con técnicas de teorías fundadas y posteriormente un muestreo proba lístico por criterio a ciudadanos de la ciudad de Bogotá sobre la Televisión Digital Terrestre.

Por lo anteriormente expuesto se hace necesario responder a la siguiente pregunta:

⁵² www.cntv.org.co, La Gran Encuesta, p. 28

¿Cuál es la percepción de la calidad de los beneficios que están recibiendo los televidentes de la ciudad de Bogotá con la Televisión Digital Terrestre?

3.2. FORMULACION DEL PROBLEMA

Debido a la implementación de esta nueva tecnología de Televisión Digital Terrestre en Colombia podremos entender las ventajas que ofrece esta tecnología y poder conocer como ha sido su divulgación para que los colombianos conozcan de manera directa que es la TDT.

Es por esta razón que este estudio busca determinar si los habitantes de la ciudad de Bogotá, saben que es la TDT y si están lo suficientemente informados de cuáles serán sus ventajas y servicios en cuanto se implemente en el país esta tecnología y más específicamente en la ciudad de Bogotá.

Este estudio tendrá un enfoque de mercados, sin abordar estudios administrativos, jurídicos, financieros, técnicos y operativos.

Debido al crecimiento de usuarios y de la inversión que están haciendo las empresas prestadoras de las diferentes modalidades televisión y por supuesto de la CNTV, hacen posible que esta implementación sea un desarrollo importante para la televisión en Colombia.

Para que haya un beneficio mutuo tanto para usuarios de televisión, de los prestadores de televisión en Colombia y para la CNTV, se puede optar por las ventajas que ofrecen estos contenidos, sus beneficios por ejemplo la multicanalidad, la imagen y el sonido.

Por lo anterior, esta investigación plantea la siguiente pregunta:

¿Cuál es la percepción de la calidad en la implementación de la Televisión Digital Terrestre en Colombia en la ciudad de Bogotá D.C.?

4. JUSTIFICACION DEL PROYECTO

4.1 JUSTIFICACION EMPRESARIAL

Esta investigación se realiza para establecer si la percepción de calidad de la implementación de la Televisión Digital en Colombia, corresponde a lo divulgado por la Comisión Nacional de Televisión, así mismo, si los beneficios que la Comisión Nacional de televisión ha informado acerca de esta nueva tecnología que se está desarrollando en la televisión colombiana ha sido eficiente y oportuna.

Se tendrá en cuenta los estudios realizados por la Comisión Nacional de Televisión, la Gran encuesta realizada por la CNTV a la población colombiana, los estudios realizados por el DANE, la entrevista realizada al experto en televisión digital y las entrevistas realizadas a los habitantes de la ciudad de Bogotá.

Como ésta tecnología se está implementando en las modalidades de televisión en Colombia, se espera que esta investigación sirva para que la CNTV entidad encargada de regular la televisión se entere de una manera directa que piensan algunos ciudadanos de la ciudad de Bogotá, sobre los servicios y la calidad con la cual recibirán con esta implementación.

También se conocerá si los futuros usuarios de la televisión digital terrestre, recibirán un servicio, novedoso, innovador, de multicanalidad, de interactividad y adicionalmente novedoso.

4.2 JUSTIFICACION PERSONAL

Con este proyecto busco aplicar los conocimientos adquiridos en la carrera de administración de empresas, en cada una de las diferentes materias del área de mercadeo y poner en práctica las teorías administrativas vistas a lo largo de la carrera.

Adicionalmente, el trabajar en la Comisión Nacional de Televisión desde hace más de 9 años, me hacen conocedora del tema y aprecio de manera inmensa que los colombianos podamos tener esta nueva tecnología, la cual es de gran importancia, debido a que llegara a más hogares colombianos.

Adicionalmente, es un desarrollo social, político y económico que ayudará en gran manera a este pueblo colombiano.

Con este estudio, se conocerá de una manera directa e inmediata, lo que algunos ciudadanos de la ciudad de Bogotá D.C., del Barrio Villaluz piensan sobre la calidad que recibirán por el servicio de la Televisión Digital Terrestre, conocer los estudios realizados por la entidad reguladora de la televisión y un experto en Televisión Digital Terrestre.

5. OBJETIVOS

5.1. OBJETIVO GENERAL

Cuál es la percepción de calidad del servicio que los usuarios interpretan con la implementación de la Televisión Digital Terrestre en la ciudad de Bogotá D.C..

5.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

5.2.1. Establecer los conceptos técnicos de calidad en la prestación del servicio de televisión digital terrestre.

5.2.2. Evaluar los conceptos técnicos del experto sobre la calidad del servicio que esperan recibir los usuarios de televisión en la ciudad de Bogotá con la implementación de la TDT.

5.2.3. Describir las percepciones de los usuarios sobre calidad del servicio de televisión digital terrestre.

5.2.4. Evaluar si los conceptos técnicos de la TDT corresponden a la calidad recibida por los usuarios de televisión.

6. CONTEXTUALIZACION

Teniendo en cuenta el marco teórico presentando en el Taller de Grado I se muestra la aplicación de las teorías y modelos planteadas en el proyecto inicial para el análisis de la investigación, mostrando así los resultados obtenidos en las distintas etapas con el fin de desarrollar los objetivos específicos de este proyecto.

Se obtuvo información de la CNTV, del DANE, de la Gran Encuesta realizada a la población colombiana, estableciendo que esta nueva tecnología ha despertado una importante expectativa, por otro lado, con la Gran Encuesta realizada por la CNTV, se puede establecer la importancia de la televisión en Colombia y luego con la entrevista a los usuarios finales donde se conoció la percepción que tienen de los servicios que recibirán en un cuanto se implemente la TDT en Colombia y por último de acuerdo al marco legal se demuestra la importancia y la necesidad en el transcurrir del tiempo para los Bogotanos el tener una Televisión Digital terrestre.

7. DISEÑO METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

7.1 DISEÑO

Este proyecto se desarrollará bajo un estudio con el tipo de investigación cualitativa mediante las técnicas de entrevista a profundidad de un experto en

televisión digital terrestre y entrevistas a los usuarios finales de la televisión en Bogotá D.C. del Barrio Villaluz, además de la consulta de textos y documentos de la Comisión Nacional de Televisión, entre otros.

7.2 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Los instrumentos utilizados en esta investigación de mercados fueron:

Objetivo	Método utilizado	Fuente
Establecer los conceptos técnicos de calidad en la prestación del servicio de televisión digital terrestre	Estudios	<u>Secundarias:</u> Revistas, estudios y documentos científicos de la Comisión Nacional de Televisión y el DANE.
Evaluar los conceptos técnicos del experto sobre la calidad del servicio que esperan recibir los usuarios de televisión en la ciudad de Bogotá con la implementación de la TDT	Entrevista	Funcionario expertos en la Televisión Digital Terrestre de la Comisión Nacional de Televisión
Describir las percepciones de los usuarios sobre calidad del servicio de televisión digital terrestre.	Entrevista	Personas habitantes de la ciudad de Bogotá
Evaluar si los conceptos técnicos de la TDT corresponden a la calidad recibida por los usuarios de televisión.	Matriz Comparativa	Recolección de datos

Para este estudio se adopta el modelo de metodología de Sampieri R. Fernández, lo anterior, y teniendo en cuenta que este tipo de investigación presenta un enfoque amplio el cual puede adaptarse de una manera muy general y que ayuda a que se pueda verificar de una manera más exacta y definir cuál es la percepción de calidad que tienen algunos ciudadanos de Bogotá D.C. del Barrio Villaluz acerca de la implementación de la televisión digital terrestre en Colombia.

A continuación se relacionan los pasos de Sampiere, así:

- Definición del tipo de investigación
- Establecer las hipótesis
- Seleccionar el diseño de la investigación
- Seleccionar la muestra
- Recolectar los datos
- Analizar y presentar datos

Teniendo en cuenta esta metodología se recolectó los datos, para después poder analizarlos y presentar las conclusiones que desarrollan el logro de los objetivos, teniendo en cuenta estos pasos, se facilita el entender y comprender de una manera directa cual es la percepción que tienen algunos ciudadanos sobre la calidad que esperan de la Televisión Digital Terrestre.

Teniendo en cuenta el enfoque de la Investigación y para poder desarrollarla se ha aplicado el modelo mixto que es la integración entre los enfoques cuantitativos y cualitativos, esto porque en la entrevista se encontrará respuestas de pensamiento deductivos y también inductivos.

Según Sampieri, cuando utilizamos el enfoque cuantitativo se habla de un esquema lógico y deductivo, que en el fondo lo que se busca es formular el esquema de las preguntas de investigación y la elaboración de hipótesis, para que una vez puesta en marcha se pueda probar lo que se dice, veremos en el enfoque cualitativo que se entiende en el esquema inductivo y a su vez el resultado que es de interpretación.

Así pues, veremos cómo se obtiene de la experiencia del experto en televisión digital, con la cual mostraré en los resultados obtenidos en la entrevista, se puede también afirmar que la investigación es descriptiva y exploratoria, lo anterior, a que se está buscando descubrir ideas y apreciaciones de cada uno de los entrevistados.

Una vez terminado este paso, se analizan las respuestas, obteniendo las percepciones y las conductas dadas y así se puede identificar cuáles serían los resultados del estudio. Para poder desarrollar esta investigación el tipo de estudio que se utiliza para analizar los objetivos cualitativos, es la entrevista de profundidad, por lo tanto, no se va a realizar un estudio de mercado en toda su extensión así como tampoco se realizaran cuestionarios o encuestas.

En la entrevista se puede determinar que la información se recolecta de manera inmediata en un momento único así como lo estipula el tipo transversal, consisten en guías de preguntas generales o específicas que determinan y alcanzar el desarrollo de los objetivos.

Se diseñaron dos tipos de entrevistas para aplicarlas, una al experto en Televisión Digital Terrestre y otra a los ciudadanos de la ciudad de Bogotá. (Ver anexos 1 y 2)

En esta investigación se consultaron fuentes secundarias para poder conocer y recolectar datos que de alguna manera ayudaron a compilar parte de la información que se presenta en esta investigación, como las páginas WEB de la CNTV, MINTIC, DANE, entre otras, además estudios juicios sobre la Televisión Digital Terrestre.

ENTREVISTA

⁵³Los cuestionarios pueden ser aplicados de diversas maneras:

Por entrevista personal. En esta situación, un entrevistador aplica el cuestionario a los respondientes

ENTREVISTADOS

El entrevistador va haciéndole las preguntas al respondiente y va anotando las respuestas. Las instrucciones son para el entrevistador. Normalmente se tienen varios entrevistadores, quienes deberán estar capacitados en el arte de entrevistar y conocer a fondo el cuestionario, y no deben sesgar o influir las respuestas.

Las entrevistas personales requieren de una atmósfera apropiada. El entrevistador debe ser amable y tiene que generar confianza en el entrevistado. Cuando se trata de entrevistados del sexo masculino, mujeres simpáticas y agradables suelen resultar excelentes entrevistadores. Quien responde a una entrevista debe concentrarse en las preguntas y estar relajado. Y después de una entrevista debe prepararse un informe que indique si el sujeto se mostraba sincero, la manera como respondió, el tiempo que duró la entrevista, el lugar donde se realizó, las características del entrevistado, los contratiempos que se presentaron y la manera como se desarrolló la entrevista, así como otros aspectos que se consideren relevantes.

La elección del contexto para administrar el cuestionario deberá ser muy cuidadosa y dependerá del presupuesto de que se disponga, el tiempo de entrega de los resultados, los objetivos de la investigación y el tipo de respondientes (edad, nivel educativo, etc.).

Estas maneras de aplicar un cuestionario pueden hacerse extensivas a las escalas de actitudes, sólo que es mucho más difícil en el caso de que se administren por teléfono (pocas frases y alternativas claras de respuesta).

ANALISIS DE LA INFORMACION

Una vez efectuadas las entrevistas al experto y a los usuarios finales del servicio de televisión, se procedió a realizar el análisis respectivo, el cual servirá de base para la fundamentación teórica del proyecto de grado.

ENTREVISTA CON EL EXPERTO EN TELEVISION DIGITAL TERRESTRE.

Ing. Luis Eduardo Peña

Subdirector Técnico y de Operaciones

Comisión Nacional de Televisión

- **Para usted cuál es la definición de Televisión Digital Terrestre?**

Respuesta: La Televisión Digital en Colombia es una tecnología nueva en el país, y consiste en la transmisión de imágenes de mejor calidad en movimiento y de sonido asociado todo a través de una señal digital.

- **Cuáles son los servicios que prestará esta nueva tecnología en el país?**

Respuesta: Los servicios serán de multicanalidad, osea que tendrán en la misma pantalla más de un canal, lo cual hará que el televidente observe que pasa en más de un canal a la vez.

- **Ha sido suficiente la divulgación acerca de la implementación de la Televisión Digital Terrestre en Colombia?**

Respuesta: La entidad reguladora de la Televisión, como es la Comisión Nacional de televisión, ha realizado esfuerzos importantes para poder llevar esta información a los colombianos, realizando foros, ferias y capacitaciones a los ciudadanos colombianos.

- **Porque se escoge el estándar europeo?**

Respuesta: Se escoge debido a las similitudes que tienen el país en cuanto a tecnología y cultura y basándonos en lo social.

- **Cuando comenzará la implementación de TDT en Colombia?**

Respuesta: se espera que se implemente el 50% de esta nueva tecnología a diciembre de este año, aproximadamente.

8. FUENTES DE INFORMACION

- 8.1. COMISION NACIONAL DE TELEVISION
- 8.2. MINISTERIO DE LAS TELECOMUNICACIONES
- 8.3. DANE
- 8.4. LA GRAN ENCUESTA DE LA TELEVISION

9. RESULTADOS DE LA RECOLECCION DE INFORMACION

9.1 ANALISIS DE DOCUMENTOS TÉCNICOS

Una vez analizados los documentos recopilados en las entidades como la Comisión Nacional de Televisión, Ministerio de Comunicaciones y tecnologías, DANE, entre otros, podemos observar que en Colombia y a través de estas entidades vemos como se ha dado la mayor importancia para que este estándar de televisión sea implementado en Colombia, pensado en la parte social, de tecnología, de formación, para poder así desarrollarnos como país e ir a la vanguardia de un sistema que es una de las fuentes de información más poderosas en el mundo.

Adicionalmente, en estos documentos técnicos se conoce la historia de la televisión, su llegada, como se ha ido desarrollando la televisión en Colombia, como este país necesita que este modelo estándar de televisión implemente para alcanzar desarrollos económicos, culturas y sociales, ya que a través de la televisión como en algunas partes del Colombia es el único medio de información,

donde el Estado se comunica de manera permanente con el ciudadano, y es así que si se implementa esta tecnología puede llegar a más partes de nuestro país.

También se demuestra que el Gobierno Nacional y las entidades encargadas de esta implementación han sido juiciosas y están preocupadas y con la mayor disposición para que esta implementación se lleve a cabo de la manera más eficiente, para que la nueva tecnología en televisión, sea obtenida por cada uno de los colombianos, que le llegue la señal con la mejor calidad a mas colombianos, que en este momento no pueden acceder con este servicio, vital e importante.

9.2 ANALISIS DE LA ENTREVISTA CON EL EXPERTO

Con la entrevista realizada al experto se puede dar cuenta que la CNTV ha realizado un esfuerzo importante en la divulgación con la puesta en marcha de este estándar de Televisión Digital Terrestre y se ha informado de manera eficiente sobre la calidad de los servicios que prestará esta servicio.

Además la Comisión Nacional de Televisión ha capacitado a varios ingenieros y funcionarios de ésta entidad, para que transmitan esta información de manera verás y confiable en las diferentes zonas del país, realizando foros, ferias y seminarios dirigidas a los ciudadanos.

Por último según la información resultado de la entrevista, se confirma que en diciembre de 2012, se contará con el 50% de las estaciones que se instalarán en el territorio colombiano y que prestará el servicio de Televisión Digital Terrestre, es así como los colombianos estarán siendo beneficiados de la calidad de esta nueva tecnología.

Es así, como los canales privados y públicos y todas las modalidades de televisión estarán ofreciendo sus contenidos en este nuevo formato de televisión.

9.3 ANALISIS DE LA ENTREVISTA CON LOS USUARIOS DE TELEVISION EN BOGOTA

De acuerdo con los resultados de las entrevistas realizadas para conocer lo que esperan recibir los bogotanos del Barrio Villaluz sobre la implementación de la Televisión Digital Terrestre, se concluye lo siguiente:

DIVERSIDAD	MULTICANALIDAD	VARIEDAD
CALIDAD	DESARROLLO	MEJOR IMAGEN
NITIDEZ	EDUCACION	APRENDIZAJE
SONIDO	MOTIVIDAD	SOCIALIZACION

Fuente: Resultado de la entrevista a ciudadanos del Barrio Villaluz en la ciudad de Bogotá-

Después de realizar 20 entrevistas a los ciudadanos del común del Barrio Villaluz sobre la Carrera 77 No. 65^a-20 hasta la Carrera 78 de la misma calle, se concluye en el cuadro anteriormente enunciado, lo que esperan recibir de la calidad en la implementación de la televisión digital terrestre en Colombia este sector de la población.

Después de realizar dichas entrevistas, se concluye que los ciudadanos de esta zona de la ciudad de Bogotá, están bien informados y saben lo que esperan de esta implementación de Televisión Digital Terrestre en Colombia, lo anterior, a que manejan las definiciones exactas y que ha divulgado la Comisión Nacional de Televisión.

Adicionalmente, se concluye que para ellos los beneficios que esperan son los que se les ha retroalimentado y difundido a través de los medios de comunicación, de los talleres, de las conferencias de televisión y de la información directa suministrada por la Comisión Nacional de Televisión y lo que se viene informando a través de su página WEB.

Es importante informar que las modalidades de televisión autorizadas en Colombia, como son la Televisión Satelital, por Suscripción, Comunitaria, Locales Sin Ánimo de Lucro, Canales Privados, Canales Públicos, así como los Canales Regionales, han divulgado de manera eficiente a la par la información desarrollada por la CNTV, así como los mensajes institucionales que presenta la CNTV sobre la implementación de la Televisión Digital en Colombia en la televisión colombiana.

9.4. ANALISIS COMPARATIVO

Teniendo en cuenta las respuestas de las entrevistas y los estudios recopilados de la información sobre TDT, puedo presentar el análisis comparativo, así:

DOCUMENTOS TECNICOS	ENTREVISTA EXPERTO	ENTREVISTA CIUDADANO BARRIO VILLALUZ DE BOGOTA D.C.
Según los estudios realizados, lo que se ofrece es un sistema de televisión con mejores condiciones, que llegue a más colombianos, que tengan una mejor imagen, mejor sonido, que puedan tener	La Televisión Digital Terrestre, es un avance significativo que de aporta desarrollo al país teniendo en cuenta el sector económico, político y social. Que se utilizarán los recursos tecnológicos	Con el resultado de las entrevistas, se observa que los ciudadanos de la ciudad de Bogotá del Barrio Villaluz, conocen las definiciones de calidad que les ofrece este nuevo sistema de televisión y

<p>multicanalidad, interactividad para el usuario final. Que solo con la televisión digital terrestre puedan tener acceso a toda la información de manera rápida, ágil y precisa.</p>	<p>públicos de una manera más eficiente, pensando en el bienestar de los ciudadanos colombianos y llegando a más lugares en donde hasta este momento no llega la señal de televisión y que se ha convertido en un recurso de primera necesidad.</p>	<p>esperan de manera urgente que se implemente en Colombia este nuevo estándar para poder así tener este servicio con la mejor tecnología, con el fin de estar mejor informados y obtener mejores contenidos.</p>
---	---	---

10. CONCLUSIONES

A través de la elaboración de esta investigación y utilizada como una estrategia para conocer la percepción sobre calidad que los usuarios de televisión en la ciudad de Bogotá esperan recibir de la implementación de la Televisión Digital Terrestre en Colombia, puedo concluir que se cumplieron todos los objetivos específicos y así se logra el desarrollo del objetivo general, por lo anterior, mostraré los resultados de cada objetivo, así:

En el desarrollo de este Taller de Grado, el primer capítulo contempla el planteamiento del problema, donde se relacionarán los antecedentes de la televisión en Colombia, los cambios tecnológicos que se han realizado y el plan de implementación de la Televisión Digital Terrestre, así como los estudios técnicos que ha desarrollado la CNTV, para poder conocer cuáles son las ventajas de este nuevo sistema de televisión.

Así mismo, se muestran los estudios realizados por la Comisión Nacional de Televisión para la escogencia e implementación del estándar de televisión y las campañas de divulgación que se han efectuado.

Utilizando la metodología de desarrollo de la investigación y con la aplicación de la entrevista al experto en Televisión Digital Terrestre en Colombia, nos amplía los conocimientos y los beneficios que tendremos los colombianos cuando se ponga en marcha este servicio de Televisión Digital Terrestre.

Una vez realizadas las entrevistas a los ciudadanos habitantes del barrio Villaluz de la ciudad de Bogotá, se conoció la percepción sobre la calidad, encontrando que están bien informados y con mucha expectativa con este nuevo servicio de televisión, el cual les servirá para conocer e informarse de manera inmediata sobre temas económicos, deportivos, recreativos, sociales y de seguridad en el país.

Así mismo, se evaluó si los conceptos que la CNTV ha divulgado sobre la Televisión Digital Terrestre, son los mismos que conocen y esperan recibir los ciudadanos de la ciudad de Bogotá, con términos específicos y también divulgados por los medios de comunicación, más exactamente la televisión.

11.RECOMENDACIONES

Las recomendaciones que se deben considerar para mejorar la percepción de calidad que tiene los bogotanos sobre TDT, se centran en los sistemas de información, la cual es percibida por los usuarios de televisión en la ciudad de Bogotá, por lo cual las relacionaré a continuación, así:

- Se debe crear un mensaje institucional para que sea transmitido al inicio de cada noticiero, debido a que un porcentaje bien representativo ve los

noticieros, lo que ayudará a que los ciudadanos tengan el conocimiento de la implementación de la Televisión Digital Terrestre en Colombia.

- Planear estrategias en centros comerciales con puntos de Televisión Digital que muestren este nuevo estándar para que el usuario de televisión pueda ver su beneficio de manera directa.
- Diseñar en la página WEB de la CNTV un link, donde se muestre la historia de la televisión y se pueda apreciar las diferencias en la televisión análoga y las nuevas ventajas de este nuevo sistema de Televisión como es el digital.
- Crear frentes en cada entidad privada o pública para que funcionarios de la CNTV se desplacen para poder exhibir la televisión digital e informar sobre los beneficios de calidad que van a recibir con la implementación de ésta tecnología los ciudadanos colombianos.
- Aumentar el número de conferencias y entrevistas sobre la implementación de la Televisión Digital Terrestre y sus beneficios
- Producir un programa de televisión que sea transmitido los fines de semana para que las personas puedan conocer cómo se puede manejar esta nueva tecnología con demostraciones en vivo.

12. BIBLIOGRAFIA

- SERNA GOMEZ, Humberto, Servicio al cliente, 3R Editores, 1999

- ZEITHAML, Valarie A., Marketing de servicios, Ed. MacGrawhill, Mexico , 2002
-
- MAZO MEJIA, Iván, Hablemos Claro sobre Servicio, Ideas Gráficas Ltda,2003
-
- Unión Internacional de Telecomunicaciones - URT, TV Digital: Retos y Desafíos para la regulación
-
- Unión Internacional de Telecomunicaciones – URT, La Tv Digital en el Reino Unido
-
- SABINO, Carlos A., El Proceso de Investigación, Caracas 1978
-
- WIHTAKER, Jerry, DTV Handbook The Revolution in Digital Video, Third Edition New York: McGraw-Hill 2001
-
- WIHTAKER, Jerry, Video Technology News, Third Edition New York: McGraw-Hill 2001
-
- WIHTAKER, Jerry, Television Handbook Resource Center, Third Edition New York: McGraw-Hill 2001
-
- WIHTAKER, Jerry, TV Handbook Update Part, Third Edition New York: McGraw-Hill 2001
-
- FISCHER, Walter, Una guía práctica para la Radiodifusión Digital de Video y Audio, 2da edición Alemania, Rohde Aschwarz 2009

- SIMONETTA, José, Televisión Digital Avanzada, 1ra edición Buenos Aires: Editorial Imagine
- AL RIES y TROUT, Jac, Las 22 Leyes Inmutables del Marketing
- [En línea] www.cntv.org.co, Comisión Nacional de Televisión – CNTV, La Gran Encuesta, Bogotá, 2008
- [En línea], www.DANE.gov.co, Departamento Administrativo, Encuesta Hogares, Bogotá, 2005
- [En línea], www.mintic.gov.co, Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, Bogotá, 2009
- Fundamentos de Marketing, William J. Stanton, McGrawHill
- [En línea], www.gobiernobogota.gov.co, Alcaldía Mayor de Bogotá, Localidades en Bogotá, Bogotá, 2007
- [En línea], observatorio.dama.gov.co, departamento Técnico Administrativo del Medio Ambiente-DAMA, Bogotá
- Metodología de la Investigación, Roberto Hernández Sampieri, McGraw Hill

13. ANEXOS

13.1. GLOSARIO

- 13.2. Interacción con la televisión efectuado por la CNTV y Napoleón Franco, CNTV, P. 28

13.3 Entrevista aplicada experto

13.4 Entrevista aplicada a ciudadanos

ANEXO 1: ENTREVISTA APLICADA AL EXPERTO EN TDT

OBJETIVO DE LA ENTREVISTA

Determinar la percepción de los usuarios de televisión en la ciudad de Bogotá D.C. en cuanto a la calidad que recibirán con la implementación de la Televisión Digital Terrestre en Colombia.”

- Para Usted cuál es la definición de Televisión Digital Terrestre?

-
- Cuáles son los servicios que prestará esta nueva tecnología en el país?
-

- Ha sido suficiente la divulgación acerca de la implementación de la Televisión Digital Terrestre en Colombia?
-

- Porque se escoge el estándar europeo?
-

- Cuando comenzará la implementación de TDT en Colombia?
-

ANEXO 2

OBJETIVO DE LA ENTREVISTA

Determinar la percepción de los usuarios de televisión en la ciudad de Bogotá D.C. en cuanto a la calidad que recibirán con la implementación de la Televisión Digital Terrestre en Colombia.”

Nombre _____ Localización _____

1. ¿Sabe que es la Televisión Digital Terrestre?

-
2. ¿Ha escuchado sobre los servicios que ofrece la Televisión Digital Terrestre?

 3. ¿Conoce cuáles serán los beneficios que ofrecerá la Televisión Digital Terrestre?

 4. ¿Sabe que es la multicanalidad?

 5. ¿Sabe que es la interactividad?

 6. ¿Sabe que es la movilidad?

 7. ¿Cree que la Televisión Digital Terrestre le ofrecerá una mejor imagen?

 8. ¿Cree que la Televisión Digital Terrestre le ofrecerá un mejor sonido?

 9. ¿Lo más importante de la TDT para Usted qué es?

¡Gracias por su tiempo y colaboración!

ANEXO 3 GLOSARIO

Percepción

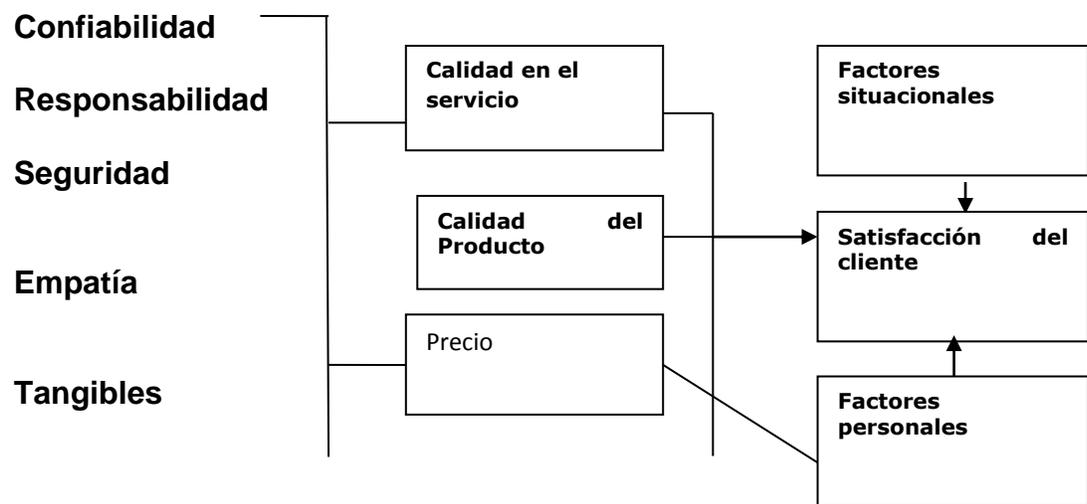
Es la interpretación de las sensaciones dándoles significados y organización, pueden ser de la actividad o del cerebro.

Se tiene en cuenta que las percepciones siempre son consideradas con las expectativas, lo anterior, teniendo en cuenta que las expectativas son dinámicas y

giran alrededor de la calidad y de la satisfacción de las personas, es por esto que muchas compañías ahora tienen en cuenta estos aspectos para poder competir con eficiencia.

Es bien importante resaltar que la Satisfacción se aprecia como un concepto más amplio e importante y el servicio de la calidad se centra en las dimensiones del servicio.⁵⁴

Es por esto que se dice que la percepción de la calidad en el servicio es un componente de la satisfacción del cliente. Ahora bien sabiendo esto se puede afirmar que en una evaluación dirigida las percepciones que se tienen en cuenta de un cliente son: confiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía y tangibles.⁵⁵



Emociones de los clientes

Podemos decir que los clientes se pueden ver afectadas sus percepciones de satisfacción sobre los productos y servicios por sus emociones. Están relacionadas con el estado de ánimo o como ha sido su vida, dependiendo como se encuentre la persona en ese momento si está alegre o triste o de mal humor, así mismo se tendrá el resultado.⁵⁶

En las percepciones del cliente interno y el cliente externo, se puede confirmar que independiente de si es interno o externo, la evaluación es semejante.

Cliente Externo: Se entiende como las personas o negocios que compran bienes y/o servicios a una organización.⁵⁷

⁵⁴ ZEITHAML, Valarie A., Marketing de servicios Ed. MacGrawhill, Mexico , 2002 p. 92

⁵⁵ Ibid. P. 93

⁵⁶ Ibid. P 96

⁵⁷ ZEITHAML, Valarie A., Marketing de servicios Ed. MacGrawhill, Mexico , 2002 p. 92

Cliente Interno: son los empelados de una organización.⁵⁸

Se puede decir entonces que el servicio es una cuestión de percepciones y se debe tener claro que debemos investigar cual es la percepción del cliente interno y el externo.⁵⁹

Las percepciones de equidad y de justicia se ven influidas en un cliente teniendo en cuenta como fue el trato hacia él, como fue la atención y siempre el cliente buscará un mejor servicio, una mejor calidad y un mejor precio.

Expectativas del Cliente

Para poder obtener buenos resultados debemos tener en cuenta que esperan los clientes acerca de un servicio o de un bien y es así como con una Investigación de Mercados se puede lograr a llegar a este objetivo.

Es así como ahora las compañías de servicios están realizando un sin número de investigación de mercados para poder desarrollar un producto o servicio⁶⁰

En una investigación de mercados se debe centrar en características especiales, en saber que esperan, que piensan y que debería ser un producto o servicio para su utilización.

Los objetivos de una Investigación de mercado son:

- Identificar a los clientes
- Descubrir los requerimientos o expectativas del cliente acerca del servicio
- Supervisar y dar seguimiento al desempeño del servicio
- Valorar el desempeño general
- Evaluar las brechas que existen entre las expectativas y las percepciones del cliente
- Calibrar la efectividad de los cambios en la prestación del servicio
- Valorar el desempeño de los individuos y de los equipos de trabajo
- Determinar las expectativas de los clientes
- Vigilar los cambios de las expectativas
- Pronosticar las expectativas⁶¹

⁵⁸Ibid. P. 93

⁵⁹MAZO MEJIA, Ivan, Hablemos Claro sobre Servicio, Ivan Mazo Mejia,2003

⁶⁰ZEITHAML, Valarie A., Marketing de servicios Ed. MacGrawhill, Mexico , 2002 p. 135

⁶¹ZEITHAML, Valarie A., Marketing de servicios Ed. MacGrawhill, Mexico , 2002 p. 136

Esta investigación debe vigilar y hacer seguimiento de cómo se presta el servicio. Además las expectativas pueden ser puntos de referencia para los clientes.

Marco conceptual sobre percepción:

Percepción de la calidad y satisfacción del cliente.

Psicología de la forma. Cuando se habla sobre la percepción los antecedentes se remontan a la formación de conceptos de acto y forma. Por lo tanto citando al autor Meinong, que habla sobre las impresiones sensoriales de primer grado que constituyen la base de la percepción es así como se constituyen el fundamento sensorial de la percepción que tiene una entidad ideal perceptible.⁶²

Características de la percepción

Se puede decir que las percepciones sufren dos procesos como son el externo y el interno.

Externo: Intensidad, tamaño de una muestra.

Interno: Necesidad e intereses sociales de una muestra.

Para eso se necesitan un proceso de selección como son:

Atención: Es bien importante debido a que esta influye de acuerdo a como se dirija la pregunta al encuestado, es allí como vemos que se puede atraer su atención respecto al tema que se quiere tratar.

Marco conceptual técnico

Televisión

La palabra televisión se compone de un híbrido de la voz griega “Tele” (distancia) y la latina “Visio” (visión). El Término televisión se refiere a todos los aspectos de transmisión y programación de televisión. A veces se abrevia como “TV”.

Televisor

Es un aparato electrónico destinado a la recepción y reproducción de señales de televisión.

Televisión análoga terrestre

Consiste en la radiodifusión unilateral de programas de televisión destinados a ser recibidos por el público en general a partir de una estación ubicada en la tierra.

Televisión radiodifundida. Es aquella en la que la señal de televisión llega al usuario desde la estación transmisora por medio del espectro radioeléctrico.⁶³

Televisión cableada

⁶²EnricMunar i Roca, Jaume Rosselló, Antonio Sánchez Cabaco

⁶³ www.cntv.org.co

Es aquella en la que la señal de televisión llega al usuario a través de un medio físico de distribución destinado exclusivamente a esta transmisión, o compartido para la prestación de otros servicios de telecomunicaciones de conformidad con las respectivas concesiones y las normas especiales que regulan la materia. ⁶⁴

Televisión satelital

Es aquella en la que la señal de televisión llega al usuario desde un satélite de distribución directa. ⁶⁵

Televisión abierta

Es aquella en la que la señal puede ser recibida libremente por cualquier persona ubicada en el área de servicio de la estación. ⁶⁶

Televisión por suscripción

Es aquella en la que la señal, independientemente de la tecnología de transmisión es destinada a ser recibida únicamente por personas autorizadas para la recepción. ⁶⁷

Televisión nacional de operación pública

Se refiere a las señales de televisión operadas por una entidad pública, autorizadas para cubrir todo el territorio nacional. ⁶⁸

Televisión nacional de operación privada

Es aquella autorizada como alternativa privada y abierta al público para cubrir de manera permanente las necesidades del servicio y la prestación eficiente y competitiva del mismo en todo el territorio nacional. ⁶⁹

Conversor /Decodificador

Es un dispositivo que convierte una señal de video compuesta a una señal digital.

Decodificador (Set Top Box)

“Un decodificador o descodificador es un circuito combinacional, cuya función es inversa a la del codificador, esto es, convierte un código binario de entrada (natural, BCD, etc.) de N bits de entrada y M líneas de salida (N puede ser cualquier entero y M es un entero menor o igual a 2^N), tales que cada línea de salida será activada para una sola de las combinaciones posibles de entrada. Estos circuitos, normalmente, se suelen encontrar como decodificador / demultiplexor ⁷⁰.

⁶⁴ Ibid.

⁶⁵ Ibid

⁶⁶ Ibid

⁶⁷ www.cntv.org.co

⁶⁸ Ibid

⁶⁹ Ibid

⁷⁰ wikipedia