

**Evaluación cualitativa del programa
"el lavadero"**

**John Alexander Rodríguez Moreno
Cod 45 022 021
Néstor Javier Ruge Pineda
Cod 45 022 009**

**Trabajo de investigación dirigida
TID**

**Dirigido por:
Raúl Andrade**

**Corporación universitaria UNITEC
Facultad de publicidad**

Santa fe de Bogotá
2005-12-02
TABLA DE CONTENIDO

	Pag
Agradecimientos.....	1
Introducción.....	2
1. Justificación.....	3
2. Objetivos.....	4
2.1. Objetivo general.....	4
2.2. Objetivos específicos.....	4
2.3. Temas a evaluar.....	4
3. Marco referencial.....	5
3.1. Historia De RCN.....	5
3.2. La era de la televisión privada.....	6
3.3. Los programas de chismes.....	7
3.3.1. Los internacionales.....	7
3.4. "El lavadero".....	8
3.4.1. Ficha técnica.....	9
4. Planteamiento metodológico.....	10
4.1. Técnica.....	10
4.2. Sesiones de grupo (focus group).....	10
4.2.1. Elementos necesarios.....	10
4.3. Programa nuevo.....	11
4.4. Los invitados.....	11
4.5. Análisis.....	11
5. Grupo objetivo.....	12
6. Cubrimiento y tamaño de la muestra.....	13
7. Metodología.....	14
7.1. Metodología de la sesión.....	14
7.2. Informe de resultados.....	15
7.3. Cronograma.....	15
8. Informe final.....	16
8.1. Primera sesión.....	17
8.2. Segunda sesión.....	19
8.3. Tercera sesión.....	21
8.4. Análisis pro personajes.....	23
8.4.1. Graciela Torres (la negra candela).....	24
8.4.2. Ángela Vergara.....	26
8.4.3. Mauro Urquijo.....	28
8.7. La competencia.....	30

8.7.1. Los presentadores.....	31
8.8. Análisis general.....	32
8.9. Datos que puedan interesar.....	36
Conclusiones.....	46
Bibliografía.....	48
Anexos.....	49

INTRODUCCIÓN

Se realizó un estudio cualitativo seleccionando a un grupo específico de personas las cuales se dividieron en tres sesiones de grupo debidamente repartidos por edades y estratos.

Con este estudio se espera identificar la percepción del televidente hacia el programa de entretenimiento "el lavadero" de RCN televisión, logrando así la mejoría del mismo.

Para la realización de este estudio se utilizará la técnica de las sesiones de grupo que nos permitirá profundizar sobre las opiniones y comportamientos de los consumidores, sin otorgar una validez estadística.

La norma original o convencional de los pequeños grupos es reunir personas homogéneas para provocar el máximo de integración e interacción entre ellas.

Sin intereses comunes esto no se va a lograr y, por tanto, la dinámica o intercambio de ideas y sentimientos no se va a producir.

Los resultados presentados mostrarán tendencias actitudinales de percepción hacia el programa, no pueden inferirse numéricamente al total de la población.

La investigación buscare tendencias, que ayudaran al canal a tomar decisiones con menor riesgo, y será ante todo práctica, orientada a auxiliar a nuestros propósitos: entender actitudes, gustos, preferencias y rechazos frente a la TV, con el fin de ofrecer una mejor programación.

1. JUSTIFICACIÓN

El canal RCN en su compromiso con la tele audiencia y en busca de presentar a ellas mejores producciones y con el apoyo de un grupo de estudiantes de la Corporación Universitaria Unitec, iniciaron una investigación, que mide el grado de aceptación e impacto del programa el lavadero.

Con los resultados que se obtengan de la investigación, el canal, podrá tomar decisiones más acertadas sobre el desarrollo y conducción del mismo.

El convenio que tiene actualmente la Corporación Universitaria Unitec con el canal RCN se fortalecerá a un más gracias al buen trabajo desempeñado por los estudiantes de la universidad en las diferentes investigaciones desarrolladas.

Como estudiantes es una buena oportunidad demostrar los conocimientos adquiridos en investigación y análisis de mercados para dar un apoyo mutuo entre RCN y la corporación universitaria UNITEC y poder abrir camino a un sin número de posibilidades tanto para estudiantes como para egresados.

2. OBJETIVOS

2.1. General

- Evaluar y analizar el nuevo programa "el lavadero"

2.2. Específicos

- Explorar entre los participantes las sensaciones que les genera esta programa
- Evaluar fortalezas y debilidades del programa
- Evaluar a los presentadores, en especial la opinión que tienen sobre la negra candela

2.3. Temas a evaluar

- Gustos y disgustos sobre el programa.
- Razones por las que gustaría verlo.
- Tema principal del programa (chismes).
- Temas que se tratan en el programa y la forma como son tratados.
- Humor ¿si hay o no? Y si hay ¿Cómo es?
- Secciones.
- Presentadores gustos y disgustos.
- Set de grabación.
- Expectativas futuras y sugerencias.
- Duración.
- Horario.

3. MARCO REFERENCIAL

3.1. Historia y trayectoria de RCN

Devolvámonos 64 años atrás, justamente cuando Colombia entraba en la era de las comunicaciones a través de la radio, un grupo de empresarios antioqueños fundó la Radio Cadena Nacional.

Hacia el año de 1967 RCN participa por primera vez en una licitación para televisión, de la cual se le adjudicó una hora de programación diaria, que fue repartida entre la comedia nacional El Hogar y la comedia extranjera Hechizada.

Para septiembre de 1973 RCN Radio cambia de dueño, es adquirida por el empresario Carlos Ardila Lülle.

Tres años después se reinaugura la programadora de televisión. En 1980 el color se toma la Televisión Colombiana y como prueba de ello se transmite por primera vez el Reinado Nacional de la Belleza, evento que hasta el momento se sigue transmitiendo ininterrumpidamente.

Años más tarde se incursiona en el campo de los dramatizados con la serie Cusumbo y en 1984 se estrena El Taita, la primera novela nacional que es realizada completamente en exteriores.

En agosto de 1988 RCN Televisión entra a ser parte de la organización OTI de Colombia, con lo que adquiere el derecho de llevar en vivo y en directo las transmisiones de los Juegos Olímpicos y los Mundiales de Fútbol a los hogares colombianos. En 1997 RCN Televisión fue la programadora con mayor número de horas adjudicadas, logrando las más altas audiencias nacionales e internacionales con Café, La Poltra Zaina, Elemento Manuela, Guajira y Las Juanas.

Tal como ocurrió con adaptaciones de obras de nuestra literatura, como La Otra Raya del Tigre, La Vorágine y La Casa de las Dos Palmas, y con producciones que recrearon valores de nuestra cultura como Azúcar, Puerta Grande, Espumas, Momposina y Hombres.

Durante siete años consecutivos, la Programadora RCN Televisión fue catalogada por el Consejo Nacional de Televisión como "la primera empresa productora y programadora del país", obteniendo así los mayores premios mundiales de Televisión para Colombia, como lo son The New York Festival y Midia Iberoamérica 97 España, que fueron entregados en reconocimiento a la calidad de nuestras producciones.

La Medalla en la Categoría de Mejor Programa familiar, obtenido por la serie Hombres en el Festival de Nueva York, ha sido el galardón más importante otorgado a la Televisión colombiana, en toda su historia.

3.2. La era de la televisión privada

En la nueva ley de televisión de 1995, se permite el montaje y operación de canales nacionales privados, en virtud de esta ley RCN Televisión participa en la licitación, saliendo favorecido con una adjudicación de los Canales privados.

A partir de 1997 se da inicio al montaje y puesta en marcha del Canal RCN. El 10 de julio de 1998 sale al aire la primera emisión del canal. Durante siete años en Nuestra Tele nos hemos caracterizado por la producción de formatos arriesgados, esto nos ubica como la empresa de vanguardia por excelencia en la televisión colombiana, programas como Pido La Parola, El fenómeno del niño, Yo José Gabriel, La noche, Esta Boca es mía, Protagonistas de Novela, Muy Buenos Días, El Mundo Según Pirry, Ojos de mi calle y La Banda Francotiradores, lo confirman. No obstante, en el campo de series y telenovelas no nos quedamos atrás, La Madre, Carolina Barrantes, El Fiscal, Me llaman Lolita, Francisco el matemático, El Inútil, Alicia en el país de las mercancías, El Informante, Pobre Pablo, Ecomoda, Juan Joyita, Isabel me la veló, No renuncies Salomé, La Lectora, La Costeña y El Cachaco, Milagros de Amor, Un Ángel llamado Azul, Retratos, AMA La Academia y Punto de Giro, Amor a la Plancha, Todos quieren con Marilyn, Las noches de Luciana, La viuda de la mafia, Amor de mis amores y el éxito más grande realizado en la televisión colombiana en el último quinquenio: Yo soy Betty la fea, han hecho al Canal RCN acreedor a más de un centenar de premios nacionales e internacionales.

En cuanto al Sistema Informativo del Canal RCN, nos hemos caracterizado por estar siempre al tanto del diario acontecer nacional e internacional.

Los colombianos tienen el placer de recibir notas de actualidad en cuatro emisiones diarias de Noticias RCN, de este espacio se han desplegado programas periodísticos de consulta e investigación como lo son La Noche y Primera Línea, que han generado excelentes comentarios de la crítica.

La programación de Nuestra Tele tiene de todo y para todos los gustos, las transmisiones deportivas hacen parte fundamental de nuestro catálogo de producciones; el Campeonato Mundial de Fútbol, la Copa Confederaciones, el Campeonato de Fútbol Esperanzas de Toulon, el Campeonato Continental de Bicicross-HIT, la Copa Toyota Libertadores, el Mundial de Nado Sincronizado, las carreras de la Fórmula Uno y La Carrera de las Estrellas con la presencia de 12 pilotos profesionales del automovilismo desde Cartagena de Indias, entre otros, son la prueba fehaciente de nuestro compromiso.

Adicionalmente, los televidentes pueden disfrutar de eventos como el Concurso Nacional de Belleza, Miss Universo, Los Premios Grammy, El Festival Vallenato y otros eventos culturales de amplio interés nacional.

Actualmente acabamos de estrenar la nueva franja infantil Bichos Bichez y el talk show Ojos de mi calle, también estamos en la etapa de preproducción de las telenovelas La viuda de la mafia y Amor de mis amores.

3.3. Los programas de chismes

La ropa sucia no se lava en casa la vida secreta de los famosos, tanto de la escena nacional como internacional, es el blanco al que la apuntará cada semana *El lavadero*.

Graciela Torres, la 'Negra Candela', y los actores Ángela Vergara y Mauro Urquijo, serán los conductores de este magazín, que estará dirigido por Iván Charria.

"Hacer *El lavadero* parte de un concepto muy sencillo. En Colombia solo hay un programa de chismes, pienso entonces que el Canal RCN hace bien en tener su propio espacio en este formato como entretenimiento", afirma Charria.

Raúl De Molina y Lili Estefan Relanzan su Programa de Fin de Semana con Nuevo Nombre y Nuevos Segmentos... Ahora En "Suéltalo", se Suelta la Diversión Junto con los chismes de todos los artistas tanto nacionales como internacionales.

3.3.1. Los Internacionales

Miami, FL -- "Pica y Se Extiende", el popular programa de chismes de farándula de la cadena Univisión, será relanzado este fin de semana con nuevo nombre y formato de telerrevista sobre el espectáculo. Ahora titulado "Suéltalo", el nuevo programa incluye esos "chismes gordos" que han hecho famosos a Raúl de Molina y Lili Estefan, además de juegos, comedia y mucha diversión. "Suéltalo" se estrenará este domingo, 27 de abril, a las 7 p.m. hora Este (6 p.m. Centro/Montaña).

Yendo un paso más allá del tradicional programa de chismes, "Suéltalo" presenta una gran variedad de segmentos divertidos que incluyen desde parodias y sketches cómicos hasta un detector de mentiras para las estrellas, y graciosas predicciones a cargo del increíble adivino "El Astro". Y los famosos que se han sentido "ofendidos" en el pasado tendrán la oportunidad de desquitarse con Raúl en una sección llamada "La Revancha".

Ya que se graba con público presente, siempre hay bastante interacción espontánea entre los asistentes, las estrellas invitadas y los muy francos conductores. La tele audiencia puede esperar todos los chismes, rumores y escándalos que sólo Lili y Raúl saben revelar... mezclados con más diversión y entretenimiento que nunca. 'Suéltalo' se transmite los domingos de 7 a 8 pm hora Este.

3.4. El lavadero



Puro entretenimiento familiar para la tarde del sábado. El Lavadero le trae toda la actualidad del mundo del entretenimiento y los chismes de la farándula. "La Negra Candela", Ángela Vergara y Mauro Urquijo nos divierten, informan y entretienen.

Acompáñenos en EL LAVADERO y conozca "qué es de la vida de..." una crónica seria que sigue el rastro a las estrellas de nuestra televisión que alguna vez nos divirtieron, y que de repente desaparecieron del mapa. En "Sin confirmar" Vamos directamente a la fuente del chisme, es decir al artista afectado, quien nos ratificará o nos rectificará la versión de los hechos. "El Paredón" nos permitirá saber más de la vida de los artistas por medio de una entrevista rápida con preguntas un poco atrevidas. En "Versus" presentamos parejas cuya vida profesional está separada por la competencia. En "El Mito" confirmamos algunos mitos urbanos de nuestra farándula, como las camisas amarillas del Senador Moreno de Caro o la verdad sobre el hijo de Jota Mario, entre otros.

El Lavadero trae las mejores secciones de entretenimiento: Bromas a los famosos, sketches cómicos, las caídas de Nuestra Tele, y los mejores comerciales del Mundo de la revista Publicidad y Mercadeo, entre muchas otras secciones por venir. Espere en su casa la llegada de El Lavadero, con La Chicharra, del popular Charria, y tendrá la oportunidad de ganar muchos premios.

Mucha diversión, información y farándula todos los Sábados en El Lavadero. Sólo por Nuestra Tele.

3.4.1. Ficha técnica

HORARIO: Sábados 5 pm, a partir del 16 de julio

DIRECTOR: Charria.

ASISTENTE DE DIRECCIÓN: Rodrigo Zuleta.

PRESENTADORES: Ángela Vergara, Mauro Urquijo y Graciela Torres "La Negra Candela"

JEFE DE PRODUCCIÓN: Catalina Torres

ASISTENTE DE PRODUCCIÓN: Mauricio Quintana

LIBRETISTA: Diego Fernando Valencia

PERIODISTA: Natalia Cárdenas Paz

HUMORISTAS: Fabián Romero y Misael Suárez

MÚSICOS EN ESTUDIO: Peru's orquesta

EDITOR CREATIVO: José Luis Molina

EDITOR AVID: Marlo Duarte

4. PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

4.1. Técnica:

Cualitativa, basada en sesiones de grupo o Focus Group.

4.2. Sesión de grupo o *Focus group*.

Basada en Sesiones de Grupo, en los cuales se reúnen entre 8 y 15 personas pertenecientes al grupo objetivo bajo estudio, para tratar a profundidad los temas consignados en una guía de trabajo, la cual contiene los objetivos anteriormente planteados.

Las reuniones se realizaron en un ambiente adecuado que permitió dinamizar naturalmente con el grupo objetivo y fueron moderadas por un especialista con amplia experiencia en el manejo de esta técnica. Dicho profesional facilitó en los participantes una expresión libre de sus actitudes, creencias, emociones, sentimientos, valores, opiniones y percepciones acerca del tema a tratar, sin permitir que se desvíen de los objetivos de la reunión.

4.2.1. Elementos necesarios:

- Lugar de Reunión cómodo
- Personas (min 7 - max 15)
- Refrigerios
- Regalos
- Formulario base
- Formulario programa
- Esferos
- Televisor y VHS

4.3. Programa nuevo

- Ambientación y aclaración del objetivo de la reunión. (5 min.)
- Aplicación de formulario base. (5 min)
- Sinopsis - Piloto - primer capítulo (dependiendo del momento del programa) (30 min)
- Aplicación de formulario sobre el programa (10 min.)
- Dinámica Grupal (40 min.)

4.4. Los Invitados

- Deben pertenecer al target a evaluar según el programa
- Los invitados a las sesiones no deben haber asistido a actividades similares y no deben conocerse entre si.
- Es importante que en lo posible el nombre del canal se mantenga en reserva para no sesgar la información.

4.5. Análisis

Lo dicho en los grupos no debe tomarse como dogmas de fe. Es a través del análisis y la observación de la conducta del consumidor o cliente participante, que se responde el por qué de cada componente de la estructura del concepto.

5. GRUPO OBJETIVO.

Mujeres y hombres mayores de 17 años domiciliarios en Bogotá de estratos socioeconómicos 2,3 y 4 en su gran mayoría amas de casa, trabajadoras(es) y personas del común.

Primera sesión: Mujeres

En su mayoría amas de casa
Promedio de edad (40 años)
(15 personas).

Segunda sesión: Hombres y mujeres.

Estudiantes y trabajadores.
Promedio de edad (24 años).
(9 personas).

Tercera sesión: Hombres y mujeres

Trabajadores y desempleados.
Promedio de edad (26 años)
(11 personas)

6. CUBRIMIENTO Y TAMAÑO DE LA MUESTRA.

- Cubrimiento: Bogotá D.C.
- Tamaño de la muestra: Se trabajó con una muestra de 35 personas, entre hombres y mujeres.
- Distribuidos en 3 sesiones de grupo, Donde por sesión se encontraran entre 9 y 15 personas aproximadamente.

7. METODOLOGÍA

En el mes de Septiembre-2004, se adelantaron 3 sesiones de grupo en la ciudad de Bogotá en el salón el Nogal ubicado en la sede B de UNITEC con la siguiente distribución en su muestra:

Moderador

- Raúl Andrade

Asistentes

- John Rodríguez
- Néstor Ruge

Estratos socioeconómicos 2, 3 y 4

Grupos de Edad:

- Mujeres promedio de 40 años..... 15
- Mujeres y hombres promedio 24 años..... 9
- Hombres entre 25 a 30 años..... 11
- Subtotal personas..... 35

7.1. Metodología de la sesión:

- Ambientación y aclaración del objetivo de la reunión
- Exploración en grupo de la opinión general, los presentadores y la aceptación del producto de acuerdo con las variables determinadas por RCN Televisión.

Elementos necesarios:

- Personas (min 7 - max 15)
- Refrigerios
- Regalos
- Formulario base
- Formulario programa
- Esferos
- Televisor y VHS

7.2. Informe de resultados

1. Cualitativo

Una vez realizadas las sesiones, las cuales se han grabado, se efectúa la transcripción de las cintas utilizadas para proceder a hacer el ANÁLISIS DE CONTENIDO y elaborar el informe de resultados.

La información de las sesiones será analizada por 2 personas, con el propósito de darle mayor objetividad, así:

Un moderador Experto en conducta del consumidor.
Un analista Transcriptor
Un analista Profesional

Esta fase registra conductas no verbales.

7.3. CRONOGRAMA

DELIMITACION DE OBJETIVO	SEMANA Nº										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1. Reuniones preliminares con el equipo.	■										
2. Presentación de guía de sesión y consecución muestra.		■									
3. Ejecución sesiones.			■	■							
4. Transcripción de la información			■	■							
5. Análisis de la información.				■							
12. Edición del informe Cualitativo.				■							
13. Presentación de Informe Final – Cualitativo.				■							

8.1. Primera sesión:

Mujeres

En su mayoría amas de casa

Promedio de edad (40 años)

(15 personas).

Estratos 2 y 3

8.1.1. Gustos:

- La mayoría de las señoras amas de casa se divierten con el programa y lo encuentran gracioso.
- En el transcurso de la sesión se noto una aceptación y el agrado por la comunicación que maneja el programa "el chisme"
- Del programa atrae la variedad de su contenido.

8.1.2. Disgustos:

- Existe un rechazo general del grupo respecto al manejo de los temas por parte de la negra candela, es considerado por las asistentes como expresiones pasadas de tono.
- Las señoras rechazan cuando los chismes se convierten en comentarios malintencionados y afectan la integridad de las personas sin importar que sean famosas o no.

8.1.3. Tema principal del programa (chismes)

En general el grupo admite que el programa esta bien enfocado, les gusta y les agrada el tema principal, su buen humor y el manejo de las secciones, y piensan que el chisme es un buen tema para tratar si se maneja con respeto.

8.1.4. Humor

Es la parte más atractiva del programa.

El humor es más agradable en las secciones pregrabadas y es notorio la falta de buen humor por parte de los presentadores.

8.2. Segunda sesión:

Hombres y mujeres.
Estudiantes y trabajadores.
Promedio de edad (24 años).
(9 personas).
Estratos 2 y 3.

8.2.1. Gustos:

- Uno de los principales gustos del programa es el formato usado.
- Gustó en su gran mayoría el set de grabación
- El humor y la variedad de secciones.
-

8.2.2. Disgustos:

En su totalidad disgustó el vocabulario utilizado por la *negra candela* y no lo verían por ser ella la presentadora

8.2.3. Razones por las que le gustaría verlo:

Por el buen humor y porque su estilo es joven y diferente

8.2.4. Tema principal del programa (Chismes)

Les atrae el chisme, saber de sus artistas preferidos, y conocer un poco más de el mundo de los famosos, aunque critican la forma como los abarcan, en especial la *negra candela*.

8.2.5. Humor:

Es bueno, la gente se siente bien porque lo considera cotidiano
Muchos de los asistentes creen que les falta manejar más el humor por parte de los presentadores, es decir en ocasiones suelen ser un tanto "ridículos".

8.2.6. Secciones:

- Les parece buena la del "Mito", porque descubren los aspectos interesantes de los famosos.
- Una de las secciones más criticadas es "sin confirmar", ya que todos los asistentes la relacionan con la negra candela

8.2.7. Set de grabación:

- Tiene una buena ambientación.
- Va de acuerdo con el formato del programa.
- Es agradable y llama la atención.

8.2.8. Sugerencias:

- "a mi me gusta el chisme, pero más fresco y menos morboso" afirma una asistente refiriéndose al tono de los comentarios hechos por la negra candela.
- Que no se recalquen tanto los chismes, pues tienden a crear más comentarios malintencionados del afectado y así mismo pierden credibilidad.

8.2.9. Duración:

El promedio de duración estimado por los asistentes es en promedio de 45 minutos.

8.2.10. Horario:

La mayoría de los asistentes coinciden que sábado en la tarde es el horario más apropiado.

8.3. Tercera sesión:

Hombres y mujeres
Trabajadores y desempleados.
Promedio de edad (26 años)
(11 personas)
Estratos 3 y 4.

8.3.1. Gustos:

En lo general gustaron algunos apartes de humor.

8.3.2. Disgustos:

- El programa es un poco aburrido y desesperante, cuando la negra candela empieza a presentar, porque habla y habla tanto que se torna intolerable.
- No les gusto el formato del programa.

8.3.3. Tema principal del programa (chismes):

- Este grupo en especial muestra un grado de indiferencia hacia la programación chismosa, consideran que el programa debería estar más enfocado hacia el humor que hacia los chismes debido a que este tipo de personas ven estos programas más por relajarse después de una jornada de trabajo.

8.3.4. Humor:

Es lo único llamativo para este grupo determinado, sin obviar que en partes se torna aburridor debido a que los presentadores en su intento por ser cómicos se vuelven ridículos.

8.3.5. Secciones:

- Se mostraron apáticos en varias de las secciones especialmente en "sin confirmar" porque aparte que trata de chismes lo dirige la negra candela.

- Gustaron los apartes de humor como: - La entrevista a Tarzan "la mascota de "Los Reyes"
- El taxista

8.3.6. Set de grabación:

Es agradable, es apropiado, es moderno.

8.3.7. Sugerencias:

- Una sugerencia dada por un participante fue el cambio de presentadores, y sugirió colocar a Andrea Serna y Carlos Calero, que según ellos manejan una mejor imagen y le dan otro sentido al tema de los chismes.
- Que le quiten el picante que tiene la negra candela.

8.3.8. Duración:

Este grupo considera que la duración del programa no debe sobrepasar los 30 minutos.

8.3.9. Horario:

- Este grupo se vio desinteresado por ver este programa, pero en el caso de verlo consideran que se debería emitir en el horario de sábado espectacular.

8.4.1. Graciela Torres (LA NEGRA CANDELA)



Más conocida como "La negra candela", nació en Bogotá, pero es descendiente de una familia santandereana. Estudió Comunicación Social en la Universidad de América de Bogotá, en donde se graduó con el título de periodista en la última promoción. Inició como periodista siendo una practicante en 1975. Comenzó como profesional en la Radiodifusora Nacional de Colombia como redactora, y simultáneamente, en el Fondo de Capacitación Popular, hoy Señal Colombia, donde hacía de todo casi que hasta servir los tintos, pasando por redacción, producción, coordinación, reportería, edición, presentación, entre otros.

Escribió también en la Revista VEA, hoy desaparecida. Allí inició como periodista de entretenimiento cuando crearon una columna exclusivamente para ella, llamada: "Pantachica". El Espectador, fue otro de los medios en donde "La negra candela" dejó huella, allí escribió en la sección de deportes y finalmente en la Revista Clip, hoy desaparecida.

Ha dirigido programas en RCN Radio, Radio Santafé y actualmente en TODELAR. En televisión ha pasado por la mayoría de las casas productoras: en RCN con "El rincón de la negra candela", "Venga le cuento"; en Colombiana de Televisión con Gente Triple "A"; en Producciones Horacio Sterling con "En Casa"; en el Canal "A" con "Dicen con la negra Candela" y con Jorge Barón Televisión "La Negra y Sor Rita".

8.5. ÁNGELA VERGARA



Nació en Cartagena - Bolívar, el 7 de junio. Estudió psicología en la Universidad Javeriana de Bogotá. Departía su tiempo entre la Universidad y su carrera como modelo, pero su vida dio un vuelco total al ser una de las presentadoras de Panorama. Desde ese momento inició su carrera en la televisión pasando por diferentes magazines hasta llegar a la actuación.

Su talento y su belleza la han llevado a protagonizar varias producciones, tales como "No sea mula", "Mascarada", "Invencible mujer piraña", "Hombres de honor", "Paraíso tropical", entre otros, consolidándose como una de las jóvenes figuras de la televisión colombiana.

Después de tres años de ausencia por su estadía en Australia, Ángela hizo parte del elenco de la novela "Las noches de Luciana" del Canal RCN. Actualmente, es una de las presentadoras de "El Lavadero", la nueva producción de Nuestra Tele.

8.5.1. Comentarios:

Estos son algunas de las opiniones dadas por los asistentes a las sesiones sobre Ángela Vergara "palabras textuales"

- "Es la Natalia de sweet"
- "Es la conciliadora del programa"
- "se ve muy forzada"
- "Esta ahí por bonita"
- "Yo vería el programa por ver a Angellita"
- "no se ve como una chismosa"

8.5.2. Análisis:

Es el punto agradable del programa, le da un toque de elegancia y apacigua un poco la brusquedad verbal de la negra candela, esta es la conclusión a la que llegan los hombres y algunas mujeres, otras opinan que es un adorno del programa.

Su belleza y capacidad como presentadora la hacen parte importante del programa, sin embargo su imagen no es la apropiada para este formato, pues se ve un poco forzada como presentadora de chismes.

8.6. MAURO URQUIJO



Mauro Urquijo, un manizaleño nacido el 7 de julio de 1968, es uno de los presentadores del nuevo programa de Nuestra tele, "El lavadero". Se dio a conocer en la televisión como presentador de secciones en "No me lo cambie", y luego incursionó como actor. Sus papeles más recordados son en programas como: "No renuncies Salomé", de Telecolombia para Canal RCN, "Ahí están pintados", de Canal Capital, "Crónicas de catre", de Canal Uno, "La mujer en el espejo", de RTI, "La trama paga", de RCN y "Dejémonos de vainas", de Coestrellas. Además, ha tenido experiencia en teatro, ha participado en diferentes obras, tales como: "Cuento navideño", del director Carlos Benjumea, "Esto es genial" y "Tus deseos Nestle".

8.6.1. Comentarios

Estos son algunas de las opiniones dadas por los asistentes a las sesiones sobre "Mauro Urquijo" palabras textuales"

- "es un cari bonito"
- "es como el comentarista"
- "es imparcial"
- "es un canal conector entre Ángela y la negra"
- "trata de apaciguar a la negra"
- "es cómico"

8.6.2. Análisis

Junto a Ángela Vergara constituyen el equilibrio y la armonía del programa, sus comentarios suelen ser acertados, tiene gracia y atrae al público femenino.

Aunque es más reconocido como actor que como presentador hace un buen papel, pero algunas personas opinaron que se le nota un poco fingido el papel de chismoso al igual que Ángela.

8.7. La competencia "SWEET"



Se reconoce como el único programa especializado en el tema de los chismes, es un programa de tradición seguido por muchos televidentes



Lo difícil no es llegar, sino mantenerse, reza el refrán, y todo parece indicar que *sweet* que encabeza Carlos Giraldo llegó para quedarse, o al menos eso es lo que él y su guapa compañera esperan lograr.

¡Noticias frescas!

"El dulce sabor del chisme"



"Es un gusto que nos vean, nuestros paisanos buscan la mejor información referente al medio artístico colombiano, y la finalidad de *sweet* es brindárselas."

Carlos atribuyó el éxito de su programa al trabajo en equipo y aunque negó conocer la fórmula para un periodismo eficaz, sí dijo que el condimento de una emisiones "ser como eres, así nada más."



Por su parte, Natalia Peralta, la bella del show, aseguró que *Sweet* tiene las mejores noticias de la televisión.

"Aquí tratamos de que la gente que nos ve se divierta, y que reciba los chismes y noticias de actores famosos, además de hacer las notas frescas y amenas."



Carlos Alberto Giraldo

Actor, cantante, bailarín y modelo de comerciales y fotografía, la versatilidad de Carlos es bien conocida en el medio. Comenzó sus estudios en la fundación de Artes y ciencias escénicas de Edgardo Román y luego realizó estudios de canto con Silvia Moscovich y Ramón Calzadilla. Su experiencia en el teatro lo ha llevado a realizar personajes en obras como "El soldadito de plomo", "Los caballeros las prefieren rubias", "La casita del placer", "Peter Pan", "La invencible Molly Brown", "La jaula de las locas", "La mujer del año" y "Sugar". En televisión ha pasado por programas como las novelas "La elegida", "Mascarada", "Hechizo", "Fiebre" y "Sangre de lobos", la serie "Padres e hijos", actualmente es el presentador e imagen reconocida de Sweet.



Natalia Peralta Castro

Se inició como modelo profesional a muy temprana edad y participó en varios reinados de belleza entre ellos Señorita Antioquia, Miss Mundo Colombia y Miss Universo, concurso que la eligió como la segunda mujer más bella del planeta. Actualmente viene realizando estudios universitarios en la universidad del Bosque en la facultad de Odontología y desde hace tres años es la presentadora estrella del programa Sweet.

8.8. Análisis general

"Hay que reconocer que es naturaleza del ser humano mostrar interés por las cosas que le sucedan a los demás", esta fue la expresión más común entre los participantes a las sesiones; y a nadie le gusta que le digan chismoso, pues lo consideran una ofensa, pero como muchas personas decían "no tiene nada de malo dar información".

Muchos de los asistentes al principio de la sesión aseguraban no gustar del chisme, pero sus actitudes a lo largo del ejercicio demostraban lo contrario, sus intereses se mostraban muy arraigados y demostraban el gusto por saber lo que pasaba a otras personas además se notaba en ellas su amplia información sobre la vida de los artistas.

Teniendo en cuenta que el estudio está basado en tres diferentes estratos y edades, es notoria la diferencia de pensamientos de gustos y estilos de vida entre ellos, dada estas circunstancias hemos llegado a la conclusión que este formato de programa está netamente dirigido a las personas de estratos 1 y 2 y en especial a las señoras amas de casa, que no dudaron en mostrarnos sus puntos de vista, sus gustos y disgustos por este tipo de programas, y su necesidad porque las programadoras pongan al aire estilos y formatos con buen contenido humorístico ya que la televisión en su caso es una herramienta de entretenimiento, se sienten atraídas por el forma en que son tratados algunos temas. Para ellas es interesante ver el mundo de la farándula de una forma más cercana y en cierta forma darse cuenta de lo que sucede en la vida de las estrellas (aunque algunas no lo reconozcan) y sentir que son personas no diferentes a ellas y que les pueden pasar percances como a cualquiera, era interesante ver como en las sesiones las opiniones eran muy similares y terminaban en pláticas entre ellas como si se conocieran de hace tiempo, se presentaba un caso de homogeneidad y de gustos muy similares.

Por otro lado la actitud del resto de las personas que no eran de estratos socioeconómicos tan bajos y que trabajaban, estudiaban y en su mayoría eran hombres mostraron una actitud muy diferente y además repelente hacia este tipo de formatos, su insatisfacción por la mayoría de la programación de la televisión colombiana era general y en sus casos preferirán ver televisión por cable, también opinaban no tener mucho gusto por la televisión, preferían realizar otro tipo de actividades; pero cabe tener en cuenta la actitud que tomaban algunos de estos participantes cuando en medio del ejercicio salía a relucir el nombre de

algún artista, la reacción se tornaba casi inmediata y exponían sus conocimientos sobre lo que habían escuchado recientemente sobre ellos y lo interesados que estaban respecto al tema, fue allí cuando encontramos que el rechazo de ellos no era netamente por los chismes si no por el programa en sí, ya que para nadie es totalmente indiferente lo que pueda ocurrir a otras personas en especial por artistas, también encontramos que hay cierto tipo de información por la que ellos puedan estar interesados y que en cierta forma se le puedan llamar chismes, se trata de eventos, conciertos, artistas por venir, y todo lo relacionado con el estilo de vida que ellos manejan, por el cual nos dimos cuenta que el programa no da ningún tipo de información joven por lo tanto ahuyenta su presencia entre la audiencia.

Algunos de estos participantes confesaron que una de las atracciones por estos programas era sus presentadoras y mencionaron a la de "sweet" y palabras textuales opinaron "yo voy pasando canales y apenas la veo a ella en la pantalla me quedo viéndola un rato porque es que esta muy buena", sabemos que el recurso de utilizar la imagen femenina en un programa para aumentar la audiencia no es algo nuevo pues es una técnica muy antigua y que no se necesita de mucho mercadeo para saberlo, pero como lo dicen las propias palabras de algunos asistentes "funciona" y la inclusión de una mujer tan bella como lo es Ángela Vergara tiene un gran impacto sobre la audiencia masculina.

Pasando ahora al tema de los presentadores *La negra candela* causó una gran polémica durante el desarrollo de las tres sesiones, su trayectoria en el medio ha sido conocida por mucha gente gracias a las polémicas que han sido protagonizadas por ella, es preciso decir que su imagen es bien reconocida para presentar este tipo de formato y que la gente, en especial nuestro ya definido target "las amas de casa" (incluso antes de presentar el piloto) no tuvieron reparo en mencionar su nombre cuando nos referimos al tema de nuestras sesiones. Su trayectoria no ha sido solamente en el tema de los chismes, si investigamos en su hoja de vida podemos ver a alguien que se ha desempeñado en muchos cargos, inició como periodista siendo una practicante en 1975. Comenzó como profesional en la Radiodifusora Nacional de Colombia como redactora, y simultáneamente, en el Fondo de Capacitación Popular, hoy Señal Colombia, donde hacía de todo casi que hasta servir los tintos, pasando por redacción, producción, coordinación, reportería, edición, presentación, entre otros.

Escribió también en la Revista VEA, hoy desaparecida. Allí inició como periodista de entretenimiento cuando crearon una columna exclusivamente para ella, llamada: "Pantachica". El Espectador, fue otro de los medios en donde "La negra candela" dejó huella, allí escribió en la sección de deportes y finalmente en la Revista Clip, hoy desaparecida, ha dirigido programas en RCN Radio, Radio Santafé y actualmente en TODELAR. En televisión ha pasado por la mayoría de las casas productoras: en RCN con "El rincón de la negra candela", "Venga le cuento"; en Colombiana de Televisión con Gente Triple "A"; en Producciones Horacio Sterling con "En Casa"; en el Canal "A" con "Dicen con la negra Candela" y con Jorge Barón Televisión "La Negra y Sor Rita"; como podemos ver su hoja de vida es lo suficientemente extensa como para considerar su participación en el medio, cosa que poco pudimos ver en el desarrollo de las sesiones, su popularidad y reconocimiento se simplificaba directamente a su participación en el lema de los chismes y su popularidad también se debía a sus múltiples problemas y demandas que según los asistentes aseguraron tenía.

El problema y las consecuencias que trae una imagen tan limitada y tan directamente implicada a la información que nos muestran los medios tiene muchos efectos negativos, tanto así que sugirieron el cambio de presentadora y postularon a alguien de más credibilidad entre los cuales resalto el nombre del presentador de Sweet "Carlos Giraldo", y entre otros como Adriana Serna y Carlos Calero, este rechazo en general es consecuencia de la mala imagen que tienen las personas sobre ella.

Sin embargo es para tener en cuenta que la polémica causada por ella puede tener un efecto provechoso sobre la audiencia y que en cierta forma a la gente le llama la atención sus líos y la forma irreverente y descomplicada con que ella suele manejar sus programas y sus críticas aunque muchas personas no lo aceptaron (talvez para no ser tachadas como chismosas) les agrada su estilo particular.

Ángela Vergara y Mauro Urquijo representan el punto de equilibrio que frena el picante propasado de la negra candela.

Para la asistencia masculina (aunque muy poca y renuente al contexto) Ángela era el punto bello del programa y les pareció que su participación aunque no indispensable era muy valiosa no tenía fama como presentadora pero lo hace muy bien.

Para el genero femenino era extraño ver a Mauro Urquijo en este tipo de contexto pero para nada disgusto y su participación en el programa es

importante ya que alterna y da equilibrio al escenario y además es considerado un hombre atractivo o como dijeron varias de las asistentes "el cari bonito" da una apariencia agradable al programa.

El factor más representativo y agradable del programa está en el humor que se maneja en algunas de las secciones, las 35 personas expresaron complacencia en el momento que se les mostró el piloto.

Otra de las principales atracciones del programa es el set de grabación, los participantes opinaron sobre su comodidad, los colores y lo apropiado que es para su tipo de formato.

Entre muchas de las opiniones que se pudieron recoger resaltan de mayor manera las críticas hechas por un alto porcentaje de las personas a la negra candela, así como también el buen humor del programa y el buen desempeño por parte de Ángela Vergara y Mauro Urquijo.

La duración del programa es la más apropiada pues coincidieron con la respuesta promedio de los asistentes.

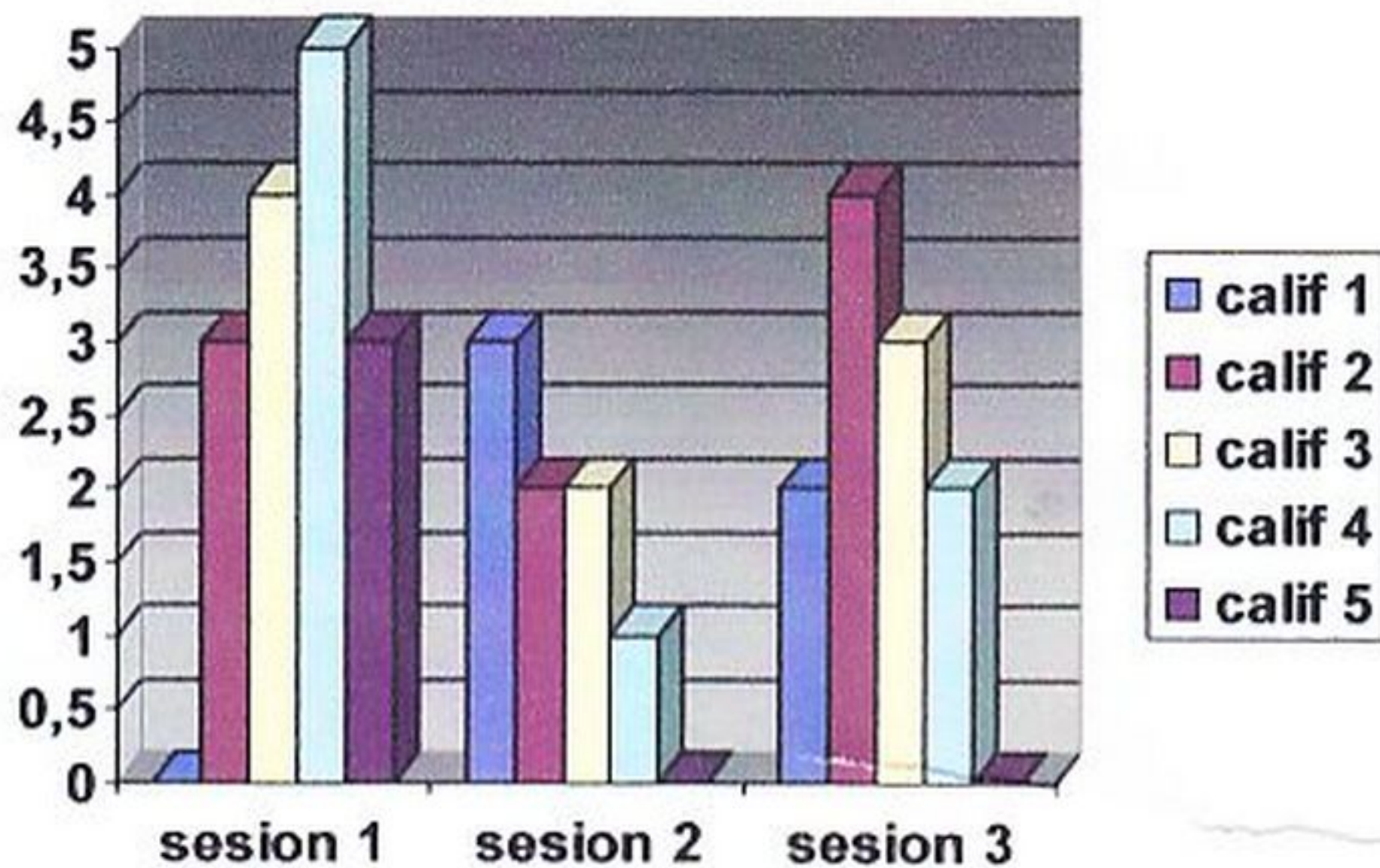
8.9. DATOS QUE PUUDAN INTERESAR
Análisis de los resultados

TABULACIÓN

1. Fieles televidentes del programa.

GRUPO	MUJERES Amas de casa promedio de 40 años	Hombres y mujeres. Estudiantes y trabajadores	Hombres y mujeres Promedio de edad (26 años)	TOTAL
ASISTENTES	15	9	11	35
CALIF 1	0	3	2	5
CALIF 2	3	2	4	9
CALIF 3	4	2	3	9
CALIF4	5	1	2	8
CALIF 5	3	0	0	3

BASE 33

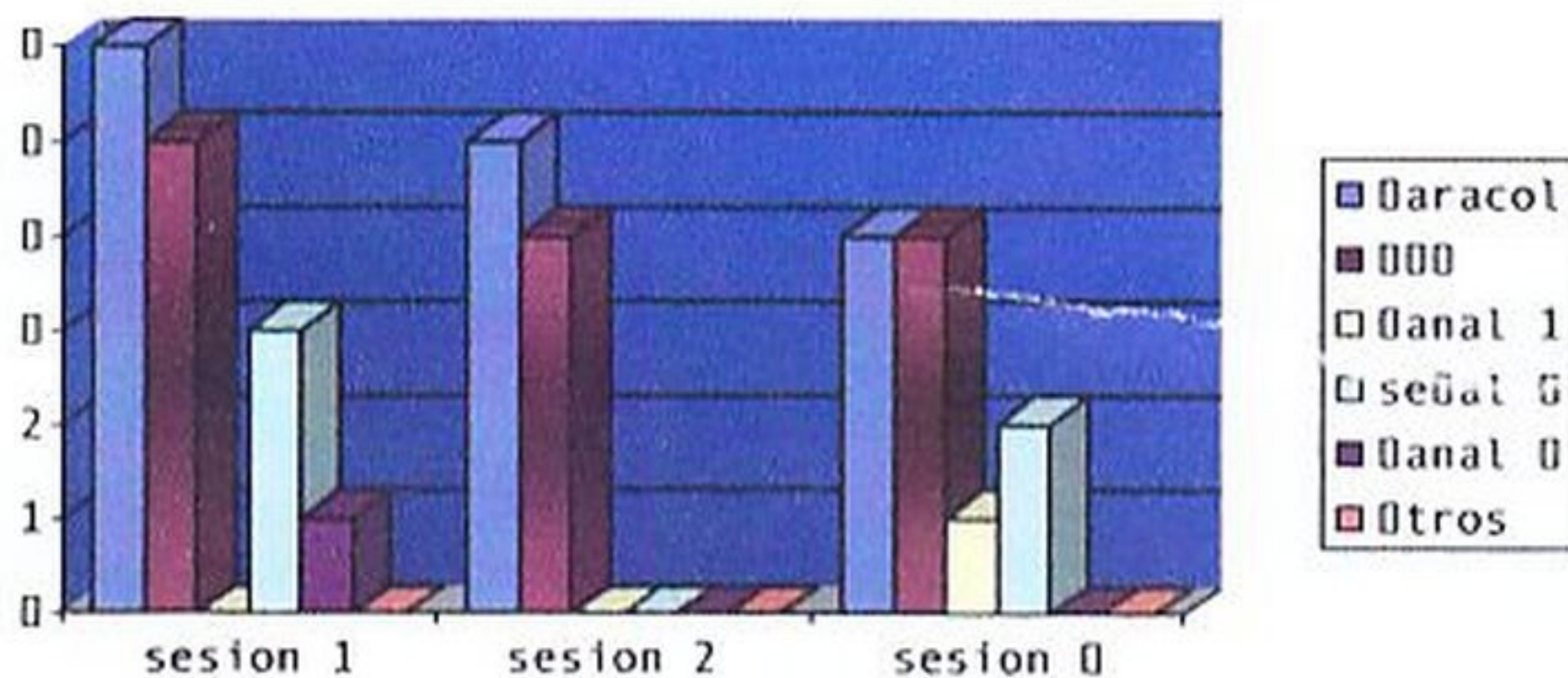


El 37% encuestado se ubican entre una calificación 3 y el 4, siendo la primera la que más adeptos tiene; mostrándonos que las personas encuestadas son de las que tienen agrado por el programa pero no tienen un ritmo constante para seguir la historia y muy probablemente no ocupan todos los días para verla

2. Canal más visto

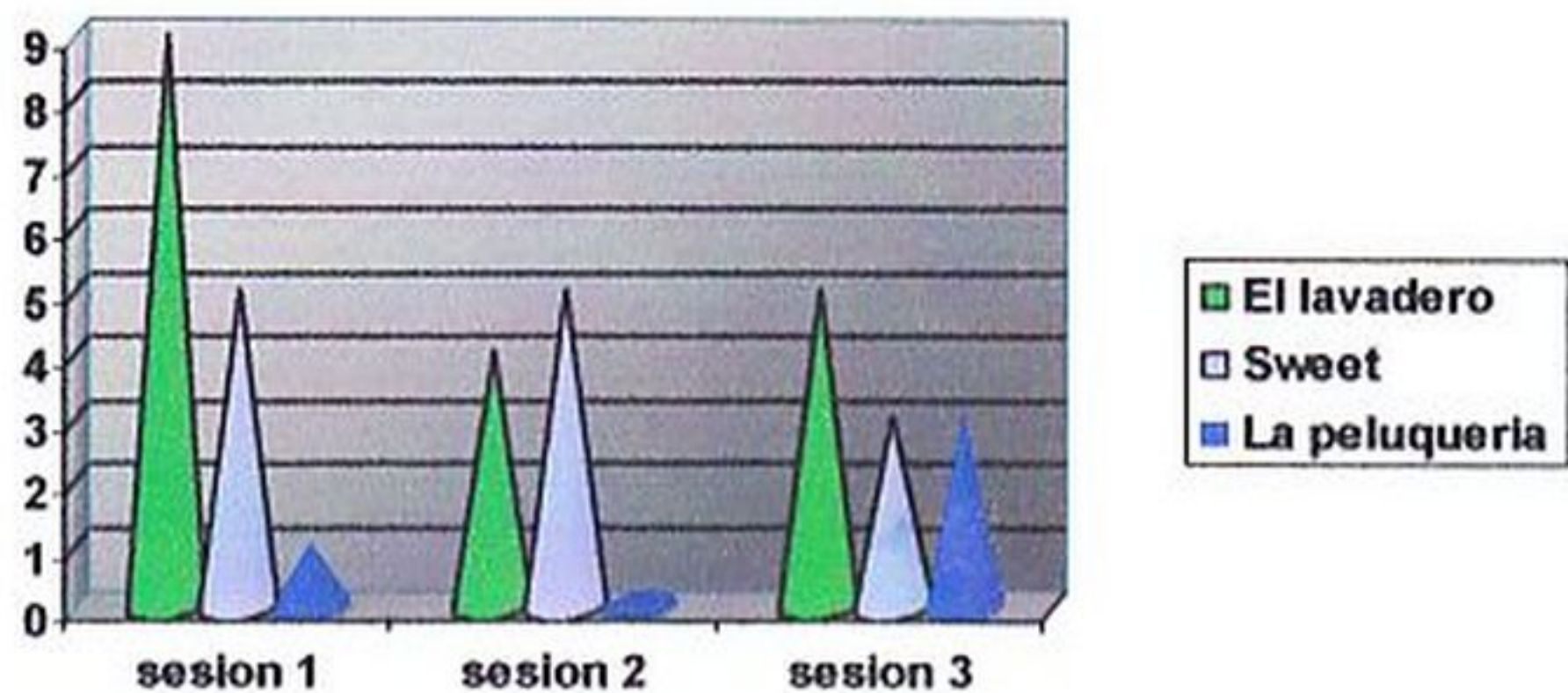
GRUPO	MUJERES Amas de casa promedio de 40 años	Hombres y mujeres. Estudiantes y trabajadores	Hombres y mujeres Promedio de edad (26 años)	TOTAL
ASISTENTES	15	9	11	35
Caracol	6	5	4	15
RCN	5	4	4	13

Canal Uno	0	0	1	1
Señal Colombia	3	0	2	2
Canal A	1	0	0	1
Otros	0	0	0	0



Con un 45% podemos darnos cuenta que el canal CARACOL es el de mayor audiencia entre el grupo encuestado, seguido por el canal RCN con un 39%.

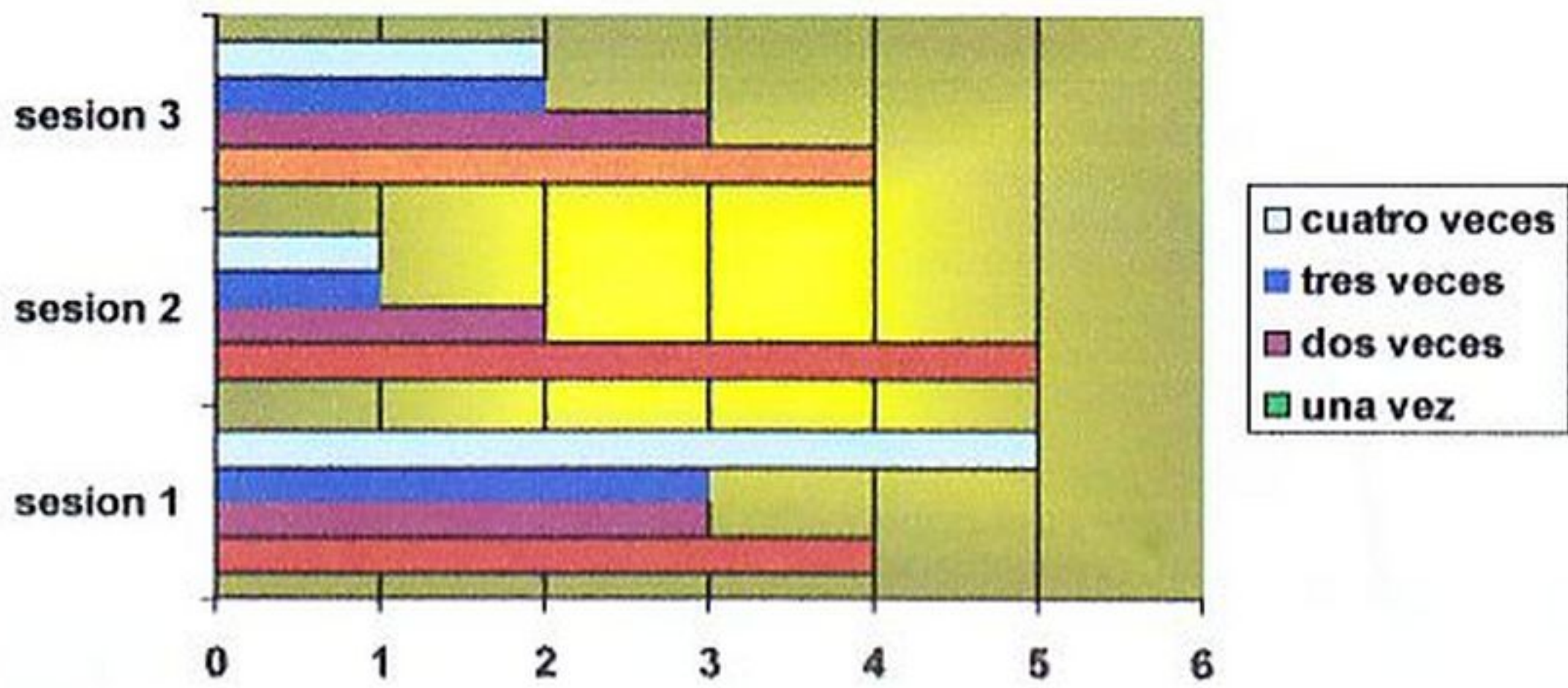
3. Calificación de programas de chismes



El 54% de los encuestados califican el programa como uno de los más visto.

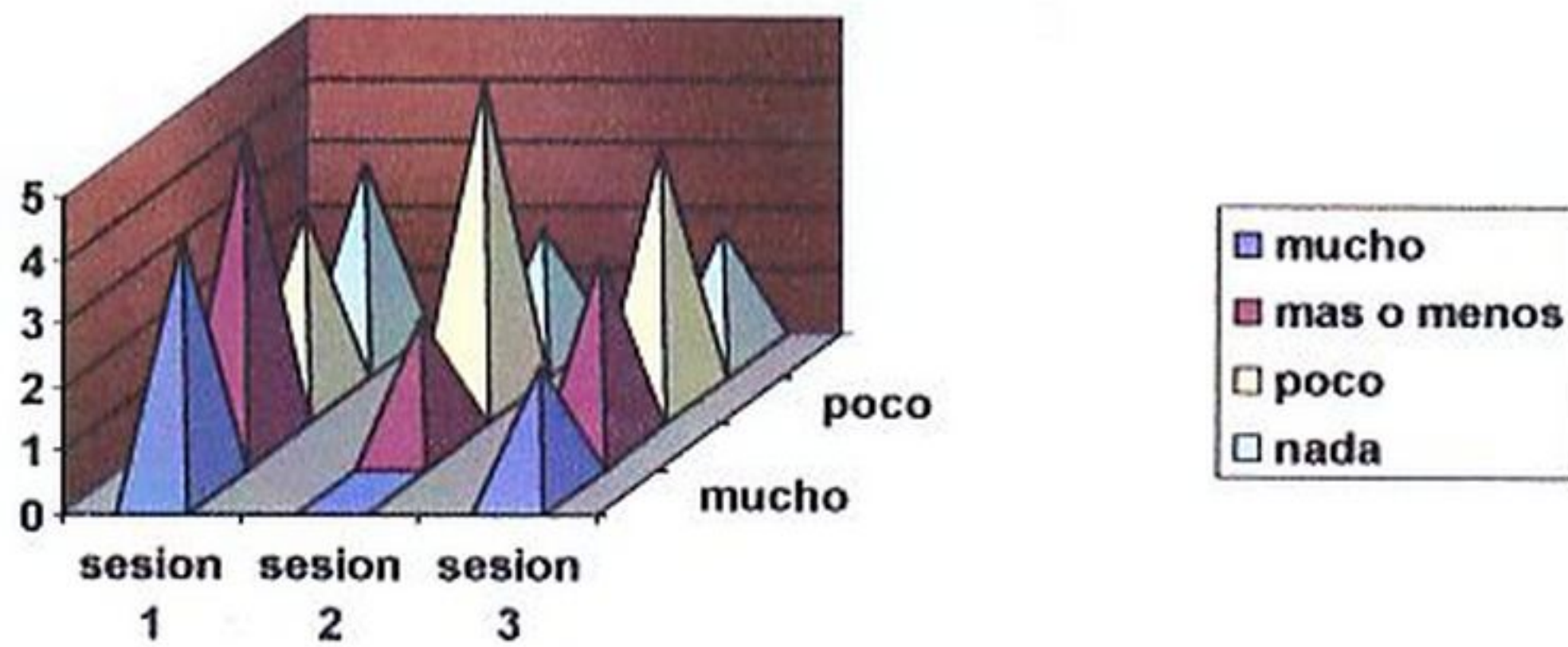
4. Ven el lavadero por mes.

GRUPO	MUJERES Amas de casa promedio de 40 años	Hombres y mujeres. Estudantes y trabajadores	Hombres y mujeres Promedio de edad (26 años)	TOTAL
ASISTENTES	15	9	11	35
Una vez	4	5	4	9
Dos veces	3	2	3	8
Tres veces	3	1	2	6
Cuatro veces	5	1	2	8



La frecuencia más alta es de una vez por mes, para el grupo encuestado sin descartar que sea posible que puedan ser dos.

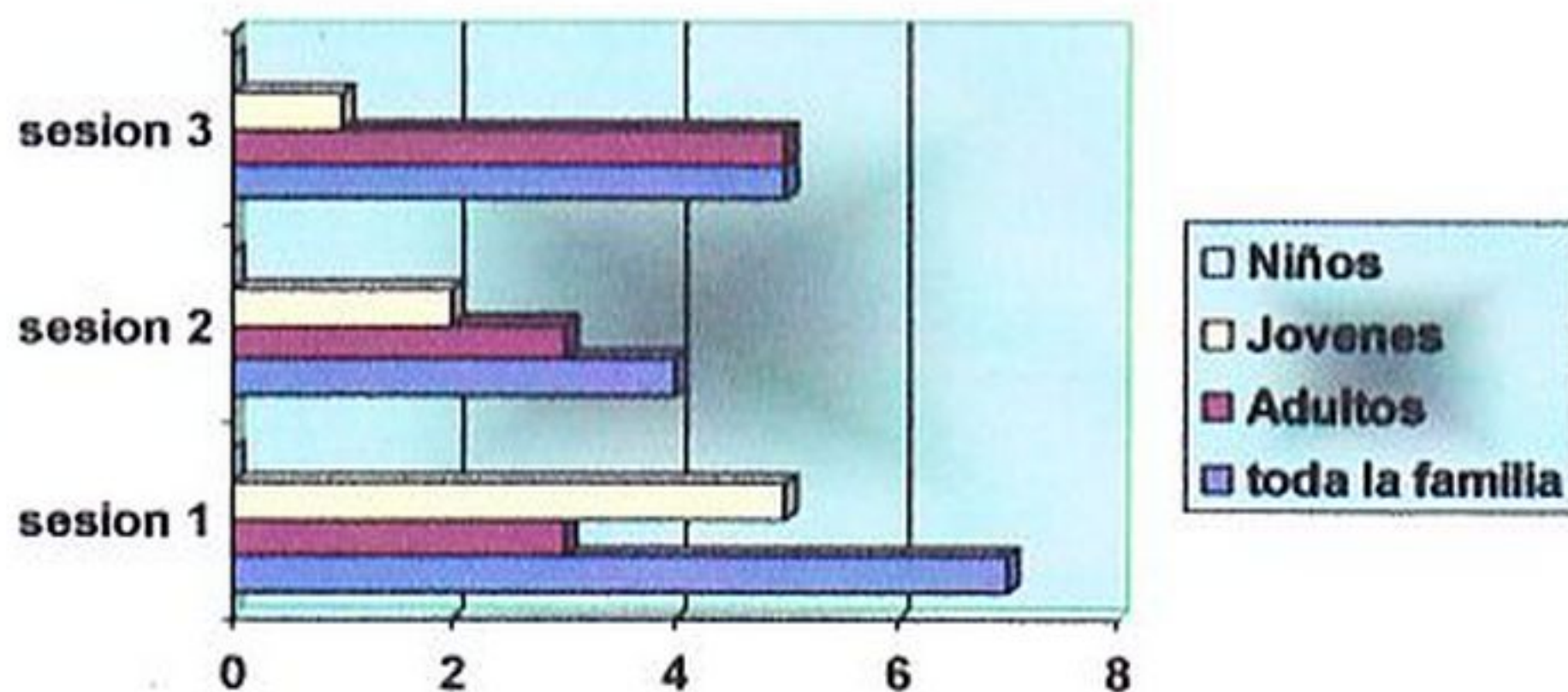
5. Gusto por la temática, chismes y humor.



La temática del programa es de regular acogida por el grupo encuestado con unas calificaciones del 36% para poco.

6. Creen que el programa esta dirigido para.

GRUPO	MUJERES Amas de casa promedio de 40 años	Hombres y mujeres. Estudiantes y trabajadores	Hombres y mujeres Promedio de edad (26 años)	TOTAL
ASISTENTES	15	9	11	35
Para toda la familia	7	4	5	16
Adultos	3	3	5	13
Jóvenes	5	2	1	8
Niños	0	0	0	0

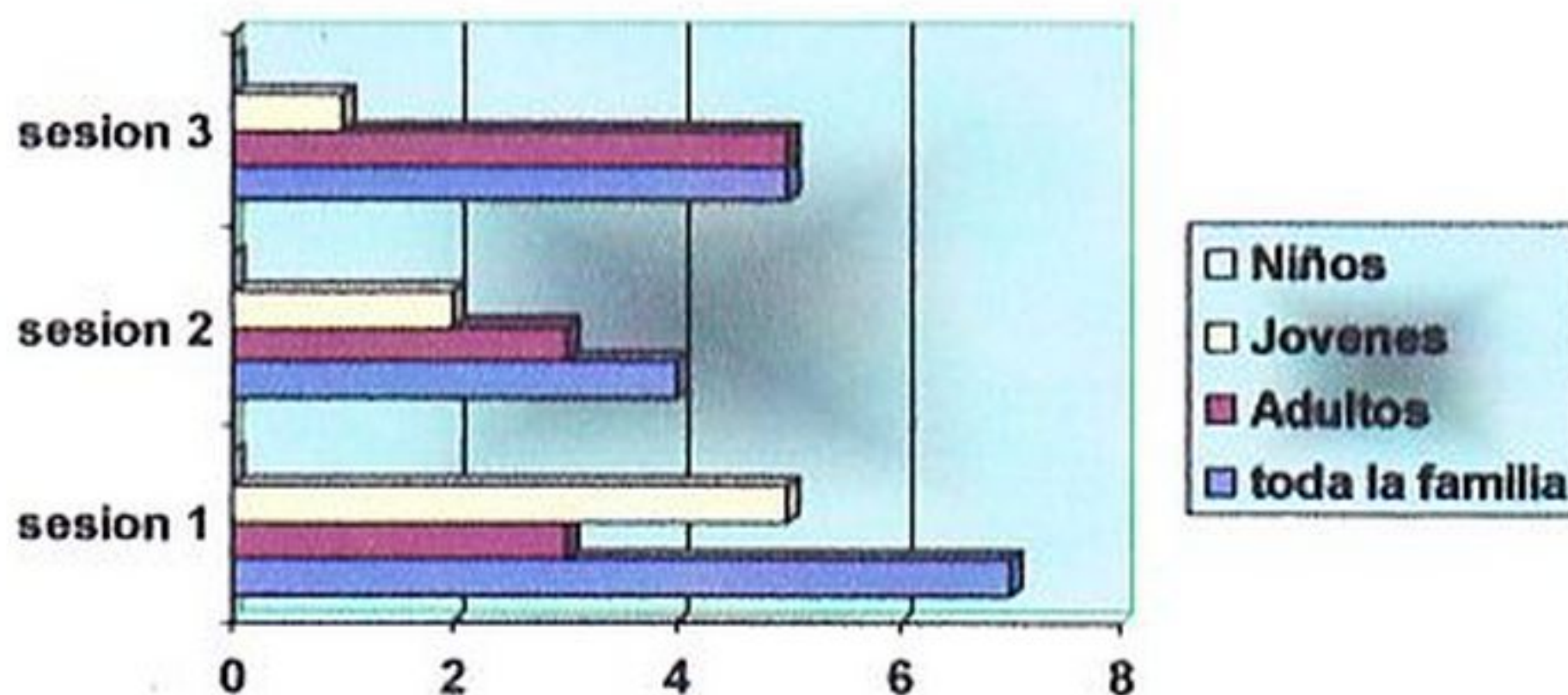


El grupo encuestado cree que la novela es apta para toda la familia con el 41% cabe resaltar que el 38% opina que es apta solo para Adultos creyendo que la temática de acción y violencia manejada en la novela no es adecuada para los niños.

La temática del programa es de regular acogida por el grupo encuestado con unas calificaciones del 36% para poco.

6. Creen que el programa esta dirigido para.

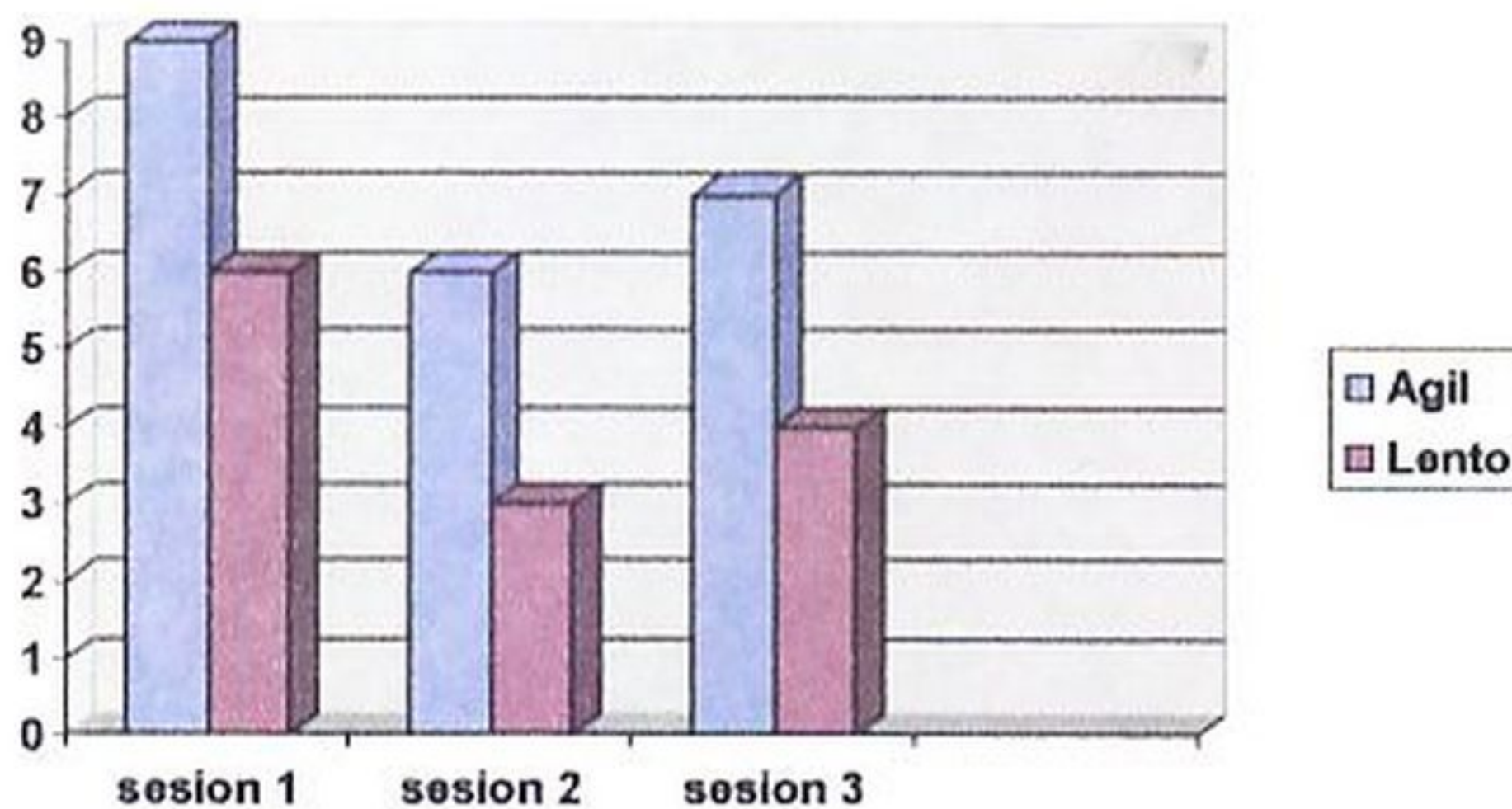
GRUPO	MUJERES Amas de casa promedio de 40 años	Hombres y mujeres. Estudiantes y trabajadores	Hombres y mujeres Promedio de edad (26 años)	TOTAL
ASISTENTES	15	9	11	35
Para toda la familia	7	4	5	16
Adultos	3	3	5	13
Jóvenes	5	2	1	8
Niños	0	0	0	0



El grupo encuestado cree que la novela es apta para toda la familia con el 41% cabe resaltar que el 38% opina que es apta solo para Adultos creyendo que la temática de acción y violencia manejada en la novela no es adecuada para los niños.

7. El ritmo del programa es.

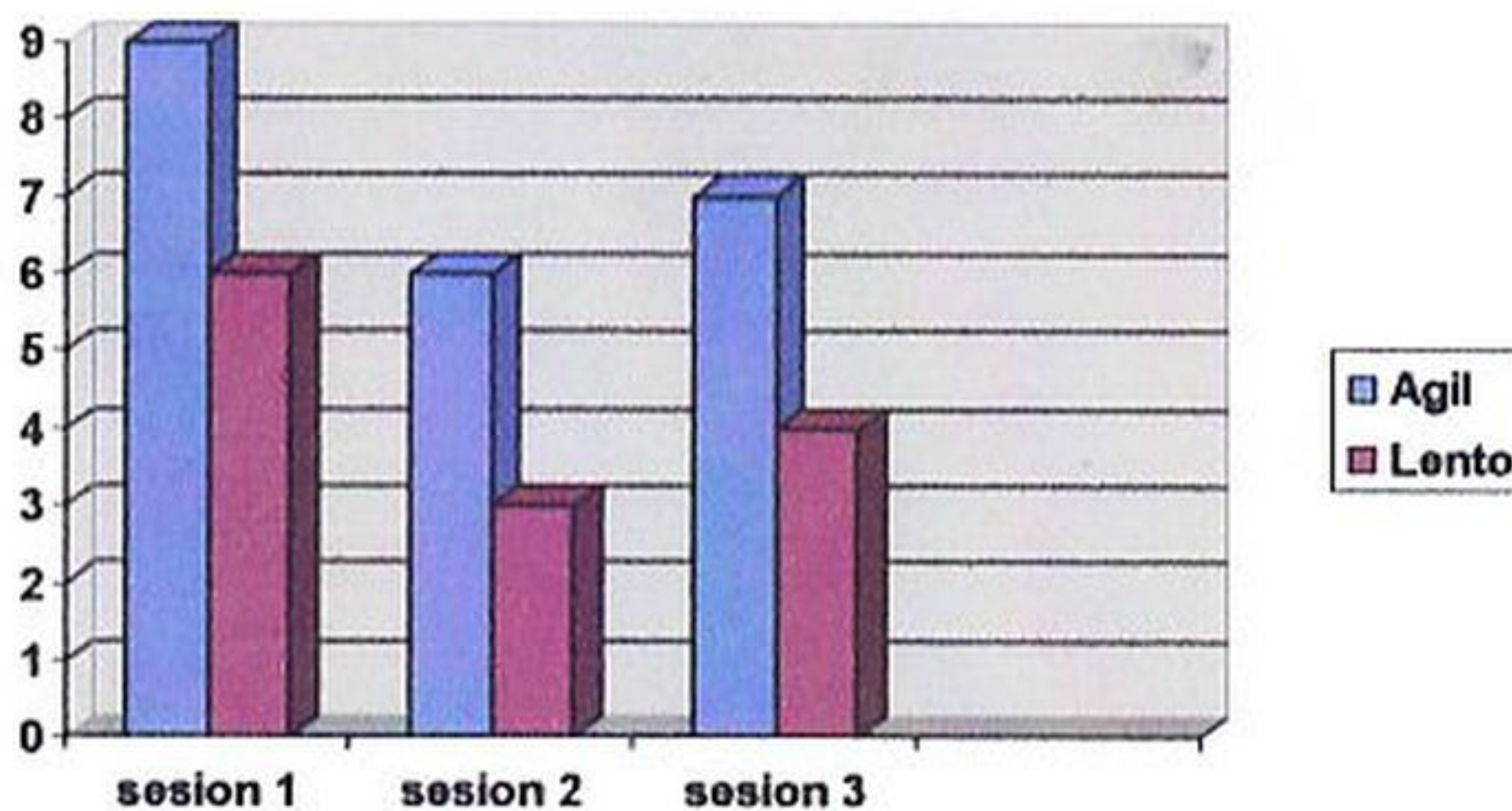
GRUPO	MUJERES Amas de casa promedio de 40 años	Hombres y mujeres. Estudiantes y trabajadores	Hombres y mujeres Promedio de edad (26 años)	TOTAL
ASISTENTES	15	9	11	35
Agil	9	6	7	22
Lento	6	3	4	13



El ritmo del programa es considerado Ágil con el 65% de los encuestados pero esta agilidad se da en la medida que las secciones que se manejen en los diferentes segmentos.

7. El ritmo del programa es.

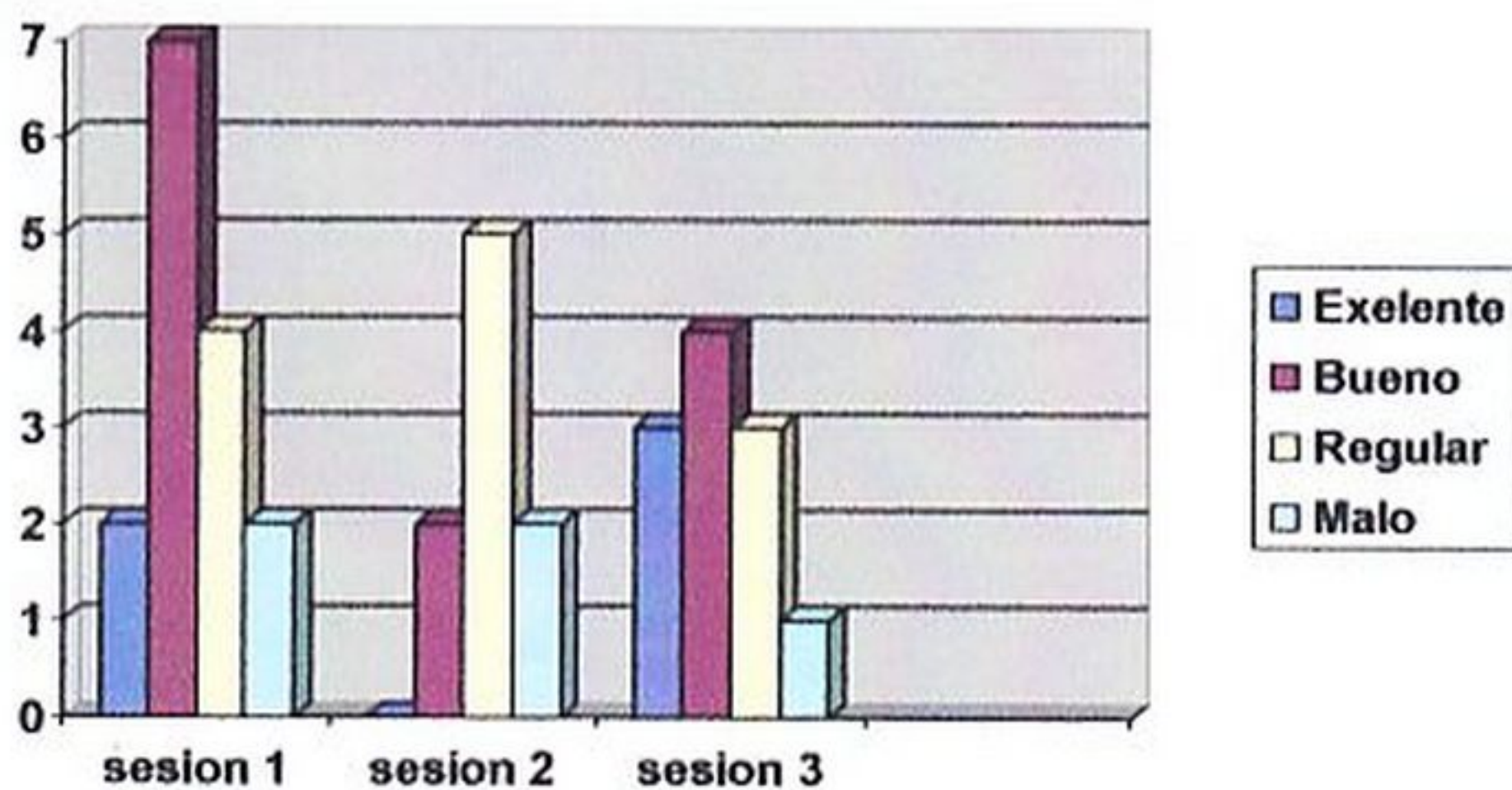
GRUPO	MUJERES Amas de casa promedio de 40 años	Hombres y mujeres. Estudiantes y trabajadores	Hombres y mujeres Promedio de edad (26 años)	TOTAL
ASISTENTES	15	9	11	35
Agil	9	6	7	22
Lento	6	3	4	13



El ritmo del programa es considerado Ágil con el 65% de los encuestados pero esta agilidad se da en la medida que las secciones que se manejen en los diferentes segmentos.

8. En general el programa es.

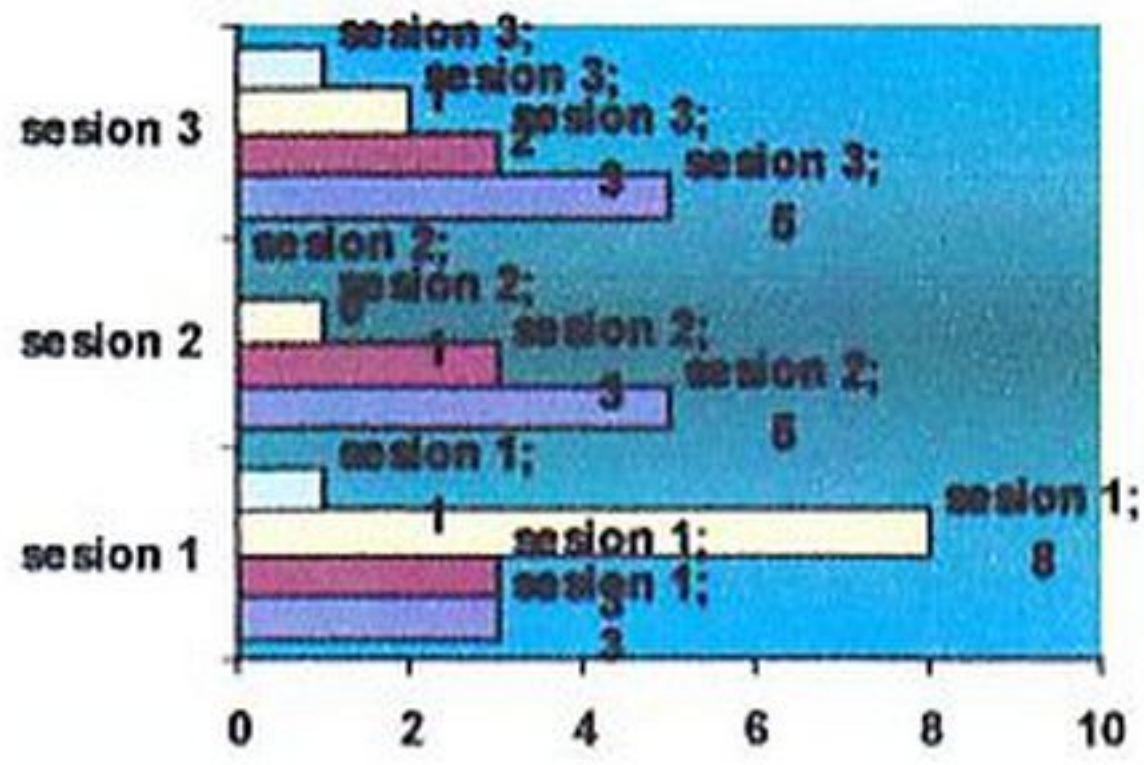
GRUPO	MUJERES Amas de casa promedio de 40 años	Hombres y mujeres. Estudiantes y trabajadores	Hombres y mujeres Promedio de edad (26 años)	TOTAL
ASISTENTES	15	9	11	35
Excelente	2	0	3	5
Bueno	7	2	4	13
Regular	4	5	3	12
Malo	2	2	1	5



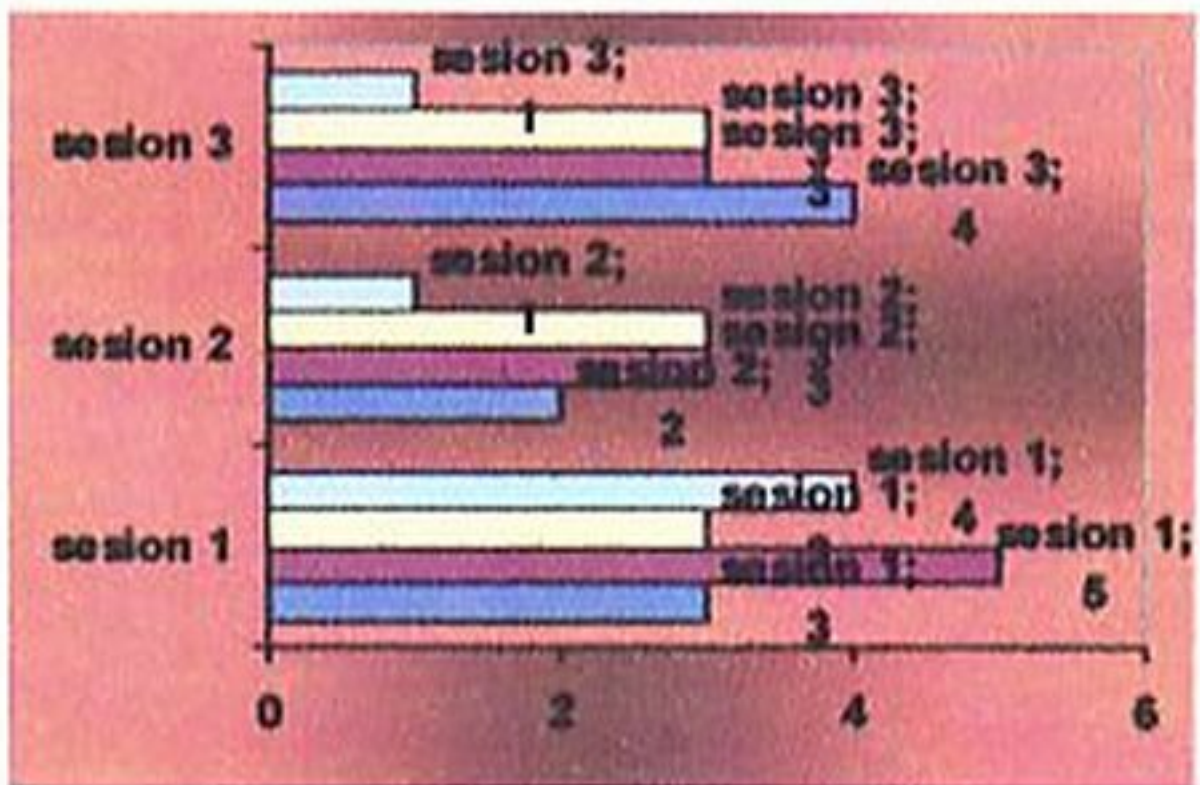
El producto en general califica entre bueno con el 37% y regular con el 34%, de los participantes

9. Gusto por la participación de los siguientes personajes.

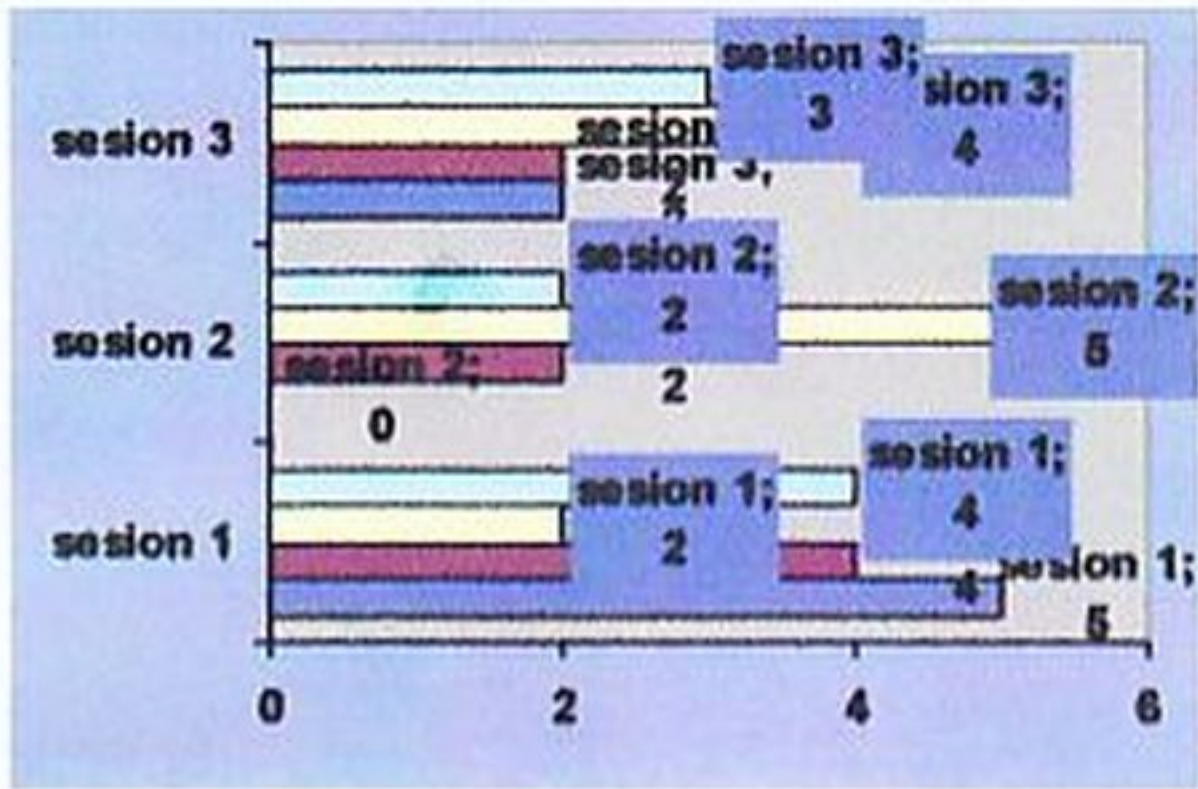
Ángela Vergara



Mauro Urquijo



Negra Candela



9. CONCLUSIONES

Cuando se trata de analizar la información sobre el desempeño de un programa una entrevista en grupo es una oportunidad única de experimentar "el mercado" directamente. La mayoría de los estudios de investigación de mercado reduce las personas en números y porcentajes en un informe; pero en una entrevista en grupo las personas están allí en cuerpo y alma. Por esta razón, la entrevista en grupo nos proporciona una oportunidad especial de obtener un cuadro del comportamiento y actitudes, persona por persona, en vez de patrones agregados que son el resultado de la generalidad de los estudios en gran escala.

Cuando lo que se busca es obtener información sobre las cualidades de un programa de televisión es este caso un programa de entretenimiento como "el lavadero" puede utilizarse la investigación cuantitativa (sesiones grupales) previo o posterior a una investigación cuantitativa, para obtener información que permita tener un concepto más amplio de la situación del mercado en que se encuentra actualmente la televisión colombiana, dándole un mejor enfoque al estudio, y posterior para profundizar, desarrollar o complementar, explicando de una manera más clara el porqué de los datos que arrojaron en números los métodos cuantitativos. El valor principal de un Focus Group, se logra de la interacción de la dinámica de grupo, la idea de que la respuesta de una persona es capaz de convertirse en estímulo para otra, con lo que se genera un intercambio de respuestas con mejores resultados que si el mismo grupo hubiera hecho su contribución independiente.

Teniendo en cuenta la importancia y la información tan específica que nos puede brindar esta herramienta, pudimos conocer más a fondo las ventajas y desventajas que tiene un programa hecho en este tipo de formato, ya que logramos conocer los puntos de vista y las opiniones de los participantes de una manera más directa y sincera, lo cual resulto muy beneficioso tanto para el programa como para el mismo canal RCN.

El estudio esta basado en diferentes estratos y edades, y fue evidente la diferencia de pensamientos de agrados y estilos de vida entre ellos, dada estas circunstancias se llego a la conclusión de que este formato de programa esta claramente dirigido a las personas de estratos bajos, que sus opiniones son muy francas y que no están dispuestos a aceptar programas sin un buen fondo y un buen contenido, su capacidad de critica es bastante imparcial y sin tapujos y si tienen la oportunidad de dar

a conocer sus puntos de vista no van hacerse esperar porque ya es del conocimiento de ellos que son el pilar de la economía de la televisión, por esa razón ha sido para nosotros de gran importancia conocer tan de cerca las opiniones del televidente que gracias a sus necesidades de hacerse escuchar y respetar sus derechos nos han dado la oportunidad de realizar una investigación en forma detallada, que esperamos sea de gran ayuda para el canal RCN y que esta pequeña contribución haya sido un apoyo para la mejoría del mismo programa.

10. BIBLIOGRAFÍA

GUTIERREZ MARTINEZ, Ana María y CASTAÑEDA BERNAL, Juan Manuel.
Manual de procedimientos de recolección y verificación en una
investigación de mercados.
Centro de publicaciones EDICIÓN.

JANY C, José Nicolás. Investigación integral de mercados.
Bogotá. Mc Graw Hill.

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS. Normas colombianas para
la presentación de trabajos de investigación. Segunda actualización.
Santafé de Bogotá DC. ICONTEC, 1996 126p. NTC 1307

GLOSARIO PRÁCTICO DEL PUBLICISTA. Guía para estudiantes de mercadeo
y publicidad. Primera edición. JN publicidad

WWW.RCN.COM.CO

WWW.SWEET.COM.CO

ANEXOS

FOCUS GROUP

Evaluación cualitativa del programa
"el lavadero"

Primera sección

Hablemos de farándula "echemos lavadero"

- Artistas
- Novelas
- Nacional e internacional

Segunda sección

Rajemos sobre los canales

- Programación chismosa
- ¿hacen falta?
- ¿no hacen falta?

Tercera sección

Critiquemos otros chismosos

- ¿Qué programas conocen de chismes o farándula?
- ¿tienen humor?
- ¿gustan de sus presentadores?
- Set de grabación
- Horarios

Cuarta sección

Al grano

Presentación del piloto

- Gustos y disgustos sobre el programa.

- Razones por las que gustaría verlo.
- Tema principal del programa (chismes).
- Temas que se tratan en el programa y la forma como son tratados.
- Humor ¿si hay o no? Y si hay ¿Cómo es?
- Secciones.
- Set de grabación.
- Expectativas futuras y sugerencias.
- Duración.
- Horario.

FORMULARIO BASE UNIFICADO

1. Sus datos personales son:

Nombre	
Teléfono	
Celular	
Municipio	

Documento identificación	
Email	
Dirección	

2. Usted es:

Hombre	<input type="checkbox"/>	Mujer	<input type="checkbox"/>
--------	--------------------------	-------	--------------------------

3. Cual es su fecha de nacimiento:

Año	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	Mes	<input type="text"/>	<input type="text"/>	Día	<input type="text"/>	<input type="text"/>
-----	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	-----	----------------------	----------------------	-----	----------------------	----------------------

4. El máximo nivel educativo que ha alcanzado es:

Primaria	<input type="checkbox"/>	Técnico	<input type="checkbox"/>
Bachillerato	<input type="checkbox"/>	Universitario	<input type="checkbox"/>

5. Su ocupación actual es:

Estudiar	
Trabajar	
Oficios del hogar	

Estudiar y trabajar	
Desempleado	
Está pensionado	

6. En el recibo de energía que llega a su hogar, aparece el estrato:

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

7. Su televisor es:

Con control	
Sin control	
No tiene	

8. Como califica la calidad de la señal de los siguientes canales:

	Buena	Regular	Mal	No recibe
RCN				
Caracol				
Regional				
Suscripción				

Estudiar	
Trabajar	
Oficios del hogar	

Estudiar y trabajar	
Desempleado	
Está pensionado	

6. En el recibo de energía que llega a su hogar, aparece el estrato:

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

7. Su televisor es:

Con control	
Sin control	
No tiene	

8. Como califica la calidad de la señal de los siguientes canales:

	Buena	Regular	Mal	No recibe
RCN				
Caracol				
Regional				
Suscripción				