



En 2014, mucho antes de que se anunciara la creación de Chivas TV, Jalisco Cómo Vamos hizo una encuesta a cerca de 2,400 habitantes de seis municipios del área metropolitana de Guadalajara (AMG). Entonces, constatamos lo siguiente:

Como cabría esperar, la **disponibilidad** de bienes y servicios que pueden utilizarse para diversión o entretenimiento **aumenta según el nivel socioeconómico** de los hogares.

Hay diferencias en las formas usuales de diversión o entretenimiento. En los **niveles socioeconómicos más bajos** (D y E) la **proporción que ve TV es más baja** que en el resto.

Más de la **mitad de la población adulta** de los **niveles D y E no ve partidos o programas deportivos** en la TV; y 88% no asiste a eventos

deportivos. En los **niveles superiores** (A, B y C), esos porcentajes **son más bajos** (40 y 78).

Quizá el **grupo meta** de Chivas TV ([ver tarifas](#)) **no corresponda** a los hogares de los **niveles socioeconómicos más bajos**. Lo mismo puede decirse de los grupos meta de: los museos, el teatro y los espectáculos de danza; los conciertos o espectáculos de música; los eventos deportivos, y los cines (**la mayoría de la población adulta no asiste**: 93%, 89%, 84% y 78%). Y aunque 85% de los encuestados dijo ver televisión, **su tiempo libre es limitado** y hay gustos diversos;

Indicadores	Nivel socioeconómico		
	ABC+	C	DE
% de casas con:			
Computadora	94	60	17
Internet	88	58	21
TV de paga	83	57	22
% de personas que en la semana anterior a la encuesta:			
Asistió a un evento deportivo	22	16	12
Fue a algún bar	31	19	11
Usó internet por diversión	62	44	23
Vio TV	86	90	80
No vio partidos o programas deportivos en TV	40	47	54
% de personas que en la semana anterior a la encuesta si vio TV, pero:			
No vio partidos o programas deportivos	36	44	51

por eso, ante la variedad de la oferta, debieron elegir.

Las preferencias de las mujeres y los hombres en relación con los programas de televisión son muy diferentes: los de **contenido deportivo son mucho menos atractivos para las mujeres**.

JCV no pregunta acerca del fútbol ni de Chivas en particular. No obstante, si en seis municipios del

AMG (Guadalajara, El Salto, Tlajomulco, Tlaquepaque, Tonalá y Zapopan) **15% de las viviendas de nivel D y E** con acceso a Internet tuvieron disposición a pagar 50 pesos mensuales por la Membresía Rebaño, esto equivaldría más o menos a **16,000 suscriptores** (los ingresos anuales correspondientes serían menores que los derivados de un partido donde el número de asistentes fuera igual a la capacidad del Estadio Chivas).

% de personas que en la semana anterior a la encuesta:	Mujer	Hombre
Asistió a un evento deportivo	7	25
Fue a algún bar	13	25
Usó internet por diversión	38	43
Vio TV	85	84
No vio partidos o programas deportivos en la TV	70	25