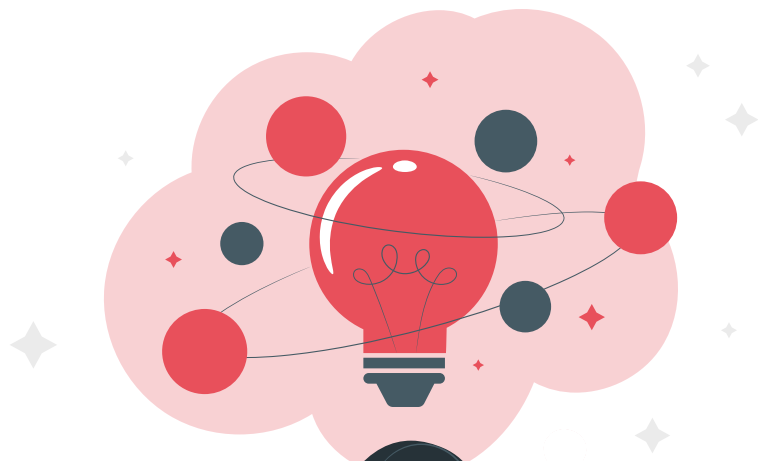




PERFIL DE AUDIENCIAS CONNECTED TV.

¿Cuáles son sus características?
Julio 2021



smartclip

CHILE

TABLERO DE CONTENIDO

Descripción del contenido de la presentación:

1. Objetivo
2. Metodología
3. Perfil de usuario CTV
4. ¿Qué pasa con las Smart TVs?
 - P1.¿Cuántas smart tv hay en tu hogar?
 - P2.¿Con quién lo sueles mirar?
 - P3.¿Utilizas aplicaciones gratuitas?
 - P4.¿Qué aplicaciones de contenido consumes?
 - P5.¿Cuáles dispositivos usas?
 - P6.¿Cuánto es tu presupuesto mensual?
 - P7.¿Cuánto estarías dispuesto a pagar al mes?
 - P8.¿Servicios de video gratuitos de streaming?
 - P9.¿Abaraten o hagan gratuito estos servicios?
 - P10.¿Te importa ver anuncios?
 - P11.¿Prefieres ver anuncios?



OBJETIVO

01

- Describir a los usuarios que consumen contenidos streaming a través de algún dispositivo cómo SMART TV (**usuarios Conected TV**) en casa, comprender sus hábitos de consumo, el uso de apps y su disposición a la publicidad dentro de las aplicaciones que más frecuentan.



METODOLOGÍA

Se generó un perfil de usuario comparando la información de diferentes módulos de una encuesta en panel online, ponderada en panel sobre la distribución poblacional del país.

Adicional se realizó una encuesta en panel online de 10 preguntas, con una muestra de 100 personas mayores a 18 años que tuvieran al menos una Smart tv conectada en casa.

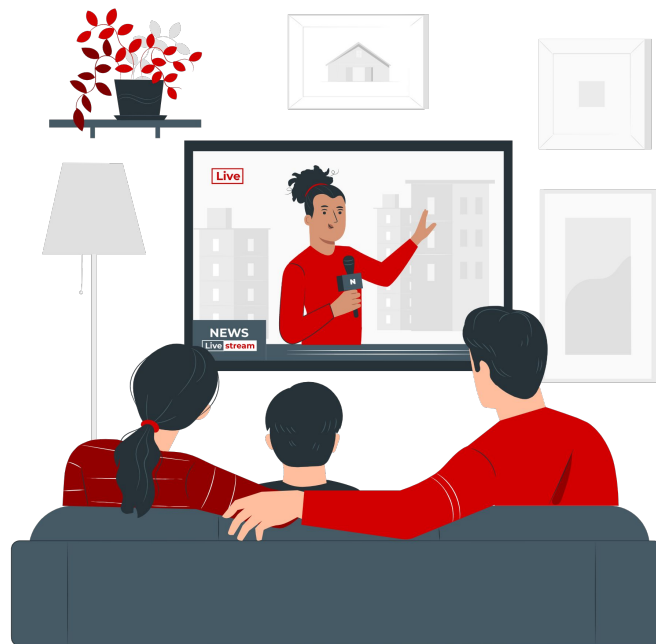
02



PERFIL CTV

UTILIZANDO EL PROFILING DEL
PANEL ONLINE.

03



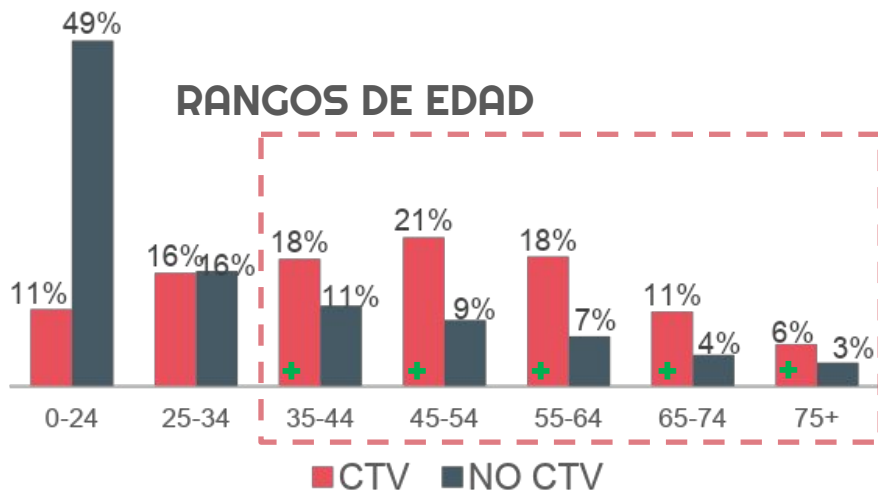
PERFIL DE USUARIO CTV



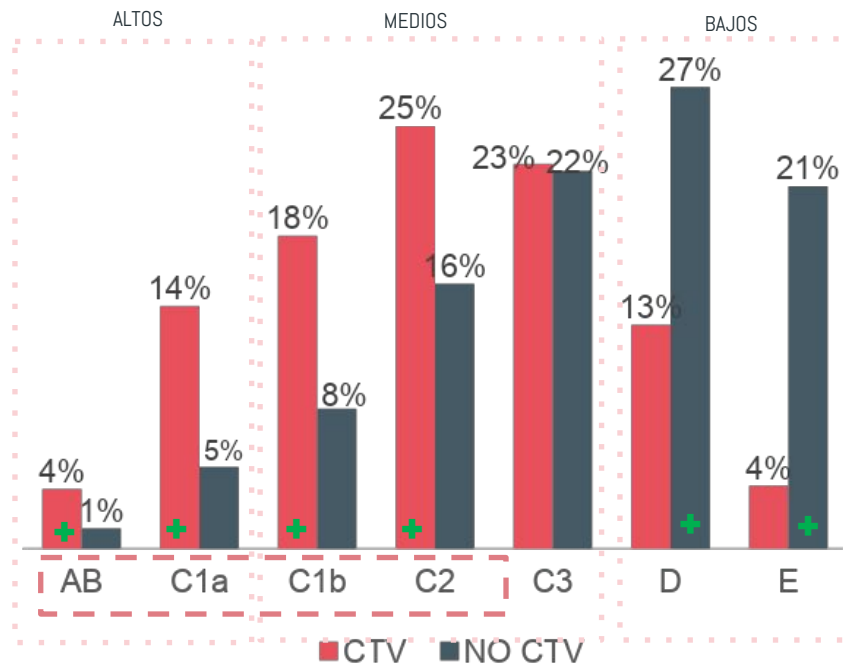
44%	56% +	CTV
55%	45%	NO CTV

- Estadísticamente predominan los hombres cómo usuarios CTV.
- Existen diferencias estadísticas de edades entre los 35 y más años con respecto a usuarios NO CTV.
- Los usuarios CTV estadísticamente son de NSE altos y medios.
- Los usuarios NO CTV son de NSE bajos.

RANGOS DE EDAD



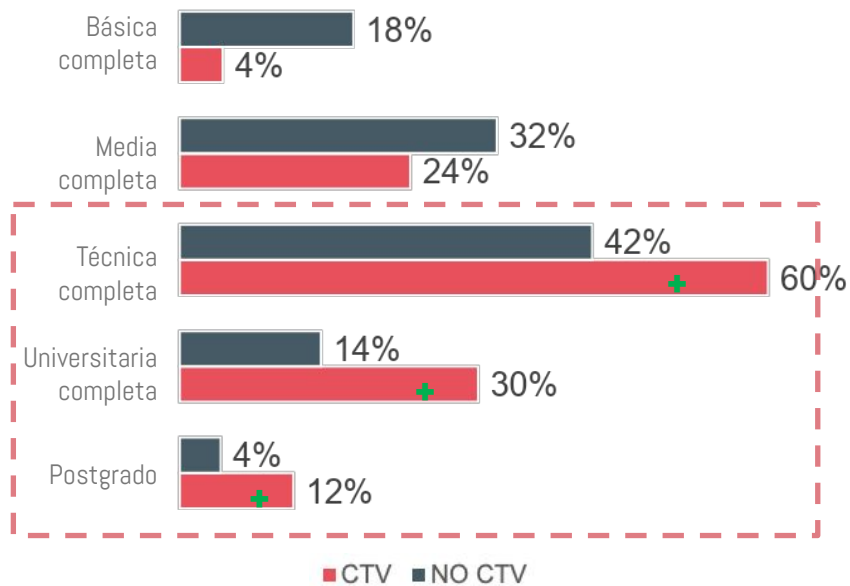
NIVEL SOCIO ECONÓMICO



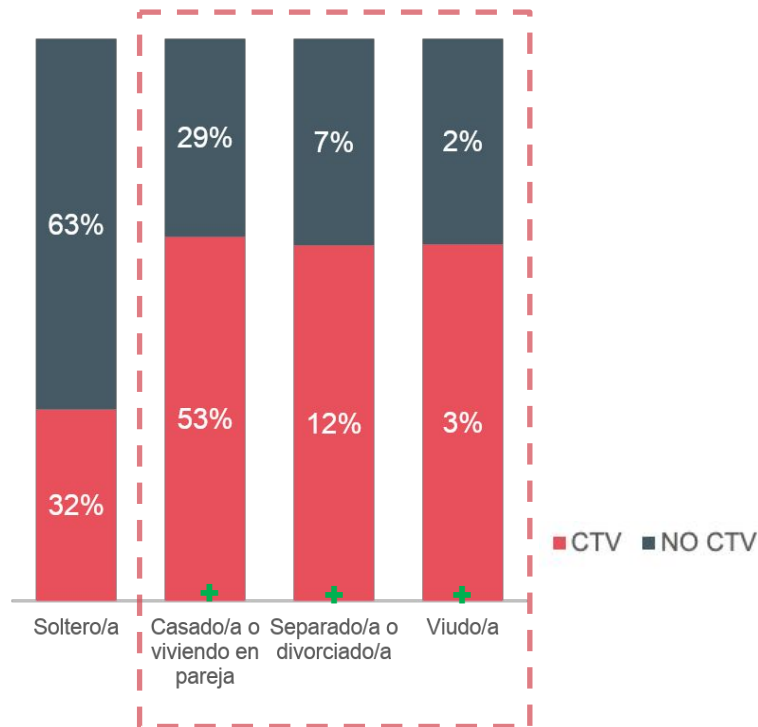
PERFIL DE USUARIO CTV

- El nivel de estudios es más alto que los usuarios NO CTV (es de técnica a posgrado) con diferencias significativas.
- Su estado civil es casado, ya se separaron o viudos, con diferencias significativas en comparación a los usuarios NO CTV.

NIVEL ACADÉMICO



ESTADO CIVIL



+ Diferencias significativas al nivel del 95%

PERFIL DE USUARIO CTV

- Estadísticamente hay mayor presencia de hijos en usuarios CTV en contraste con los NO CTV.
- Los usuarios CTV se diferencian estadísticamente de 2 a 3 hijos por familia con respecto a los usuarios NO CTV.
- Por tipo de familia destacan estadísticamente las parejas con y sin hijos.
- Por tipo de familia también destacan estadísticamente las familias extensas y padres o madres solteros.
- Los usuarios NO CTV se concentran más en personas independientes cómo roomies o en hogares unipersonales.

SI TIENEN HIJOS

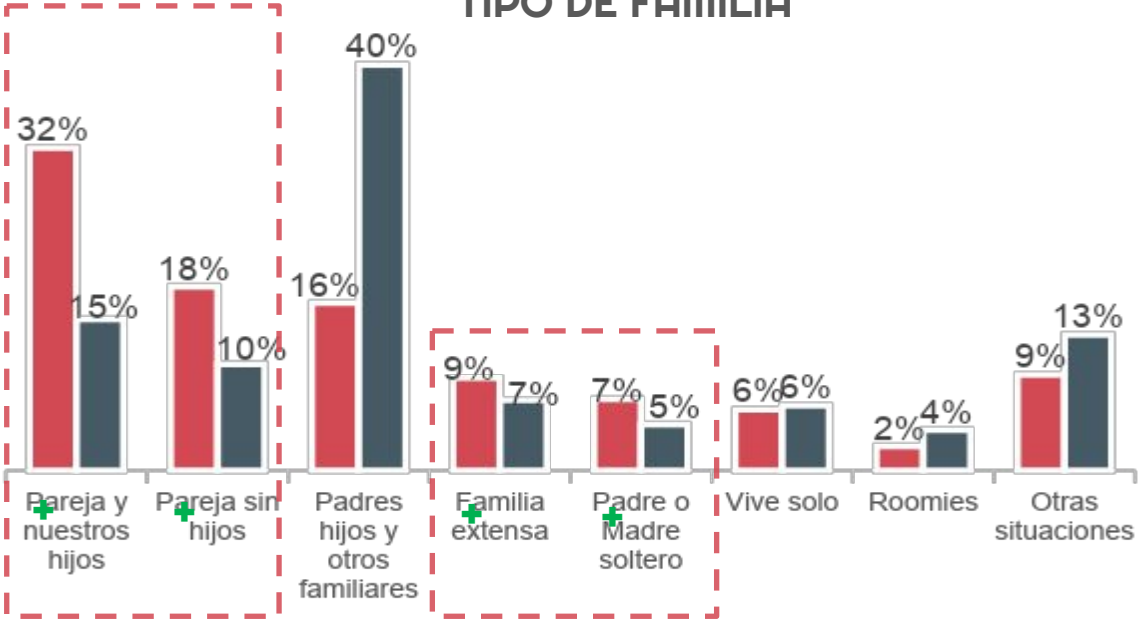
CTV 69%+

41% NO CTV

NÚMERO DE HIJOS

	CTV	NO CTV
1 hijo	27%	38%
2 hijos	39%	33%
3 o más hijos	34%	29%

TIPO DE FAMILIA



PERFIL DE USUARIO CTV

- Estadísticamente la mayoría vive en familias de entre 2 a 4 integrantes.
- La media de personas en una casa CTV son 3.4 y de NO CTV 3.8.



El **74%** de los hogares CTV
están constituidos entre 2 a 4
personas.



El promedio de personas en los
hogares es de: **3.4 en CTV** y
3.8 en NO CTV

HÁBITOS DE CONSUMO EN TV

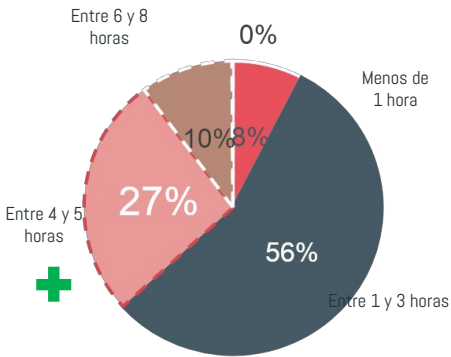
- Tienen diferencias significativas en las horas que ven la TV, entre 4 y 5 horas con respecto a los usuarios NO CTV.
- Suelen ver TV cualquier día de la semana.
- Los usuarios CTV suelen ver más la TV entre las 9hrs y 14hrs, también entre las 19hrs y las 24hrs. En comparación a los usuarios NO CTV.
- En el resto de horarios se notan muy similar a los usuarios NO CTV.

¿QUÉ DÍAS MIRAN TELEVISIÓN CTV?

Durante los días de semana. Nunca

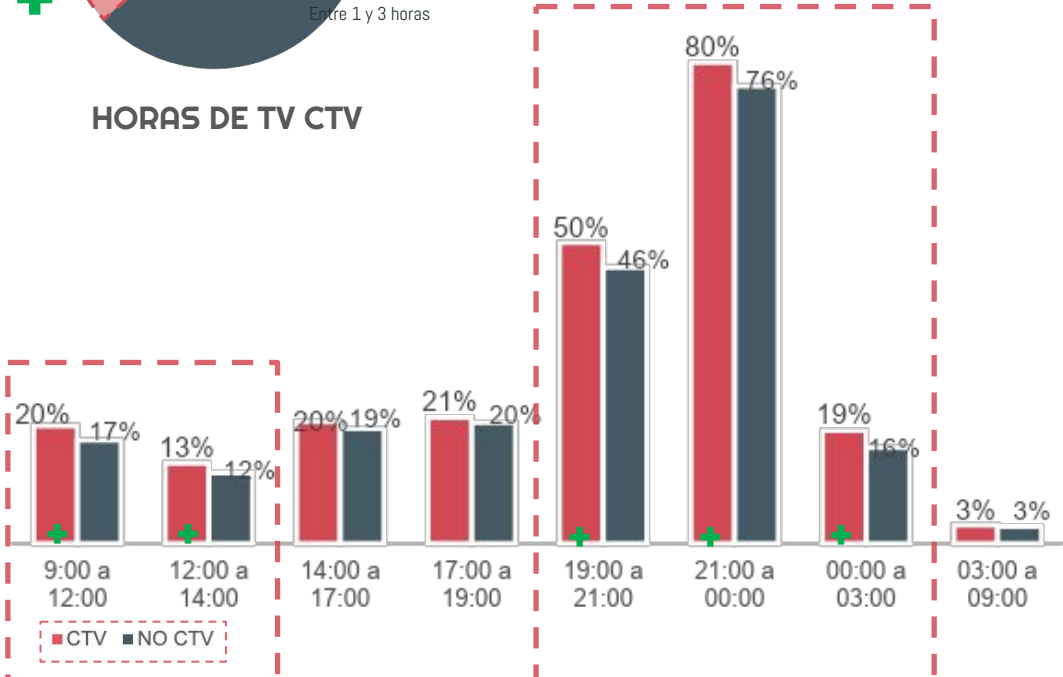
Principalmente los fines de semana

Cualquier día de la semana



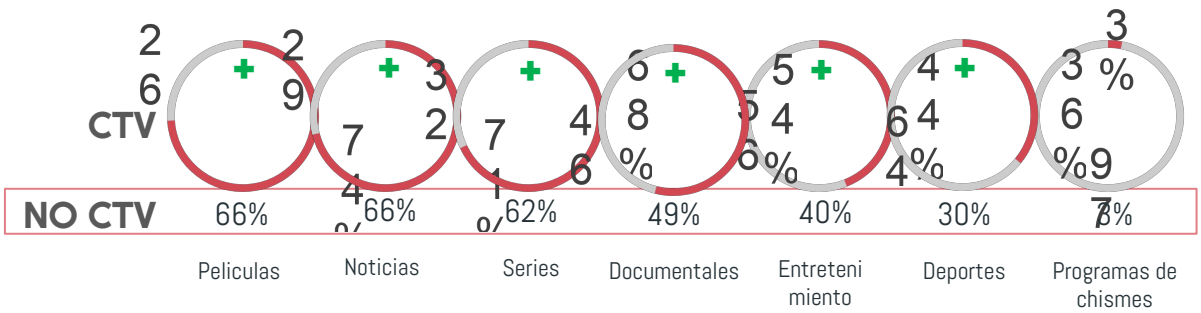
HORAS DE TV CTV

A QUE HORA MIRAN TELEVISIÓN



- Consumen mucho más contenido cómo películas, noticias, series y deportes, con significancia estadística.

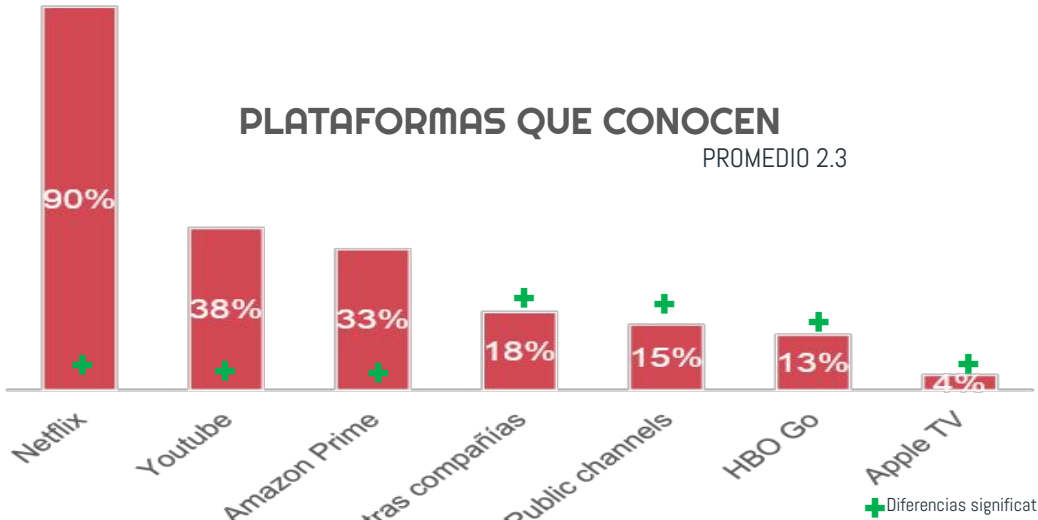
LOS PRINCIPALES PROGRAMAS QUE VEN



- En los usuarios CTV existe un mayor conocimiento de plataformas en comparación a los NO CTV estadísticamente.

PLATAFORMAS QUE CONOCEN

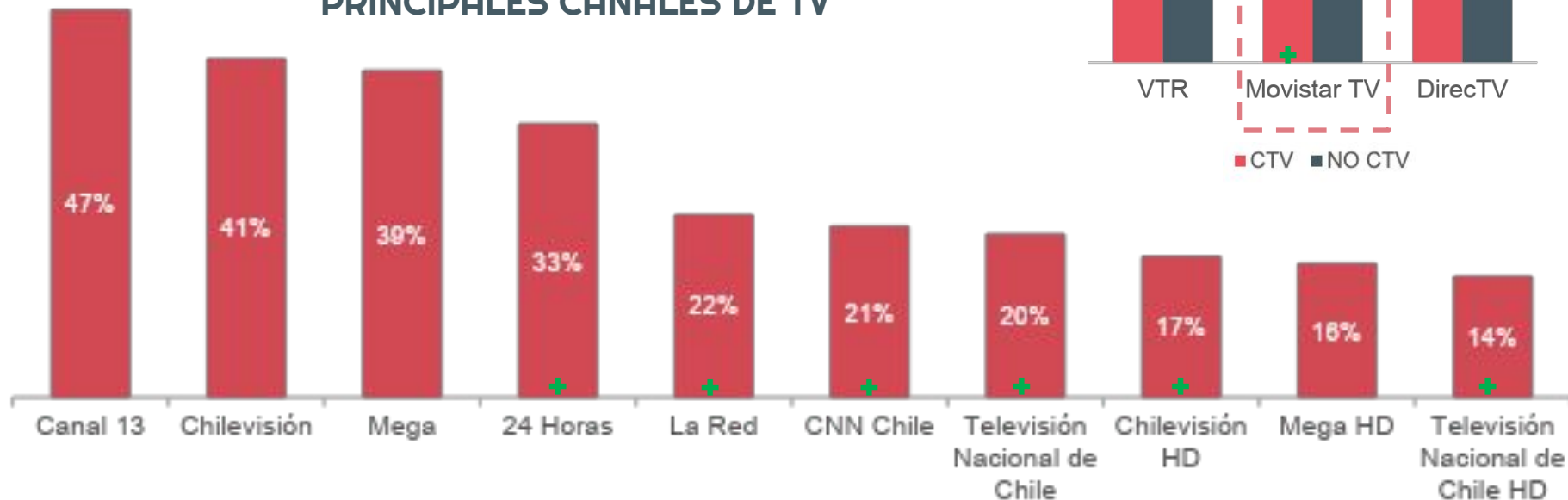
PROMEDIO 2.3



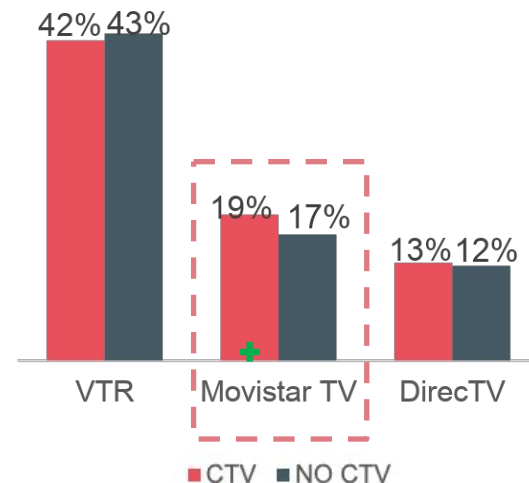
HÁBITOS DE CONSUMO EN TV

- Los usuarios CTV prefieren Movistar TV dentro de los sistemas de pago, con diferencias significativas en contraste con los usuarios NO CTV.
- Los usuarios CTV también ven más canales abiertos que los usuarios NO CTV.
- De los 10 canales más mencionados tiene más presencia estadística los usuarios CTV en 6.

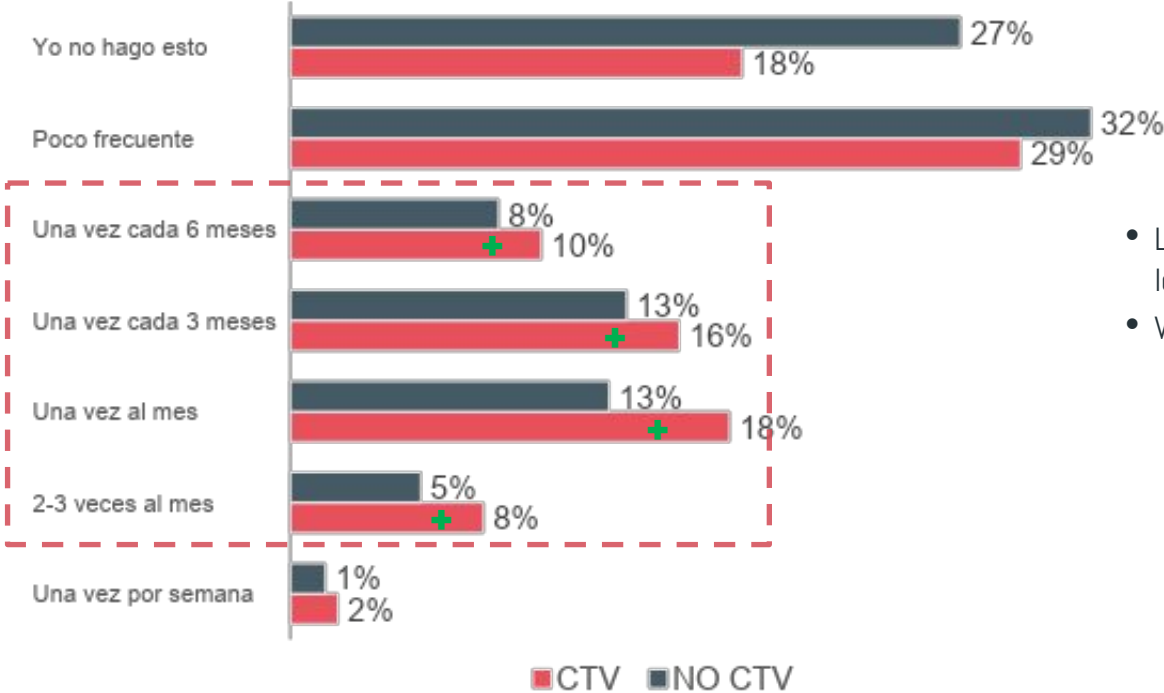
PRINCIPALES CANALES DE TV



TV DE PAGA QUE OCUPAN



¿CON QUÉ FRECUENCIA VAN AL CINE?



- Los usuarios CTV van al cine más seguido que los NO CTV con diferencias significativas.
- Van por lo menos una vez cada 3 meses.

RESUMEN GENERAL DEL PERFIL CTV

EL 73% DE LOS HOGARES
CONECTED TV TIENE DE 2
A 3 HIJOS.

SON CASADOS,
SOLTEROS O VIUDOS
Y SU NIVEL
ACADÉMICO ES
ALTO.

VIVEN DE 2 A 4
PERSONAS POR
HOGAR.

LA MAYORÍA
TIENE HIJOS.



HOMBRES Y
MUJERES DE
35 A 74
AÑOS DE
EDAD.

SU NSE ES ALTO
Y MEDIO.

ELLOS
CONOCEN EN
PROMEDIO 2.3
PLATAFORMAS
DE STREAMING.

POR LO
MENOS VEN
TV EN DOS
HORARIOS
DIFERENTES.

LES ENCANTA VER
PELÍCULAS, NOTICIAS Y
SERIES Y
DOCUMENTALES DE TV.

PREFIEREN VER LA
TV DE LAS 9HRS A
LAS 14 HRS Y DE
LAS 19HRS A
24HRS.

VEN ENTRE 4 Y 5
HORAS LA TV
CUALQUIER DÍA DE
LA SEMANA.

VEN MUCHO LOS CANALES
DE TV ABIERTA Y LA
MAYORÍA SUELE IR AL CINE
UNA VEZ AL MES.



DEMOGRÁFICOS

HÁBITOS DE CONSUMO

04



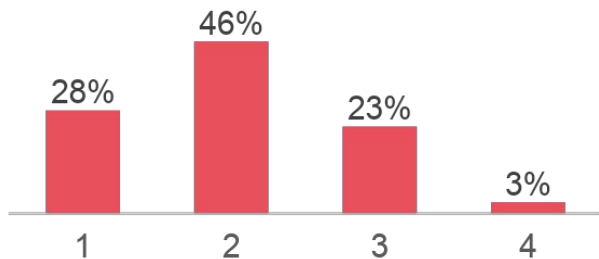
¿QUÉ PASA CON LAS SMART TV?

ENCUESTA A 100 PERSONAS QUE TENGAN AL MENOS UNA
SMART TV EN CASA.

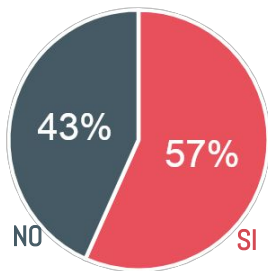
HÁBITOS DE USUARIOS SMART TV.

- El 72% de los hogares tienen entre dos y cuatro SMART TV'S.
- Más del 70% de encuestados menciona ver su SMART TV en compañía de alguien más.
- Casi el 60% de encuestados menciona si utilizar aplicaciones gratuitas.

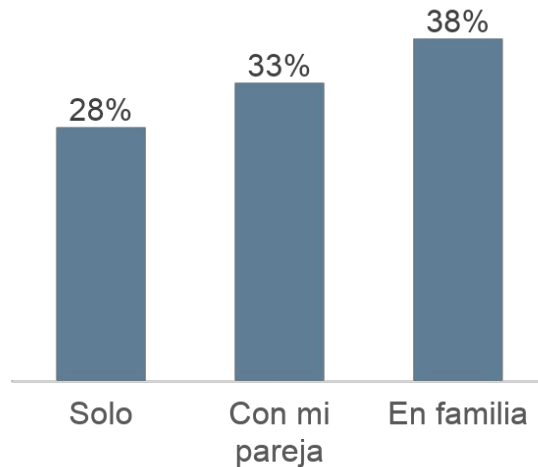
P1.¿CUÁNTAS SMART TV HAY EN TU HOGAR?



P3.¿UTILIZAS APLICACIONES GRATUITAS PARA VER CONTENIDO EN TU TELEVISOR CONECTADO?



P2.¿CON QUIÉN LO SUELES MIRAR?



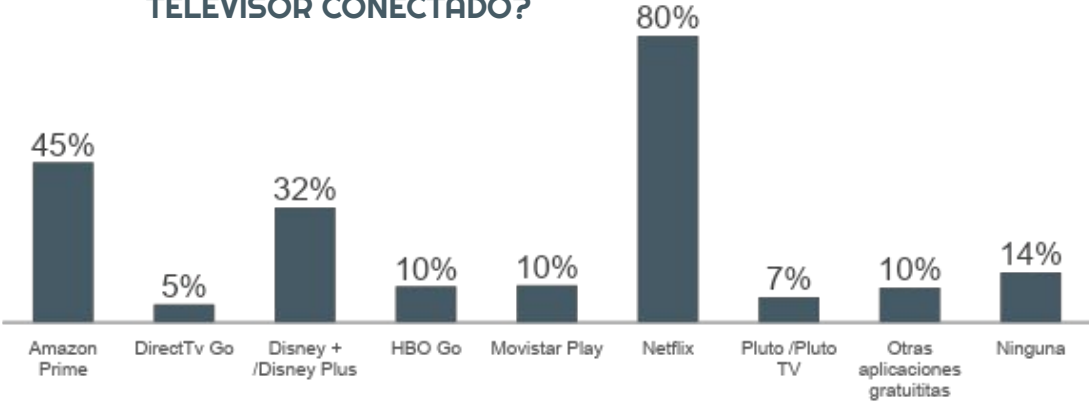
HÁBITOS DE USUARIOS SMART TV.

- La mayoría de encuestados se conecta a través de su SMART TV para consumir contenido.
- Google chromcast y el Play Station también son muy utilizados para consumir contenido.
- En su televisión conectada la gran mayoría consume NETFLIX.
- Disney+ y Amazon prime le siguen en preferencia de consumo a Netflix.
- Un 10% menciona consumir otras aplicaciones gratuitas.

P5.¿DE LOS SIGUIENTES DISPOSITIVOS, CUÁL/ES USAS PARA CONSUMIR CONTENIDOS EN TU TELEVISOR CONECTADO?



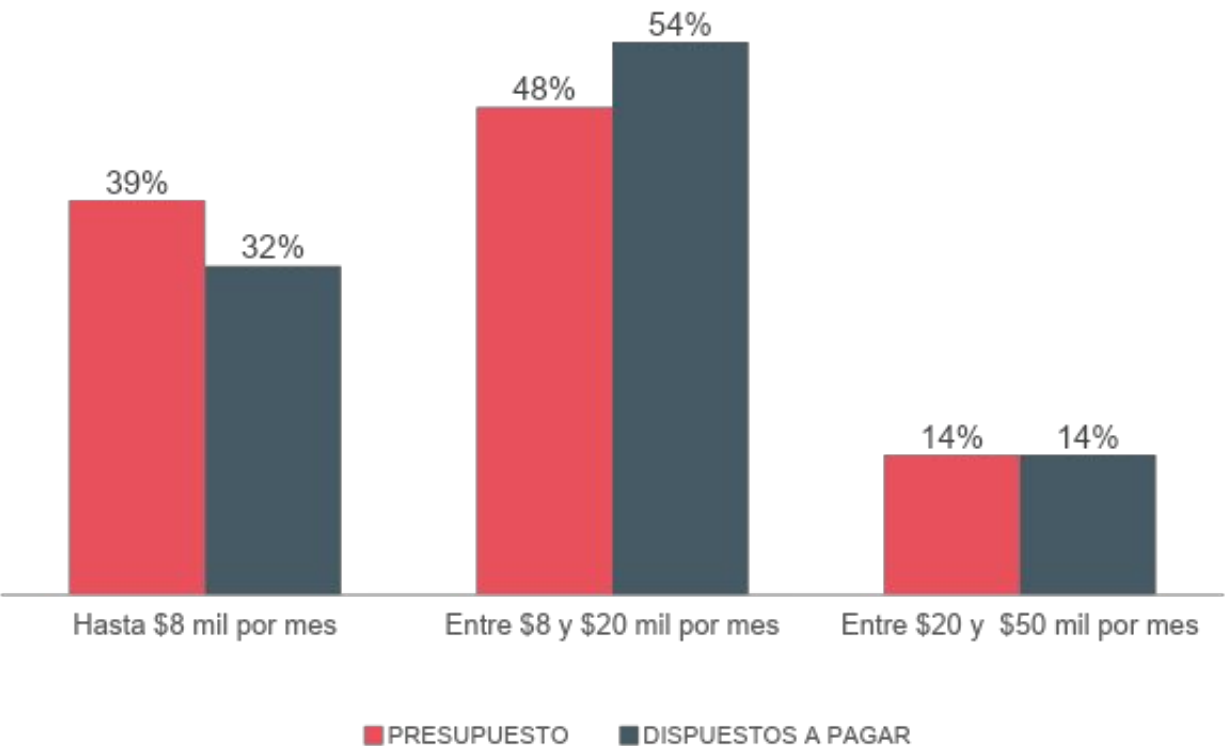
P4.¿QUÉ APLICACIONES DE CONTENIDO CONSUMES EN TU TELEVISOR CONECTADO?



HÁBITOS DE USUARIOS SMART TV.

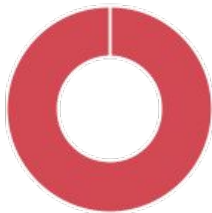
P6.¿CUÁNTO ES TU PRESUPUESTO MENSUAL PARA CONTENIDOS DE PAGO EN TU SMART TV?

P7.¿CUÁNTO ESTARÍAS DISPUESTO A PAGAR AL MES POR CONTENIDO DE PAGO EN SMART TV?

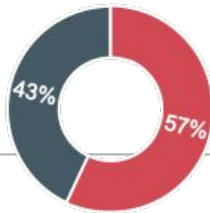


- El 62% tiene un presupuesto mayor a \$8 mil pesos al mes
- El 68% está dispuesto a gastar entre \$8 y \$50 mil pesos al mes
- El 39% tiene un presupuesto mensual de hasta \$8 mil pesos, mientras que el 48% tiene un presupuesto de más de \$8 mil pesos al mes para contenido en su smart tv.
- El 54% de los encuestados está dispuesto a pagar entre \$8 mil y \$20 mil pesos mensuales.
- El 14% está dispuesto a pagar más de \$20 mil pesos al mes por contenido en su smart tv.

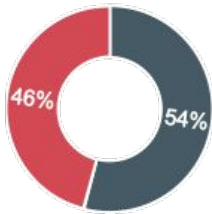
P8.¿TE GUSTARÍA QUE HUBIERA MÁS SERVICIOS DE VIDEO GRATUITOS DE STREAMING?



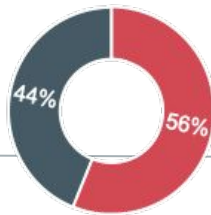
P9.¿TE GUSTARÍA QUE LOS ANUNCIOS ABARATEN O HAGAN GRATUITO ESTOS SERVICIOS?



P10.¿TE IMPORTA VER ANUNCIOS EN LA PROGRAMACIÓN GRATUITA EN STREAMING?



P11.¿PREFIERES VER ANUNCIOS QUE PAGAR POR NO VERLOS?



- El 100% de los encuestados les gustaría que hubiera servicios gratuitos de streaming.
- Casi a la mitad le gustaría que los anuncios abaraten o hagan gratuitos esos servicios.
- La mayoría prefiere ver anuncios que pagar por no verlos.
- Más de la mitad no les importaría ver anuncios en la programación gratuita.

SI NO

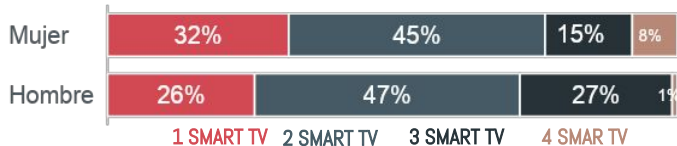
DESCRIPCIÓN POR DEMOGRÁFICOS



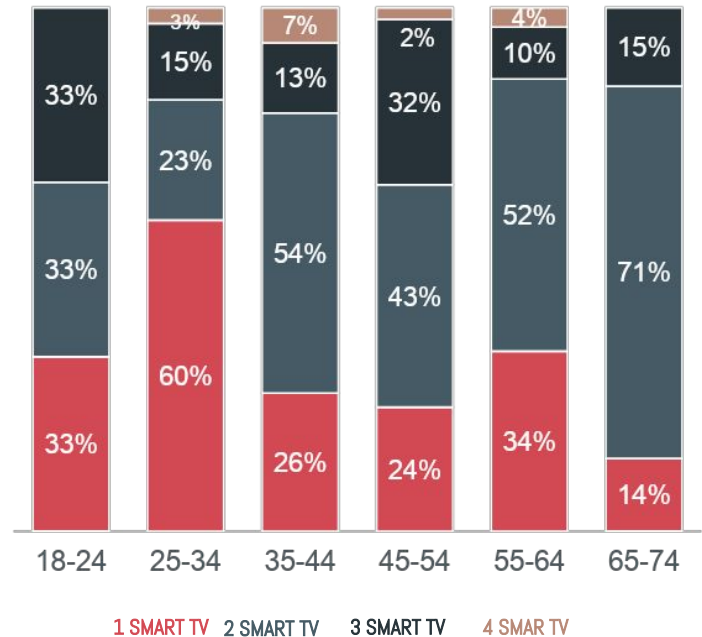
¿CUÁNTAS SMART TV HAY EN TU HOGAR?

- Los hombres declaran tener más SMART TVs que las mujeres.
- La mayoría de encuestados declaran tener al menos 2 SMART TVs excepto de 25 a 34 años.
- Todos los NSE declaran tener más de 1 SMARTV excepto E.

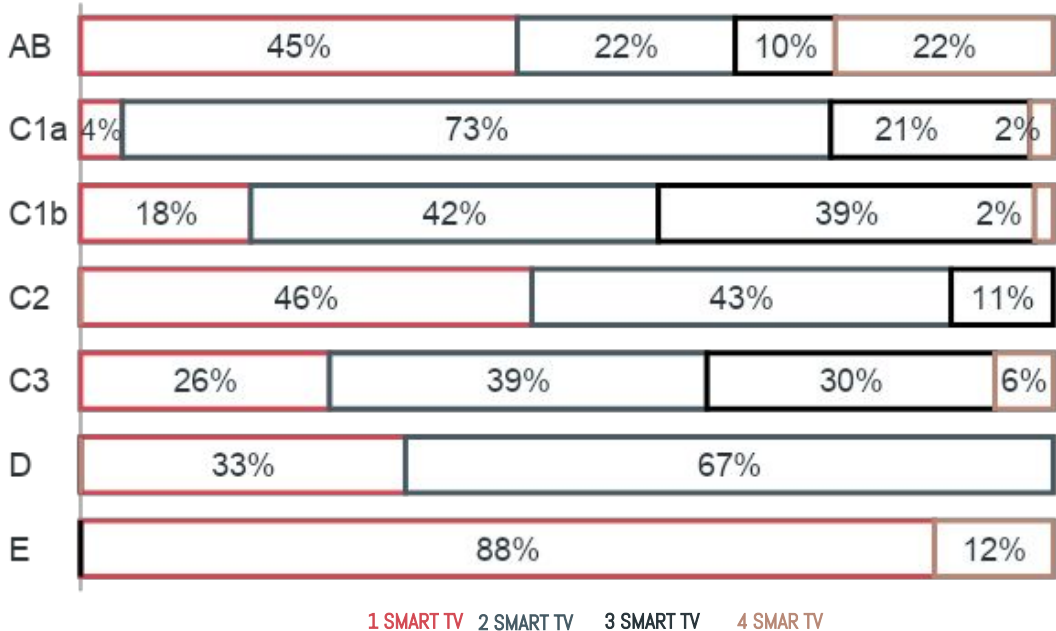
POR SEXO



POR RANGO DE EDAD



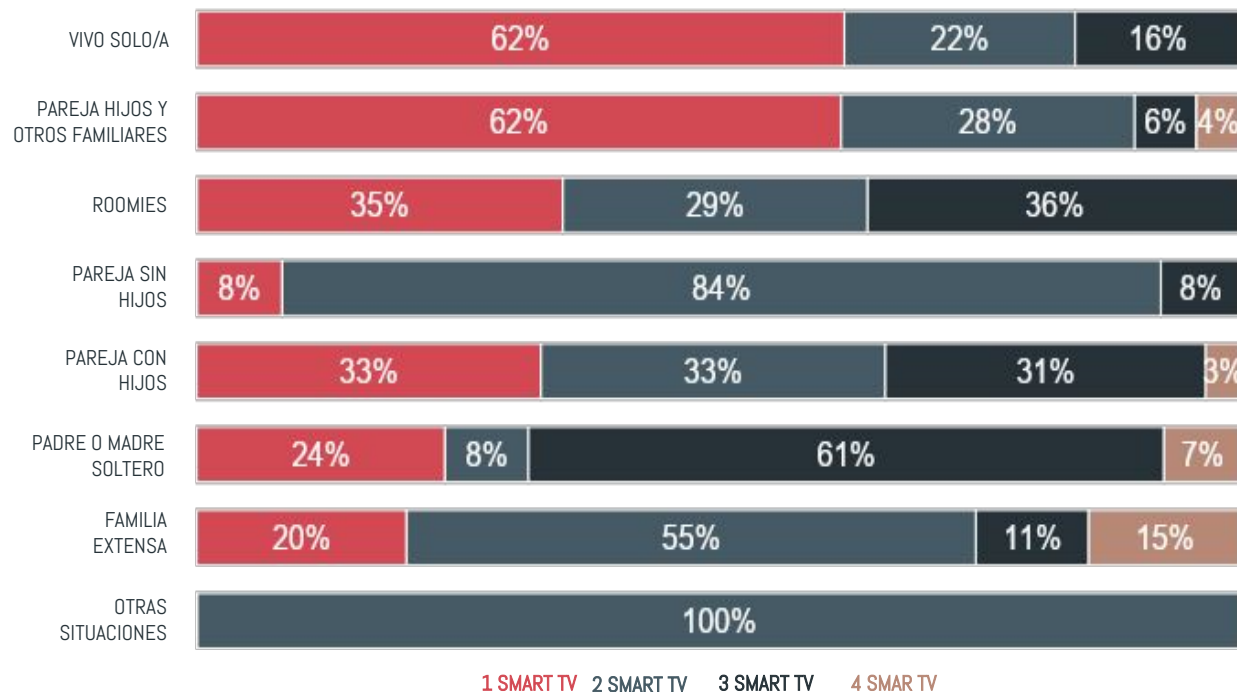
POR NIVEL SOCIO ECONÓMICO



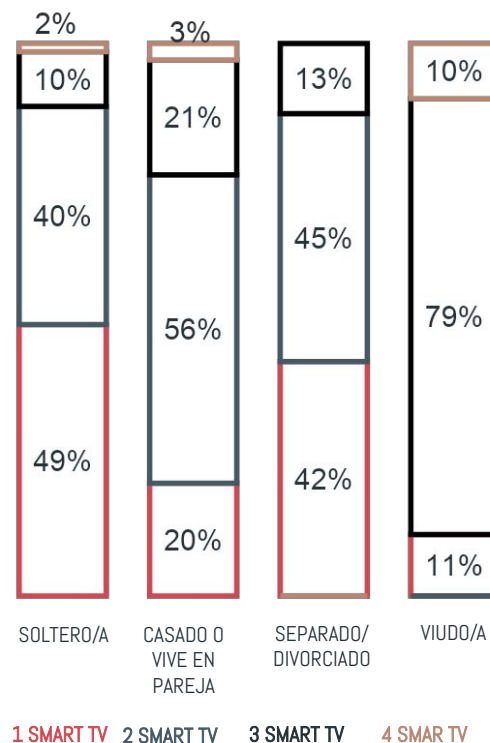
¿CUÁNTAS SMART TV HAY EN TU HOGAR?

- La mayoría de parejas sin hijos declara tener dos SMART TVs.
- El 80% de las familias extensas tienen entre dos y cuatro SMART TVs.
- El 80% de los casados tienen más de 2 SMART TVs.

TIPO DE FAMILIA



ESTADO CIVIL

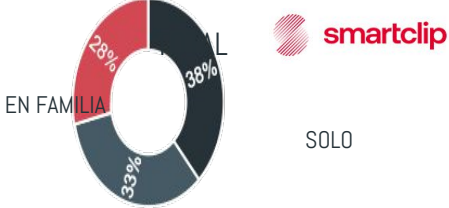


CUANDO VES ALGÚN CONTENIDO EN TU SMART TV HABITUALMENTE ¿CON QUIÉN LO SUELES MIRAR?

- Los NSE altos suelen ver su SMART TV solos o en pareja.
- Los NSE bajos suelen ver su SMART TV en familia.
- La mayoría de rangos de edad ve su SMART TV en familia.

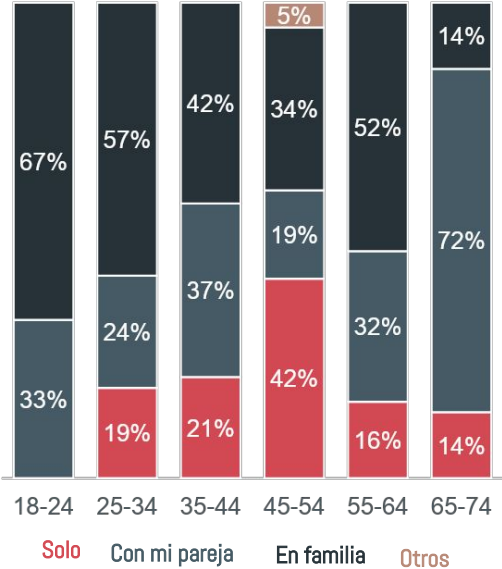
NIVEL SOCIO ECONÓMICO

	AB	C1a	C1b	C2	C3	D	E
SOLO	0%	31%	44%	19%	28%	0%	0%
CON PAREJA	67%	44%	38%	16%	23%	39%	36%
EN FAMILIA	33%	25%	16%	64%	49%	61%	64%
OTROS	0%	0%	3%	0%	0%	0%	0%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

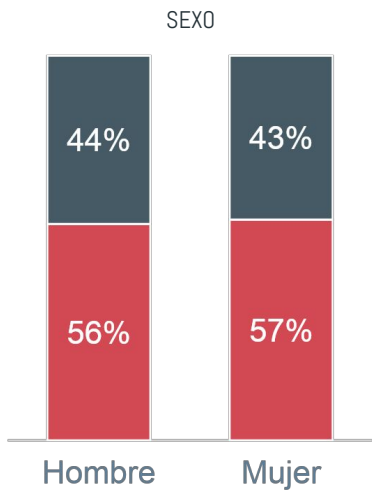
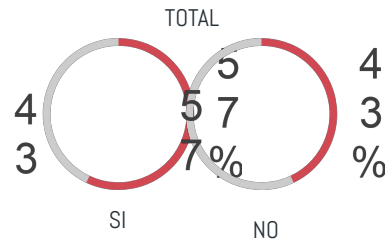


CON MI PAREJA

POR RANGO DE EDAD



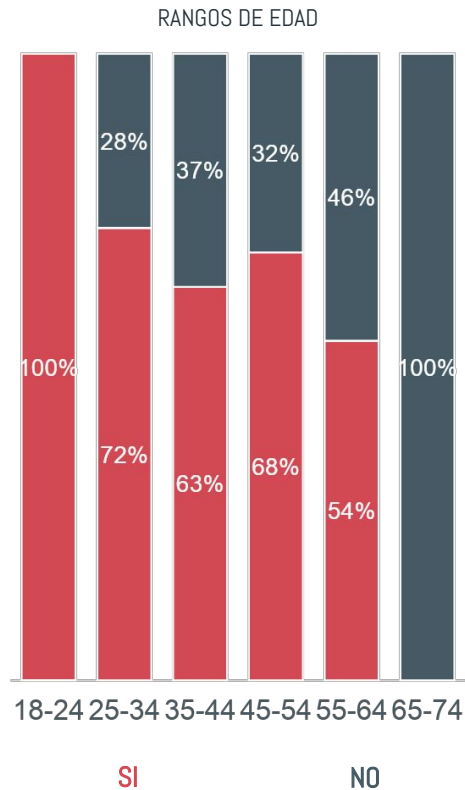
¿UTILIZAS APLICACIONES GRATUITAS PARA VER CONTENIDO EN TU TELEVISOR CONECTADO?



NIVEL SOCIO ECONÓMICO

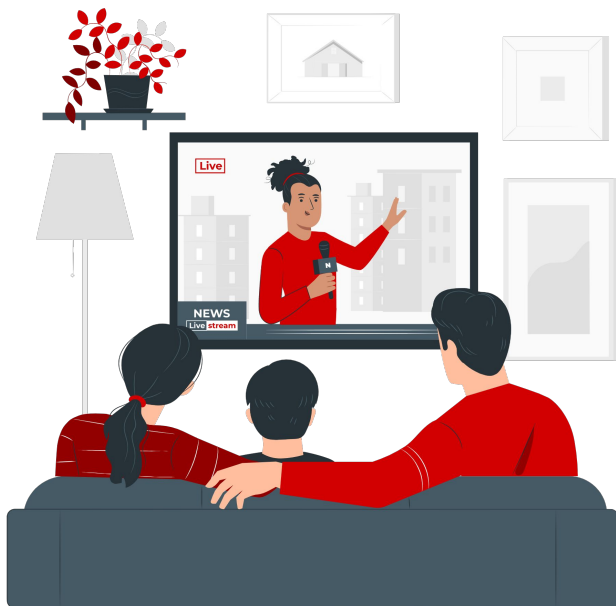
	AB	C1a	C1b	C2	C3	D	E
SI	45%	40%	54%	58%	67%	87%	83%
NO	55%	60%	46%	43%	33%	13%	18%

- La mayoría si utiliza aplicaciones para ver contenido.
- Los NSE bajos suelen utilizar más aplicaciones gratuitas que los NSE altos.
- Por rangos de edad la gran mayoría dice utilizar aplicaciones gratuitas.

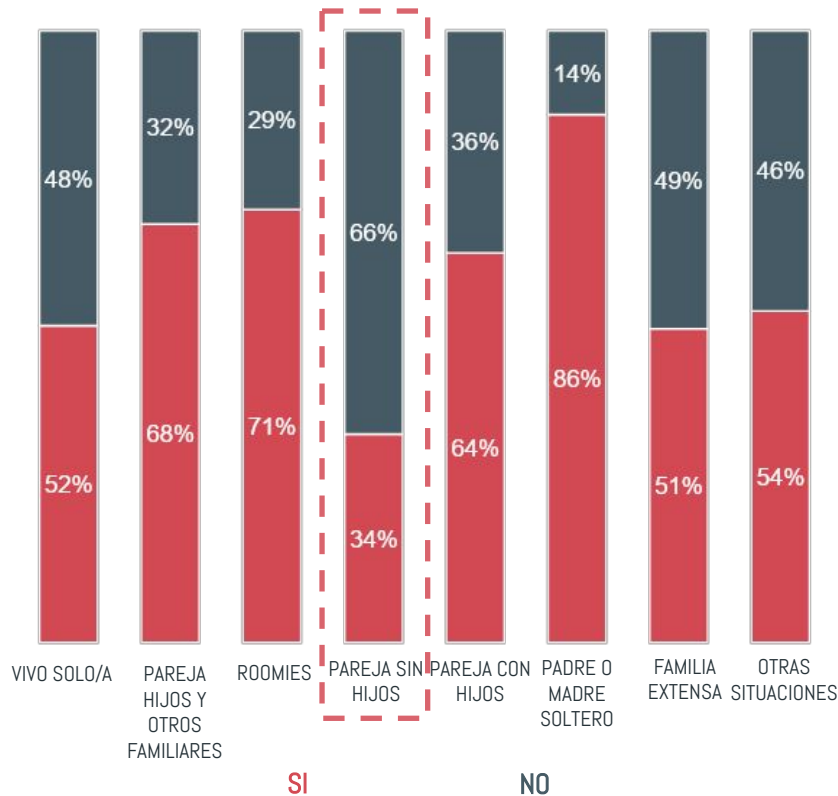


¿UTILIZAS APLICACIONES GRATUITAS PARA VER CONTENIDO EN TU TELEVISOR CONECTADO?

- El 86% de los padres o madres solteros utiliza aplicaciones gratuitas.
- Los que menos aplicaciones gratuitas utilizan son las parejas sin hijos.



TIPO DE FAMILIA



¿CUÁL/ES DISPOSITIVOS USAS PARA CONSUMIR
CONTENIDOS EN TU TELEVISOR CONECTADO?



- SMART TVs y PLAY STATION son los dispositivos más utilizados para consumir contenido en TV.
- Entre 18 y 24 años utilizan más Play Station y Amazon Fire.
- ROKU tiene una gran presencia en personas de 55 a 65 años.

RANGOS DE EDAD

	Smart TV	Roku	Amazon Fire	Google Chromecast	Apple TV	XBOX	Play Station	Otros	Ninguno
18-24	0%	0%	33%	0%	0%	0%	33%	0%	33%
25-34	81%	3%	0%	5%	0%	5%	24%	0%	8%
35-44	83%	10%	3%	15%	7%	8%	10%	0%	3%
45-54	81%	2%	0%	18%	2%	0%	21%	14%	6%
55-64	63%	20%	0%	0%	6%	6%	5%	0%	6%
65-74	63%	0%	0%	29%	0%	0%	0%	0%	23%
75+	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%

La lectura de colores es a la vertical, mayor intensidad de verde significa mayor penetración

¿CUÁL/ES DISPOSITIVOS USAS PARA CONSUMIR
CONTENIDOS EN TU TELEVISOR CONECTADO?

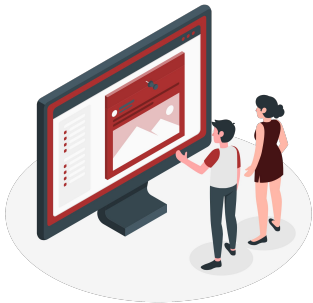
- La gran mayoría utiliza principalmente su SMART TV para consumir contenido.
- El NSE AB todos los encuestados declaran utilizar su SMART TV para consumir contenidos.
- ROKU tiene una gran presencia en NSE Bajo (D) .



Los NSE bajos utilizan más el PLAY STATION para consumir contenido en su TV que los NSE alto

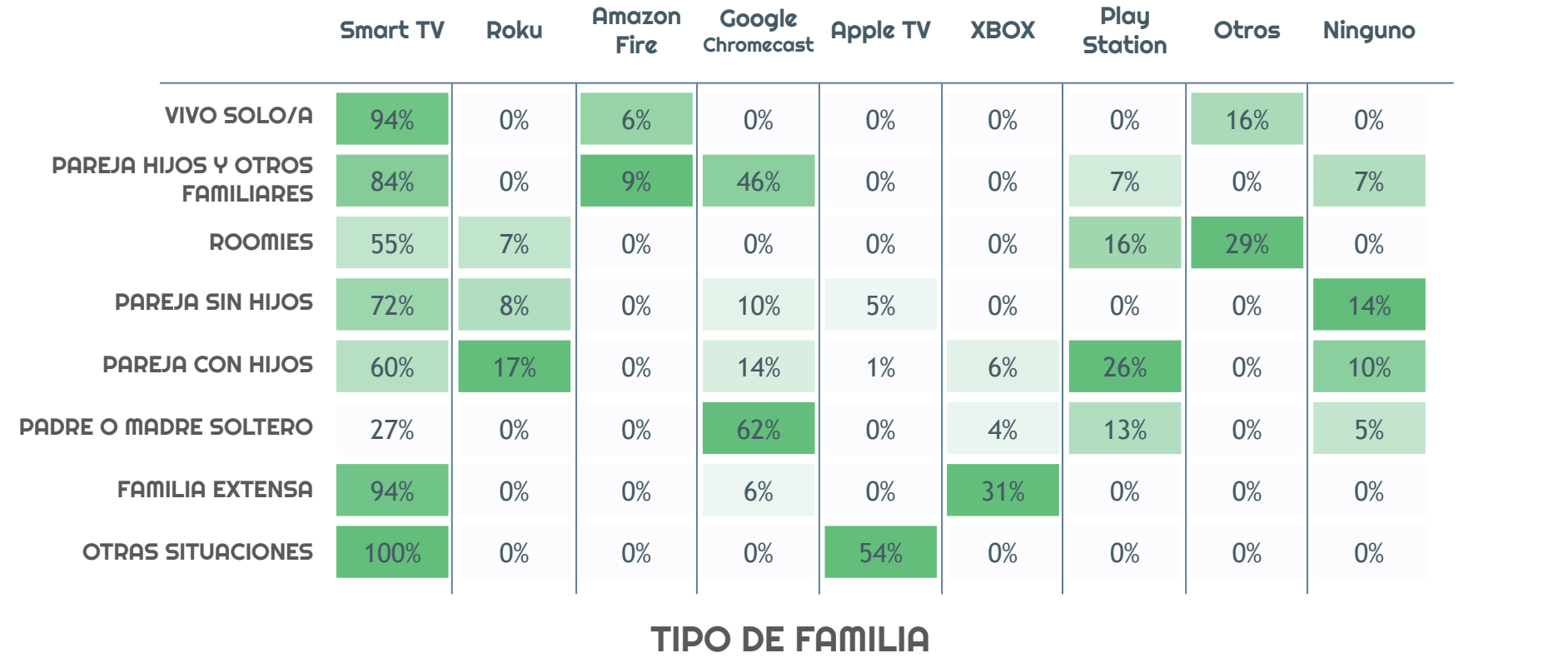
	Smart TV	Roku	Amazon Fire	Google Chr.	Apple TV	XBOX	Play Station	Otros	Ninguno
AB	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Cla	76%	2%	0%	0%	10%	0%	2%	0%	14%
C1b	61%	5%	0%	40%	1%	0%	0%	8%	10%
C2	61%	11%	2%	16%	0%	7%	24%	0%	1%
C3	80%	3%	0%	0%	11%	8%	24%	0%	11%
D	51%	46%	10%	8%	0%	18%	23%	0%	0%
E	47%	0%	0%	12%	0%	0%	0%	0%	41%

NIVEL SOCIO ECONÓMICO



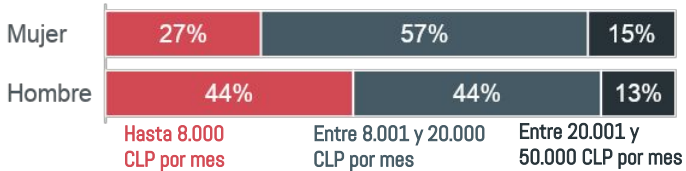
¿CUÁL/ES DISPOSITIVOS USAS PARA CONSUMIR CONTENIDOS EN TU TELEVISOR CONECTADO?

- Casi todas las familias utilizan principalmente su SMART TV para consumir contenido, excepto las Padres o madres solteros.
- Parejas con hijos son los que utilizan más el Play Station.
- Las familias extensas usan más el XBOX.

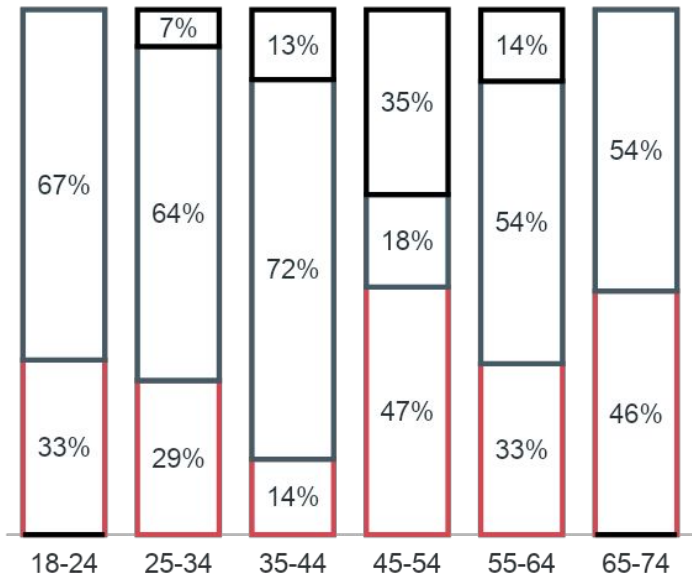


¿CUÁNTO ES TU PRESUPUESTO MENSUAL PARA CONTENIDOS DE PAGO EN TU SMART TV?

POR SEXO



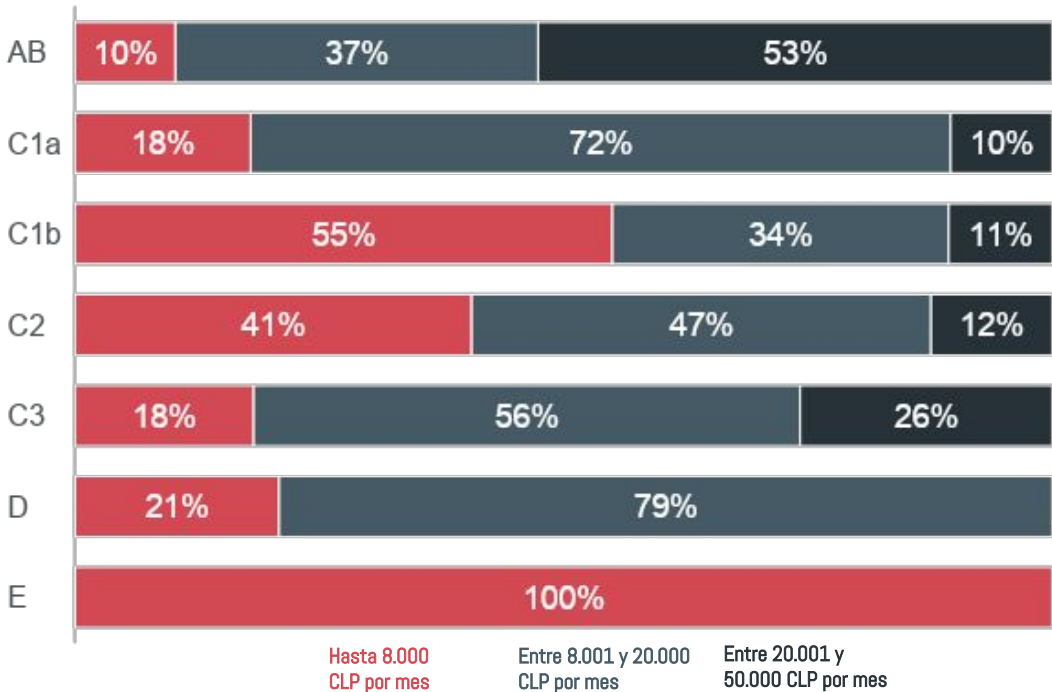
POR RANGO DE EDAD



Base: muestra de 100 personas

- Las mujeres tienen mayor presupuesto para contenidos de pago.
- Los que más presupuesto tienen son personas entre 35 a 45 años.
- Los NSE Altos y bajos son los que mayor presupuesto tienen excepto "E".

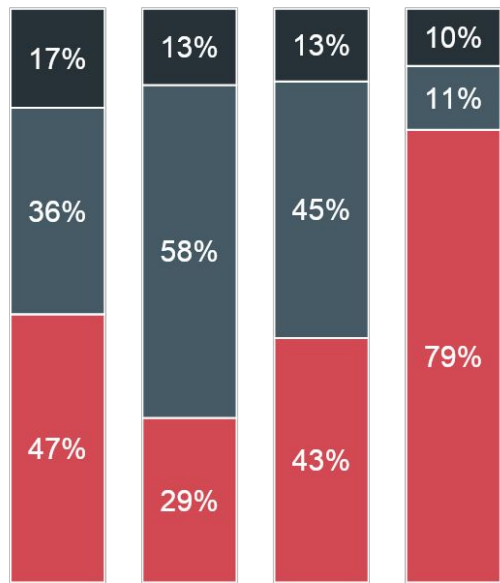
POR NIVEL SOCIO ECONÓMICO



¿CUÁNTO ES TU PRESUPUESTO MENSUAL PARA CONTENIDOS DE PAGO EN TU SMART TV?

- Padres y madres solteros son los que menos presupuesto designan.
- Parejas sin hijos y familias extensas destinan más presupuesto que las demás.
- Los casados declaran destinar un mayor presupuesto.

ESTADO CIVIL



SOLTERO/A

CASADO O
VIVE EN
PAREJA

SEPARADO/
DIVORCIADO

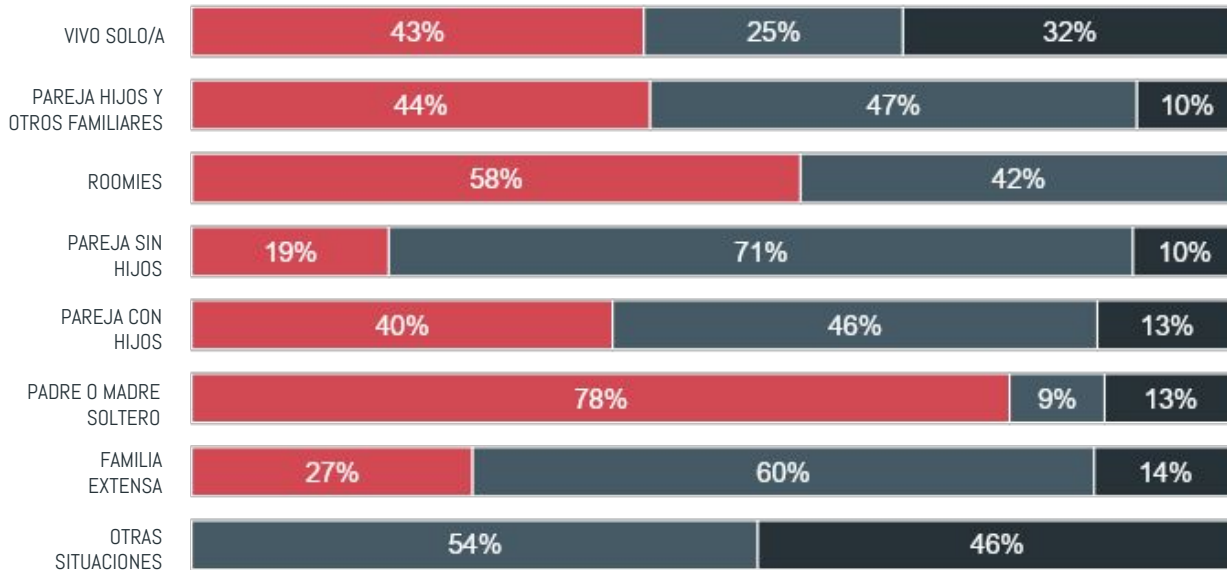
VIUDO/A

Hasta 8.000
CLP por mes

Entre 8.001 y 20.000 CLP
por mes

Entre 20.001 y 50.000
CLP por mes

TIPO DE FAMILIA



Hasta 8.000
CLP por mes

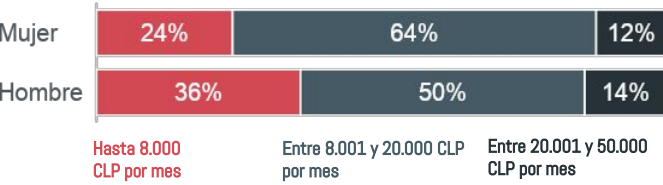
Entre 8.001 y 20.000 CLP
por mes

Entre 20.001 y 50.000
CLP por mes

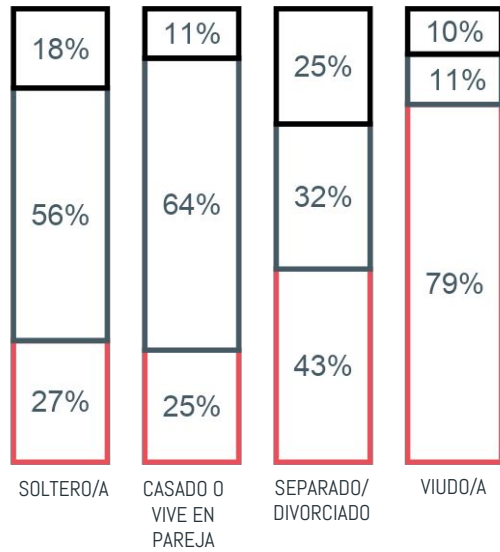
Base: muestra de 100 personas

¿CUÁNTO ESTARÍAS DISPUESTO A PAGAR AL MES POR CONTENIDO DE PAGO EN SMART TV?

POR SEXO

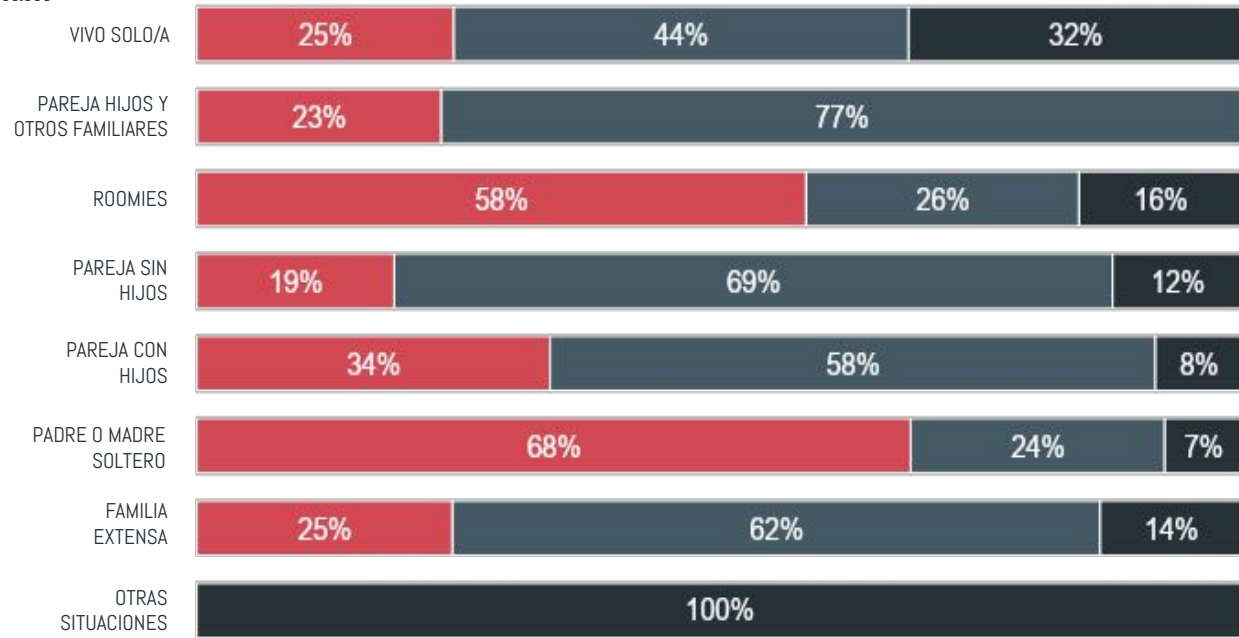


ESTADO CIVIL



- Padres y madres solteros son los que menos estarían dispuestos a pagar por contenido.
- Parejas sin hijos y familias extensas destinarían más presupuesto que las demás.
- Los casados declaran estar dispuesto a destinar un mayor presupuesto.

TIPO DE FAMILIA



Base: muestra de 100 personas

¿QUÉ APLICACIONES DE CONTENIDO CONSUMES EN TU TELEVISOR CONECTADO?

- Netflix es la más utilizada seguida de Amazon Prime Video y Disney +.
- Disney+ tiene una presencia alta en personas de 45 a 54 años.
- HBO GO tiene gran presencia en personas de más de 65 años.
- Movistar es muy utilizado por personas de 35 a 44 años.
- Pluto tiene gran presencia en jóvenes de entre 18 y 24 años.

RANGOS DE EDAD

										Otras aplicaciones gratuitas
18-24	33%	0%	0%	33%	0%	0%	100%	33%	0%	0%
25-34	38%	3%	3%	38%	9%	11%	83%	3%	0%	18%
35-44	55%	0%	7%	51%	6%	22%	95%	2%	0%	13%
45-54	58%	0%	10%	55%	7%	6%	89%	9%	6%	22%
55-64	42%	0%	6%	26%	6%	6%	95%	16%	0%	4%
65-74	48%	0%	0%	0%	34%	15%	57%	0%	0%	0%
75+	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

¿QUÉ APLICACIONES DE CONTENIDO CONSUMES EN TU TELEVISOR CONECTADO?

- Los NSE altos consumen más Amazon, Disney+ y Netflix.
- Pluto TV tiene gran presencia en NSE Bajos.
- HBO tiene mayor presencia en NSE Medios altos.
- Movistar se ubica con gran presencia en NSE Medios.
- Pluto TV está principalmente en NSE bajos.

NIVEL SOCIO ECONÓMICO

	amazon prime video	Claro- video	DIRECTV GO	Disney+	HBO GO	M Play	NETFLIX	pluto TV	vevo	Otras aplicaciones gratuitas
AB	67%	0%	0%	22%	0%	0%	100%	0%	0%	22%
ClA	37%	0%	10%	43%	17%	10%	86%	0%	0%	14%
ClB	45%	0%	4%	20%	19%	9%	68%	5%	0%	10%
C2	43%	1%	0%	34%	1%	16%	79%	8%	5%	9%
C3	49%	0%	15%	45%	3%	16%	96%	0%	0%	9%
D	56%	0%	5%	58%	5%	0%	92%	39%	0%	0%
E	23%	0%	0%	0%	0%	0%	70%	36%	0%	0%

La lectura de colores es a la vertical, mayor intensidad de verde significa mayor penetración



¿QUÉ APLICACIONES DE CONTENIDO CONSUMES EN TU TELEVISOR CONECTADO?

- Las personas que viven solas consumen mucho más aplicaciones como Amazon prime, Pluto TV, Disney+ y Netflix.
- HBO GO tiene presencia alta en parejas sin hijos y familias extensas.
- Movistar Play es muy consumido por familias extensas.
- Pluto TV lo consumen más las parejas, hijos y otros familiares.

TIPO DE FAMILIA











Otras aplicaciones gratuitas

	amazon prime video	Claro video	DIRECTV GO	Disney+	HBO GO	Play	NETFLIX	pluto tv	vevo	Otras aplicaciones gratuitas
VIVE SOLO/A	75%	0%	16%	52%	16%	19%	100%	19%	0%	0%
PAREJA HIJOS Y OTROS FAMILIARES	23%	0%	0%	17%	4%	0%	93%	26%	0%	9%
ROOMIES	29%	0%	0%	0%	0%	9%	100%	0%	0%	36%
PAREJA SIN HIJOS	59%	0%	5%	30%	23%	10%	85%	11%	0%	8%
PAREJA CON HIJOS	36%	0%	7%	40%	3%	3%	80%	0%	4%	10%
PADRE O MADRE SOLTERO	19%	0%	0%	19%	0%	0%	32%	0%	0%	8%
FAMILIA EXTENSA	45%	6%	0%	41%	17%	37%	94%	12%	0%	23%
OTRAS SITUACIONES	100%	0%	0%	54%	0%	100%	100%	0%	0%	0%

La lectura de colores es a la vertical, mayor intensidad de verde significa mayor penetración

- Por rangos de edad prácticamente a todos les gustaría que hubiera más servicios gratuitos de streaming.
- La mayoría de personas entre 35 y 54 años les gustaría que los anuncios abaraten o hagan gratuitos estos servicios.
- A los que más les importaría ver anuncios en la programación gratuita son a las personas de 18 a 34 años.
- De 55 años y más prefieren ver anuncios que pagar por no verlos.

PREGUNTA				
		18 a 34	35 a 54	55 y más
P8. ¿TE GUSTARÍA QUE HUBIERA MÁS SERVICIOS DE VIDEO GRATUITOS DE STREAMING?	Sí	96%	100%	100%
P9. ¿TE GUSTARÍA QUE LOS ANUNCIOS ABARATEN O HAGAN GRATUITO ESTOS SERVICIOS?	Sí	68%	73%	41%
P10. ¿TE IMPORTA VER ANUNCIOS EN LA PROGRAMACIÓN GRATUITA EN STREAMING?	Sí	53%	46%	43%
P11. ¿PREFIERES VER ANUNCIOS QUE PAGAR POR NO VERLOS?	Sí	49%	53%	61%

- A los hombre y mujeres les gustaría que hubiera más servicios de video gratuitos de streaming.
- A las mujeres les gustaría que los anuncios abaraten o hagan gratuitos los servicios de streaming.
- A los hombres si les importaría ver anuncios en la programación gratuita.
- Las mujeres prefieren ver anuncios que pagar por no verlos.

PREGUNTA		Hombres	Mujeres
P8. ¿TE GUSTARÍA QUE HUBIERA MÁS SERVICIOS DE VIDEO GRATUITOS DE STREAMING?	SI	99%	100%
P9. ¿TE GUSTARÍA QUE LOS ANUNCIOS ABARATEN O HAGAN GRATUITO ESTOS SERVICIOS?	SI	52%	68%
P10. ¿TE IMPORTA VER ANUNCIOS EN LA PROGRAMACIÓN GRATUITA EN STREAMING?	SI	46%	45%
P11. ¿PREFIERES VER ANUNCIOS QUE PAGAR POR NO VERLOS?	SI	60%	47%

COMPORTAMIENTO DEMOGRÁFICO BASE PONDERADA NETQUEST

**HORARIOS FRENTE A TV.
CONOCIMIENTO DE PLATAFORMAS**

HORARIOS FRENTE A LA TV POR NSE

- Todos los NSE se reúnen de 19hrs a 24hrs.
- Los NSE más bajos suelen ver más TV de 9hrs a 19hrs teniendo diferencias significativas con respecto a los NSE medios y altos.
- El NSE AB y C1a y C2 tiene mayor presencia significativa de las 21hrs a las 24hrs.

Horarios	NIVEL SOCIO ECONÓMICO						
	AB	C1a	C1b	C2	C3	D	E
9:0 a 12:0	12%	16%	17%	19%	22% +	22% +	23% +
12:0 a 14:0	7%	10%	12%	13%	14% +	16% +	21% +
14:0 a 17:0	11%	13%	16%	20%	24% +	26% +	31% +
17:0 a 19:0	14%	15%	18%	20%	24% +	26% +	28% +
19:0 a 21:0	47%	47%	49%	51%	49%	49%	48%
21:0 a 00:0	87% +	84% +	81%	82% +	77%	71%	63%
00:0 a 03:0	16%	16%	17%	19% +	20% +	18%	19%
03:0 a 09:0	4% +	4% +	4% +	3%	2%	2%	4%

ALTOS

MEDIOS

BAJOS



HORARIOS FRENTE A LA TV POR TIPO DE FAMILIA

- La mayoría de la audiecia por tipo de familia prefiere ver la tv entre las 19hrs y las 24hrs.
- Parejas hijos y otros familiares tienen mayor presencia significativa en todos los horarios con respecto al resto.
- Parejas con y sin hijos tienen diferencias significativas en el horario de 21hrs a 24hrs con respecto al resto de familias.

Horarios	TIPO DE FAMILIA							
	VIVE SOLO/A	PAREJA HIJOS Y OTROS FAMILIARES	ROOMIES	PAREJA SIN HIJOS	PAREJA CON HIJOS	PADRE O MADRE SOLTERO	FAMILIA EXTENSA	OTRAS SITUACIONES
9:0 a 12:0	19%	19%	22%	18%	18%	21% +	24% +	19%
12:0 a 14:0	12%	18% +	13%	12%	12%	12%	16% +	11%
14:0 a 17:0	17%	23% +	23%	19%	18%	22% +	23% +	23% +
17:0 a 19:0	19%	23% +	21%	19%	19%	22%	25% +	23% +
19:0 a 21:0	50%	53% +	44%	50%	48%	49%	51%	46%
21:0 a 00:0	80%	71%	72%	82% +	82% +	76%	81%	77%
00:0 a 03:0	21% +	20% +	21%	16%	18%	18%	20% +	18%
03:0 a 09:0	5% +	4%	4%	3%	3%	4% +	2%	2%



CONOCIMIENTO DE PLATAFORMAS POR NSE

- Netflix tiene la mayor presencia en todos los niveles.
- Youtube tiene mayor presencia en NSE más bajos con diferencias significativas en comparación a los NSE Altos.
- Amazon Video, HBO GO y Apple TV tiene mayor presencia en NSE altos y medios con dif. Significativas.
- Movistar+ tiene mayor presencia en NSE Medios con dif. Significativas con respecto al resto de NSE.
- Claro TV tiene mayor presencia en NSE Bajos con Dif. Significativas en comparación al resto de NSE.



NIVEL SOCIO ECONÓMICO

	AB	C1a	C1b	C2	C3	D	E
Netflix	93%	92% +	91%	89%	87%	85%	80%
Youtube	35%	34%	36%	37%	39% +	42% +	43% +
Amazon Video	36% +	33% +	32% +	31%	31%	27%	22%
TV Public CH	18%	16%	15%	14%	16% +	15%	16%
HBO Go	22% +	18% +	13% +	12%	10%	9%	8%
Movistar +	6%	9% +	8% +	8%	7%	6%	7%
Apple TV/iTunes	13% +	6% +	4% +	3%	1%	2%	1%
Google Play	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%
Claro TV	1%	2%	2%	3%	4% +	4% +	4% +
Cablevisión	1%	2%	2%	3%	3%	3%	4% +

CONOCIMIENTO DE PLATAFORMAS POR NSE



- Netflix tiene la mayor presencia en todos los tipos de familia.
- Netflix destaca con dif. Significativas en parejas con hijos.
- Youtube tiene mayor presencia en parejas con hijos y otros familiares y familias extensas.
- Las parejas sin hijos conocen más TV Public, HBO GO, Movistar + y Cablevisión.
- Las familias más extensas se observa un mayor conocimiento de Amazon que el resto.

PLATAFORMA	TIPO DE FAMILIA							
	VIVE SOLO/A	PAREJA HIJOS Y OTROS FAMILIARES	ROOMIES	PAREJA SIN HIJOS	PAREJA CON HIJOS	PADRE O MADRE SOLTERO	FAMILIA EXTENSA	OTRAS SITUACIONES
Netflix	84%	90%	89%	87%	91% +	87%	90%	85%
Youtube	35%	50% +	44% +	35%	35%	33%	37% +	37%
Amazon Video	25%	33% +	29%	29%	34% +	27%	34%	25%
TV Public CH	16%	17% +	14%	17% +	14%	16%	16%	15%
HBO Go	10%	12%	12%	14% +	13% +	12%	12%	10%
Movistar +	7%	7%	7%	9% +	7%	8%	8%	8%
Google Play	2%	3%	6% +	4%	4%	4%	6%	4%
Claro TV	2%	3%	3%	2%	3%	3%	5% +	4%
Apple TV/iTunes	3%	3%	3%	4%	3%	3%	3% +	2% +
Cablevisión	3%	2%	3%	4% +	2%	3%	3%	4% +

Thanks!



smartclip

