

Análisis de audiencias TV

Abril 2022



KANTAR IBOPE MEDIA

Entender a las personas, Inspirar el crecimiento

Comenzando un nuevo año con más fuerza que nunca e impulsados por la renovación del servicio de medición televisiva en Chile, retomamos nuestro reporte de audiencias, el que llevamos a periodicidad mensual con apertura semanal, para seguir aportando con mirada imparcial al análisis de los datos que trabajamos para ustedes, nuestros clientes.

El objetivo del reporte es entender como los chilenos estamos consumiendo el contenido de video a través de la televisión y cuáles son nuestros hábitos de consumo a lo largo del año.



Glosario

Indicadores y/o variables de audiencia

- ❖ Universo: Total de personas u hogares que pueden ver televisión.
- ❖ Encendido: Porcentaje total o número de personas u hogares del universo, que han visto televisión en un momento determinado.
- ❖ Rating %: Porcentaje de personas u hogares del universo que han visto un canal, programa o intervalo de tiempo, en un momento determinado.
- ❖ Rating #: Cantidad de personas u hogares (en miles) del universo que han visto un canal programa o intervalo de tiempo en un momento determinado.
- ❖ Share%: Participación que representa un canal o programa sobre el encendido.

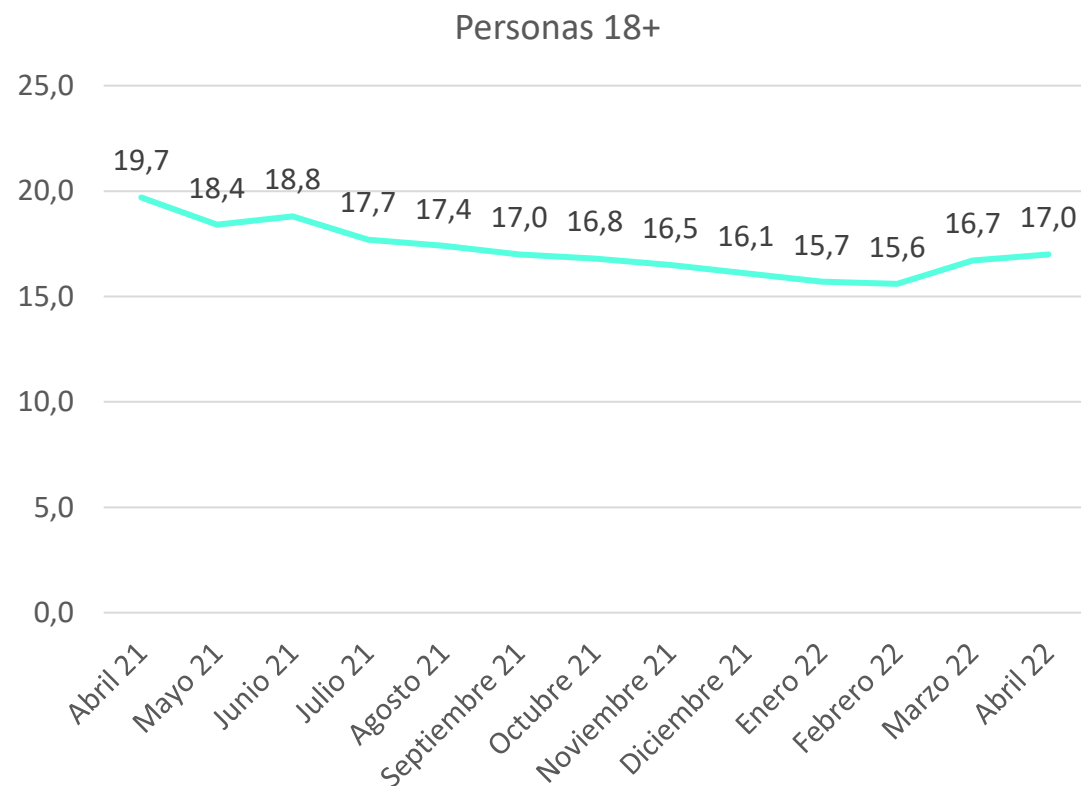
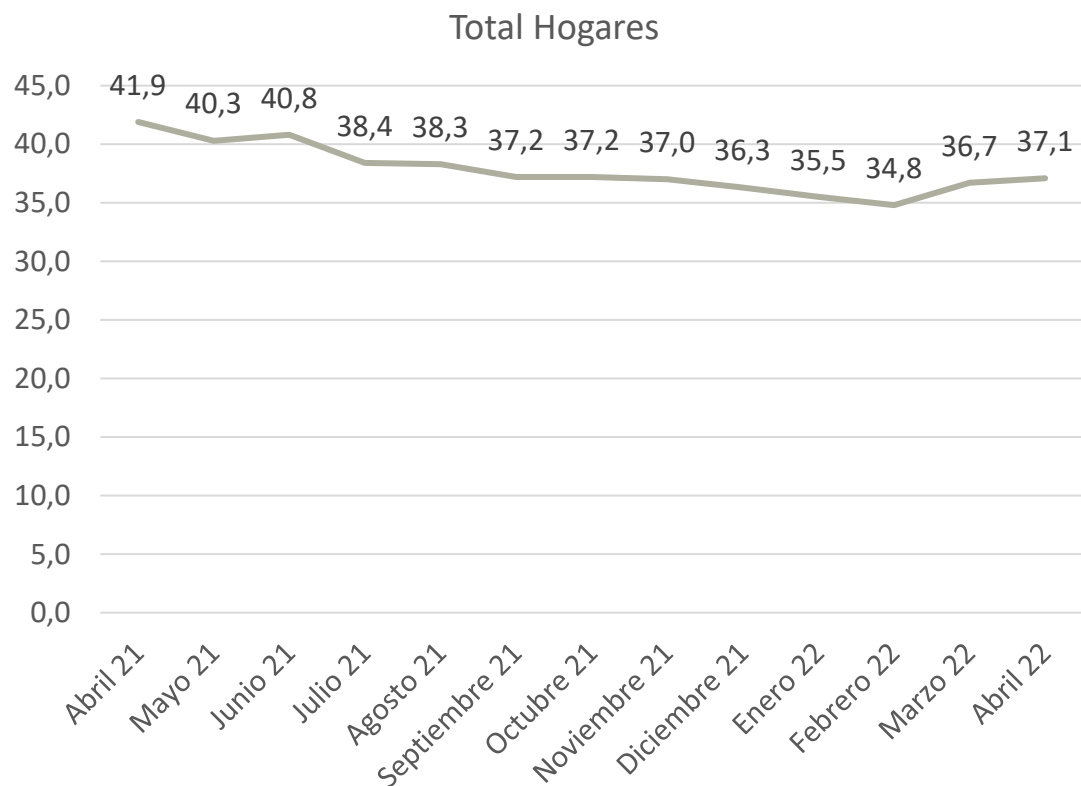
Glosario

Descripción de grupos de canales

- ❖ TV ON: Encendido total televisión.
- ❖ TV Abierta: Suma de todos los canales de televisión de libre recepción.
- ❖ TV Paga: Suma de todos los canales de televisión de pago.
- ❖ Contenidos sin referencias: Contenidos no identificados por las Collect Stations, como por ejemplo, contenido de plataformas de Streaming y señales de canales regionales o comunales.
- ❖ Periféricos: Periféricos que se conectan al televisor, como dvds, blurays y consolas de videojuegos.
- ❖ Otros: Consumo del día de time shifting viewing (TSV), que es el contenido de televisión grabado y visto por los usuarios hasta 7 días después de su exhibición original.

Total encendido (TV ON)

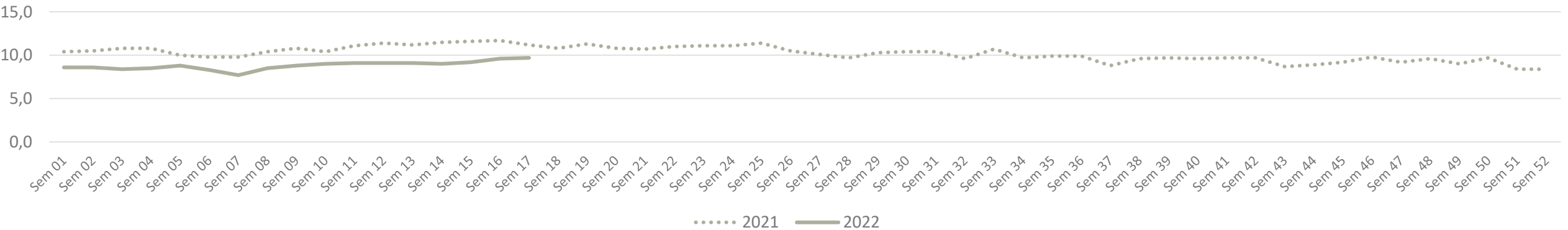
Target: Hogares /Personas 18+ / Total día. Año móvil 2021-2022



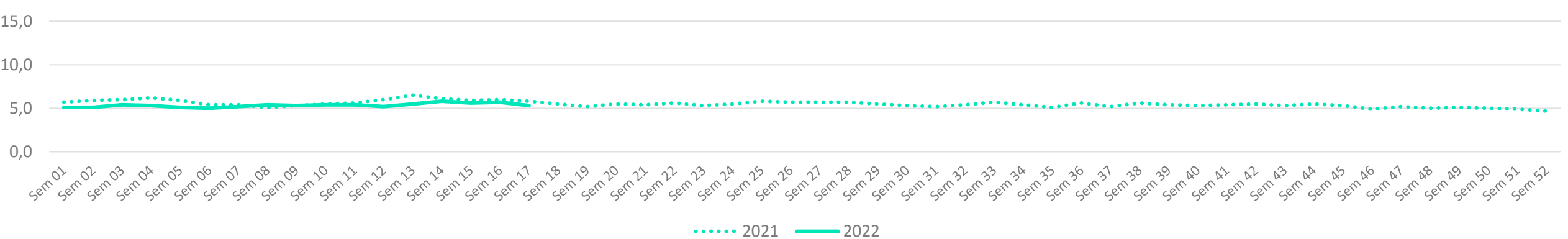
Audiencia (Rat%) por totalizadores

Target: Personas 18+ - Total día. 2021-2022 a la fecha dividido por semana

TV Abierta

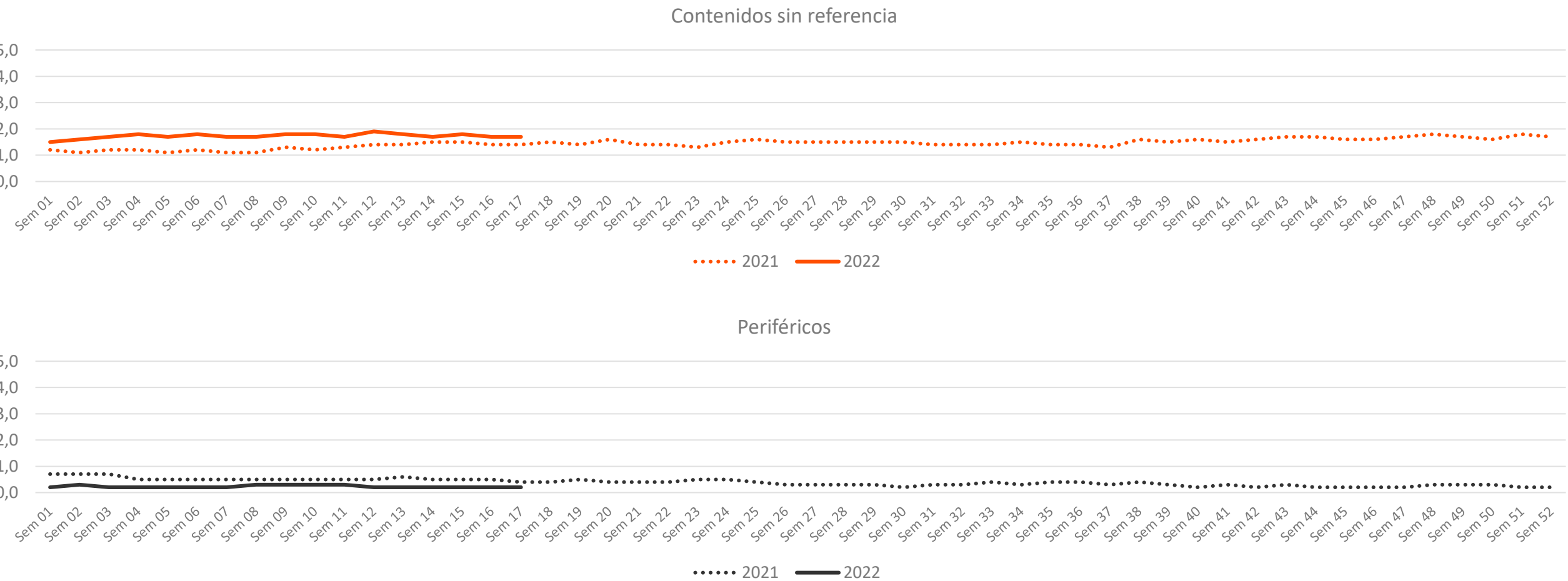


TV Paga



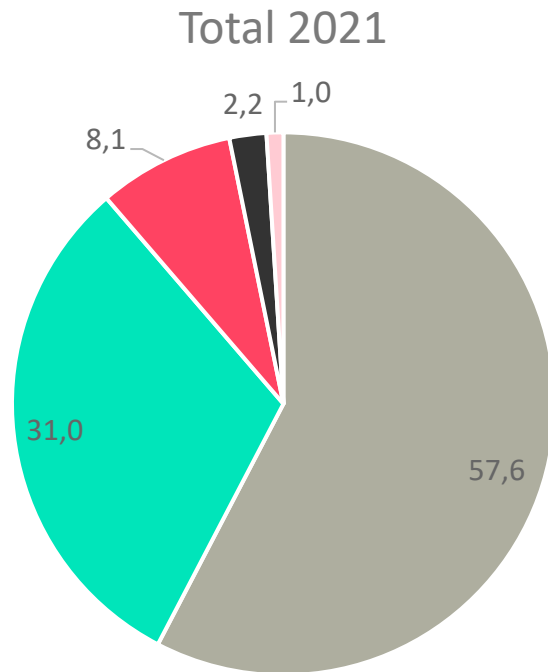
Audiencia (Rat%) por totalizadores

Target: Personas 18+ - Total día. 2021-2022 a la fecha dividido por semana

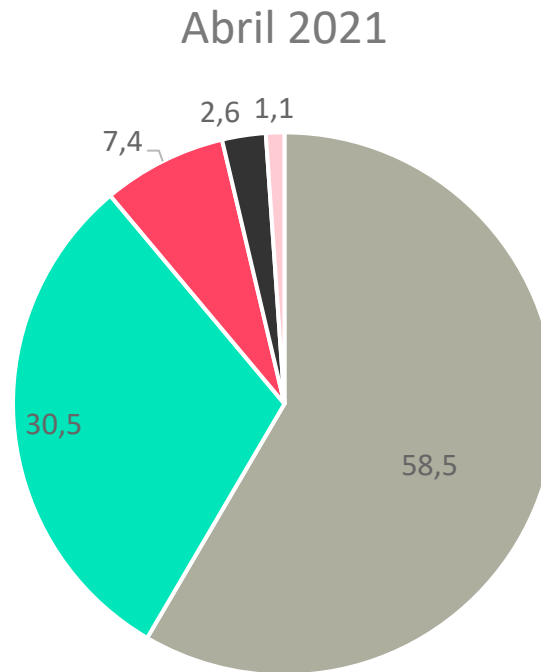


Share (Shr%) por totalizadores

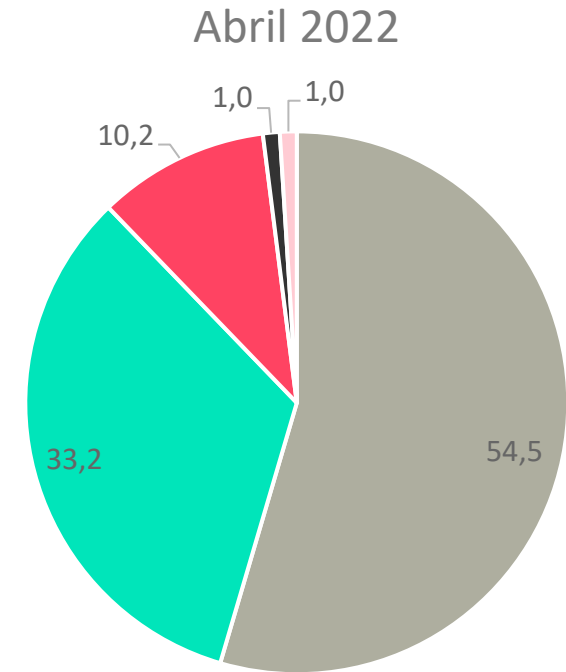
Target: Personas 18+ - Total día. 2021 y comparativo último mes año actual vs mismo mes año anterior



- TV Abierta
- TV Paga
- Contenidos Sin Referencia
- Periféricos
- Otros



- TV Abierta
- TV Paga
- Contenidos Sin Referencia
- Periféricos
- Otros

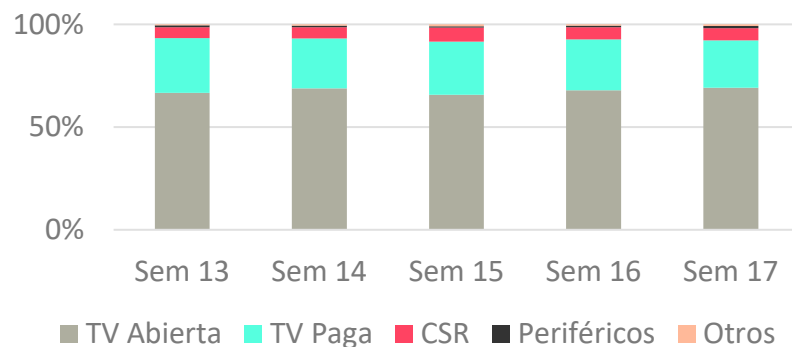


- TV Abierta
- TV Paga
- Contenidos Sin Referencia
- Periféricos
- Otros

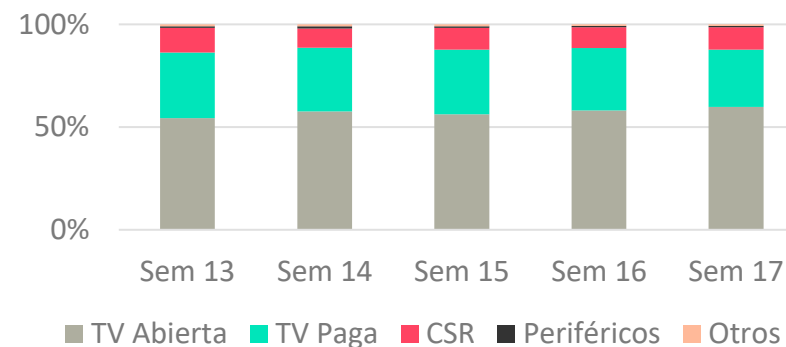
Share (Shr%) por bloques horarios – Lunes a viernes

Personas 18+ último mes - Abril 2022 dividido por semana

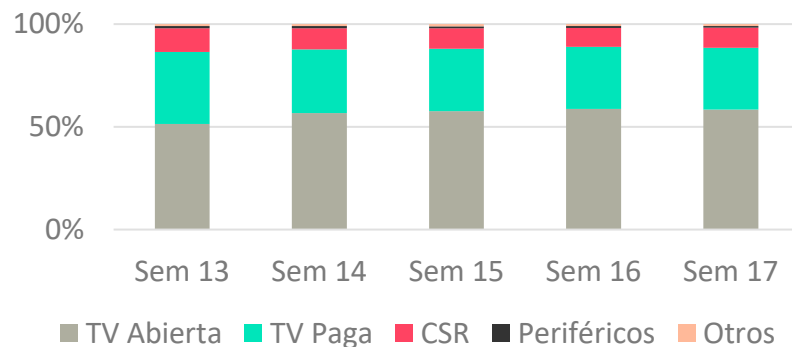
06:00 a 12:00 hrs



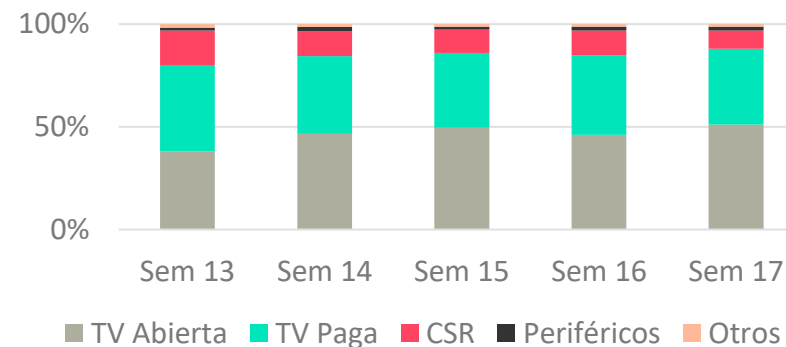
12:00 a 18:00 hrs



18:00 a 00:00 hrs



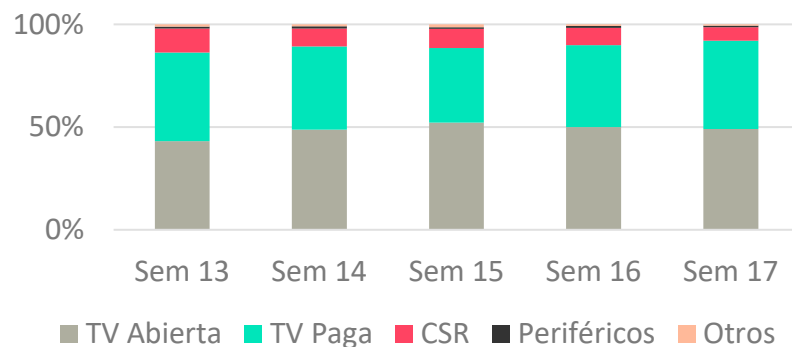
00:00 a 06:00 hrs



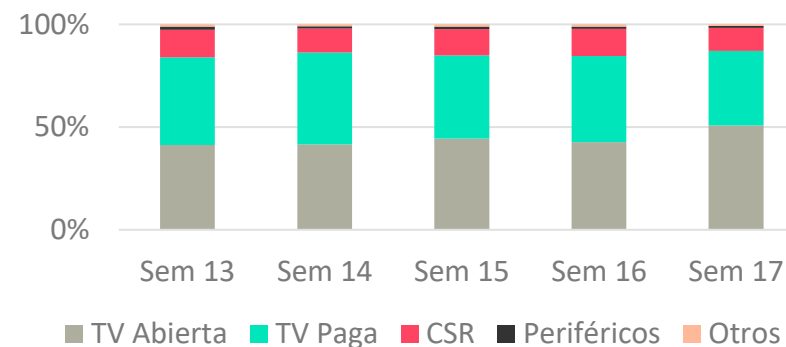
Share (Shr%) por bloques horarios – Sábado y domingo

Personas 18+ último mes - Abril 2022 dividido por semana

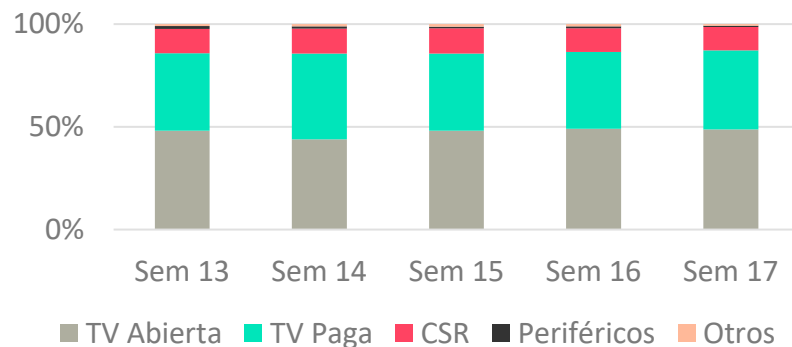
06:00 a 12:00 hrs



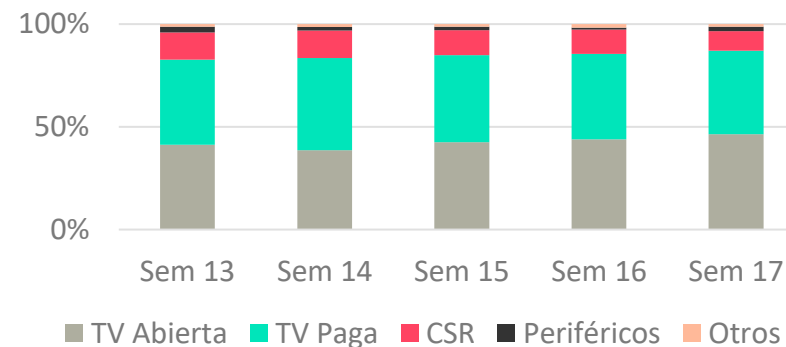
12:00 a 18:00 hrs



18:00 a 00:00 hrs

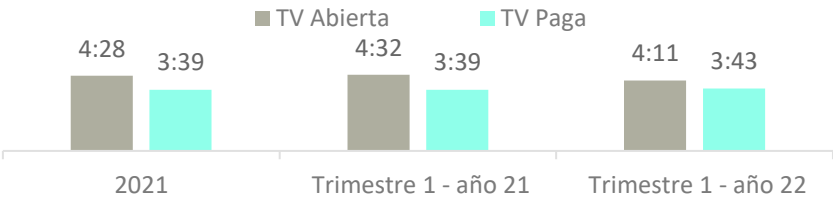


00:00 a 06:00 hrs

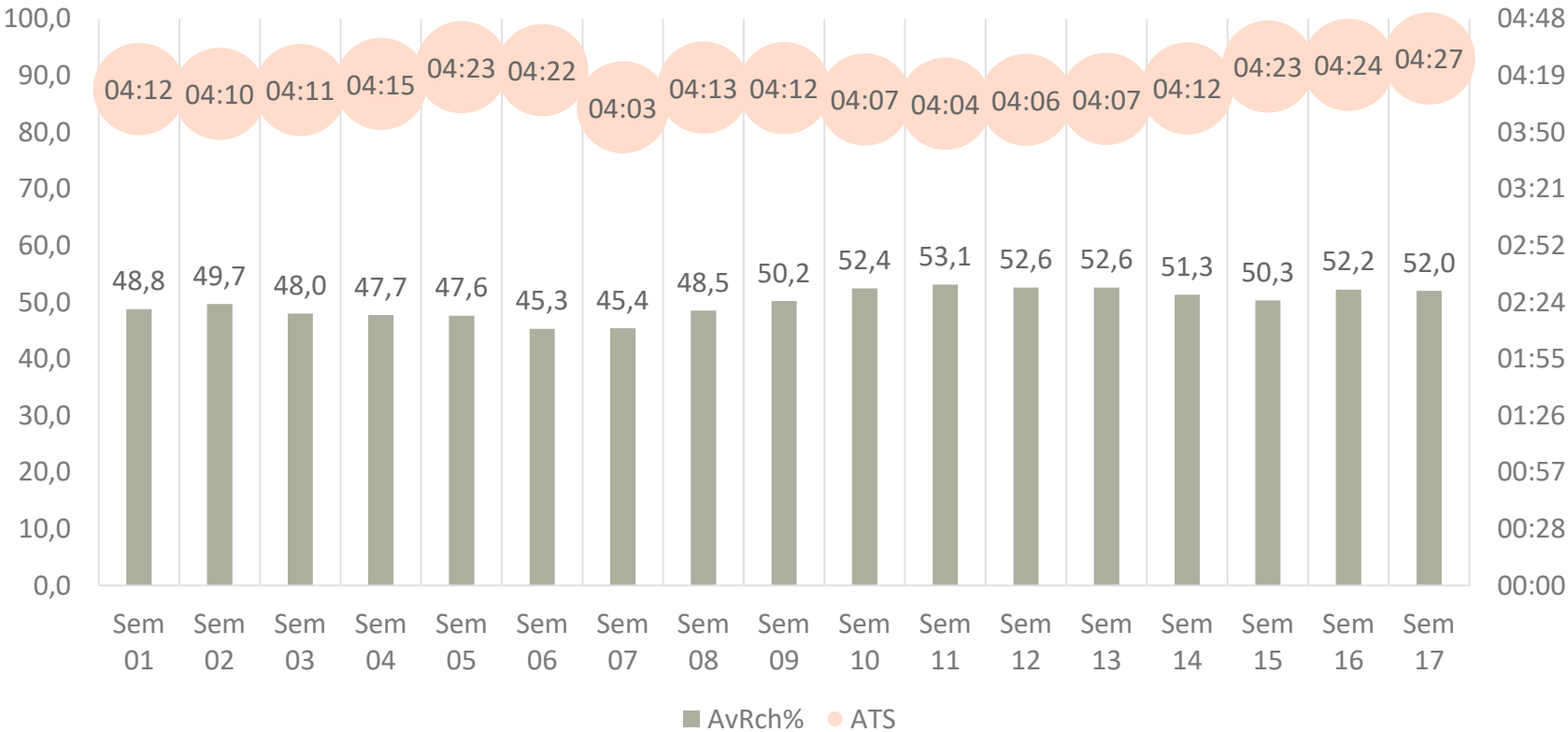


Alcance y tempo visionado – TV Abierta

Personas 18+ 2022 a la fecha dividido por semana

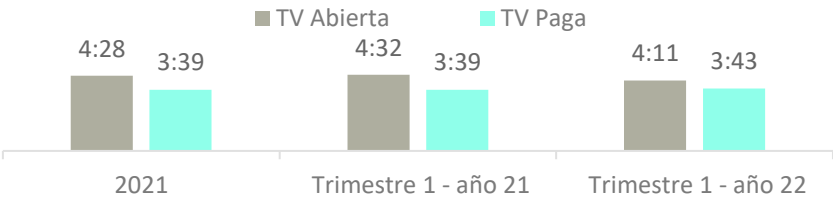


En la semana 17, el ATS es de 14 minutos por encima del promedio ATS 2022. En relación a los promedios anuales, el ATS respecto al 2021 se mantiene neutral (0%), una leve caída en relación al Q1-21 del -2% y en relación al Q1-22 un incremento del 6%.

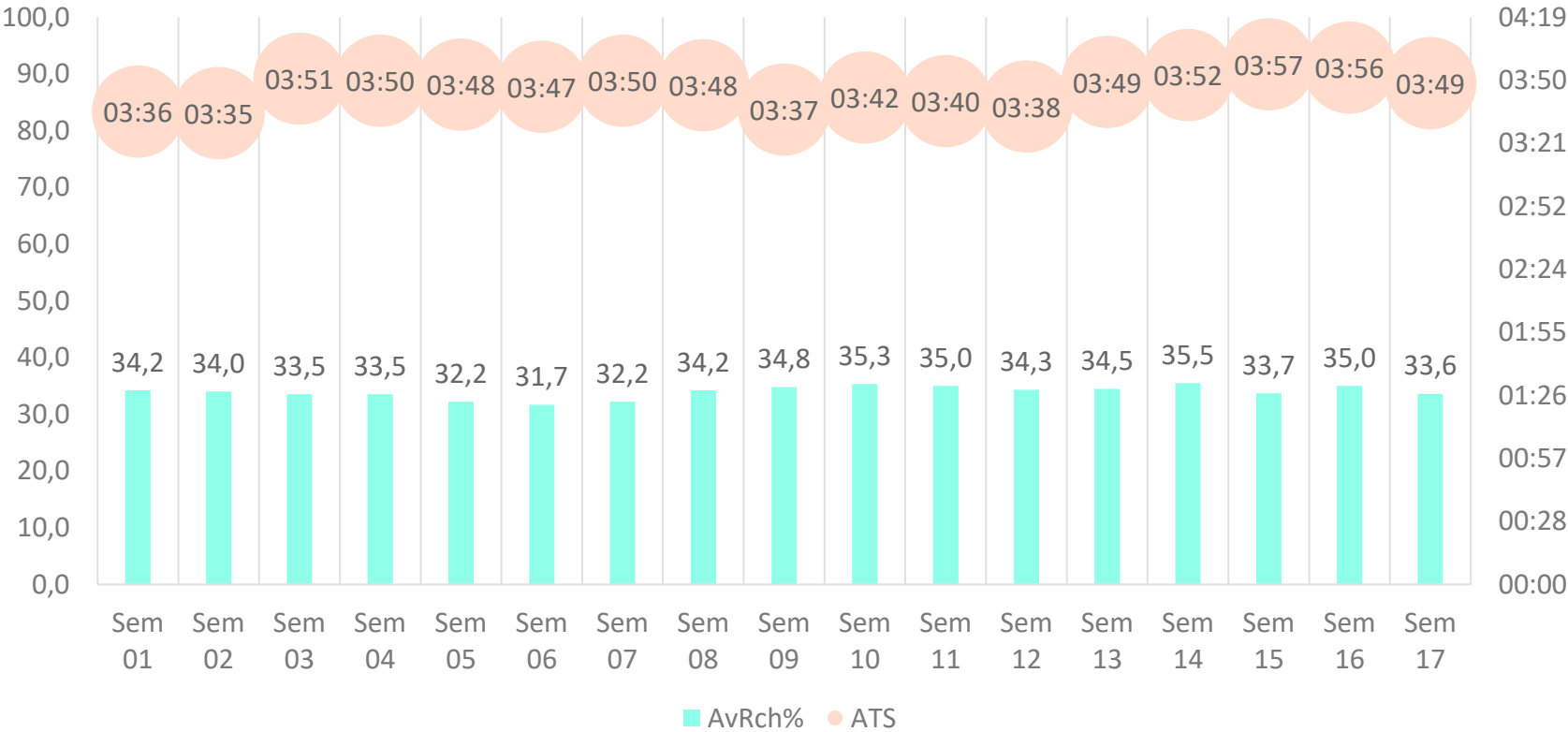


Alcance y tempo visionado – TV Paga

Personas 18+ 2022 a la fecha dividido por semana

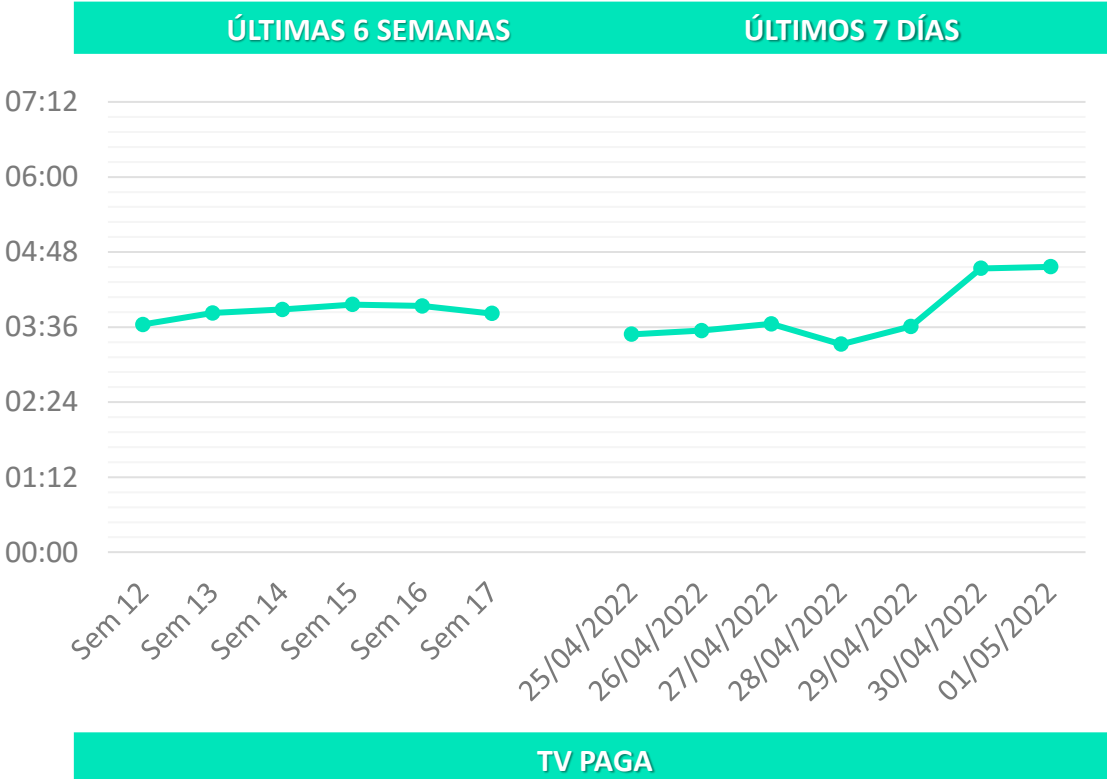
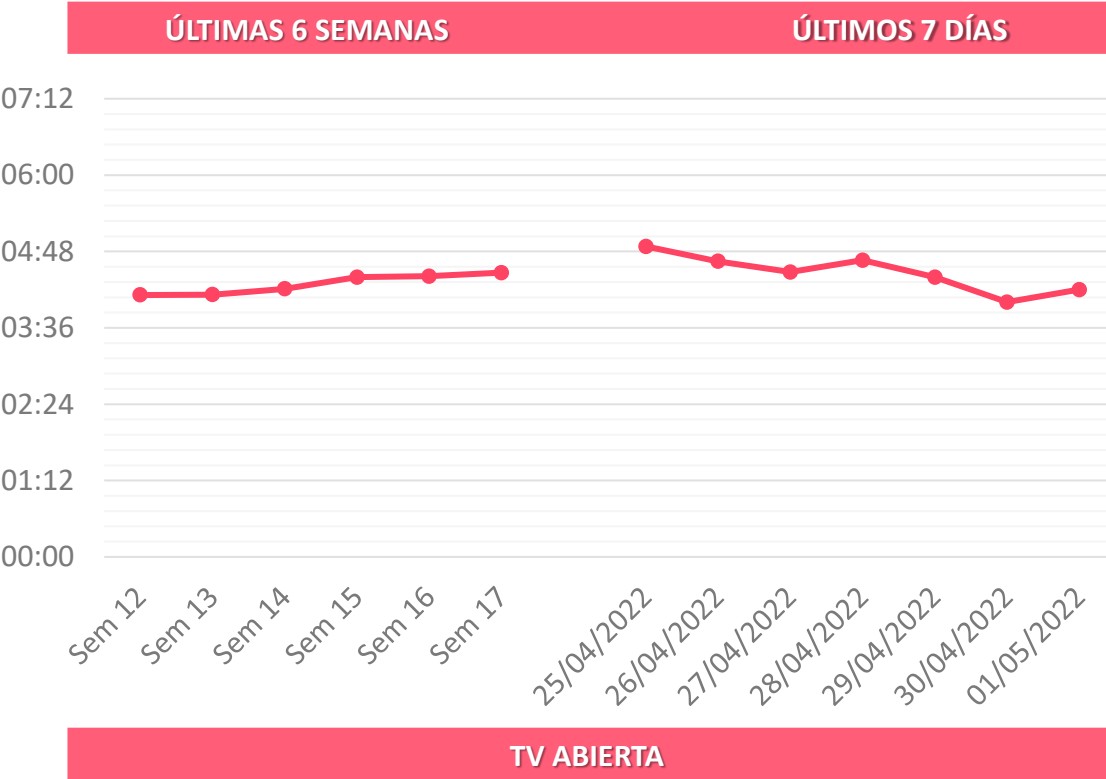


En la semana 17, el ATS es de 2 minutos por encima del promedio ATS 2022. Respecto a los promedios anuales, el ATS tiene un incremento con respecto al 2021 del 4%, un alza en relación al Q1-21 del 4% y en relación al Q1-22 un incremento del 2%.



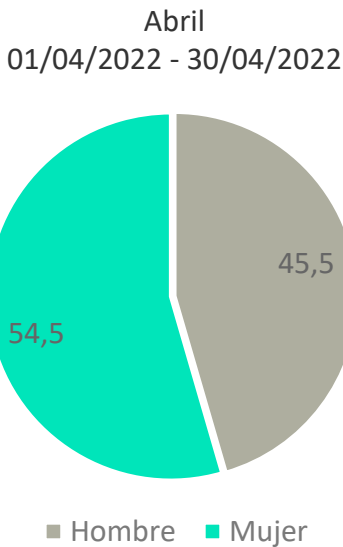
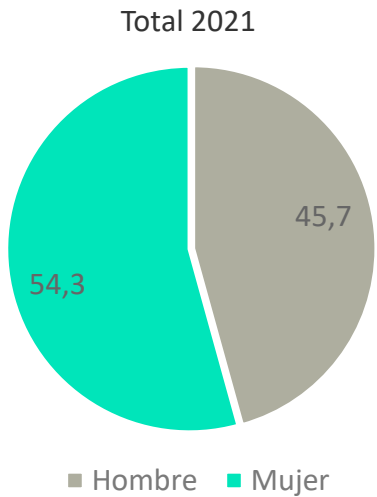
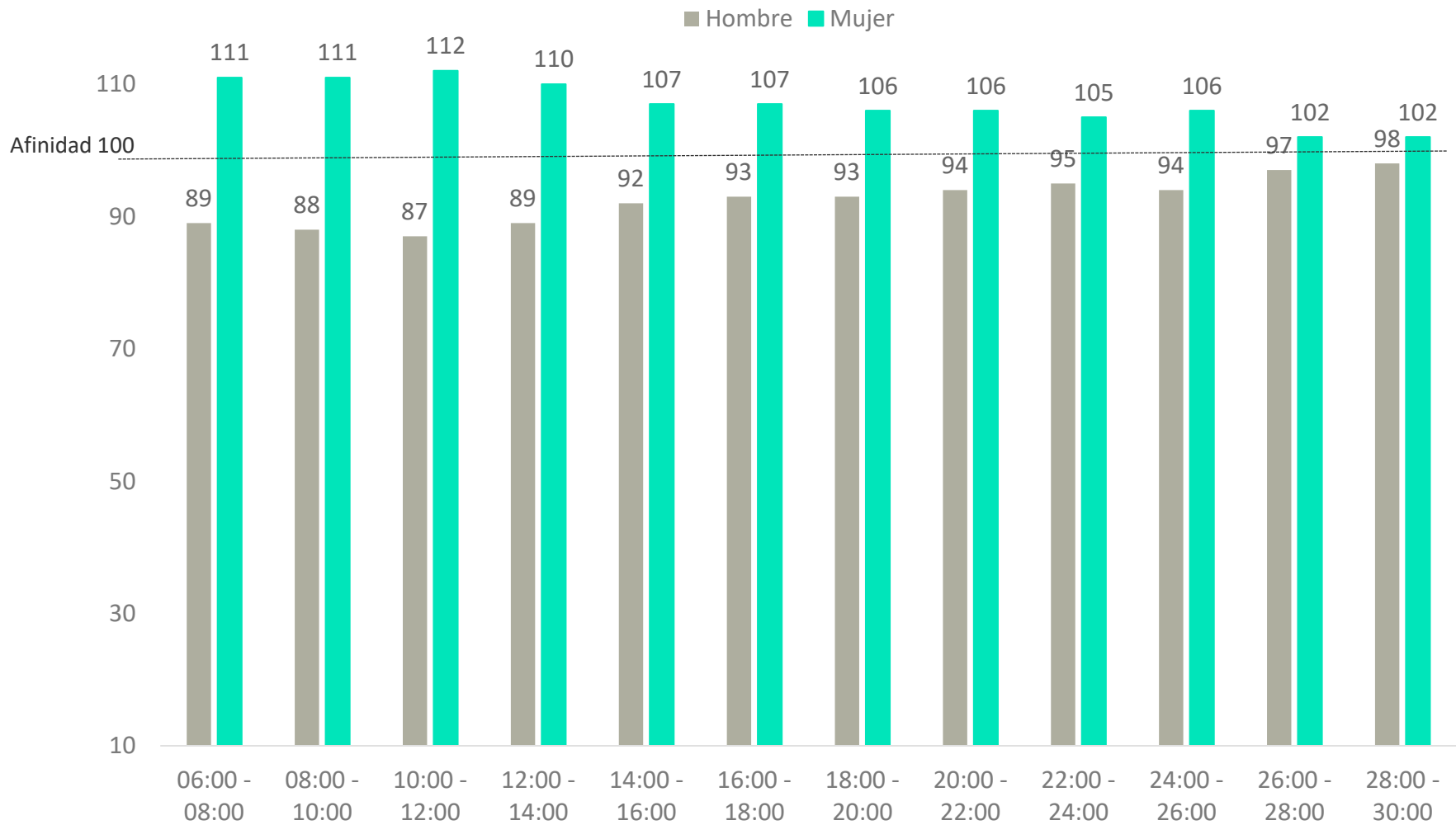
Comparativo tiempo visionado por señal – Total día

6 últimas semanas y diario última semana ATS Personas 18+



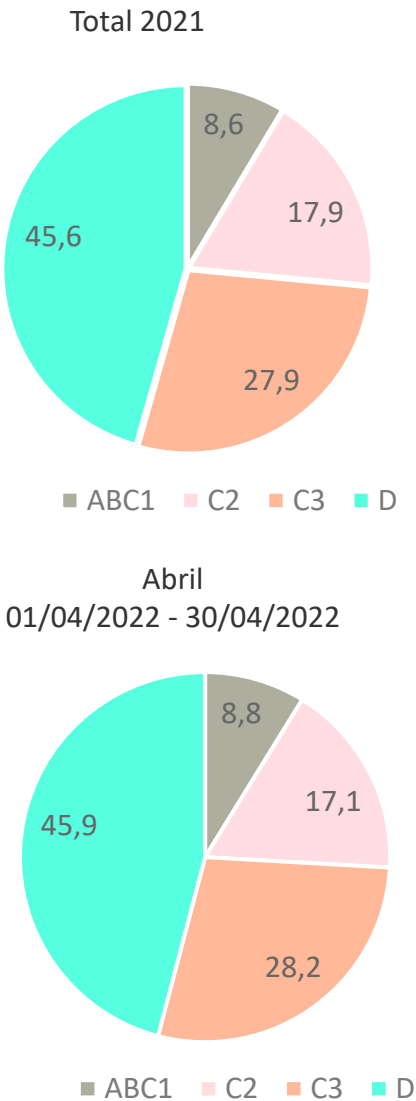
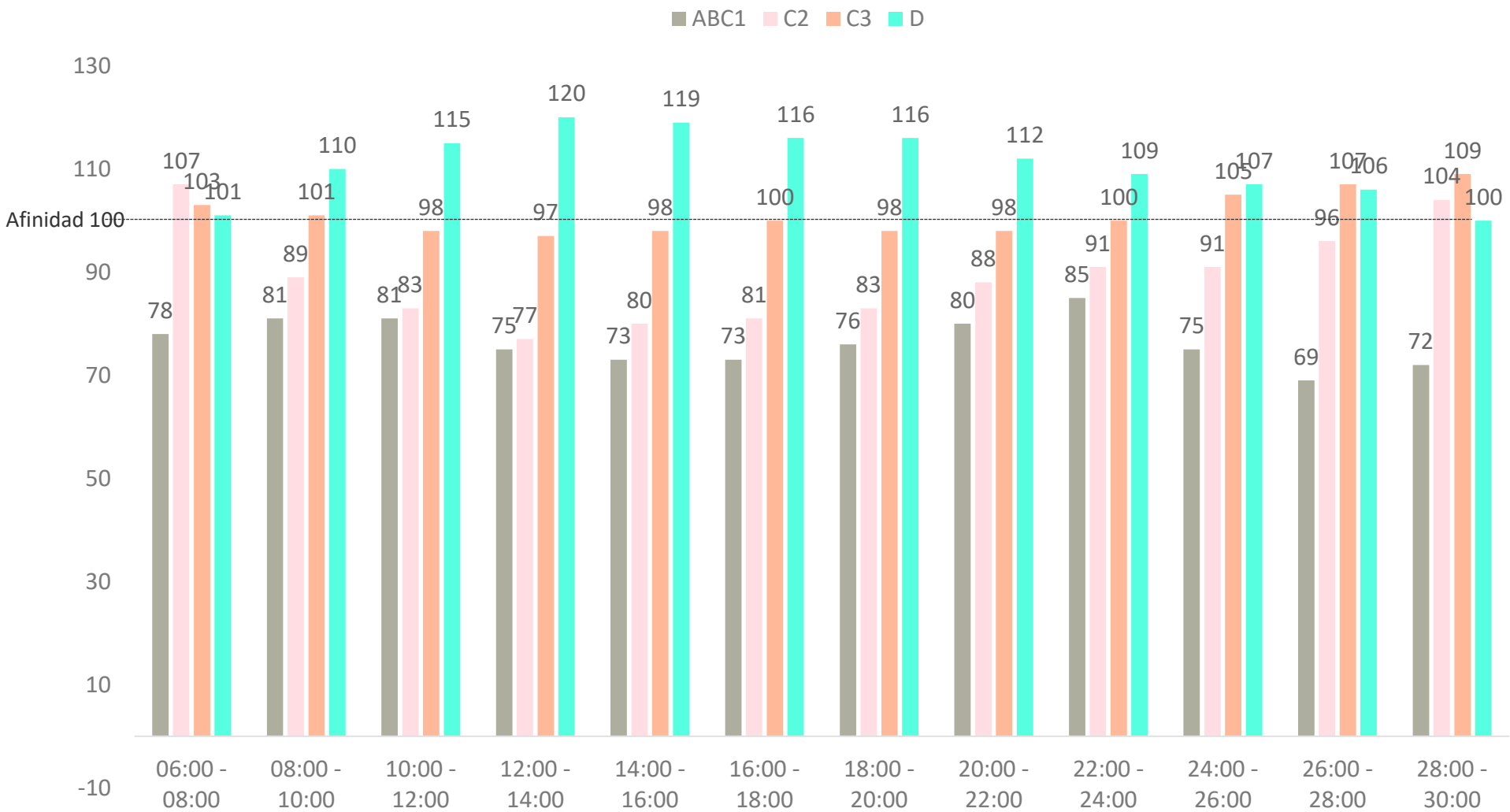
Afinidad y perfil por SEXO, dividido por bloques horarios

Último mes: Abril



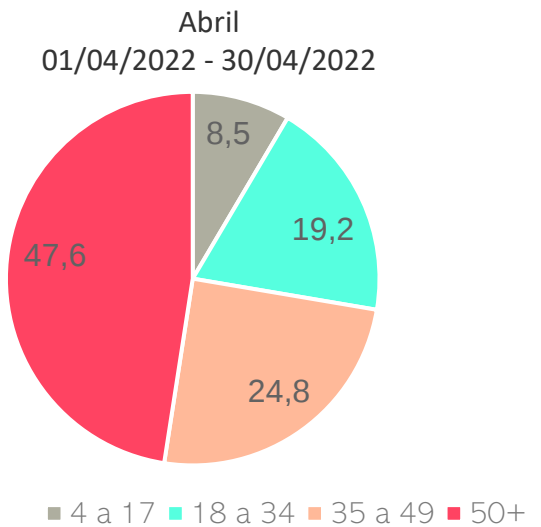
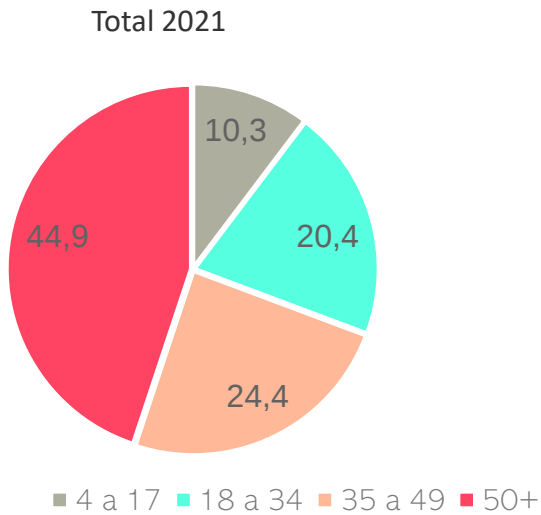
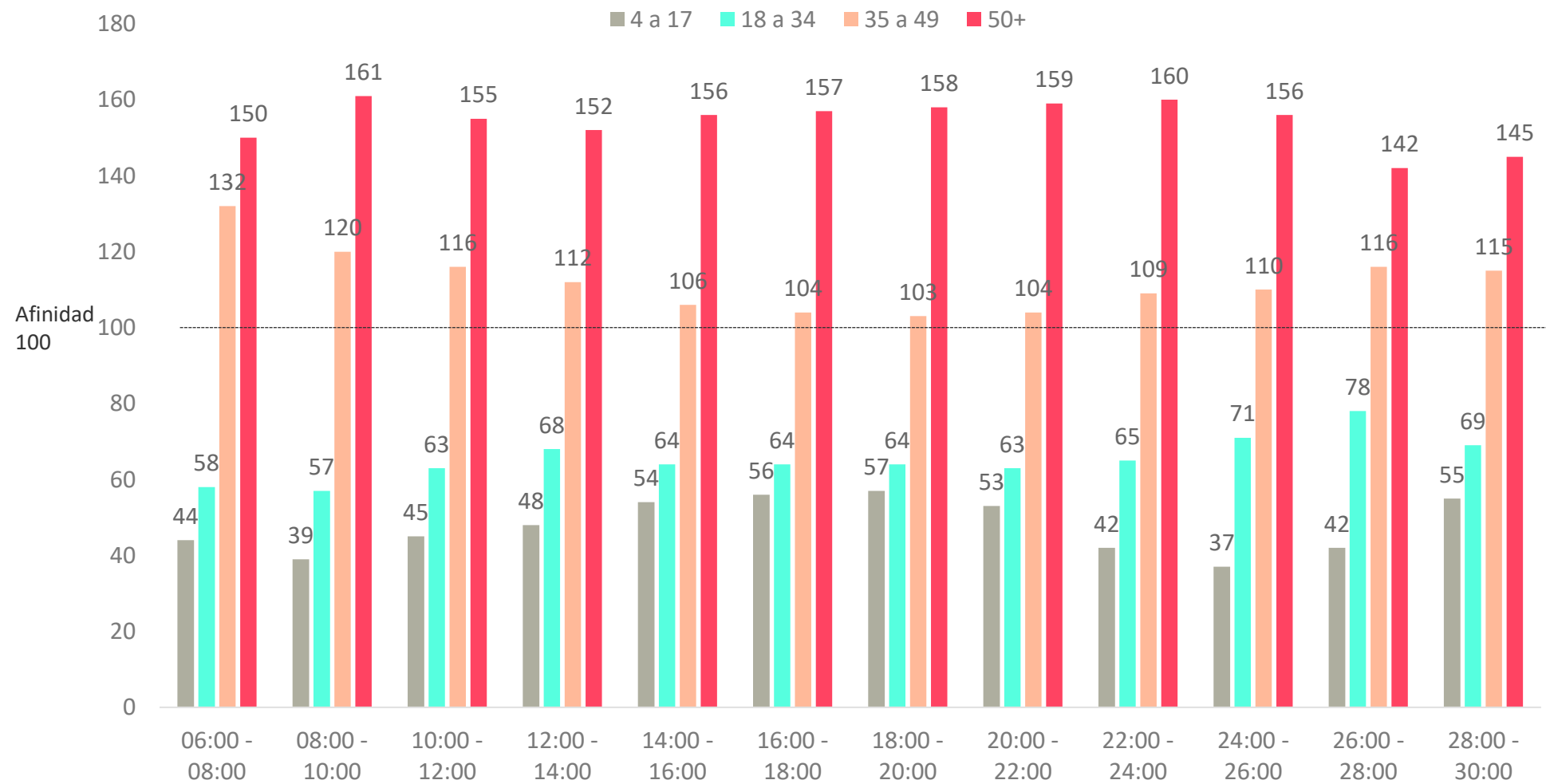
Afinidad y perfil por GSE, dividido por bloques horarios

Último mes: Abril



Afinidad y perfil por EDAD, dividido por bloques horarios

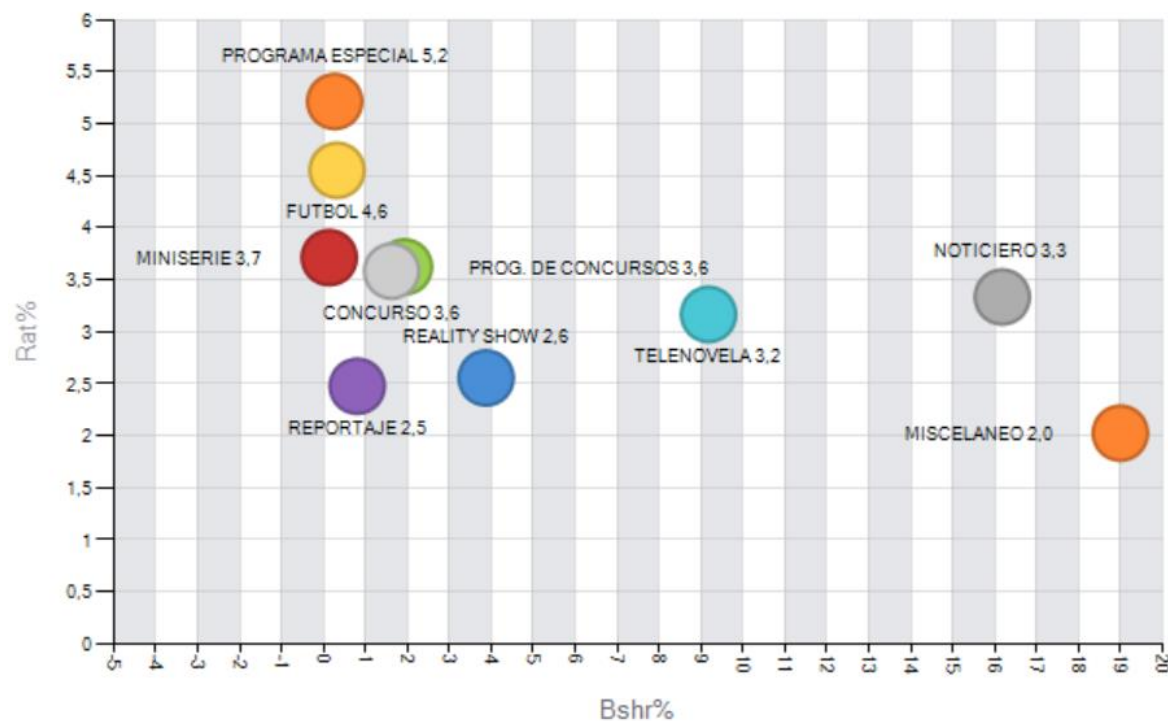
Último mes: Abril



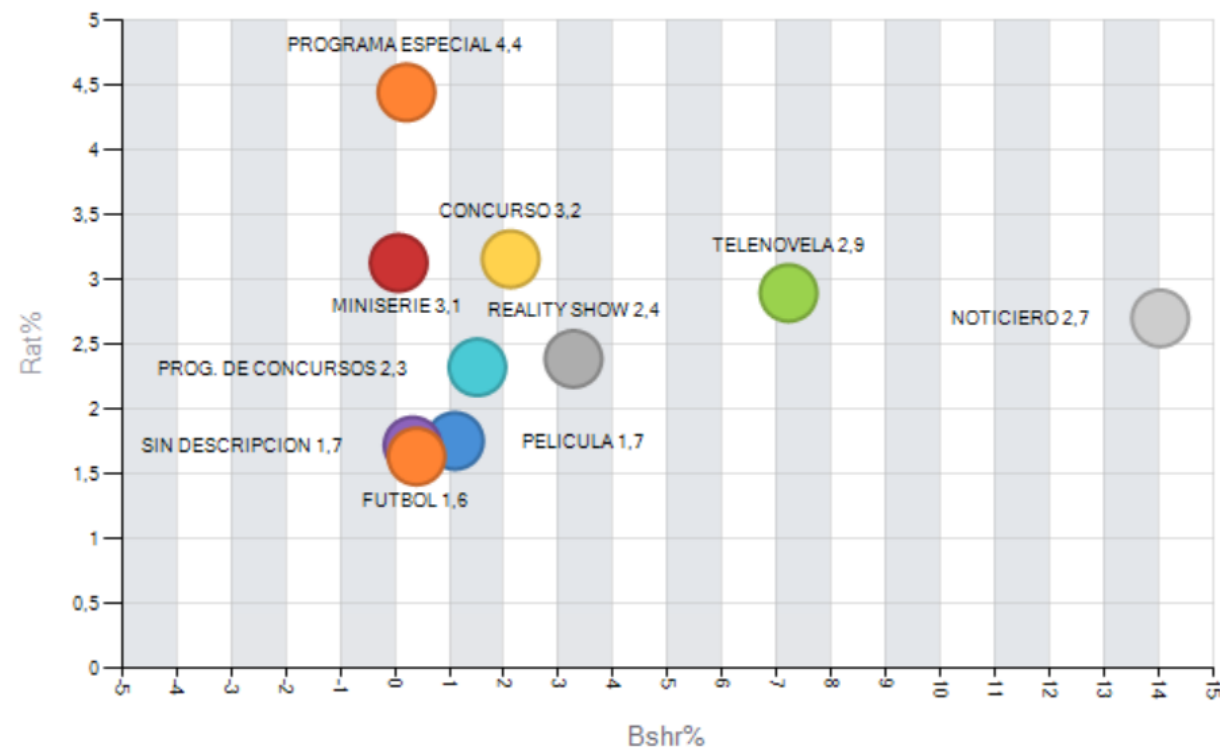
Top 10 géneros – Rating vs porcentaje de tiempo invertido en pantalla

Personas 18+ Último mes: Abril

Abril 2021

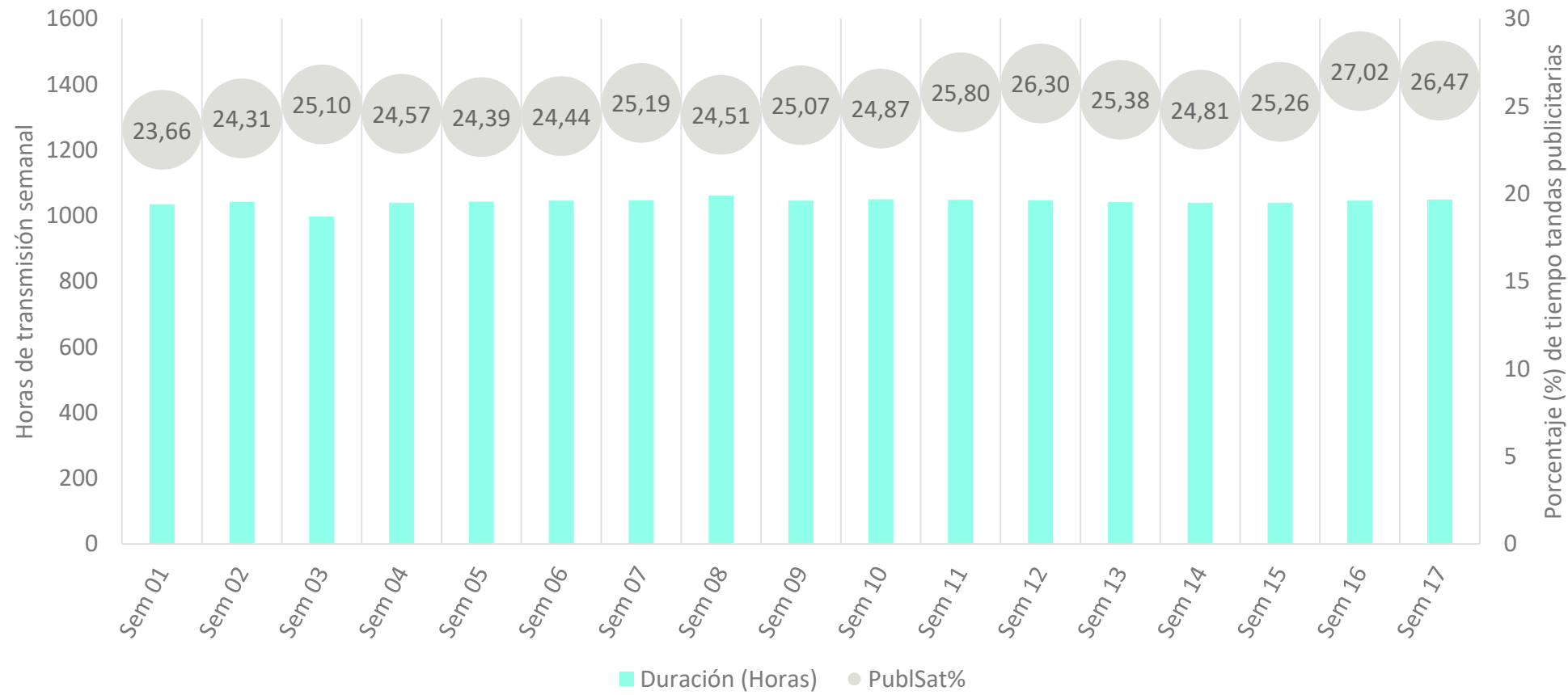


Abril 2022



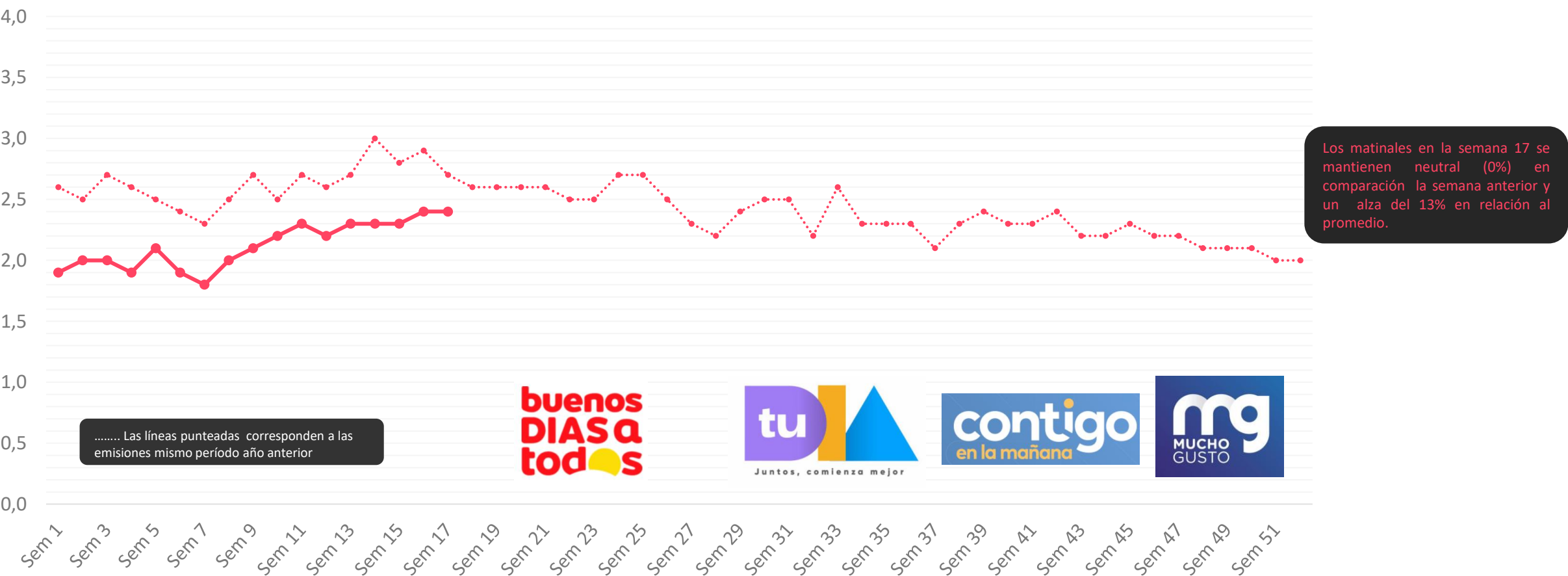
Saturación – TV Abierta

Horas de transmisión semanal Vs Porcentaje de tiempo de tandas publicitarias / Enero - Abril



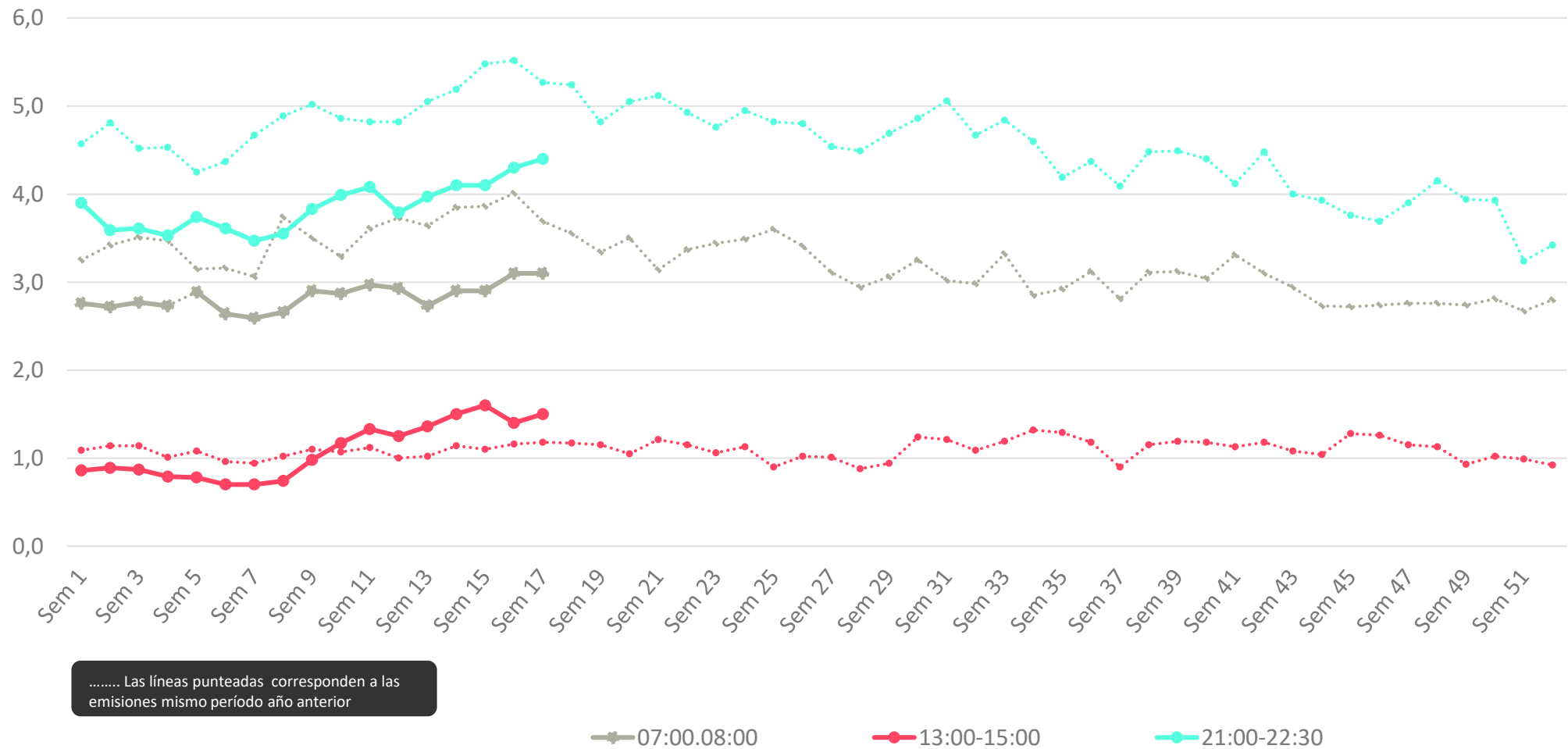
Matinales (TVN-Mega-CHV-Canal 13)

Rating% promedio por bloque, Matinales lunes viernes (08:00-13:00), Personas 18+ por semana



Noticieros (TVN-Mega-CHV-Canal 13)

Rating% promedio por bloque noticias Lunes - Viernes, Personas 18+ por semana



Los noticieros Prime en la semana 17 reflejan un incremento del 2% en relación a la semana anterior.

Los noticieros de la Mañana de esta semana 17 se mantuvieron neutrales (0%) en comparación a la semana anterior y reflejan un incremento del -10% en relación al promedio .

Los noticieros de la Tarde en la semana 17 reporta un incremento del 7% en relación a la semana anterior y un alza del 42% en relación al promedio anual.



KANTAR IBOPE MEDIA

WEB SITE: <https://www.kantar.com/es/>

KIM CHILE <https://www.kantaribopemedia.cl/>