

Análisis de audiencias TV

Mayo 2022



KANTAR IBOPE MEDIA

Entender a las personas, Inspirar el crecimiento

En Kantar Ibope Media seguimos comprometidos con el Estudio de Audiencias de Televisión y continuamos entregando nuestro reporte mensual de audiencias, con el fin de seguir aportando con una mirada imparcial al análisis de los datos para nuestros clientes.

Así también, el objetivo de este 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.

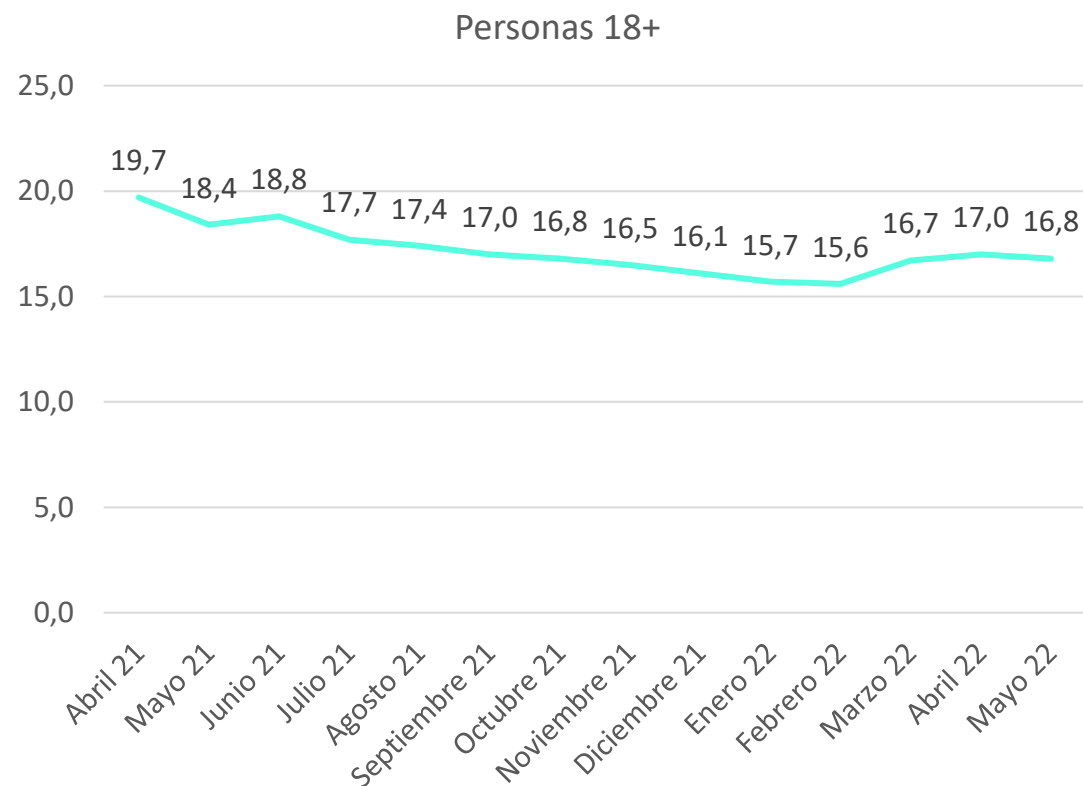
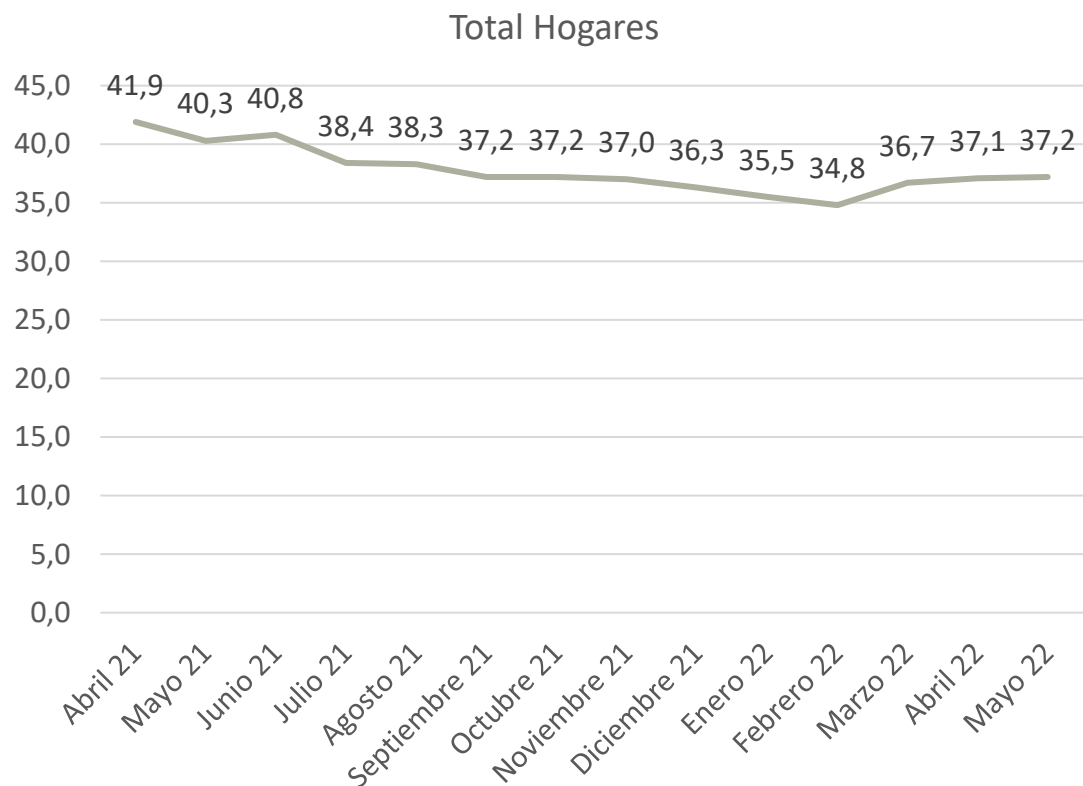
Glosario

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)

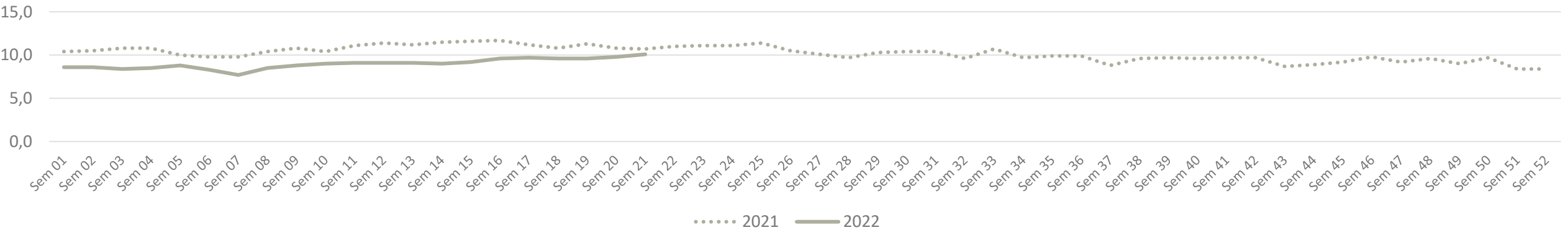
Target: Hogares /Personas 18+ / Total día. Año móvil 2021-2022



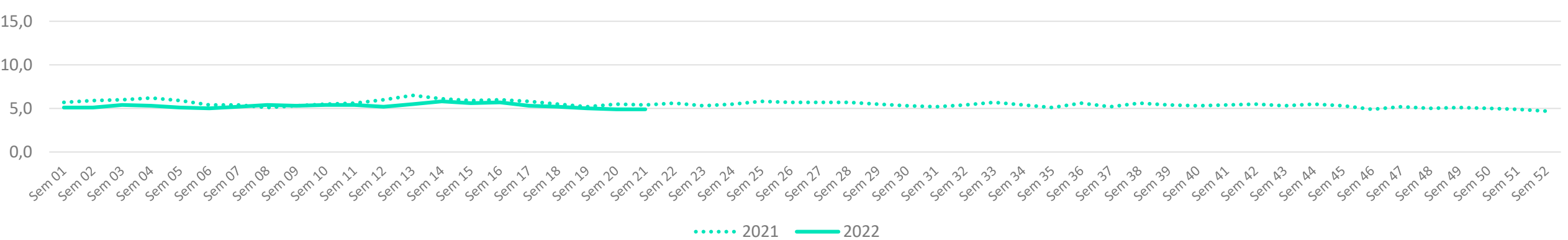
Audiencia (Rat%) por totalizadores

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

TV Abierta

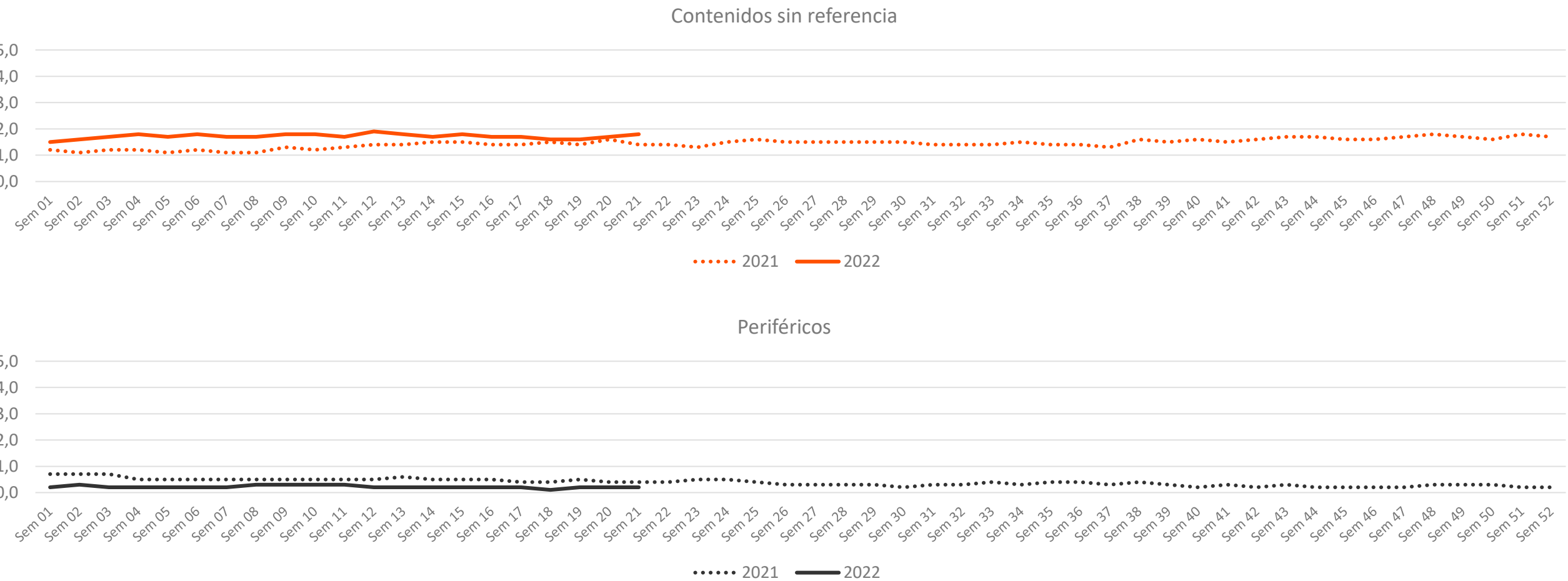


TV Paga



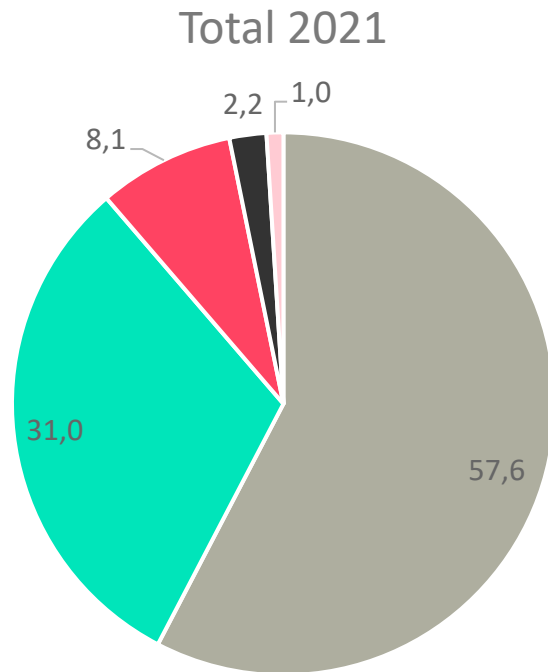
Audiencia (Rat%) por totalizadores

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

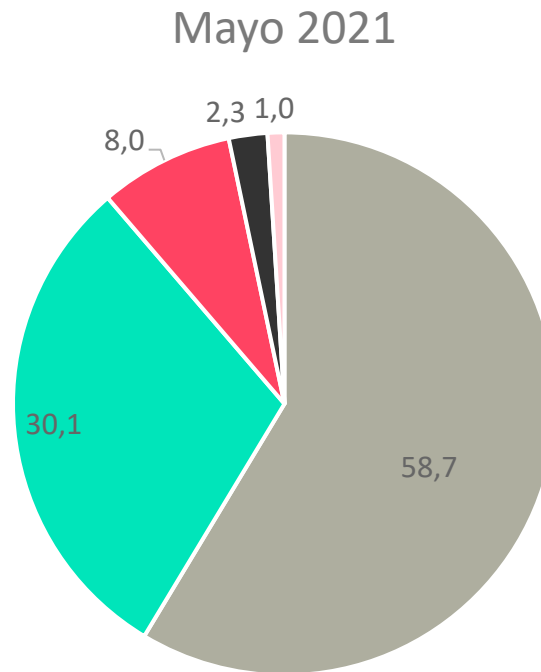


Share (Shr%) por totalizadores

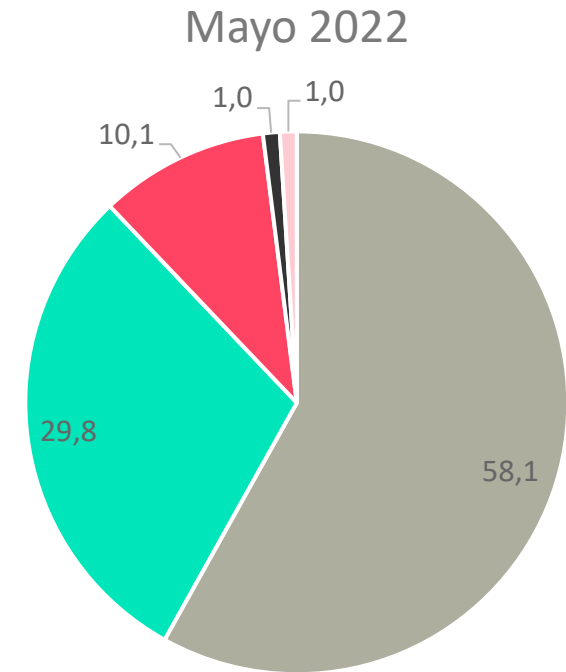
Target: Personas 18+ - Total día. 2021 y comparativo último mes año actual vs mismo mes año anterior



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



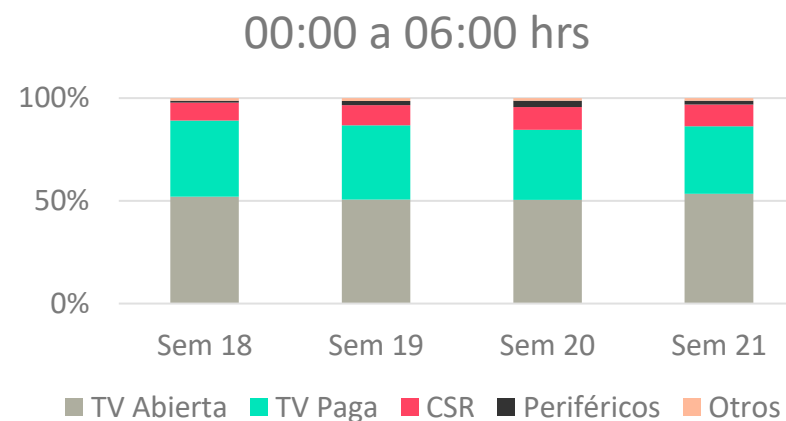
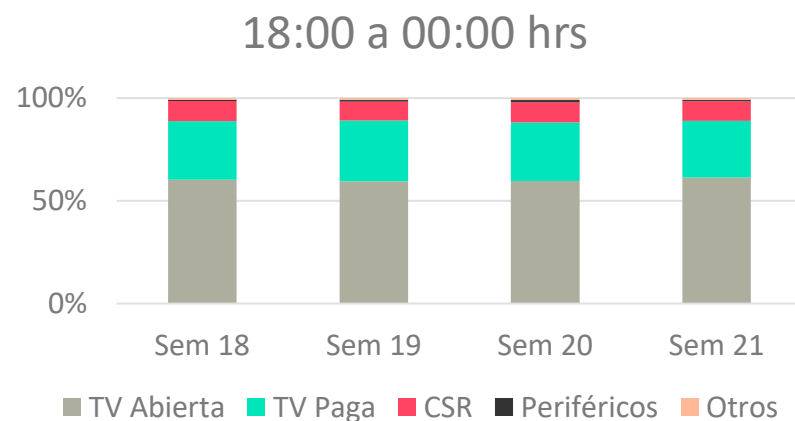
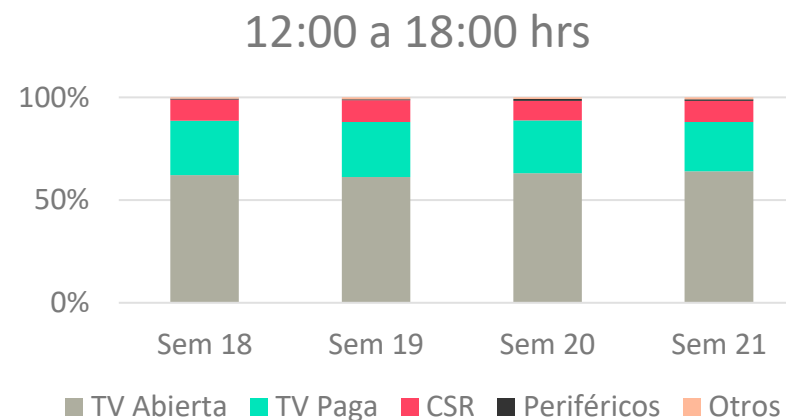
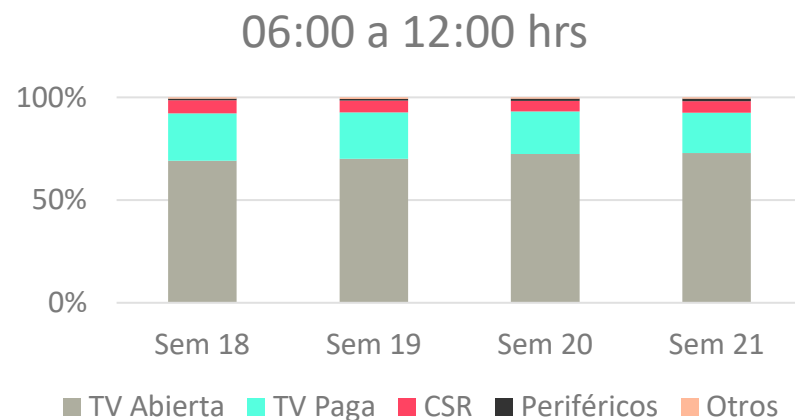
- TV Abierta
- TV Paga
- Contenidos Sin Referencia
- Periféricos
- Otros



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

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

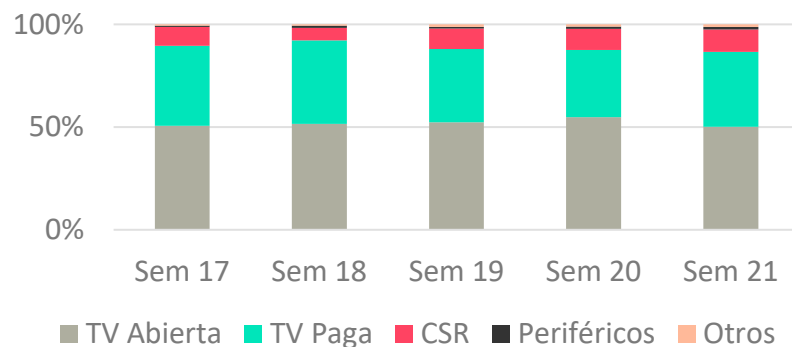
Personas 18+ último mes - Mayo 2022 dividido por semana



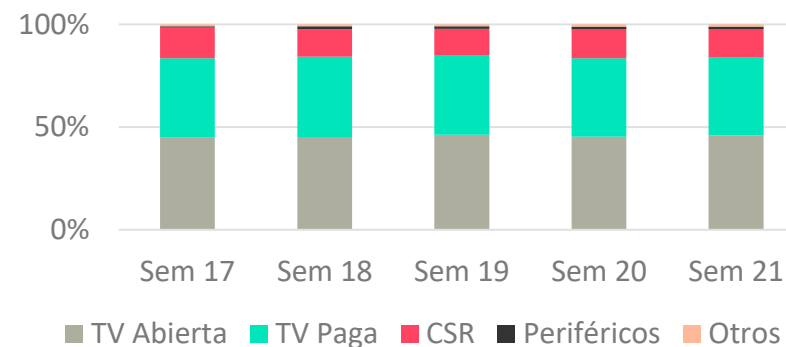
Share (Shr%) por bloques horarios – Sábado y domingo

Personas 18+ último mes - Mayo 2022 dividido por semana

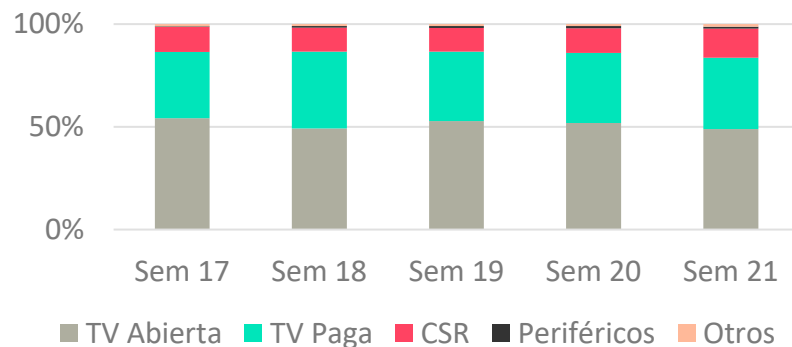
06:00 a 12:00 hrs



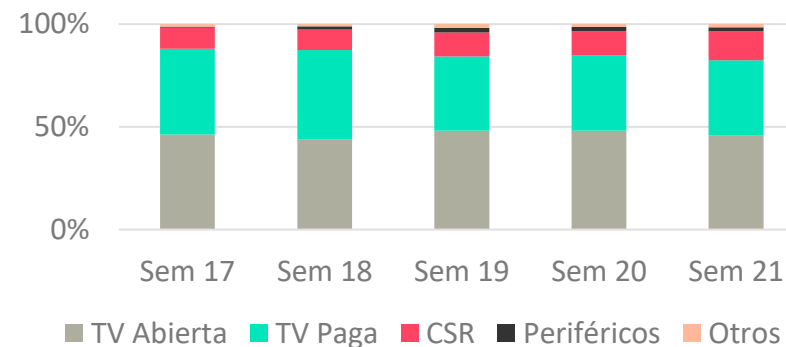
12:00 a 18:00 hrs



18:00 a 00:00 hrs

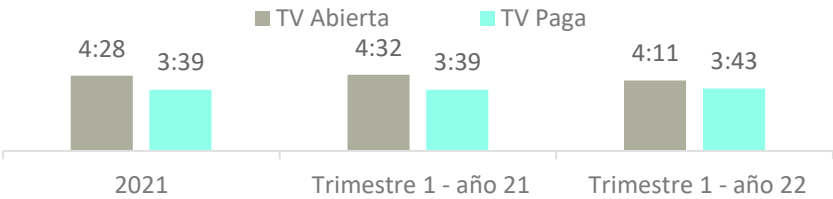


00:00 a 06:00 hrs

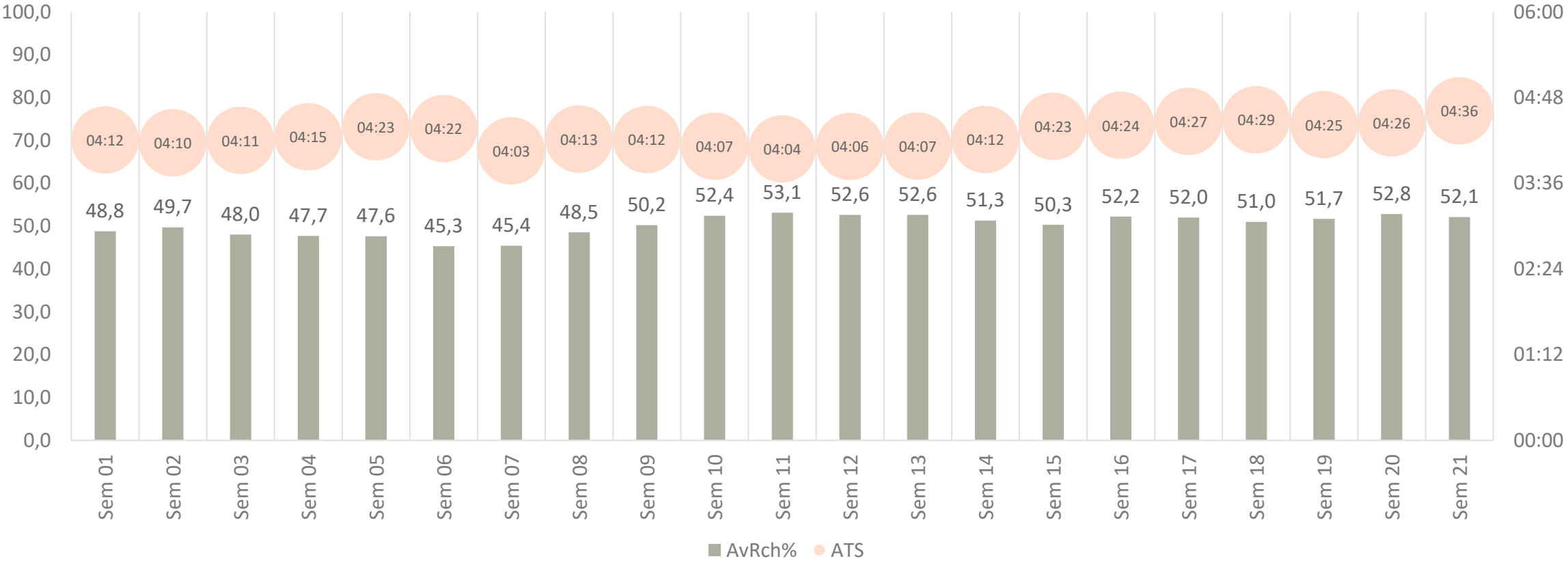


Alcance y tempo visionado – TV Abierta

Personas 18+ 2022 a la fecha dividido por semana

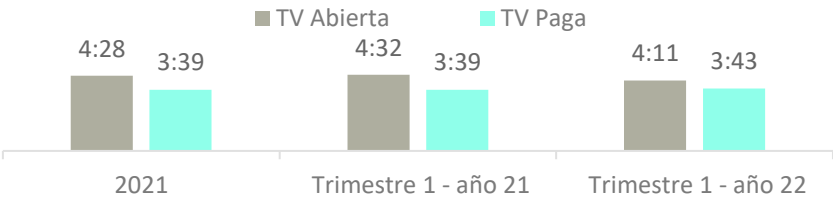


En la semana 21, el ATS es de 20 minutos por encima del promedio ATS 2022. En relación a los promedios anuales, el ATS respecto al 2021 refleja un incremento de un 3%, un alza en relación al Q1-21 del 2% y en relación al Q1-22 un incremento del 10%.

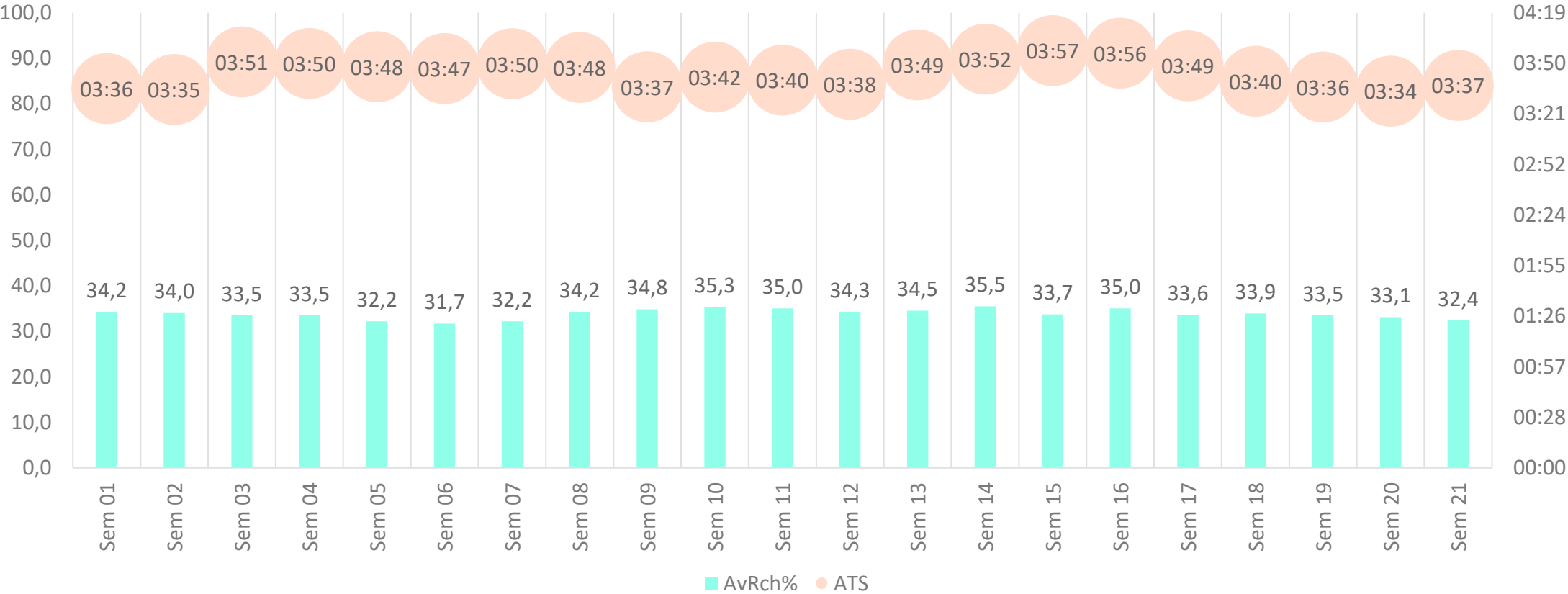


Alcance y tempo visionado – TV Paga

Personas 18+ 2022 a la fecha dividido por semana

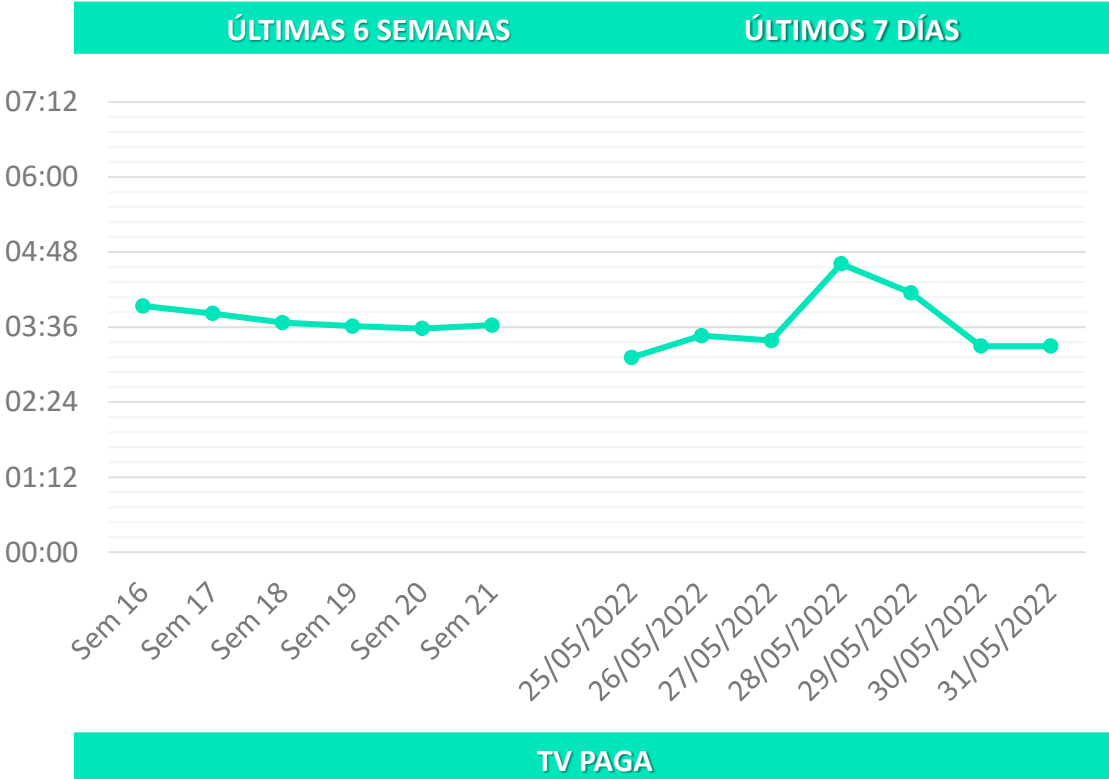
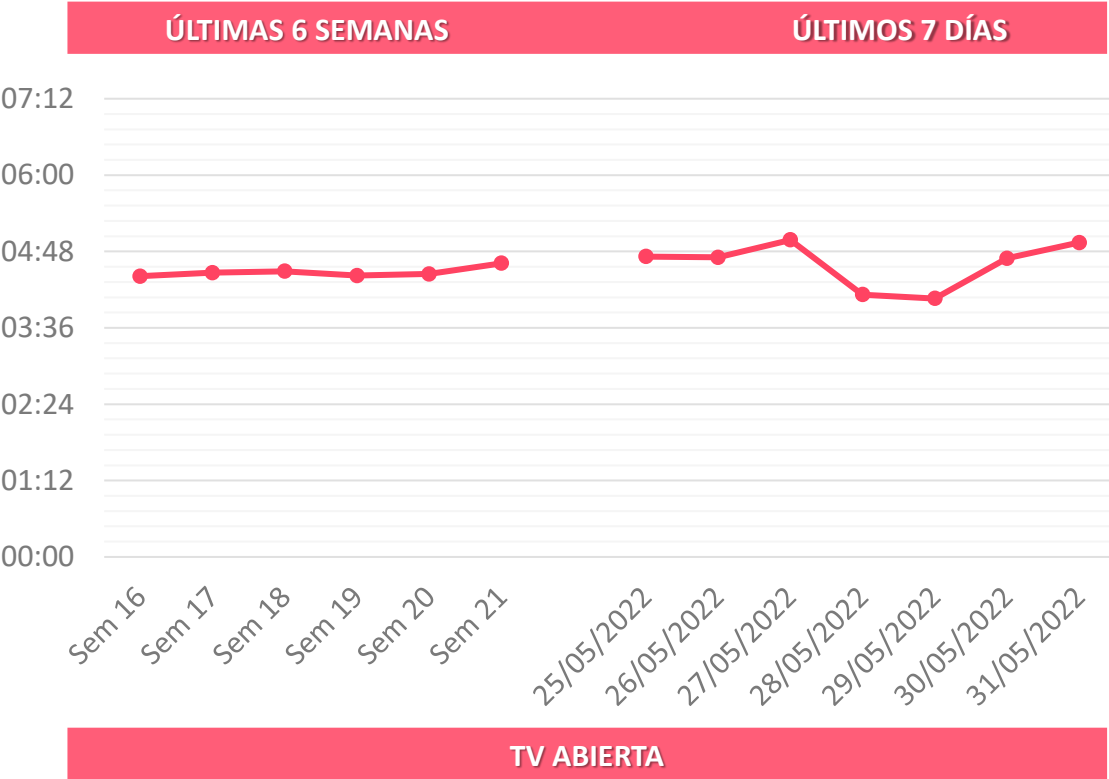


En la semana 21, el ATS es de 7 minutos por debajo del promedio ATS 2022. Respecto a los promedios anuales, el ATS tiene una caída con respecto al 2021 del -1%, una baja en relación al Q1-21 del -1% y en relación al Q1-22 una caída de -3%.



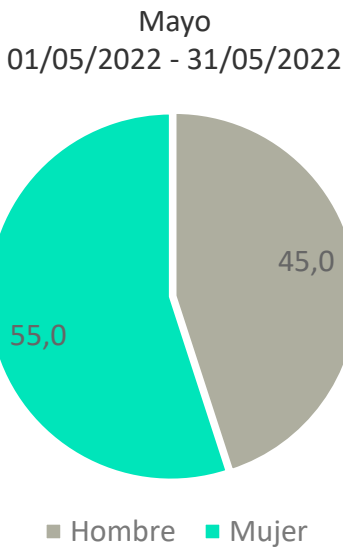
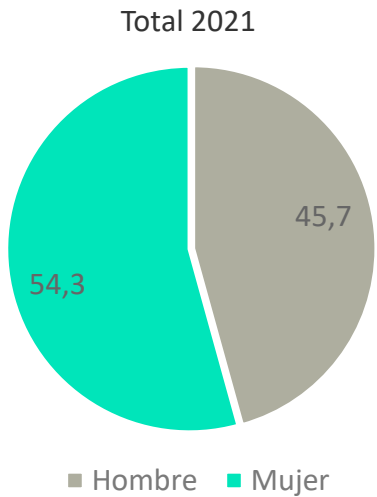
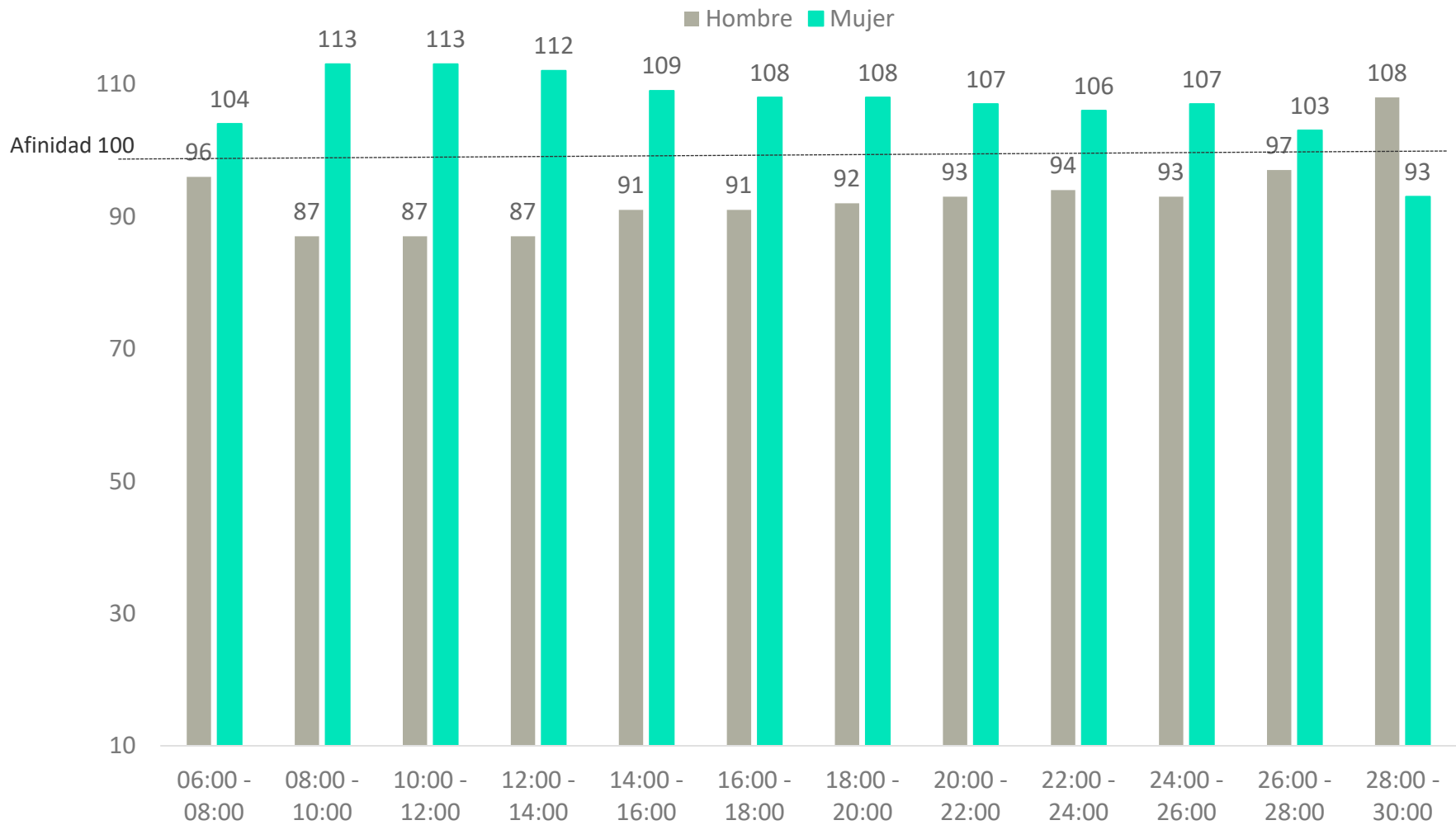
Comparativo tiempo visionado por señal – Total día

6 últimas semanas y diario última semana ATS Personas 18+



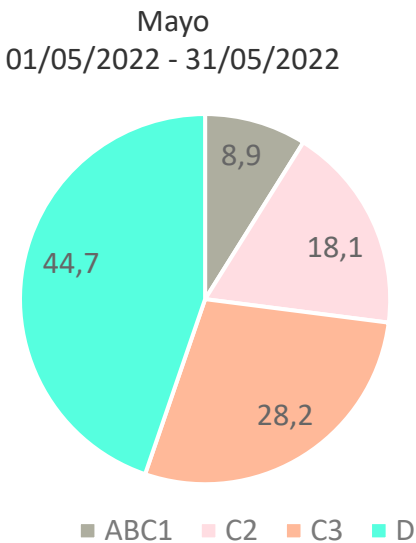
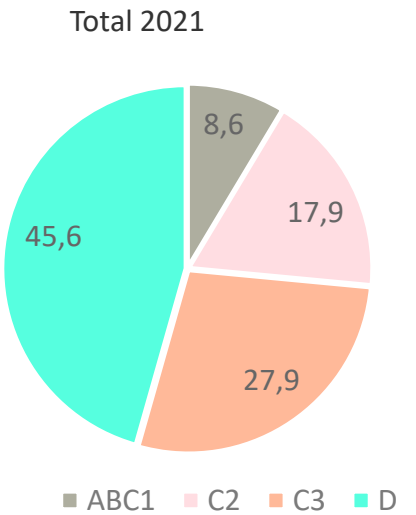
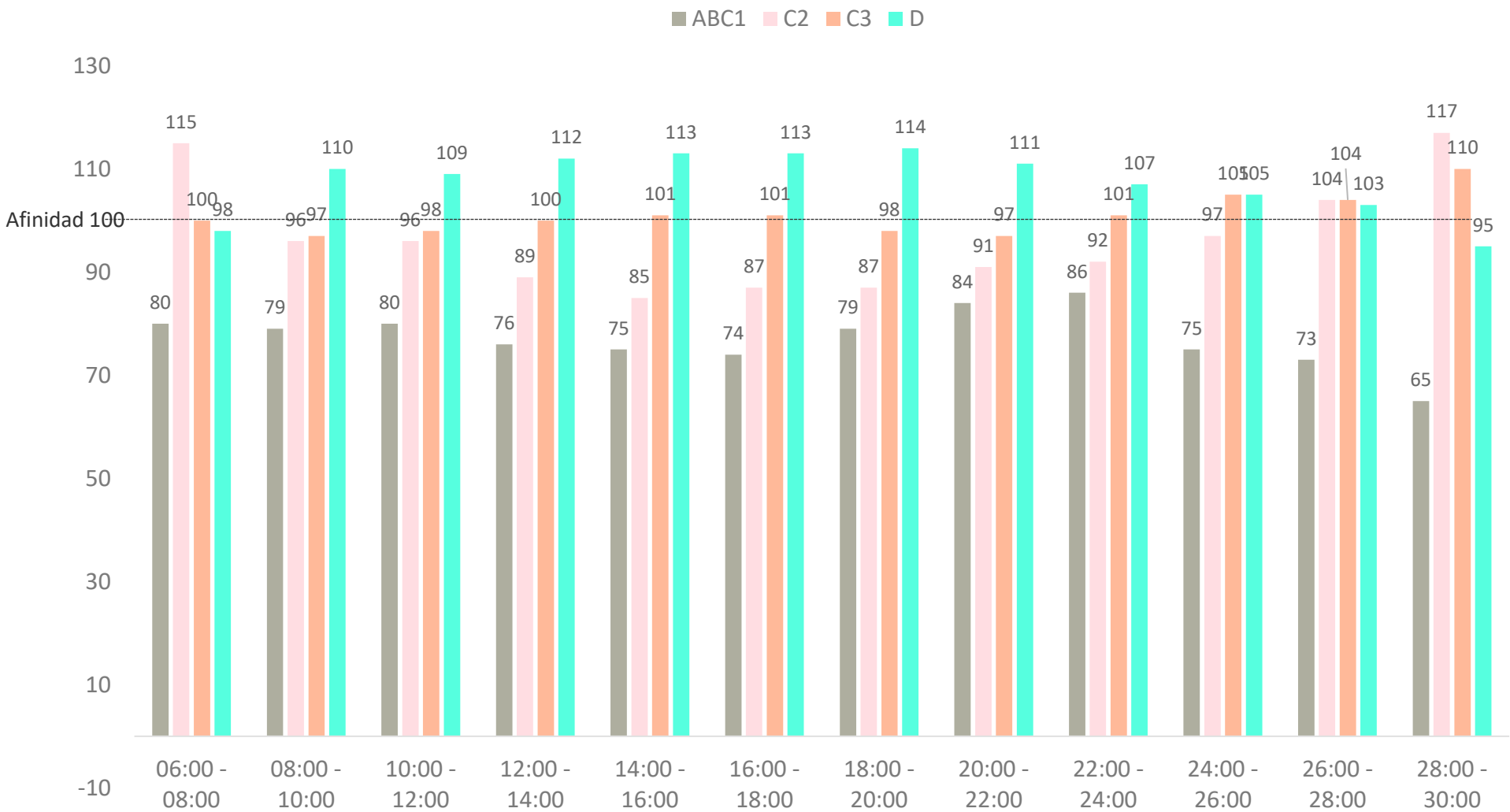
Afinidad y perfil por SEXO, dividido por bloques horarios

Último mes: Mayo



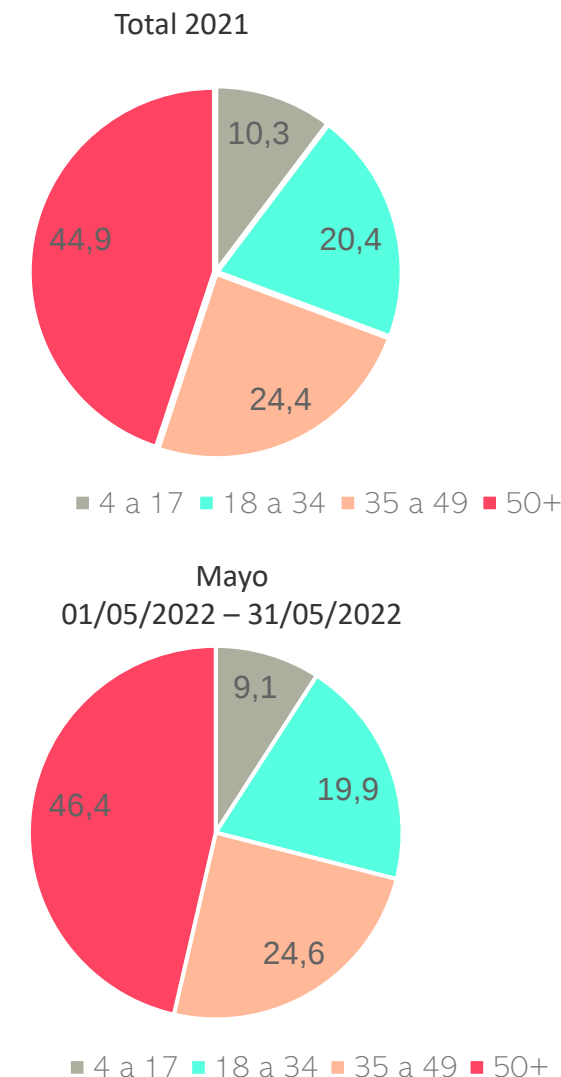
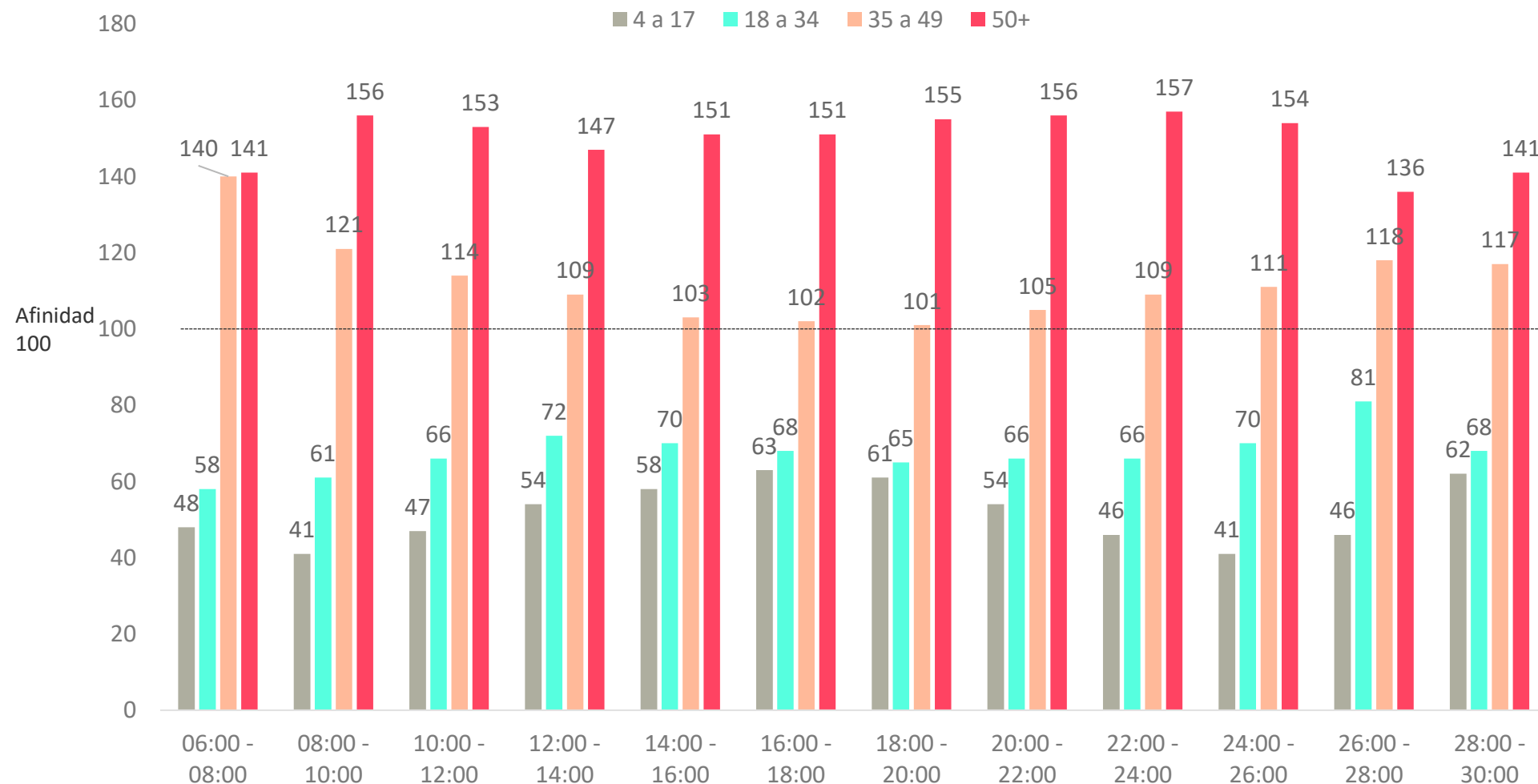
Afinidad y perfil por GSE, dividido por bloques horarios

Último mes: Mayo



Afinidad y perfil por EDAD, dividido por bloques horarios

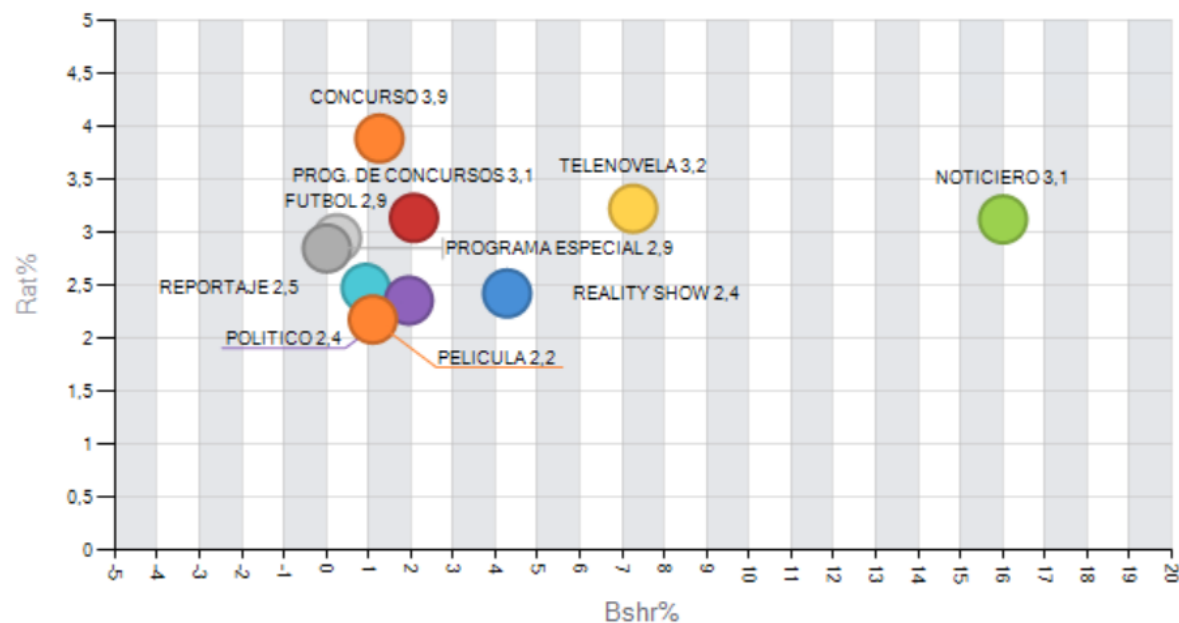
Último mes: Mayo



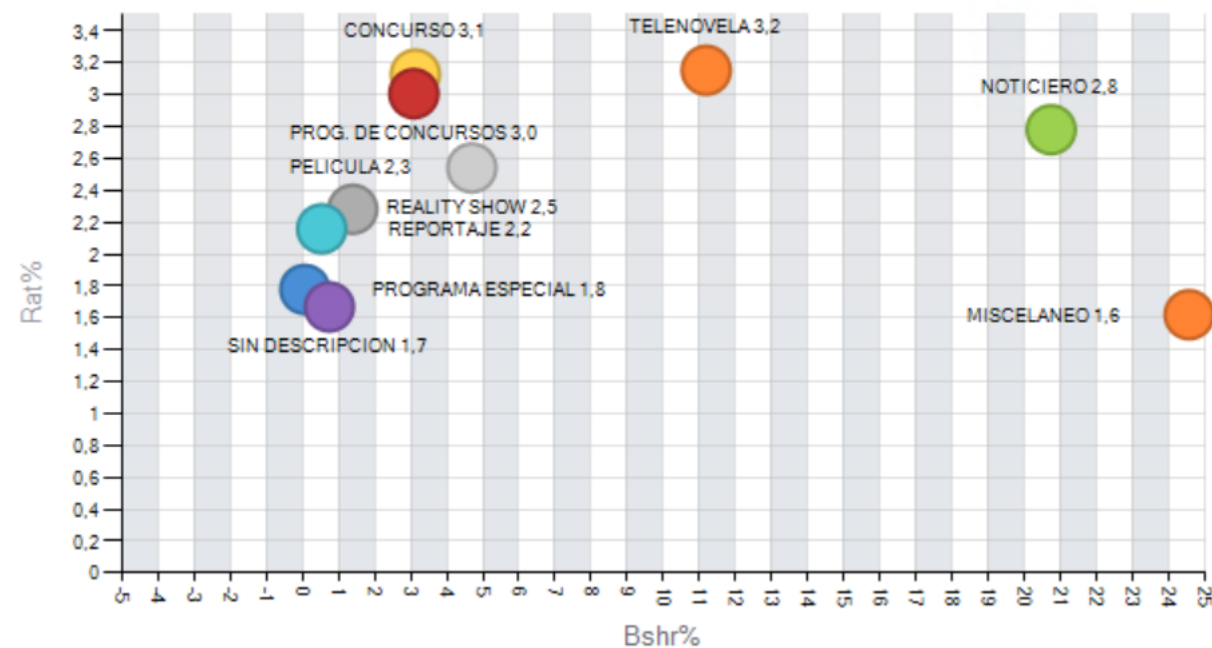
Top 10 géneros – Rating vs porcentaje de tiempo invertido en pantalla

Personas 18+ Último mes: Mayo

Mayo 2021

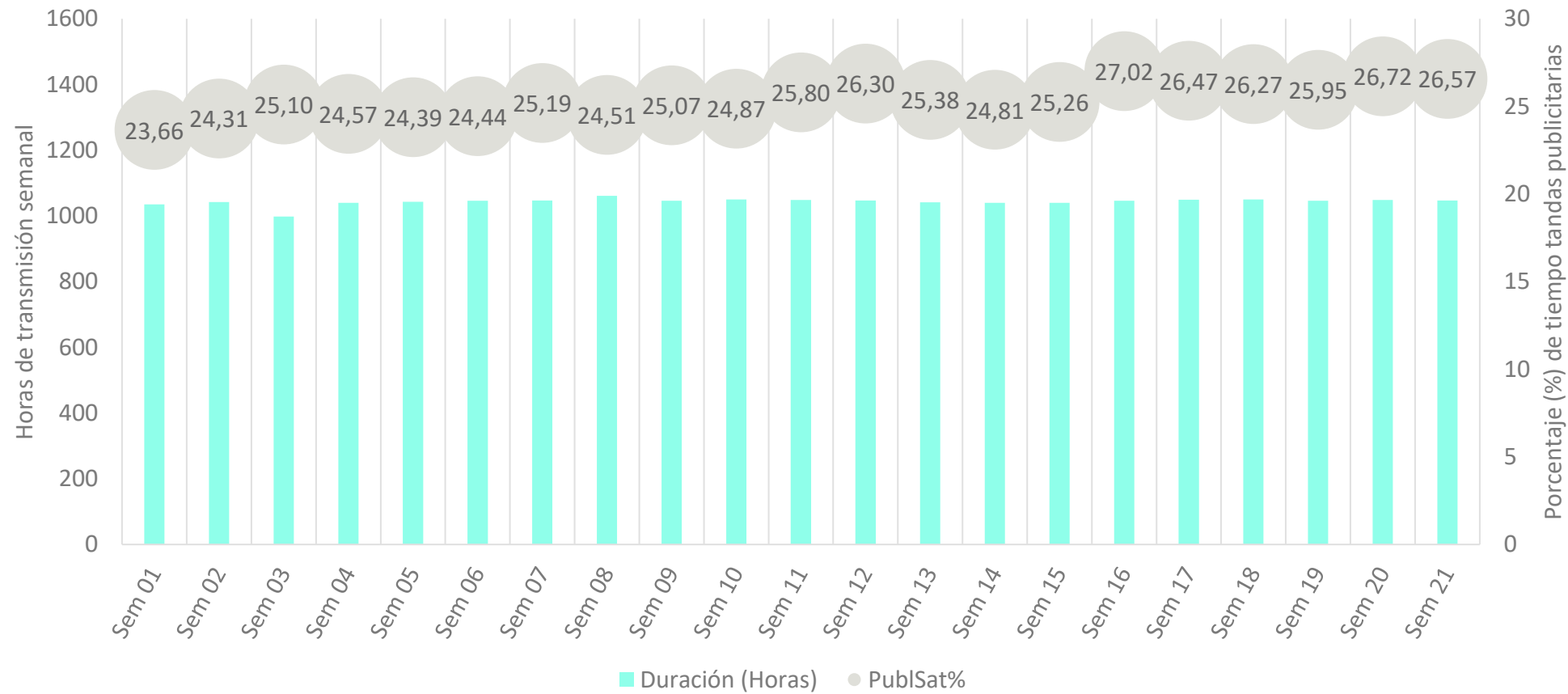


Mayo 2022



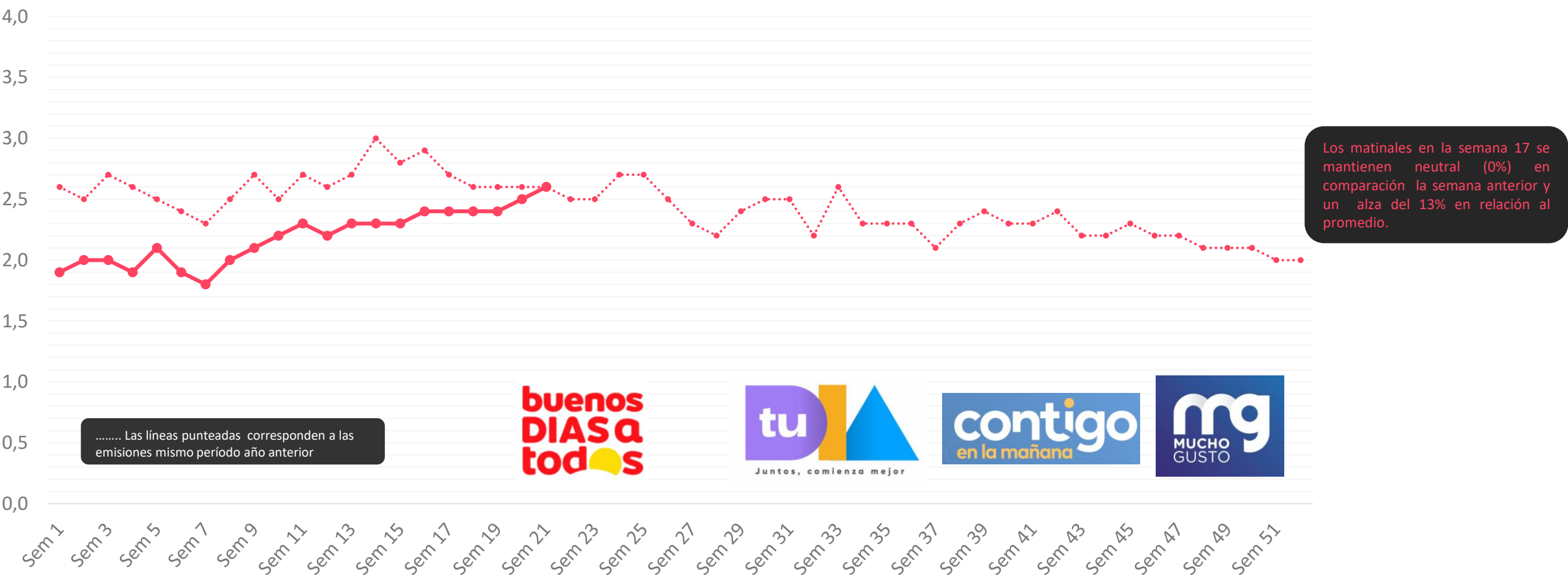
Saturación – TV Abierta

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



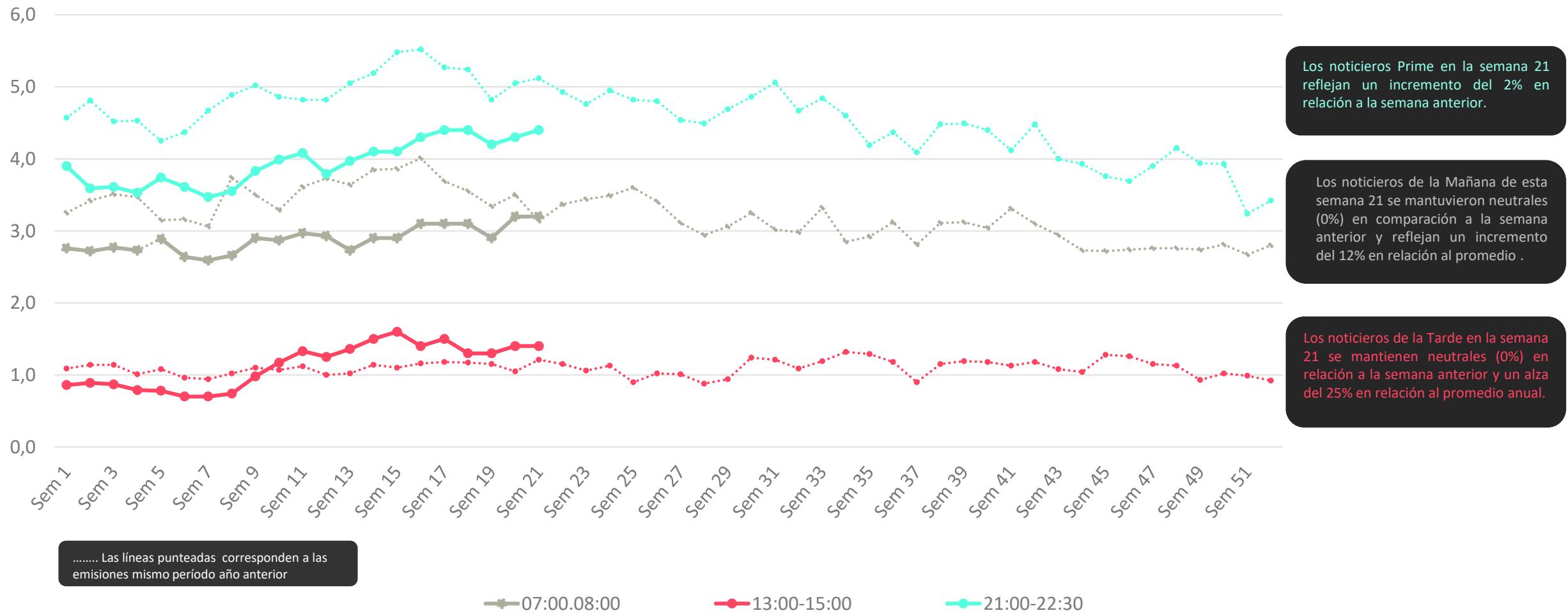
Matinales (TVN-Mega-CHV-Canal 13)

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





KANTAR IBOPE MEDIA

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

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