

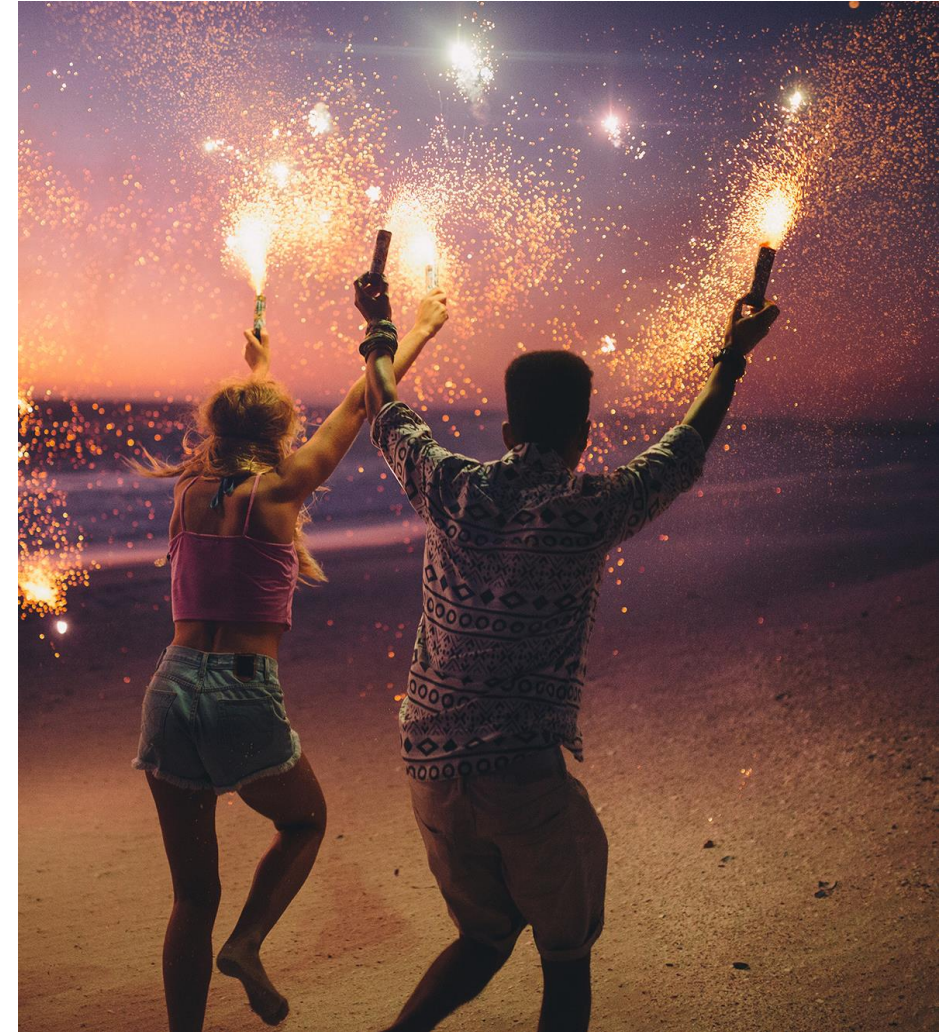
# Análisis de audiencias TV RESUMEN ANUAL 2022

KANTAR IBOPE MEDIA <sup>1</sup>

# 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.

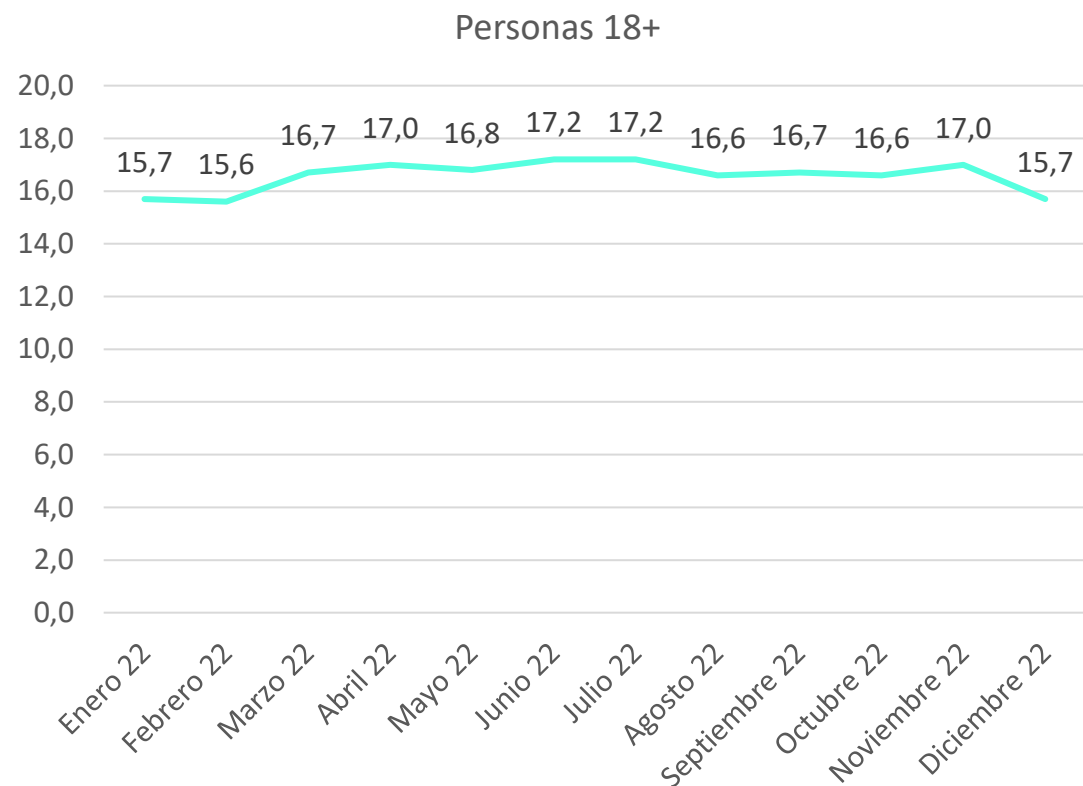
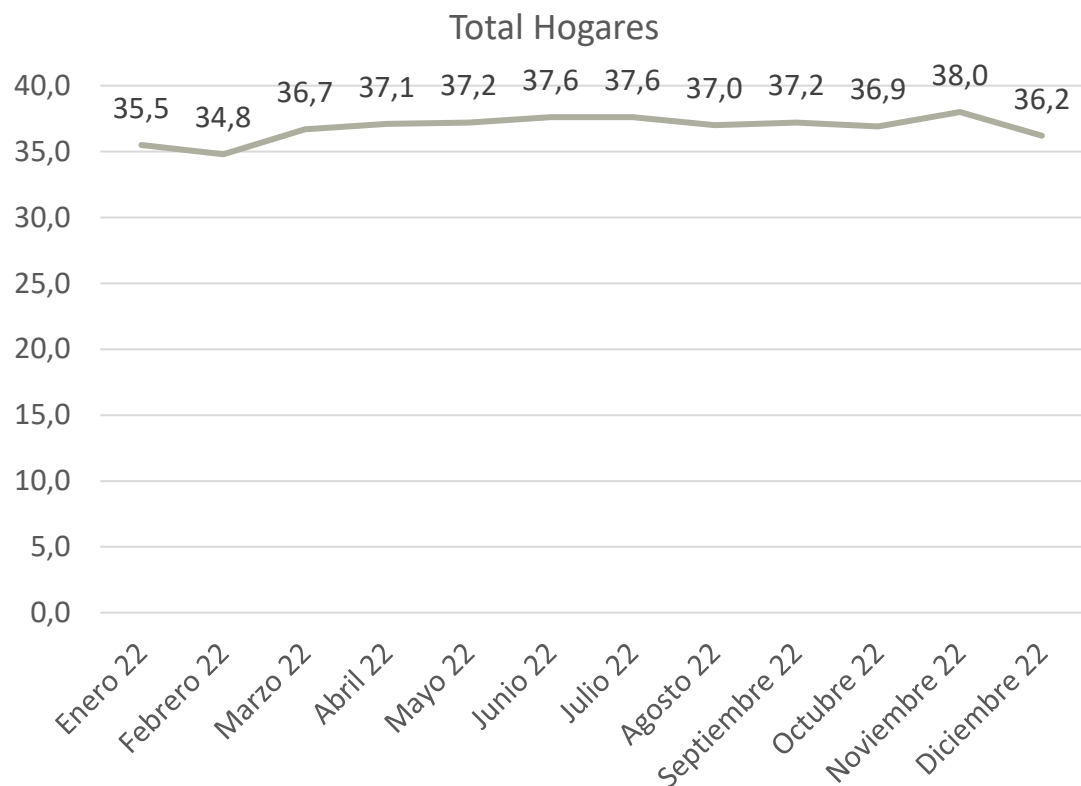
# Glosario

## 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 no medidos.
- ❖ 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.

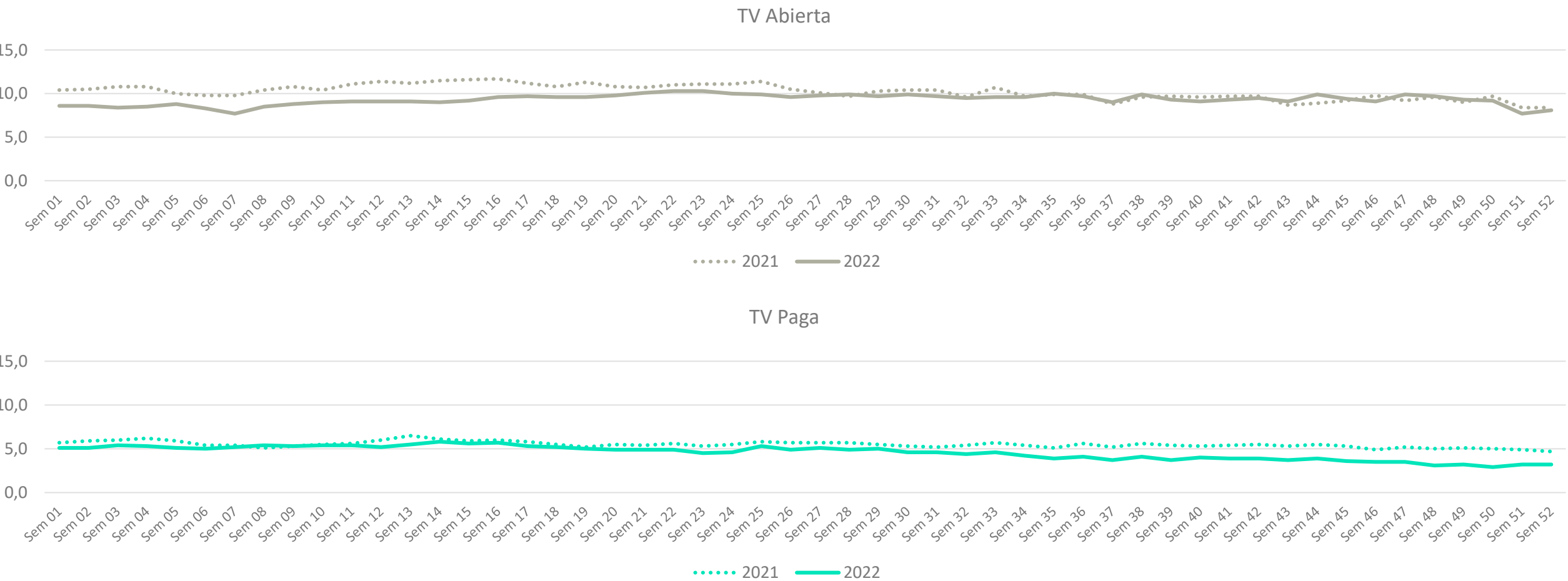
# Total encendido (TV ON)

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



# Audiencia (Rat%) por totalizadores

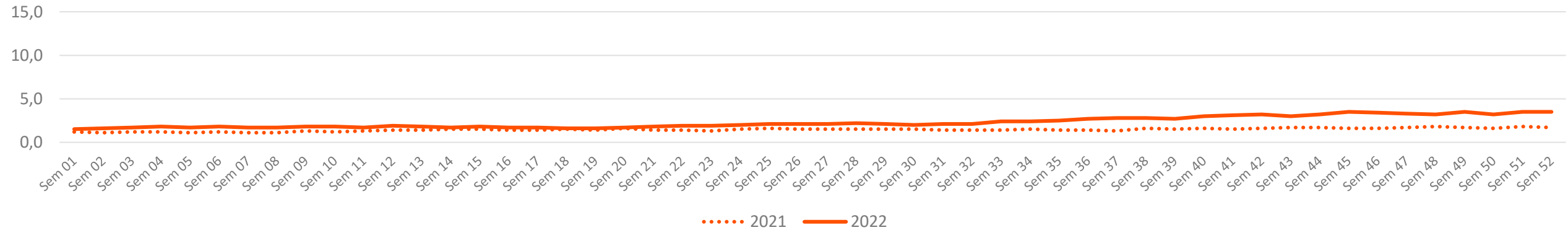
Target: Personas 18+ - Total día. . Año 2022



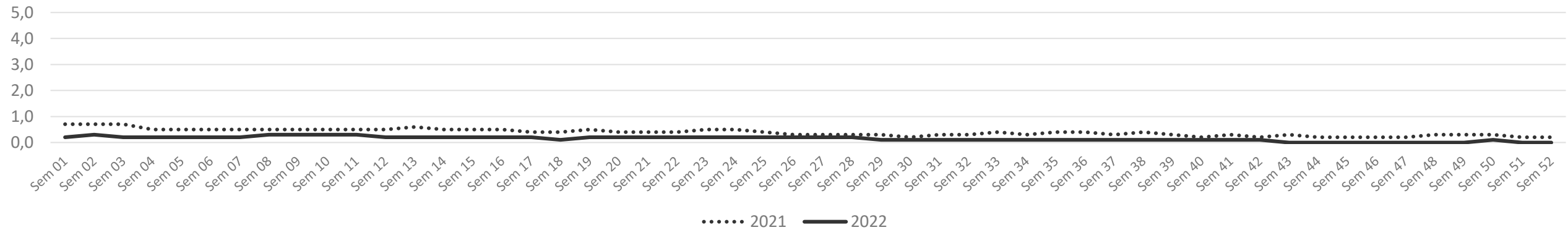
# Audiencia (Rat%) por totalizadores

Target: Personas 18+ - Total día. . Año 2022

Contenidos sin referencia

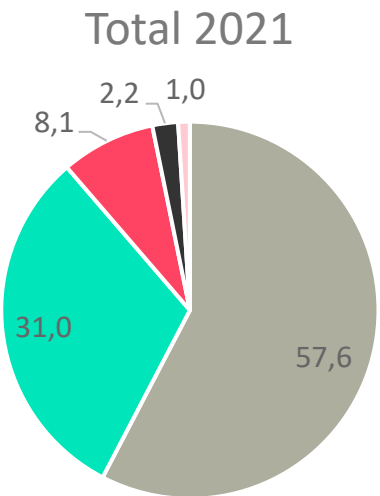


Periféricos

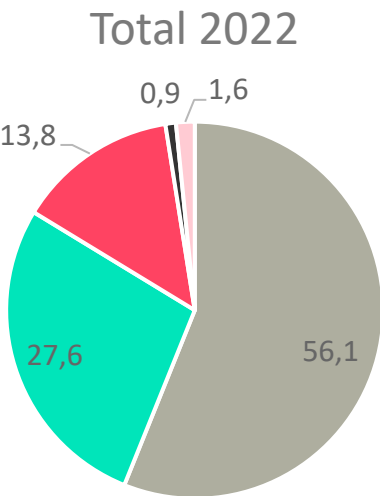


# Share (Shr%) por totalizadores

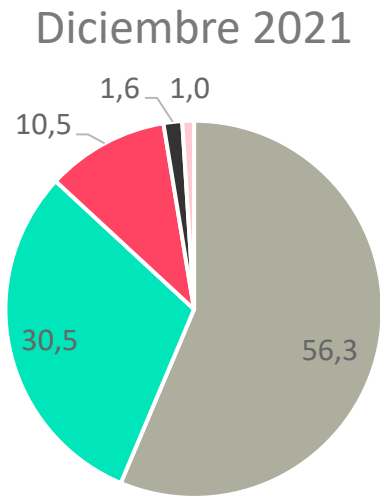
Target: Personas 18+ - Total día. 2021 Vs 2022 y comparativo último mes del año vs mismo mes año anterior



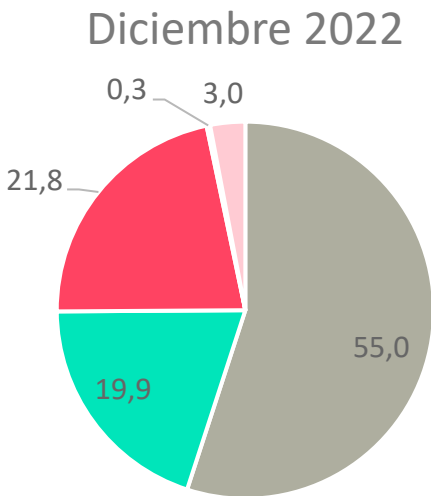
- TV Abierta
- TV Paga
- Contenidos Sin Referencia
- Periféricos
- Otros



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



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

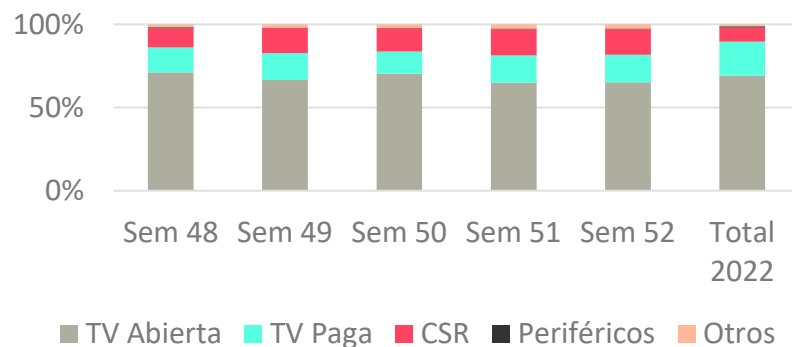


- TV Abierta
- TV Paga
- Contenidos Sin Referencia
- Periféricos
- Otros

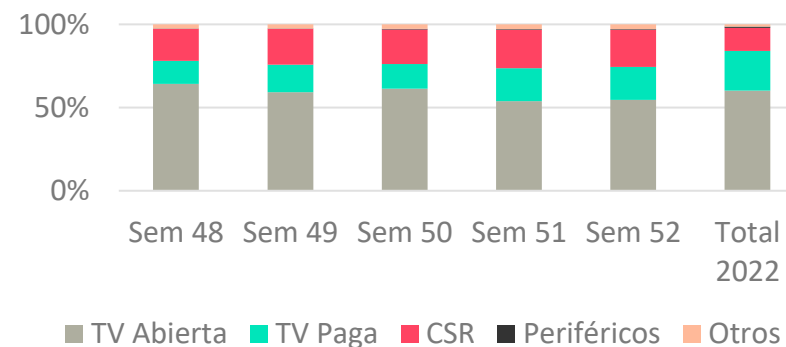
# Share (Shr%) por bloques horarios – Lunes a viernes

Personas 18+ último mes - Diciembre 2022 dividido por semana y Total año 2022

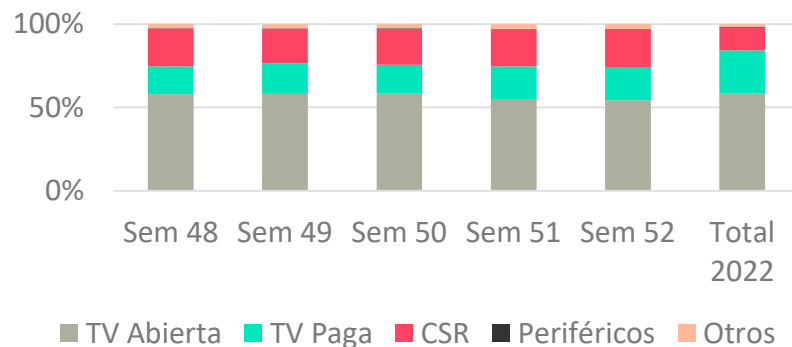
06:00 a 12:00 hrs



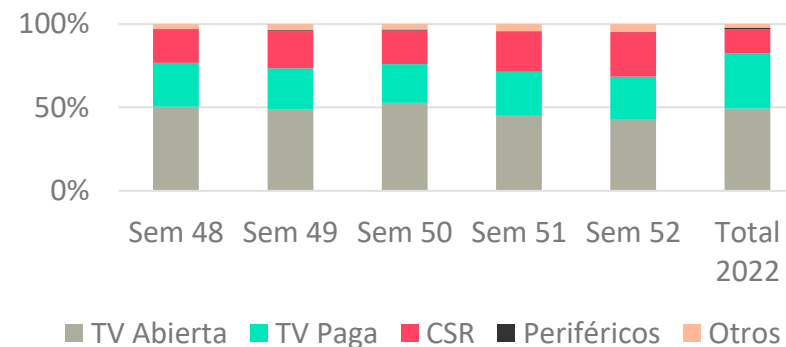
12:00 a 18:00 hrs



18:00 a 00:00 hrs



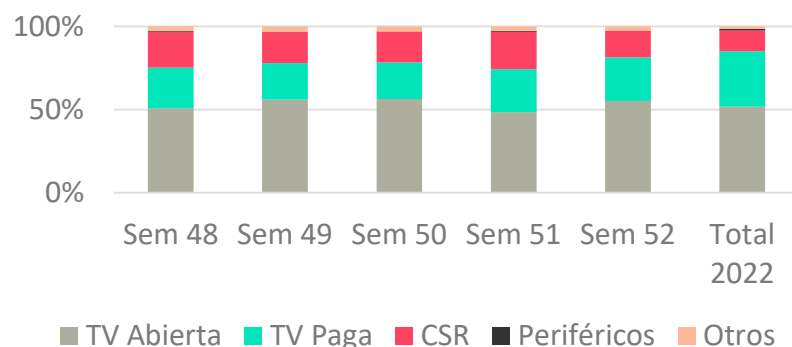
00:00 a 06:00 hrs



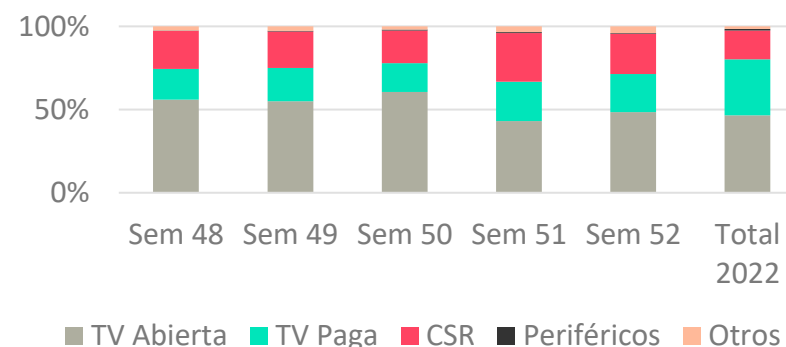
# Share (Shr%) por bloques horarios – Sábado y domingo

Personas 18+ último mes - Diciembre 2022 dividido por semana y Total año 2022

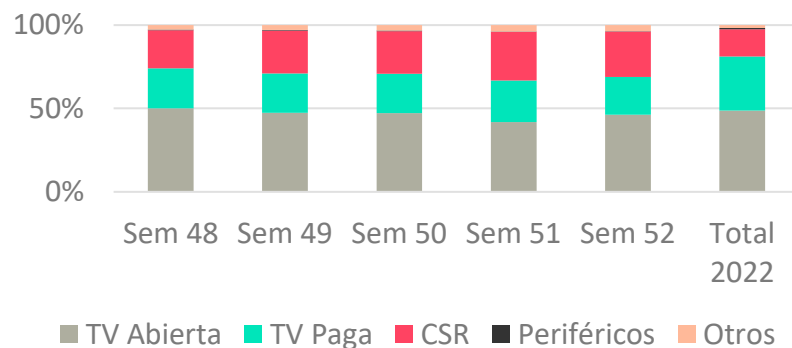
06:00 a 12:00 hrs



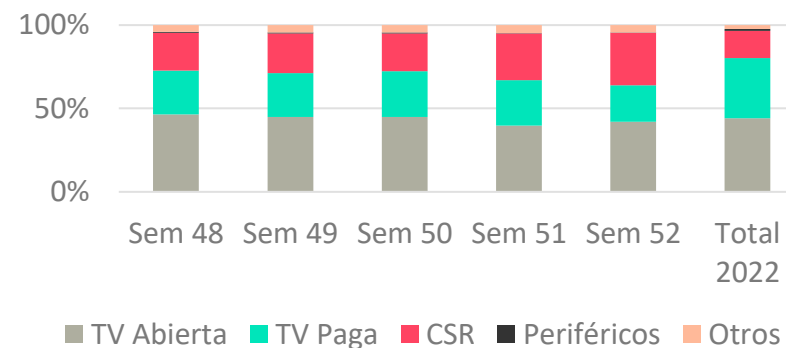
12:00 a 18:00 hrs



18:00 a 00:00 hrs

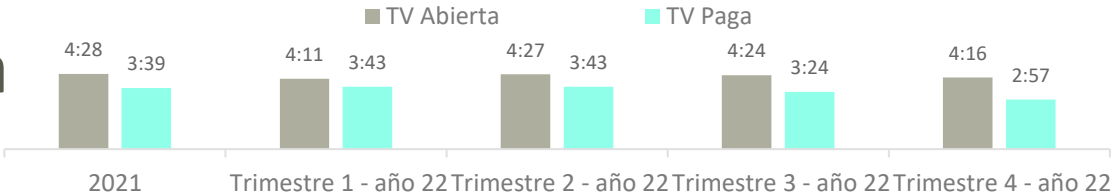


00:00 a 06:00 hrs

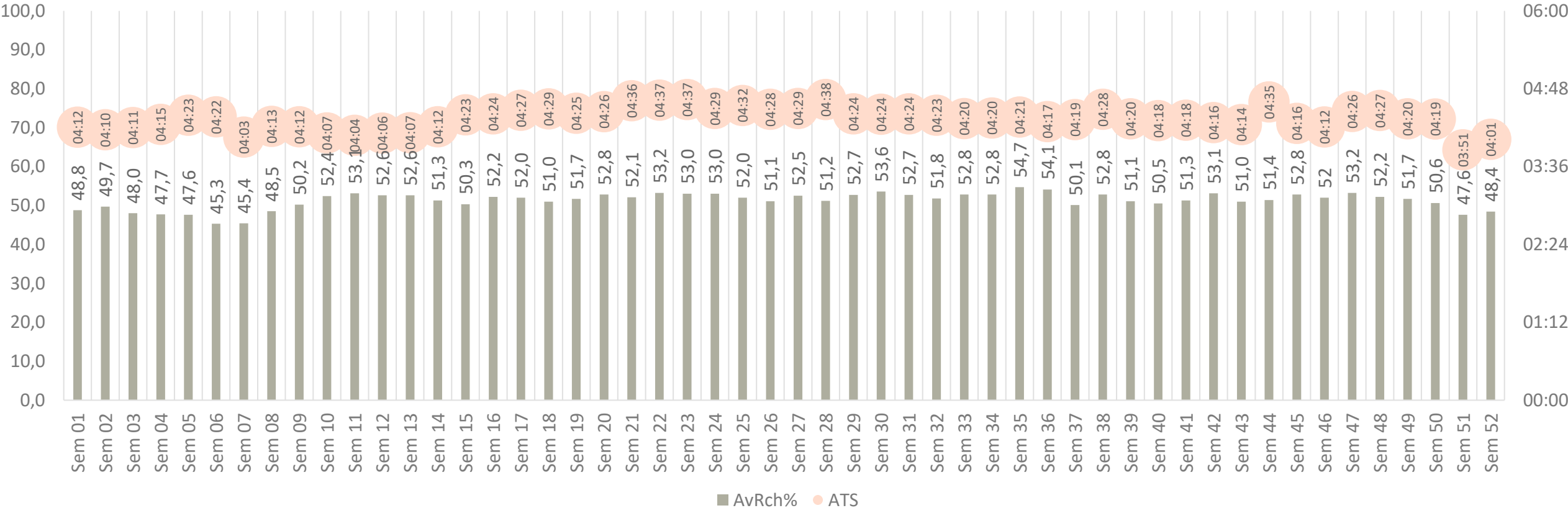


# Alcance y tiempo visionado – TV Abierta

Personas 18+ año 2022 dividido por semana

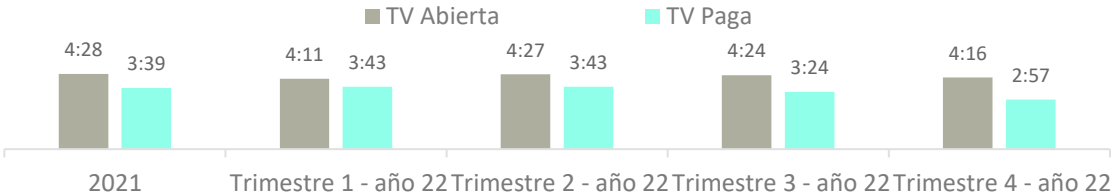


En la semana 52, el ATS es de 19 minutos por debajo del promedio ATS 2022. En relación a los promedios anuales, el ATS del 2022 con respecto al 2021 tiene una baja del -3%.

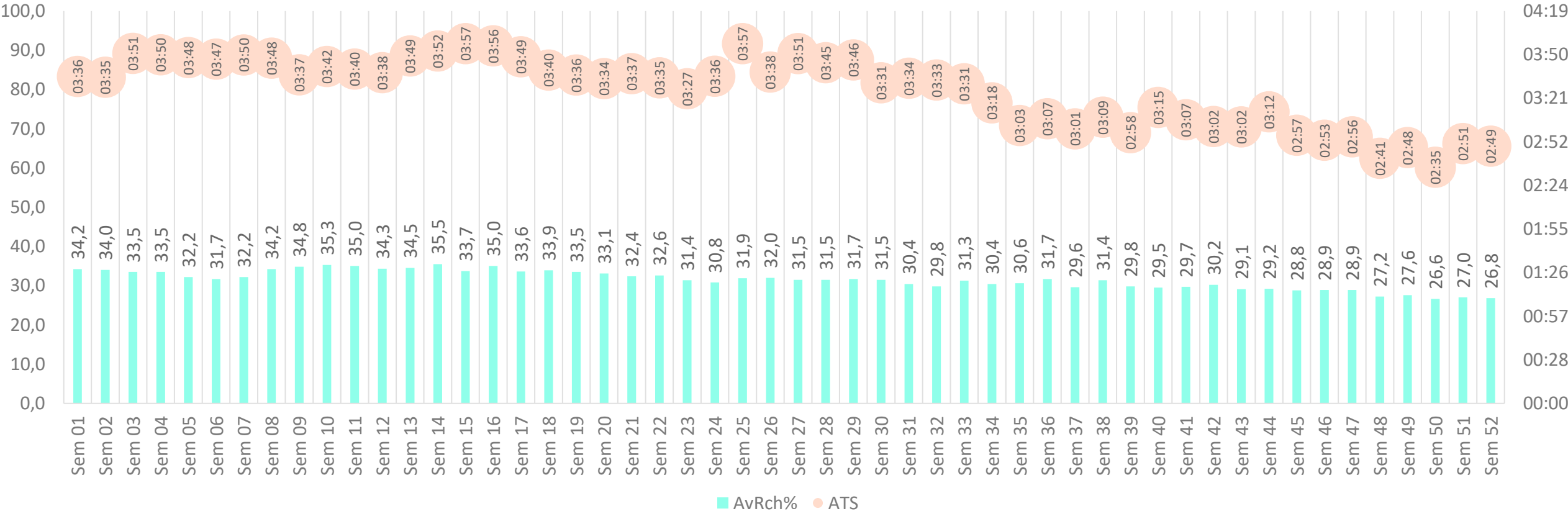


# Alcance y tempo visionado – TV Paga

Personas 18+ año 2022 dividido por semana

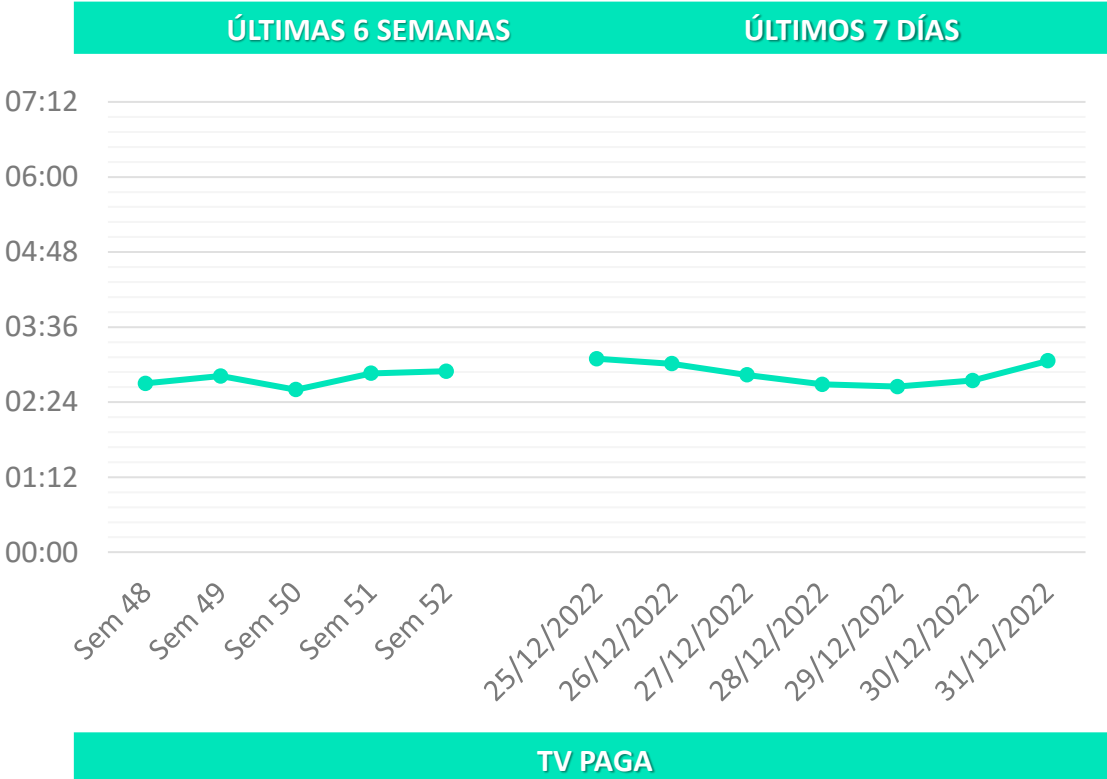
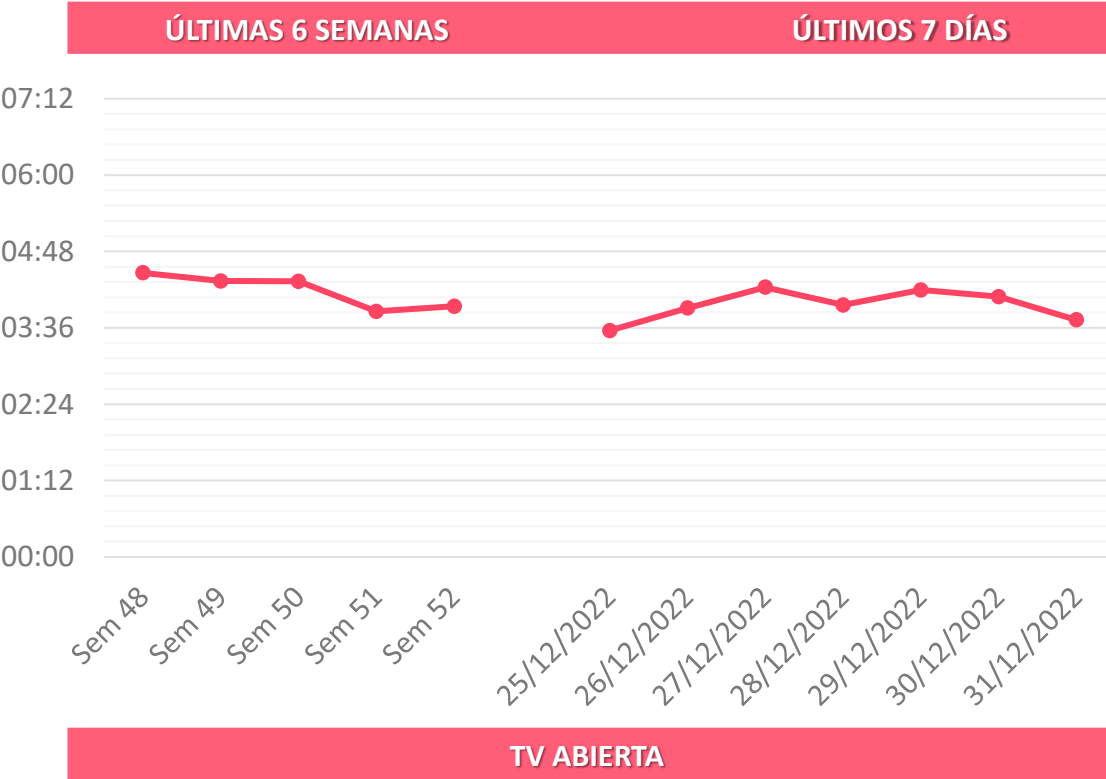


En la semana 52, el ATS es de 37 minutos por debajo del promedio ATS 2022. Respecto a los promedios anuales, el ATS del 2022 con respecto al 2021 se refleja una caída de -5%



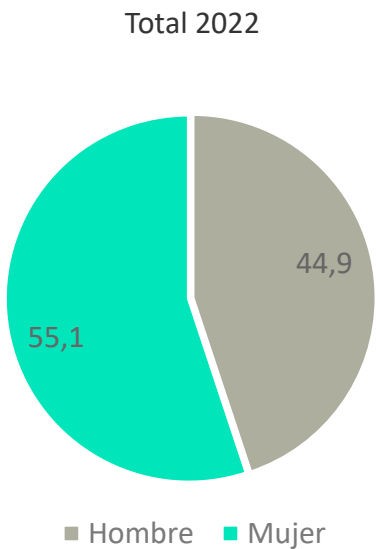
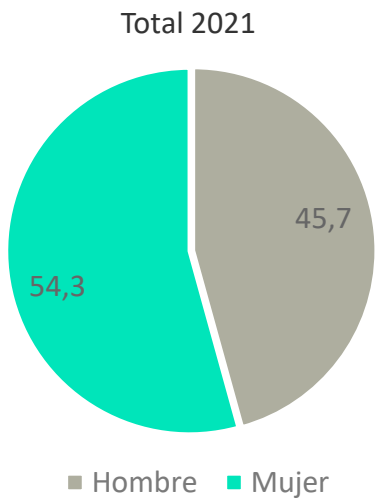
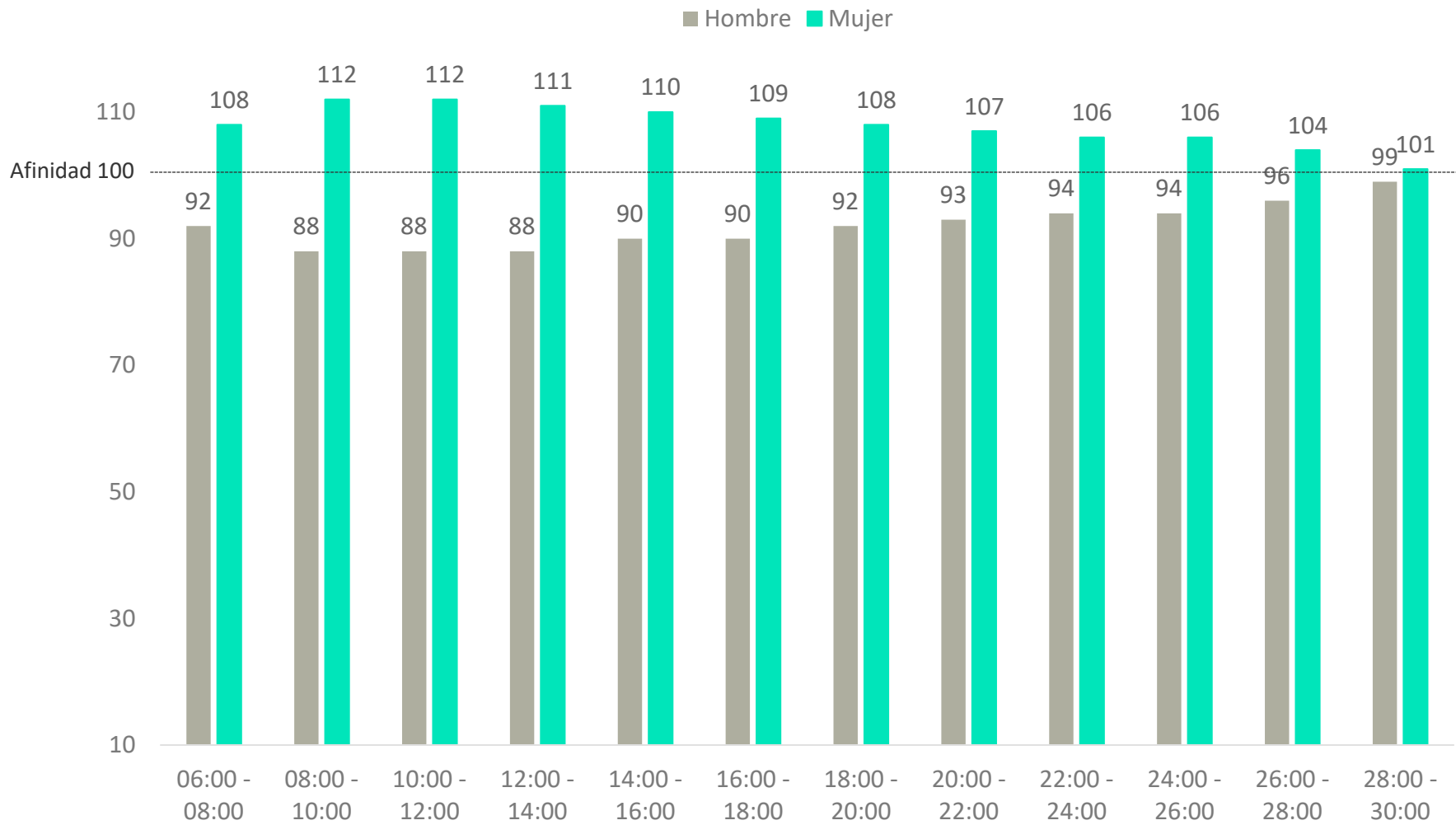
# Comparativo tiempo visionado por señal – Total día

6 últimas semanas y últimos 7 días del año 2022 ATS Personas 18+



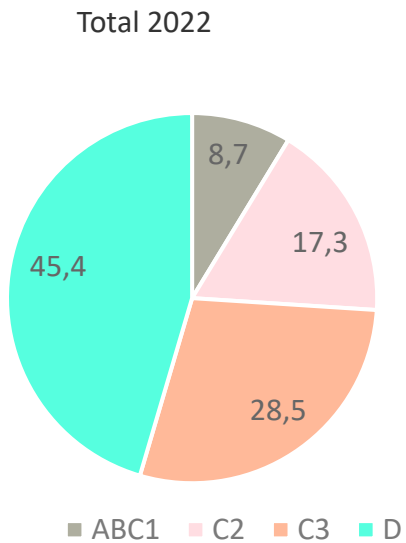
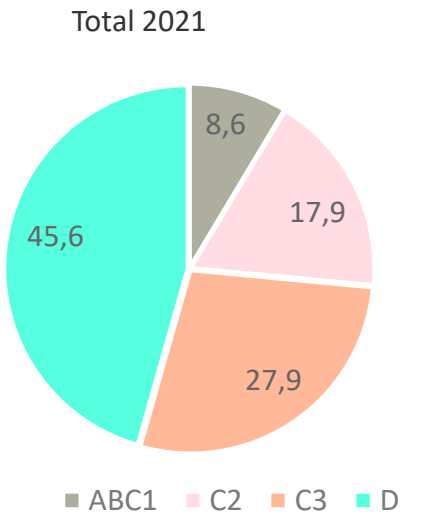
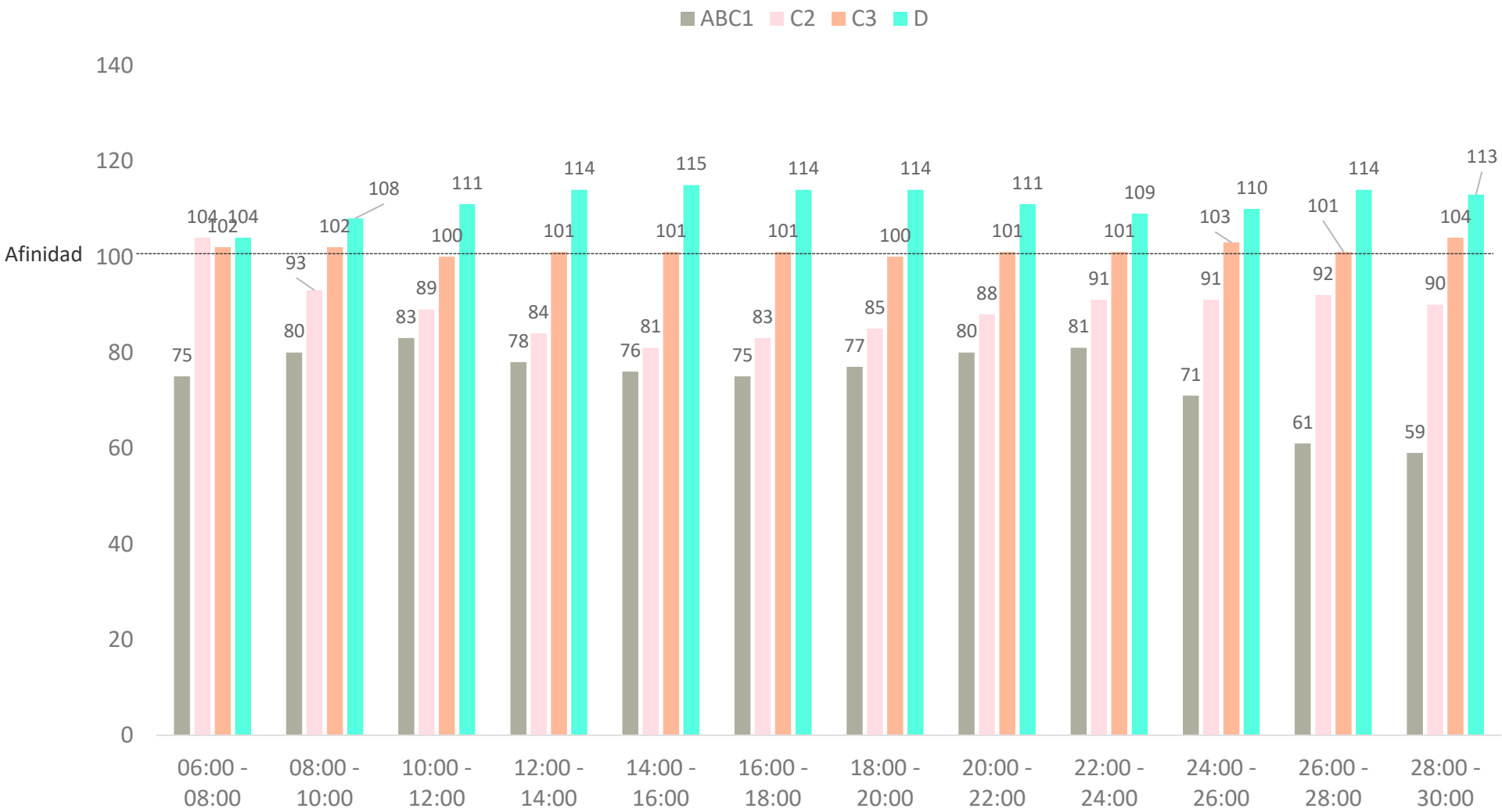
# Afinidad y perfil por SEXO, dividido por bloques horarios

Año: 2022



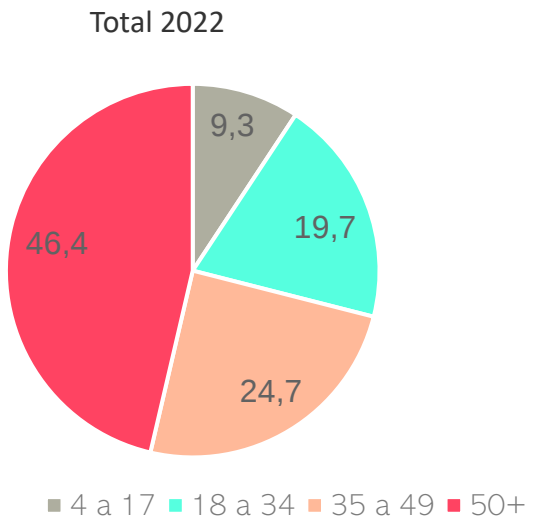
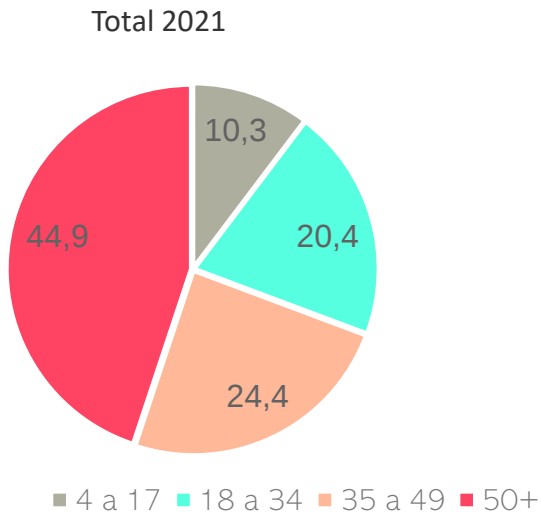
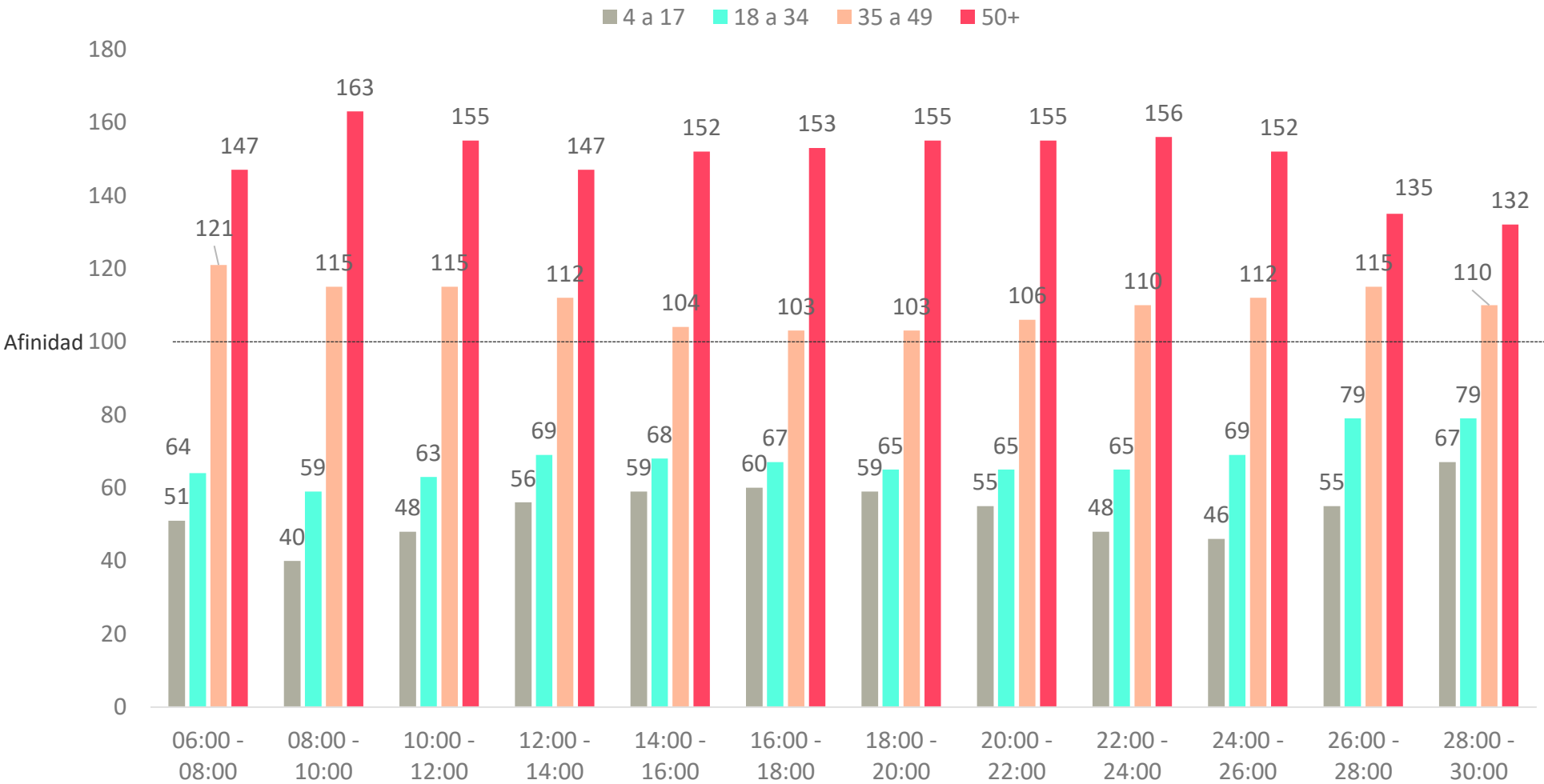
# Afinidad y perfil por GSE, dividido por bloques horarios

Año: 2022



# Afinidad y perfil por EDAD, dividido por bloques horarios

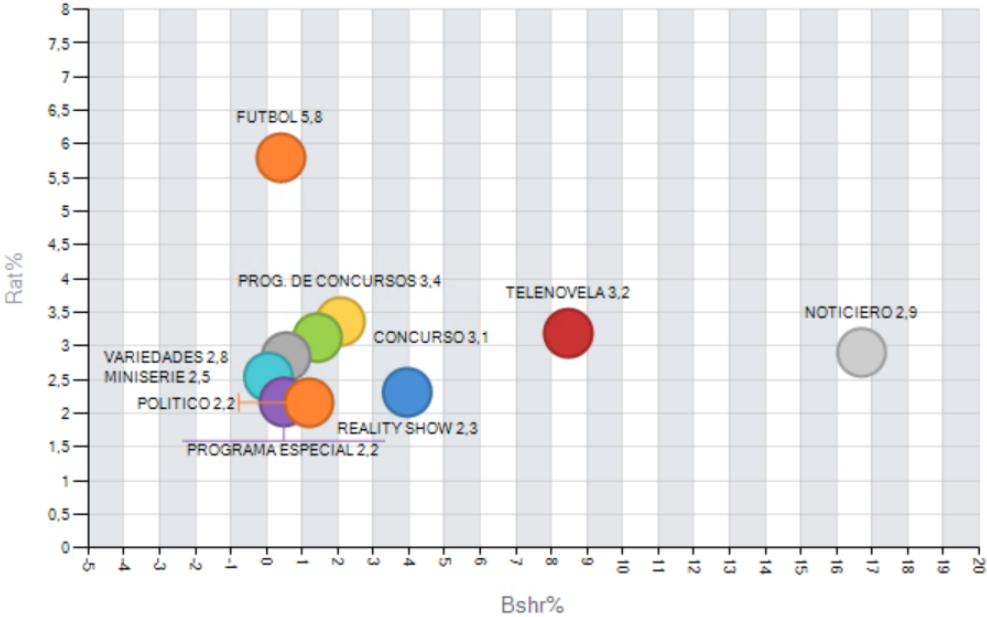
Año: 2022



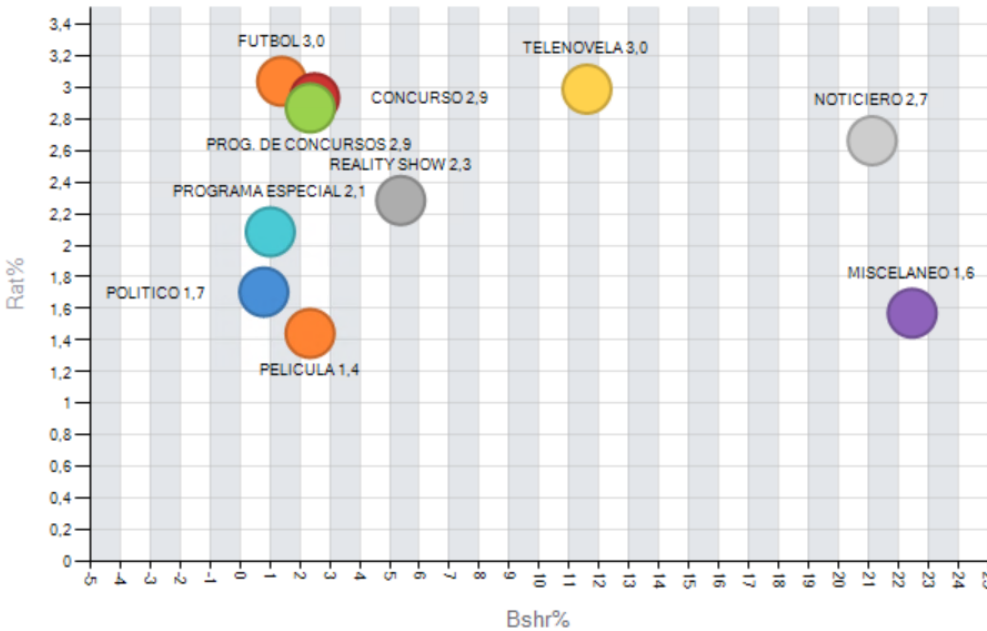
# Top 10 géneros – Rating vs porcentaje de tiempo invertido en pantalla

Personas 18+ Último año: 2022

2021

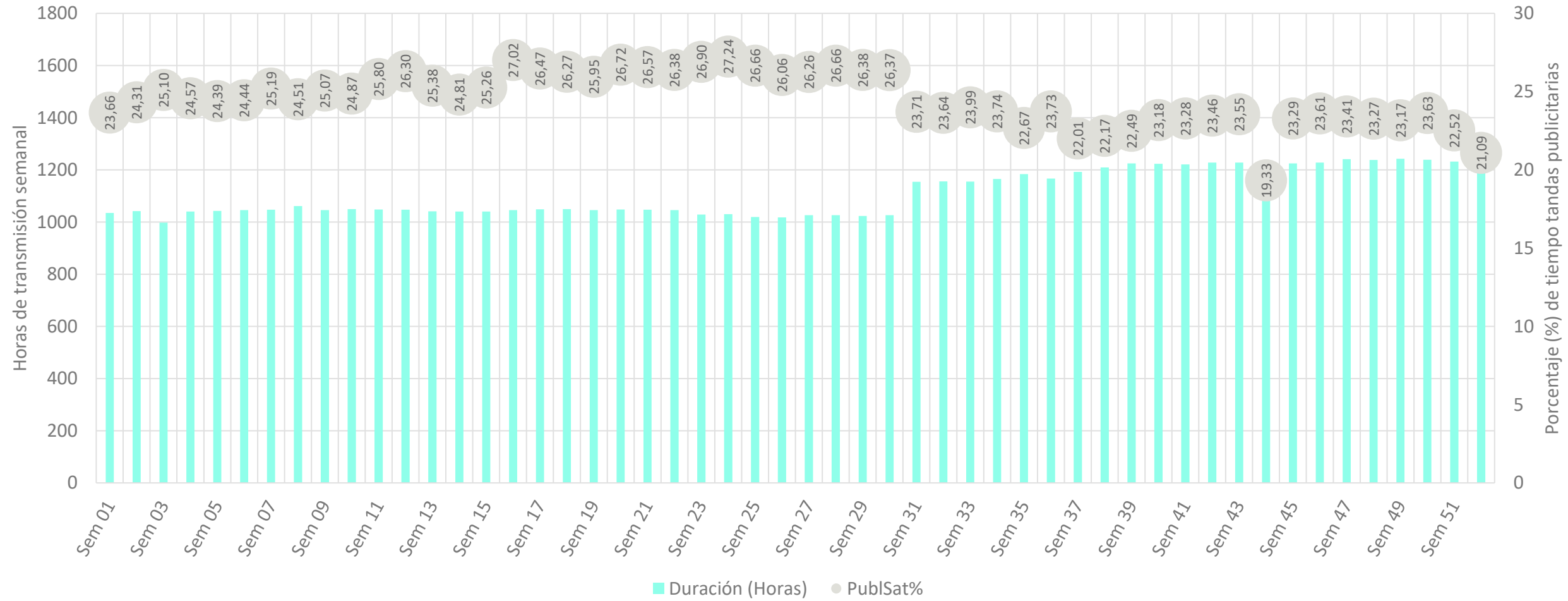


2022



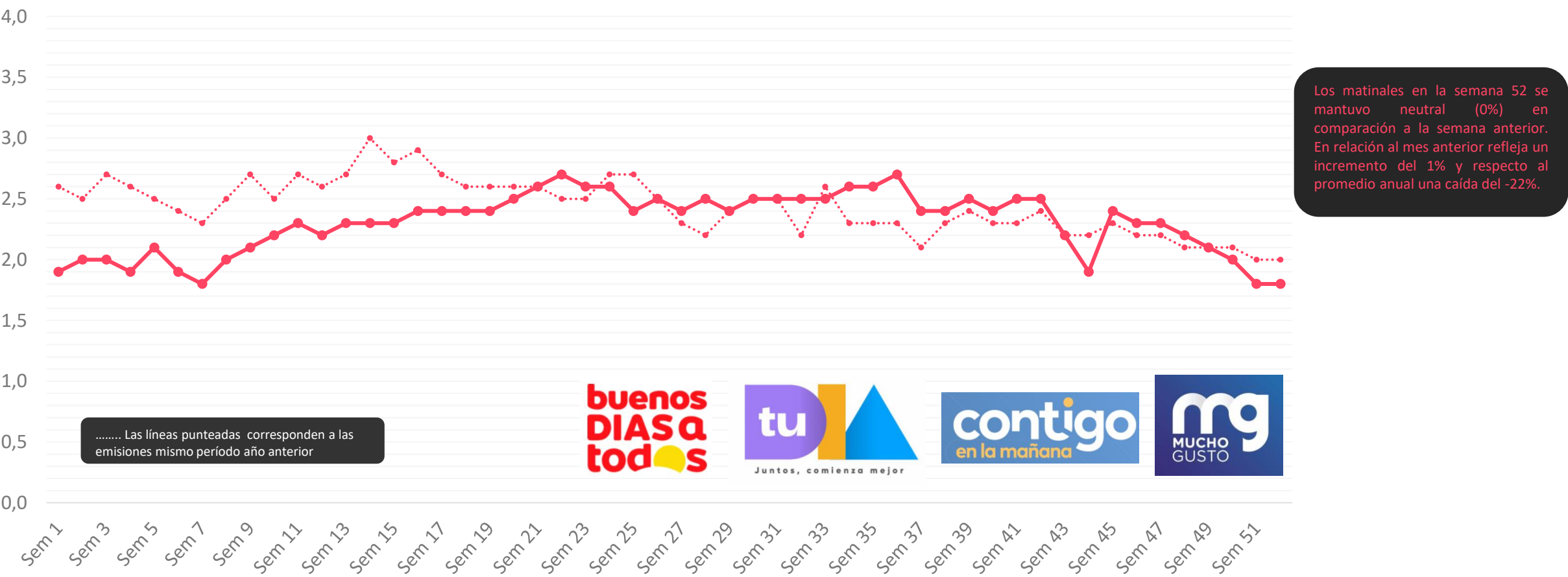
# Saturación – TV Abierta

Horas de transmisión semanal Vs Porcentaje de tiempo de tandas publicitarias / año 2022



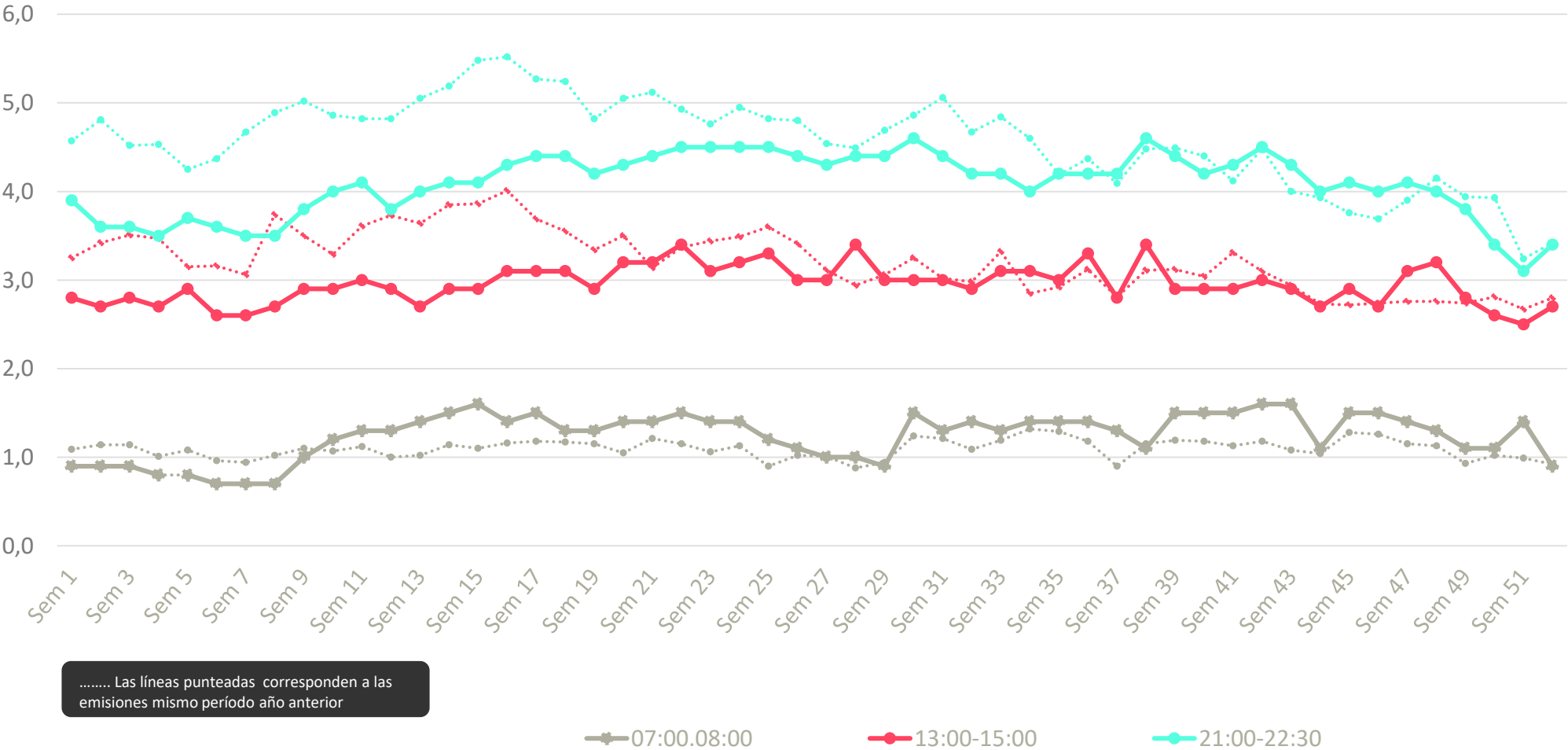
# Matinales (TVN-Mega-CHV-Canal 13)

Rating% promedio por bloque, Matinales lunes viernes (08:00-13:00), Personas 18+ por semana año 2022



# Noticieros (TVN-Mega-CHV-Canal 13)

Rating% promedio por bloque noticias Lunes - Viernes, Personas 18+ por semana año 2022



Los noticieros Prime en la semana 52 reflejan un incremento del 10% en relación a la semana anterior.

Los noticieros de la Tarde en la semana 52 muestran un alza del 8% en relación a la semana anterior y reflejan una caída del -9% en relación al promedio anual.

Los noticieros de la Mañana de la semana 52 reflejan una baja del -36% en comparación a la semana anterior y refleja una caída del -28% en relación al promedio .



**KANTAR IBOPE MEDIA**

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

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