



**CNTV
ESTUDIOS**

**CN
TV**

Informe

MONITOR DE AUDIENCIAS:

Noticieros centrales y matinales

OCTUBRE 2024

Diciembre 2024

CARACTERÍSTICAS DEL INFORME

El CNTV realiza estudios longitudinales sobre la distribución del tiempo entre temas, fuentes y audiencia de noticieros centrales y matinales en los cuatro canales con mayor sintonía de la TV abierta: TVN, Canal 13, CHV y Mega.

El presente informe entrega un monitoreo mensual de las cifras de audiencia de noticieros centrales y matinales, correspondiente a emisiones de octubre 2024.

FICHA TÉCNICA

PERIODO ANALIZADO

Octubre 2024

VARIABLES DE ANÁLISIS

Sintonía general:

- Rating hogares (RAT%)
- Tiempo promedio de visionado efectivo (ATS)
- Alcance promedio en miles (REACH#)
- Alcance bruto/acumulado (COV#)

Perfil de audiencias:

- Composición audiencia/Adhesión (ADH%)
- Alcance promedio en miles (REACH#)
- Tiempo promedio de visionado efectivo (ATS)

PROGRAMAS ANALIZADOS

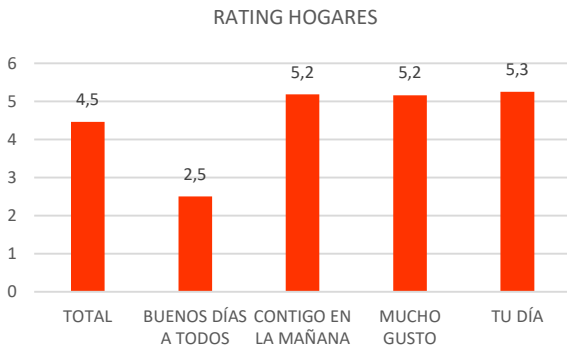
Noticieros:

- 24 Horas Central (TVN)
- Meganoticias Prime (Mega)
- CHV Noticias Prime (CHV)
- Teletrece (Canal 13)

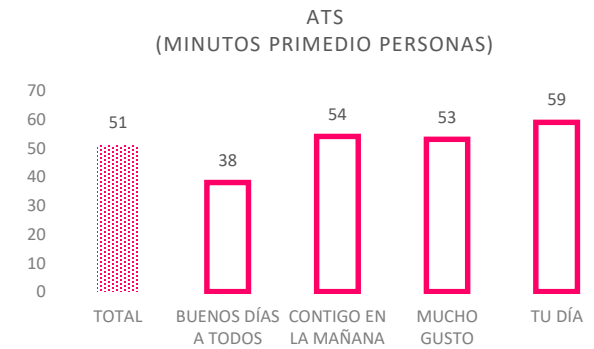
Matinales:

- Buenos Días a Todos (TVN)
- Mucho Gusto (Mega)
- Contigo en la Mañana (CHV)
- Tu Día (Canal 13)

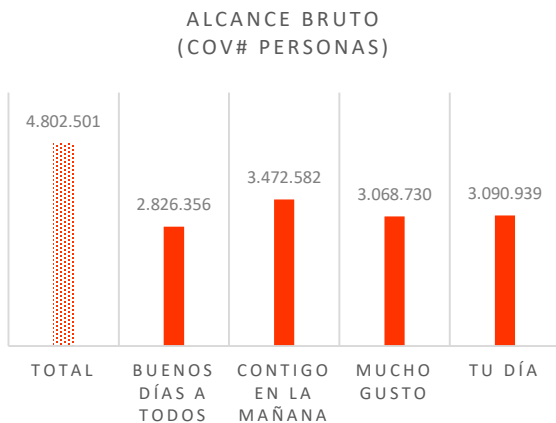
MATINALES: SINTONÍA GENERAL



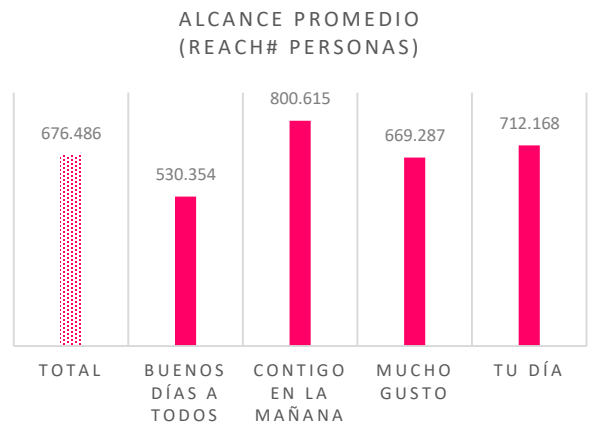
Tres matinales presentan similar rating de sintonía durante octubre: Contigo en la Mañana (CHV), Mucho Gusto (Mega) y Tu Día (Canal 13). Buenos Días a Todos (TVN) es el matinal con menor rating.



El mayor promedio de minutos de visionado en agosto (*) lo tiene Tu Día (Canal 13) -59 minutos de consumo efectivo diario-, seguido por Contigo en la Mañana (CHV) -54 minutos-, y Mucho Gusto (Mega) con 53 minutos. Buenos Días a Todos (TVN) queda en cuarto lugar (38 minutos).



En octubre, el alcance bruto total (personas que sintonizaron al menos un minuto estos programas) fue de 4,8 millones de personas aproximadamente. Contigo en la Mañana (CHV) ocupa el primer lugar con 3,4 millones de personas.



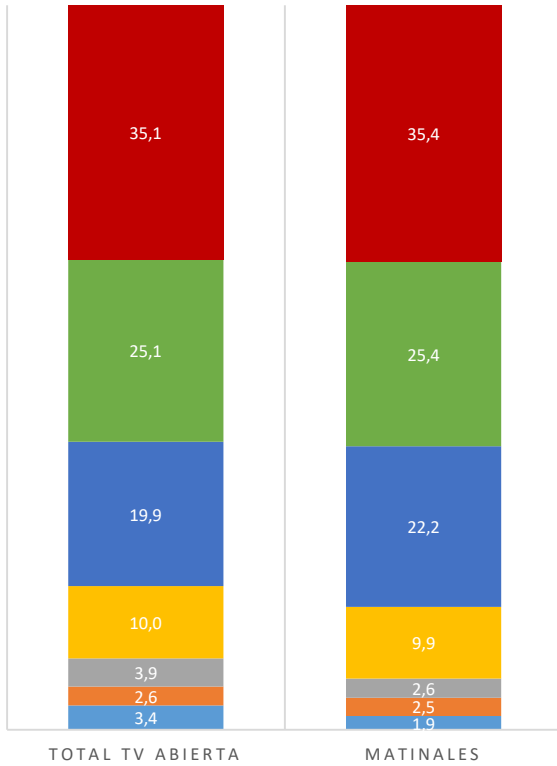
En octubre, el alcance promedio diario total es de 670 mil personas aproximadamente. Contigo en la Mañana (CHV) presenta mayor alcance que los otros matinales, seguido por Tu Día (Canal 13).

(*) El promedio de minutos de visionado diario por persona (ATS) se calcula en base a la duración total del programa. Se debe considerar que Buenos Días a Todos (TVN), Contigo la mañana (CHV) y Tú Día (Canal 13) tiene una duración diaria de 5 horas (8:00 a 13:00 hrs.) y Mucho Gusto (Mega) dura 4 horas (8:00 a 12:00 hrs.)

MATINALES: PERFIL DE AUDIENCIAS SEGÚN RANGO ETARIO

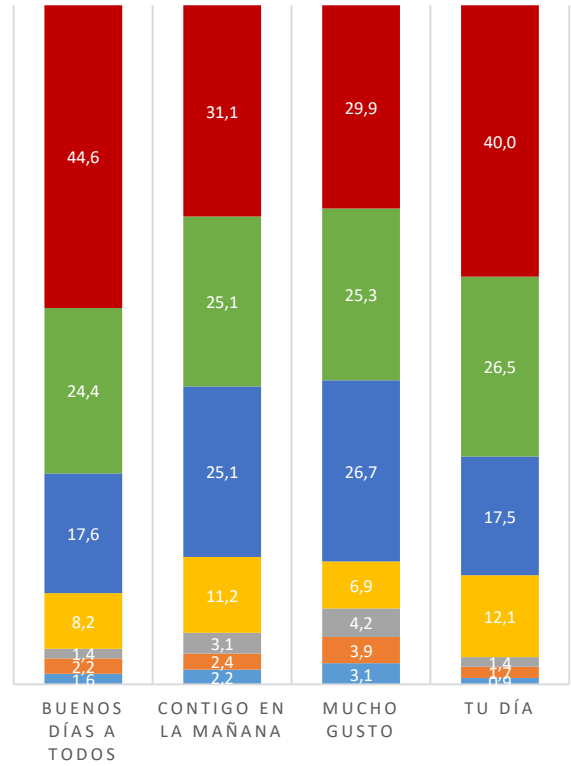
ADHESIÓN TOTAL MATINALES (%)

■ 4 a 12 ■ 13 a 17 ■ 18 a 24 ■ 25 a 34 ■ 35 a 49 ■ 50 a 64 ■ 65 a 99



ADHESIÓN POR PROGRAMA Y EDAD (%)

■ 4 a 12 ■ 13 a 17 ■ 18 a 24 ■ 25 a 34 ■ 35 a 49 ■ 50 a 64 ■ 65 a 99



En octubre, 60,8% de la audiencia total de matinales corresponde a personas mayores de 50 años, muy similar a la audiencia de la TV abierta en el mismo rango etario (60,2%).

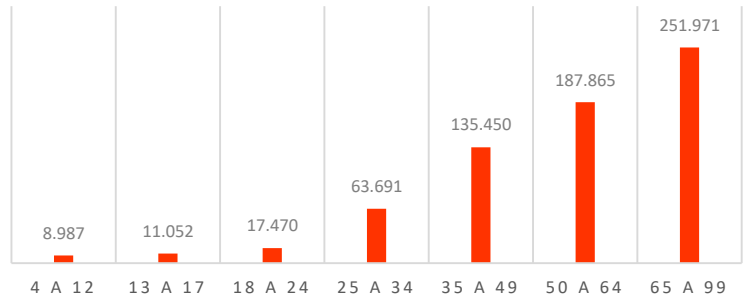
Durante este mes, los cuatro matinales registran 50% o más de su audiencia en el rango de mayores de 50 años.

Buenos Días a Todos (TVN) se destaca por su alto porcentaje de público mayor de 65 años, sobre los otros matinales. Mucho Gusto (Mega) tiene mayor proporción de público adulto (35-49 años). Y Tu Día (Canal 13) sobrepasa a los otros matinales con su porcentaje de personas entre 50 y 64 años (26,5% de su audiencia), y de público joven (25-34 años) que alcanza 12,1%.

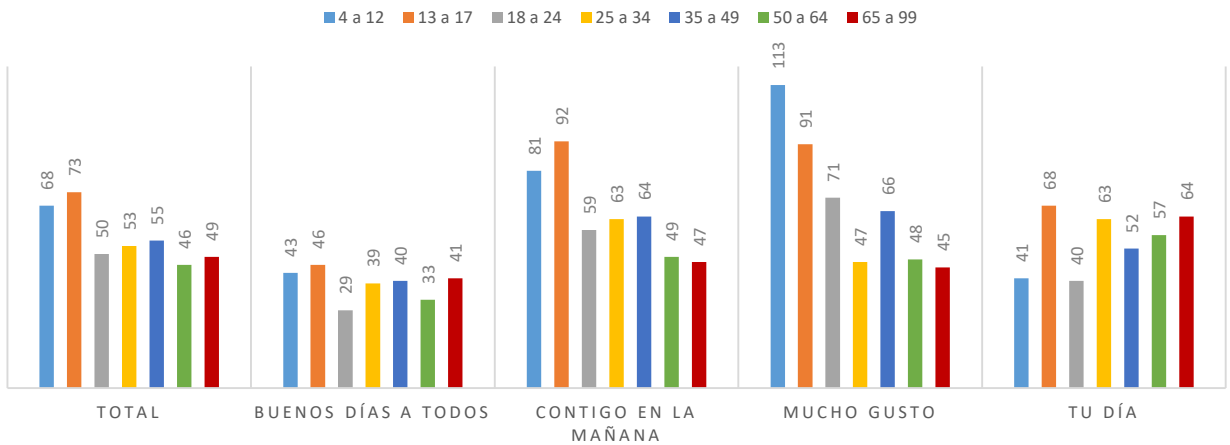
MATINALES: PERFIL DE AUDIENCIAS SEGÚN RANGO ETARIO

Según el alcance promedio de octubre, más de 430 mil son personas mayores de 50 años.

ALCANCE PROMEDIO
(REACH# PERSONA)



ATS
(MINUTOS PROMEDIO PERSONA)

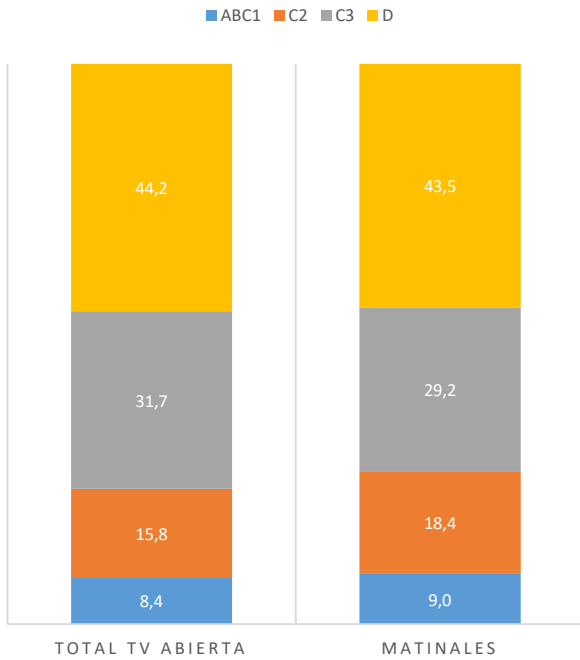


En octubre, quienes destinan más tiempo a ver matinales, son adolescentes entre 13 y 17 años de edad, (con 73 minutos promedio) y niños y niñas de 4 a 12 años, con 68 minutos. Esta tendencia se mantiene en Buenos Días a Todos (TVN), Contigo en la Mañana (CHV) y Tu Día (Canal 13).

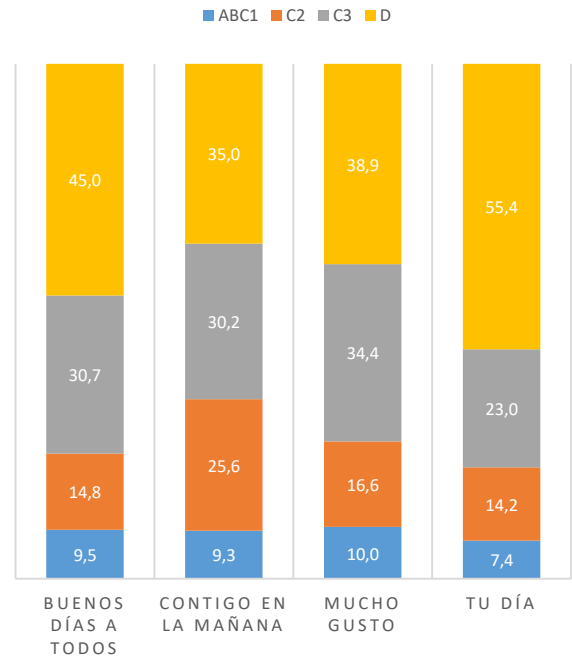
Mucho Gusto (Mega) presenta un mayor promedio en el rango 4 a 12 años de edad (113 minutos), superando las cifras de los otros matinales en el mismo tramo.

MATINALES: PERFIL DE AUDIENCIAS SEGÚN GRUPO SOCIOECONÓMICO (GSE)

ADHESIÓN TOTAL MATINALES (%)



ADHESIÓN POR PROGRAMA (%)



La distribución de la audiencia de los matinales en octubre -según grupo socioeconómico- es muy similar a la TV abierta en el mismo periodo.

El porcentaje de personas de los segmento C3 y D que optan por ver matinales, es menor al de la TV abierta, pero el segmento ABC1 y C2 presenta mayor adhesión a matinales que a la TV abierta en general.

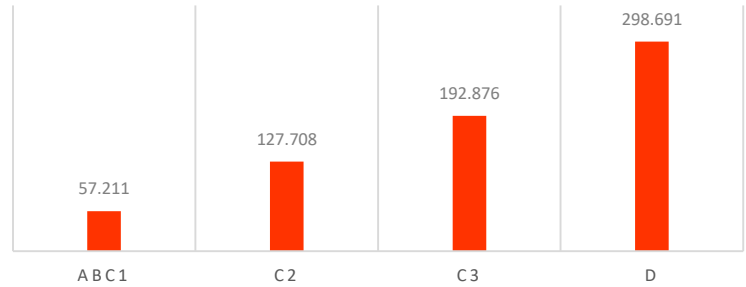
En octubre, el segmento D es el que presenta mayor adherencia en todos los matinales. Tu Día (Canal 13) y Buenos Días a Todos (TVN) son los que cuentan con mayor presencia de este grupo (55,4% y 45% respectivamente).

Mucho Gusto (Mega) presenta alta adherencia de público C3 (34,4%) y Contigo en la Mañana (CHV), de público C2 (25,6%). La mayor participación del segmento ABC1 está en Mucho Gusto (Mega) y en Buenos Días a Todos (TVN), con 10% y 9,5% respectivamente.

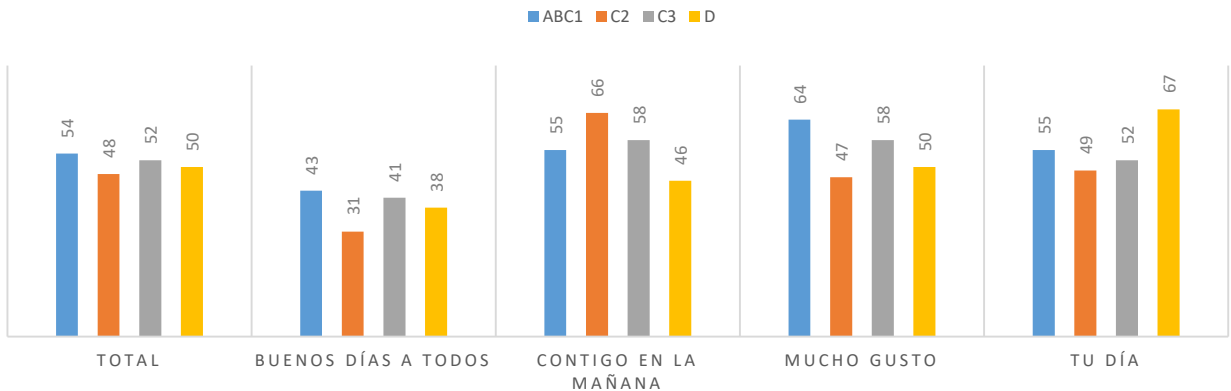
MATINALES: PERFIL DE AUDIENCIAS SEGÚN GRUPO SOCIOECONÓMICO (GSE)

El alcance monitoreado de estos programas muestra que predominan los segmentos medios bajos y bajos (C3 y D).

ALCANCE PROMEDIO (REACH# PERSONA)



ATS (MINUTOS PROMEDIO PERSONA)

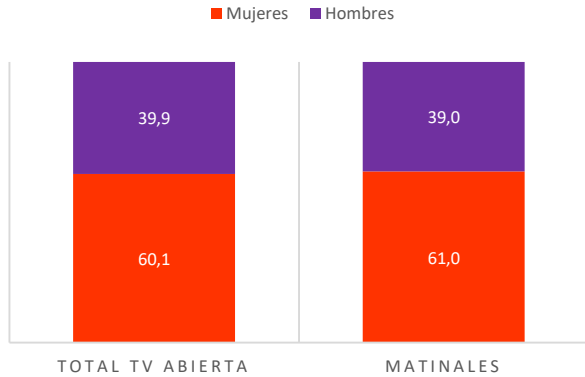


El dato total muestra que, durante octubre, el grupo socioeconómicos ABC1 presenta el mayor promedio de consumo (54 minutos), seguido por el grupo C3 con 52 minutos. El segmento C2 muestra el promedio más bajo (48 minutos).

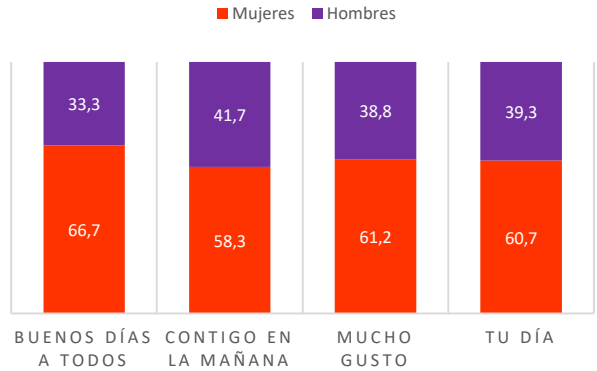
Tu Día (Canal 13) presenta 67 minutos promedio de consumo del segmento D, muy por sobre los otros matinales. Contigo en la Mañana (CHV) recoge más minutos de visionado por parte de los segmentos medios y altos. Quienes destinan más tiempo a ver Mucho Gusto (Mega) son los segmentos ABC1 y C3; y para Buenos Días a Todos (TVN) es el segmento ABC1 (43 minutos).

MATINALES: PERFIL DE AUDIENCIAS SEGÚN SEXO

ADHESIÓN TOTAL MATINALES (%)

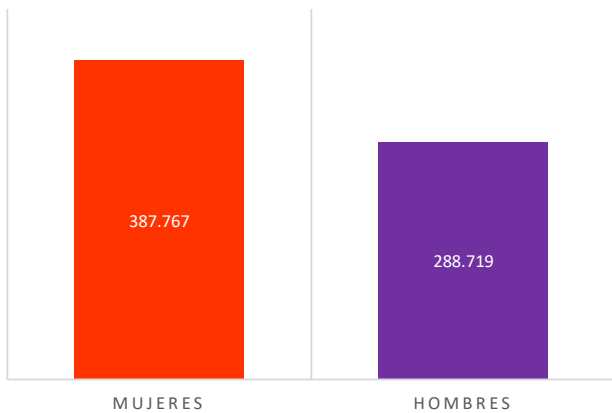


ADHESIÓN POR PROGRAMA (%)

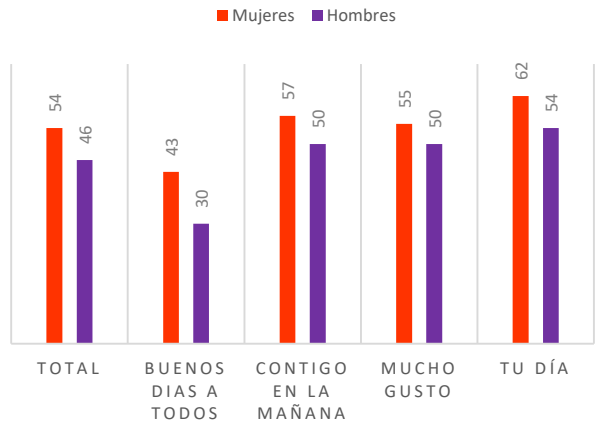


La audiencia de matinales se compone principalmente por de mujeres durante octubre, al igual que la TV abierta. Las mujeres sobrepasan el 60% del total de audiencia de Buenos días a Todos (TVN), Mucho Gusto (Mega) y de Tu Día (Canal 13).

ALCANCE PROMEDIO
(REACH# PERSONA)

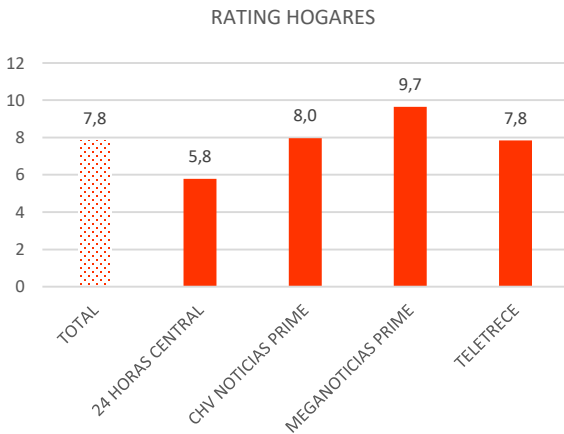


ATS
(MINUTOS PROMEDIO PERSONA)

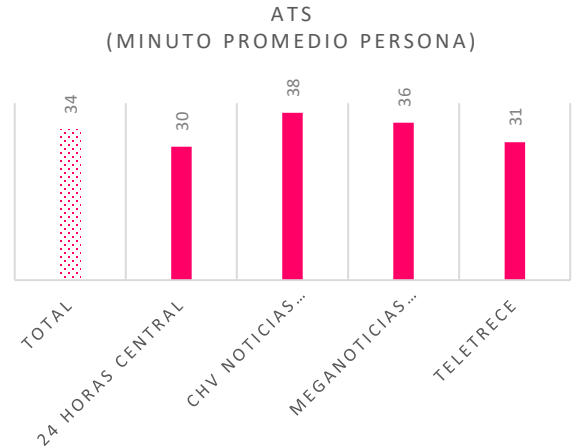


El alcance promedio del mes, confirma la audiencia mayoritariamente compuesta por mujeres. En todos los matinales, ellas tienen un promedio de visionado mayor a los hombres. Mucho Gusto (Mega) tiene solo 5 minutos de diferencia entre el tiempo promedio de mujeres y de hombres.

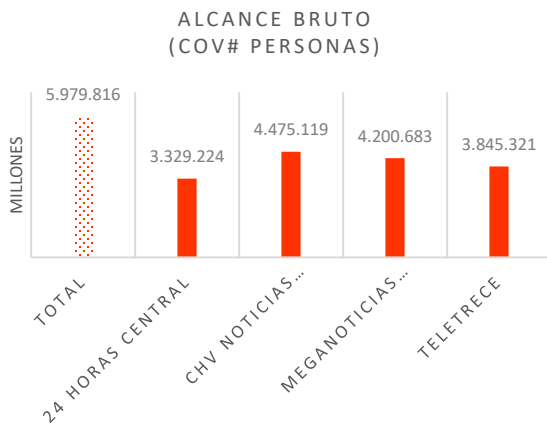
NOTICIEROS CENTRALES: SINTONÍA GENERAL



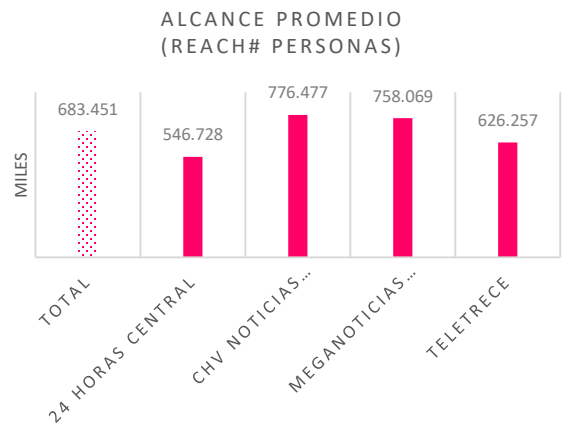
En octubre, Meganoticias Prime (Mega) lidera en sintonía con 9,7 puntos de rating, seguido por CHV Noticias Central (CHV) con 8 puntos y Teletrece (Canal 13) con 7,8 puntos. 24 Horas Central (TVN) es el noticiero con menor sintonía.



CHV Noticias Central (CHV) es el noticiero que tiene más minutos promedio de visionado diario (38 minutos promedio). Meganoticias Prime (Mega) lo sigue con 36 minutos.



El alcance bruto total de octubre (personas que sintonizaron al menos un minuto estos programas) es de 5,9 millones de personas, siendo CHV Noticias Central (CHV) el de mayor alcance, seguido por Meganoticias Prime (Mega).



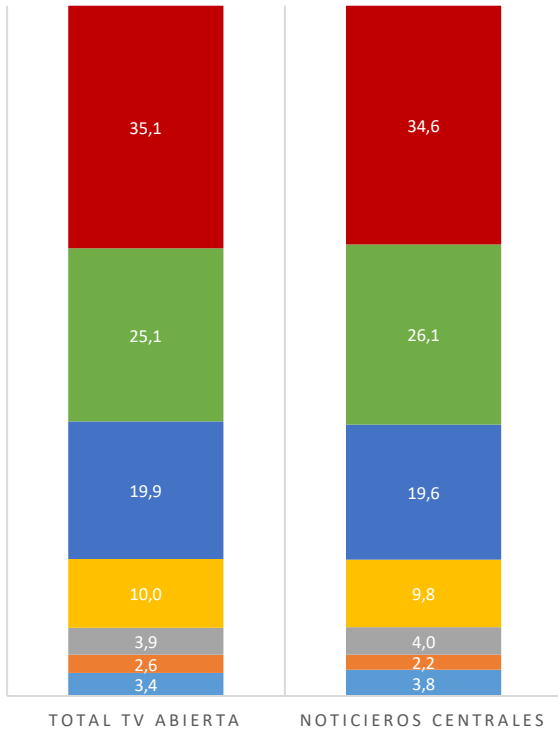
El alcance promedio diario muestra a CHV Noticias Central (CHV) con 770 mil personas aproximadamente, y Meganoticias Prime (Mega) con 750 mil aproximadamente.

NOTICIEROS CENTRALES: PERFIL DE AUDIENCIAS

SEGÚN RANGO ETARIO

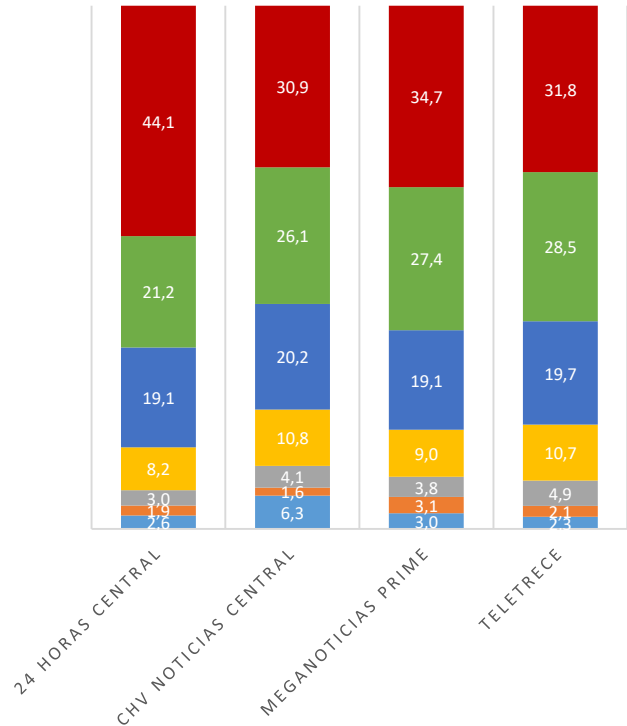
ADHESIÓN TOTAL
NOTICIEROS CENTRALES (%)

■ 4 a 12 ■ 13 a 17 ■ 18 a 24 ■ 25 a 34 ■ 35 a 49 ■ 50 a 64 ■ 65 a 99



ADHESIÓN
POR PROGRAMA (%)

■ 4 a 12 ■ 13 a 17 ■ 18 a 24 ■ 25 a 34 ■ 35 a 49 ■ 50 a 64 ■ 65 a 99



La composición de la audiencia de los noticieros centrales es similar a la TV abierta: más del 60% de su audiencia corresponde a personas mayores de 50 años.

Durante octubre, la audiencia de 24 Horas Central (TVN) muestra el mayor porcentaje de personas con 65 años o más (44,1%), seguido por Meganoticias Prime (Mega), con 34,7%.

CHV Noticias Central (CHV) y Teletrece (Canal 13) muestran cifras similares en todos los rangos etarios, aunque con algunas diferencias como, por ejemplo, en el rango de 4 a 12 años, donde CHV marca 6,3% y Canal 13, solo 2,3%.

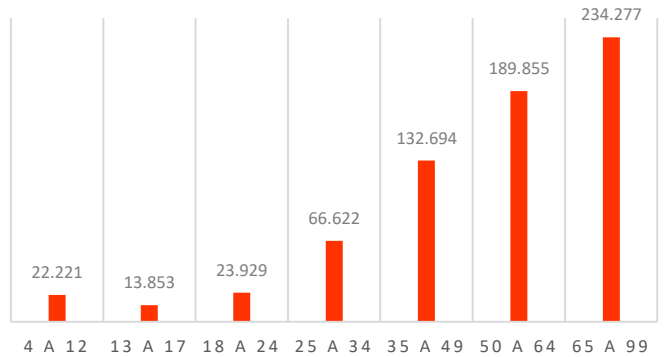
NOTICIEROS CENTRALES: PERFIL DE AUDIENCIAS

SEGÚN RANGO ETARIO

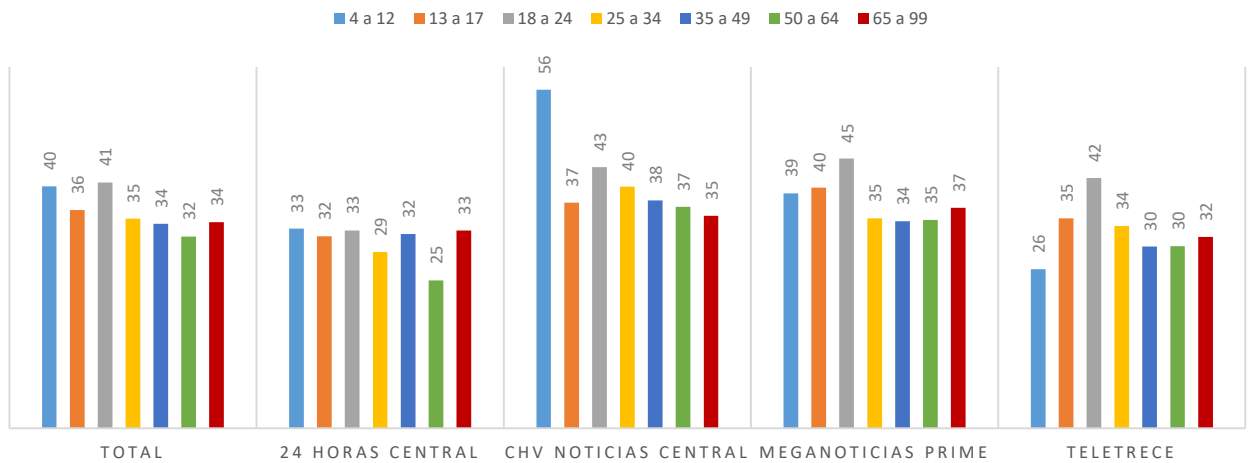
Los datos de alcance promedio de noticieros en octubre, reafirman una audiencia compuesta mayoritariamente por personas de 50 años o más.

El alcance de estos programas entre niños y niñas de 4 a 12 años, es de 22 mil aproximadamente, cifra por sobre la de adolescentes, entre 13 y 17 años (13 mil).

ALCANCE PROMEDIO
(REACH# PERSONAS)



ATS
(MINUTOS PROMEDIO PERSONA)



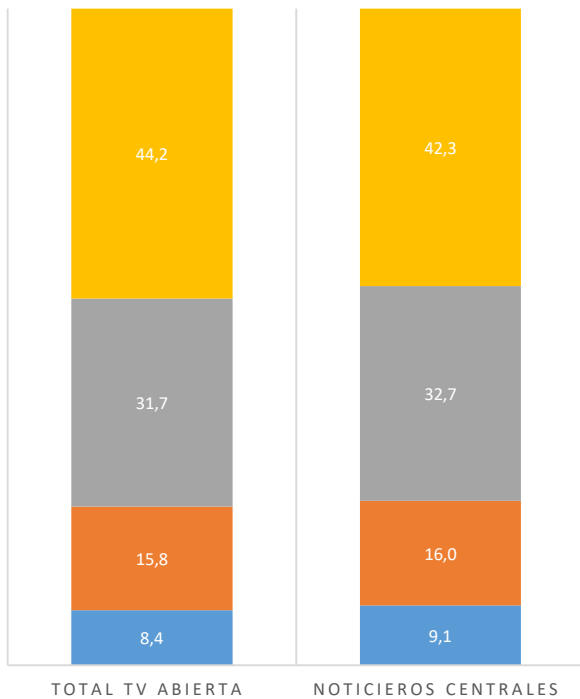
Del promedio total de minutos destinados a noticieros, el grupo de 18 a 24 años presenta una de las cifras altas (41 minutos), tendencia apreciada en tres de los cuatro programas monitoreados. Estos jóvenes (18-24 años) registran el promedio más alto en Meganoticias Prime (Mega), con 45 minutos.

En segundo lugar se encuentra el rango de 4 a 12 años, con 40 minutos. Es CHV Noticias Central (CHV) el que concentra el mayor tiempo promedio en este grupo (56 minutos).

NOTICIEROS CENTRALES: PERFIL DE AUDIENCIAS SEGÚN GRUPO SOCIOECONÓMICO (GSE)

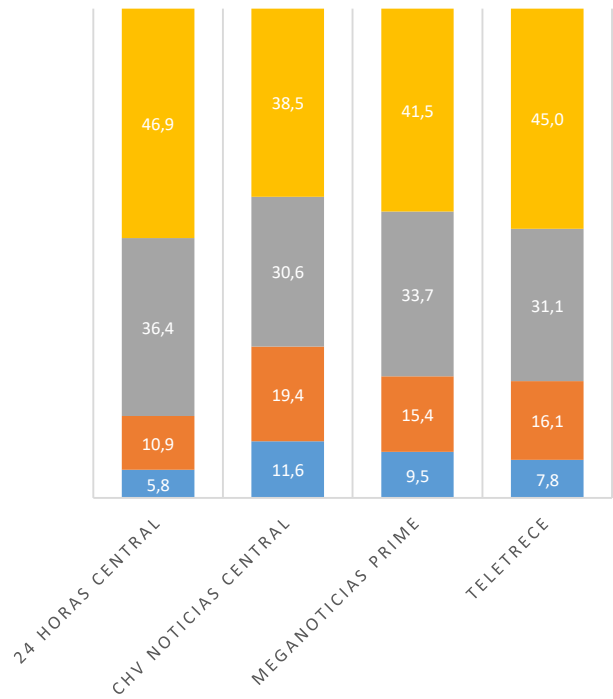
ADHESIÓN TOTAL
NOTICIEROS CENTRALES (%)

■ ABC1 ■ C2 ■ C3 ■ D



ADHESIÓN
POR PROGRAMA (%)

■ ABC1 ■ C2 ■ C3 ■ D



La distribución de la audiencia de los noticieros centrales en octubre, no presenta grandes diferencias con la TV abierta. Sin embargo, el segmento D tiene menos adhesión a estos programas, contrariamente a lo que se aprecia en los segmentos ABC1, C2 y C3 que aumentan respecto de la TV abierta.

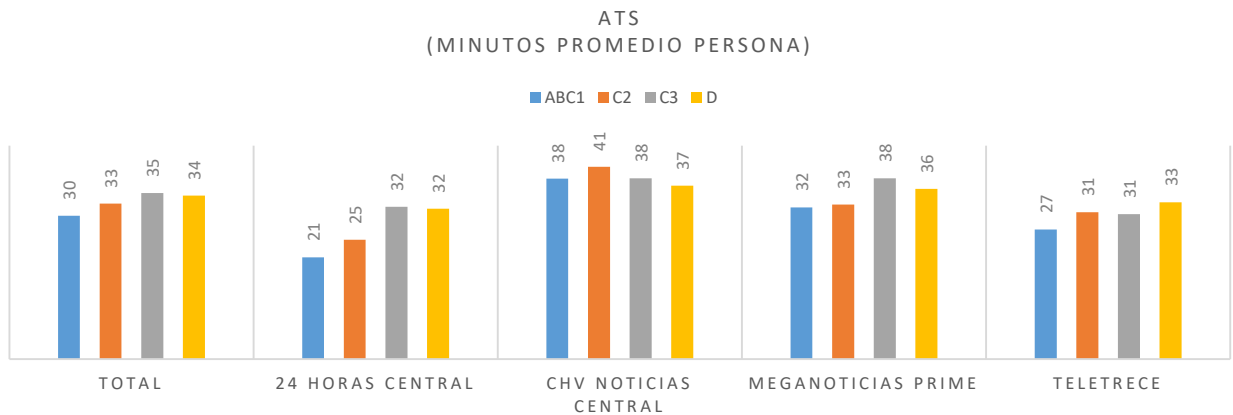
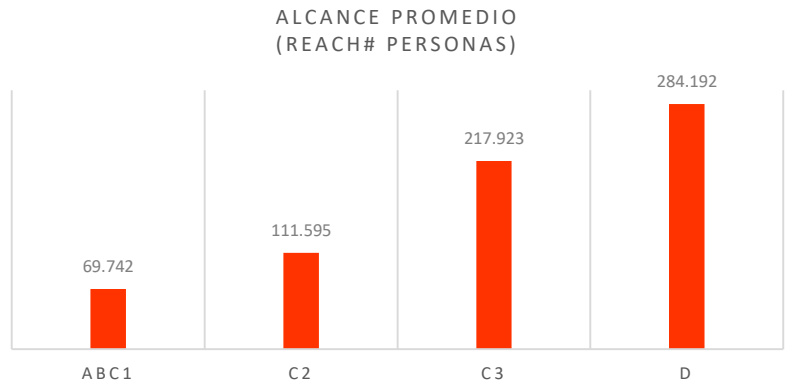
Hay una alta participación del segmento D en los cuatro noticieros. 24 Horas Central (TVN) y Teletrece (Canal 13) muestran los porcentajes más altos de este GSE (46,9% y 45% respectivamente).

La adhesión del grupo ABC1 en la audiencia de CHV Noticias Central (CHV) es superior al promedio general de los noticieros centrales.

NOTICIEROS CENTRALES: PERFIL DE AUDIENCIAS

SEGÚN GRUPO SOCIOECONÓMICO (GSE)

El alcance promedio de los noticieros en octubre, presenta una audiencia compuesta mayoritariamente por los segmentos medios bajos y bajos (C3 y D).



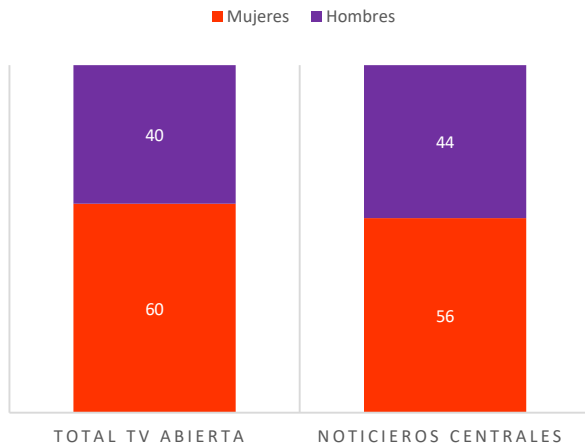
En octubre, los segmentos medios y bajos son los que presentan el mayor tiempo promedio de consumo de noticieros.

Las cifras de CHV Noticias Central (CHV) no mantienen la tendencia promedio ya que registra sus mayores promedios en los segmentos medios y altos. Los segmentos C3 y D son los que presentan los más altos promedios de consumo de Meganoticias Prime (Mega), con 38 y 36 minutos respectivamente, y en 24 Horas Central (TVN) –32 minutos ambos segmentos.

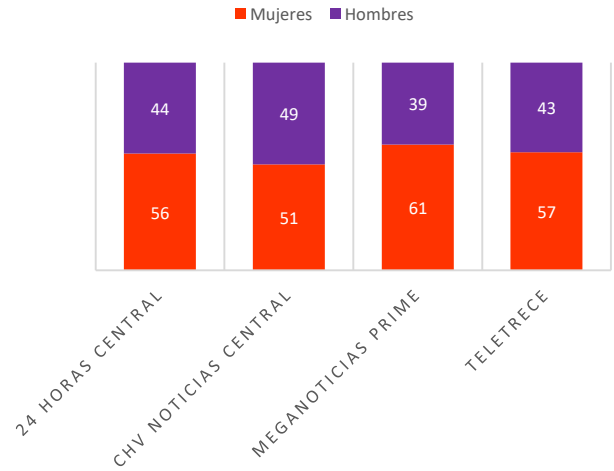
NOTICIEROS CENTRALES: PERFIL DE AUDIENCIAS

SEGÚN SEXO

ADHESIÓN NOTICIEROS CENTRALES
POR SEXO (%)



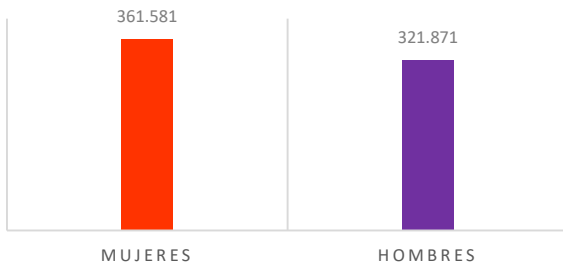
ADHESIÓN POR PROGRAMA (%)



En octubre, la audiencia de los noticieros centrales está compuesta mayoritariamente por mujeres, aunque la cifra es menor que el porcentaje de mujeres en la audiencia de la TV abierta.

Si bien en todos los programas predomina la audiencia compuesta mayoritariamente por mujeres, Meganoticias Prime (Mega) presenta la mayor diferencia entre ambos sexos (61% mujeres y 39% hombres). CHV Noticias Central (CHV) muestra mayor paridad.

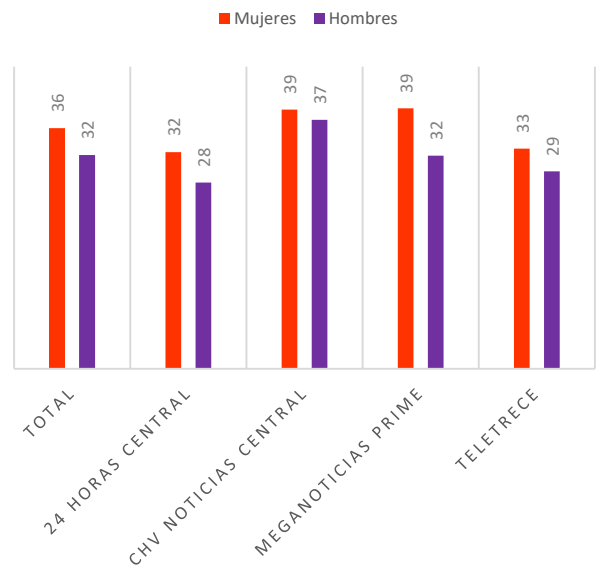
ALCANCE PROMEDIO POR SEXO
(REACH# PERSONAS)



El alcance promedio de octubre, confirma la mayoría de mujeres en la audiencia de noticieros centrales, siendo además quienes dedican más tiempo a ver estos programas.

CHV Noticias Central (CHV) es el que muestra menor diferencia en tiempos de consumo de ambos sexos (mujeres con 39 minutos promedio y hombres con 37 minutos).

ATS
(MINUTOS PROMEDIO PERSONA)



Informe

MONITOR DE AUDIENCIAS:
Noticieros centrales y matinales
OCTUBRE 2024

Departamento de Estudios
Diciembre 2024