

INFORME

NOTICIEROS CENTRALES:  
**PERFILAMIENTO DE AUDIENCIAS**

Periodo de análisis: agosto – noviembre 2024

DICIEMBRE 2024

## CARACTERÍSTICAS DEL INFORME



Hoy, la televisión debe adecuarse constantemente a escenarios tecnológicos y sociales de profundos cambios. Este informe aporta datos sobre las audiencias de noticias televisivas y, de esta forma, busca dar luces sobre los diversos perfiles de quienes sintonizan los noticieros en Chile.

Con este objetivo se analizan los noticieros centrales de los cuatro principales canales de la televisión abierta (Chilevisión, Mega, Canal 13 y TVN), en un periodo de cuatro meses (agosto a noviembre 2024), considerando diversos documentos elaborados por el Departamento de Estudios del Consejo Nacional de Televisión, y la medición de audiencias televisivas realizada por Kantar Ibope Media en su estudio People Meter.

### FICHA TÉCNICA

#### PERIODO ANALIZADO

Agosto – noviembre 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)
- Afinidad (AFF%)

#### PROGRAMAS ANALIZADOS

##### Noticieros:

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

## ANTECEDENTES (1)

---



Los noticieros centrales presentan un alcance que sobrepasa los 7 millones de personas en el periodo analizado, lo que se refleja en un alcance promedio de 655 mil personas diariamente. Según estas cifras, los noticieros son el programa de más telespectadores diarios de la televisión abierta.

Según cifras de rating, Meganoticias Prime (Mega) lidera en sintonía con 9,5 puntos durante el periodo analizado. Le sigue CHV Noticias Central (CHV) con 8,2 puntos de rating, luego Teletrece (Canal 13) con 8 puntos, y finalmente 24 Horas Central (TVN), con 5,8 puntos, siendo el menor promedio en sintonía de los noticieros centrales durante agosto-noviembre 2024.

Respecto del tiempo de consumo efectivo diario, CHV Noticias Central (CHV) es el noticiero con el promedio más alto en el periodo analizado: 37 minutos (2). En segundo lugar, Meganoticias Prime (Mega) con 35 minutos (3); le sigue Teletrece (Canal 13) con 32 minutos y 24 Horas Central (TVN) con 31 minutos promedio en el periodo analizado (4).

Audiencia infantil. Los noticieros centrales llegan diariamente, en promedio, a 21 mil niños y niñas entre 4 y 12 años. Aun cuando este público no es el de mayor volumen en estos programas, es el segundo grupo etario con más tiempo de consumo: 39 minutos promedio de visionado, solo superado por los 42 minutos promedio que ven jóvenes entre 18 y 24 años.

(1) Datos obtenidos de estudio People Meter, periodo agosto-noviembre 2024, entregado por Kantar Ibope Media.

(2) CHV Noticias Central (CHV) tiene una duración promedio de 1 hora y 45 minutos en el periodo analizado.

(3) Meganoticias Prime (Mega) tiene una duración promedio de 1 hora y 19 minutos en el periodo analizado.

(4) Teletrece (Canal 13) y 24 Horas Central (TVN) tienen una duración aproximada promedio de 1 hora y 25 minutos en el periodo analizado.

## NOTICIEROS CENTRALES: PERFIL GENERAL DE AUDIENCIAS (5)

Al analizar la composición de audiencias (6) de los noticieros centrales, ésta se muestra bastante similar a la composición de las audiencias de la TV abierta. De igual manera, se detectan algunas diferencias respecto de la distribución por grupo socioeconómico y según sexo.



Distribución de audiencias según GSE:

En el periodo analizado, el porcentaje del segmento D en el público de los noticieros centrales (42%) es menor al de la TV Abierta (45%), lo que se traduce en un alza del segmento C3 -que se posiciona como el grupo socioeconómico más afín a los noticieros- y del segmento ABC1, que muestra mayor presencia en noticieros que en la TV abierta en general.



Según sexo:

El porcentaje de hombres en la audiencia de noticieros (45%), es mayor que en la audiencia general de la TV abierta (40%), en el periodo analizado.

La información levantada ratifica que el target de mayor afinidad (7) con los contenidos informativos son las personas mayores de 50 años, dato que también se ve reflejado para la oferta general de la TV Abierta.

(5) Datos obtenidos de estudio People Meter, periodo agosto-noviembre 2024, entregado por Kantar Ibope Media.

(6) La composición de audiencias considera variables sociodemográficas (edad, GSE y sexo).

(7) Se utiliza la variable de afinidad (AFF%) del estudio People Meter, referida a la cercanía que muestra un programa con una audiencia específica. Se obtiene mediante la división del rating de un público específico, por el rating general.

## MEGANOTICIAS PRIME PERFIL DE AUDIENCIA

Es el noticiero de mayor sintonía, pero el segundo de mayor alcance y tiempo de consumo. Llega a casi **726 mil personas** en promedio diariamente, quienes además lo consumen por **35 minutos** en promedio.



El **público adolescente**, a pesar de ser el más bajo en volumen de telespectadores (presenta un alcance de 14 mil aproximadamente), es el que marca mayor tiempo de consumo, con **40 minutos** como promedio diario.

El **segmento D es el de mayor participación** en Meganoticias Prime, aun cuando su cifra es menor a la audiencia general de la TV abierta. Los segmentos ABC1 y C3 aumentan su participación en la audiencia de este noticiero, y es este último grupo (**C3**) el que logra abarcar **34% de la audiencia** total de Meganoticias Prime, presentando a su vez, un alto consumo: **37 minutos en promedio** diario.

Esta audiencia está mayoritariamente compuesta por **mujeres (60%)**, cifra que supera en 5% al número de mujeres promedio de los noticieros centrales en general.



Meganoticias Prime es más cercano a **mujeres** y a grupos socioeconómico **medios-bajos y bajos**.

## CHV NOTICIAS CENTRAL PERFIL DE AUDIENCIA

Es el segundo noticiero central de mayor sintonía, pero obtiene el primer lugar en tiempo promedio de consumo (**37 minutos**) y en cantidad de telespectadores diarios, ya que alcanza **733 mil personas** en promedio.



El porcentaje de personas entre **35 y 64 años** que ven CHV Noticias Central, es mayor que la proporción de este grupo en la audiencia general de los noticieros centrales y, a su vez, mayor que el de la audiencia total de la TV abierta.

A diario alcanza aproximadamente a **30 mil niños/as entre 4 y 12 años**. Si bien dicho alcance se puede considerar como un volumen bajo, este grupo etario le dedica **más de 55 minutos** en promedio diario. Esto lo convierte en el segmento que más consume este noticiero, cifra que no es superada por ningún otro grupo de los otros noticieros centrales disponibles en TV abierta.

Este noticiero presenta el mayor tiempo de consumo por parte de segmentos medios y altos. Si bien el grupo C3 es el más afín a los noticieros, CHV Noticias Central muestra mayor llegada a los **segmentos ABC1 y C2**, en comparación a los otros noticieros analizados.

Su audiencia está compuesta 50% por mujeres y 50% por hombres, aunque según los niveles de afinidad, los **hombres** son quienes se muestran más cercanos a este programa.



CHV Noticias Central tiene mayor afinidad con **hombres**, llega a públicos de **edades intermedias** y es el más cercano a **segmentos medios-altos y altos**.

## TELETRECE

### PERFIL DE AUDIENCIA

Es el tercer noticiero central en sintonía, diariamente alcanza **622 mil personas** en promedio y logra **32 minutos** de consumo diario.



Las personas entre **50 y 64 años** representan la mayor parte de la audiencia de este noticiero, siendo también el grupo más afín a su contenido. A su vez, el porcentaje de Teletrece de personas entre 50 y 64 años es mayor al obtenido por el mismo rango, en la audiencia general de la TV abierta.

En este noticiero, **el segmento D** muestra mayor participación, superando en 3 puntos el promedio obtenido por los noticieros centrales en general, e igualando el porcentaje de representación que tiene este segmento en la audiencia de la TV abierta.

Comparado a los otros grupos socioeconómicos, el segmento D es el que presenta mayor tiempo promedio de consumo de este noticiero (**33 minutos**), siendo también el promedio de tiempo más alto que obtiene el segmento D en las cifras generales de los noticieros centrales. Además, el grupo D presenta altos niveles de afinidad con este programa.



Teletrece es más cercano a personas entre **50 y 64 años**, y al **segmento socioeconómico D**.

## 24 HORAS CENTRAL PERFIL DE AUDIENCIA

Es el noticiero central con menor sintonía (5,8 puntos de rating), casi 4 puntos menos que el noticiero de mayor rating. Llega a casi **530 mil personas** y su consumo diario alcanza los **31 minutos** en promedio.



24 Horas Central se destaca por la alta presencia de personas mayores de 65 años en su audiencia (45% de su audiencia total), muy por sobre el promedio general de la TV abierta y de los otros noticieros, ya que ninguno supera el 35% en este tramo etario.

Además, las personas de 65 años o más, presentan alto nivel de afinidad con el contenido de este programa.

Los segmentos C3 y D concentran 82% de su audiencia de 24 Horas Central (TVN), siendo también los grupos socioeconómicos con mayor afinidad a este informativo.



24 Horas Central es más cercano a personas **mayores de 65 años** y a **segmentos socioeconómicos medios-bajos y bajos**.

# ANEXO

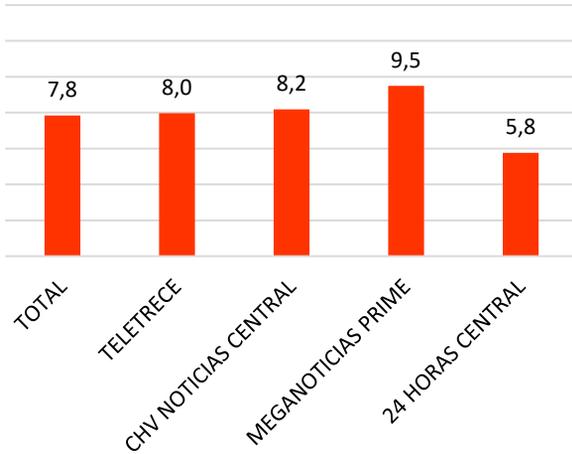
---

## DATOS DE AUDIENCIA NOTICIEROS CENTRALES

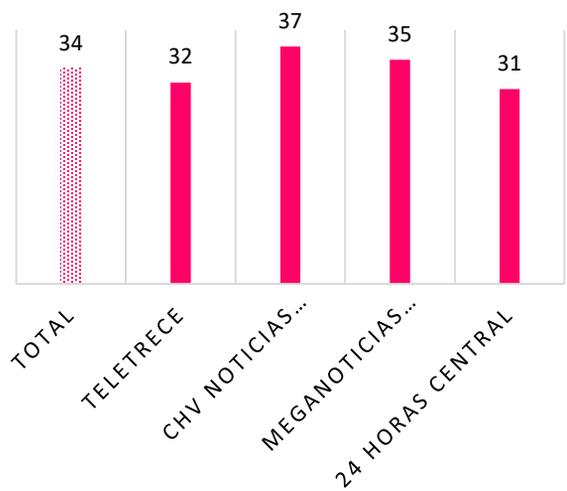
agosto – noviembre 2024

# NOTICIEROS CENTRALES: SINTONÍA GENERAL

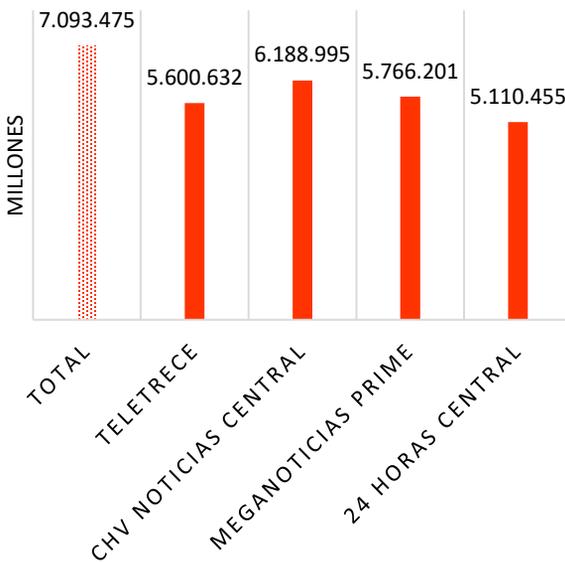
RATING HOGARES



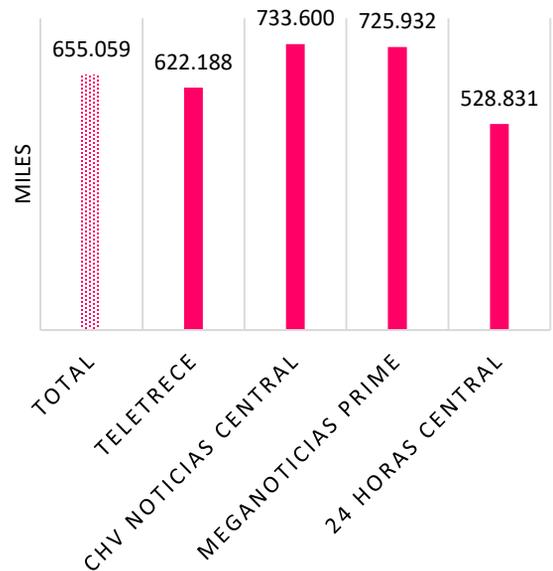
ATS TOTAL (MINUTOS PROMEDIO PERSONA)



ALCANCE BRUTO (COV# PERSONAS)



ALCANCE PROMEDIO (REACH# PERSONAS)

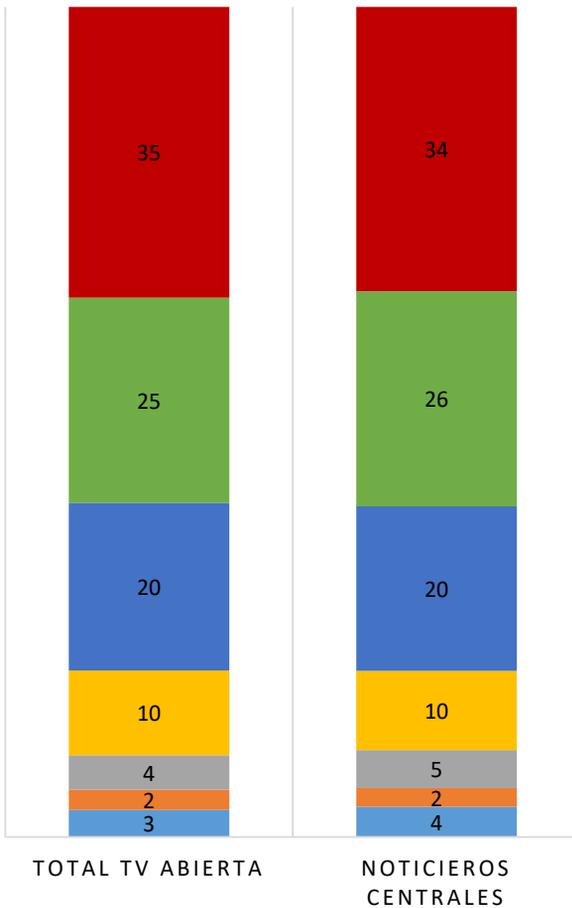


# NOTICIEROS CENTRALES: PERFIL DE AUDIENCIAS

## SEGÚN RANGO ETARIO

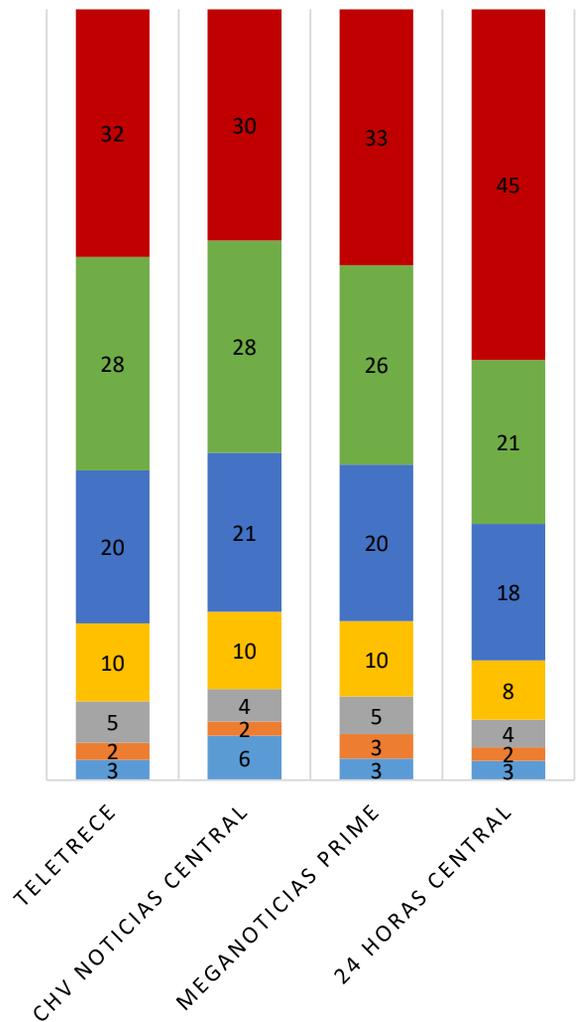
ADHESIÓN TOTAL (%)

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



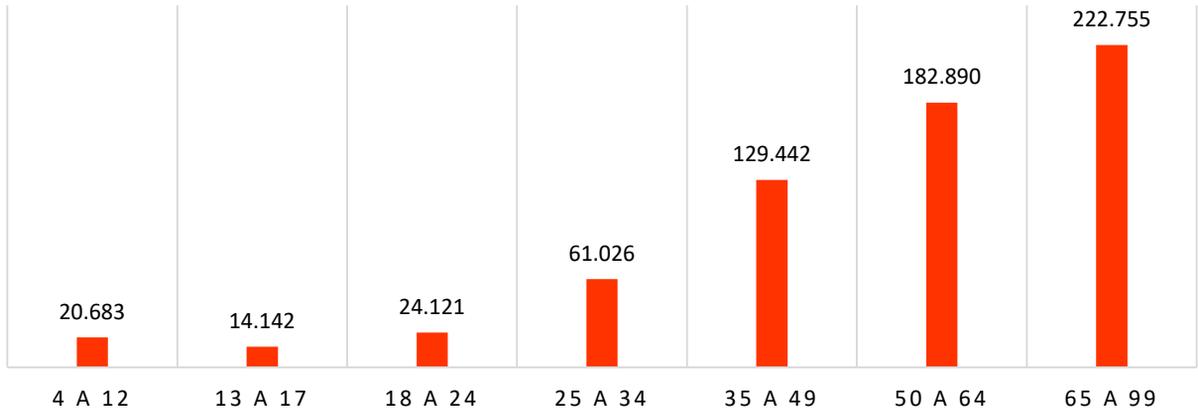
ADHESIÓN POR PROGRAMA (%)

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



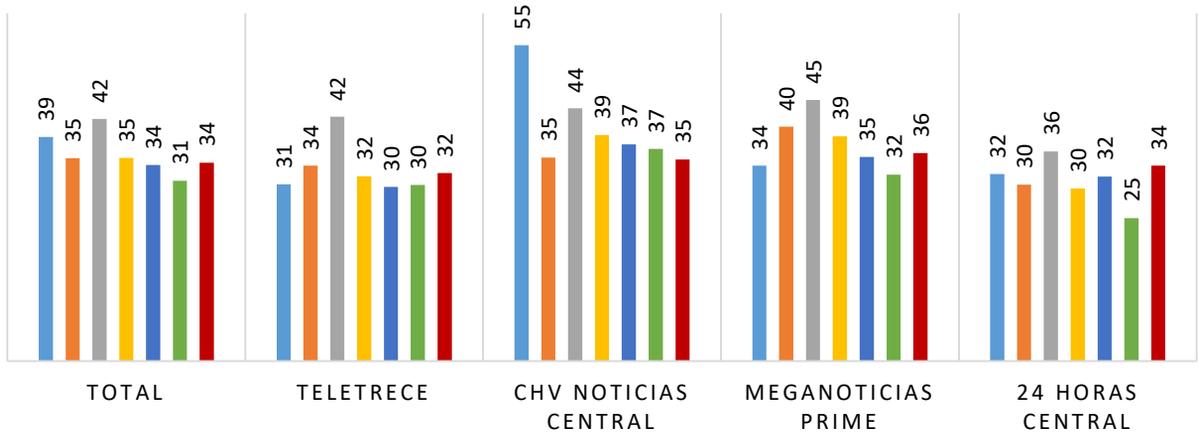
# NOTICIEROS CENTRALES: PERFIL DE AUDIENCIAS SEGÚN RANGO ETARIO

ALCANCE PROMEDIO (REACH# PERSONAS)



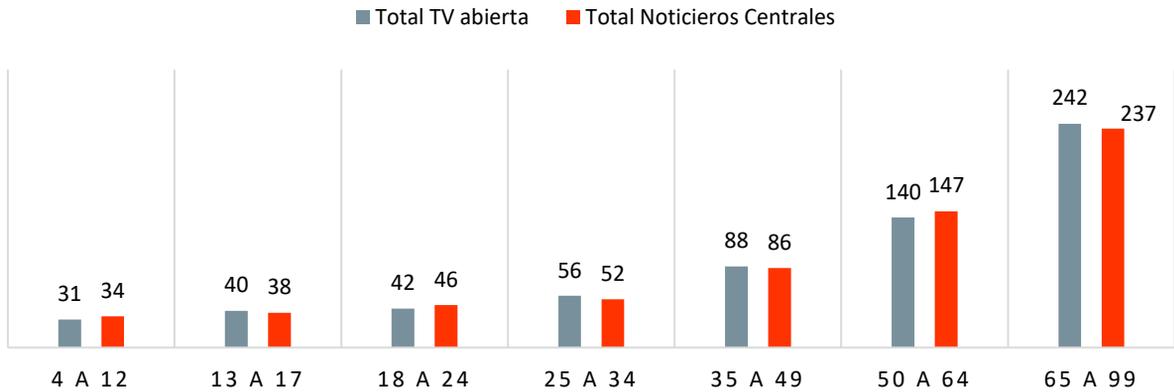
ATS (MINUTOS PROMEDIO PERSONA)

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

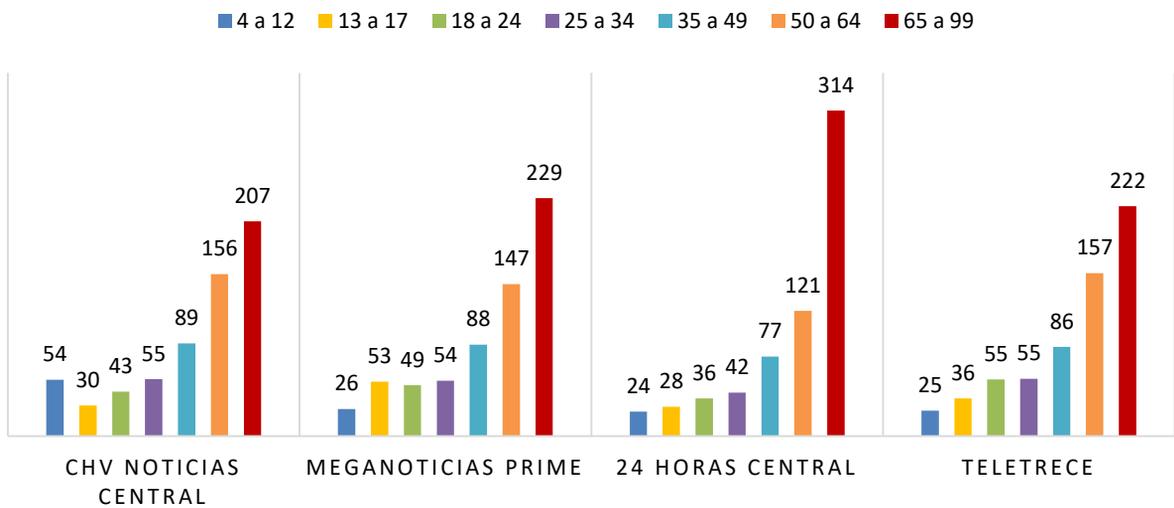


# NOTICIEROS CENTRALES: PERFIL DE AUDIENCIAS SEGÚN RANGO ETARIO

AFINIDAD NOTICIEROS CENTRALES Y EDAD



AFINIDAD POR PROGRAMA Y EDAD

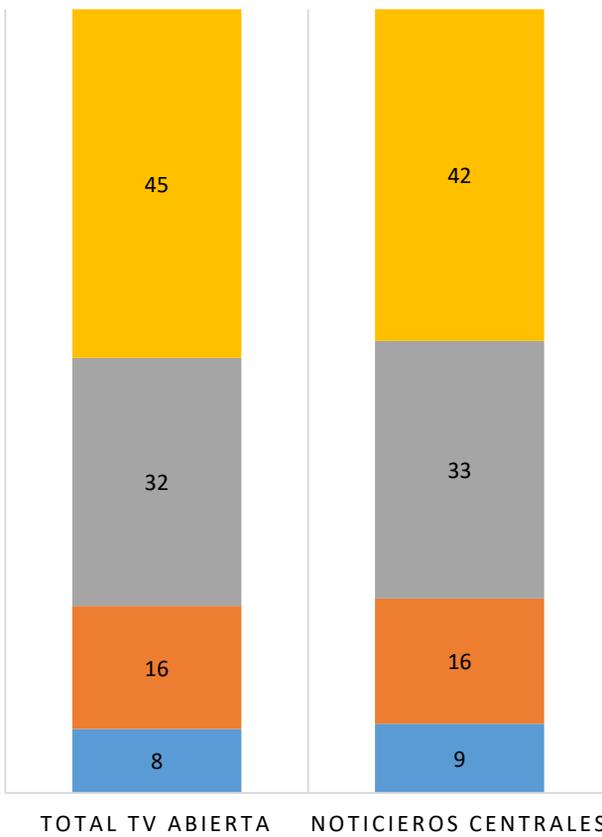


# NOTICIEROS CENTRALES: PERFIL DE AUDIENCIAS

SEGÚN GSE

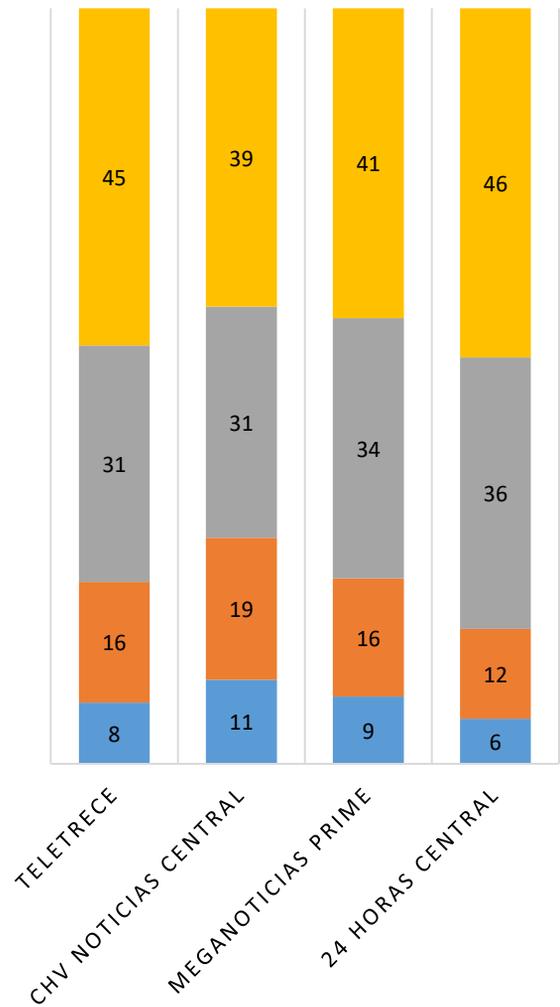
ADHESIÓN TOTAL (%)

■ ABC1 ■ C2 ■ C3 ■ D



ADHESIÓN POR PROGRAMA (%)

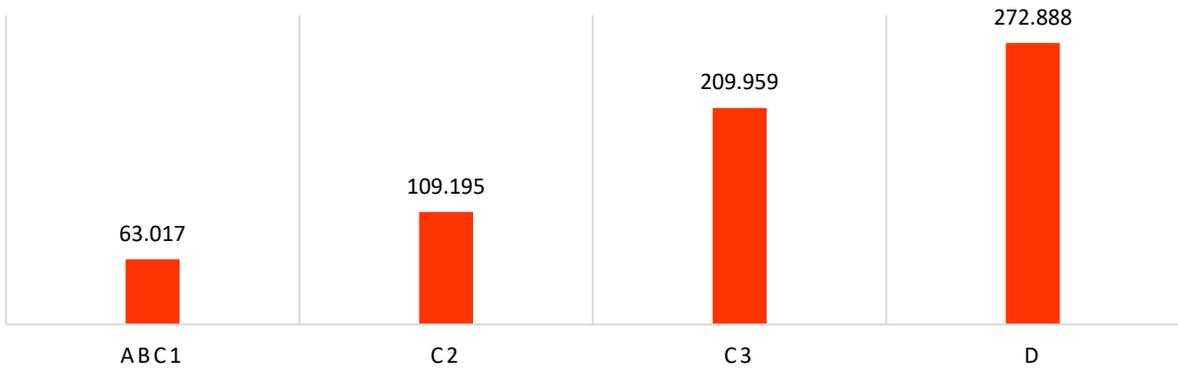
■ ABC1 ■ C2 ■ C3 ■ D



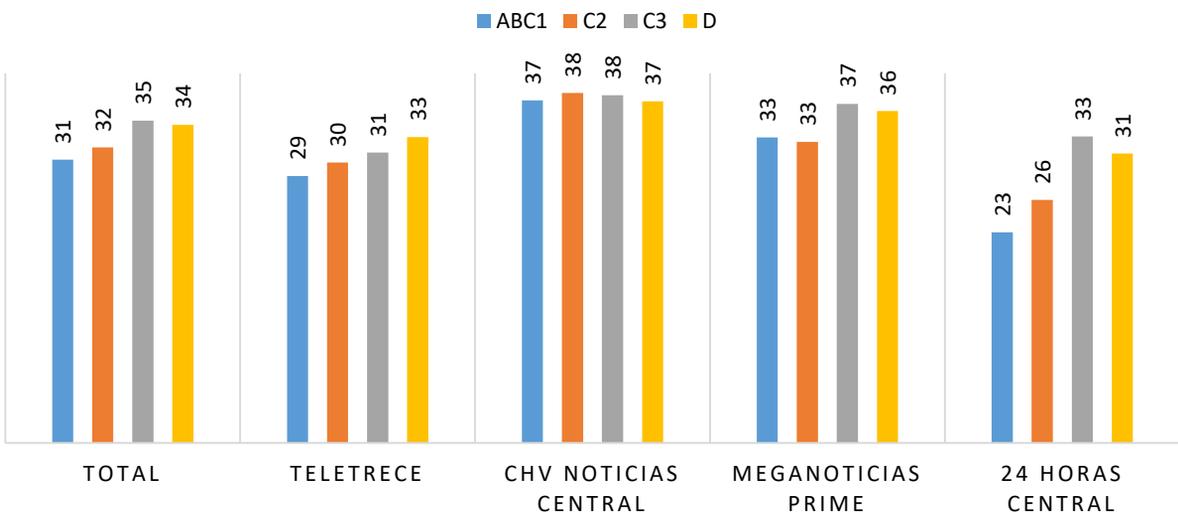
# NOTICIEROS CENTRALES: PERFIL DE AUDIENCIAS

SEGÚN GSE

ALCANCE PROMEDIO (REACH# PERSONAS)



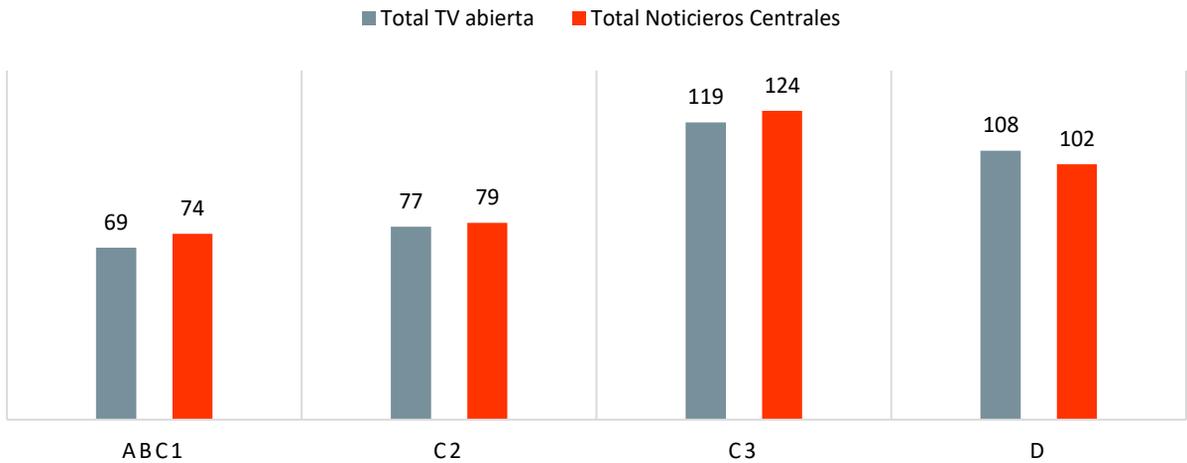
ATS (MINUTOS PROMEDIO PERSONA)



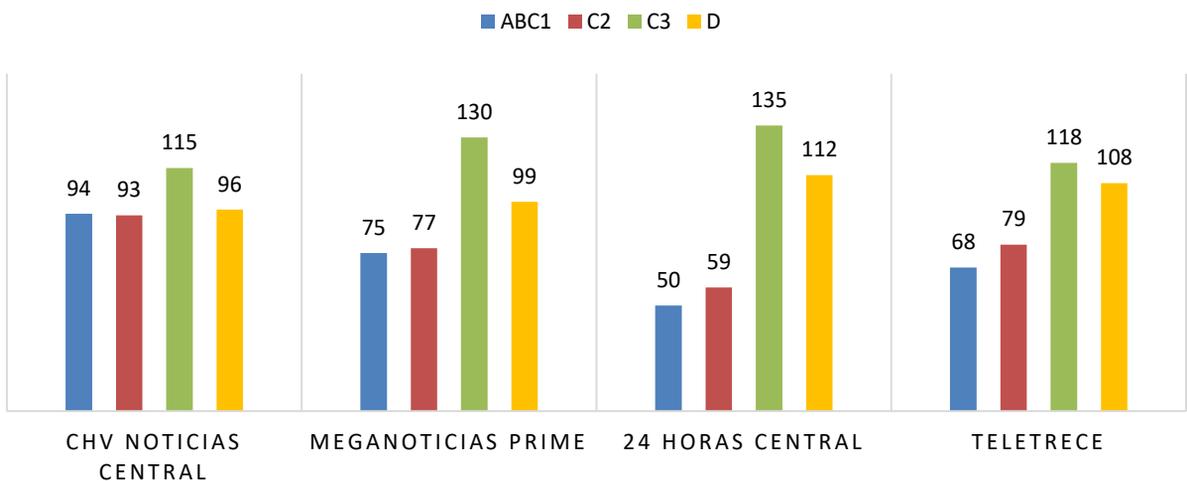
# NOTICIEROS CENTRALES: PERFIL DE AUDIENCIAS

SEGÚN GSE

## AFINIDAD NOTICIEROS CENTRALES Y GSE



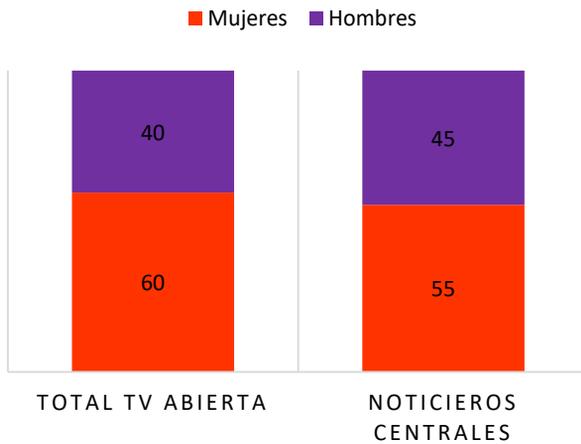
## AFINIDAD POR PROGRAMA Y GSE



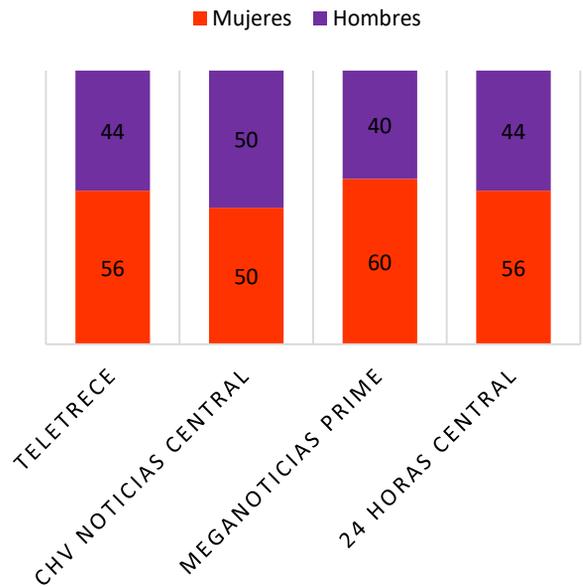
# NOTICIEROS CENTRALES: PERFIL DE AUDIENCIAS

## SEGÚN SEXO

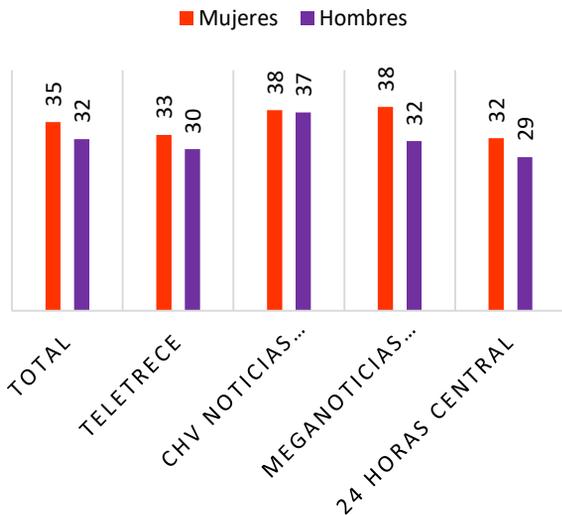
ADHESIÓN TOTAL POR SEXO (%)



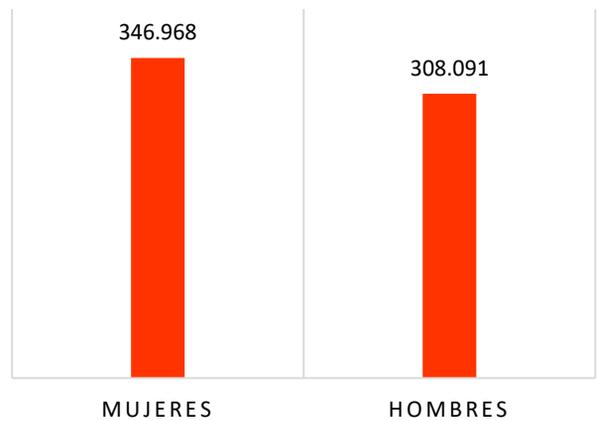
ADHESIÓN POR PROGRAMA (%)



ATS (MINUTOS PROMEDIO PERSONA)



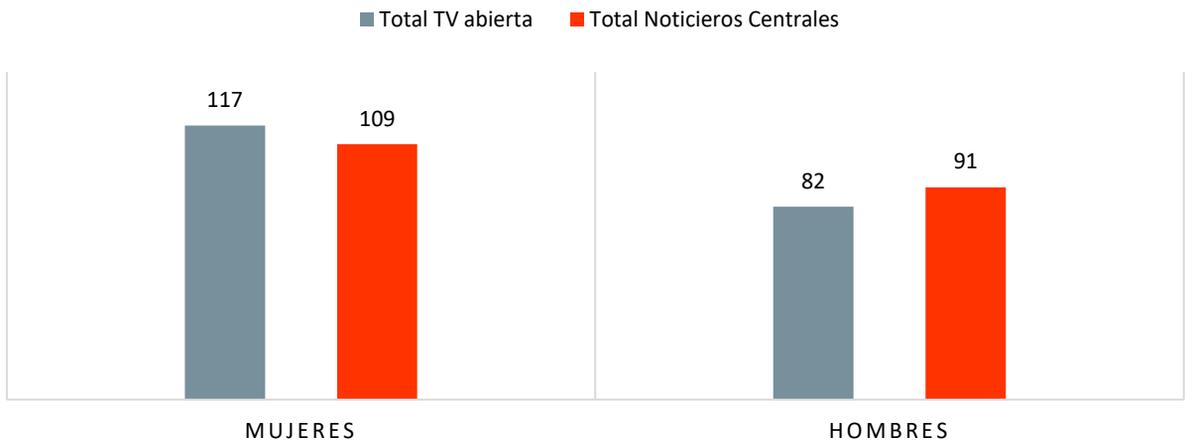
ALCANCE PROMEDIO POR SEXO (REACH# PERSONAS)



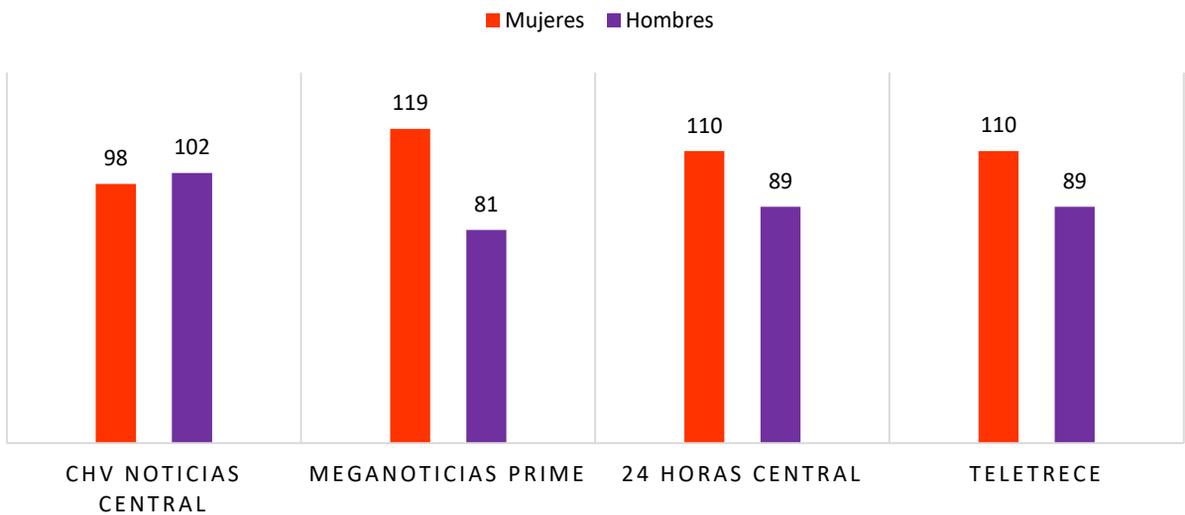
# NOTICIEROS CENTRALES: PERFIL DE AUDIENCIAS

## SEGÚN SEXO

AFINIDAD NOTICIEROS CENTRALES Y SEXO



AFINIDAD POR PROGRAMA Y SEXO





INFORME

NOTICIEROS CENTRALES:

# Perfilamiento de audiencias

Periodo análisis: agosto – noviembre 2024



Departamento de Estudios  
Diciembre 2024

[cntv.cl](http://cntv.cl)