



**CNTV
ESTUDIOS**

**CN
TV**

Informe

**MONITOR DE AUDIENCIAS:
Noticieros centrales y matinales**

SEPTIEMBRE 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 septiembre 2024.

FICHA TÉCNICA

PERIODO ANALIZADO

Septiembre 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

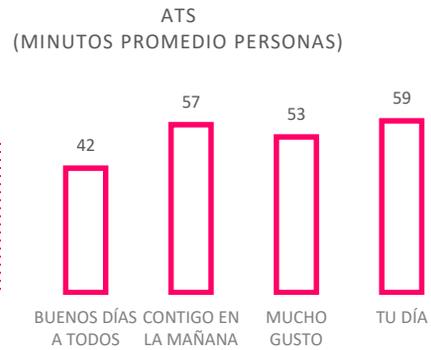
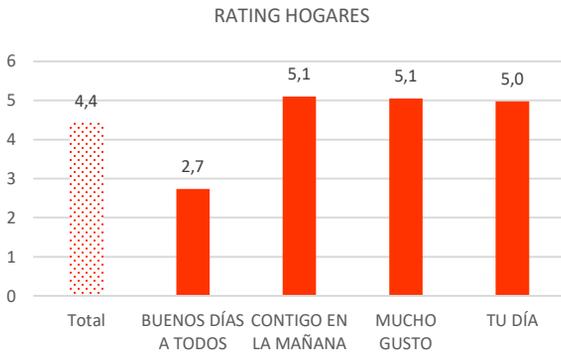
Noticieros:

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

Matinales:

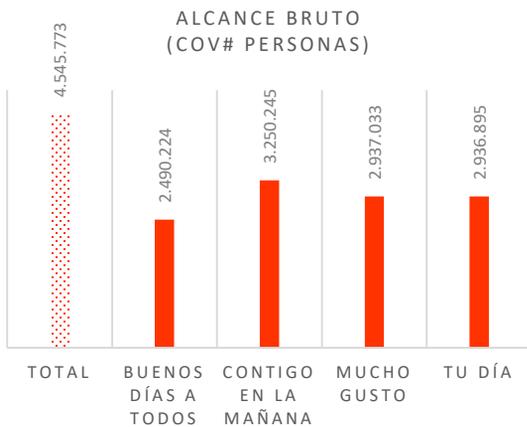
- Buenos Días a Todos (TVN)
- Mucho Gusto (Mega)
- Contigo en la Mañana (CHV)
- Tu Día (Canal 13)

MATINALES: SINTONÍA GENERAL

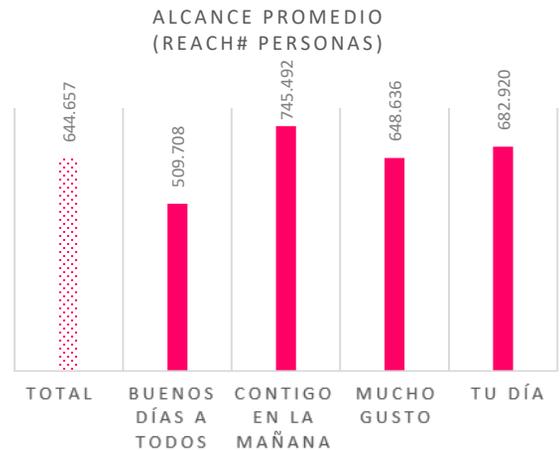


Dos matinales presentan igual rating de sintonía durante septiembre: Contigo en la Mañana (CHV) y Mucho Gusto (Mega). Buenos Días a Todos (TVN) tiene la menor sintonía.

El promedio de minutos de visionado diario en septiembre (*) es similar para Tu Día (Canal 13) -59 minutos promedio- y Contigo en la Mañana (CHV), 57 minutos. En tercer lugar está Mucho Gusto (Mega) con 53 minutos y por último, Buenos Días a Todos (TVN) con 42.



En septiembre, el alcance bruto total (personas que sintonizaron al menos un minuto estos programas) fue de 4,5 millones de personas aproximadamente. Contigo en la Mañana (CHV) ocupa el primer lugar con 3,2 millones de personas.



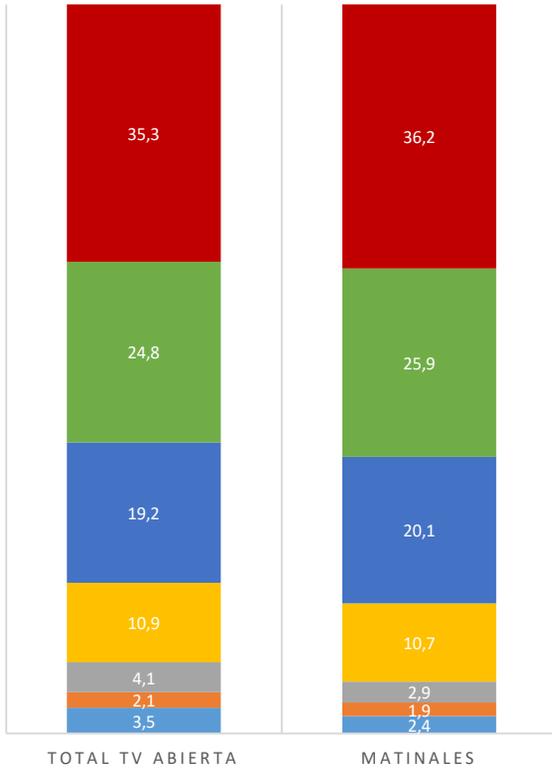
En septiembre, el alcance promedio diario total es de 640 mil personas aproximadamente. Contigo en la Mañana (CHV) presenta mayor alcance que los otros matinales, seguido por Tu Día (Canal 13).

(*) 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

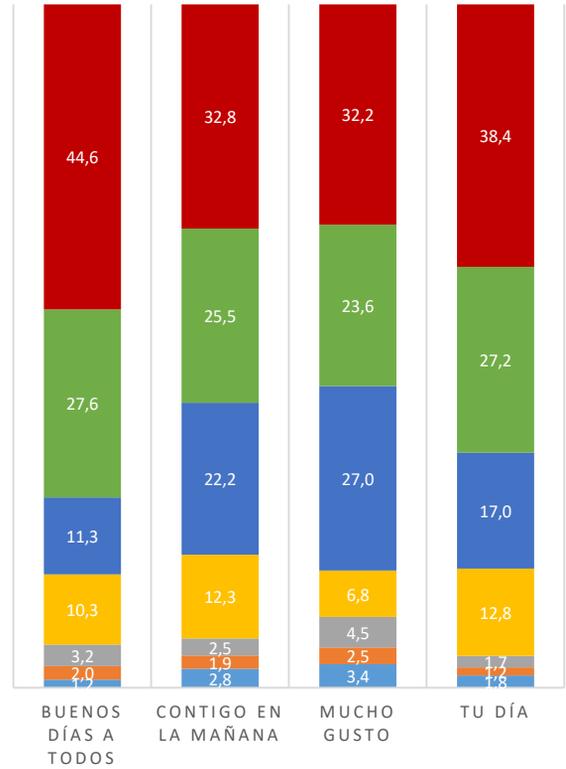
ADHERSIÓN TOTAL MATINALES (%)

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



ADHERSIÓN 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 septiembre, 62,1% de la audiencia total de matinales corresponde a personas mayores de 50 años, superando en 2% a la audiencia de la TV abierta en el mismo rango etario (60%).

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

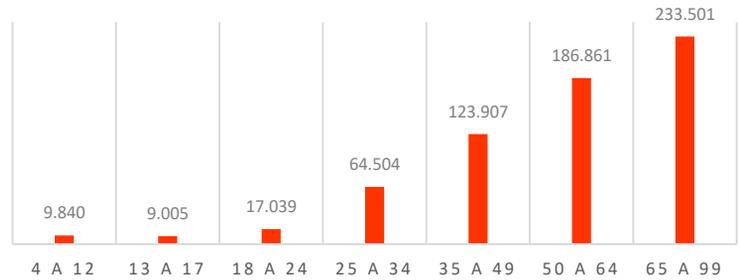
Buenos Días a Todos (TVN) se destaca por su alto porcentaje de público mayor de 65 años, sobre los otros matinales. Mucho Gusto (Mega) tiene mayor proporción de público adulto (35-49 años). Tu Día (Canal 13) y Contigo en la Mañana (CHV) presentan alto porcentaje de público joven, 25-34 años (12%).

MATINALES: PERFIL DE AUDIENCIAS

SEGÚN RANGO ETARIO

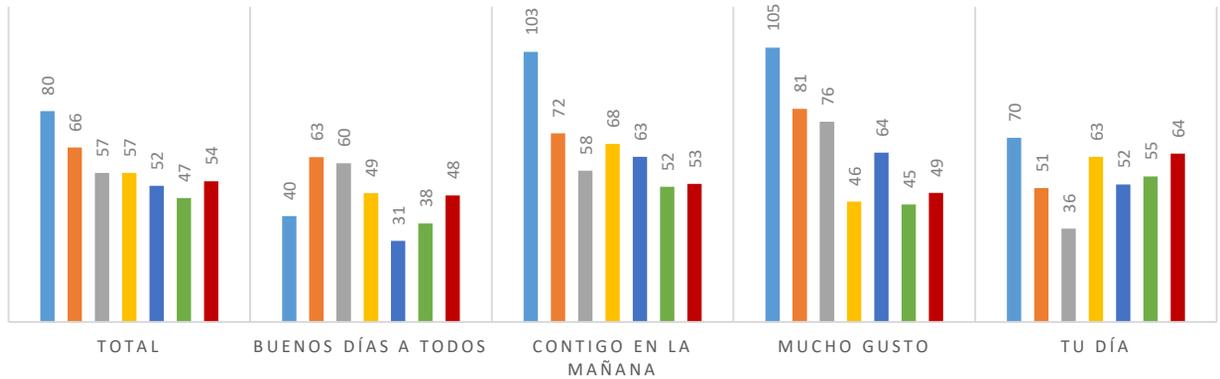
Según el alcance promedio de septiembre, más de 420 mil son personas mayores de 50 años.

ALCANCE PROMEDIO
(REACH# PERSONA)



ATS
(MINUTOS PROMEDIO PERSONAS)

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



En septiembre, quienes destinan más tiempo a ver matinales, son niños y niñas entre 4 y 12 años de edad, con 80 minutos promedio, siendo Contigo en la Mañana (CHV) y Mucho Gusto (Mega) los programas que presentan las mayores cifras para este rango etario: 103 y 105 minutos respectivamente.

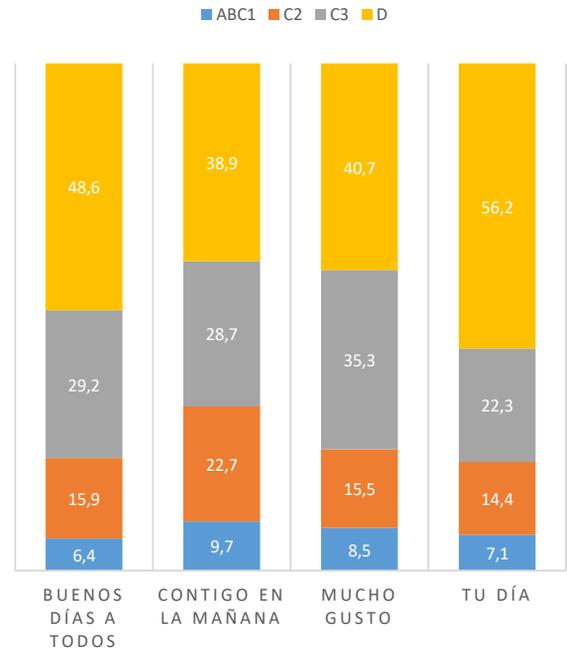
Buenos Días a Todos (TVN) es el único matinal que no tiene al rango 4-12 años como el grupo con mayor tiempo promedio de visionado.

MATINALES: PERFIL DE AUDIENCIAS SEGÚN GRUPO SOCIOECONÓMICO (GSE)

ADHESIÓN TOTAL MATINALES (%)



ADHESIÓN POR PROGRAMA (%)



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

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

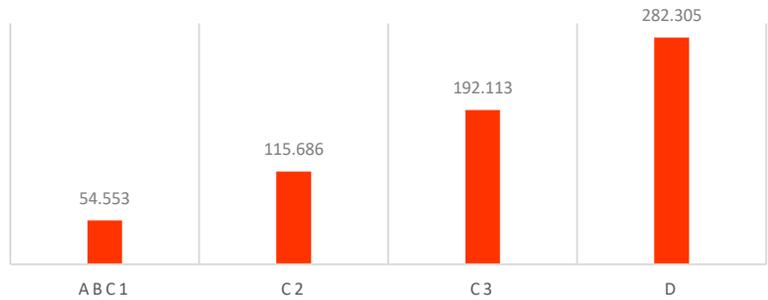
En septiembre, el segmento D es el que presenta mayor adherencia en todos los matinales. Tu Día (Canal 13) y Buenos Días a Todos (TVN) son los que cuentan con mayor presencia de este grupo (56,2% y 48,6% respectivamente).

Mucho Gusto (Mega) presenta alta adherencia de público C3 (35,3%) y Contigo en la Mañana (CHV), de público C2 (22,7%). La mayor participación del segmento ABC1 está en Contigo en la Mañana (CHV) y Mucho Gusto (Mega).

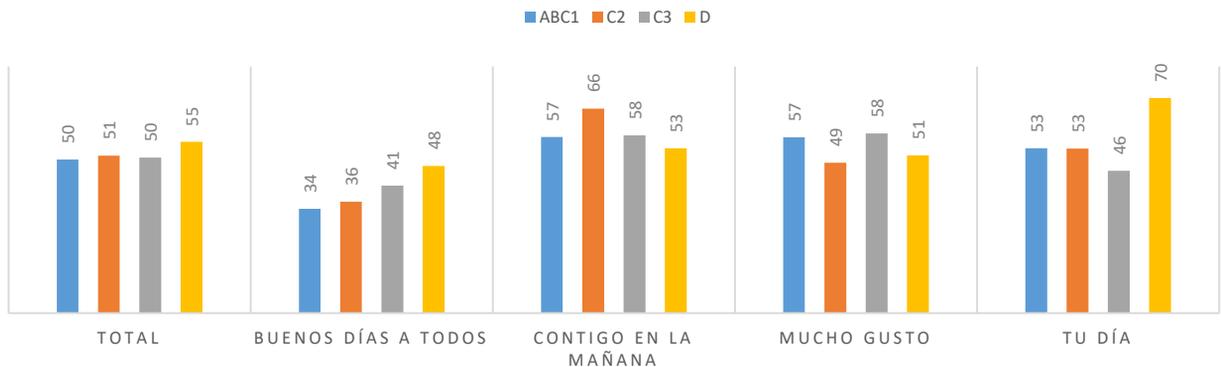
MATINALES: PERFIL DE AUDIENCIAS SEGÚN GRUPO SOCIOECONÓMICO (GSE)

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)

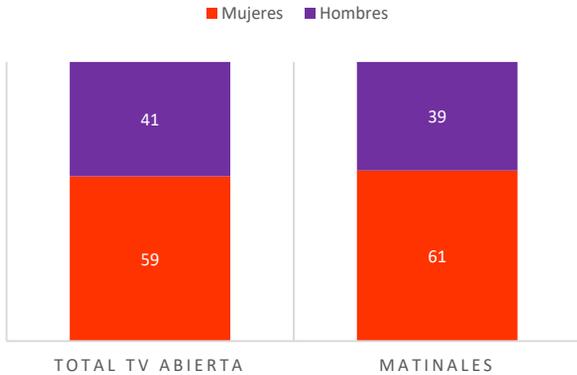


El dato total muestra que, durante septiembre, los grupos socioeconómicos ABC1, C2 y C3 presentan similares promedios de consumo (entre 50 y 51 minutos). El segmento D muestra el promedio más alto (55 minutos).

En Buenos Días a Todos (TVN) los grupos socioeconómicos más altos lo ven por menos tiempo; y los más bajos, por más tiempo. Tu Día (Canal 13) presenta 70 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; y quienes destinan más tiempo a ver Mucho Gusto (Mega) son los segmentos ABC1 y C3.

MATINALES: PERFIL DE AUDIENCIAS SEGÚN SEXO

ADHESIÓN TOTAL MATINALES (%)

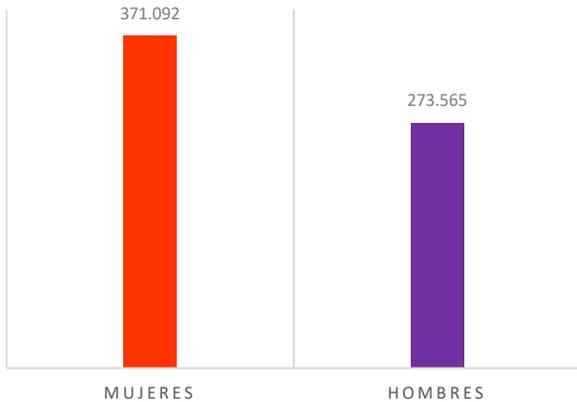


ADHESIÓN POR PROGRAMA (%)

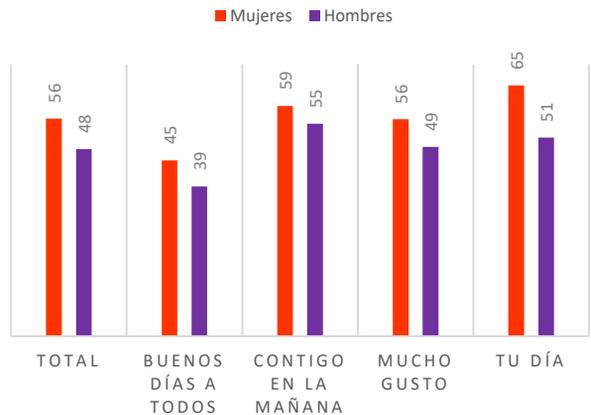


La audiencia de matinales se compone principalmente por de mujeres durante septiembre, al igual que la TV abierta. Las mujeres sobrepasan el 60% del total de audiencia de Buenos días a Todos (TVN), Mucho Gusto (Mega) y de Tu Día (Canal 13).

ALCANCE PROMEDIO
(REACH# PERSONA)

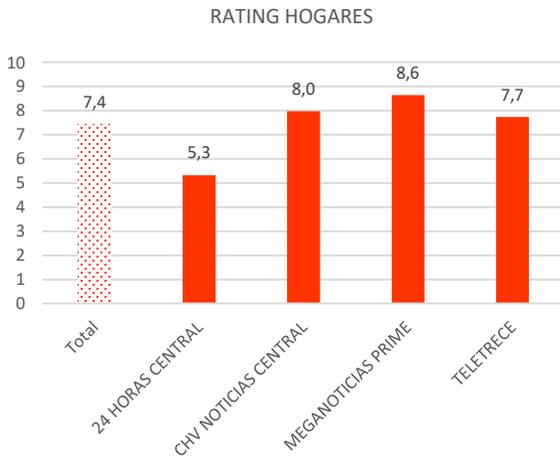


ATS
(MINUTOS PROMEDIO PERSONA)

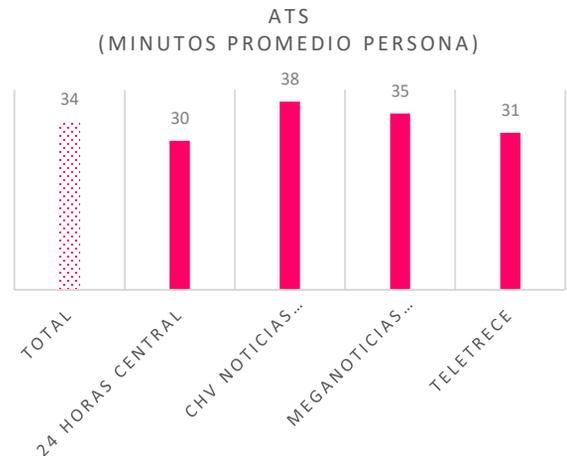


El alcance promedio del mes, confirma la audiencia mayoritariamente compuesta por mujeres. En todos los matinales, ellas tienen un promedio de visionado mayor a los hombres. Contigo en la Mañana (CHV) tiene solo 4 minutos de diferencia entre el tiempo promedio de mujeres y de hombres.

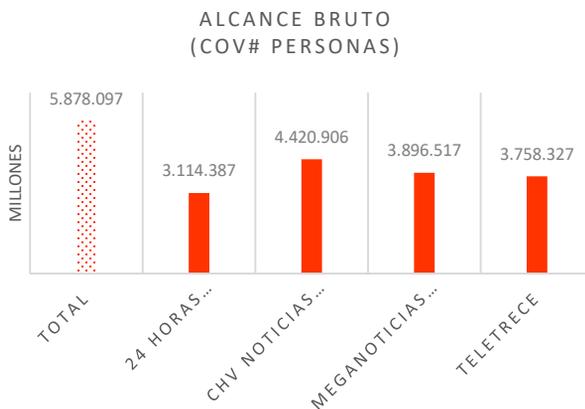
NOTICIEROS CENTRALES: SINTONÍA GENERAL



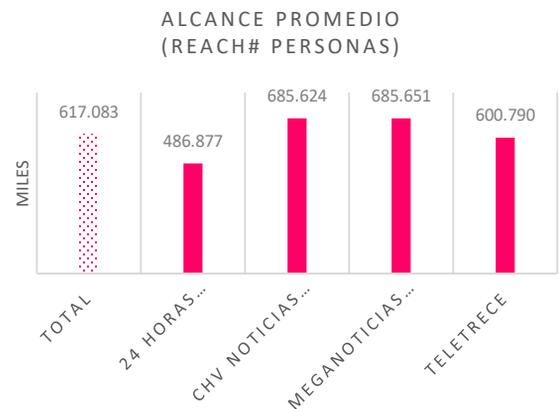
En septiembre, Meganoticias Prime (Mega) lidera en sintonía con 8,6 puntos de rating, seguido por CHV Noticias Central (CHV) con 8 puntos y Teletrece (Canal 13) con 7,7 puntos. 24 Horas Central (TVN) es el noticiero con menor sintonía.



CHV Noticias Central (CHV) es el noticiero que tiene más minutos promedio de visionado diario (38 minutos promedio). Meganoticias Prime (Mega) lo sigue con 35 minutos.



El alcance bruto total de septiembre (personas que sintonizaron al menos un minuto estos programas) es de 5,8 millones de personas, siendo CHV Noticias Central (CHV) el de mayor alcance, seguido por Meganoticias Prime (Mega).



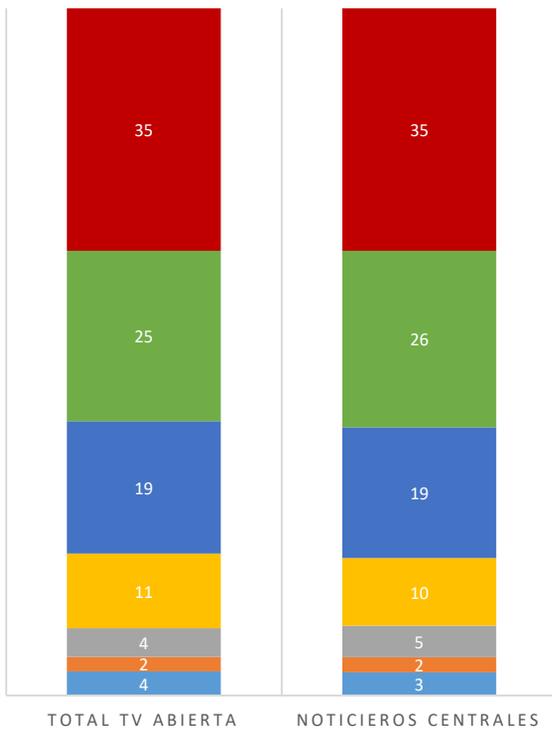
El alcance promedio diario muestra a CHV Noticias Central (CHV) y Meganoticias Prime (Mega) con 685 mil personas aproximadamente, seguidos por Teletrece (Canal 13), con 600 mil.

NOTICIEROS CENTRALES: PERFIL DE AUDIENCIAS

SEGÚN RANGO ETARIO

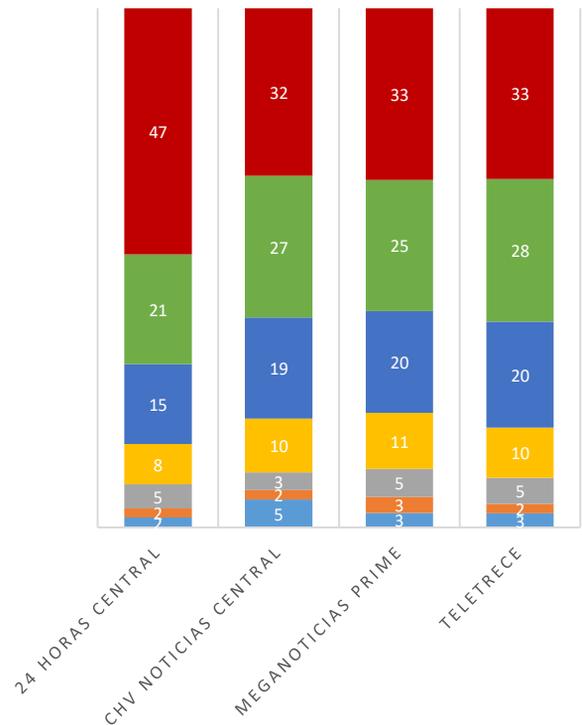
ADHESIÓN TOTAL
NOTICIEROS CENTRALES (%)

■ 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 septiembre, la audiencia de 24 Horas Central (TVN) muestra el mayor porcentaje de personas con 65 años o más.

CHV Noticias Central (CHV), Meganoticias Prime (Mega) y Teletrece (Canal 13) muestran cifras similares en todos los rangos etarios, aunque con algunas diferencias en los grupos de personas menores de 24 años.

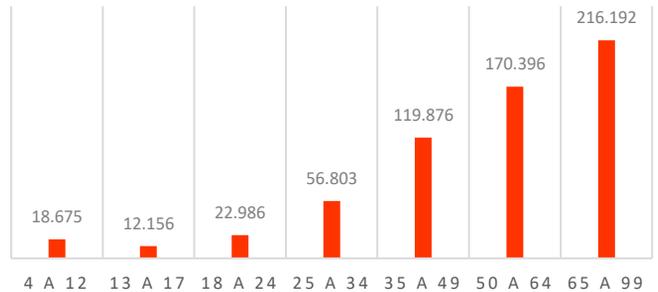
NOTICIEROS CENTRALES: PERFIL DE AUDIENCIAS

SEGÚN RANGO ETARIO

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

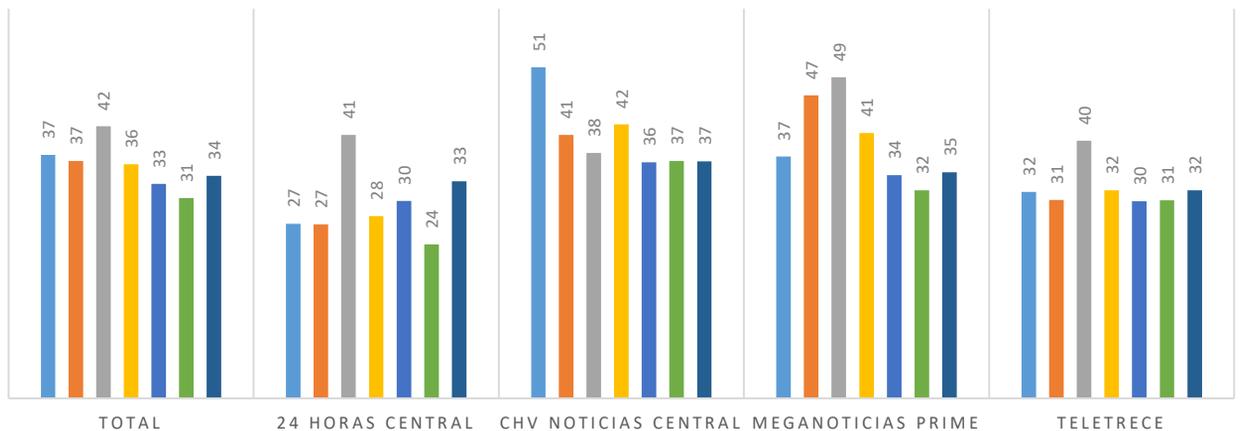
El alcance de estos programas entre niños y niñas de 4 a 12 años, es de 18 mil aproximadamente, cifra por sobre la de adolescentes, entre 13 y 17 años (12 mil).

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



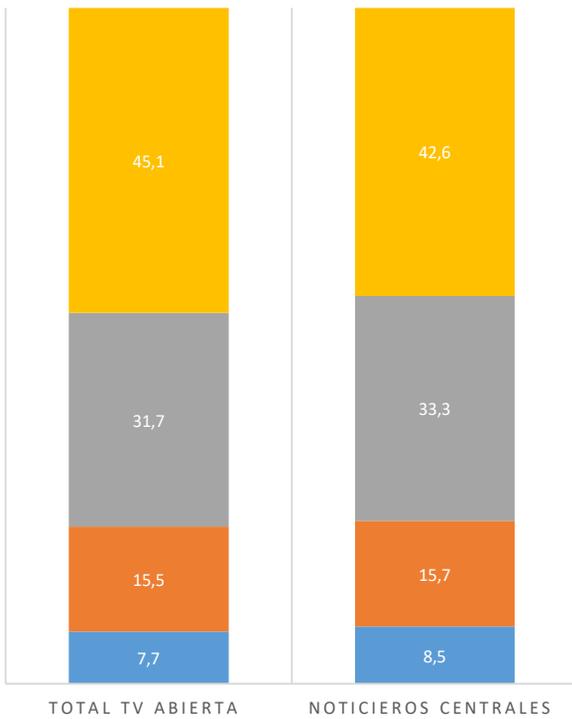
Del promedio total de minutos destinados a noticieros, el grupo de 18 a 24 años es el que presenta las cifras más altas, tendencia apreciada en tres de los cuatro programas monitoreados. Estos jóvenes (18-24 años) registran el promedio más alto en Meganoticias Prime (Mega).

CHV Noticias Central (CHV) concentra el mayor tiempo promedio en el grupo de 4 a 12 años (51 minutos).

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

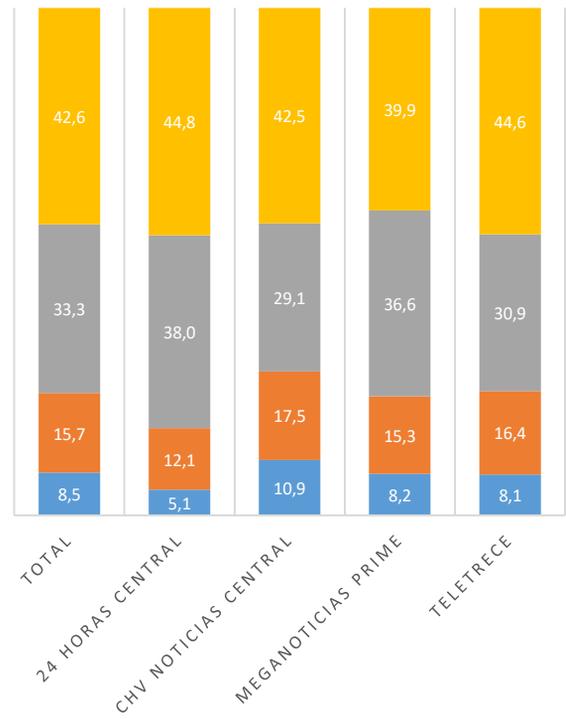
ADHESIÓN TOTAL
NOTICIEROS CENTRALES (%)

■ ABC1 ■ C2 ■ C3 ■ D



ADHESIÓN
POR PROGRAMA (%)

■ ABC1 ■ C2 ■ C3 ■ D



La distribución de la audiencia de los noticieros centrales 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 (44,8% y 44,6% 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

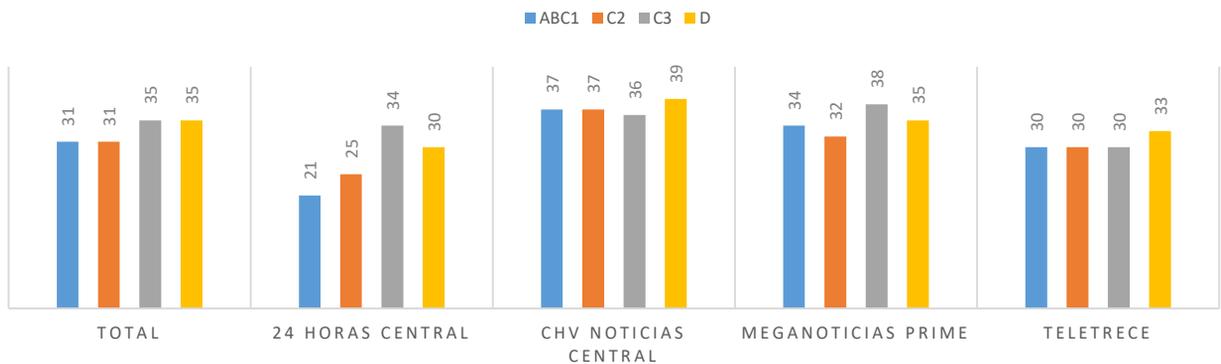
SEGÚN GRUPO SOCIOECONÓMICO (GSE)

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

ALCANCE PROMEDIO
NOTICIEROS CENTRALES



ATS
(MINUTOS PROMEDIO PERSONA)



En septiembre, los segmentos C3 y D, son los que presentan el mayor tiempo promedio de consumo de noticieros.

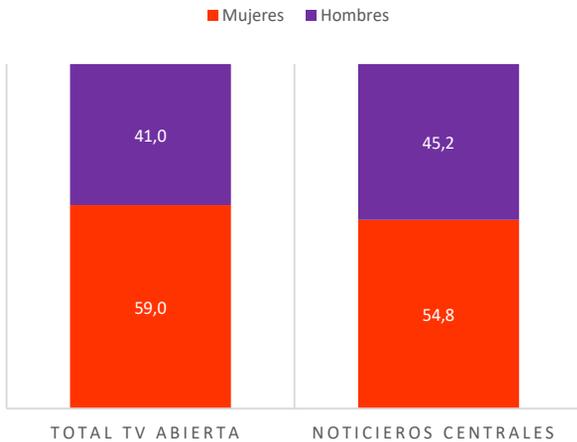
CHV Noticias Central (CHV) registra su mayor promedio en el segmento D, con 39 minutos. Le siguen los grupos ABC1 y C2 con 37 minutos cada uno. El segmento C3 es el que presenta el más alto promedio de consumo de 24 Horas Central (TVN) –con 34 minutos–, al igual que de Meganoticias Prime (Mega), con 38 minutos.

El tiempo promedio de visionado de Teletrece (Canal 13) es igual en todos los segmentos (30 minutos), aunque el grupo D sobresale con 33 minutos promedio.

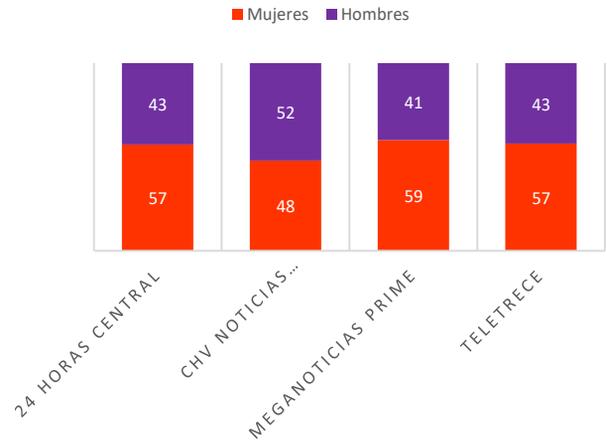
NOTICIEROS CENTRALES: PERFIL DE AUDIENCIAS

SEGÚN SEXO

ADHESIÓN NOTICIEROS CENTRALES
POR SEXO (%)



ADHESIÓN
POR PROGRAMA (%)



En septiembre, 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.

La audiencia de CHV Noticias Central (CHV) está compuesta mayoritariamente por hombres. Meganoticias Prime (Mega), tiene la mayor adhesión de mujeres (59%).

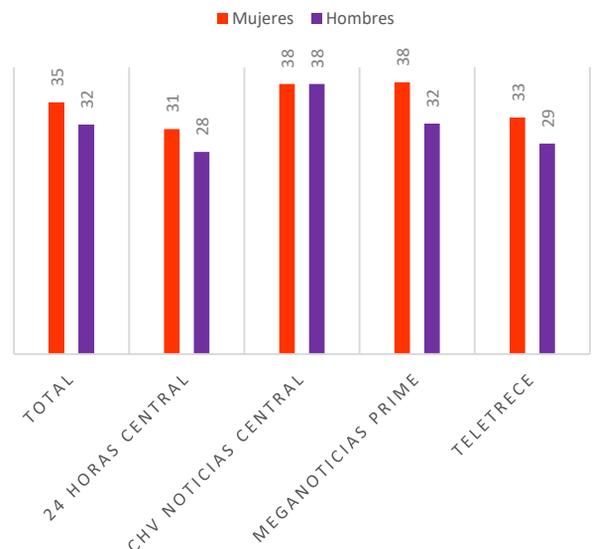
ALCANCE PROMEDIO POR SEXO
(REACH# PERSONA)



El alcance promedio de septiembre, 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) muestra igual tiempo de consumo de parte de ambos sexos (38 minutos promedio).

ATS
(MINUTOS PROMEDIO PERSONA)



Informe

MONITOR DE AUDIENCIAS:
Noticieros centrales y matinales
SEPTIEMBRE 2024

Departamento de Estudios
Diciembre 2024