

Tercer reporte de Audiencia Franja electoral
PLEBISCITO CONSTITUCIONAL DE SALIDA



PRINCIPALES RESULTADOS

CNTV

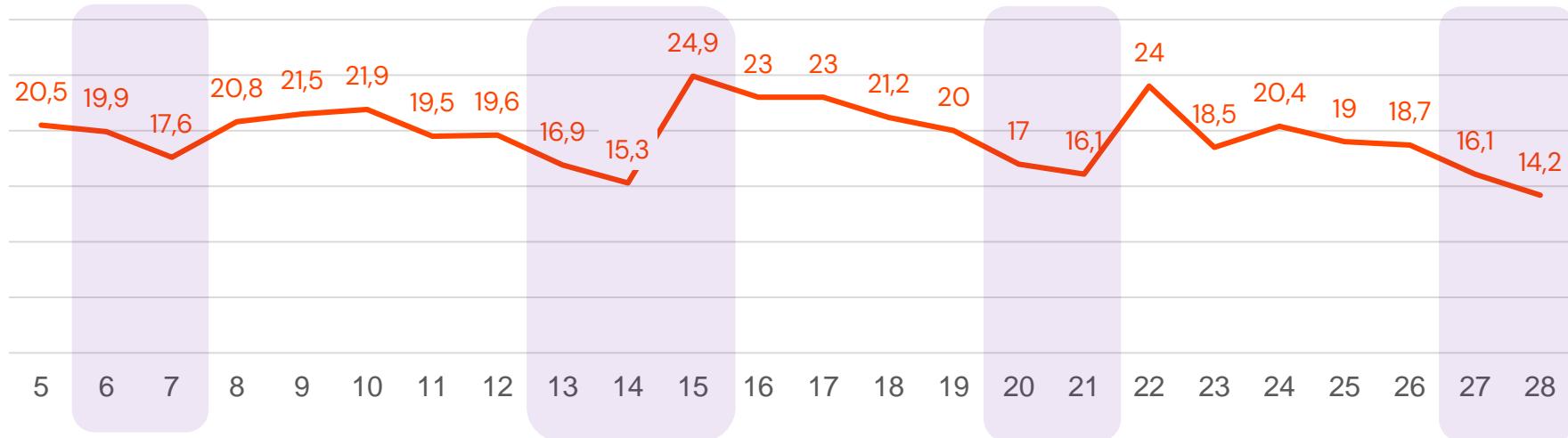
- El promedio de sintonía de la franja a la fecha es de: 20 puntos de rating hogares al medio día y 36,2 puntos en horario de alta audiencia.
- En horario *prime*, el número de personas que vio al menos un minuto de franja, cae significativamente este ultimo fin de semana: entre el jueves 25 de agosto y el domingo 28, se reduce en un 17%, llegando a 1,2 millones de personas
- La franja electoral en ambos horarios se mantiene con mayor presencia femenina: 53% de adhesión al medio día y 57% en el horario *prime*. Sin embargo, los hombres han incrementado su presencia en relación a la semana pasada.
- En cuanto a la fidelidad, en los últimos tres días, las personas entre 35 y 49 años son el *target* que permanece más tiempo viendo ambas emisiones: 86,3% de fidelidad al medio día y 86,8% en el prime.
- Por grupo socioeconómico, el público principal de la franja es el C3 y el D, con prácticamente tres cuartos de la audiencia total. El segmento C2 es el de mayor fidelidad de la franja de medio día con un 87%. En el horario de alta audiencia el segmento D es el de mayor fidelidad con un 84,6% de tiempo de permanencia frente a esta emisión

DATOS GENERALES
26, 27 y 28 de agosto

RATING DIARIO

CNTV

Total Hogares, 12:45 horas



Nota:

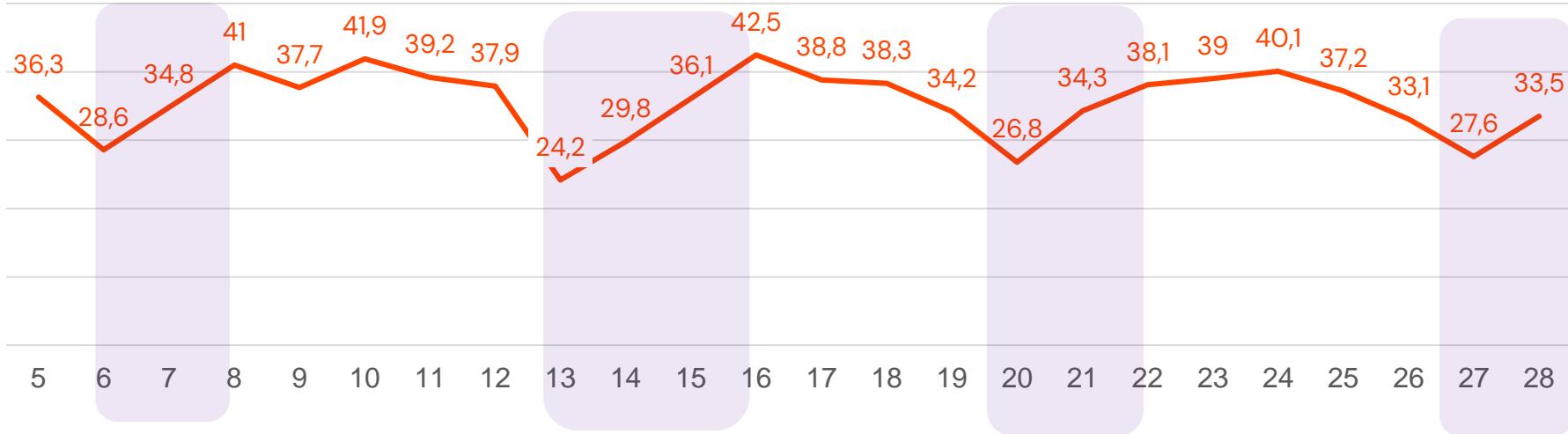
El espacio sombreado corresponde a fines de semana y feriados

Promedio a la fecha: 20 puntos de rating hogares

En el horario diurno la sintonía de la franja muestra una caída sostenida desde el jueves 25 de agosto hasta llegar a su nivel más bajo el domingo 28 de agosto con 14,2 puntos.

RATING DIARIO

Total Hogares, 20:45 horas



Nota:

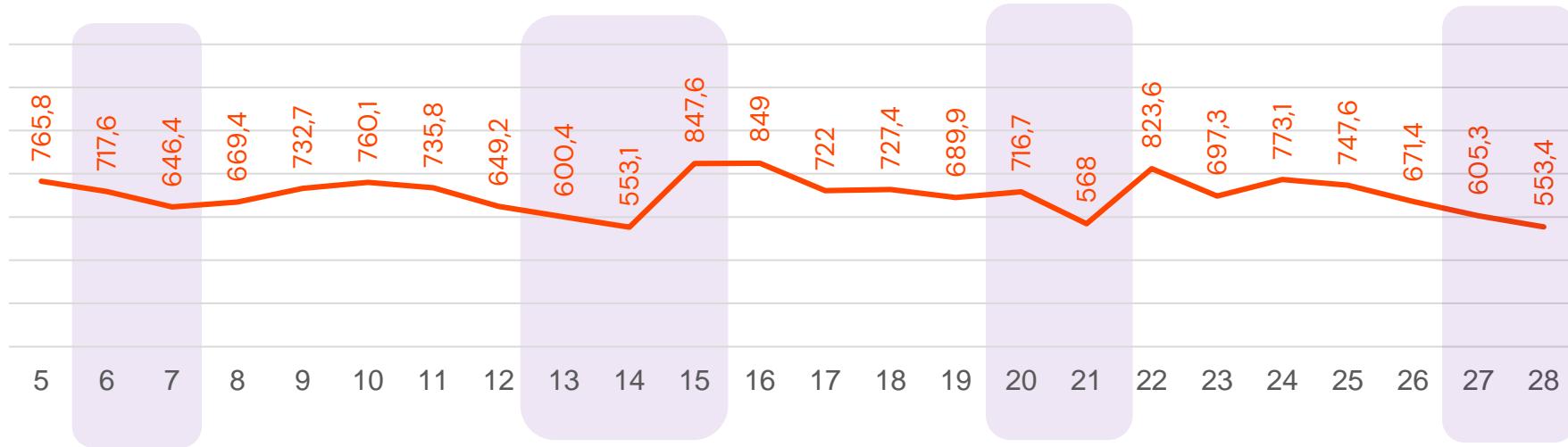
El espacio sombreado corresponde a fines de semana y feriados

Promedio a la fecha: 36,2 puntos de rating hogares

En horario prime, la franja también muestra una sostenida caída desde el día jueves. Sin embargo el día domingo muestra un importante repunte llegando a los 33,5 puntos.

ALCANCE DIARIO (EN MILES)

Total Individuos 12:45 horas



Nota:

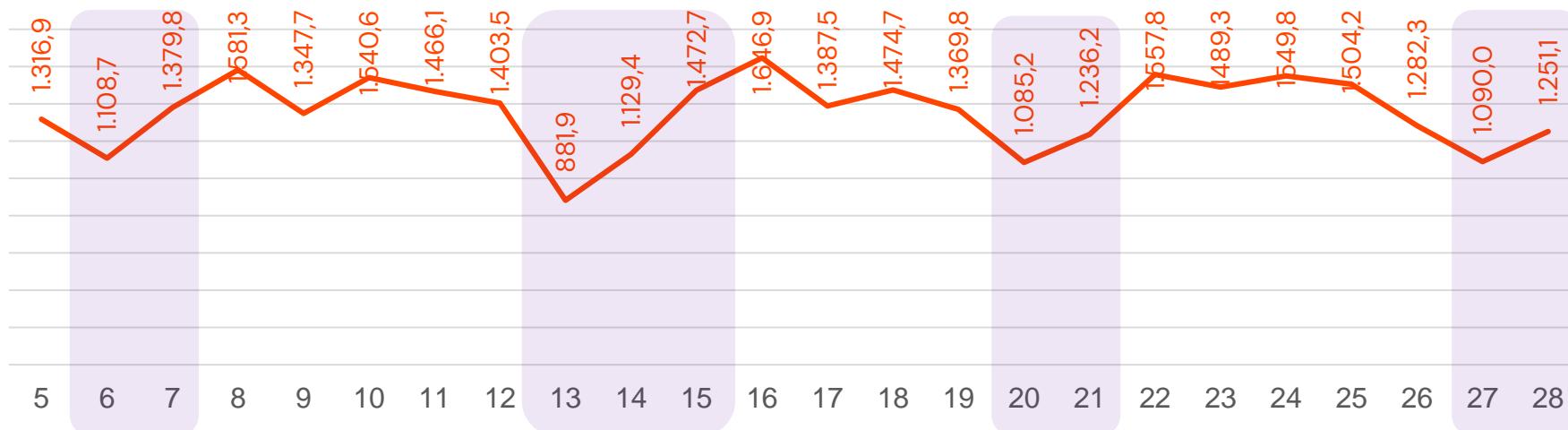
El espacio sombreado corresponde a fines de semana y feriados

Promedio a la fecha: 718.100 personas alcanzadas

El alcance cae sostenidamente durante los últimos 4 días llegando a 553,400 personas el día domingo en la franja de mediodía.

ALCANCE DIARIO (EN MILES)

Total Individuos, 20:45 horas



Nota:

El espacio sombreado corresponde a fines de semana y feriados

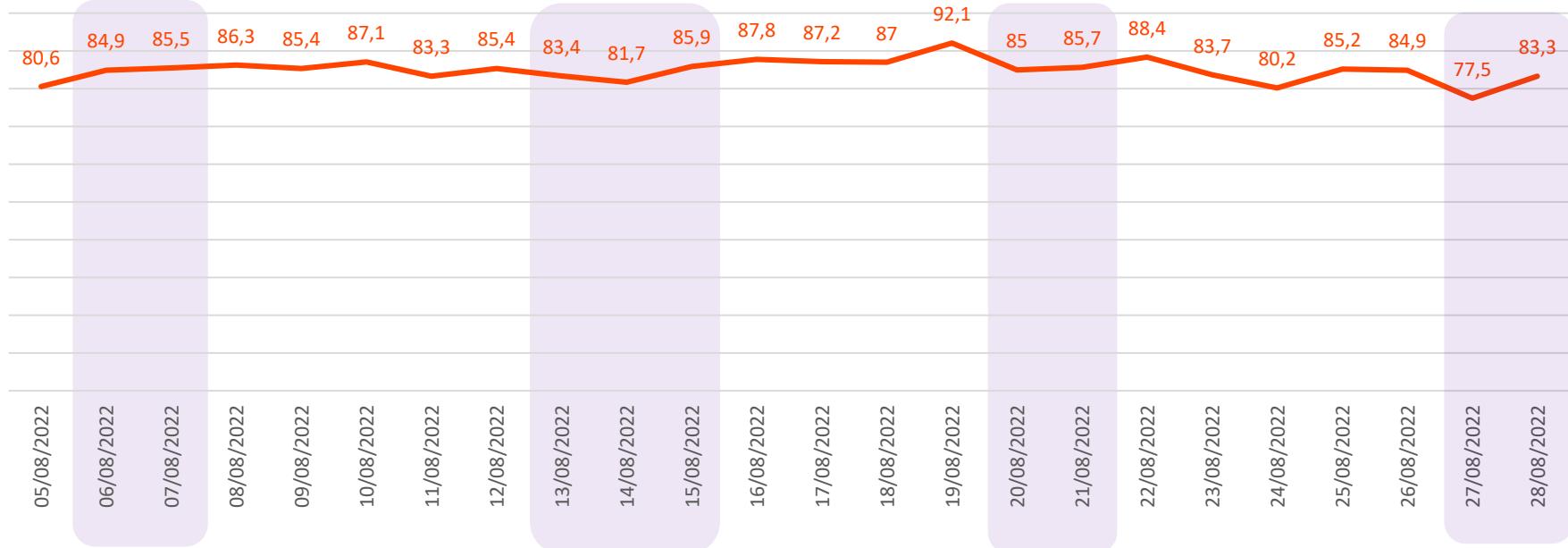
Promedio a la fecha: 1.379.000 personas alcanzadas

En horario prime, el número de personas que vio al menos un minuto de la franja (alcance) cae significativamente este ultimo fin de semana: entre el jueves 25 y el y el domingo 28 de agosto, se reduce en un 17%, llegando a 1,2 millones de personas.

FIDELIDAD DIARIA (%)

CNTV

Total Individuos, 12:45 horas



Nota:

El espacio sombreado corresponde a fines de semana y feriados

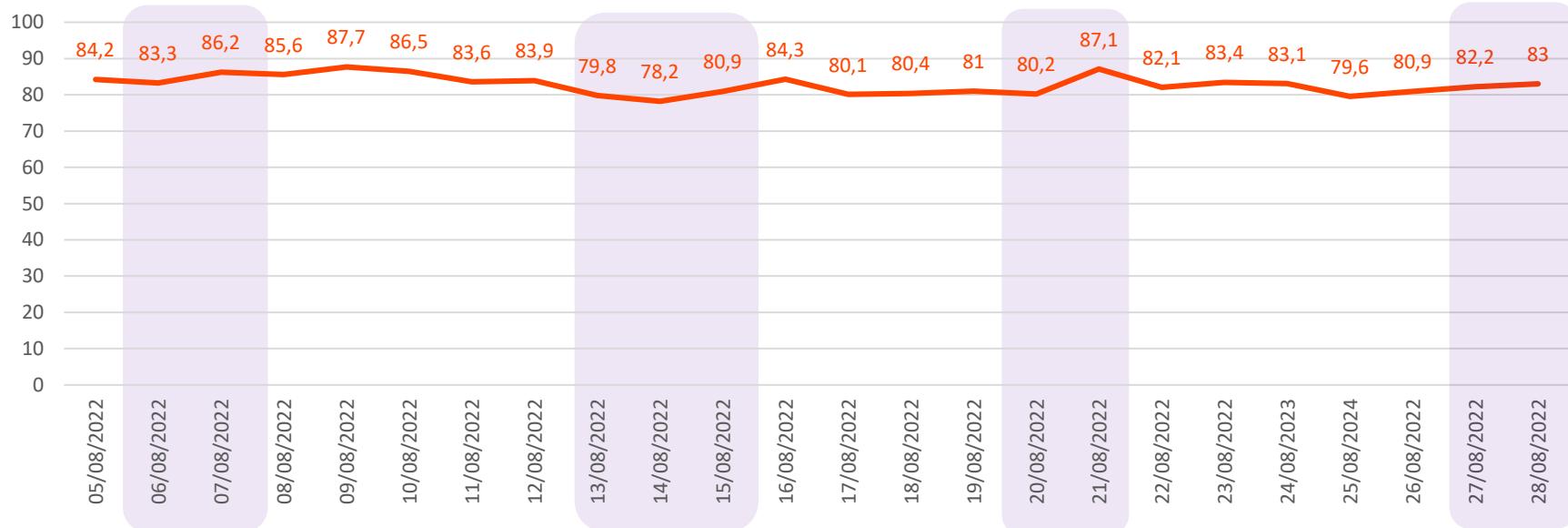
Promedio a la fecha: 85% de fidelidad

La fidelidad total hacia el espacio electoral de medio día, es de 85%. Muestra una leve baja durante el fin de semana.

FIDELIDAD DIARIA (%)

CNTV

Total Individuos, 20:45 horas



Nota:

El espacio sombreado corresponde a fines de semana y feriados

Promedio a la fecha: 82,9% de fidelidad

En horario prime, la fidelidad total se mantiene por sobre el 80% durante el fin de semana. Es mas estable que la fidelidad del horario de medio día.

PERFILES DE AUDIENCIA Y FIDELIDAD

26, 27 y 28 de agosto

PERFIL DE AUDIENCIA SEGÚN SEXO

CNTV

Franja 12:45 horas



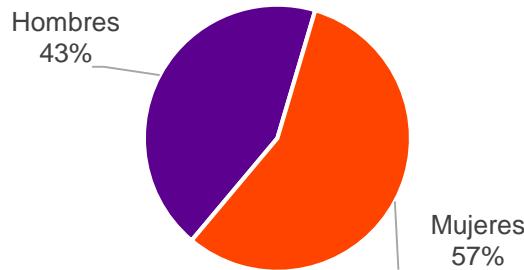
La composición de la audiencia de la franja electoral diurna durante este fin de semana sigue siendo femenina. Sin embargo, los hombres han aumentado su presencia como audiencia de este espacio. De todas maneras para los últimos tres días de esta franja, son las mujeres las que permanecen mayor tiempo viendo la franja electoral en este horario (fidelidad).

PERFIL DE AUDIENCIA SEGÚN SEXO

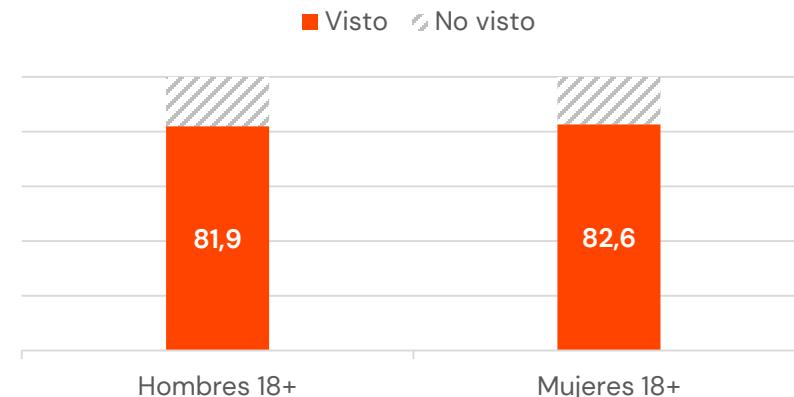
CNTV

Franja 20:45 horas

Adhesión



Fidelidad



Durante el ultimo fin de semana, en el horario *prime*, la franja también muestra un perfil femenino. No obstante hay una mayor participación de los hombres en relación al medio día. También en este horario las mujeres le dedican más tiempo a la franja electoral que los hombres (fidelidad).

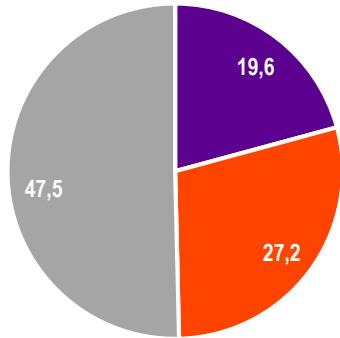
PERFIL DE AUDIENCIA SEGÚN RANGO ETARIO

CNTV

Franja 12:45 horas

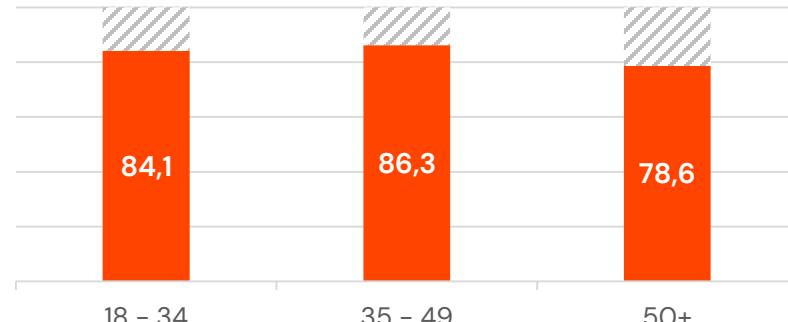
Adhesión (%)

■ Jóvenes 18 a 34 ■ 35 a 49 ■ Mayores de 50 años



Fidelidad

■ Visto ■ No visto

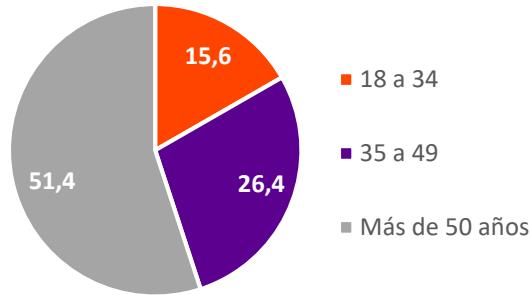


El rango etario que más vio la franja diurna el último fin de semana fueron personas entre 35 y 49 años, y con un porcentaje muy alto de fidelidad: 86,9%. Si bien los jóvenes no muestran alta adhesión, si muestran alta fidelidad, también los adultos entre 35 y 49 años.

PERFIL DE AUDIENCIA SEGÚN RANGO ETARIO

Franja 20:45 horas

Adhesión



Fidelidad

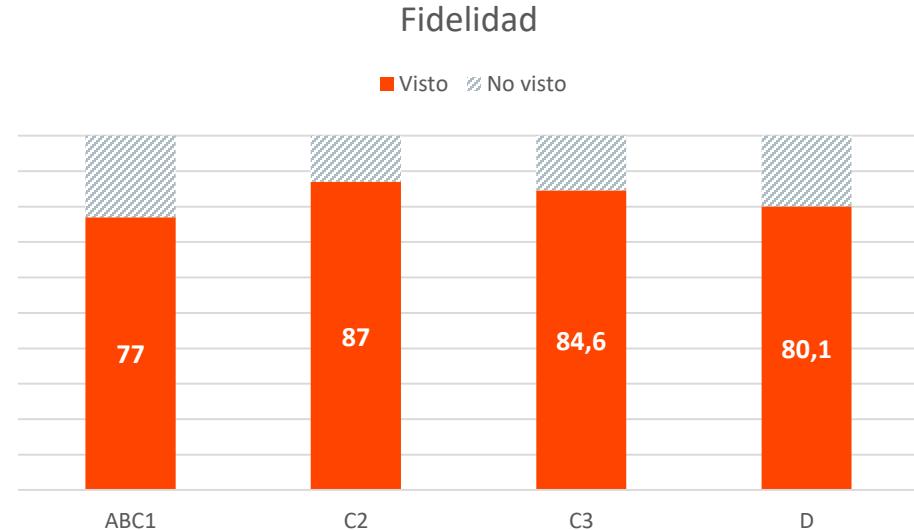
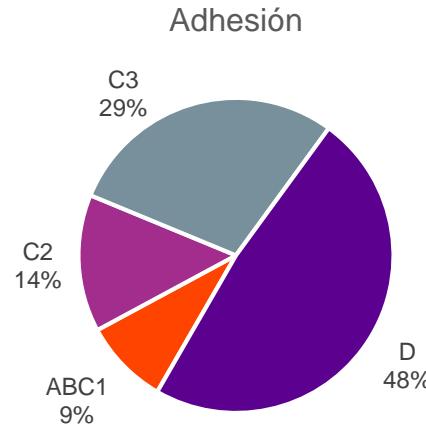


La Franja electoral emitida en horario *prime* el fin de semana presenta mayormente un perfil etario de personas sobre 50 años, seguido de personas entre 35 y 49 años. A pesar de tener la mitad de la audiencias de mayores de 50 años, los jóvenes siguen siendo uno de los rangos etarios con mayor fidelidad al espacio electoral significativamente más alto que las personas mayores de 50 años.

PERFIL DE AUDIENCIA SEGÚN GSE

CNTV

Franja 12:45 horas

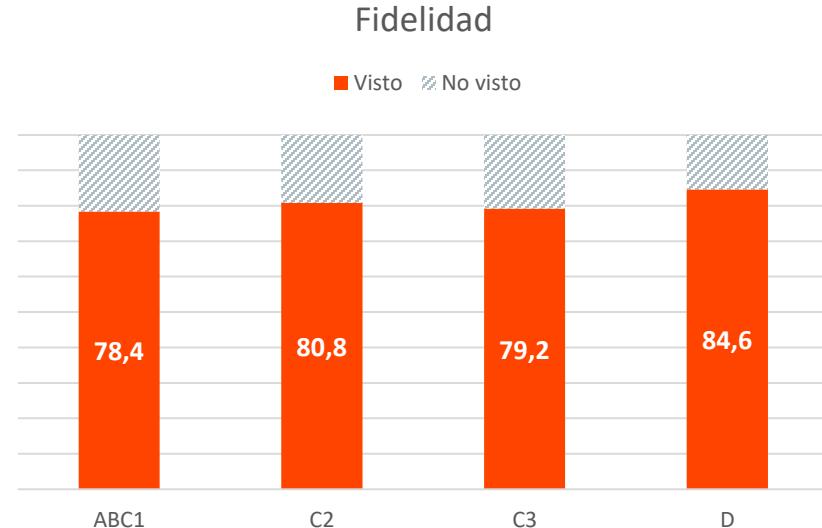
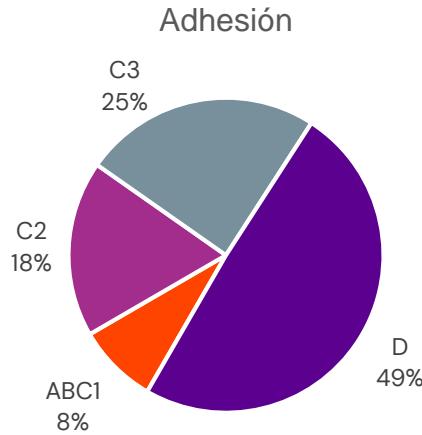


La audiencia de los últimos 3 días se compone principalmente por el segmento D (48%) y C3 (29%). El primero se impone claramente como el segmento de mayor participación en la audiencia de este espacio. Por otro lado, el segmento C2 es el de mayor fidelidad (87%), seguido del C3 (84,6%).

PERFIL DE AUDIENCIA SEGÚN GSE

CNTV

Franja 20:45 horas



Para la franja en horario *prime*, la composición de la audiencia no presenta demasiados cambios respecto a la emitida en horario diurno. Así, el segmento D se mantiene en torno al 50% del total de la audiencia. Entre los segmento D y C3 se llega a un 74% del total de audiencia. Respecto a la fidelidad, el segmento D se mantiene como el GSE con mayor tiempo de visionado (84,6%).

Fuente de información:

- Estudio de medición de audiencia *People Meter*, de Kantar Ibope Media.

Target general de cálculo:

- Individuos, por sexo, edad y GSE.
- Hogares.

Variables:

- **Rating (rat%)**: porcentaje de individuos u hogares (general o por target) que han sido expuestos a un canal o programa, ponderado por tiempo promedio de exposición. Un punto de rating representa un 1% del universo.
- **Alcance (rch%)**: cantidad bruta de individuos u hogares que vieron al menos un minuto del canal o programa.
- **Fidelidad (fid%)**: permanencia en pantalla de una determinada audiencia en un evento, programa o canal particular, medida en porcentaje del total de la emisión.
- **Adhesión (adh%)**: composición demográfica de un canal o un programa específico. También conocido como perfil, muestra la distribución del total de la audiencia por las variables de sexo, GSE, edad, etc.

Programas analizados:

- Franja electoral diurna (12:45 horas).
- Franja electoral *prime* (20:45 horas).

METODOLOGÍA

Universo y muestra

	MUESTRA	UNIVERSO
HOGARES	633	2.590.960
INDIVIDUOS	2.004	7.851.660
MUJERES	1.066	3.966.880
HOMBRES	938	3.854.780

El universo incluye: Antofagasta, Viña del Mar, Valparaíso, Concepción, Talcahuano, Chiguayante, San Pedro de La Paz, Temuco, Padre Las Casas y Santiago (32 comunas de la provincia de Santiago, más San Bernardo y Puente Alto).

Canales incluidos: La Red, TV+, TVN, NTV, Mega, CHV y Canal 13.



Tercer reporte de Audiencia Franja electoral
PLEBISCITO CONSTITUCIONAL DE SALIDA



Departamento de Estudios
29 de agosto de 2022