

www.cntv.cl

cnTV

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISION

PROGRAMAS DE FARÁNDULA ANÁLISIS DE AUDIENCIA

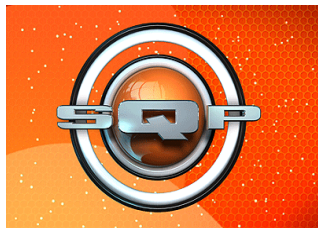
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS
2013

cn
TV

La Audiencia de los programas de Farándula

El presente estudio describe la estructura y composición de las audiencias de los principales programas de farándula emitidos durante el año 2012, con énfasis en la caracterización sociodemográfica.

- Se desarrolló un informe con la composición de las audiencias y su caracterización, de acuerdo a los datos registrados por TV Data y el posterior análisis del equipo de Conecta Media.
- Se apoyó la entrega de información por medio de la revisión general de la prensa escrita con una línea editorial centrada en la farándula, con el fin de identificar los ‘peak’ o hitos específicos de rating de los programas.
- Se analizaron los programas, “Alfombra Roja”, “SQP” y “Primer Plano”.
- Además se incorporó al análisis el programa ‘Mundos Opuestos’ en base al planteamiento teórico de que los *Reality Shows* proveen de celebridades a la Farándula, situación que se ha podido comprobar en la televisión Chilena durante el año 2012.



I. Composición estructural de audiencias de los programas de farándula y el Reality 'Mundos Opuestos'

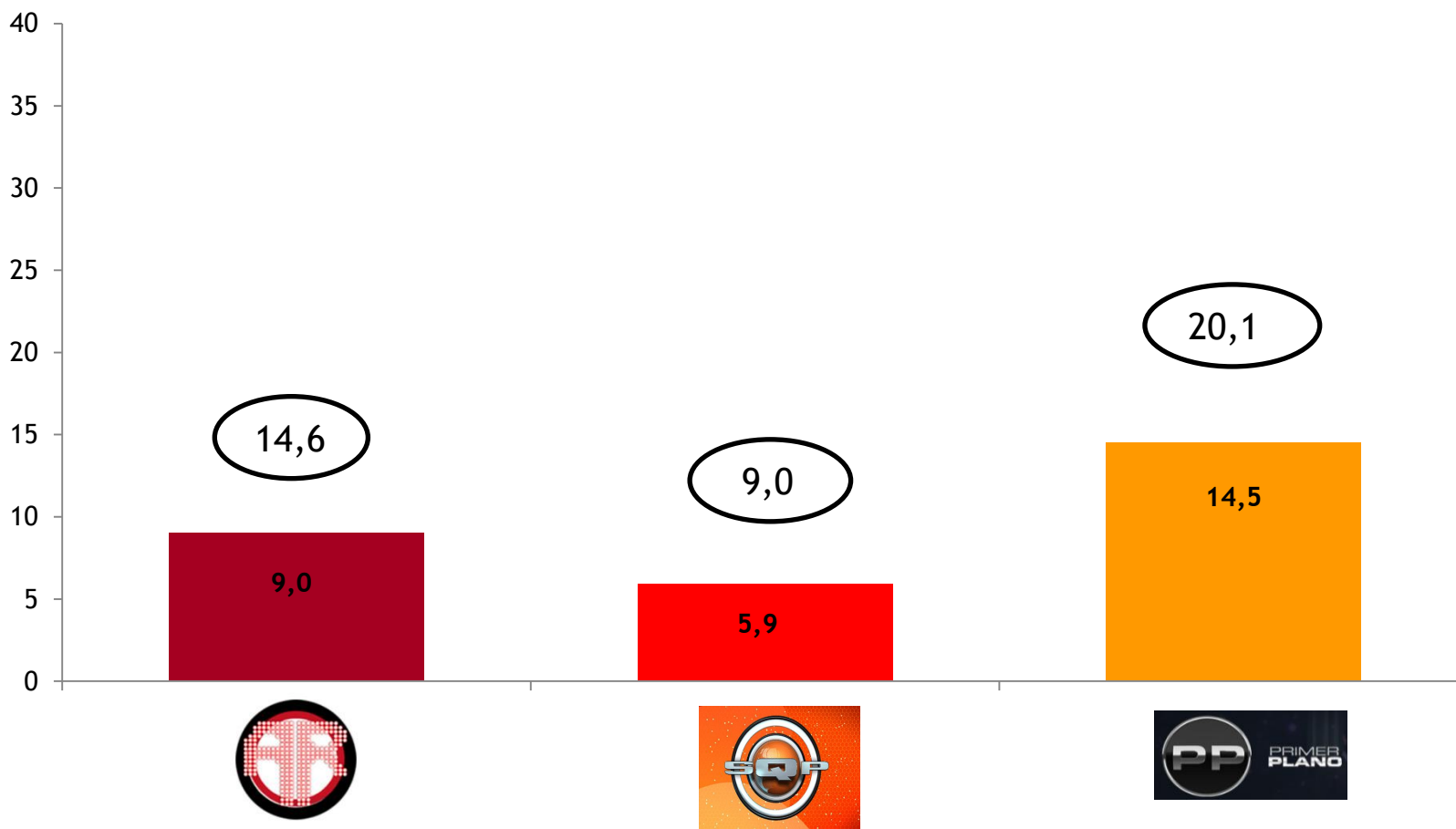
Rating Promedio y peaks de audiencia por programa

Las diferencias de rating entre los tres programas de farándula analizados resultan evidentes, lo que en parte se explica por las diferencias en los horarios de emisión.

El programa emitido después de las 22:00 hrs tiene más audiencia.

Así, entre los programas analizados, 'Primer Plano' fue el de mayor audiencia, alcanzando los 14,5 puntos promedio.

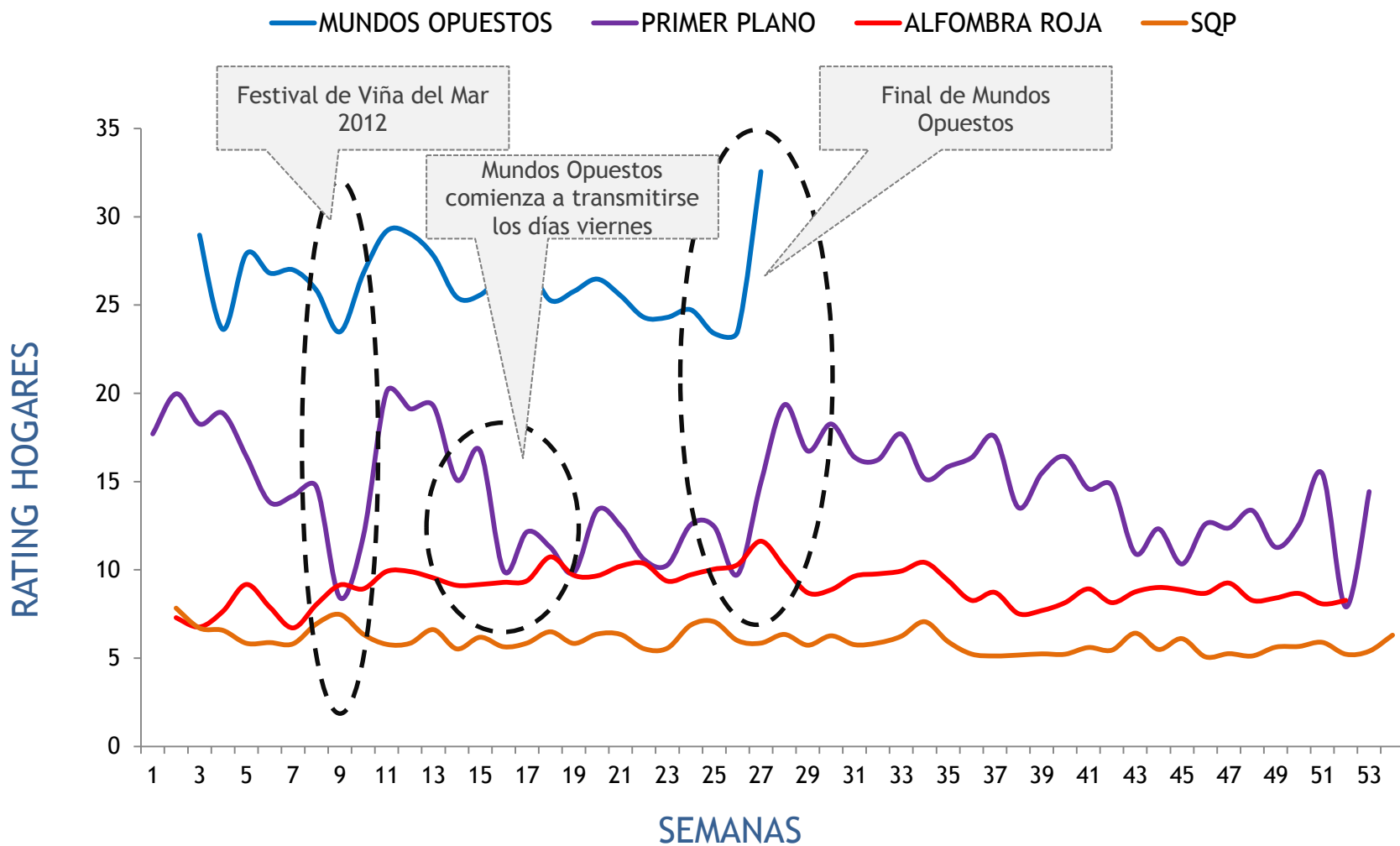
“PEAKS” y Promedios Total Hogares de Tres Programas de Farándula



Evolución Rating Semanal Año 2012

Mundos Opuestos, el reality que en gran parte alimentó los programas de farándula, fue uno de los programas más vistos de la TV chilena durante el año 2012. Para entender su relación y los programas de farándula, se grafica a continuación, la evolución semanal de estos programas durante el año 2012.

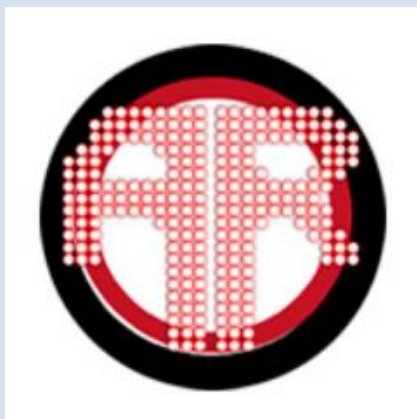
La final de Mundos Opuestos trajo consigo el 'peak' de audiencia del programa 'Alfombra Roja' y el posterior aumento de rating del programa 'Primer Plano', como se aprecia en el gráfico a continuación. El punto más bajo de 'Mundos Opuestos' fue durante el Festival de Viña, precisamente el momento donde aumenta el rating del programa de farándula 'SQP', en el contexto de su edición especial para cubrir este evento. Así, el Festival de Viña, ofrece una variada gama de celebridades que retroalimenta este tipo de programas.



1. Composición estructural de audiencias de Alfombra Roja

Cuadro Resumen Datos de Audiencia Alfombra Roja

Sin considerar ediciones especiales



Número de Emisiones	253 (02 de enero al 31 de diciembre)
Rating Hogar Promedio	9,03
Share Hogares Promedio	18,9
Encendido	47,8
Rating Total Individuos	3,1
Reach	32,4
Rating en miles de personas	199,4
Peak de Audiencia (emisión)	14,6 (28 de junio)

Sexo		Edad							GSE			
Femenino	Masculino	4 a 12	13 a 17	18 a 24	25 a 34	35 a 49	50 a 64	65 a 99	ABC1	C2	C3	D
3,8	2,3	1,9	3,0	3,1	3,1	2,8	4,0	3,6	2,9	3,6	3,5	2,5

Principales resultados de los datos de Audiencia

Alfombra Roja (Sin considerar ediciones especiales)

- Alfombra Roja se transmite por Canal 13 a partir de las 18 horas, de Lunes a Viernes el año 2012.
- Alcanza un rating promedio de 9 puntos, con un share de hogares de 18,9. Esto significa que el 18% del total de televisores encendidos estaba viendo Alfombra Roja. Durante este período, la principal competencia de Alfombra Roja eran los programas juveniles Yingo y Calle 7, sumándose en Mayo otro programa de farándula: 'Secreto a Voces' de MEGA.
- Un dato relevante en este horario es el encendido durante la emisión del programa, el que alcanza un 48% (más bajo que en horario prime, pero mayor al de los programas del mediodía), lo que influye en la audiencia que logra el programa. El 'reach' alcanzó un promedio de 32%, es decir, esta proporción sintonizó al menos por un minuto el programa.
- Alfombra Roja en gran parte del año 2012 tomó como agenda temática el programa Mundos Opuestos. Lo más interesante está en que el 'peak' de sintonía del programa fue de 14,6 puntos el día 28 de Junio, un día después de la emisión de la final de Mundos Opuestos (MO). Tras el final de MO se observa una disminución en la audiencia, situación que se agudiza con la consolidación en ese horario del programa de farándula Secreto a Voces.
- A nivel de audiencias, este programa fue principalmente visto por mujeres, por personas mayores de 50 años y en el segmento socioeconómico C3 y especialmente en C2, donde alcanza 3,6 puntos de rating (junto a la final de 'Mundos Opuestos', es el único programa presente en este estudio que alcanza su mayor audiencia en este grupo).

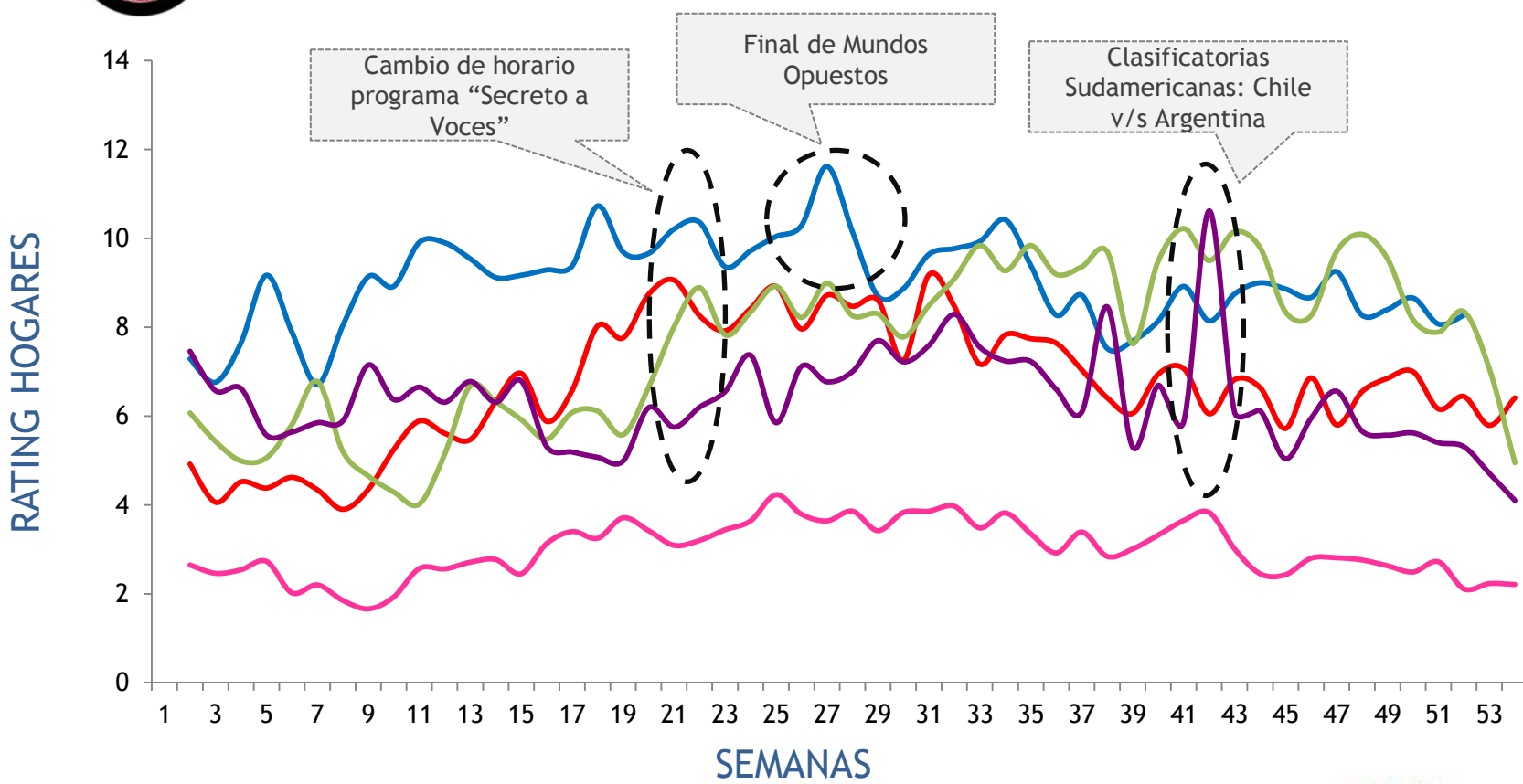
Evolución Rating Semanal Alfombra Roja v/s Industria

Durante la primera mitad del 2012 'Alfombra Roja' superó a la competencia en su horario. El peak de rating del programa se registró un día después de la final de Mundos Opuestos, tras esta fecha se observa una baja en la audiencia. A partir de la semana 35, la consolidación del nuevo programa de farándula de MEGA ("Secreto a Voces") genera una alternancia entre el primer y segundo lugar de audiencia.

Rating Hogares Alfombra Roja v/s Industria por semana. Se considera el horario promedio de inicio y final de Alfombra Roja (18:05 - 20:02).



— Alfombra Roja — TVN — MEGA — CHV — LA RED



2. Composición estructural de audiencias de SQP

Cuadro Resumen Datos de Audiencia SQP

Sin considerar ediciones especiales



Número de Emisiones	250 (02 de enero al 31 de diciembre)
Rating Hogar Promedio	5,9
Share Hogares Promedio	17,3
Encendido	34,1
Rating Total Individuos	1,9
Reach	27,8
Rating en miles de personas	123,1
Peak de Audiencia (emisión)	8,7 (15 de agosto)

Sexo		Edad							GSE			
Femenino	Masculino	4 a 12	13 a 17	18 a 24	25 a 34	35 a 49	50 a 64	65 a 99	ABC 1	C2	C3	D
2,5	1,2	0,6	1,0	1,6	1,8	2,2	2,5	3,0	1,4	1,6	2,2	1,9

Principales resultados de los datos de Audiencia SQP

Sin considerar ediciones especiales

- SQP se transmitió por CHV a partir de las 11 horas (AM), de Lunes a Viernes.
- Promedió un rating hogar de 5,9 puntos, mientras que el share alcanza el 17,3, es decir, del total de televidentes, el 17% sintonizó el programa durante su edición normal. El encendido alcanza un 34%, lo que está por debajo de lo registrado en los horarios de los programas analizados.
- A nivel del 'Reach', si se compara con los otros programas, el registro alcanzado por SQP fue inferior. Solamente el 27% sintonizó el programa por al menos un minuto, muy por debajo de Primer Plano.
- El 'peak' de audiencias de SQP se alcanzó el día 15 de Agosto con 8,7 puntos.
- En cuanto a la comparación del rating de SQP con su competencia directa, no se aprecia un predominio claro de un canal por sobre otro, sino que más bien el liderazgo varía a lo largo del año 2012. Aun así, SQP logró imponerse en varias semanas del año.
- En relación a las audiencias específicas del programa, el promedio indica que es preferentemente femenino, siendo los adultos mayores de 50 años quienes más sintonizan el programa. En cuanto a los segmentos socioeconómicos, los grupos C3 y D son en los que SQP alcanza mayores cifras de rating. Junto con Primer Plano son los únicos programas que se destacan en este segmento.

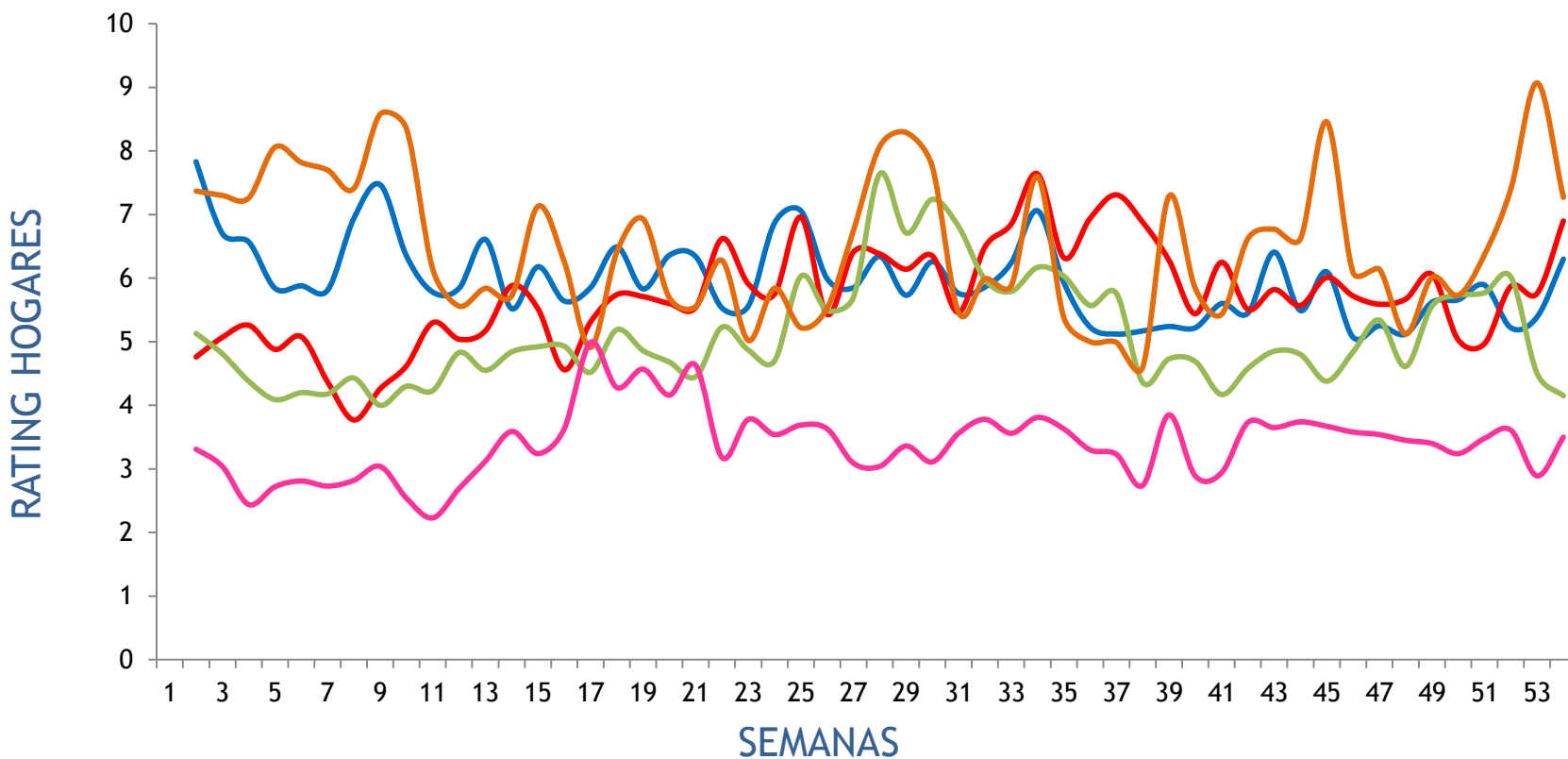
Evolución Rating Semanal SQP v/s Industria

En el horario que se transmite SQP, el encendido televisivo es menor, lo que influye en el rating que alcanza el programa. Se observa que a mitad de año la competencia entre los diferentes canales es evidente, principalmente la primera hora donde compite con los Matinales de Canal 13 y TVN. Sin embargo, el programa registra momentos peak durante el Festival y en la última parte del 2012.

Rating Hogares SQP v/s Industria por semana. Se considera el horario promedio de inicio y final de SQP (11:06 - 13:30).



— SQP — TVN — MEGA — C13 — LA RED



Cuadro Resumen Datos de Audiencia SQP

Edición Viña del Mar



Número de Emisiones	9 (20 al 28 de febrero)
Rating Hogar Promedio	7,4
Share Hogares Promedio	20,2
Encendido	36,6
Rating Total Individuos	2,6
Reach	35,5
Rating en miles de personas	167,8
Peak de Audiencia (emisión)	9,0 (24 de febrero)

Sexo		Edad							GSE			
Femenino	Masculino	4 a 12	13 a 17	18 a 24	25 a 34	35 a 49	50 a 64	65 a 99	ABC1	C2	C3	D
3,2	1,9	1,4	2,0	2,2	2,6	2,6	3,3	3,6	2,0	2,1	3,1	2,7

Principales resultados de los datos de Audiencia SQP

Edición Viña del Mar

- Durante el Festival de Viña, SQP realizó una edición especial con cobertura desde la ciudad. Su agenda estuvo determinada por los hitos del festival. El rating promedio de hogares alcanzó a 7,4 puntos, superando el promedio de 5,9 que registró durante las ediciones normales del programa.
- El encendido en este horario fue de 36,6%, el que supera levemente al de la edición normal. El 'reach' fue más alto a lo registrado en sus ediciones normales, alcanzando un 35% de la audiencia que vio el programa y estuvo al menos 1 minuto.
- El 'peak' de audiencia alcanzó 9,0.
- A nivel de audiencias, el perfil no difiere mucho al de la edición normal. En este sentido, el target fue preferentemente femenino, personas mayores de 50 años y en los segmentos socioeconómicos C3 y D.

3. Composición estructural de audiencias de Primer Plano

A. Cuadro Resumen Datos de Audiencia Primer Plano

Sin considerar programas especiales



Número de Emisiones	48 (06 de enero al 28 de diciembre)
Rating Hogar Promedio	14,5
Share Hogares Promedio	24,0
Encendido	60,4
Rating Total Individuos	5,1
Reach	50,7
Rating en miles de personas	334,2
Peak de Audiencia (emisión)	20,1 (09 de marzo)

Sexo		Edad							GSE			
Femenino	Masculino	4 a 12	13 a 17	18 a 24	25 a 34	35 a 49	50 a 64	65 a 99	ABC1	C2	C3	D
6,8	3,3	2,3	2,3	3,3	4,1	5,4	8,1	9,3	4,5	4,8	5,6	5,2

Principales resultados de datos de Audiencia de 'Primer Plano'

Sin considerar programas especiales

- Primer Plano (PP) se transmitió por CHV a las 22:00 horas, los días Viernes.
- El rating promedio de hogares de PP alcanza los 14,5 puntos, superando a Alfombra Roja y SQP. Sin embargo, en dicho horario del día viernes compitió durante el primer semestre con Mundos Opuestos, con un resultado de audiencias por debajo de este programa de Canal 13. En el período post Mundos Opuestos lidera la sintonía del día viernes, pero vuelve a la segunda posición con la consolidación de 'Pareja Perfecta', el segundo reality emitido por el canal de la competencia .
- A nivel de encendido, en el horario de transmisión de 'Primer Plano', alcanza un 60%. El 'reach' del programa es de 50%, lo que significa que la mitad de la audiencia vio el programa por al menos 1 minuto. Este 'reach' es muy cercano al que promedió Mundos Opuestos durante la semana, sin considerar la final.
- El 'peak' de sintonía de PP fue el día 09 de Marzo con 20 puntos de rating. Es importante considerar que 'Mundos Opuestos' en el mes de Marzo no se transmitía el día viernes.
- A nivel de audiencias, el target de PP es principalmente femenino. En tramos de edad, el programa registra su mayor audiencia entre los mayores de 35 años, especialmente en el tramo que va entre los 65 y más años. En cuanto a la audiencia por estrato socio-económico, el perfil es similar al de SQP, es decir, la audiencia es mayor en los grupos C3 y D.

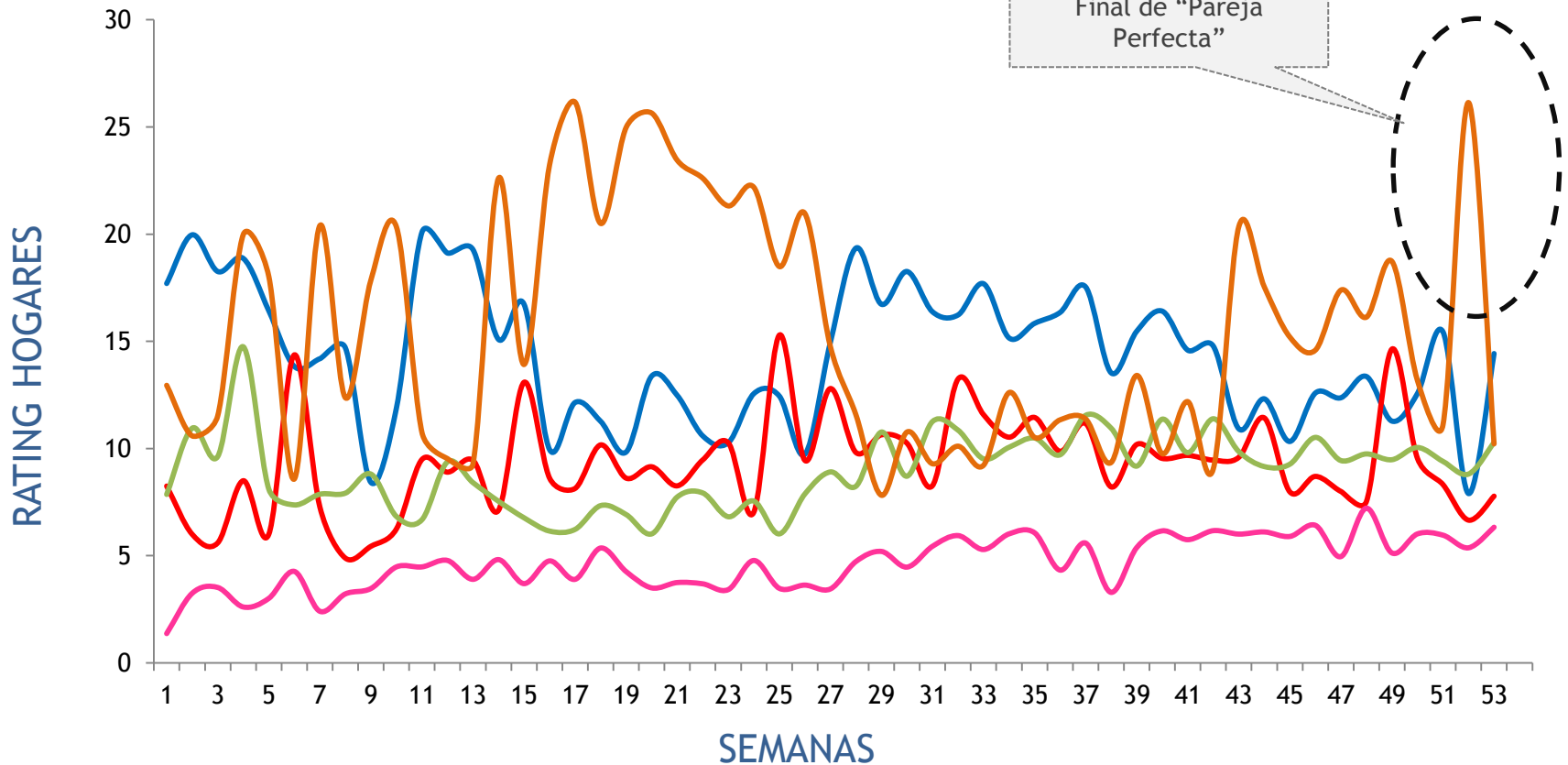
Evolución Rating Semanal Primer Plano v/s Industria

En buena parte del año 2012, Primer Plano logra el segundo lugar en términos de audiencia durante su horario de emisión, siendo superado por Canal 13 que transmitía Mundos Opuestos, a esa hora. Durante el período en que no hubo realities en Canal 13, Primer Plano (PP) logró consolidarse en el primer lugar. En este sentido, fue uno de los principales damnificados con el éxito de los realities de C13. El peak lo alcanza en el mes de Marzo, precisamente cuando el reality 'Mundos Opuestos' no era emitido los días viernes.

Rating Hogares Primer Plano v/s Industria por semana. Se considera el horario promedio de inicio y final de Primer Plano (22:32 - 01:14).



— Primer Plano — TVN — MEGA — C13 — LA RED



B. Cuadro Resumen Datos de Audiencia Primer Plano

Edición Especial



Número de Emisiones	7 (01 de enero al 29 de noviembre)
Rating Hogar Promedio	15,3
Share Hogares Promedio	24,1
Encendido	63,5
Rating Total Individuos	5,6
Reach	51,3
Rating en miles de personas	363,0
Peak de Audiencia (emisión)	18,9 (19 de enero)

Sexo		Edad							GSE			
Femenino	Masculino	4 a 12	13 a 17	18 a 24	25 a 34	35 a 49	50 a 64	65 a 99	ABC 1	C2	C3	D
6,7	4,4	1,8	2,7	3,3	4,8	5,9	9,3	9,8	4,9	4,9	6,5	5,5

Principales resultados de los datos de Audiencia Primer Plano

Edición Especial

- Las Ediciones Especiales de PP son programas que se realizan un día de la semana, según un hito específico asociado a la farándula, que genere contenido para una emisión. Estas fueron 7 durante el año 2012, promediando un rating hogares de 15 puntos, con un share hogares promedio de 24 puntos.
- El encendido alcanza a un 63%, mientras que el 'Reach' es de 51%, lo que significa que un poco más de la mitad de los televidentes miró el programa por al menos un minuto.
- El 'peak' de audiencia de las siete ediciones se alcanzó el día Jueves 19 de Enero con 19 puntos. La temática de esta edición especial fue una revisión de los pormenores de la suspensión del matrimonio de Iván Zamorano con María Eugenia Larraín.
- A nivel de audiencias, no se observan variaciones considerables con lo registrado en el programa en su edición normal. De este modo, en el genero femenino hubo mayor rating que en el masculino, la audiencia fue preferentemente mayor a 35 años (especialmente en el tramo 65 y más) y perteneciente a los segmentos socioeconómicos C3 y D.

C. Cuadro Resumen Datos de Audiencia Primer Plano

Edición Viña del Mar



Número de Emisiones	9 (20 al 28 de febrero)
Rating Hogar Promedio	8,3
Share Hogares Promedio	19,0
Encendido	43,6
Rating Total Individuos	3,2
Reach	35,8
Rating en miles de personas	209,1
Peak de Audiencia (emisión)	11,6 (24 de febrero)

Sexo		Edad							GSE			
Femenino	Masculino	4 a 12	13 a 17	18 a 24	25 a 34	35 a 49	50 a 64	65 a 99	ABC1	C2	C3	D
3,9	2,5	2,3	1,8	2,3	3,3	3,2	4,2	4,7	1,9	2,3	3,5	3,9

Principales resultados de los datos de Audiencia Primer Plano

Edición Viña del Mar

- Al igual que el resto de los programas de farándula, PP realiza una edición especial durante el Festival de Viña, que se tradujo en 9 capítulos. El promedio de rating de hogares que alcanzó fue de 8,3 puntos, por debajo de lo que obtiene en sus ediciones durante el resto del año, incluidas ediciones especiales. Asimismo, el share de hogares promedio alcanza los 19 puntos.
- El encendido durante Febrero tiende a ser más bajo que en otros meses del año. En el caso de esta edición de Primer Plano, el encendido alcanzó a un 44%, por debajo del registrado por las otras ediciones del programa (cabe señalar que el horario de esta edición no fue prime, sino que de 18:51 a 21:00).
- El 'peak' de audiencia lo alcanzó el 24 de Febrero con 11,6 puntos. Ese día, la temática del programa tuvo en pauta las presentaciones de Luis Miguel, el dúo humorístico Dinamita Show y los pormenores de los actores más relevantes del festival.
- En esta edición especial por el Festival de Viña, el programa tiene un target preferentemente de mujeres, personas entre los 25 a 34 años, así como mayores de 50, mientras que en el segmento socioeconómico, el programa registra sus mayores cifras en los grupos C3 y, especialmente, D (es el único programa en que la audiencia de este grupo es la mayor).

CONCLUSIONES

- Una de las ideas centrales que se desprenden de este estudio es que los programas exclusivamente de farándula analizados no fueron líderes permanentes en audiencia en sus horarios (algunos de ellos lideraron solo por algunos períodos del año 2012). Primer Plano obtiene un importante rating, pero lideró la audiencia sólo cuando no compitió con ‘Mundos Opuestos’. Mientras que Alfombra Roja obtuvo el mayor rating en su horario durante el primer semestre (período en que estuvo al aire ‘Mundos Opuestos’).
- A nivel de audiencias, se observa que no existen grandes diferencias entre quienes están viendo estos programas. Si bien no todos son exhibidos en los mismos horarios, se ven características semejantes importantes de resaltar. En su mayoría son mujeres por sobre los hombres. La audiencia se compone mayoritariamente por personas adultas, en muchos casos por sobre los 50 años.
- Si bien en la farándula no se observa una alta presencia de público infantil y adolescente, en el reality ‘Mundos Opuestos’, podemos encontrar que el grupo de 13 a 17 años, registra un rating superior al promedio del programa

- Si bien Mundos Opuestos pertenece al género ‘reality’, determina en cierta medida la agenda de contenidos de los programas de farándula. El principal programa beneficiado con la entrega de contenidos fue ‘Alfombra Roja’ del mismo Canal 13, observándose una clara determinación en el rating asociado a lo que ocurre en ‘Mundos Opuestos’. Una muestra de ello es que el ‘peak’ de audiencia en ‘Alfombra Roja’ fue un día después de la final de ‘Mundos Opuestos’.
- El rating de Primer Plano se vio perjudicado mientras duró ‘Mundos Opuestos’ (fueron competencia directa) y una vez terminado dicho programa sus niveles de audiencia aumentaron.
- A nivel de segmento socioeconómico se produce una importante conclusión: Los programas de Canal 13, ‘Mundos Opuestos’ y ‘Alfombra Roja’, son principalmente vistos por personas de los niveles socioeconómicos C2 y C3. A su vez, los programas analizados de CHV, ‘SQP’ y ‘Primer Plano’, son vistos mayoritariamente por personas de los segmentos C3 y D.

www.cntv.cl

cnTV

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISION

DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS

AGOSTO 2013

cn
TV