

**ANUNCIAR  
INSIGHTS**

# 2016: Deporte y entretenimiento a la cabeza.

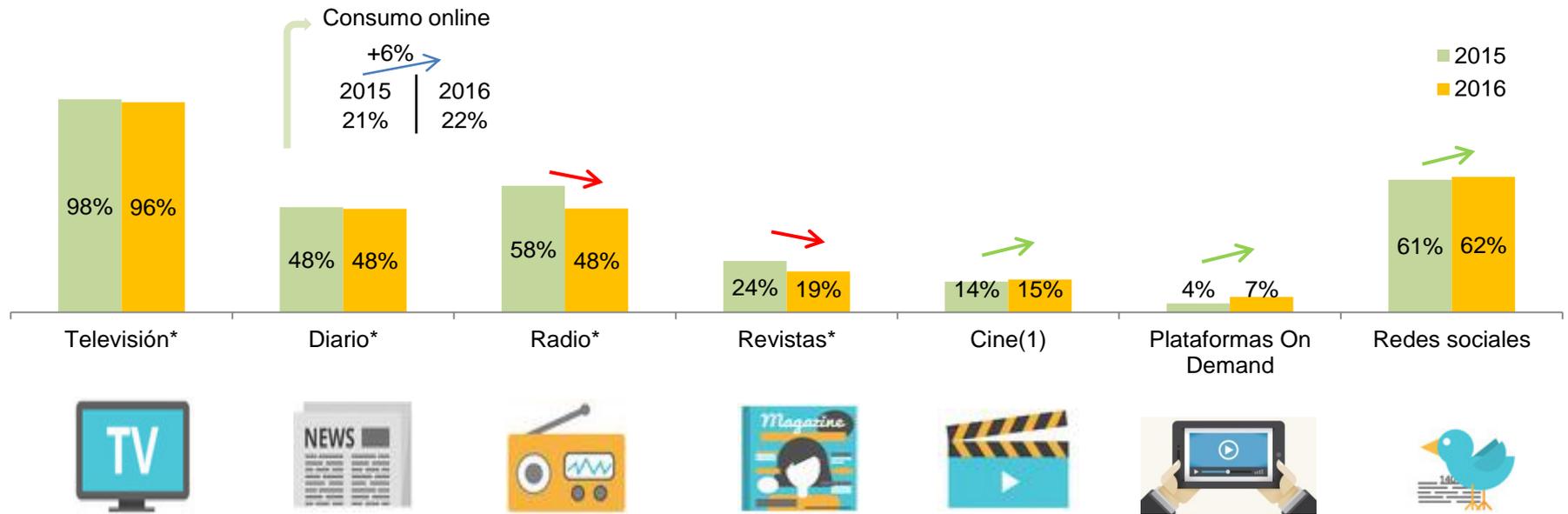
Repaso del consumo de medios y el panorama online

Nº 15- ENERO 2017

Realizado por el Departamento de Research de Anunciar  
Consultas o sugerencias: [a.insights@anunciar.com](mailto:a.insights@anunciar.com)

**ANUNCIAR**

# Consumo de medios: formato tradicional y online



\*: Consumo integrado tradicional + online.

(1) Asistió al cine en los últimos 30 días.

El consumo online de TV, radio y revistas representa menos del 3% de penetración respectivamente. En tanto, el consumo de diarios digital representa más del 20% y muestra un crecimiento del 6% en el último año.

La TV lidera el consumo de medios, concentrando más del 96% de la audiencia.

Las revistas son el medio que perdió mayor volumen de audiencia: registró una caída del 20,4%.

Las plataformas On Demand se instalan como medio de mayor crecimiento (+75% anual). Liderado por Netflix, que concentra el mayor porcentaje de usuarios.

Fuente: Kantar Ibope Media . Periodo: Jul 2015 / Jul 2016. Base: Total país. 20.796 ('000).

Consultas o sugerencias: [a.insights@anunciar.com](mailto:a.insights@anunciar.com)

**ANUNCIAR**

# TV: Qué vimos en el 2016

Canal	Rat% 2015	Rat% 2016	Var % anual
Telefe	2,46	2,55	4%
El Trece	2,29	2,23	-3%
América 2	1,15	1,18	3%
Canal 9	1,16	0,91	-22%
TV Pública	0,80	0,46	-43%
Total Abierta	8,01	7,44	-7%
Total Paga	9,59	9,37	-2%
Total Otros Dispositivos	0,66	0,74	12%
Total Tv	18,26	17,61	-4%

Canal	Shr% 2015	Shr% 2016	Var % anual
Telefe	13,47	14,45	7%
El Trece	12,56	12,65	1%
América 2	6,27	6,68	7%
Canal 9	6,38	5,14	-19%
TV Pública	4,39	2,63	-40%
Total Abierta	43,87	42,22	-4%
Total Paga	52,53	53,18	1%
Total Otros Dispositivos	3,60	4,18	16%
Total Tv	100	100	

## Crecimiento de share en TV paga y otros dispositivos\*



- Total Otros Dispositivos
- Total Paga
- Total Abierta

Telefe lidera el ranking 2015 y 2016.

El Trece se mantiene en el segundo lugar. Mientras que la TV Pública tuvo una caída significativa de su audiencia.

\*Otros dispositivos: Playstation o similares. DVD o reproductor de video. Notebook o computadora conectada a TV "común" o a SmartTV. Netflix o similar desde smartTV o desde decodificador del operador de cable. Youtube desde Smart o TV común.

Fuente: Tv Data – Kantar Ibope Media. Total individuos.  
Promedio Lun-Dom. Período Ene-Dic 2015-2016.

Consultas o sugerencias: [a.insights@anunciar.com](mailto:a.insights@anunciar.com)

**ANUNCIAR**

# ¿Cuáles fueron los programas más vistos 2016?

	Programa	Canal	Días	Emisiones	rat%
1	MOISES Y LOS 10 MANDAMIENTOS	Telefe	LMWJV	199	8,23
2	EDUCANDO A NINA	Telefe	LMWJ	134	7,61
3	SHOW MATCH	El Trece	LMWJV	115	7,42
4	SUSANA GIMENEZ	Telefe	D	25	6,92
5	PERIODISMO PARA TODOS	El Trece	D	23	6,57
6	QUE CULPA TIENE FATMAGUL	Telefe	LMWJV	67	5,99
7	LOS MILAGROS DE JESUS	Telefe	V	21	5,86
8	LOS RICOS NO PIDEN PERMISO	El Trece	LMWJV	225	5,75
9	PESADILLA EN LA COCINA	Telefe	V	13	5,39
10	LOCO X VOS	Telefe	LMWJ	66	5,24
11	NIÑOS ROBADOS	Telefe	LM	2	5,15
12	NOTI CAMPI	Telefe	LMWJV	153	4,96
13	ESPERANZA MIA	El Trece	LMWJ	8	4,91
14	CASO CERRADO SIN CENSURA	Telefe	LMWJ	16	4,87
15	LA LEONA	Telefe	LMWJV	116	4,82

	Eventos	Canal	Días	Emisiones	rat%
1	COPA AMERICA ARG-CHI	TV Pública	D	1	15,41
2	ESPEC MOISES TEATRO*	Telefe	J	1	11,43
3	COPA ARGENTINA. FINAL: RIVER-ROSARIO CENTRAL.	El Trece	J	1	11,08
4	PREMIOS MARTIN FIERRO	El Trece	D	1	10,67
5	COPA AMERICA USA-ARG	TV Pública	M	1	10,54
6	ELIM 2018 ARG-BOL	TV Pública	M	1	10,11
7	TORNEO 1ª DIV RIVER-INDEP	El Trece	L	1	9,79
8	COPA AMERICA ARG-VEN	TV Pública	S	1	9,76
9	TORNEO 1ª DIV TIGRE-BOCA	Telefe	D	1	9,29
10	TORNEO 1ª DIV TALL-RIVER	Telefe	D	1	9,08
11	TORNEO 1ª DIV BOCA-QUILMES	Telefe	D	1	9,07
12	TORNEO 1ª DIV LANÚS-BOCA	Telefe	D	1	9,02
13	ELIM 2018 ARG-URU	TV Pública	J	1	8,70
14	ELIM 2018 ARG-COL	TV Pública	M	1	8,63
15	TORNEO 1ª DIV LANÚS-BOCA	Telefe	D	1	8,60

“Moisés y los 10 mandamientos” se instaló en lo alto del ranking producto de su tira diaria como por su espectáculo en el Luna Park.



Los eventos obtienen el doble de rating% que los programas televisivos diarios y semanales.

Los partidos de fútbol se imponen con altos niveles de audiencia durante todo el año.



Fuente: Tv Data – Kantar Ibope Media. Total individuos. Promedio Lun-Dom. Período Ene-Dic 2016.

\*Promedio Especial Moises Prev y Especial Moises Post. \* Promedio Copa Argentina y River campeón Copa Argentina.

Consultas o sugerencias: [a.insights@anunciar.com](mailto:a.insights@anunciar.com)

**ANUNCIAR**

# Primacía de TN en el cable

2015			
	Canal	rat%	shr%
1	TN	0,83	4,54
2	C5N	0,64	3,53
3	Disney Channel	0,47	2,60
4	Cartoon Network	0,38	2,08
5	Disney Jr	0,37	2,03
6	Fox	0,35	1,90
7	A24	0,30	1,63
8	Cronica TV	0,29	1,61
9	Canal 26	0,24	1,31
10	Space	0,21	1,15
11	Disney XD	0,20	1,07
12	TyC Sports	0,20	1,12
13	TNT	0,19	1,06
14	Cinecanal	0,18	0,98
15	AXN	0,17	0,92

2016			
	Canal	rat%	shr%
1	TN	0,85	4,83
2	C5N	0,69	3,90
3	Disney Channel	0,43	2,46
4	A24	0,35	1,99↑
5	Cartoon Network	0,34	1,94
6	Fox	0,32	1,83
7	Disney Jr	0,28	1,57↓
8	Crónica TV	0,26	1,47
9	TyC Sports	0,24	1,38↑
10	Space	0,20	1,13
11	Canal 26	0,19	1,06↓
12	Disney XD	0,18	1,02
13	Fox Sports	0,18	1,04
14	TNT	0,18	1,04
15	Discovery Kids	0,17	0,97

Los canales de noticias se mantienen en los primeros puestos liderados por TN y C5N. El aumento del 20% de A24 le permitió ascender al cuarto lugar.

Los canales de deportes incrementaron su audiencia un 21% anual.

Dentro del ranking de 15 canales, TyC Sport marcó el mayor crecimiento de audiencia en el último año, aumentando un 20% su rating.

Entre las señales infantiles Discovery Kids es la única que registra un incremento de audiencia (+13% anual).

Los canales de películas perdieron entre el 5% y el 9% de rating en un año.

Fuente: Tv Data –Kantar Ibope Media. Total personas. Promedio Lun-Dom. Período Ene-Dic 2015-2016.

Consultas o sugerencias: [a.insights@anunciar.com](mailto:a.insights@anunciar.com)

**ANUNCIAR**

# ¿Que sucedió con los diarios?

2015			
	Diario	Edición	Total país
1	Clarín	Domingo	514.768
2	La Nación	Domingo	317.526
3	Clarín	Sábado	254.976
4	La Nación	Sábado	194.496
5	Clarín	Lunes	191.203
6	Clarín	Viernes	182.214
7	Clarín	Miércoles	166.382
8	Clarín	Jueves	160.975
9	Clarín	Martes	143.996
10	La Nación	Viernes	142.296
11	La Gaceta	Viernes	135.413
12	Diario Popular	Domingo	112.743
13	La Nación	Jueves	103.281
14	La Nación	Lunes	91.966
15	La Nación	Miércoles	87.115

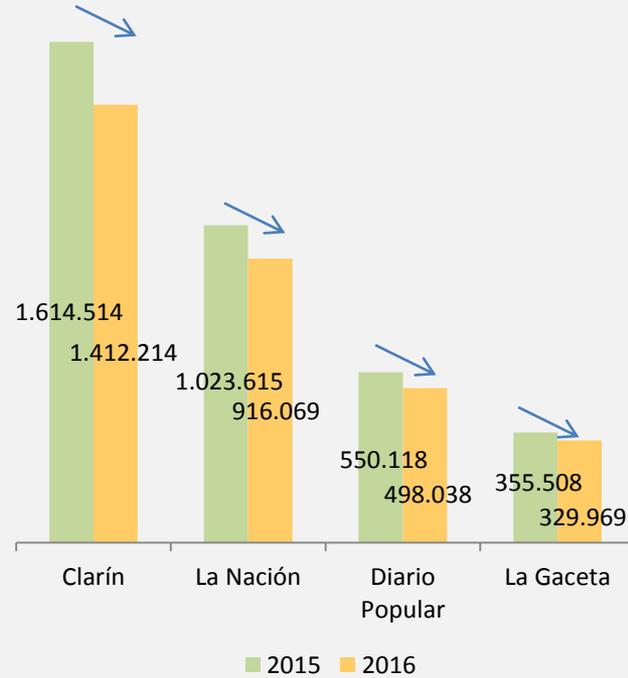
2016			
	Diario	Edición	Total país
1	Clarín	Domingo	462.432
2	La Nación	Domingo	293.802
3	Clarín	Sábado	242.612
4	La Nación	Sábado	183.249
5	Clarín	Lunes	153.483
6	Clarín	Miércoles	150.454
7	Clarín	Jueves	139.110
8	Clarín	Viernes	134.113
9	La Gaceta	Viernes	130.555
10	Clarín	Martes	130.010
11	Diario Popular	Domingo	97.642
12	La Nación	Jueves	95.461
13	La Nación	Lunes	93.455
14	La Nación	Viernes	89.445
15	La Nación	Miércoles	81.118

Los fines de semanas lideran el ranking de mayor circulación neta.

La Nación y Clarín tuvieron la mayor caída de circulación los días viernes, representando el -37% y -26% respectivamente.

La circulación neta de diarios disminuyó un 12% anual. La caída de capital es menor al resto del país, que representa un -15% anual.

# Caída de presencia del diario impreso



Clarín perdió 13% de su circulación neta en el último año posicionándose por encima del promedio, que marca una caída del 12% entre 2015 y 2016.

\*Sumatoria de la venta neta de lunes a domingo.

# Revistas: Circulación neta 2016 vs 2015

2015			
	Revista	Edición	Total país
1	Convivimos	Mensual	589.188
2	Viva	Domingo	514.768
3	La Nación Revista	Domingo	317.526
4	Miradas Cablevisión	Mensual	298.653
5	Nueva	Domingo	227.435
6	Rumbos	Domingo	218.131
7	Cima, Zona Cuyana	Mensual	158.522
8	Acción en defensa del cooperativismo y del país	Quincenal	100.140
9	Selecciones Reader's Digest	Mensual	91.123
10	Cima Noa	Mensual	89.683
11	Cima Noroeste	Mensual	81.726
12	Pronto Semanal	Semanal	75.372
13	Paparazzi	Semanal	73.250
14	Ohlala	Mensual	66.867
15	Access Directv	Mensual	65.975

2016			
	Revista	Edición	Total país
1	Convivimos	Mensual	573.519
2	Viva	Domingo	462.432
3	La Nación Revista	Domingo	293.802
4	Miradas Cablevisión	Mensual	212.470 ↓
5	Nueva	Domingo	197.645
6	Rumbos	Domingo	168.477
7	Cima, Zona Cuyana	Mensual	154.891
8	Acción en defensa del cooperativismo y del país	Quincenal	100.270
9	Cima Noa	Mensual	95.678 ↑
10	Selecciones Reader's Digest	Mensual	80.574
11	Cima Noroeste	Mensual	78.884
12	Pronto Semanal	Semanal	63.352
13	Paparazzi	Semanal	63.207
14	Ohlala	Mensual	60.674
15	Susana Gimenez	Mensual	52.508

La circulación neta de las revistas disminuyó un 10% en el último año.

Convivimos, la revista de Tarjeta Naranja lidera el ranking en ambos períodos.

La revista Cima Noa, de Tarjeta Nevada registra el mayor aumento anual, ascendiendo un 7%.

Miradas perdió casi el 30% de su circulación anual.

Fuente: IVC . Total país Período: Nov 2015–2016.

Consultas o sugerencias: [a.insights@anunciar.com](mailto:a.insights@anunciar.com)

**ANUNCIAR**

# Radio: las estaciones más escuchadas

2015		
	Emisora	Rating(%)
1	Mitre (LR6)	2,50
2	Pop Radio 101.5	1,50
3	LA 100	1,34
4	Aspen	1,18
5	Metro 95.1	1,08
6	Radio Disney	0,92
7	Mega 98.3	0,88
8	Radio 10 (LRL 710)	0,80
9	Los 40 Principales	0,74
10	Radio La Red	0,65
11	Vale 97.5	0,61
12	Rock And Pop	0,45
13	LA 101 / Radio Latina	0,42
14	Radio Nacional (LRA )	0,41
15	Continental (LS4)	0,37
Encendido		17,43
Encendido FM		11,95
Encendido AM		5,44

2016		
	Emisora	Rating(%)
1	Mitre (LR6)	2,26
2	Pop Radio 101.5	1,42
3	LA 100	1,24
4	Radio Disney	↑ 1,03
5	Aspen	↓ 0,98
6	Mega 98.3	↓ 0,91
7	Metro 95.1	↓ 0,89
8	Radio 10 (LRL 710)	0,67
9	Del Plata (LS10)	0,66
10	Los 40 Principales	0,62
11	Vale 97.5	0,62
12	Radio La Red	0,62
13	Radio One 103.7	0,41
14	Rock And Pop	0,38
15	Continental (LS4)	↓ 0,27
Encendido		16,56
Encendido FM		11,31
Encendido AM		5,22

Radio Disney fue la radio con mayor crecimiento del 2016, incrementando un 13% su audiencia.



Radio Continental fue la que registró la mayor caída, 29%. Seguida por Aspen, Mega 98.3 y Metro 95.1 que perdieron 17% respectivamente.

Fuente: IBOPE. Período Ene-Dic 2015 – Ene-Dic 2016. Promedio Lun-Dom. Base: Total individuos.

Consultas o sugerencias: [a.insights@anunciar.com](mailto:a.insights@anunciar.com)

**ANUNCIAR**

# Medios en internet 2016

Diarios	Medios	% de alcance
	Diarios	50,3
1	CLARIN.COM	23,2
2	LANACION.COM.AR	20,8
3	MINUTOUNO.COM	6,1
4	LACAPITAL.COM.AR	3,3
5	DIARIOUNO.COM.AR	3,0
6	LOSANDES.COM.AR	2,8
7	CRONISTA.COM	2,6
8	LAGACETA.COM.AR	1,8
9	DIAADIA.COM.AR	1,6
10	DIARIOPOPULAR.COM.AR	1,5
11	CRONICA.COM.AR	1,4
12	DIARIOPANORAMA.COM	1,3
13	ELTRIBUNO.INFO	1,3
14	LAIZQUIERDADIARIO.COM	1,2
15	RIONEGRO.COM.AR	1,1
Total visitantes diarios:		13.418

Radio	Medios	% de alcance
	Radio	17,1
1	CIENRADIO.COM.AR	4,5
2	CADENA3.COM	1,9
3	METRO951.COM	0,9
4	VORTERIX.COM	0,5
5	LARED.AM	0,5
6	RADIOSUDAMERICANA.COM	0,4
7	FMVIDA.COM.AR	0,3
8	RADIOAM750.COM.AR	0,3
9	CONTINENTAL.COM.AR	0,3
10	AMDELPLATA.COM	0,3
11	RADIONACIONAL.COM.AR	0,3
12	FMASPEN.COM	0,2
13	FENIX951.COM.AR	0,2
14	750.AM	0,2
15	RADIO-VALE975.COM.AR	0,2
Total visitantes radio:		4.549

TV	Medios	% de alcance
	TV	23,4
1	TELEFE.COM	3,0
2	TVPUBLICA.COM.AR	1,3
3	AMERICATV.COM.AR	1,2
4	FoxPlay	1,0
5	CANAL9.COM.AR	0,6
6	E! Online Latin America	0,6
7	Discovery Networks	0,4
8	FWTV.TV	0,4
9	ENCUENTRO.GOV.AR	0,3
10	HBOMAX.TV	0,3
11	TNTLA.COM	0,2
12	CABLEVISIONPLAY.COM.AR	0,2
13	Discovery Latin America	0,2
14	CINEMAXGOLA.COM	0,1
15	MTV Latin America	0,1
Total visitantes tv		6.224

Al igual que en su formato tradicional, Clarín y La Nación lideran en % de alcance en su versión online .



Telefe, TV Pública y América TV, suman el 5% de alcance de los usuarios de internet.



La Cien, se posiciona por encima de sus competidoras con una diferencia de más del 2,5% de alcance.



Fuente: Comscore. Período Noviembre 2016. Base Total Personas usuarios de internet: 26.676 (´000).

Consultas o sugerencias: [a.insights@anunciar.com](mailto:a.insights@anunciar.com)

**ANUNCIAR**

# 2016: año del entretenimiento

Los **Juegos Olímpicos Río 2016** lideraron el ranking de búsquedas. Eventos deportivos como **Copa América 2016**, **Dakar 2016** y **Copa Davis** se ubicaron en el Top 10.

Principales búsquedas de los Argentinos en Google.



Los videojuegos **Pokemon Go** y **Slither.io** aparecieron como la gran novedad del 2016. Se ubicaron en las posiciones 2 y 4 de las búsquedas.

Los programas televisivos con más repercusión en las búsquedas fueron **“Gran Hermano 2016”**, **“Soy Luna”** y **“Moisés y Los Diez Mandamientos”**.

Las elecciones de EUA tuvieron gran repercusión en Argentina. Lideró las búsquedas en personalidades más buscadas como en los acontecimientos más destacados.

Acontecimientos	
1	<b>Elecciones EE.UU</b>
2	Chapecoense
3	Cyber Monday 2016
4	Panamá Papers
5	Premios Oscar 2016

Personas	
1	<b>Donald Trump</b>
2	Luisana Lopilato
3	Pampita
4	Alan Rickman
5	Marina Joyce

Fuente: Google Trends. Período 2016.