

TV: LIDERA EN EL CONSUMO Y SE DIVERSIFICA EN SU USO.

Nº 28. Abril 2018



CONSULTAS O SUGERENCIAS
a.insights@anunciar.com



ANUNCIAR

TV: EL 98% DE LOS HOGARES POSEE TV

- **AUMENTAN A 2% LOS HOGARES SIN TV. SIGNIFICA UN INCREMENTO DEL 50% CON RESPECTO A 2014.**
- **EL 75% DE LOS HOGARES TIENEN TV PAGA. EL 63% POSEE CABLE Y CERCA DEL 13% POSEE SATÉLITE.**
- **BAJA LA SUSCRIPCIÓN DE SERVICIOS PREMIUM. ESTA TENDENCIA PUEDE VERSE MODIFICADA POR EL SERVICIO DE FUTBOL PAGO.**

 ANUNCIAR



INCREMENTAMOS EL TAMAÑO DE LAS PANTALLAS Y DIVERSIFICAMOS SU USO

- LAS PANTALLAS PLANAS ESTAN PRESENTE EN EL 70% DE LOS HOGARES.
- INCREMENTA CERCA DEL 30% LA PRESENCIA DE TELEVISORES CON PANTALLAS GRANDES.
- EL 30% DE LOS HOGARES POSEE TV SMART. AUMENTÓ MAS DEL 200% DESDE EL 2014.
- 16 % DE LOS HOGARES CONSUME NETFLIX. EL AUMENTO SIGNIFICA MÁS DE 1000% DESDE EL 2014.





Ⓐ ANUNCIAR

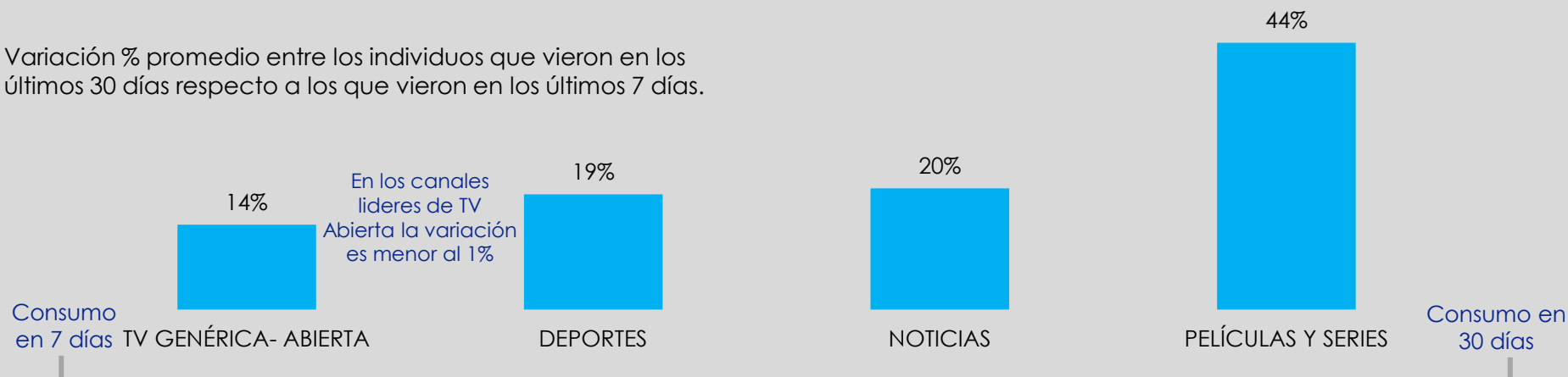
LAS PREFERENCIAS DE LOS CONSUMIDORES A LA HORA DE ELEGIR UN TELEVISOR

- LOS CONSUMIDORES REALIZAN UNA AMPLIA BUSQUEDA ANTES DE LA COMPRA DE UN TV.
- CERCA DEL 50% SE INFORMAN A PARTIR DE LAS EXPERIENCIAS DE OTROS USUARIOS. TIENEN EN CUENTA SUS OPINIONES Y EVALUACIONES.
- EL PRECIO Y LAS OFERTAS ESPECIALES VUELVEN A SER IMPORTANTES A LA HORA DE COMPRAR UN TV. AUMENTA UN 30% DESDE 2014.

LA FRECUENCIA DE CONSUMO DE TV TIENE RELACIÓN CON EL GÉNERO QUE SE CONSUME



Variación % promedio entre los individuos que vieron en los últimos 30 días respecto a los que vieron en los últimos 7 días.

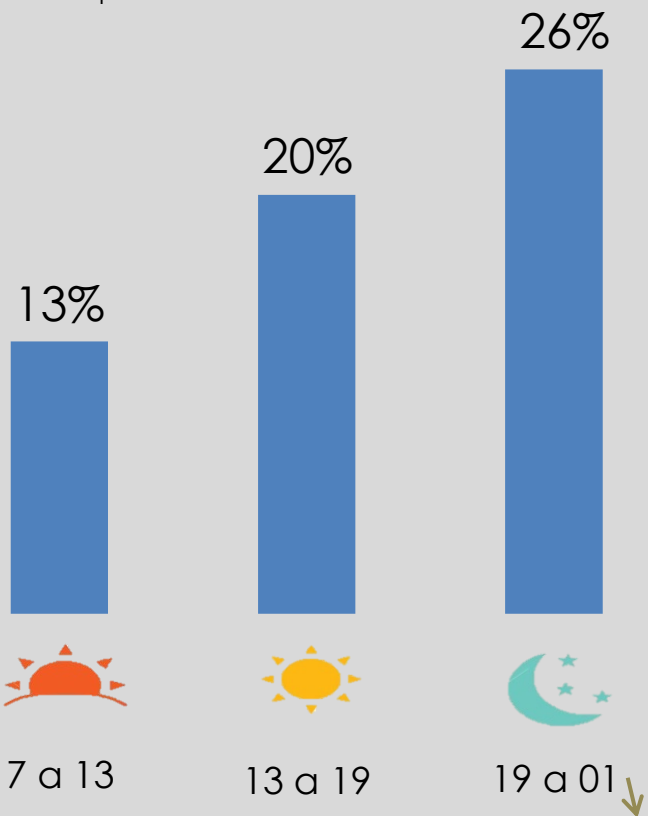


LA AUDIENCIA DE LA TV ABIERTA TIENDE A VER COTIDIANAMENTE LOS CONTENIDOS Y NO MUESTRA VARIACIONES SIGNIFICATIVAS EN EL ACUMULADO DE 30 DÍAS. DE ESTA MANERA GARANTIZA ALTAS TASAS DE FRECUENCIAS.

EN LOS CANALES DE CINE Y SERIES AUMENTAN SIGNIFICATIVAMENTE LA AUDIENCIA QUE VIERON EN LOS ÚLTIMOS 30 DÍAS, CON RESPECTO A LOS QUE VIERON EN LOS ÚLTIMOS 7.

EL 30% DE LA AUDIENCIA TELEVISIVA SE CONCENTRA DE 22 A 23.

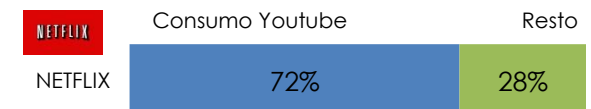
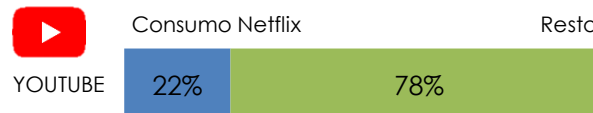
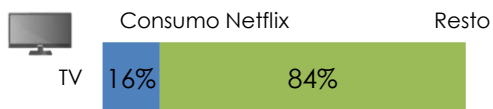
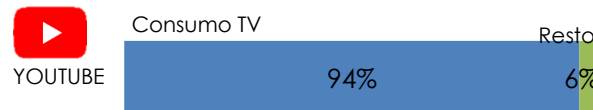
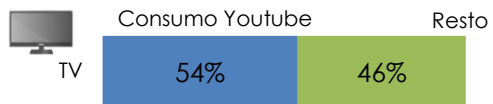
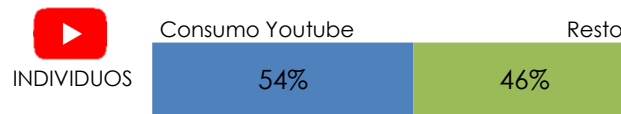
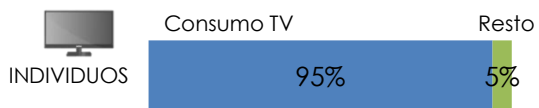
Encendido promedio de Total TV



BLOQUE CON MAYOR PERDIDA DE AUDIENCIA DESDE 2014 (-11%)



LOS CONSUMIDORES DE YOUTUBE Y NETFLIX SON GRANDES CONSUMIDORES DE TV. MIENTRAS QUE LOS CONSUMIDORES DE TV SE INCORPORAN EN MENOR MEDIDA A LOS MEDIOS AUDIOVISUALES EN INTERNET





ANUNCIAR

20% DE LOS INDIVIDUOS LES INTERESA LA PUBLICIDAD Y SE SIENTEN INFLUENCIADOS

Ranking de medios con mayor poder de influencia e interés.

1. TV
2. REVISTAS
3. ONLINE
4. SMARTPHONE



ANUNCIAR

CONSULTAS O SUGERENCIAS
a.insights@anunciar.com

